



ampla

RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE **2005**

Visão

SER A MELHOR EMPRESA DISTRIBUIDORA E DE SOLUÇÕES INTEGRADAS, AGREGANDO VALOR A TODOS, A TODO MOMENTO.

Missão

SER UMA EMPRESA DE REFERÊNCIA NO BRASIL PARA SEUS COLABORADORES, CLIENTES E ACIONISTAS, PROMOVENDO O DESENVOLVIMENTO E A PARTICIPAÇÃO DE SEUS RECURSOS HUMANOS E CRIANDO SOLUÇÕES QUE AGREGUEM VALOR. SER, PARA SEUS ACIONISTAS, UMA EMPRESA RENTÁVEL, QUE MANTÉM SUA RESPONSABILIDADE CORPORATIVA, CONTRIBUI COM A COMUNIDADE E RESPEITA O MEIO AMBIENTE.



Inauguração da Subestação de Imboassica, Macaé



| CAPÍTULO | PÁGINA |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| MENSAGEM DO PRESIDENTE | 04 |
| 01 APRESENTAÇÃO DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005 | 06 |
| 02 PERFIL E ESTRUTURA DA AMPLA | 09 |
| 03 UM MODELO DE NEGÓCIO COMPROMETIDO COM O FUTURO | 23 |
| 04 CUMPRIMENTO DOS COMPROMISSOS DA AMPLA | 41 |
| CLIENTES Compromisso com a satisfação dos clientes e com a qualidade dos serviços | 42 |
| ACIONISTAS Compromisso com a geração de valor e rentabilidade, baseada no crescimento sustentável | 58 |
| PESSOAS Compromisso com a saúde, a segurança, a qualidade de vida e o desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores | 69 |
| CONDUTA Compromisso com a ética, a transparência, o diálogo e o respeito na relação com seus públicos | 86 |
| MEIO AMBIENTE Compromisso com a gestão aliada à preservação ambiental e ao consumo consciente | 97 |
| INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE Compromisso com as tecnologias e as idéias criativas e inovadoras em suas atividades | 104 |
| SOCIEDADE Compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, promovendo o crescimento das comunidades atendidas | 112 |
| <i>ANEXO 1. ÍNDICE DE INDICADORES DO GLOBAL REPORTING INITIATIVE E PACTO GLOBAL</i> | 130 |
| <i>ANEXO 2. DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO</i> | 140 |
| <i>ANEXO 3. BALANÇO SOCIAL MODELO IBASE</i> | 142 |
| DEPOIMENTOS | 144 |
| CRÉDITOS | 148 |

MENSAGEM DO PRESIDENTE



Durante o ano de 2005, a Ampla consolidou um ambicioso Plano de Transformação que, desde 2004, vem redesenhando a maneira com que a empresa oferece seus serviços e interage com seus clientes. Já no início deste processo, entendemos que, para alcançarmos o sucesso nesta empreitada, precisávamos nos transformar em uma empresa de relacionamento.

Para isso, mobilizamos nossos colaboradores, nossa maior capacidade criativa, com o objetivo de encontrarmos soluções simples, mesmo para os obstáculos mais complexos existentes nas comunidades que atendemos. O desafio era enorme, mas hoje podemos afirmar que a Ampla é reconhecida, por suas ações positivas, nos mercados em que atua.

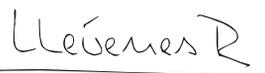
No entanto, esse movimento não poderia representar apenas uma fotografia daquele momento. Sempre tivemos a certeza de que estávamos criando um padrão de comportamento que evoluiria para a sustentabilidade dos negócios e representaria, enfim, a excelência em responsabilidade empresarial, nas dimensões econômica, social e ambiental. Para tal, passamos a estreitar nosso convívio com a sociedade, dia após dia, com o objetivo de identificarmos um diagnóstico preciso das necessidades das comunidades em que estamos inseridos e nos tornarmos parte da solução destas demandas.

Com isso, criamos a Política de Sustentabilidade da Ampla, na qual estabelecemos sete compromissos, que passaram a nortear nossas decisões empresariais. São eles: satisfação dos clientes e qualidade dos serviços; geração de valor e rentabilidade, baseada no crescimento sustentável; saúde, segurança, qualidade de vida, desenvolvimento pessoal e profissional de nossos colaboradores; ética, transparência, diálogo e respeito na relação com nossos públicos; gestão aliada à preservação ambiental e ao consumo consciente; tecnologias e idéias criativas e inovadoras em suas atividades; e construção de uma sociedade mais justa e igualitária, promovendo o crescimento das comunidades em que atuamos.

Hoje, a Ampla oferece um portfólio variado de ações sociais, que vão desde mutirões voluntários, nos quais colaboradores da empresa dedicam um dia de trabalho ao melhoramento de creches e abrigos, a programas de geração de renda nas comunidades mais carentes, nas quais a Ampla oferece treinamento para que a população

se torne auto-sustentável – como, por exemplo, no apoio à formação de cooperativas. Independentemente do perfil ou da realidade enfrentada por uma determinada comunidade, temos a preocupação de não sermos agentes pontuais. Tanto que não só demos continuidade, como aumentamos, em relação ao ano de 2004, 2.000% o alcance dos projetos socioculturais da empresa. Como nossa meta é a consolidação de um relacionamento positivo permanente, em todas as nossas ações procuramos focar grande parte do esforço na formação de uma sociedade consciente. Desta forma, acreditamos que estamos ajudando a fortalecer os pilares da sociedade e criando condições favoráveis para que essa população assistida possa viver o pleno conceito de sustentabilidade.

Neste momento, em que publicamos o Relatório de Sustentabilidade, também reafirmamos nosso compromisso com a transparência de nossas ações e com a difusão, cada vez mais intensa, das informações corporativas, nossas principais iniciativas, metas e resultados. É importante frisar que este Relatório foi elaborado em conformidade com o Guia 2002 GRI, e constitui uma apresentação equilibrada do desempenho econômico, ambiental e social de nossa organização. Procuramos demonstrar neste documento, além dos projetos implementados, toda a nossa crença de que estamos na direção correta para atingirmos um objetivo maior: melhorar a qualidade de vida da sociedade brasileira.



Marcelo Llévenes
Presidente da Ampla

Programa Leitura Ampla, Niterói

APRESENTAÇÃO DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005

Incorporar a política de sustentabilidade ao cotidiano da empresa é uma das metas da Ampla, distribuidora de energia do Estado do Rio de Janeiro, controlada pelo grupo espanhol Endesa. Relatar às partes interessadas sua atuação nas dimensões econômica, social e ambiental é parte desta política e, por isso, pelo segundo ano consecutivo, a Ampla apresenta seu Relatório de Sustentabilidade.

As práticas e indicadores econômicos, sociais e ambientais contidos neste Relatório refletem o cumprimento dos 7 Compromissos para um Desenvolvimento Sustentável, assumidos pela Ampla em 2005, seguindo política institucional da Endesa. Nesse contexto, serão apresentados indicadores e informações relativas ao relacionamento da Ampla com seus acionistas, clientes, colaboradores, fornecedores, governo, comunidade, sociedade e meio ambiente, principalmente durante o período de 2003 a 2005.

Em seu primeiro Balanço Social, referente ao ano de 2004, a Ampla utilizou o modelo-referência proposto pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Social, organização não-governamental que tem como objetivo mobilizar e apoiar as empresas para que conduzam seus negócios de maneira socialmente responsável. Para este ano, a Ampla elaborou seu Relatório de Sustentabilidade baseada nas diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI), entidade responsável por desenvolver uma estrutura internacional de relato sobre os impactos econômicos, sociais e ambientais das atividades empresariais. Esta mudança de modelo ocorreu pela definição de um formato único de relatório para todas as empresas do Grupo Endesa e a intenção da Ampla de tornar pública, de maneira mais abrangente, seu desempenho empresarial.

Neste novo modelo, a Ampla também utilizou alguns indicadores de desempenho relacionados ao Pacto Global das Nações Unidas, que contou com a adesão da empresa em março de 2005. O Anexo 1 deste Relatório apresenta um índice com todos os indicadores propostos – GRI e Pacto Global – com sua localização neste documento.

A forma de elaboração deste Relatório contou com a formação de um comitê, composto por representantes de todas as áreas da companhia, que reuniu as informações da empresa dentro de critérios predeterminados, sob a coordenação da Diretoria de Relações Institucionais e Comunicação, contando ainda com a revisão do corpo diretivo da Ampla.

Este formato, combinado com todas as formas de controle de gestão e políticas da empresa, que serão descritas no decorrer do Relatório, garante a qualidade, a veracidade, a exaustividade e a precisão das informações contidas nesta publicação. Os princípios de transparência, inclusão e verificabilidade foram considerados em todas as fases de elaboração do documento.

Além disso, todas as atividades, processos e áreas da empresa estão sujeitos a auditorias periódicas, desenvolvidas pela Gerência de Auditoria interna, a partir de uma análise de riscos de negócio, auditoria e operacionais, que está incluída no Sistema de Auditoria Corporativa (SAC). Este sistema incorpora as exigências derivadas da lei americana Sarbanes-Oxley e passa por constantes atualizações, em função de mudanças ocorridas no negócio, na organização ou no entorno local (legislação e mercado).

Edifício-sede, Niterói





AMPLA

PERFIL E ESTRUTURA DA
AMPLA

PERFIL E ESTRUTURA DA AMPLA

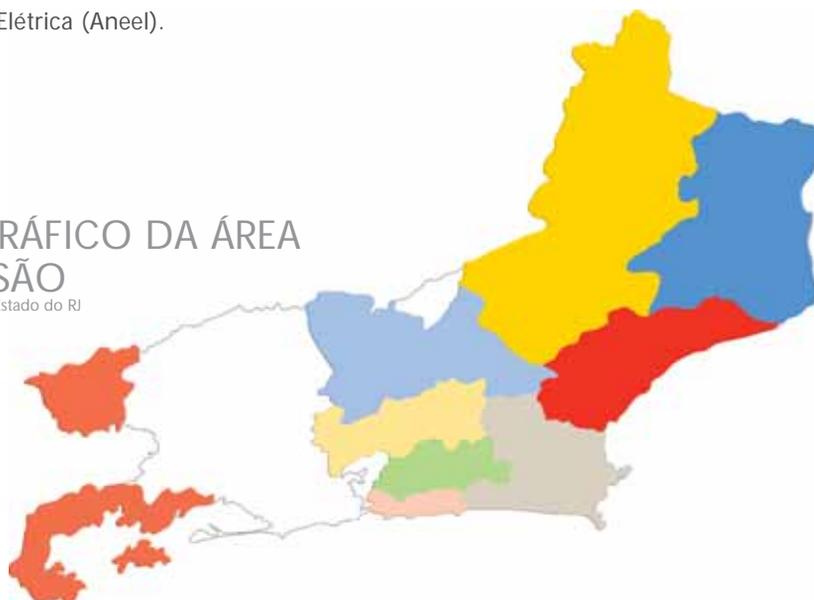
A distribuidora de energia elétrica Ampla Energia e Serviços S.A. atua no Estado do Rio de Janeiro, Região Sudeste do Brasil, onde atende uma população de cerca de 6 milhões de habitantes, contando com 2 milhões e 120 mil clientes, distribuídos por 66 municípios. Sua área de concessão é de 32.188 quilômetros quadrados, o que representa 73,3% do território estadual.

Sociedade anônima de capital aberto, a Ampla é regulamentada pela Lei das Sociedades Anônimas e suas atividades são fiscalizadas e regulamentadas pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel).

A Ampla também abastece a Companhia de Eletricidade de Nova Friburgo (Cenf), responsável pela distribuição de energia elétrica para o município de Nova Friburgo, na Região Serrana do Estado. Responde ainda pelo abastecimento de duas áreas (Região dos Lagos e Costa Verde), onde estão 12 das principais cidades de veraneio do litoral do Rio de Janeiro, além de Niterói, na qual se localiza a sede da empresa.

MAPA GEOGRÁFICO DA ÁREA DE CONCESSÃO

Separado por áreas – Mapa do Estado do RJ



NOROESTE – Cantagalo, Carmo, Cordeiro, Duas Barras, Macuco, São Sebastião do Alto, Santo Antônio de Pádua, Bom Jesus do Itabapoana, Italva, Laje do Muriaé, Natividade, Porciúncula, São José de Ubá, Varre-Sai, Bom Jardim, Aperibé, Cambuci, Itaocara, Miracema, Itaperuna, São Fidélis, Santa Maria Madalena e Trajano de Moraes.

CAMPOS – Campos dos Goytacazes, Cardoso Moreira, São Francisco de Itabapoana e São João da Barra.

MACAÉ – Macaé, Casimiro de Abreu, Conceição de Macabu, Carapebus, Quissamã e Rio das Ostras.

LAGOS – Cabo Frio, Iguaba Grande, Saquarema, Silva Jardim, Armação dos Búzios, Arraial do Cabo, Araruama e São Pedro da Aldeia.

SÃO GONÇALO – São Gonçalo, Itaboraí, Rio Bonito e Tanguá.

CENTRO – Niterói e Maricá.

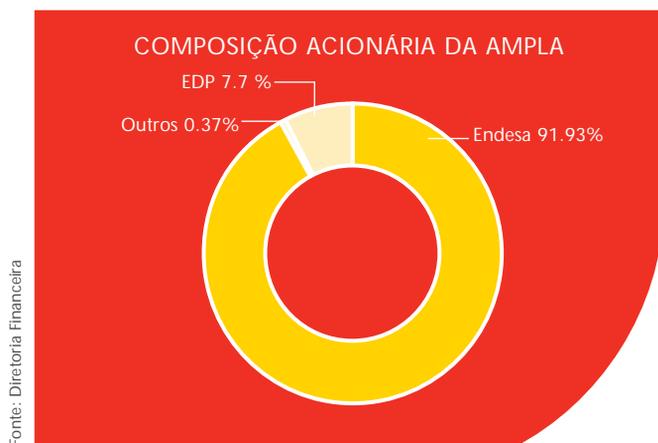
MAGÉ – Magé, Guapimirim, Cachoeiras de Macacu e Duque de Caxias.

SUL – Angra dos Reis, Mangaratiba, Paraty, Resende, Bocaína de Minas, Itatiaia e Porto Real.

SERRANA – Petrópolis, Nova Friburgo, Paraíba do Sul, Areal, São José do Vale Rio do Preto, Sumidouro, Teresópolis e Três Rios.

UMA EMPRESA DO GRUPO ENDESA

A Ampla é controlada pelo Grupo Endesa, que, após o aumento de capital, passou a deter 91,93% de seu controle acionário, sendo o restante dividido entre 7,7% da EDP – Eletricidade de Portugal e 0,37% de terceiros. A Endesa é a maior companhia de energia elétrica da Espanha, onde ocupa o primeiro lugar tanto em geração quanto em distribuição de energia, além de ser a segunda maior empresa de gás natural daquele país.



A Endesa está presente em 14 países de três continentes e atende 80 milhões de pessoas nesses mercados. Na América do Sul, além do Brasil, está presente na Argentina, no Chile, na Colômbia e no Peru. Por meio de suas controladas, a Endesa é a primeira empresa privada de energia elétrica na América Latina, a terceira na Europa e a quarta no mundo.

HISTÓRIA DA AMPLA

A Ampla foi criada em setembro de 2004, a partir da implantação de um plano estratégico chamado Plano de Transformação, iniciado em março daquele ano.

Este processo conduziu à criação de uma nova marca, cujo objetivo foi o de refletir, através do novo nome, as mudanças implementadas. A consolidação da Ampla, por meio de sua nova marca, se refletiu no reconhecimento da sociedade com a obtenção de vários prêmios e certificados em diversos segmentos durante o ano de 2005, que são listados no Compromisso com a Sociedade.

Como empresa privada, sua trajetória iniciou-se em novembro de 1996, quando ela ainda se chamava Companhia de Eletricidade do Rio de Janeiro (Cerj) e foi adquirida por um consórcio de empresas de energia elétrica formado pelo Grupo Endesa (Espanha), Chilectra e Enersis (Chile) e EDP Brasil (Portugal), tendo sido uma das empresas brasileiras que participaram do processo de privatização ocorrido na década de 90 a partir da sanção da Lei 8.031/1990, que criou o Programa Nacional de Desestatização (PND).

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

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

PERFIL E ESTRUTURA DA AMPLA

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

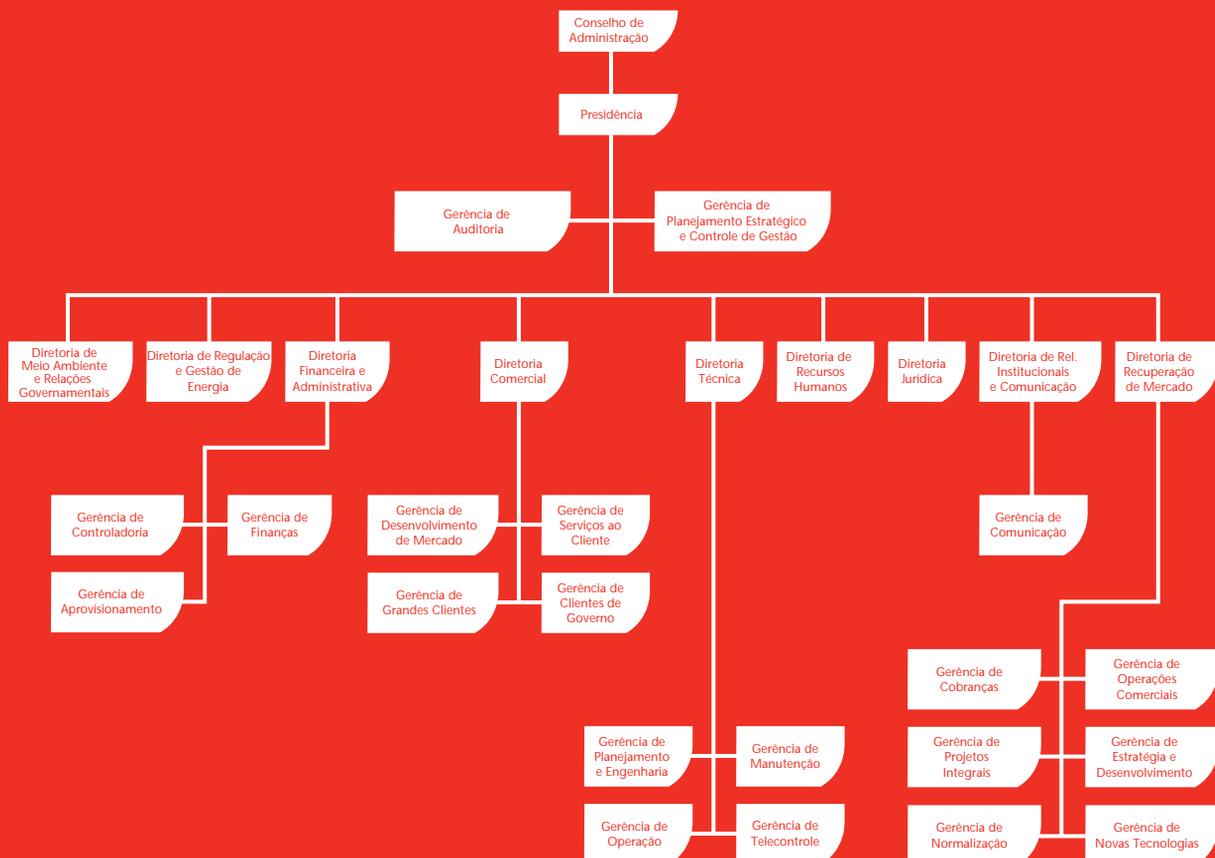
Paralelamente à história da CBEE, é iniciado o processo de consolidação do setor elétrico, com a fundação da empresa Centrais Elétricas Fluminenses Sociedade Anônima (Celf), *holding* composta pela Empresa Fluminense de Energia Elétrica (Efe), o Centro Fluminense de Eletricidade (Cefe), a Empresa Força e Luz Ibero-Americana e a Companhia Norte Fluminense de Eletricidade. A Celf incorpora, quatro anos mais tarde, as empresas

sobre as quais tinha influência, passando a fornecer energia a 62,7% do Estado.

No ano de 1964, a CBEE é estatizada e passa a ser controlada pela administração federal. Já em 1979, a empresa assume também os serviços de eletrificação rural, antes realizados pelas Centrais Elétricas Fluminenses Sociedade Anônima.

No dia 17 de abril do ano seguinte, a CBEE passa a se chamar Companhia de Eletricidade do Estado do Rio de Janeiro (Cerj).

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL



A estrutura organizacional da Ampla é composta por órgãos que, envolvidos sinergicamente, buscam o alcance dos resultados econômicos, financeiros, sociais e ambientais, por meio do Plano de Transformação. Sua estrutura é formada por:

ASSEMBLÉIA GERAL – órgão soberano, convocado e instalado de acordo com a Lei 6.404/76 e com o Estatuto Social da companhia. Tem poderes para decidir todos os negócios relativos ao objeto social da empresa e tomar as resoluções necessárias e convenientes a sua defesa e desenvolvimento, inclusive com a verificação das ações adotadas pela Administração.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO – órgão de deliberação colegiada, que decide sobre temas de interesse da empresa, exceto os que competirem exclusivamente à Assembléia Geral ou os previstos para a Diretoria Executiva, conforme o Estatuto Social. O Conselho de Administração da Ampla é composto por 13 membros, sendo nove titulares e quatro suplentes, eleitos em Assembléia Geral e com mandato de dois anos, permitida a reeleição. O Conselho de Administração é regido pelo disposto no Estatuto Social

da companhia e pela Lei 6.404/76. Todos os membros titulares do Conselho não desempenham cargos executivos dentro da empresa. O atual Conselho de Administração da Ampla é composto dos seguintes membros:

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

MEMBROS TITULARES

Manuel Jorge Correia Minderico (presidente)

Mario Fernando de Melo Santos (vice-presidente)

Antonio Basilio Pires de Carvalho e Albuquerque

Gerardo Marcelo Rogelio Silva Iribarne

Gonzalo Carbó de Haya

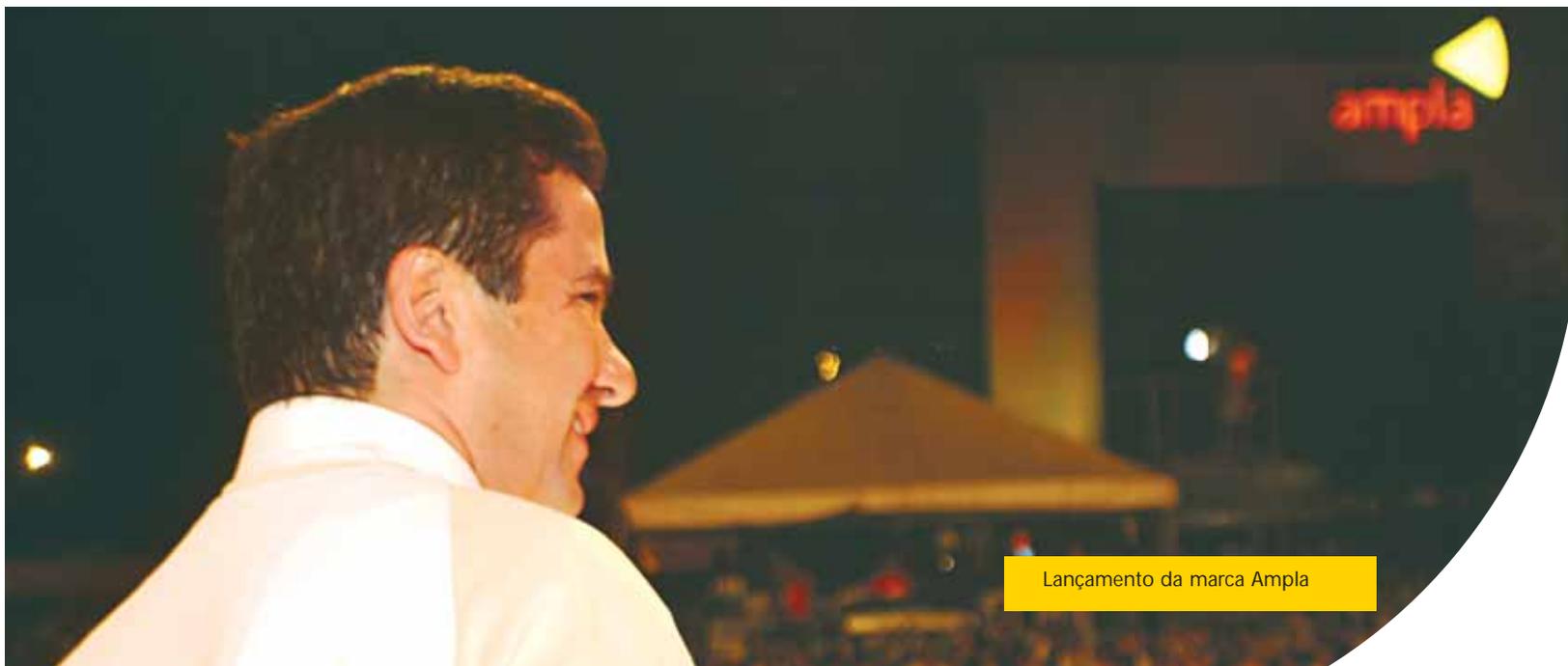
João Ricardo de Azevedo Ribeiro

Marcos da Silva Crespo*

Martin Serrano Spoerer

Rafael José López Rueda

* Representante dos empregados e aposentados da Ampla.



Lançamento da marca Ampla

PERFIL E ESTRUTURA DA AMPLA

DIRETORIA EXECUTIVA – composta pelo diretor-presidente e por nove diretores, que exercem suas atribuições de acordo com o Estatuto Social da empresa e cujas

principais decisões ocorrem de forma colegiada. O prazo da gestão é de dois anos, permitida a reeleição. A Diretoria Executiva e suas principais atribuições são:

DIRETORIA EXECUTIVA

Diretor-Presidente

Marcelo Andrés Llévenes Rebolledo

Coordena as diretorias e possui responsabilidade direta sobre as Gerências de Auditoria de Planejamento Estratégico e Controle de Gestão, bem como pela Diretoria Jurídica.

Diretor Vice-Presidente Financeiro e Administrativo

Abel Alves Rochinha

Responsável pelos recursos financeiros e patrimoniais necessários à operação e à expansão das atividades da empresa, as atividades de contabilidade e as ações pertinentes às relações com investidores, serviços gerais e transportes.

Diretor Vice-Presidente Técnico

Albino Motta da Cruz

Responsável pelos processos de planejamento técnico, engenharia, operação de redes e manutenção do sistema elétrico-investimentos, transmissão e subtransmissão.

Diretora Jurídica

Ana Claudia Gonçalves Rebello

Define a estratégia para atuar nos processos judiciais nas esferas cível, criminal, trabalhista e de pequenas causas.

Diretor de Relações Institucionais e Comunicação

Carlos Ewandro Naegele Moreira

Planeja, projeta e desenvolve programas para a gestão da Responsabilidade Social, Eficiência Energética e Pesquisa e Desenvolvimento. Relaciona-se com instituições públicas, privadas e entidades de classe, além dos programas de comunicação interna e externa da empresa.

Diretor Vice-Presidente Comercial

Carlos Henrique de Oliveira

Responsável por assegurar a qualidade do relacionamento e atendimento aos clientes.

Diretor de Recuperação de Mercado

Claudio Rivera Moya

Responsável por coordenar os processos comerciais de faturamento, controle de perdas e inadimplência, além da execução das ações sociais nas comunidades.

Diretora Vice-Presidente de Recursos Humanos

Eunice Rios Guimarães Batista

Responsável pela gestão de pessoas e o seu bem-estar, pelos processos de inovação, de clima e suporte à transformação empresarial, através da capacitação e mobilização.

Diretor Vice-Presidente de Regulação e Gestão de Energia

José Alves Mello Franco

Responsável pelos assuntos regulatórios do setor elétrico. Propõe estratégias de atuação ante alterações emanadas pelo órgão regulador, elaborando e conduzindo processos de reposicionamento tarifário, contratação de energia e adequação interna às normas regulamentares.

Diretor de Meio Ambiente e Relações Governamentais

Mario de Carvalho Rocha

Implanta e administra o sistema de gestão ambiental, conduz licenciamentos ambientais e as diretrizes de sustentabilidade. Mantém relacionamento com entidades governamentais.

As gerências vinculadas diretamente à presidência exercem as seguintes atividades:

Gerência de Planejamento Estratégico e Controle de Gestão – Maria Eliza Andrade de Castro Schottz: desenvolve e coordena o Planejamento Estratégico, acompanhando e controlando as despesas operacionais e os investimentos.

Gerência de Auditoria – Sylvia Dias Medina: responsável por examinar e avaliar a eficácia dos procedimentos e controles internos, a partir de uma análise de riscos de negócio, auditoria e operacionais, quanto aos aspectos econômico, financeiro, de gestão, organizacional, contábil e administrativo.



VISÃO, MISSÃO E VALORES

A Visão, a Missão e os Valores da Ampla servem como balizadores para garantir a sustentabilidade dos negócios. Eles foram definidos pelos executivos e líderes da empresa, no ano de 2004, no momento da idealização do Plano de Transformação, e vêm sendo consolidados e disseminados por toda a empresa por meio de diversas práticas e por extensa divulgação nos veículos internos de comunicação.

VISÃO

Ser a melhor empresa distribuidora e de soluções integradas, agregando valor a todos, a todo momento.

MISSÃO

Ser uma empresa de referência no Brasil para seus colaboradores, clientes e acionistas, promovendo o desenvolvimento e a participação de seus recursos humanos e criando soluções que agreguem valor. Ser, para seus acionistas, uma empresa rentável, que mantém sua responsabilidade corporativa, contribui com a comunidade e respeita o meio ambiente.

VALORES

Espírito de Equipe

Colaboradores e parceiros trabalhando comprometidos com um resultado comum, interagindo com outras pessoas e equipes na busca de soluções, atuando com funções bem definidas, compartilhando informações, conhecimento e privilegiando a tomada de decisão.

Foco nas Pessoas

Ser uma empresa que valoriza e se preocupa em ter, manter e desenvolver pessoas competentes, confiáveis, comprometidas e motivadas, fazendo-as atuar em funções compatíveis com suas competências e em um ambiente agradável, que promova a realização profissional e pessoal.

Foco no Cliente

Direcionar as ações e processos da empresa com o objetivo de conhecer e atender os clientes por meio de soluções competitivas, de qualidade, que antecipem e satisfaçam as necessidades de cada segmento, melhorando a percepção da sociedade em relação à imagem transmitida pela companhia.

Orientação ao Negócio

Promover o entendimento do negócio de forma a orientar as ações individuais e das equipes, de acordo com os objetivos estratégicos da empresa, agregando valor para os clientes, colaboradores e acionistas.

Criatividade e Inovação

Promover e implementar inovações de ruptura e melhorias contínuas em produtos, serviços e processos, buscando soluções simples, econômicas e criativas.

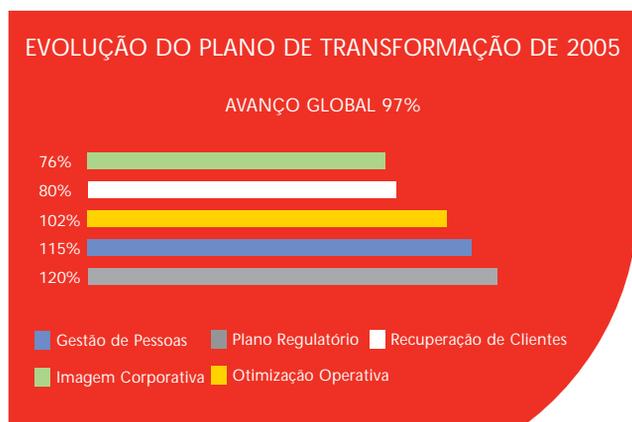
Conduta Ética

- Colaboradores e parceiros: atuar e exigir, em todas as relações de colaboradores e parceiros, profissionalismo, integridade moral, transparência, lealdade e respeito mútuo.
- Clientes: garantir a relação ética entre a empresa e os clientes, baseada no cumprimento dos direitos e deveres comuns.

PLANO DE TRANSFORMAÇÃO

Baseado em seus valores, o plano estratégico da empresa, chamado de Plano de Transformação, foi lançado no início de 2004 e vem mudando o perfil de atendimento ao cliente e a vida dos colaboradores da Ampla. O plano compreende cinco eixos, dos quais participam profissionais de todos os níveis hierárquicos e áreas da empresa, numa troca construtiva de informações e experiências, que contribuem para o enriquecimento e o rápido avanço do processo.

Os eixos se dividem em Gestão de Pessoas, Imagem Corporativa, Plano Regulatório, Otimização Operativa e Recuperação de Clientes, e todos contemplam metas claras, objetivas e integradas.



Gestão de Pessoas

Apóia o desenvolvimento e a imagem empresarial por meio das pessoas e da melhoria do ambiente de trabalho, investindo em talentos e preparando a sustentabilidade da companhia no que diz respeito aos funcionários. Em 2005, apresentou um recorde na pesquisa de clima laboral, com 84% de satisfação

geral. A Diretoria de Recursos Humanos, responsável pelo eixo, investiu em programas de treinamento e capacitação com a criação do Mapa de Carreira, do Espaço de Desenvolvimento de Pessoas e da Ouvidoria Interna.

Imagem Corporativa

Seu foco é criar ações para a construção de uma marca forte, que contribua com o crescimento da geração de receita da companhia. No ano passado, foram realizadas diversas atividades que mostraram com transparência o compromisso da Ampla com seus clientes e funcionários, além de terem sido desenvolvidos produtos específicos para suprir as necessidades de clientes residenciais e corporativos. Outra ação do eixo foi o investimento da Ampla no relacionamento com a comunidade por meio de projetos sociais.

Plano Regulatório

A maximização da margem regulatória e a adequação da capacidade de pagamento dos clientes de baixa renda são os principais objetivos do eixo. Em 2005, destacaram-se projetos aprovados pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), como: medição eletrônica para clientes residenciais, energia pré-paga e comercialização do produto Energia Mais, voltado para clientes corporativos.

Otimização Operativa

Promover ações de manutenção preventiva e de melhorias operacionais para garantir a qualidade do fornecimento, visando ao lucro e à geração de caixa, é a principal meta do eixo. Em 2005, foram obtidas conquistas, entre elas lucro líquido recorde de R\$ 126 milhões, criação dos Projetos Integrais, Força Ampla, Redesenhos de Cobrança, Novas Ligações e Atendimento de Emergência, reestruturação dos Pólos Operacionais e índice histórico de 12,9 de FEC (Frequência de Interrupções por Cliente – medido pela Aneel).

Recuperação de Clientes

Seu objetivo é reduzir as perdas de energia, a inadimplência e melhorar a eficiência das operações comerciais. Em 2005, o índice de perdas médias de energia foi reduzido de 22,8% para 22,1%. Grande parte deste significativo resultado se devem ao fato de 250 mil clientes terem sido conectados à Rede Ampla. Em termos financeiros, as ações do eixo geraram um acréscimo de R\$ 14 milhões na margem de compra e venda de energia e contribuíram para o ingresso de R\$ 33 milhões no caixa da Ampla. Este eixo também inclui, no relacionamento com a comunidade, a execução dos projetos sociais.

Grande parte dos indicadores dos eixos tem relação direta com um ou mais dos 7 Compromissos da Política de Desenvolvimento Sustentável da empresa, apresentada no capítulo 4 deste Relatório.

A comunicação sobre a evolução desses indicadores estratégicos da companhia é feita, para todos os funcionários, por meio de apresentações, informes via *e-mail*, cartazes, entre outros veículos de comunicação interna. A cada mês, o presidente Marcelo Llêvenes convida os funcionários e demonstra os resultados e novos desafios a serem superados por cada eixo, para um auditório sempre lotado. Esta apresentação é multiplicada pelos diretores nas áreas descentralizadas a fim de valorizar e tornar mais próximo o relacionamento com o público interno. Além de ser divulgada por meio de cartazes, boletins eletrônicos (Linha Direta) e disponibilizados na intranet da Ampla.

IDENTIFICAÇÃO DO MERCADO, DOS CLIENTES E FORNECEDORES DE ENERGIA



O mercado de distribuição de energia elétrica brasileiro é atendido por 64 concessionárias de serviços públicos: 17 estatais e 47 privadas. As concessionárias estatais estão sob o controle dos governos federal, estadual e municipal. São atendidas cerca de 54 milhões de unidades consumidoras, das quais 85% são consumidores residenciais, em mais de 99% dos municípios brasileiros.

A Ampla é uma das maiores empresas de distribuição de energia elétrica do País, com cerca de 2,5% e 27,8% do faturamento físico de energia nacional e estadual, respectivamente.

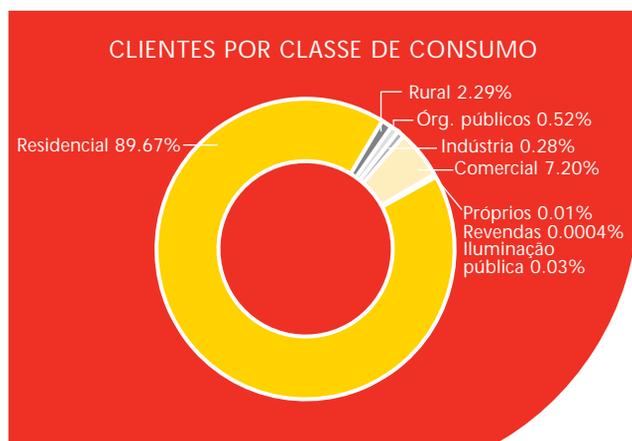
Para atender seus clientes, a Ampla compõe seu sistema elétrico da seguinte forma:

Transmissão – 2.309 km de linha de transmissão • 117 subestações • 223 transformadores de potência com 4.071 MVA de potência instalada. **Distribuição** – 43.203 km de rede de distribuição • 86.810 transformadores de distribuição.

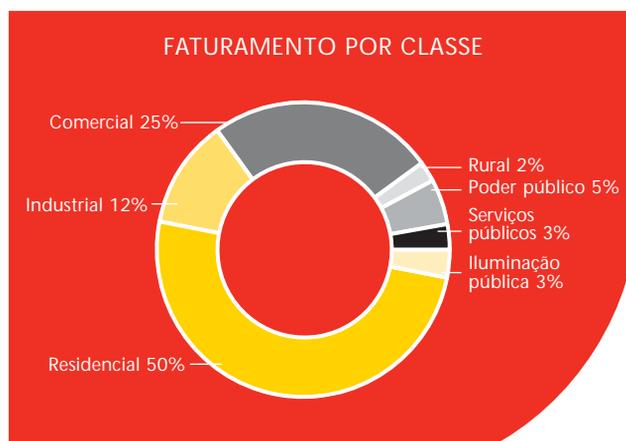
DADOS FÍSICOS – PÓLOS OPERACIONAIS

| REGIÃO | CLIENTES % | ÁREA % | TRANSFORMADORES % | REDE MT % | REDE BT % |
|-------------|-------------|-----------|-------------------|-----------|-----------|
| Noroeste | 170.964 8% | 9.027 28% | 19.329 22% | 7.901 29% | 1.399 9% |
| Campos | 208.956 10% | 6.012 18% | 10.081 12% | 4.089 15% | 1.847 12% |
| Macaé | 146.412 7% | 4.726 14% | 7.679 9% | 3.150 11% | 1.133 7% |
| Lagos | 263.209 12% | 2.003 6% | 10.317 12% | 2.432 9% | 2.386 15% |
| São Gonçalo | 461.488 22% | 2.288 7% | 12.983 15% | 2.592 9% | 2.599 16% |
| Centro | 272.659 13% | 504 2% | 6.049 7% | 1.293 5% | 1.708 11% |
| Magé | 221.739 10% | 1.897 6% | 7.032 8% | 1.692 6% | 1.745 11% |
| Sul | 162.250 8% | 3.691 11% | 5.454 6% | 1.857 7% | 1.315 9% |
| Serrana | 212.323 10% | 2.562 8% | 8.534 9% | 2.604 9% | 1.625 10% |

O número de clientes da Ampla, em dezembro de 2005, era de 2 milhões e 120 mil, que se dividem em oito classes de consumo: residencial, comercial, industrial, rural, órgãos públicos, iluminação pública, consumo próprio e revenda.



Fonte: Diretoria Comercial.



Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa.

A classe de consumo mais representativa é a residencial, formada por 89,67% dos clientes atendidos, seguida da comercial, que é representada por 7,2% dos clientes. O mercado de vendas de energia elétrica da Ampla obteve um faturamento de 7.128 GWh, em 2005, sendo 50% destinados ao atendimento de clientes residenciais, 25% à categoria comercial e 12% aos clientes industriais. Na classe residencial, mais de 914 mil clientes estão cadastrados como baixa renda, com consumo equivalente a 788,6 GWh em 2005.

PERFIL E ESTRUTURA DA AMPLA

Foram ingressados 102 mil novos clientes, em 2005, representando um aumento de 5% em relação a 2004. O volume de energia vendido caiu 2% em relação a 2004 pela saída de consumidores livres, que foi compensada pelo incremento de receita proveniente do transporte de energia devendo ser ressaltado que, em relação a 2004, o faturamento da empresa apresentou um incremento de 7,2%.

NÚMERO DE CLIENTES FATURADOS



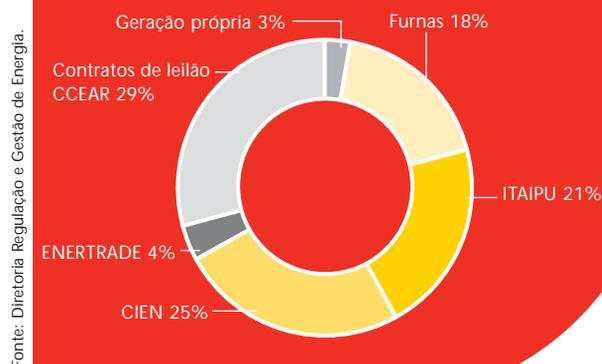
VENDA DE ENERGIA GWh



Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa.

Dos cerca de 870 GWh/mês de energia distribuídos pela Ampla, 3% são gerados pela própria empresa e os 97% restantes vêm, principalmente, de Furnas Centrais Elétricas, da Companhia de Interconexão Energética (Cien), da Itaipu Binacional e da compra em leilões de energia. A compra de energia da Ampla, em 2005, foi de 9.871 GWh. A divisão por seus principais fornecedores de energia foi a seguinte:

COMPRA DE ENERGIA – POR SUPRIDOR



Fonte: Diretoria Regulação e Gestão de Energia.

MODERNIZAÇÃO DA REDE E EVOLUÇÃO DOS RESULTADOS

A Ampla vem implementando, ao longo dos últimos nove anos, importantes melhorias nos sistemas técnico e comercial, visando aprimorar os serviços prestados nos 66 municípios da área de concessão. Desde 1997, a companhia investiu cerca de R\$ 2 bilhões para garantir a qualidade do fornecimento de energia e a satisfação de seus 2.120 mil clientes.

INVESTIMENTO (R\$ MILHÕES)



Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa.

Desde a privatização, a rede de distribuição da Ampla deu um salto tecnológico, com a automação de 114 das 117 subestações (Projeto Smart) e o gerenciamento da rede de distribuição pelo Centro de Operação de Sistemas – COS (Projeto Gedis). A base para o desenvolvimento desses projetos foi a criação de um anel de fibra óptica de 1.200 quilômetros de extensão, garantindo a integração da área de concessão.

Atualmente, 96% das subestações da Ampla são monitoradas e operadas em tempo real, diretamente do COS, em Niterói. Para tal, foram feitas fotografias aéreas detalhadas de toda a região de concessão da distribuidora. Este material foi digitalizado e, a partir dele, elaborado um mapeamento cartográfico. O banco de dados contém imagens de ruas, casas, rios, morros e demais acidentes geográficos, além de todos os componentes da rede elétrica, como chaves, transformadores e postes. Este conjunto de informações permite aos operadores chegar, de forma imediata, a cada cliente, agilizando as ações de manutenção e reparo da rede elétrica.

Estes investimentos permitiram a melhoria dos índices que medem a eficiência no fornecimento de energia. O DEC (Duração Equivalente por Cliente) caiu de 48 horas/ano, verificadas em 1997, para 18,4 horas/ano em 2005. A queda acentuada repetiu-se no FEC (Frequência Equivalente por Cliente), que passou de 40,9 interrupções/ano, registradas em 1997, para 12,9 interrupções/ano em 2005.

PRINCIPAIS INDICADORES DE RESULTADOS

AMPLA ENERGIA E SERVIÇOS S.A.

| INDICADORES | 2003 | 2004 | 2005 |
|-----------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| ECONÔMICO-FINANCEIROS (R\$ MIL) | | | |
| Receita Operacional Bruta | 2.271.566 | 2.580.760 | 3.086.73 |
| Receita Operacional Líquida | 1.538.346 | 1.760.586 | 2.146.39 |
| EBITDA | 391.943 | 458.354 | 577.132 |
| Lucro (Prejuízo) Líquido | (75.376) | 33.183 | 126.164 |
| Patrimônio Líquido | 352.470 | 1.297.954 | 1.291.260 |
| Valor Patrimonial por Lote de Mil Ações | (0,03) | 0,01 | 0,03 |
| Ativo Total | 4.128.018 | 4.504.071 | 4.142.898 |
| Passivo Total | 3.775.548 | 3.206.117 | 2.851.638 |
| Investimentos | 189.924 | 245.628 | 405.568 |
| COMERCIAIS | | | |
| Número de Clientes Ativos | 1.905.202 | 2.115.403 | 2.120.251 |
| Energia Faturada (GWh) | 7,39 | 7,292 | 7,128 |
| OPERACIONAIS | | | |
| Número de Empregados | 1.517 | 1.408 | 1.326 |
| Número de Terceirizados | 6.170 | 5.614 | 6.030 |
| Consumidores por Empregado | 1.256 | 1.502 | 1.599 |
| Energia Vendida por Empregado (MWh) | 4.877 | 5.179 | 5.376 |
| Perdas de Energia (%) | 23,6 | 22,8 | 22,1 |
| DEC (horas) | 22,2 | 19,5 | 18,4* |
| FEC (quantidade) | 17,0 | 14,2 | 12,9* |

* Indicadores desconsiderando os eventos externos à rede de distribuição da Ampla e, portanto, não gerenciáveis pela empresa.

Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa





UM MODELO DE NEGÓCIO
COMPROMETIDO COM O FUTURO

O que significa Desenvolvimento Sustentável em Distribuição de Energia Elétrica?

Desenvolvimento sustentável é um termo assinado pelas Nações Unidas, em 1986, com a finalidade de definir modelos de desenvolvimento que satisfaçam as necessidades das gerações atuais, sem pôr em risco o futuro das gerações.

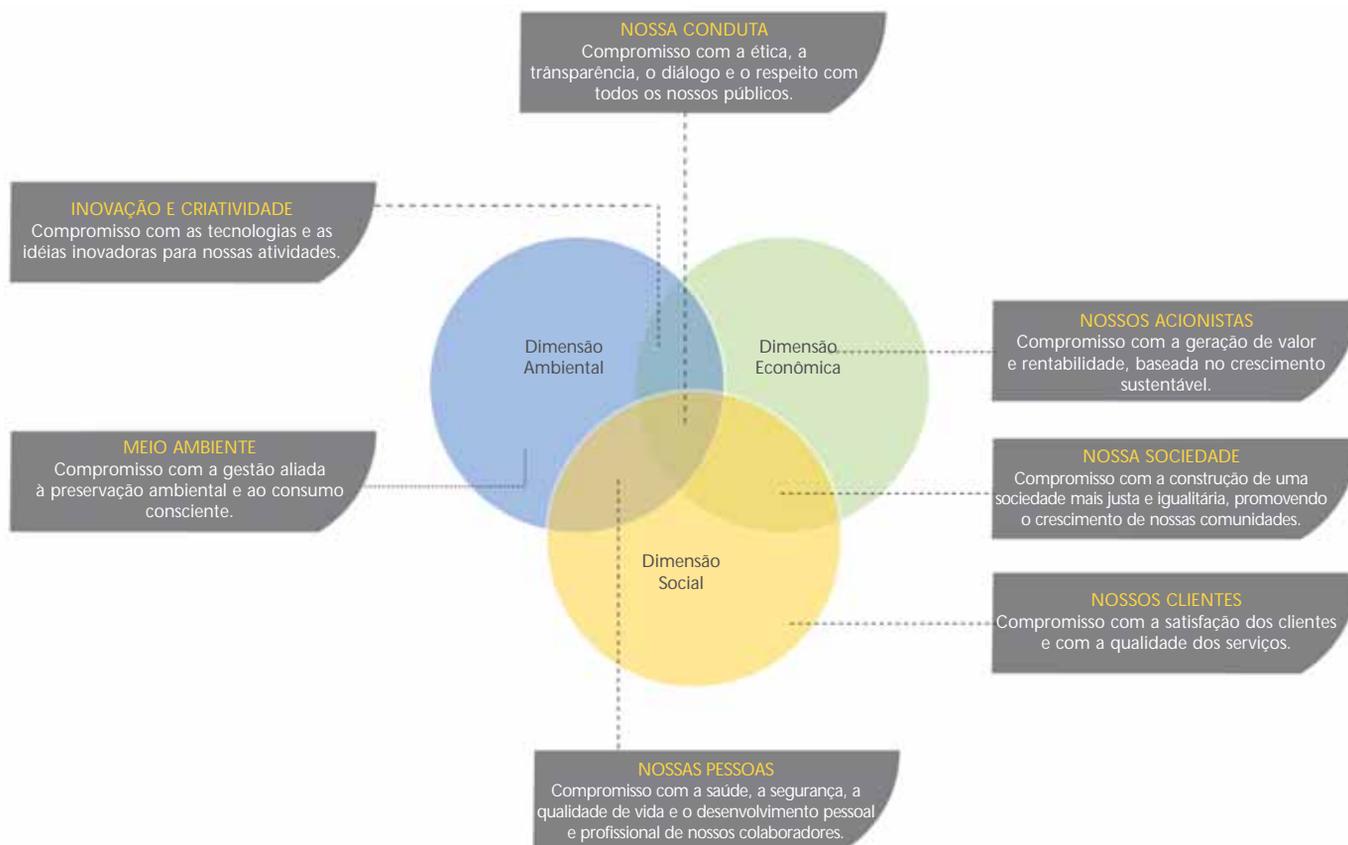
Desenvolvimento sustentável para o negócio da distribuição de energia elétrica significa crescimento, tendo em conta a responsabilidade social nas comunidades da área de atuação. Ele se dá no emprego eficiente dos recursos, de forma que o impacto sobre o meio ambiente seja aceitável, e na criação de riqueza para aqueles que nela investem, trabalham ou são atendidos por seus serviços.

POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE DA AMPLA – COMPROMISSO COM O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A meta da Ampla é fornecer para seus clientes um serviço de qualidade, baseado em procedimentos responsáveis e eficientes, proporcionando a rentabilidade aos acionistas, fomentando a capacitação profissional dos funcionários, contribuindo para o desenvolvimento das comunidades nas quais a empresa opera e utilizando, de forma sustentável, os recursos naturais necessários para a distribuição de energia.

A empresa é consciente de que o fortalecimento do posicionamento no futuro não acontecerá sem o cumprimento equilibrado de sua responsabilidade nos âmbitos econômico, social e ambiental.

7 COMPROMISSOS PARA UM DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



Para tal, foram estabelecidos 7 Compromissos, que fundamentam o comportamento da empresa para um desenvolvimento sustentável. Estes compromissos, que formam a Política de Sustentabilidade da Ampla, se encontram plenamente integrados ao cotidiano da empresa e ficam submetidos permanentemente a revisões por parte do corpo diretivo e de todos aqueles que participam de sua aplicação. O detalhamento de cada compromisso e de todas as ações da empresa realizadas para seu cumprimento estão no capítulo 4 – Cumprimento dos Compromissos da Ampla.

A Política de Sustentabilidade da Ampla foi aprovada pelo Comitê Executivo de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável da empresa – composto por seu corpo diretivo – em dezembro de 2005. Esta iniciativa está totalmente

integrada à Política de Sustentabilidade Corporativa, também formada por 7 Compromissos por um Desenvolvimento Sustentável, que foi aprovada, em dezembro de 2003, pelo Comitê de Direção da Endesa, e pela Junta de Acionistas da companhia no ano de 2004.

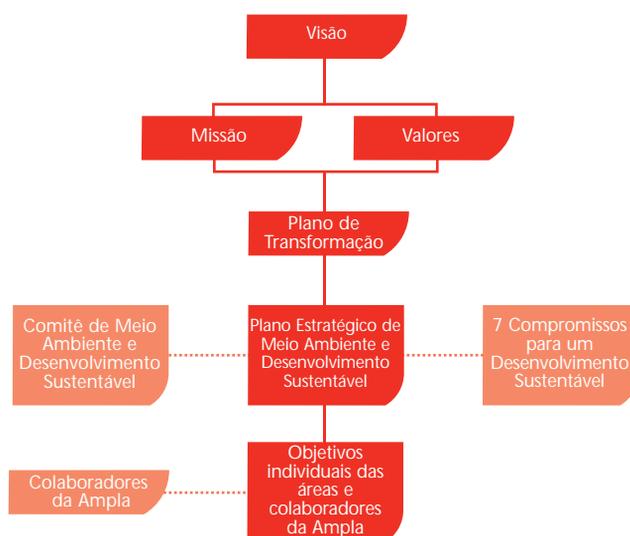
Para a disseminação da Política de Sustentabilidade, foi lançada no auditório do edifício-sede da empresa a campanha “Conto Contigo para um Desenvolvimento Sustentável”. Nesse dia, foram apresentados aos colaboradores, juntamente com a presença de todos os diretores da companhia, os 7 Compromissos para um Desenvolvimento Sustentável, relacionados no quadro abaixo. A campanha incluiu um guia impresso e um bottom, entregues a todos os funcionários da Ampla, além de cartazes nos prédios da empresa.





A ESTRATÉGIA DA AMPLA PARA UM DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A estratégia de sustentabilidade da Ampla é incorporada por meio de atividades que levam em conta os compromissos do ponto de vista ambiental, social e econômico. Esta estratégia vem desde a visão, a missão e os valores da companhia, integrando os conceitos do Plano Estratégico, chamado de Plano de Transformação; a definição da Política de Sustentabilidade, por meio dos 7 Compromissos para um Desenvolvimento Sustentável; e é reforçado pelo estabelecimento de um Plano Estratégico de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável.



PLANO ESTRATÉGICO DE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O Plano Estratégico de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável da Ampla teve sua partida na IV Oficina de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável de Distribuição Regional, celebrada no Rio de Janeiro de 18 a 20 de abril de 2005. Ao final de dezembro, o plano foi concluído, fruto de um trabalho coordenado por colaboradores de diversas áreas da empresa, que aportaram seu conhecimento, experiência e informação com a finalidade de atender às novas necessidades da Ampla.

Os principais objetivos da Ampla com este plano estão representados no quadro abaixo.



OS OBJETIVOS E PROGRAMAS CORPORATIVOS PARA A APLICAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO

| OBJETIVOS | PROGRAMAS CORPORATIVOS | PROGRAMAS ESPECÍFICOS |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>OBJETIVO 1: avaliar as tendências no âmbito do desenvolvimento sustentável, os requerimentos normativos ambientais emergentes e gerenciar adequadamente as oportunidades derivadas de sua aplicação.</p> | <p>Integração dos princípios de sustentabilidade na gestão</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Criação da Política de Sustentabilidade da Ampla • Criação de uma organização na Ampla focada no meio ambiente e no desenvolvimento sustentável • Realização do Programa Estratégico de Sustentabilidade da Ampla 2005-2007 • Desenvolvimento dos compromissos assumidos pela adesão ao Pacto Global |
| <p>OBJETIVO 2: promover a criação de valor sustentável mediante um melhor relacionamento com a sociedade, promovendo uma política ativa de desenvolvimento das comunidades em nossa área de concessão, dedicando especial atenção aos acionistas, clientes, colaboradores, reguladores, fornecedores e parceiros.</p> | <p>Câmbio Climático</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Melhorias na eficiência energética • Programas de gestão de demanda • Participação na busca de projetos de Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL) |
| <p>OBJETIVO 3: valorizar as variáveis ambientais e sociais na gestão empresarial que corresponda a sua importância estratégica.</p> | <p>Implantação de sistemas de gestão ambiental</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Implantação da Norma ISO 14001 • Elaboração de procedimentos e normas corporativas de gestão ambiental • Comunicação ambiental • Formação ambiental de gestores • Controle de gestão ambiental para fornecedores |
| <p>OBJETIVO 4: pôr em prática os programas, os ativos e os prazos da companhia, antecipando de forma proativa as necessidades da sociedade, promovendo especialmente a eficiência no emprego dos recursos e o compromisso com a sociedade.</p> | <p>Gestão integral de resíduos e solos contaminados</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Normas para a gestão de resíduos • Controle da Presença de Bifenilas Policloradas (PCB) • Realização de contratos para gerenciamento dos resíduos e outras atuações • Gerenciamento de solos contaminados • Indicadores ambientais de desempenho da gestão |
| <p>OBJETIVO 5: reforçar a liderança e a credibilidade da companhia em matéria ambiental e de desenvolvimento sustentável.</p> | <p>Controle e segmento de indicadores de gestão</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento e aplicação de indicadores de sustentabilidade, como Ethos/AbraDee e novos • Elaboração de relatórios periódicos • Relatório Anual de Sustentabilidade, segundo o GRI |
| <p>OBJETIVO 6: assegurar a vivência e a criação de valor ao negócio a longo prazo.</p> | <p>Biodiversidade, gestão e controle dos recursos naturais</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativas de conservação da biodiversidade • Planejamento de atuações destinadas à conservação da biodiversidade |

ESTRUTURA INTERNA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Para acompanhar a gestão e o cumprimento da Estratégia de Sustentabilidade da Ampla, a empresa criou, no final de 2005, a Diretoria de Meio Ambiente e Relações Governamentais e o Comitê Executivo de Meio Ambiente e Sustentabilidade, que são apoiados por dois Comitês Operativos – Comitê Operativo Ambiental e Comitê Operativo de Desenvolvimento Sustentável.

Comitê Executivo de Meio Ambiente e Sustentabilidade

O Comitê Executivo de Meio Ambiente e Sustentabilidade, presidido pelo presidente da Ampla, é responsável por definir o planejamento do desenvolvimento sustentável, incorporando as variáveis econômicas, sociais e ambientais nas tomadas de decisões empresariais.

MEMBROS DO COMITÊ EXECUTIVO

Presidente: Diretor-Presidente da Ampla
Membros:

- Diretor de Meio Ambiente e Relações Governamentais
- Diretor de Relações Institucionais e Comunicação
- Diretora de Recursos Humanos
- Diretora Jurídica
- Diretor de Regulação e Gestão de Energia
- Diretor Financeiro e Administrativo
- Diretor Comercial
- Diretor Técnico
- Gerente de Planejamento e Controle
- Gerente de Auditoria

Secretário do Comitê: Diretor de Meio Ambiente e Relações Governamentais

Entre as principais funções do comitê estão:

- aprovar e acompanhar o Plano Estratégico de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável;
- analisar, acompanhar e aprovar as políticas e estratégias no âmbito do desenvolvimento sustentável;
- impulsionar as atividades relacionadas com a estratégia empresarial de Câmbio Climático;
- aprovar as atividades de comunicação e o Relatório de Sustentabilidade da companhia.

Comitê Operativo Ambiental

Este comitê, formado por 26 representantes de todas as áreas da companhia, é responsável diretamente pela implantação da certificação ambiental da empresa, em suas unidades administrativas e operativas, na ISO 14001. Em julho de 2005, o Comitê Operativo Ambiental teve sua primeira formação, que foi incorporada ao grupo atual, após a inclusão de novos membros e a redefinição de funções em virtude da aprovação da Política de Sustentabilidade. Este comitê é coordenado pela Diretoria de Meio Ambiente e Relações Governamentais.

Tem como principais funções:

- reconhecer e gerenciar os impactos ambientais do negócio;
- implantar e coordenar o sistema de gestão ambiental em todas as áreas da empresa;
- elaborar procedimentos e documentações visando atender aos requisitos da Norma ISO 14001;
- verificar a implementação do sistema de gestão ambiental por meio de auditorias internas.

Comitê Operativo de Desenvolvimento Sustentável

Este comitê foi formado, inicialmente, com base no Grupo de Trabalho de Responsabilidade Social da Ampla, que existe desde 2004. Representado por 30 profissionais de todas as diretorias e áreas da empresa, foi criado para apoiar a gestão empresarial a partir dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Corporativa e a elaboração do Balanço Social e do Relatório de Sustentabilidade. Estes indicadores acompanhados contemplam temas específicos sobre o setor elétrico e foram definidos pelo Instituto Ethos em parceria com a Abradee – Associação Brasileira de Distribuição de Energia.

Após a definição da Política de Sustentabilidade da Ampla no final de 2005, o comitê está sendo reestruturado, e coordenado pela Diretoria de Meio Ambiente e Relações Governamentais, com o apoio da área de Responsabilidade Social da Ampla.

Suas principais funções são:

- implementar o Plano Estratégico de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável da Ampla;
- desenhar e implementar o acompanhamento do Programa Estratégico de Sustentabilidade 2005-2007;
- estudar e desenvolver novas ações que agreguem valor à gestão sustentável;
- controlar e acompanhar os indicadores Ethos/Abradee e outros indicadores pertinentes, atuando sobre sua evolução;
- fomentar a cooperação entre as diferentes áreas participantes.

Diretoria de Meio Ambiente e Relações Governamentais

Criada em novembro de 2005, atendendo à estratégia de sustentabilidade do Grupo Endesa e da Ampla, a nova Diretoria de Meio Ambiente e Relações Governamentais é responsável por implantar e administrar o sistema de gestão ambiental e as diretrizes de sustentabilidade, assumindo a secretaria do Comitê Executivo de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável. Como função anterior, continua a manter relacionamento com entidades governamentais.

Dentro dos temas voltados para a sustentabilidade, suas principais funções são:

- propor as políticas e estratégias ambientais e de sustentabilidade da companhia, dentro das diretrizes do Pacto Global, do Câmbio Climático, do sistema de gestão ambiental e da preservação da biodiversidade;
- interagir com a Administração e outras partes interessadas nos assuntos ambientais e de desenvolvimento sustentável;
- coordenar com as áreas implicadas as atividades ambientais e de desenvolvimento sustentável na empresa;
- desenhar os planos mais adequados para cumprir os mandatos do Comitê de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável.



ADESÃO AO PACTO GLOBAL DAS NAÇÕES UNIDAS

A Ampla aderiu, no dia 30 de março de 2005, ao Pacto Global das Nações Unidas. Com esta atitude, a companhia assumiu o compromisso de adotar, apoiar e difundir progressivamente os dez princípios do Pacto Global relacionados com a proteção dos direitos humanos; dos direitos trabalhistas; a preservação do meio ambiente e a aplicação de práticas contra a corrupção. A iniciativa das Organizações das Nações Unidas visa favorecer o desenvolvimento da responsabilidade social empresarial e do desenvolvimento sustentável em todo o mundo.

Para a Ampla, a adesão ao Pacto Global favorece a percepção da imagem da empresa pelos grupos, instituições e organizações sociais com os quais ela se relaciona, bem como pelos fundos de investimento sustentável e as agências que elaboram *ratings* de sustentabilidade. A adoção dos princípios contribui ainda para criar um amigável clima de diálogo e colaboração entre os agentes sociais e permite compartilhar experiências com outras empresas ativas neste campo, pois está fundamentada num órgão de excelência internacional, a ONU.

O Pacto Global foi anunciado pelo Secretário Geral da ONU, Kofi Annan, no Fórum Econômico de Davos, em janeiro de 1999, e iniciado formalmente em junho de 2000. Já no ano de 2002, a Endesa assinou sua adesão ao Pacto. Posteriormente, todas as empresas do Grupo Endesa no mundo foram se unindo a sua ratificação. Esta adesão foi realizada simultaneamente por todas as empresas do grupo espanhol no Brasil, em março de 2005. Além da Ampla, são signatárias do documento a distribuidora

Coelce, as geradoras Endesa Cachoeira e Endesa Fortaleza e a comercializadora e transportadora Endesa Cien. Estas pertencem a um seleto grupo de 210 empresas brasileiras que já adotaram esses princípios.



Os 10 princípios básicos universais do Pacto Global:

Princípios de Direitos Humanos

1. Respeitar e proteger os direitos humanos.
2. Impedir violações de direitos humanos.

Princípios de Direitos do Trabalho

3. Apoiar a liberdade de associação no trabalho.
4. Abolir o trabalho forçado.
5. Abolir o trabalho infantil.
6. Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho.

Princípios de Proteção Ambiental

7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.
8. Promover a responsabilidade ambiental.
9. Encorajar tecnologias que não agridam o meio ambiente.

Princípios contra a Corrupção

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

Práticas de Disseminação e Cumprimento

Para disseminação da adesão da Ampla e cumprimento dos princípios do Pacto Global para nossas partes interessadas foram realizadas as seguintes ações:

- veiculação de anúncio em jornais de grande circulação;
- veiculação de anúncio nas contas de energia dos grandes clientes;
- envio de Linha Direta (*e-mail*) e Informativo Acontece (jornal impresso) para todos os colaboradores da empresa;
- envio de Boletim Digital (*e-mail*) para formadores de opinião;
- divulgação para diversos fornecedores de serviços e materiais durante o I Encontro de Fornecedores da Ampla;
- inclusão de princípios em cláusulas contratuais com fornecedores;
- inclusão de princípios no novo Código de Conduta, que é seguido pelos colaboradores da empresa, fornecedores e divulgado para todas as partes interessadas, via Internet.

Utilizando os indicadores do Global Reporting Initiative, a Ampla apresenta outras formas de cumprimento dos princípios do Pacto. Estes estão citados no Anexo 1, na apresentação dos indicadores GRI relacionados ao Pacto Global.

APOIO ÀS METAS DO MILÊNIO

Um indicador importante de adesão ao Pacto Global é contribuir ativamente para a realização dos Oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODMs), seguindo as diretrizes do PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, órgão responsável por sua articulação no País.



Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, também conhecidos como Metas do Milênio, são um conjunto de 8 macroobjetivos a serem atingidos pelos países até o ano de 2015, por meio de ações concretas dos governos e da sociedade. O Brasil, em conjunto com 191 países membros da ONU, assinou o pacto e estabeleceu um compromisso compartilhado com a sustentabilidade do planeta. Este pacto foi constituído por meio da aprovação pelas Nações Unidas, em setembro de 2000, da Declaração do Milênio.

A Ampla assume sua responsabilidade e, embora trabalhando a disseminação e a prática de todas as metas, elege duas para fundamentar suas ações – educação básica de qualidade para todos e qualidade de vida e respeito ao meio ambiente. A empresa entende que uma sociedade só é sustentável sendo construída com base na educação de seus cidadãos e na preservação do meio ambiente e contribuir para as Metas do Milênio viabiliza esta construção.

A união desses objetivos traçou seu posicionamento estratégico de responsabilidade social – a formação de cidadãos conscientes, que também faz parte de sua Política de Sustentabilidade. Os projetos da empresa estão sendo desenhados para desenvolver no indivíduo – incluindo aí seus funcionários, fornecedores e clientes –

um olhar consciente sobre suas práticas. Ações cotidianas que trazem reflexos decisivos para sua vida, comunidade, sociedade e o planeta. A empresa acredita que, ao adquirir esta visão crítica, as comunidades contribuem para a preservação ambiental, melhoram sua qualidade de vida e exercitam sua cidadania. As práticas da empresa relacionadas à Educação para o Consumo Consciente serão detalhadas no Compromisso com a Sociedade e no Compromisso com o Meio Ambiente.

Além de os objetivos estarem relacionados a sua estratégia, a Ampla foi apoiadora da Semana Nacional pela Cidadania e Solidariedade, que aconteceu de 8 a 14 de agosto de 2005 e foi coordenada pelo Movimento Nacional pela Cidadania e Solidariedade. A Semana Nacional pela Cidadania e Solidariedade é uma semana de informação, conscientização e mobilização, que se propõe a organizar uma agenda unificada do Movimento, com a realização dos mais diferentes eventos e atividades, e ainda promover um balanço da sociedade e dos governos quanto ao compromisso e ao atingimento dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio.

Este apoio da Ampla para a Semana Nacional pela Cidadania e Solidariedade se deu por meio de:

- Realização do seminário Como Sua Empresa Pode Apoiar os Objetivos do Milênio, voltado para as empresas associadas do Instituto Ethos no Rio de Janeiro, seus fornecedores, parceiros, convidados e empresários do Estado. Neste encontro, Caio Magri, gerente de políticas públicas do Instituto Ethos, discutiu a importância deste movimento e Firjan, Petrobras, LAMSA, Minasgás e Ampla compartilharam suas práticas empresariais para atingir as Metas do Milênio. O evento foi no auditório do prédio-

sede da Ampla, em Niterói, no dia 11 de agosto de 2005.

- Inclusão de um anúncio da campanha “Nós Podemos”, criado para a Semana Nacional pela Cidadania e Solidariedade, em todas as contas de luz da Ampla, durante o mês de agosto, totalizando cerca de 2 milhões de impressos.

- Inclusão de um anúncio, adaptado para o público de professores da campanha “Nós Podemos”, dentro da publicação do projeto Leitura Ampla. O anúncio, intitulado “Da sala de aula você pode mudar o mundo” apresenta as Metas aos educadores e incentiva-os na mobilização de seus alunos, suas escolas e sua comunidade. Com a tiragem de 10.000 exemplares, esta revista – de 210 páginas – foi distribuída para todos os professores da rede pública de ensino dos municípios de Duque de Caxias, Itaboraí, Niterói e São Gonçalo, beneficiados pelo projeto. Foi produzida para oferecer aos professores materiais de pesquisa, contendo textos de renomados autores, como Marina Colasanti, Alcione Araújo, Affonso Romano de Sant’anna, Amyr Klink, Machado de Assis, Ricardo Cravo Albin, Hélio Mattar, entre outros. Mais detalhes sobre este projeto estão apresentados no Compromisso com a Sociedade.



Conta de Luz



Professores no programa Leitura Ampla, em São Gonçalo

AMPLA E SUAS PARTES INTERESSADAS

| | |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Acionistas e Investidores | Endesa Brasil S.A. Enersis Internacional Chilectra Inversud S.A. Chilectra S.A. Electricidade de Portugal Intern. SGPS S.A. Outros |
| Clientes | 2.120 mil clientes, divididos em oito classes de consumo: residencial, comercial, industrial, rural, órgãos públicos, iluminação pública, consumo próprio e revenda |
| Fornecedores | 370 empresas fornecedoras de materiais 300 empresas fornecedoras de serviços |
| Colaboradores (funcionários, parceiros e estagiários) e Representantes | 1.326 funcionários 6.030 parceiros 79 estagiários 3 sindicatos |
| Órgãos e Programas Públicos | Ministério de Minas e Energia Aneel – Agência Nacional de Energia Elétrica Governo do Estado do Rio de Janeiro Secretarias Estaduais Assembléia Legislativa e Câmaras Municipais Prefeituras Secretarias Municipais Órgãos Judiciários Inmetro – Instituto Nacional de Normalização e Qualidade Industrial Ipem – Instituto de Pesos e Medidas, do Rio de Janeiro Feema – Fundação Estadual de Engenharia do Meio Ambiente Ibama – Instituto Brasileiro do Meio Ambiente IEF – Fundação Instituto Estadual de Florestas Serla – Fundação Superintendência Estadual de Rios e Lagoas Programa Baixa Renda Programa Luz para Todos Programa de Universalização |

Organizações Sociais e Ambientais

Associações de moradores
Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Emater – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado do Rio de Janeiro
Universidades federais e estaduais, públicas e privadas e centros de pesquisa
ONGs parceiras – Fundação Casa Amarela, Estruturar, Leia Brasil e Centro de Promoção da Saúde (Cedaps)

Membros de Associações Empresariais e Organizações

Abradee – Associação Brasileira de Distribuidoras de Energia Elétrica
ABCE – Associação Brasileira das Concessionárias de Energia
Núcleo Social da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN/Senai
Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Instituto Akatu pelo Consumo Consciente
Grupo de Trabalho Ethos para ISO 26000
Pacto Global das Nações Unidas

Meios de Comunicação

Rádios
Revistas
Jornais
Televisão
Canais de notícias na Internet



Antônio Teixeira, técnico de Macaé

CANAIS DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

A Ampla disponibiliza diversos canais de comunicação, gerais e específicos, para se relacionar com suas partes interessadas:

| Partes Interessadas | Canais de Relacionamento | Canais Gerais |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Acionistas e investidores | <ul style="list-style-type: none">• Área de Relações com Acionistas• Reuniões e videoconferências• Assembléias Gerais, Ordinárias e Extraordinárias | <ul style="list-style-type: none">• Relatórios Financeiro e Social• <i>Site</i> www.ampla.com• Mídia espontânea/matérias e entrevistas na imprensa• Informes• Boletins digitais• Campanhas publicitárias (<i>outdoors</i>, <i>busdoors</i>, anúncios em emissoras de TV, rádio, etc.)• Informações nas contas de energia |
| Clientes | <ul style="list-style-type: none">• Central de Relacionamento (Call Center) para clientes residenciais (0800 28 00 120)• Central de Relacionamento (Call Center) exclusivo para clientes corporativos (0800 2802 375)• Central de Relacionamento (Call Center) para chamadas provenientes de celulares – DDD 22/24, 9090 8813 6000 e demais localidades 9090 8613 6000• <i>Chat on line</i> (24 horas)• Agência Virtual• Agências e postos de atendimento avançados (em estabelecimentos e comunidades)• Celulares (SMS)• Ampla Móvel (veículo que percorre localidades)• Ouvidoria externa• Conselho de Consumidores• Expressinho (unidades de atendimento em Juizados Especiais Cíveis)• Programa Ampla de Portas Abertas• Visitas e reuniões com clientes corporativos• Pesquisas de satisfação da Abradee, IASC e de universidades• Defensoria do Cliente | |
| Fornecedores | <ul style="list-style-type: none">• Encontro com fornecedores• Grupos de trabalho com fornecedores de materiais e serviços | |

Partes Interessadas

Colaboradores (funcionários, parceiros e estagiários) e Representantes

Canais de Relacionamento

- *Chat* interno com executivos
- Saiba Mais
- Cartazes
- Linhas Diretas
- Manuais – Código de Conduta e Conto Contigo
- Programa Diálogo
- Jornal Acontece
- Fato Relevante (Informativo via *e-mail*)
- Encontros de Diretivos
- Conversa com o Presidente
- Reuniões de diretorias, gerências e líderes de processo
- Apresentações do Plano de Transformação
- Ouvidoria Interna
- Comunicados e reuniões com sindicatos
- Pesquisa ILO Interno – Clima Laboral
- Reuniões com a CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes)
- Programa Ampliando Valores
- Programa Orientação ao Negócio
- Programa Parceria sem Fronteiras
- Campanhas internas

Canais Gerais

- Relatórios Financeiro e Social
- Site www.ampla.com
- Mídia espontânea/matérias e entrevistas na imprensa
- Informes
- Boletins digitais
- Campanhas publicitárias (*outdoors, busdoors*, anúncios em emissoras de TV, rádio, etc.)
- Informações nas contas de energia

Órgãos e Programas Públicos

- Relatórios, comunicados, reuniões e eventos com órgãos e programas públicos
- Pesquisa ILO Externo – Líderes de Opinião
- Encontros com prefeitos

Organizações Sociais e Ambientais e Associações

- Reuniões das associações
- Projetos sociais

Meios de Comunicação

- Comunicados e coletivas para a imprensa
- Pesquisa ILO Externo – Líderes de Opinião
- Envio de *releases*/notas a para a imprensa
- Entrevistas

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

A política de comunicação da Ampla exerceu, em 2005, papel fundamental no apoio à consolidação do Plano de Transformação, que chega a seu segundo ano com avanços significativos. Sua estratégia é difundir informações, mobilizar colaboradores e parceiros, além de incentivar a criação de uma cultura de inovação e relacionamento com o cliente para alcançar resultados.

Fonte: Pesquisa de Líderes de Opinião Interna da Endesa.



Fonte: Pesquisa de Líderes de Opinião Interna da Endesa.



O trabalho desenvolvido pela Comunicação Interna, ao longo desse processo, foi eleito o melhor de todas as empresas do Grupo Endesa, destacando-se as campanhas e divulgações relacionadas aos temas de Recursos Humanos. No *ranking*

das empresas controladas pela Endesa, a Ampla ficou dez pontos acima da segunda colocada. Além dessa pesquisa, o grupo realiza anualmente uma pesquisa entre os líderes de opinião internos da empresa, que mostra o avanço concreto do papel da Comunicação.

Externamente, a companhia elevou em 25% o número de matérias positivas em relação a 2004. As matérias positivas somadas às neutras totalizaram 75% do total de reportagens publicadas ao longo do ano de 2005, nos mais diversos veículos locais, regionais e nacionais. A Comunicação Externa também atuou fortemente no gerenciamento de crises com relação a temas polêmicos, como a implantação da Medição Eletrônica e o combate ao furto de energia. Este trabalho contribuiu para levar a sociedade a debater assuntos de cunho social, incentivando órgãos como a Associação Brasileira de Distribuidoras de Energia (Abradee) e a própria Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) a criarem políticas de comunicação específicas para a conscientização da população brasileira sobre esses problemas.

O ILO Externo (Indicador de Líder de Opinião) é uma pesquisa aplicada pela Ampla desde 2002 com formadores de opinião da área de negócios, políticos e jornalistas. São 60 entrevistas colhidas por uma empresa independente, sem qualquer interferência da Ampla, e que tem como objetivo, entre outras coisas, identificar a percepção sobre nossa qualidade de serviço prestado, investimentos em novas tecnologias e no entorno, além da imagem da empresa. Em 2005, a Ampla alcançou um índice de 7,3% superior aos 6,9% de 2004.

Outro importante foco foi dado à divulgação dos eventos e projetos voltados para a comunidade. O Leitura Ampla, a 1ª Bienal de Leitura de São Gonçalo e o SuperAção, só para citar alguns exemplos, ganharam destaque na mídia.

CUMPRIMENTO DOS COMPROMISSOS DA AMPLA





Colaboradores no edifício-sede, Niterói

CLIENTES

Compromisso com a satisfação dos clientes e com a qualidade dos serviços

O objetivo da Ampla é a busca permanente de excelência no atendimento às necessidades de seus clientes e no relacionamento com eles.

A empresa é consciente de ser fornecedora de um bem essencial para o desenvolvimento social e econômico das comunidades em que está presente. É responsabilidade da Ampla ser cada dia mais eficaz. A organização está atenta e em permanente contato com seu mercado, conhecendo melhor seus clientes, com o objetivo de oferecer soluções sólidas e adaptadas a suas necessidades.

Por isso, a Ampla assume o compromisso de prestar serviços que apresentem elevado nível de qualidade, segurança e confiabilidade.





Espaço do Cliente, Niterói

A empresa tem como estratégia comercial estar mais próxima do cliente, ouvindo suas expectativas e procurando atendê-las, sempre por meio de canais de relacionamento que busquem uma maior interatividade entre a empresa e os públicos por ela atendidos. A Ampla também procura oferecer um fornecimento de energia eficiente, com produtos e serviços que tragam mais conforto e qualidade de vida para seus clientes.

ATENDIMENTO

Agências Comerciais e Pontos de Serviços

A Ampla possui 51 agências comerciais e 33 pontos de serviços, atendendo a 100% da área de concessão da empresa. Em 2005, foram realizados 1.230.928 atendimentos nas agências e nos pontos de serviços, contra 1.708.743 realizados em 2004. Durante o ano de 2005, as agências foram objeto de grande reestruturação, em que a arquitetura e a ambientação foram reformuladas para atender aos principais atributos da empresa: transparência, simplicidade, conforto e proximidade com o cliente.

A Ampla implantou também uma tecnologia inovadora de monitoramento do atendimento nas agências por meio de câmeras, que transmitem as imagens via Internet e Geovision. Este sistema é gerenciado por uma central de controle, que estabelece parâmetros adequados de agilidade, eficiência, atualidade, cortesia e, conseqüentemente, a satisfação dos clientes que procuram um atendimento personalizado.

Postos de Pagamento

Os clientes contam com postos de pagamento dentro de 33 agências, e também com uma rede de 260 postos alternativos em comércios (padarias, farmácias, mercados,

entre outros), espalhados pelos municípios da área de concessão e outros 62 pontos fora dela, além do recebimento nos principais bancos. Outra novidade, da qual a Ampla é pioneira entre as concessionárias de energia elétrica do País, é a opção de pagamento por cartão de crédito ou débito.

Agência Itinerante

Para estar mais próxima dos clientes, a empresa lançou o “Ampla vai até você”, um furgão com dois atendentes e dois computadores portáteis, interligados à rede de comunicação da empresa.

Central de Relacionamento

Operando 24 horas por dia, sete dias na semana, a Central de Relacionamento atende clientes dos grupos B (baixa tensão – clientes residenciais e pequenos comércios, pelo **0800 28 00 120**) e A (alta tensão – clientes corporativos, pelo **0800 28 02 375**). As ligações são gratuitas. Foram feitos 4.039 atendimentos mensais para o grupo A, totalizando 48.469 atendimentos no ano de 2005. O tempo médio de espera, até o início do atendimento, foi de 9 segundos. Foram realizados 603.309 atendimentos mensais ao grupo B, totalizando 7.239.712 no ano, com tempo médio de espera de 20 segundos.

Estão disponíveis na Central de Relacionamento 373 atendentes para o grupo B e 8 para o grupo A, o que corresponde a um total de 381 postos de atendimento, dos quais 2 são ocupados por deficientes físicos. Os atendentes passam por um treinamento inicial de 117 horas. Em busca de proporcionar o bem-estar dos colaboradores, o ambiente ganhou novas salas de lanche e de descanso e equipamentos ergonômicos. Neste mesmo período, foi inaugurado o Espaço do Cliente, criado especialmente para recepcionar os clientes por meio do projeto Ampla de Portas Abertas.

CENTRAL DE RELACIONAMENTO – CLIENTES B

| INDICADOR | 2003 | 2004 | 2005 |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Total de ligações atendidas pelo Call Center | 3.473.790 | 4.703.707 | 7.239.712 |
| % de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo Call Center | 2,6 | 2,2 | 1,5 |
| Tempo médio de espera até o início do atendimento | 00:35 | 00:29 | 00:20 |

Fonte: Diretoria Comercial.

OS 10 PRINCIPAIS MOTIVOS DAS RECLAMAÇÕES 2005

| | |
|------------------------------------------------------------|----------------|
| Reclamação de interrupção constante | 14.478 |
| Reclamação sobre emergência – fora do prazo | 13.085 |
| Reclamação por aparelho queimado | 8.111 |
| Reclamação por conta não entregue – não postal | 7.655 |
| Reclamação de serviço mal executado – ligação nova/serviço | 6.539 |
| Reclamação de prévio aviso não entregue | 5.809 |
| Reclamação de conexão | 5.328 |
| Reclamação de conta não entregue | 4.724 |
| Reclamação de corte indevido | 4.388 |
| Reclamação de consumo/leitura | 3.670 |
| Outros | 36.230 |
| TOTAL | 110.017 |

Fonte: Diretoria Comercial.

Atendimento Virtual

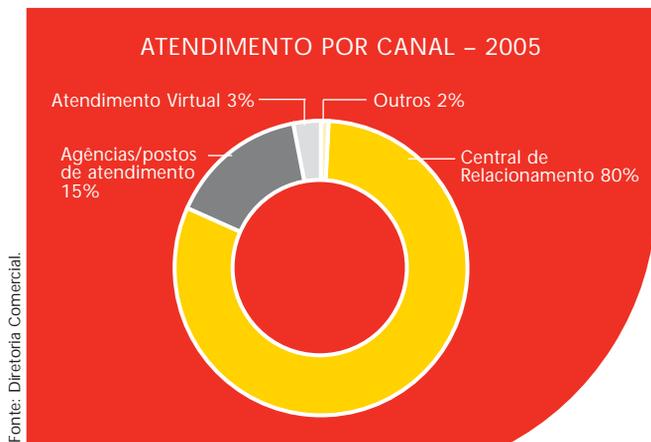
Por meio do Atendimento Virtual, clientes e não-clientes têm a possibilidade de solicitar informações e serviços *on-line* com atendimento personalizado. Em fevereiro, abril e outubro de 2005, foram criados os canais Chat, Adote um Cliente e Você e o Presidente (detalhados no item Ampliando Relacionamentos), respectivamente, ficando o Atendimento Virtual composto pelos seguintes canais:

- *Chat* (Ampla Chat) – atendimento via “bate-papo” interativo, 24 horas por dia, sete dias na semana;
- Agência Virtual (grupos A e B) – solicitação de serviços *on-line* por meio de cadastro no *site* da Ampla, incluindo *links* de atendimentos automáticos, sem necessidade de interação com o atendente;
- Fale Conosco – solicitação de serviços via *e-mail*;
- Adote um Cliente – canal interno de atendimento pelo qual funcionários “adotam” clientes externos.

CUMPRIMENTO DOS COMPROMISSOS DA AMPLA – CLIENTES

A Ampla tornou-se a primeira distribuidora de energia do País a contar com *Chat* 24 horas para clientes. Este canal fechou o mês de dezembro de 2005 com 294.506 atendimentos, um percentual de 9% do total de todos os canais.

Como resultado da expressiva evolução nos canais de atendimento à distância (Central de Relacionamento e Atendimento Virtual), 83% dos atendimentos são realizados sem que o cliente saia de casa. Para os 8.712.860 atendimentos realizados pela Ampla em 2005, o canal mais utilizado foi a Central de Relacionamento, seguido das agências e postos de atendimento e da Agência Virtual, como mostra o gráfico abaixo.



Ouvidoria Externa

A Ouvidoria é mais um canal de comunicação do cliente com a Ampla e trabalha com a mediação de conflitos entre o cliente e a instituição, procurando personalizar o atendimento. Atua por meio de contato pessoal, telefônico, mensagem eletrônica ou correspondência, apresentando soluções às reclamações e denúncias, como também representando a empresa perante os órgãos de regulação e de defesa do consumidor.



Em 2005, a Ouvidoria consolidou um relacionamento estreito e agregador, apresentando rápidas soluções aos contatos dos órgãos de defesa do consumidor, reduzindo a expectativa do ingresso de investigações preliminares dos PROCONs, garantindo a efetiva resolução do atendimento e minimizando o número de ações impetradas nos Juizados Especiais Cíveis.

SOLICITAÇÕES/RECLAMAÇÕES INGRESSADAS NA OUVIDORIA EXTERNA AMPLA

| Canal de entrada | 2005 |
|-------------------------------------------|---------------|
| Aneel ¹ | 5.525 |
| Procon ¹ | 905 |
| Codecon ¹ | 257 |
| Pré-Atendimento da Ouvidoria ² | 6.500 |
| TOTAL | 13.187 |

(1) Demanda de solicitações e notificações registradas na empresa.

(2) Representa a demanda de ações preventivas no que se refere ao atendimento a clientes e órgãos de regulação e defesa do consumidor, evitando-se o ingresso das solicitações e notificações oriundas dos referidos órgãos.

Fonte: Diretoria Comercial.

Conselho de Consumidores da Ampla

É formado por 19 representantes das diversas classes de consumidores e dos órgãos de proteção e defesa do consumidor, além de dois representantes da Ampla. A entidade visa tratar dos assuntos relacionados às categorias representadas e não individualmente. Por meio deste canal, os clientes da Ampla podem levantar suas necessidades para que o conselheiro representante possa levá-las ao Conselho de Consumidores e este interceda na concessionária. Sua criação está embasada no artigo 13 da Lei 8.361, de 4 de março de 1993, e é regulamentada pela Resolução da Aneel 138, de 10 de maio de 2000.

O Conselho de Consumidores da Ampla se reúne, de forma ordinária, bimestralmente, na segunda quarta-feira de cada mês, às 10h. As reuniões são abertas ao público externo e realizadas no seguinte endereço: Rua Visconde do Rio Branco, nº 429, salas 403/404 – CEP 24020-003 – tel. (21) 2613-7515 – fax (21) 2613-7163.

CONSELHO DE CONSUMIDORES DA AMPLA

| CLASSES DE CONSUMIDORES REPRESENTADAS | ENTIDADES INTEGRANTES |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Comercial Paulo César de Carvalho Moreira Leite (presidente), Valéria Maria Conti Vanni, José Luiz Valente Pascoal e Alberto Machado Soares | Associação Comercial e Industrial do Estado do Rio de Janeiro – Acierj Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro – Fecomercio |
| Poder Público Luiz Antônio de Almeida e Silva (vice-presidente) | Secretaria de Indústria, Petróleo e Energia do Estado do Rio de Janeiro – Seinpe |
| Residencial Julcêa Carneiro, Fernando Alexandre Fernandez, Antônio J. de Oliveira e Pedro José de Castro | Federação das Associações de Moradores do Município de Niterói – FAMNIT Federação das Associações de Moradores do Estado do Rio de Janeiro - Famerj |
| Rural José Antônio Delazari, Herval Fernández Lopes, José Teixeira e Oto dos Santos | Empresa de Assistência Técnica e Rural do Estado do Rio de Janeiro – Emater Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado do Rio de Janeiro – Fetag - RJ |
| Industrial Assis de Oliveira Bastos, Roberto P. F. Curi, Sérgio C. B. Perez e Sérgio Kunio Yamagata | Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – Firjan Confederação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro - Cirj |
| Procon – Ministério Público Marta Maria Menezes e Eliane Quintão do Reis | Codecon-RJ |

PRODUTOS E SERVIÇOS

As necessidades mais relevantes dos clientes estão relacionadas com a continuidade e a qualidade do fornecimento de energia elétrica, com os níveis de tensão adequados ao funcionamento dos equipamentos e com alguns outros parâmetros elétricos (frequência, harmônicos, etc.), que são permanentemente analisados e gerenciados, diretamente e indiretamente, na operação dos sistemas da empresa.

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

Mais do que uma fornecedora de energia elétrica, a Ampla tem por meta ser uma integradora de soluções, oferecendo produtos e serviços que atendam às necessidades de seus diversos públicos. Com foco nesta política, foram desenvolvidos produtos sob medida para cada grupo:

CLIENTES RESIDENCIAIS

Seguros

Seguro Premiado

Garante o pagamento de prejuízos causados por incêndio, raio ou explosão na residência e indenização para pagamento da conta de luz em caso de desemprego, morte ou incapacidade física temporária, causada por acidentes pessoais.

Vida Segura

Foi desenvolvido para clientes residenciais, em parceria com a corretora Marsh e a Seguradora Ace. Com um preço popular, ele oferece indenização por morte por qualquer causa, assistência funeral para a família do segurado, vales-supermercado, além de sorteios mensais pela Loteria Federal.

Os seguros oferecidos pela Ampla foram contratados por 90.128 clientes em 2005.



Ampla Visão

Desde julho de 2003, a Ampla disponibiliza a todos os clientes portadores de deficiência visual um informativo em Braille com as principais informações de suas respectivas contas de energia. A partir de julho de 2005, a empresa passou a oferecer um conjunto de serviços que facilitam não só o recebimento e o entendimento da fatura, como também o acesso a informações relevantes sobre a empresa.

O programa inclui: *Kit* Ampla Visão (conta de luz e um informativo em Braille), o aumento do tamanho das letras das principais informações para facilitar a leitura e o envio de *e-mails* com os principais dados da conta por meio do programa DOSVOX (que se comunica com o usuário através de síntese de voz), viabilizando o uso de computadores por deficientes visuais. Em 2005, 45 clientes receberam a conta em Braille.

CLIENTES CORPORATIVOS

A companhia criou 14 serviços de engenharia, divididos em cinco segmentos, que, além de garantir a qualidade das instalações elétricas dos clientes empresariais, aumentam a vida útil de equipamentos e evitam perdas de energia, que oneram a conta. Os clientes corporativos contam com a credibilidade e a garantia da concessionária; atendimento diferenciado, por Executivos de Atendimento com formação básica em engenharia; e de uma Central de Relacionamento exclusiva para o grupo. Ao todo, foram contratados 179 serviços para clientes corporativos.

Eficiência Energética

- *Power Quality*: serviço que identifica distúrbios elétricos que prejudicam as instalações do cliente e da concessionária.
- Correção de Fator de Potência: possibilita a eliminação da multa por consumo e/ou demanda excedente de energia reativa.
- Auditoria Energética: analisa o nível de eficiência de equipamentos e identifica eventuais desperdícios, propondo medidas corretivas.
- Estudo Termográfico: tecnologia que permite captar imagens térmicas em tempo real, possibilitando a identificação de pontos superaquecidos. Dessa forma,

é possível fazer as correções necessárias, evitando assim falhas futuras.

- Manutenção Preventiva em Motores Elétricos: indicado para estabelecimentos que possuam grande quantidade de motores elétricos ou cuja paralisação de motores provoque lucros cessantes vultosos.
- Memória de Massa: relatório com informações relacionadas a demanda, consumo, ativo e reativo, apuradas a cada 15 minutos.

Instalações Físicas

- Projeto, instalação e ampliação de subestações: permite a expansão da atividade operacional da contratante.
- Manutenção de subestações: manutenção preventiva das instalações dos clientes.
- Aluguel e manutenção de transformadores: permite a continuidade da atividade operacional em caso de danificação e manutenção de transformadores.
- Proteção contra descargas atmosféricas (pára-raios): fornecimento e instalação de pára-raios e seus acessórios, para proteção de equipamentos e instalações elétricas.
- Iluminação pública: garante a qualidade do sistema de iluminação pública, essencial para toda a população.
- Refrigeração e climatização: instalação de sistemas de refrigeração e/ou climatização mais eficientes ou a contratação de melhorias para os já existentes.
- Segurança eletrônica: soluções completas em segurança do controle do trânsito a painéis informativos, monitoramento de alarmes para condomínios e empresas.

Soluções para Segmentos Específicos

- Sistemas de Proteção Pessoal e Patrimonial: funcionam como inspetores de qualidade da instalação elétrica, eliminando os riscos de choques elétricos, focos de incêndio e perdas de energia, que oneram a conta de luz.

Indicados para clubes, creches, escolas, academias de ginástica, salões de beleza, shoppings e edifícios públicos.

- Sistemas de Proteção Pessoal e Patrimonial para Estabelecimentos Assistenciais de Saúde: dispositivos que evitam danos aos usuários, incêndios ou explosões em ambientes confinados, com instalações de gases explosivos. Indicados para hospitais, ambulatórios, clínicas médicas, odontológicas e veterinárias.

Serviços Corporativos

- Demanda Temporária: permite contratação de demanda adicional durante um período de dois meses por ano, permitindo economia e adaptação à sazonalidade do negócio.
- Energia Adicional: energia disponibilizada no horário de ponta, permitindo maior flexibilidade em horários semanais a custos menores.
- Energia Mais: energia ofertada a um preço menor no horário fora de ponta, proporcionando para o cliente cerca de 40% de desconto no incremento.

Cobrança Fácil

Serviço de arrecadação de encargos de terceiros, como doações, mensalidades, assinaturas e similares por meio da fatura de energia. A Ampla já conta com parceiros como a Associação de Pais e Amigos de Excepcionais (APAE), a Legião da Boa Vontade (LBV), entre outros, tendo arrecadado mais de R\$ 4,5 milhões no ano de 2005.

ESTREITANDO RELACIONAMENTOS

Parcerias com Marcas e Varejistas

Em 2005, a Ampla buscou parcerias com marcas e varejistas para oferecer descontos ou bônus aos clientes que estão adimplentes com o pagamento de suas faturas de energia elétrica. Uma das primeiras parcerias foi com a Coca-Cola, grande marca com penetração em todo o território nacional. Ao longo do ano, os parceiros foram muitos, dentre eles: rede de cinemas Top Cine, lojas PopShop, Claro e Bit Company. Todos esses parceiros ofereceram descontos para os clientes residenciais adimplentes, estreitando cada vez mais o relacionamento entre a Ampla e seus clientes. E mais: a Ampla inaugurou sua loja virtual, tendo como parceiro inicial a Americanas.com. É um espaço exclusivo para o cliente Ampla, onde ele encontra ofertas atrativas.

A Ampla lançou, no ano passado, a campanha “Presentão Ampla”, que teve como objetivo premiar seus bons clientes. A campanha foi veiculada em rádios, *busdoors*, *outdoors* e cartazes, que foram divulgados em toda a área de concessão. Os clientes participavam dos sorteios se estivessem adimplentes com o pagamento de suas contas de energia até a data do sorteio. Foram distribuídos 400 vales-presente, o que correspondeu a um montante de R\$ 19 mil, diversos eletrodomésticos e um automóvel 0 km.

Selo Empresa Consciente

Lançado em maio de 2005, o programa Empresa Consciente destina-se a todos os clientes corporativos da Ampla e busca a difusão das boas práticas e valores corporativos por toda a sociedade. Contando com o apoio do Instituto Ethos de Responsabilidade Social, o programa consiste em oferecer um certificado ao cliente Ampla em

Indicados para clubes, creches, escolas, academias de ginástica, salões de beleza, shoppings e edifícios públicos.

- Sistemas de Proteção Pessoal e Patrimonial para Estabelecimentos Assistenciais de Saúde: dispositivos que evitam danos aos usuários, incêndios ou explosões em ambientes confinados, com instalações de gases explosivos. Indicados para hospitais, ambulatórios, clínicas médicas, odontológicas e veterinárias.

Serviços Corporativos

- Demanda Temporária: permite contratação de demanda adicional durante um período de dois meses por ano, permitindo economia e adaptação à sazonalidade do negócio.
- Energia Adicional: energia disponibilizada no horário de ponta, permitindo maior flexibilidade em horários semanais a custos menores.
- Energia Mais: energia ofertada a um preço menor no horário fora de ponta, proporcionando para o cliente cerca de 40% de desconto no incremento.

Cobrança Fácil

Serviço de arrecadação de encargos de terceiros, como doações, mensalidades, assinaturas e similares por meio da fatura de energia. A Ampla já conta com parceiros como a Associação de Pais e Amigos de Excepcionais (APAE), a Legião da Boa Vontade (LBV), entre outros, tendo arrecadado mais de R\$ 4,5 milhões no ano de 2005.

ESTREITANDO RELACIONAMENTOS

Parcerias com Marcas e Varejistas

Em 2005, a Ampla buscou parcerias com marcas e varejistas para oferecer descontos ou bônus aos clientes que estão adimplentes com o pagamento de suas faturas de energia elétrica. Uma das primeiras parcerias foi com a Coca-Cola, grande marca com penetração em todo o território nacional. Ao longo do ano, os parceiros foram muitos, dentre eles: rede de cinemas Top Cine, lojas PopShop, Claro e Bit Company. Todos esses parceiros ofereceram descontos para os clientes residenciais adimplentes, estreitando cada vez mais o relacionamento entre a Ampla e seus clientes. E mais: a Ampla inaugurou sua loja virtual, tendo como parceiro inicial a Americanas.com. É um espaço exclusivo para o cliente Ampla, onde ele encontra ofertas atrativas.

A Ampla lançou, no ano passado, a campanha “Presentão Ampla”, que teve como objetivo premiar seus bons clientes. A campanha foi veiculada em rádios, *busdoors*, *outdoors* e cartazes, que foram divulgados em toda a área de concessão. Os clientes participavam dos sorteios se estivessem adimplentes com o pagamento de suas contas de energia até a data do sorteio. Foram distribuídos 400 vales-presente, o que correspondeu a um montante de R\$ 19 mil, diversos eletrodomésticos e um automóvel 0 km.

Selo Empresa Consciente

Lançado em maio de 2005, o programa Empresa Consciente destina-se a todos os clientes corporativos da Ampla e busca a difusão das boas práticas e valores corporativos por toda a sociedade. Contando com o apoio do Instituto Ethos de Responsabilidade Social, o programa consiste em oferecer um certificado ao cliente Ampla em



Empresa **Consciente**

Uma Empresa Consciente:

Faz o Melhor Uso da Energia
com segurança, eficiência e consciência

Combate o Consumo Irregular de Energia
por entender que práticas ilegais trazem danos
para toda a sociedade

Defende a Ética Corporativa
ao respeitar seus clientes, empregados,
sociedade e meio ambiente



reconhecimento à adoção de práticas que garantam o melhor uso da energia, postura contrária ao furto de energia e a defesa da ética corporativa.

A certificação é baseada em um questionário de auto-avaliação da gestão, com requisitos mínimos de pontuação, e na história das instalações elétricas. No ano passado, 1.281 empresas foram certificadas pelo Selo Empresa Consciente, recebendo certificado, adesivos e carta de boas-vindas.

Ampla de Portas Abertas

Este projeto visa dar maior transparência ao relacionamento da empresa com seus clientes por meio de visitas e reuniões de diversos públicos atendidos, dentro das dependências da Ampla. Foram realizados diversos encontros com grupos de clientes convidados, prefeitos e secretários municipais do interior do Rio de Janeiro, onde são levantadas críticas e sugestões e apresentados os principais resultados da empresa, novos serviços e metas globais para os próximos anos. Nestas ocasiões, os grupos visitam a Central de Relacionamento, o Espaço do Cliente, a Central de Monitoramento das Agências e o Centro de Operação e Distribuição do Sistema Elétrico.

Você e o Presidente

Por meio de formulários disponibilizados nas principais agências e no site da Ampla, é dada a oportunidade ao cliente de falar com a autoridade máxima na empresa. Esse efeito se potencializa quando lhe são dadas respostas e entregues soluções pelo próprio presidente.

Guardiões da Comunidade

Em outubro, foi criado o projeto Guardiões da Comunidade, que visa à redução das perdas e ao aumento da cobrabilidade, baseado na prática de um novo modelo de relacionamento e reciprocidade com os clientes.

A equipe dos guardiões é composta de 22 pessoas, que foram selecionadas objetivando uma troca de experiências intensa entre funcionários e parceiros das mais diversas áreas da empresa. Foi criado um programa de capacitação com enfoque em inovação, persuasão e relacionamento, além de noções sobre sistema elétrico, leitura de faturas e uso eficiente da energia, identificação visual de furtos, entre outros. O projeto atende a 18 bairros, onde residem 50 mil clientes em São Gonçalo, garantindo um mercado com clientes satisfeitos e práticas comerciais saudáveis para a empresa.

Eventos

Em 2005, a Ampla participou de 12 eventos em nove municípios, sendo dez massivos e dois corporativos, atingindo cerca de 945.000 pessoas. Desses eventos, destacam-se o 1º Maricá Rodeio Festa, a 1ª Niterói Fenashore e as Feiras Agropecuárias de Maricá, Campos, Itaperuna e Angra.



RESPEITO AO CLIENTE

Fruto de um trabalho contínuo, a Ampla conseguiu reduzir, no período entre 2003 e 2005, mais de 22% de sua base de processos, o que evidencia a preocupação da empresa em melhorar a qualidade na prestação de serviços. Este resultado demonstra a reação da empresa quanto a sua segunda posição, entre 16 empresas, no levantamento do Tribunal de

Justiça sobre as que detiveram o maior número de processos em 2005. Para o ano de 2006, a meta é de 10% na redução do estoque de causas judiciais.



A Ampla implementou, desde 2004, diversas iniciativas que vêm contribuindo para esta redução de ingresso de novas demandas contra a empresa:

Comitê de Gestão de Origens

Em plena operação, o comitê altera procedimentos internos que geram ações judiciais, avalia o impacto de novos projetos e sugere medidas preventivas no relacionamento da empresa com os clientes. Registrou-se uma redução do número de novas ações ingressadas nos juizados, produção de provas mais eficientes para a defesa da companhia e melhoria da imagem da Ampla.

Expressinho

Criado como alternativa anterior à instauração do processo judicial e com o objetivo de evitar o crescimento do número dessas demandas, o Expressinho Ampla é um posto de atendimento avançado instalado na sede de alguns Juizados Especiais Cíveis. As unidades de Niterói e São Gonçalo assinaram, durante o ano de 2005, 1.617 acordos dos 2.636 atendimentos realizados nesse período.

EXPRESSINHO – NITERÓI/RJ

| Ano | Atendimentos | Acordos |
|-------------------|--------------|---------|
| 2003 ¹ | 1.151 | 768 |
| 2004 | 2.232 | 1.982 |
| 2005 | 1.338 | 867 |

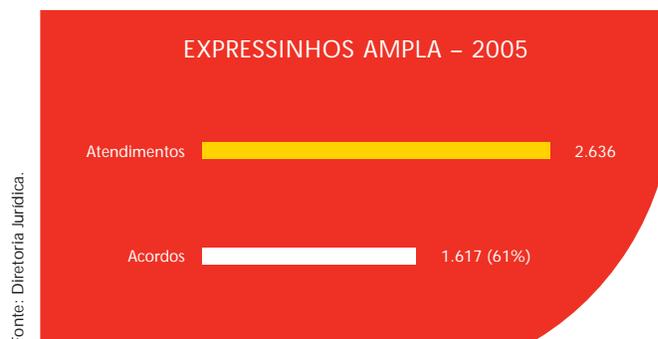
(1) Os dados apresentados foram coletados a partir de junho de 2003.

Fonte: Diretoria Jurídica.

EXPRESSINHO – SÃO GONÇALO/RJ

| Ano | Atendimentos | Acordos |
|------|--------------|---------|
| 2004 | 650 | 490 |
| 2005 | 1.298 | 750 |

Fonte: Diretoria Jurídica.



Defensoria do Cliente

Mais uma iniciativa da empresa para melhorar a qualidade do atendimento e atender às exigências dos clientes, a Defensoria do Cliente é coordenada pela advogada Elizabeth Sússekind, ex-secretária nacional de Justiça (1999 a 2003), com larga experiência na luta pelos direitos humanos. A área possui, por contrato, autonomia e independência dentro da Ampla. Sua atuação está diretamente ligada à presidência e sua função primordial é aperfeiçoar procedimentos, além de garantir que os esforços empreendidos por todos os setores da empresa levem em consideração interesses dos clientes como um todo.

RESPONSABILIDADE DO PRODUTO

Saúde e Segurança do Cliente

A Ampla tem compromisso com a saúde, a segurança e a proteção de seus empregados, clientes e com o meio ambiente. O controle de riscos para evitar acidentes, a preservação da integridade e da saúde das pessoas e a proteção das instalações, equipamentos e ambiente são práticas da empresa que fazem parte de seus processos cotidianos.

Para a prevenção de acidentes relacionados à utilização da energia elétrica, nosso principal produto, são realizadas diversas palestras dentro dos vários projetos sociais promovidos pela Ampla para crianças, donas de casa, jovens, professores, associações de moradores e outros, além da distribuição de material informativo sobre o tema nos principais eventos do qual a empresa participa. Em algumas ocasiões, também são apresentadas peças de teatro educativas sobre a prevenção de riscos.

Respeito às Normas

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

Os projetos elaborados pelas empresas parceiras devem seguir os padrões técnicos estabelecidos neste documento

e, para garantir a adequação dos trabalhos em média e baixa tensão, as obras são fiscalizadas e comissionadas por técnicos da empresa. Em alta tensão, todo o processo de execução das obras é acompanhado e fiscalizado pela equipe de engenharia, que pode solicitar modificações e/ou ajuste no projeto original. Também são realizadas inspeções nas fábricas dos fornecedores para controlar a conformidade e a qualidade dos materiais e equipamentos adquiridos.

Respeito à Privacidade

Em conformidade com a Lei 2.397, que regulamenta os artigos 20 e 21 da Constituição Estadual e que garante ao cidadão o direito de acesso às informações nominais sobre sua pessoa e a privacidade dos dados pessoais fornecidos, a Ampla estabelece as seguintes garantias para seus clientes:

- As informações fornecidas são utilizadas somente para o propósito concordado.
- Somente pessoas autorizadas têm acesso a essas informações.
- São utilizados métodos que asseguram que as informações são mantidas com cuidado.
- Os clientes têm sempre acesso a suas informações pessoais, para corrigi-las ou alterá-las.

Em nossa Central de Relacionamento, somente o cliente, titular da conta, tem acesso a suas informações pessoais, sendo ele o único autorizado a modificá-las por meio de nossos atendentes.

Procedimento para Indenização de Equipamentos

A Ampla realiza ressarcimentos de danos elétricos em equipamentos instalados em unidades consumidoras, causados por perturbação ocorrida no sistema elétrico de clientes, seguindo a Resolução 61, de 29 de abril de 2004, publicada pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel). Basta que o titular da conta de energia entre em contato com a empresa pelos canais de comunicação disponíveis (Central de Relacionamento, agências e postos,

Chat e agência Virtual), pedindo o ressarcimento. O cliente tem o prazo de 90 (noventa) dias corridos, a contar da data do dano elétrico no equipamento, para solicitar o ressarcimento à Ampla, devendo fornecer algumas informações solicitadas pela empresa.

A companhia possui um prazo de até 20 dias corridos para responder ao cliente sobre seu pedido de ressarcimento. Caso a análise realizada pela área técnica da empresa constatare que houve perturbação passível de danos em equipamentos, a área comercial entra em contato com o cliente, encaminhando-o à loja credenciada ou solicitando documentação (orçamento discriminado, laudo técnico do defeito no equipamento e a nota fiscal deste – em caso de perda total –, além de uma cópia do CPF e do RG) nos locais que não existem credenciadas. Caso não seja constatada a perturbação, automaticamente é emitida uma carta para o cliente informando-o sobre o indeferimento.

Em 2005, a empresa recebeu 10.326 solicitações para indenização, das quais 24% foram deferidas pela Ampla, totalizando um montante pago de R\$ 1.039.316,26.

Os principais motivos para o não-deferimento pela análise comercial foram: fraude, inspeção do equipamento, documentação incompleta e inclusão de peças mecânicas no orçamento.

SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Para acompanhar mais de perto a evolução na percepção do cliente, a empresa criou, em fevereiro de 2005, uma Unidade de Pesquisa, com três operadoras, alocadas na Central de Relacionamento da Ampla. O principal objetivo desta unidade, coordenada pela área de Inteligência de Marketing, na Diretoria Comercial, é conhecer melhor o cliente, quais suas expectativas, valores, medir seu grau de satisfação com os serviços prestados pela Ampla e desenvolver novas soluções.

As pesquisas abrangem todos os segmentos e são executadas ou pela própria Ampla ou por institutos de pesquisa independentes. A prática consiste na aplicação de questionários estruturados que contêm questões fechadas, com escalas de valores e abertas. São avaliados aspectos comerciais, qualidade de produtos e atendimento, cobrança e *marketing*.



A seguir, alguns exemplos de ações realizadas pela Ampla no gerenciamento da satisfação, dos fatores de insatisfação e da fidelidade de seus clientes, visando adotar medidas de correção e melhoria, quando necessárias:

- Pesquisa IASC: o Índice Aneel de Satisfação do Consumidor é o resultado da pesquisa que a Aneel realiza anualmente para avaliar o grau de satisfação dos consumidores residenciais com os serviços em todo o País. O estudo é quantitativo, pessoal e domiciliar, com amostra de 450 entrevistas em 14 municípios. As pesquisas são feitas por meio de questionário estruturado e são realizadas no mês de dezembro de cada ano. A utilização dos resultados desta pesquisa tem como foco a busca da qualidade total dos produtos e dos serviços prestados pela Ampla.
- Pesquisa Abradee de Satisfação do Cliente Residencial: objetiva conhecer o grau de satisfação dos clientes e comparar o desempenho de todas as distribuidoras do País. A partir dos resultados, a Abradee define parâmetros para que todas as distribuidoras busquem a melhoria dos serviços. São realizadas 625 entrevistas em 21 municípios na Ampla, pelo Instituto VoxPopuli. As entrevistas são pessoais e domiciliares, com questionário estruturado, e são realizadas nos meses de março e abril de cada ano.

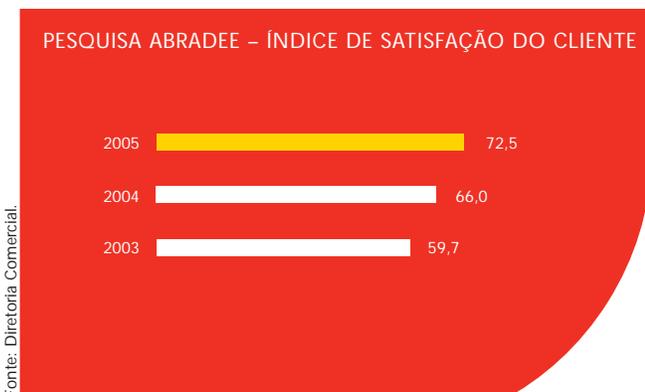
- Pesquisa de Satisfação do Cliente: pesquisa quantitativa domiciliar realizada mensalmente, por telefone, com amostra representativa e estratificada por segmento, do universo de clientes que receberam a visita de técnicos para execução de serviços ou que foram atendidos nas agências comerciais ou pelo Call Center nos dias que antecederam a pesquisa. Ela tem o objetivo de medir a satisfação do cliente com o serviço prestado e identificar quais são as percepções dos clientes em relação ao atendimento, para atuar em oportunidades de melhoria e divulgar o índice da qualidade percebida do atendimento.

- Cliente Fantasma: pesquisa qualitativa mensal, na qual pesquisadores especialmente treinados efetuam visitas às agências comerciais da Ampla, assumindo o papel de clientes, para avaliar aspectos relacionados à qualidade do serviço prestado. No total, foram pesquisados 13.500 clientes no ano de 2005, sendo 8.500 pela Unidade de Pesquisa.

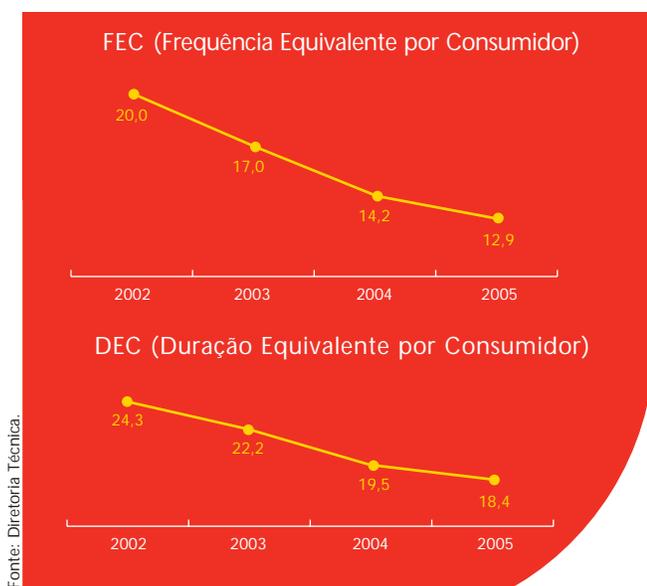
QUALIDADE DA GESTÃO

As metas da empresa para garantir e melhorar a qualidade do fornecimento de energia a nossos clientes se baseiam em três critérios: tecnologia + processos + gestão de funcionários e colaboradores. Com este foco, a Diretoria Técnica reestruturou os seus pólos operacionais nas regionais, dando-lhes mais autonomia; unificou e modernizou as instalações dos Centros de Operação e de Distribuição, na sede em Niterói, e avançou no processo de automatização de sua rede elétrica, que conta hoje com 114 das 117 subestações operadas remotamente.

Foram investidos, no ano de 2005, cerca de R\$ 11,2 milhões em obras e melhorias na rede elétrica e a meta para 2006 é investir R\$ 22 milhões.



Os investimentos e mudanças realizados no sistema de distribuição da Ampla levaram a companhia a evoluir nos dois índices de fornecimento medidos pela Agência Nacional de Energia Elétrica: DEC e FEC. Para o indicador de Frequência Equivalente por Consumidor (FEC), a Ampla obteve um índice de 12,9, recorde na história da empresa – em 2004 foi de 14,2. Este indicador mede o número de interrupções em um determinado intervalo de tempo, por conjunto de clientes. Já no indicador de Duração Equivalente por Consumidor (DEC), que mede o número de horas sem fornecimento por conjunto de clientes, a empresa obteve praticamente o mesmo índice de 2004, ficando com 18,4 – 19,5 em 2004.



Reestruturação dos Pólos Operacionais Aproxima Ampla do Cliente

Para criar um relacionamento mais próximo do cliente, a Ampla reestruturou os processos de obras e manutenção distribuídos anteriormente em 23 coordenadorias pela área de concessão. Atualmente, eles foram integrados em nove pólos operacionais e cada um é responsável, em sua área de atuação, pela elaboração de projetos, execução

de obras, realização de projetos de melhoria de qualidade, manutenção preventiva (substituição de equipamentos e poda de árvores) e atendimento de emergência em casos de contingência.

Força Ampla

Além de integrar os processos de obras e manutenção, a Ampla está desenvolvendo um projeto piloto inovador para criar uma interface das áreas comercial, técnica e de recuperação de mercado. Ele foi iniciado em janeiro de 2005 e tem a finalidade de integrar as operações das equipes de Emergência, Novas Ligações, Corte e Religação. Os primeiros municípios atendidos foram Angra dos Reis, Resende, Paraty, Mangaratiba, Muriqui, Porto Real, Itatiaia e Bocaina de Minas, na região sul do Estado do Rio. Durante o ano passado, o projeto promoveu a melhoria da qualidade do atendimento ao cliente utilizando de forma mais eficiente todas as equipes, que agora passam a ser multifuncionais. Dentre os diversos indicadores que tiveram melhorias podem ser destacados: o tempo médio de religação, que caiu de 14h14min em janeiro de 2005 para 5h16min no final do ano passado, e o tempo médio de atendimento de emergência, que passou de cerca de 2h30min para 1h30min.

Manutenção

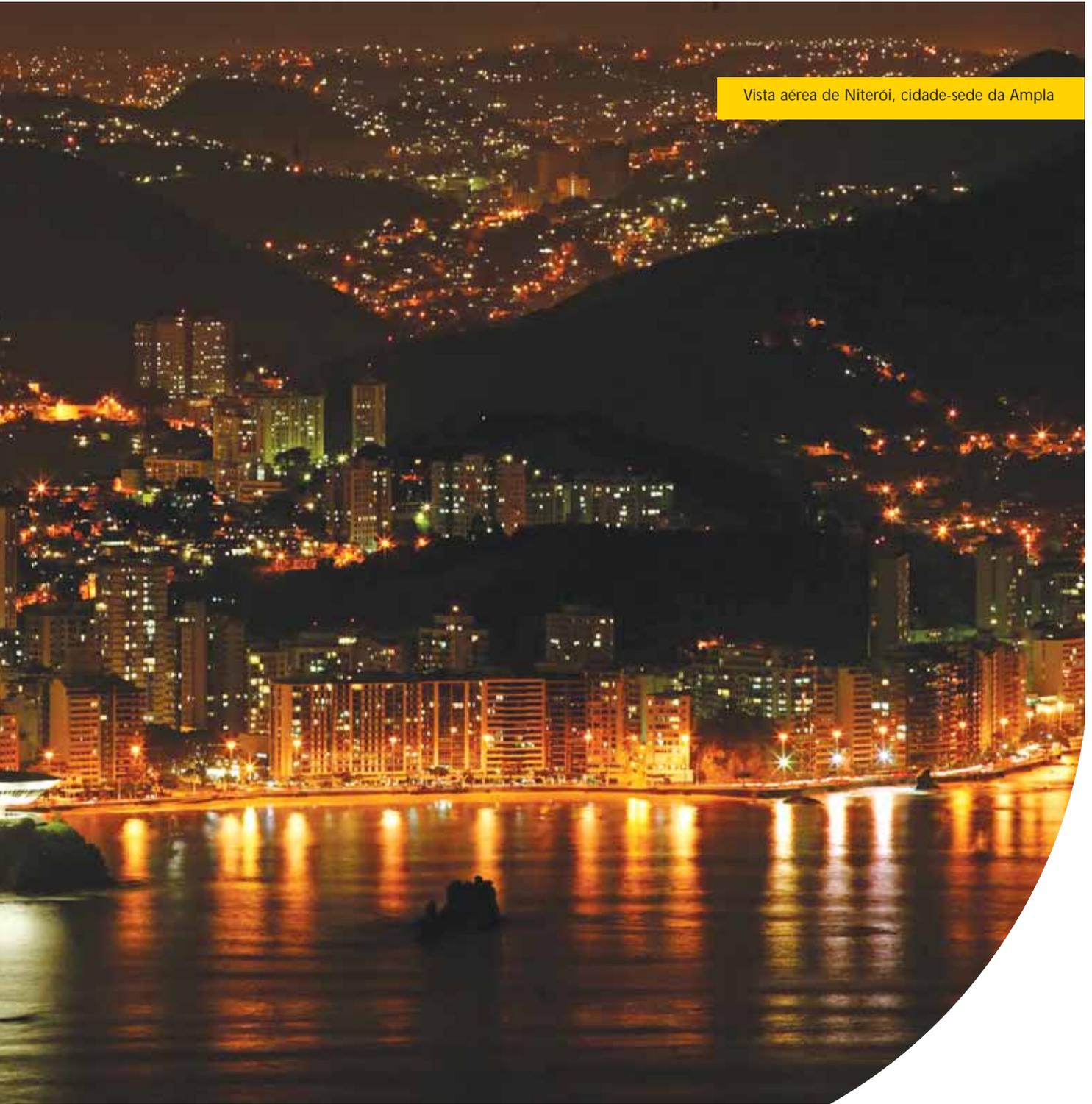
A manutenção do sistema de transmissão e distribuição da Ampla envolve a execução de atividades relacionadas a planejamento, coordenação e supervisão dos serviços de manutenção preventiva e corretiva nos equipamentos, redes de distribuição, linhas de transmissão, subestações, entre outros. Ela incorpora também novas tecnologias e procedimentos, bem como o gerenciamento da execução de obras no sistema e a elaboração e implementação de projetos específicos, envolvidos na melhoria de desempenho e confiabilidade no fornecimento de energia, impactando na qualidade de vida e na satisfação dos clientes.

ACIONISTAS

Compromisso com a geração de valor e rentabilidade, baseada no crescimento sustentável

A Ampla está comprometida com o objetivo de incrementar seu valor e proporcionar rentabilidade a seus acionistas, mantendo um relacionamento baseado em princípios de lealdade e transparência. A empresa tem por meta desenvolver sua atividade empresarial de forma eficiente e competitiva, otimizando o uso de recursos disponíveis para que sejam revertidos em benefícios a seus investidores, que na Ampla depositam sua confiança.

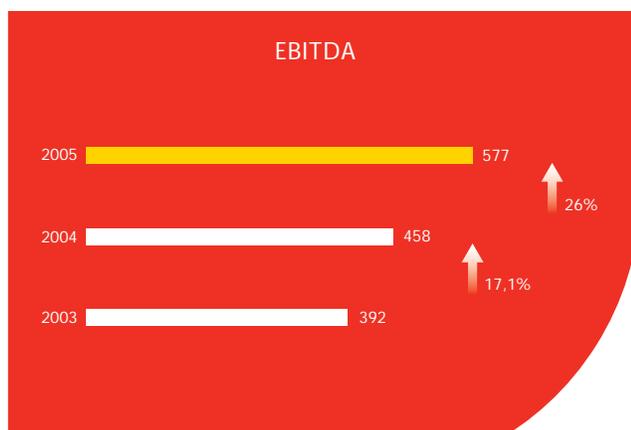




Vista aérea de Niterói, cidade-sede da Ampla

RESULTADOS GERAIS EM 2005

No ano de 2005, com o apoio dos acionistas, a Ampla obteve muitos avanços como reflexo da consolidação do Plano de Transformação. Os resultados operacionais tiveram um aumento de 26% (Ebitda) em relação a 2004. O Ebitda ajustado (somado à provisão de contingências, devedores duvidosos e à baixa de incobráveis) foi de R\$ 577 milhões em 2005, tendo sido de R\$ 458 milhões no mesmo período de 2004. Foram determinantes para o alcance desse resultado: o aumento da tarifa em 14,8%; a elevação do consumo de energia de clientes cativos em 7,2%; a diminuição das perdas com furto em 0,7% e de causas judiciais em 12%; o aumento na arrecadação de 1,1% e o pagamento do serviço da dívida de 29%.



Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa.



Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa.



Equipe de Normalização, Araruama

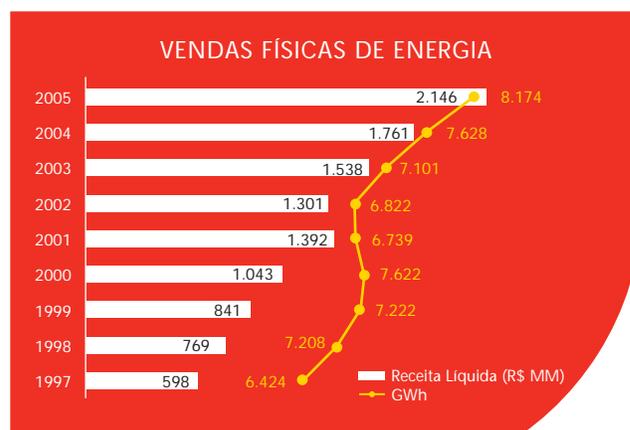
Na área financeira, uma das principais conquistas da Ampla foi o aumento expressivo da rentabilidade. Em 2005, a empresa obteve um lucro de R\$ 126 milhões, 281% superior ao de 2004, que foi de R\$ 33 milhões. A Receita Operacional Líquida alcançou R\$ 2.146 milhões, apresentando um acréscimo de R\$ 385 milhões em relação aos R\$ 1.761 milhões de 2004. Pela primeira vez, a geração de caixa fechou positiva, em R\$ 11 milhões, após o pagamento de investimentos e juros de dívidas. O resultado positivo no caixa, de R\$ 266 milhões superior ao de 2004, confirma a virada da empresa iniciada em 2004.

Este crescimento se deve ao redesenho de vários processos que levaram à melhoria dos resultados operacionais. Entre eles estão a redução do número de reclamações de 202 mil, em 2004, para 149 mil em 2005; a diminuição do tempo médio de atendimento de emergência de 128 minutos para 119 minutos, bem

como o índice de ligações não atendidas pela Central de Relacionamento, que teve uma queda de 8% para 4,8%.

Vendas Físicas de Energia

As vendas físicas de energia apresentaram em 2005 o maior crescimento anual desde 1998 – 7,2% –, com crescimento da Receita Líquida de 21,9%, se comparada com a do ano anterior.



Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa.

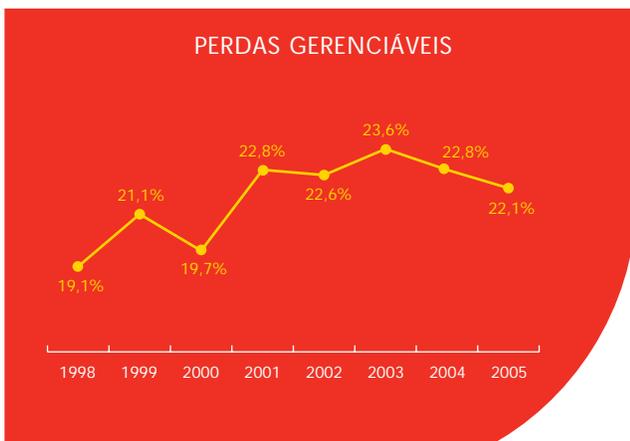


Redução das Perdas de Energia

Com soluções tecnológicas e mudanças no relacionamento com o cliente, a Ampla tem conquistado vitórias sucessivas no combate às perdas de energia elétrica por furto em sua rede. Implementadas de forma pioneira, a Rede Ampla e a Medição Eletrônica conseguiram reduzir o índice de perdas em 0,7%, encerrando o ano de 2005 com 22,1%. Esta nova tecnologia, autorizada pela Agência Nacional de Energia Elétrica, além de posicionar a Ampla na ponta do processo de combate a essa prática criminosa no País, representou um aumento de R\$ 14 milhões na margem bruta de vendas de energia da companhia. Esses resultados confirmam uma tendência contínua de queda nos índices de perda, sendo relevante ressaltar o apoio da agência reguladora no enfrentamento desse grave problema.

Até o final de 2005, a Rede Ampla já havia alcançado 250 mil clientes, dos quais 37 mil com Medição Eletrônica. Os investimentos na nova rede e no combate operacional ao furto de energia foram de R\$ 183 milhões.

Os projetos Rede Ampla e Medição Eletrônica serão mais detalhados no Compromisso com Inovação e Criatividade.



Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa.

Tarifa

O reajuste anual, em dezembro de 2004, resultou num índice médio de 14,8% para as tarifas vigentes em 2005, em relação àquelas vigentes em 2004. É importante ressaltar, entretanto, que este reajuste é definido pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) tendo por base as definições constantes no Contrato de Concessão da Ampla, e leva em consideração as variações de custos ocorridas: na aquisição de energia, nos encargos setoriais definidos pelo governo e na correção monetária pelo Índice Geral de Preços (IGP-M – da Fundação Getúlio Vargas). Este reajuste é diferenciado nas diversas categorias (residencial, comercial, industrial, etc.) e não inclui ICMS, que é calculado individualmente em cada conta de energia, de acordo com a legislação estadual.

Ainda em relação à tarifa, a Ampla solicitou do órgão regulador a mudança de data de seu reajuste anual, que passou de 31 de dezembro para 15 de março de cada ano. A mudança acontece por uma questão operacional, já que o processo se realizava entre dois feriados festivos (Natal e Ano Novo).

A Ampla busca adequar a capacidade de pagamento de seus clientes à tarifa definida para a empresa. Até o final de 2005, 914.227 clientes foram identificados, após intenso trabalho nas prefeituras e nas comunidades, como beneficiários da Tarifa Baixa Renda. Este benefício propicia descontos de até 66% na conta de energia de clientes supridos por atendimento monofásico, com consumo inferior a 80 kWh/mês, e também de famílias inscritas em programas sociais do governo que tenham consumo inferior a 220 kWh/mês. A Tarifa Baixa Renda será mais detalhada no Compromisso com a Sociedade.

Desverticalização

Visando atender às novas regras da Aneel sobre a separação das operações de geração, distribuição, transporte e comercialização de energia, a Ampla transferiu sua participação de 36,43% na Investluz S.A. para a Ampla Investimentos e Serviços S.A. Também foram transferidas as parcelas dos empréstimos ativos e passivos com os controladores, oriundos da compra e da manutenção desse investimento. A geração foi migrada para a Ampla Geração S.A. e se encontra atualmente em processo de venda.

Endividamento

O perfil da dívida da companhia também foi influenciado positivamente em 2005. O ano foi encerrado com uma dívida líquida de R\$ 960 milhões (R\$ 538 milhões menor do que em 2004), resultante principalmente da desverticalização da companhia (Lei 10.848/04) e da conseqüente transferência de seus passivos *intercompany* para a nova empresa criada (Ampla Investimentos e Serviços S.A.). Foi reduzido também o custo médio da dívida bancária para 93% do CDI e alongada a dívida total para 81%, em contratos de longo prazo.

Subsídios

Além do subsídio de R\$ 125.836 mil referente à Tarifa Baixa Renda, que atendeu 914 mil clientes em 2005, a empresa também obteve subsídios econômicos, no valor de R\$ 701 mil, repassados pela Eletrobrás para o programa Luz para Todos.

CRIAÇÃO DE VALOR

A Ampla, em suas práticas diárias, agrega valor aos bens, materiais ou serviços que adquire e distribui o valor criado como remuneração a cada grupo que contribuiu para sua formação: fornecedores, clientes, empregados, governo, acionistas, comunidade e financiadores.

Dentro do cumprimento dos Compromissos da Ampla, são apresentadas ações para a criação de valor, desenvolvidas para algumas partes, dentro dos respectivos subcapítulos:

- Clientes: compromisso com a satisfação dos clientes e a qualidade dos serviços.
- Colaboradores: compromisso com a saúde, a segurança, a qualidade de vida e o desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores.
- Sociedade: compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, promovendo o crescimento das comunidades atendidas.

Para analisar a criação de valor é importante destacar a necessidade de levar em conta as diferenças entre os valores que se geram de forma direta e indireta, distinguindo as partes tangíveis e intangíveis. Na criação do valor direto, o tangível se refere à distribuição das rendas da atividade de distribuição de energia e os distintos agentes envolvidos, enquanto o intangível é o que, ainda que não expressado nos números contábeis e financeiros, contribui para a criação de um valor, agregando vantagens competitivas vitais para qualquer empresa: reputação, valor da marca e relação com os acionistas e clientes, dentre outras.

No caso do valor indireto, o tangível se refere à criação de riqueza por outros atores induzidos pela atividade da Ampla e o intangível são os resultados positivos que a atividade gera nas pessoas ligadas a ele, contribuindo com a qualidade de vida para atender a necessidades elétricas no entorno social onde opera. Cabe destacar que os aspectos intangíveis, como a reputação e o valor da marca, não são quantificados facilmente, mas sim observados pelos agentes que formam o entorno da Ampla.

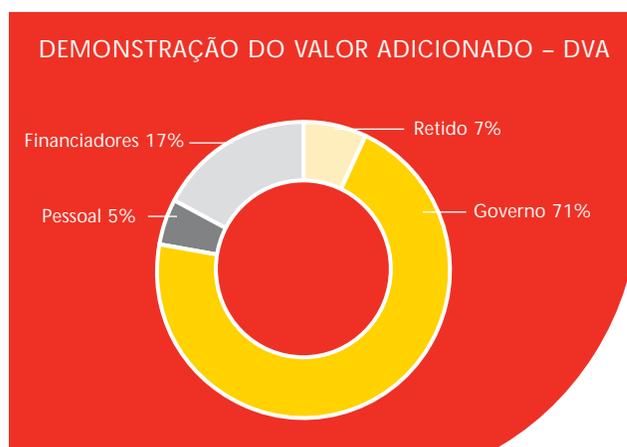
DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO – DVA*

| | 2005 | 2004 |
|------------------------------------------------|------------------|------------------|
| GERAÇÃO DE RIQUEZA | | |
| Receitas | 3.005.594 | 2.534.246 |
| (-) Insumos adquiridos de terceiros | (1.232.677) | (1.104.538) |
| (-) Outras despesas operacionais | (52.902) | (78.867) |
| (=) Valor adicionado bruto | 1.720.016 | 1.350.842 |
| (-) Quota de reintegração | (124.448) | (105.767) |
| (=) Valor adicionado líquido | 1.595.568 | 1.245.075 |
| (+) Valor adicionado recebido em transferência | 130.086 | 155.491 |
| (=) VALOR ADICIONADO A DISTRIBUIR | 1.725.655 | 1.400.565 |
| DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO | | |
| Governo | 1.209.912 | 929.807 |
| Pessoal | 94.728 | 81.600 |
| Financiadores | 294.851 | 355.975 |
| Acionistas | - | - |
| Retido (lucro retido/prejuízo do exercício) | 126.164 | 33.183 |
| TOTAL DISTRIBUÍDO | 1.725.655 | 1.400.565 |

*Demonstração do Valor Adicionado simplificada. A demonstração completa se encontra no Anexo 2.

Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa.

Da riqueza gerada pela Ampla em 2005, que apresentou um valor de R\$ 1.725.655 mil, 71% foram destinadas ao governo sob a forma de impostos, taxas e contribuições. Para a remuneração de pessoal e encargos foram destinados 5%. A distribuição aos financiadores representou 17% do valor gerado e 7% ficaram retidos na empresa. Nos exercícios de 2004 e 2005, não houve distribuição do lucro líquido, pois foi utilizado para compensação de prejuízos acumulados de exercícios anteriores e reinvestido na empresa.



Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa

Criação de Valor Direto para os Acionistas

O controle acionário da Ampla, conforme demonstrado no capítulo de apresentação, é do Grupo Endesa, que, após o aumento de capital, passou a deter 91,93%. A EDP – Eletricidade de Portugal ficou com 7,7% e o restante 0,37% ficou com terceiros.

Os acionistas têm sido grandes incentivadores do Plano de Transformação, aportando recursos e confiança nas mudanças promovidas pela empresa desde 2004.

A Ampla como Parte da Holding Endesa no Brasil

No ano de 2005, a Ampla passou a fazer parte dos ativos da *holding* do Grupo Endesa no Brasil, que inclui ainda a Companhia Energética do Ceará (Coelce), as geradoras Central Termelétrica Fortaleza e Centrais Elétricas Cachoeira Dourada, além da Companhia de Interconexão Energética (Cien) e do consórcio Investluz. Trata-se de uma reorganização societária dos negócios no País, com o principal objetivo de financiar o crescimento do grupo no Brasil.

Os principais objetivos desta operação foram simplificar a estrutura acionária do Grupo Endesa no País, melhorar a estabilidade dos fluxos de caixa, atingir sinergias operacionais, aumentar a capacidade de captação de recursos e aproveitar novas oportunidades de negócio para o desenvolvimento do grupo no Brasil. No entanto, não houve mudanças nas estruturas administrativas das empresas operacionais em decorrência da formação da *holding*.

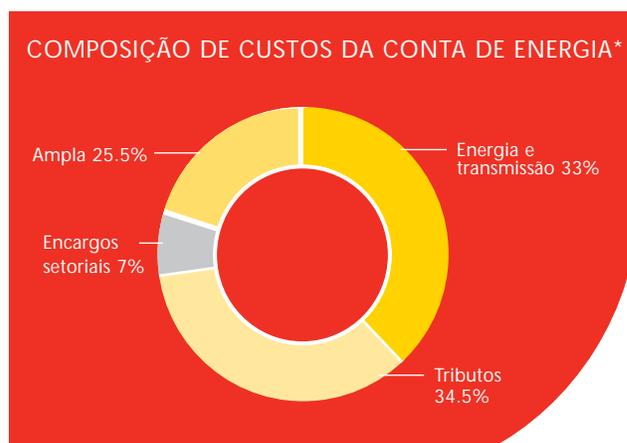
Atualmente, o Grupo Endesa ocupa o primeiro lugar entre as companhias privadas do setor elétrico na Espanha e na

América Latina, sendo o quarto em todo o mundo. Está presente em 14 países de três continentes, atuando em energia, gás natural, co-geração, energias renováveis, água e telecomunicações. Atualmente, o Brasil representa 19% dos ativos consolidados do grupo na América Latina e as companhias empregam cerca de 2.900 funcionários.

A participação da Ampla no mercado de ações é de aproximadamente 0,4%, um volume muito reduzido, que não reflete os princípios econômicos da empresa.

Criação de Valor Direto para o Governo

Da riqueza gerada pela Ampla em 2005, 71% foram destinados ao governo, sob a forma de impostos, taxas e contribuições, tendo sido pago em 2005 o montante de R\$ 1.209.912 mil. A composição da conta de energia evidencia que 35% representam impostos e taxas que são repassados ao governo. Estes valores são revertidos para as comunidades de sua área de concessão, por meio da destinação de recursos à Administração Pública nos âmbitos federal, estadual e municipal.



*Média entre todas as classes de clientes Ampla.

Fonte: Diretoria de Regulação e Gestão de Energia.

Criação de Valor Direto para Fornecedores

Os fornecedores da Ampla obtêm valor direto por meio da provisão de bens e serviços, que são oferecidos à empresa. Com eles, procura-se estabelecer relacionamentos diferenciados e duradouros, baseados no respeito, na confiança e na lealdade. Os fornecedores estão divididos em três grupos: supridores de energia, fornecedores de materiais e fornecedores de serviços.

Os principais provedores de energia da empresa, conforme apresentado no capítulo 2, foram Furnas Centrais Elétricas, Companhia de Interconexão Energética (Cien) e Itaipu Binacional, além da compra em leilões de energia. Em 2005, foram comprados 9.871 GWh. Entre os fornecedores de serviços, a Ampla conta com 370 empresas, que totalizaram contratos de R\$ 350 milhões em 2005. Os cinco maiores fornecedores foram:

| FORNECEDORES DE SERVIÇOS | DESCRIÇÃO |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CAM BRASIL MULTISERVIÇOS LTDA. | Fiscalização integral dos serviços comerciais; serviços de laboratório e atendimento integral dos sistemas de medição de grandes clientes; prestação dos serviços de logística e controle de medidores, selos, parafusos, chaves de segurança, almoxarifados das empreiteiras e controle de obras da Ampla; construção de rede elétrica em São Gonçalo. |
| MEDRAL ENGENHARIA LTDA. | Serviços de manutenção, obras e operação de linhas de BT/MT/AT; serviços de recuperação e transporte de transformadores. |
| GEMON GERAL DE ENGENHARIA E MONTAGENS | Serviços de manutenção, obras e operação de linhas de BT/MT/AT. |
| SOTER SOC. TÉCNICA DE ENGENHARIA LTDA. | Serviços de manutenção, obras e operação de linhas de BT/MT/AT; construção e normalização de padrões de unidades consumidoras. |
| COMPEL – CONSTR. MONT. PROJ. ELETR. LTDA. | Serviços de manutenção, obras e operação de linhas de BT/MT/AT. |

Para fornecedores de materiais, foram contratadas 300 empresas, totalizando aquisições de produtos no valor de R\$ 232 milhões em 2005. Os cinco maiores foram:

| FORNECEDORES DE MATERIAIS | DESCRIÇÃO |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| PHELPS DODGE BRASIL LTDA. | Cabos e condutores elétricos. |
| WEG INDÚSTRIAS S.A. | Transformadores. |
| ELETRO METALÚRGICA CIAFUNDI LTDA. | Cabos e condutores elétricos. |
| FAE – FERRAGENS E APARELHOS ELETR. | Medidores. |
| ROMAGNOLE PROD. ELETR. LTDA. | Ferragens, postes e transformadores. |

O quadro a seguir mostra os principais itens de estoque, que representam quase 80% do total de materiais utilizados pela Ampla.

| Família de Materiais | Medida | Quantidade |
|----------------------------------|--------|------------|
| Transformadores | unid. | 20.205 |
| Postes de concreto | unid. | 65.877 |
| Cabos | mt | 14.548.129 |
| Cabos | kg | 1.242.409 |
| Medidores | unid. | 242.492 |
| Materiais de iluminação pública* | unid. | 155.704 |

*Lâmpadas, relés, reatores, luminárias.

Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa.

Praticamente todos os fornecimentos de caráter contínuo, tanto de materiais quanto de serviços, são feitos por empresas de grande porte. Apenas algumas compras ou contratações pontuais e de valor muito baixo são feitas com empresas de pequeno e médio porte. Todos os fornecedores da Ampla foram pagos conforme os termos concordados.

Política de Relacionamento com Fornecedores

A Ampla trata seus fornecedores dentro de princípios de igualdade e transparência, e considera parceiras as instituições aliadas e comprometidas com sua organização, que divulgam e valorizam sua marca e valores, que a orientam e apoiam no financiamento de suas atividades e possibilitam o desenvolvimento e a comercialização de seus serviços e produtos.

Para fazer parte do grupo de fornecedores da empresa, a Ampla exige apresentação periódica de documentos e certidões que comprovem o cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, sendo também solicitados de fornecedores de materiais documentos que comprovem o atendimento à legislação ambiental.

Além disso, são realizadas avaliações industriais que permitam verificar o cumprimento da legislação ambiental e ainda medições trimestrais de desempenho das empreiteiras, nas quais se avalia o respeito às obrigações contratuais.

São estabelecidos critérios de responsabilidade socioambiental para a cadeia de fornecedores, presentes no atendimento ao Código de Conduta e no cumprimento de cláusulas contratuais relacionadas ao trabalho infantil, trabalho escravo, direitos humanos, corrupção, aspectos de proteção ambiental, entre outras.

Para treinamento e incentivo dos fornecedores são realizados, periodicamente, palestras, encontros e premiações, tratando de temas como qualidade dos serviços, padrões de conduta e adesão às práticas de responsabilidade. Outras atividades importantes voltadas para a formação e a capacitação dos gestores e funcionários das empreiteiras parceiras, que fazem parte da equipe de colaboradores, estão presentes no capítulo Compromisso com as Pessoas.

Criação de Valor Indireto – Investimentos

A companhia executou em 2005 um plano de investimentos recorde em razão dos projetos de combate às perdas de energia e requisitos legais de demanda, que envolveram R\$ 406 milhões. Desse total, R\$ 91 milhões foram investidos em extensão de redes e no Programa Luz para Todos, R\$ 57 milhões em novas conexões e R\$ 183 milhões no combate às perdas de energia por furto e inadimplência. Os principais projetos, além dos investimentos da Rede Ampla, foram: a construção da subestação de Imboassica, em Macaé; a ampliação das subestações de Quissamã e de Augusto Vieira, em Magé; e a modernização das linhas de transmissão, subestações e redes de distribuição.





PESSOAS

Compromisso com a saúde, a segurança, a qualidade de vida e o desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores

Os colaboradores da Ampla são integrantes de uma comunidade composta por milhares de pessoas que desejam dar o melhor de si para um projeto empresarial atrativo, participativo e comprometido com o progresso pessoal e profissional de todos os que trabalham nele. A Ampla é consciente de que, para o sucesso da empresa, se torna imprescindível levar em conta as aspirações de seus colaboradores e promover sua adesão neste projeto.

Por isso, a empresa se compromete a zelar pela igualdade de oportunidades entre seus colaboradores, para que desenvolvam seu talento e sua carreira profissional sem discriminações – em particular as relativas a raça, gênero, tendência política ou crença religiosa –, para que suas ocupações sejam seguras e saudáveis, e também para que haja equilíbrio entre trabalho e família.

Além disso, a Ampla desenvolve entre seus colaboradores a formação, o espírito de equipe e a troca de conhecimentos, propiciando um clima de trabalho em que se valorizam o diálogo, a criatividade e a tomada de decisão.

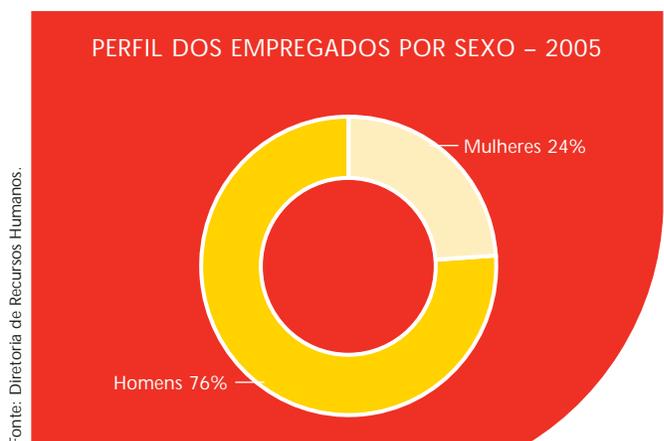
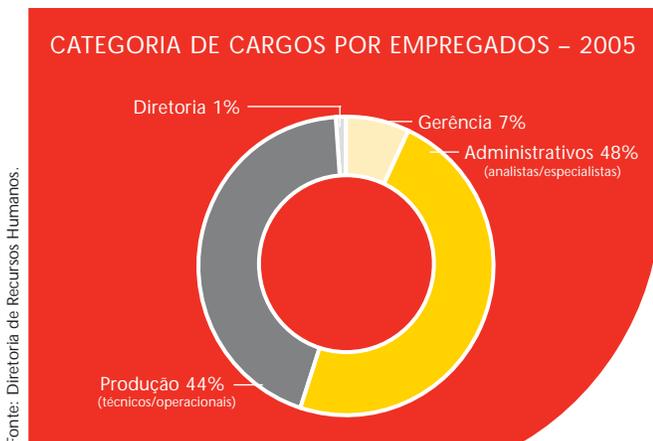
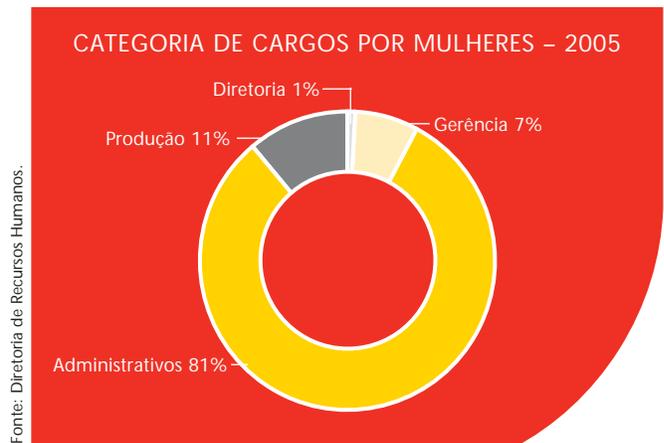
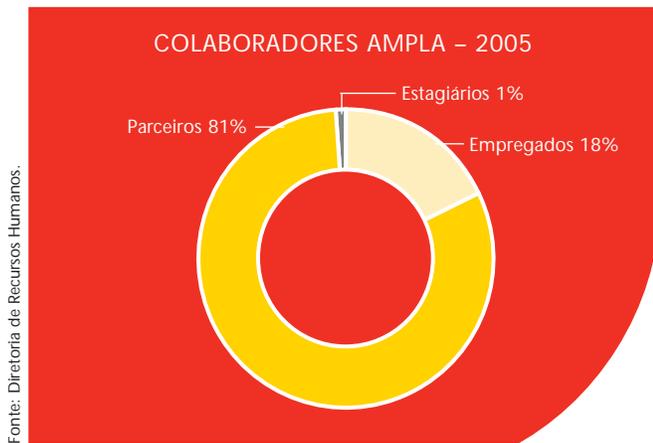
Estagiários

CUMPRIMENTO DOS COMPROMISSOS DA AMPLA – PESSOAS

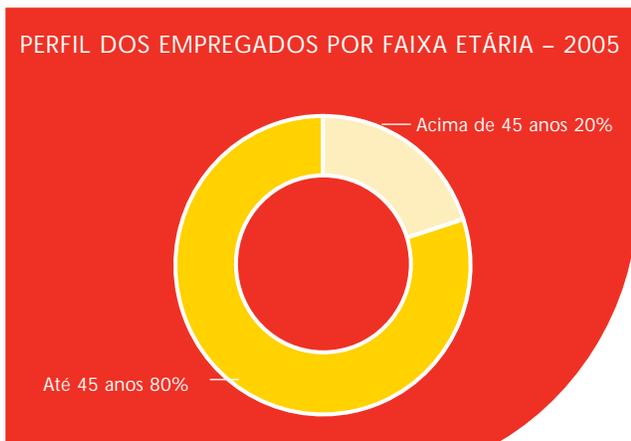
Para a Ampla, que tem por estratégia ser uma empresa de relacionamento, investir no capital humano é uma condição básica para o sucesso de seu Plano de Transformação. A empresa investe para atender às necessidades de funcionários e colaboradores, facilitando seu desenvolvimento pessoal e profissional, fomentando espaço para sua capacitação, cuidando de sua saúde e melhorando suas condições de trabalho. Esta estratégia reforça todos os valores da empresa, mas principalmente o Foco nas Pessoas.

PERFIL DOS COLABORADORES DA AMPLA

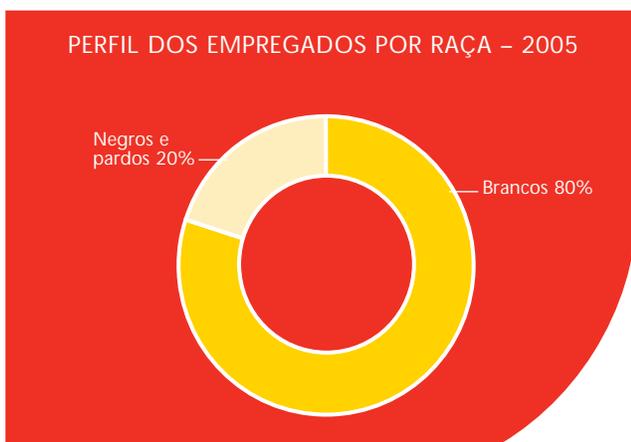
A Ampla encerrou dezembro de 2005 com 7.435 colaboradores – 1.326 empregados, 79 estagiários e 6.030 parceiros – que trabalham em 11 localidades diferentes. Seus empregados estão distribuídos entre diretorias, gerências, cargos administrativos e de produção. Desse total, 265 têm mais de 45 anos. Pela natureza operacional da empresa, 76% dos cargos são ocupados por homens e 24% por mulheres, sendo que há quatro mulheres que respondem diretamente à presidência da empresa, duas em cargos de diretoria e duas em cargos de gerência. Os funcionários negros e pardos são 232, o que representa 20% do total. A Ampla possui também 34 empregados portadores de necessidades especiais, o que corresponde a 2,6% do total dos funcionários.



Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.



Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.



DESMEMBRAMENTO DOS EMPREGADOS POR LOCALIDADE – 2005

| NOME DA LOCALIDADE | Nº DE EMPREGADOS |
|---------------------|------------------|
| ANGRA DOS REIS | 28 |
| CABO FRIO | 62 |
| CAMPOS | 108 |
| ITAPERUNA | 98 |
| MACAÉ | 53 |
| MAGÉ | 103 |
| PETRÓPOLIS | 52 |
| RESENDE | 16 |
| SÃO GONÇALO | 205 |
| SEDE | 592 |
| TERESÓPOLIS | 9 |
| Total global | 1.326 |

Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.

GRAU DE ESCOLARIDADE DOS EMPREGADOS DA AMPLA

| ESCOLARIDADE | 2003 | 2004 | 2005 |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|
| DOCTORADO | 0 | 1 | 0 |
| MESTRADO | 6 | 6 | 17 |
| PÓS-GRADUADO | 46 | 50 | 72 |
| SUPERIOR Comp. | 445 | 456 | 446 |
| SUPERIOR Incomp. | 103 | 95 | 123 |
| ENS. MÉDIO Comp. | 743 | 656 | 600 |
| ENS. MÉDIO Incomp. | 19 | 16 | 3 |
| ENS. FUNDAMENTAL Comp. | 103 | 83 | 44 |
| ENS. FUNDAMENTAL Incomp. | 52 | 45 | 21 |
| Total global | 1.517 | 1.408 | 1.326 |

Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.

Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.

| | Mulheres | Mulheres negras | Homens negros | Deficientes | Acima de 45 anos |
|---------------------------------------------------------------------|----------|-----------------|---------------|-------------|------------------|
| % em relação ao total de empregados | 24% | 3% | 17% | 3% | 20% |
| % em cargos de gerência em relação ao total de cargos de gerência | 24% | 0% | 4% | 0% | 18% |
| % em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria | 22% | 0% | 0% | 0% | 67% |



Relação com Parceiros

A Ampla possui 80% de sua mão-de-obra terceirizada contratada por empresas parceiras. Com o objetivo de transformar a relação com seus fornecedores de serviços em uma relação de parceria, a empresa busca projetos para o desenvolvimento profissional e educacional visando à possibilidade de crescimento desses parceiros e à qualidade dos serviços prestados aos clientes.

Para que os profissionais parceiros tenham condições de trabalho semelhantes às dos funcionários da Ampla, são realizadas periodicamente inspeções nas empresas parceiras, a fim de verificar o cumprimento das obrigações trabalhistas, previdenciárias, a qualidade dos serviços e da segurança no trabalho, gerando um *ranking* delas. Em 2005, a empresa lançou um modelo de avaliação com bases no PNQ – Prêmio Nacional de Qualidade, no qual as empresas se auto-avaliam em um questionário que analisa a excelência da qualidade de gestão.

Para melhorar a qualidade dos serviços e da gestão de seus parceiros, a Ampla oferece a eles diferentes possibilidades de desenvolvimento profissional, tais como cursos no Centro de Qualificação de Eletricitários e o Programa de Capacitação de Fornecedores de Serviços da Ampla.



A estratégia da empresa é estreitar o relacionamento com os parceiros, que somam atualmente 6.030 profissionais – eram 5.614 no ano de 2004. Nos processos seletivos para contratação de novos funcionários, a Ampla procura sempre priorizar os profissionais que já atuam no âmbito da empresa.

DESMEMBRAMENTO DO COLETIVO DOS PARCEIROS DA AMPLA

| EMPRESA | FORÇA DE TRABALHO |
|---------------------|-------------------|
| ABILITY | 11 |
| ALMEIDA E ALMEIDA | 13 |
| APTA COBRANÇAS | 12 |
| BASS | 23 |
| BRASANITAS | 220 |
| CET ENGENHARIA | 136 |
| COMPEL | 244 |
| DIGITEC | 195 |
| FAST | 103 |
| GEMON | 448 |
| HPE | 194 |
| JVP | 169 |
| LOGISTECH | 300 |
| MEDRAL | 506 |
| MONTACON | 97 |
| NOROESTE | 68 |
| NORTELUS | 101 |
| PERSONAL | 540 |
| PRESTSERVICE | 100 |
| PROCOME | 88 |
| PROVIDER | 502 |
| ROSCH | 553 |
| RR | 182 |
| SBIL | 138 |
| SITEL DO BRASIL | 508 |
| SOTER | 505 |
| SYNAPSIS (NITERÓI) | 74 |
| TOTAL GLOBAL | 6.030 |

Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.

Pesquisa realizada pela Diretoria de Recursos Humanos traçou um perfil dos profissionais que trabalham em empresas parceiras a fim de criar políticas de relacionamento mais eficazes com esses profissionais. A grande maioria é jovem, com menos de 30 anos, nível de escolaridade até o Ensino Médio e renda familiar de até R\$ 1.199,00.

PERFIL DE ESCOLARIDADE DOS PARCEIROS

| | |
|--------------------|------|
| Ensino Fundamental | 27% |
| Ensino Médio | 39% |
| Eletrotécnico | 15% |
| Ensino Superior | 19% |
| | 100% |

PERFIL DE RENDA FAMILIAR DOS PARCEIROS

| | |
|-----------------------------|------|
| Até R\$ 1.199,00 | 69% |
| De R\$ 1.200 a R\$ 1.499,00 | 13% |
| De R\$ 1.500 ou mais | 18% |
| | 100% |

PERFIL DE FAIXA ETÁRIA DOS PARCEIROS

| | |
|--------------------|------|
| Até 30 anos | 61% |
| De 31 a 40 anos | 25% |
| De 41 a 50 anos | 12% |
| De 51 anos ou mais | 2% |
| | 100% |

Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.

POLÍTICA DE VALORIZAÇÃO DO PROFISSIONAL

O relacionamento com o funcionário se consolida nas práticas de gestão de pessoas inscritas nas ações de recrutamento, seleção, contratação, promoção, gestão de desempenho, educação, treinamento, remuneração, rescisão contratual ou qualquer outra inerente à atividade profissional.

Estas ações seguem o mais estrito respeito ao ser humano e às leis, zelando pelo alto padrão de qualidade na busca



da satisfação das partes interessadas. A Ampla considera o binômio perfil–desempenho como única forma de manutenção da empregabilidade. Nesta linha, a empresa concluiu, em 2005, o Mapa de Carreira dos funcionários. Ele é composto por uma lista de competências técnicas (gerais e específicas) e comportamentais, seus níveis de proficiência e estágios de carreira.

A Ampla também valoriza a atuação de seus funcionários e colaboradores por meio de premiações. Ao longo do ano de 2005, foram premiados aqueles que inovaram e sugeriram idéias para a melhoria dos processos da empresa (Programa Bis – Inova); aqueles que tomaram atitudes em seu dia-a-dia praticando os valores da Ampla; os que se destacaram em trabalhos de equipe (exemplo dos eixos, projetos), entre outros. Ao todo, a Ampla distribuiu 523 prêmios, que totalizaram R\$ 316 mil.

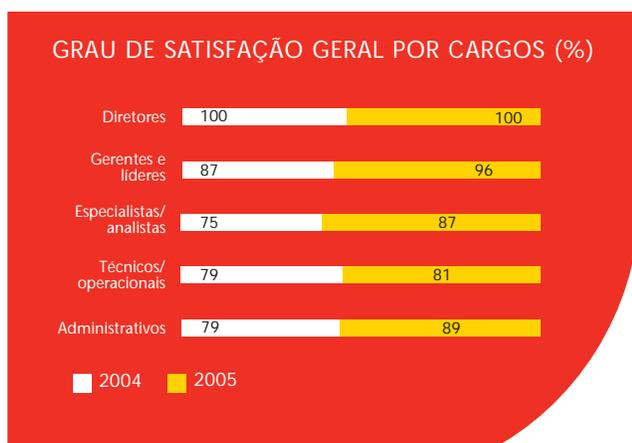
Paralelamente, as práticas de Recursos Humanos deixaram de ser burocráticas e normativas e, gradativamente, passam a ocupar uma posição de estratégia dentro do Plano de Transformação da companhia.

CLIMA ORGANIZACIONAL

Para medir o grau de satisfação de seus empregados, a Ampla elabora uma pesquisa de clima organizacional. Nela são abordados os seguintes temas: compensação e benefícios, desenvolvimento profissional, valores praticados pela empresa, prevenção e riscos, comunicação, estilo de direção, organização, relacionamento entre as áreas, orientação ao cliente e satisfação geral.



Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.



Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.

Pelo terceiro ano consecutivo, a empresa vem crescendo no índice de satisfação geral, saindo dos 52%, em 2003, para os 84% em 2005. O trabalho dos especialistas em gestão de pessoas teve um papel fundamental com as equipes de cada diretoria, apoiando-as em suas práticas e identificando as oportunidades de melhoria para que sejam trabalhadas pela organização.

POLÍTICA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL DOS COLABORADORES DA AMPLA

A Ampla promoveu, ao longo de 2005, ações dirigidas para desenvolver o conhecimento do negócio e fortalecer os valores da empresa por meio de diferentes programas.

Mapa de Carreira

Em 2004/2005, a Ampla realizou um profundo estudo que deu origem ao Mapa de Carreira, ferramenta utilizada para a gestão das competências. Por meio dessa metodologia, os funcionários conhecem as competências desejadas para sua função, o nível de proficiência adequado para seu estágio de carreira e suas necessidades de desenvolvimento profissional. Para desenvolver as aptidões de seus funcionários, ela investe em sua capacitação, promovendo cursos dentro e fora da empresa, deslocando profissionais de acordo com seu perfil, viabilizando promoções e adequações às várias categorias profissionais, entre outras iniciativas, sempre contando com a avaliação e o relacionamento direto entre a chefia e seus subordinados.

A empresa promove uma cultura de aprendizagem orientada para o autodesenvolvimento, pois se preocupa em fornecer ferramentas para que os funcionários possam gerir suas carreiras, deixando que eles tenham responsabilidade sobre seu próprio crescimento profissional.

Espaço de Desenvolvimento de Pessoas

Atua como viabilizador da estratégia empresarial por meio da capacitação e desenvolvimento de sua força de trabalho. Suas ações são alinhadas à Missão, à Visão e aos Valores da Ampla e visam ao aprimoramento profissional, buscando superar as metas de desempenho estabelecidas em cada um dos objetivos estratégicos dos Eixos do Plano de Transformação.

As ações do Espaço de Desenvolvimento são direcionadas de forma a garantir desenvolvimento sustentável para a organização, podendo ser de caráter individual, voltadas para equipes ou corporativas. São organizadas nos chamados Eixos de Desenvolvimento de Pessoas, que agrupam grandes temas relevantes para a Ampla. São eles:

- Eixo de Conhecimento – agrupa ações de capacitação e desenvolvimento ligados aos temas: ensino (Fundamental, Técnico e Superior), sistemas de informática e ferramentas de trabalho.
- Eixo de Negócio – agrupa ações de capacitação e desenvolvimento ligados ao tema resultados, desde processos e procedimentos até visão estratégica.
- Eixo de Relacionamentos – agrupa ações de capacitação e desenvolvimento ligados ao tema habilidades relacionais, como comunicação, trabalho em equipe, liderança.
- Eixo de Cultura – agrupa ações de capacitação e desenvolvimento ligados aos temas princípios e valores da organização, cidadania e responsabilidade social.

Os temas específicos de capacitação e desenvolvimento de todos esses eixos estão diretamente relacionados aos Eixos do Plano de Transformação, que, por sua vez, se alinham às estratégias, planos e principais processos da companhia. Esse trabalho é permanente ao longo do ano e se aplica a toda a força de trabalho, de acordo com sua pertinência.

Ampliando Valores

Programa sistemático cujo objetivo é disseminar os Valores da empresa entre os funcionários, garantir seu entendimento e motivá-los para sua prática. Ele se dá por meio da formação de multiplicadores internos, que se tornam os responsáveis pela condução de reuniões com grupos de empregados, nas quais se discutem os Valores, suas práticas, suas ações e os compromissos para melhorias contínuas. Durante o ano de 2005, foram formados 30 multiplicadores e o projeto contou com a participação de 1.200 funcionários e colaboradores.

Uma das formas utilizadas para reconhecer e praticar os Valores foi o lançamento da campanha “Construindo uma História de Valor” – um concurso de texto para que seus colaboradores pudessem contar sua impressão sobre algum tema publicado no Balanço Social de 2004, associando-o a um ou mais valores da empresa. Os trabalhos foram apresentados em forma de poesia, ficção, letra de música, artigo, reportagem, entre outras. Assim, os participantes foram estimulados a usar a imaginação e a desenvolver sua criatividade. Os vencedores foram premiados com viagens às cidades históricas do Rio de Janeiro.

Orientação ao Negócio

A empresa busca a otimização de processos, um maior entendimento das funções de outros setores e soluções para desafios do dia-a-dia. Para tal, foram criados vários programas, que contaram com 2.342 presenças:

- Boas-vindas (palestras e visitas mensais para empregados novos e antigos);
- Duplas de Visita (o empregado passa um dia em outra área conhecendo a rotina de outro empregado – “sombra”);



Técnicos em subestação, Macaé

- Diretores no Campo (diretores passam um dia acompanhando as atividades de rua: corte no fornecimento de energia, inspeção a instalações elétricas, atendimentos de emergência, entre outras);
- palestras sobre temas do negócio nas localidades da área de concessão;
- intercâmbio entre empresas do grupo (viagens para troca de experiências);
- visitas de grupos de empregados a áreas com as quais eles têm relacionamento;
- *Job Rotation* (intercâmbio de funções temporário ou definitivo).

Programas de Orientação ao Negócio

Presenças

| | |
|---------------------------------------|--------------|
| Boas-Vindas | 141 |
| Duplas de Visita | 1.647 |
| Diretores no Campo | 16 |
| Orientação ao negócio nas localidades | 346 |
| Intercâmbios | 69 |
| Visitas em grupo | 41 |
| <i>Job Rotation</i> | 82 |
| TOTAL | 2.342 |

Educação Corporativa

A Ampla investe em educação corporativa para sustentar a estratégia empresarial e agregar valor ao negócio e às pessoas, pela identificação e o desenvolvimento de competências, harmonizando interesses individuais e necessidades da empresa. Tem como objetivo ser o motor de transformação do ambiente organizacional, com foco em suas pessoas e equipes de trabalho, por meio da geração de conhecimento, incremento da criatividade e mudança de atitudes. Em 2005, 247 funcionários da Ampla freqüentaram cursos de especialização, pós-graduação ou MBA em importantes instituições nacionais, como UFRJ (Coppead), UFF, UGF, IBMEC, ESPM, SENAI-RJ, FIRJAN, SEBRAE, etc. Além desses cursos, são oferecidas aos funcionários aulas de língua espanhola, portuguesa e inglesa, segundo suas necessidades profissionais.

Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.



Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.



Centro de Qualificação de Eletricitários

Uma parceria inédita no País, estabelecida entre a Ampla e o Senai-RJ, entidade do Sistema Firjan – Federação das Indústrias do Rio de Janeiro, resultou na inauguração, em 2004, de três Centros de Qualificação de Eletricitários, em São Gonçalo, Campos dos Goytacazes e Petrópolis. O programa, pioneiro no setor elétrico no País, possibilita a capacitação, para atualização e certificação, de 4.000 profissionais ligados às empresas prestadoras de serviços da Ampla distribuídas nas

regiões da Baixada Litorânea, Sul, Norte e Noroeste do Estado do Rio de Janeiro. Nesses centros, a Ampla também realiza o treinamento para o programa Menor Aprendiz Eletricista, incentivando o desenvolvimento profissional dos jovens das comunidades em que atua. Com esta iniciativa, a empresa eleva o padrão de desempenho dos profissionais de eletricidade – já que também são desenvolvidas competências relacionadas à ética, ao meio ambiente e à segurança no trabalho – e a qualidade dos serviços prestados pela empresa aos clientes.

Menor Aprendiz Eletricista

A primeira turma de Menores Aprendizes Eletricistas de Rede de Distribuição do Brasil teve início em novembro de 2004, no Centro de Qualificação de Eletricitários de Petrópolis, e ao final de 2005 concluiu-se o curso. Dos formandos, 14 já fazem parte do quadro de profissionais parceiros da Ampla. Já em 2006, 61 menores aprendizes iniciaram o curso, entre eles, filhos de funcionários e parceiros. Desses, 36 são bolsistas da Ampla e 25 bolsistas de empresas parceiras nos municípios de São Gonçalo, Petrópolis e Campos dos Goytacazes. A empresa realizou aulas inaugurais apresentando a companhia para os adolescentes nas três localidades.

Além do curso, os adolescentes de 16 e 17 anos, da primeira turma do projeto Menor Aprendiz, receberam da Ampla todos os benefícios da Lei 10.097/00, que incluem carteira assinada como Menor Aprendiz, salário, vale-transporte e demais vantagens previstas pela CLT (Consolidação das Leis do Trabalho). O curso tem a duração de 12 meses.

Programa de Capacitação de Fornecedores de Serviços da Ampla

Em parceria com o Serviço de Apoio à Pequena e Média Empresa (Sebrae), a Ampla iniciou o Programa de Capacitação de Fornecedores de Serviços, em 2004, desenvolvido a partir de um diagnóstico que identificou deficiência das gestões administrativas, financeiras e trabalhistas. Os diretores das empresas recebem treinamento de 244 horas, em nível de pós-graduação, e as empresas participantes recebem quatro horas de consultoria. A primeira turma, composta de 34 diretores de 17 empresas, foi formada em 2005.

BENEFÍCIOS SOCIAIS

Assistência Médica

A Ampla possui plano médico para todos os empregados e dependentes que optam pelo benefício, com a acomodação em quarto particular e direito a acompanhante. O benefício Plano Médico tem participação da empresa e do empregado, sendo que os empregados titulares pagam o correspondente a 11,5% do salário-base, com teto de R\$ 154,17. A Ampla se responsabiliza pela complementação dos valores do titular, quando necessário, e pelo pagamento da parte dos demais dependentes.

Além disso, a empresa possui em sua carteira aproximadamente 12.500 vidas em razão da presença dos aposentados e dependentes que estavam em sua base em 31/12/1997. Entretanto, com o advento da Lei 9.656/98, os aposentados após 1998 passaram a contribuir com sua parte e a de seus dependentes, nas condições estabelecidas no artigo 31 da referida lei. Outra vantagem oferecida para os empregados é a presença interna de três postos de atendimento da Unimed, para autorização de exames, consultas e orientações aos usuários.

Assistência Odontológica

É fornecido a 8.219 empregados, aposentados e dependentes um plano odontológico com cobertura regulamentada pela Agência Nacional de Saúde, além de cobertura para alguns tipos de prótese, com custo *per capita* de R\$ 7,00. O novo plano odontológico foi lançado em novembro de 2005 e contou com a personalização de livros de rede credenciada e carteiras com o padrão Ampla, além de fornecer uma vasta rede credenciada em todo o Estado do Rio de Janeiro e no Brasil.

O benefício Plano Odontológico atende a 4.146 aposentados e dependentes que possuem as mesmas condições e coberturas dos empregados ativos. Outro aspecto importante foi a negociação com a Odontoempresa para sua inclusão no Clube Ampla Vantagem, assegurando aos empregados e aposentados a possibilidade de colocar na adesão diretamente seus agregados (pais, mães, irmãos, primos, etc.). Por se tratar de adesão direta com a Odontoempresa, tem um preço diferenciado de R\$ 16,90, compatível com as práticas de mercado.



Programa Cidadania Ampla para colaboradores

Assistência Social

Este serviço está disponível para empregados e membros de sua família, visando à solução de determinados problemas familiares.

Auxílio-Creche

Fornecido a todos os empregados do sexo feminino, por filho, com idade entre quatro meses e seis anos incompletos. O auxílio é também fornecido aos empregados do sexo masculino, desde que viúvos ou separados legalmente e que detenham a guarda do(s) filho(s), enquanto permanecerem sem nova companheira. Foram beneficiados 56 colaboradores em 2005, com a contribuição mensal de R\$ 348,00.

Auxílio para Pais de Filhos Excepcionais

Além do plano de assistência médica, a Ampla concede aos empregados pais de crianças portadoras de deficiência mental, motora ou sensorial (especialmente visual ou auditiva) um benefício para que possam realizar tratamento especializado. O valor da contribuição mensal é de R\$ 448,00.

Seguro de Vida

O benefício é oferecido aos empregados ativos e afastados por auxílio doença e/ou acidente de trabalho, sendo que a Ampla arca com 60% do prêmio e os empregados com o restante, em rateio proporcional à taxa de administração. A partir de janeiro de 2006, a Ampla passará a arcar com 100% do seguro dos empregados. Coberturas:

- básica, em caso de morte do titular: 25 salários-base;
- indenização por morte acidental: 50 salários-base;
- invalidez permanente, total ou parcial por acidente: 25 salários-base;

- invalidez permanente por doença: 25 salários-base;
- morte do cônjuge: 12,5 salários-base para o titular.

Assistência Funeral

A apólice de seguro tem cobertura para assistência funeral, para o titular e seus dependentes diretos. Ou seja, quando falece um dos beneficiários, a seguradora encaminha uma pessoa para cuidar do processo funeral ou concede um reembolso de até R\$ 2.200,00 referentes às despesas de sepultamento, caso não seja possível a presença de uma pessoa designada para acompanhar o processo.

Vale-Alimentação/Refeição

A Ampla disponibiliza a todos os seus empregados o ticket-alimentação e/ou ticket-refeição, conforme previsto no acordo coletivo e nas seguintes modalidades:

- ticket-alimentação – disponibilizado em cartão magnético para uso em supermercados, com senha pessoal;
- ticket-refeição – disponibilizado em papel, podendo ser utilizado em toda a rede credenciada;
- ticket-refeição e alimentação – um misto das duas modalidades, sendo 50% do valor em cada.

Vale-Transporte

A média anual de empregados beneficiados com vales-transporte foi de 725.

Plano de Previdência Privada

A Ampla mantém um Plano de Previdência Complementar (Plano de Aposentadoria de Contribuição Variável) para seus empregados ativos, que é administrado pela Fundação Ampla de Seguridade Social, Brasiletros, constituindo-se de um fundo de longo prazo baseado no conceito de formação individual, que poderá transformar-se

numa renda mensal no futuro ou ser resgatado, ou ainda transferido para um fundo de outra instituição, caso o empregado venha a se desligar da empresa. A empresa conta com 1.350 empregados ativos participantes deste plano e 2.650, já assistidos, pertencem a outro plano também administrado pela Brasiletros, na modalidade de benefício definido, que se encontra fechado a novas inscrições.

Programa de Participação nos Resultados

O programa beneficia a todos os empregados e em 2005 a Ampla provisionou um valor de R\$ 4,66 milhões, 279% superior ao provisionado em 2004 (R\$ 1,23 milhão). Quanto ao programa, o percentual dos valores distribuídos em relação à massa salarial em 2005 é de 103% e o percentual de empregados beneficiados é de 100%.

RELAÇÕES COM SINDICATOS

A Ampla mantém uma boa relação com os sindicatos, por meio de uma política de constantes reuniões, visando sempre solucionar demandas dos trabalhadores e consolidar a prática de interlocução transparente com essas entidades. O objetivo final é a satisfação dos empregados. Atualmente, todos os funcionários da empresa estão cobertos por Acordos Coletivos celebrados com três sindicatos (Sindicato dos Trabalhadores na Indústria de Energia Elétrica de Niterói, Sindicato dos Trabalhadores na Indústria de Energia Elétrica do Norte e Noroeste Fluminense e Sindicato dos Engenheiros do Estado do Rio de Janeiro). Estes acordos têm duração de dois anos, sendo que apenas as cláusulas econômicas são revisadas anualmente. A empresa também desenvolve parcerias com os sindicatos visando à implementação de treinamentos de segurança e medicina do trabalho para empregados da Ampla que trabalham em áreas de risco.

Desde 1997, quando a empresa foi privatizada, não ocorrem greves com empregados na Ampla.

REMUNERAÇÃO

A Ampla adota procedimentos que permitem garantir justiça na remuneração de seus empregados. Para isso busca estabelecer o equilíbrio e a equivalência de seus salários, tanto internamente quanto em relação ao mercado. Todos os empregados da Ampla possuem contratos assinados por tempo indeterminado, não existindo contratos de prazos determinados. O custo de pessoal de 2005 subiu 15% em relação ao ano de 2004.

CONTRATAÇÕES E DESLIGAMENTOS

A Ampla busca inserir novos profissionais em seu quadro de pessoal para melhorar a qualidade de seu serviço, e nos processos seletivos procura sempre priorizar os profissionais que já atuam no âmbito da empresa.

O desligamento do empregado é conduzido de modo especial, entendendo ser este um momento delicado. A busca da compreensão dos termos em que se faz tal separação é sempre pautada pelo respeito pessoal e pelo atendimento legal entre as partes interessadas, sendo facultadas à empresa a orientação e a condução de encaminhamento e recomendação profissional do ex-empregado ao mercado.

Durante o ano de 2005, ingressaram na empresa 238 funcionários e foram desligados 320. O *turnover* foi de 19,6% no período. (LA2)

| | 2003 | 2004 | 2005 |
|------------------------------------------|-------|-------|-------|
| Número de empregados no final do período | 1.517 | 1.408 | 1.326 |
| Número total de desligamentos | 197 | 252 | 320 |
| Número total de admissões | 263 | 143 | 238 |

Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.

PREPARAÇÃO PARA A APOSENTADORIA

Preocupada com a situação do funcionário após seu desligamento da empresa, a Ampla busca criar situações favoráveis que o ajudem neste momento de mudança de vida tão significativo. Lançado em meados de 2005, o Plano de Aposentadoria tem como público-alvo os empregados com idade superior a 50 anos ou que completarão 50 anos até junho de 2006. O plano contempla também aqueles que estão aposentados ou em condições de se aposentar até 30 de junho de 2006 e tenham interesse em se desligar da empresa. Dos cerca de 150 empregados dentro desse perfil, 50 aderiram ao Plano de Aposentadoria.

Aos que optaram por aderir ao Plano de Aposentadoria, foram oferecidos diversos benefícios, como:

- financeiro – correspondente a duas remunerações (salário-base + vantagem pessoal + anuênio + periculosidade, quando for o caso), tomando como base os valores de junho de 2005;
- saúde – plano médio e odontológico para os empregados e seus atuais dependentes por um período de 12 meses;
- incentivos previdenciários – pagamento integral, pelo prazo de até 12 meses, das contribuições previdenciárias para a Fundação Brasileiros e o INSS;
- obrigações legais – aviso prévio indenizado, Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), multa de 40% sobre o FGTS, 13º salário proporcional, férias vencidas e proporcionais.

SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO



Saúde Ocupacional

Em 2005, a Ampla realizou diversas campanhas relacionadas à saúde e à segurança na área da medicina preventiva, com o intuito de orientar seus empregados e parceiros sobre uma melhor qualidade de vida no trabalho e no ambiente familiar. Normalmente, as campanhas são realizadas em parcerias. Dentre elas, destacam-se:

Programa de Qualidade de Vida – Bem Viver

Este programa, criado em 2005, é voltado para o bem-estar e a saúde dos funcionários. Entre suas propostas estão algumas das seguintes atividades:

Semana Vida mais Ampla

No período de 24 a 28 de outubro, foram oferecidos diversos serviços gratuitos dedicados à saúde e ao bem-estar dos colaboradores da Ampla: exame da dosagem de glicose e colesterol, verificação da pressão arterial, orientações sobre saúde bucal, controle do estresse, prevenção ao câncer de mama, glicose, antitabagismo, aulas de Yoga, Shiatsu terapia, orientação sobre alimentação saudável, entre outros.

A proposta foi informar para desenvolver novos comportamentos, melhorando a qualidade de vida dos profissionais. Ao todo, foram realizados mais de 1.500 atendimentos nos municípios de Angra dos Reis, Cabo Frio, Campos dos Goytacazes, Itaperuna, Macaé, Magé, Niterói, Pádua, Petrópolis, Resende e São Gonçalo.

Alimentação Equilibrada

Este programa foi criado em resposta aos resultados obtidos na Semana Vida mais Ampla, quando então se verificou a necessidade de dar aos funcionários da empresa uma orientação para uma alimentação equilibrada, visando prevenir o excesso de peso, doenças cardiovasculares e gastrintestinais, etc., bem como gerar uma melhor qualidade de vida, que garanta o bem-estar de cada um.

Para reforçar que uma alimentação saudável é ingrediente essencial para a promoção da saúde e a redução de doenças crônicas, foi feita uma campanha informativa, com distribuição de *folders*, cartazes e outros materiais. Uma nutricionista foi colocada à disposição dos empregados para orientá-los em sua reeducação alimentar.

Clube Ampla Vantagem

Seu objetivo é fechar parcerias com vários estabelecimentos que ofereçam descontos e vantagens em seus produtos e serviços para os empregados da Ampla e seus dependentes. Atualmente, temos mais de 100 parceiros, divididos pelos segmentos de saúde, lazer, educação (universidades, colégios e cursos de idiomas) e cultura.

Olimpíadas Ampla

Realizado pelo segundo ano consecutivo, este projeto tem como principal objetivo promover a integração entre as equipes e melhorar a qualidade de vida e a saúde de todos os funcionários e colaboradores da empresa. Em 2005, cerca de

duas mil pessoas competiram nas modalidades de futebol, basquete, atletismo, tênis, jogos de salão e natação. No encerramento do evento, houve a apresentação de um grupo folclórico e uma banda.

Cine Ampla

No auditório-sede da empresa, em Niterói, foram realizadas sete exhibições de filmes que estão no circuito, com a presença de mais de 50 pessoas. Em 2006, a meta é estender o programa para as localidades de São Gonçalo, Magé, Itaperuna e Petrópolis.

Coral da Ampla

Criado há 2 anos para trazer descontração e lazer aos funcionários por meio da cultura, o grupo já fez importantes apresentações em vários festivais e encontros culturais realizados pelas prefeituras dos municípios da área de concessão da Ampla e em outros Estados, exaltando o nome da empresa por onde passa. O coral, formado por cerca de 30 funcionários das diversas diretorias, é liderado pelo maestro Luiz Abreu.

Segurança no Trabalho

Brigada de Incêndio

A brigada de incêndio é formada por um grupo de 50 voluntários, treinados para combater princípios de incêndio e prestar primeiros socorros. Em 2005, estes profissionais foram preparados, por meio de cursos prático e teórico, e certificados pela Polícia Militar em parceria com a área de segurança no trabalho da empresa. Além disso, foram disponibilizados telefones úteis e ramais para os brigadistas da Ampla, como o 193 para acionar o Corpo de Bombeiros.

1º Rodeio Ampla de Eletricistas

O objetivo deste evento foi divulgar os Valores da Ampla e promover os temas relacionados à segurança no trabalho

para os colaboradores, por meio de provas práticas e realização de tarefas na rede elétrica. Juízes observavam a qualidade do serviço e a segurança na execução: qualquer manobra que colocasse em risco o electricista numa situação real significava a perda de pontos. O evento envolveu um público total de 800 pessoas, entre 110 competidores, visitantes e familiares, além de 20 *stands* expositores das empresas parceiras, como Medral, Soter, Gemon, Cam e Synapsis.



1º Rodeio Ampla de Eletricistas

Auditoria em Segurança no Trabalho

São verificadas as quantidades e as condições dos equipamentos de proteção individual (EPIs), dos equipamentos de proteção coletiva (EPCs), as viaturas, o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA), o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), o Atestado de Saúde Ocupacional (ASO), o Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT), o Mapa de Risco, a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA). As auditorias são feitas em conjunto com os representantes de contratos e empresas parceiras na presença de seus respectivos técnicos ou engenheiros de segurança.

Prevenção

A prevenção é o meio mais eficaz contra a ocorrência dos acidentes de trabalho. Com isso, a área de segurança vem intensificando, a cada dia, a realização de diálogos de segurança para que possam ser consolidadas atitudes de prevenção e o trabalho em equipe. Estes diálogos têm curta duração e ocorrem durante todas as manhãs nas diversas localidades da Ampla.

Durante os meses de novembro e dezembro, os diálogos foram realizados pelos técnicos de segurança da Ampla, abordando temas como choque elétrico, noções de sinalização da área de trabalho, uso de EPI, direção defensiva, ergonomia, entre outros, para empregados e parceiros, totalizando um efetivo de aproximadamente 600 pessoas.

Também foram realizados treinamentos de primeiros socorros para os empregados, cujo principal objetivo era de reafirmar a importância da aplicação das técnicas logo após a ocorrência de qualquer evento. Além disso, a empresa realizou, em parceria com a Polícia Militar, uma simulação de incêndio e evasão do prédio-sede, em Niterói.

• CIPA – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho

Em 2005, foram formadas 15 Comissões Internas de Prevenção de Acidentes de Trabalho, que atuam em diferentes localidades do Estado. Com um amplo processo de conscientização e educação desenvolvido pelas 15 CIPAs e por meio do redimensionamento dos profissionais técnicos em segurança no trabalho das empresas parceiras, a Ampla tem conseguido reduzir a gravidade dos acidentes com seus empregados e parceiros. As CIPAs possuem ao todo 105 membros, sendo 50% representantes indicados pela Administração da Ampla e 50% eleitos pelos empregados. As CIPAs, por meio de seus

planos de trabalho, realizam atividades de reconhecimento de riscos e adoção de medidas de controle, além de solicitar ajuda para a resolução das questões de segurança mais complexas, beneficiando 100% dos empregados da Ampla.

Em suas reuniões ordinárias, os membros das CIPAs registram, em atas, tópicos formais referentes à saúde e à segurança dos trabalhadores, dentre os quais se pode destacar:

- recomendações de melhorias no ambiente de trabalho, abrangendo aspectos relativos à prevenção de acidentes e doenças decorrentes do trabalho;
- reconhecimento de situações de risco no ambiente de trabalho e apresentação de planos de ação para eliminação das condições de risco.

• SIPAT – Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho

Com o objetivo de conscientizar os empregados e parceiros sobre as principais medidas de proteção contra acidentes de trabalho, doenças ocupacionais e outros riscos que porventura existam nos locais de trabalho, a Ampla realizou, em 2005, 13 SIPATs, envolvendo colaboradores em todo o Estado. Duas dessas semanas foram realizadas de forma integrada, com a união de membros representantes das Comissões Internas de Prevenção de Acidentes.

Foram escolhidos os melhores prevenционistas de cada CIPA e, ao final do ano, premiado o melhor prevenционista. A programação foi elaborada por cada CIPA, com conteúdos pertinentes ao evento. Durante esses eventos são realizadas várias palestras sobre temas relativos à prevenção de doenças, entre as quais, a aids/HIV.

Segurança com Parceiros

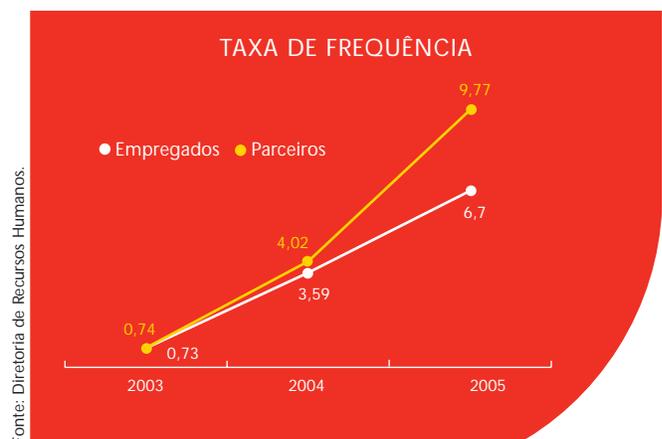
O principal fator para a ocorrência de acidentes com parceiros é o desrespeito às normas de segurança no trabalho

e à legislação de trânsito, em razão de imperícia e imprudência, apesar das campanhas educacionais realizadas, como o Treinamento em Direção Defensiva.

Acidentes de Trabalho

No ano de 2005, houve uma mudança no critério de apuração dos acidentes. Até 2004, eram considerados apenas aqueles relacionados a choques elétricos. Em 2005, passou-se a considerar todos os tipos de acidente, o que elevou tanto a taxa de frequência quanto a de gravidade, comparando-se os anos de 2004 e 2005. Se fosse mantido o critério anterior, teríamos acidente zero com pessoal próprio e apenas 12 ocorrências com parceiros ao longo do ano.

A Ampla registra os acidentes sem afastamento de empregados por meio do preenchimento do formulário de Comunicação de Acidente de Trabalho (CAT) – conforme modelo estabelecido pelo INSS, que depende da ação do empregado de informar a ocorrência do acidente ou de doenças profissionais. Para os acidentes com afastamento, o controle é realizado por meio do Procedimento Operacional-Padrão (POP).



Taxa de Frequência de Acidentes

Trata-se de um indicador que determina o número de acidentes com afastamento que ocorre na empresa para cada milhão de horas trabalhadas, com relação direta com o variável número de acidentes (empregados e parceiros).

A Ampla aumentou a taxa de frequência para seus empregados em 2005, passando de 3,59 em 2004 para 6,70, em função da mudança da metodologia de cálculo.

Em 2005, a taxa de frequência para parceiros apresentou um aumento quando comparada à de 2004, atingindo 9,77 em razão do maior número de obras e também em função da melhoria dos informes de acidentes. Em 2006, a Ampla implantará ou dará continuidade a ações para continuar a conscientização dos empregados e parceiros, tais como o programa "Viva a Vida". Existe ainda a taxa de frequência global, cujo resultado representa a quantidade de acidentes global, relativa a empregados e parceiros, viabilizando o monitoramento do número de acidentes que ocorrem no âmbito da Ampla e em suas empresas parceiras.

Taxa de Gravidade de Acidentes

A taxa de gravidade refere-se ao número dos dias de afastamento dos empregados ou terceirizados que ocorre na empresa para cada milhão de horas trabalhadas.

No ano de 2005, houve uma redução na taxa de gravidade de parceiros em 22% em virtude da realização dos diálogos de segurança, conscientização dos empregados e aquisição de novos equipamentos de proteção. Já para empregados próprios, houve um aumento em função da ocorrência de acidentes com leve gravidade. A Ampla continuará realizando as campanhas de conscientização para garantir que os empregados saibam lidar preventivamente com situações de risco.



Fonte: Diretoria de Recursos Humanos.

| | 2003 | 2004 | 2005 | Meta 2006 |
|----------------|-------|-------|--------|---------------------------------------------------------------------|
| Dias perdidos | 741 | 763 | 2.602 | Não-ocorrência de acidentes fatais e redução de 20% nos indicadores |
| Dias debitados | 6.000 | 6.000 | 18.000 | |
| Lesões típicas | 10 | 45 | 91 | |
| Óbitos | 1 | 1 | 3 | |

CONDUTA

Compromisso com a ética, a transparência, o diálogo e o respeito na relação com seus públicos

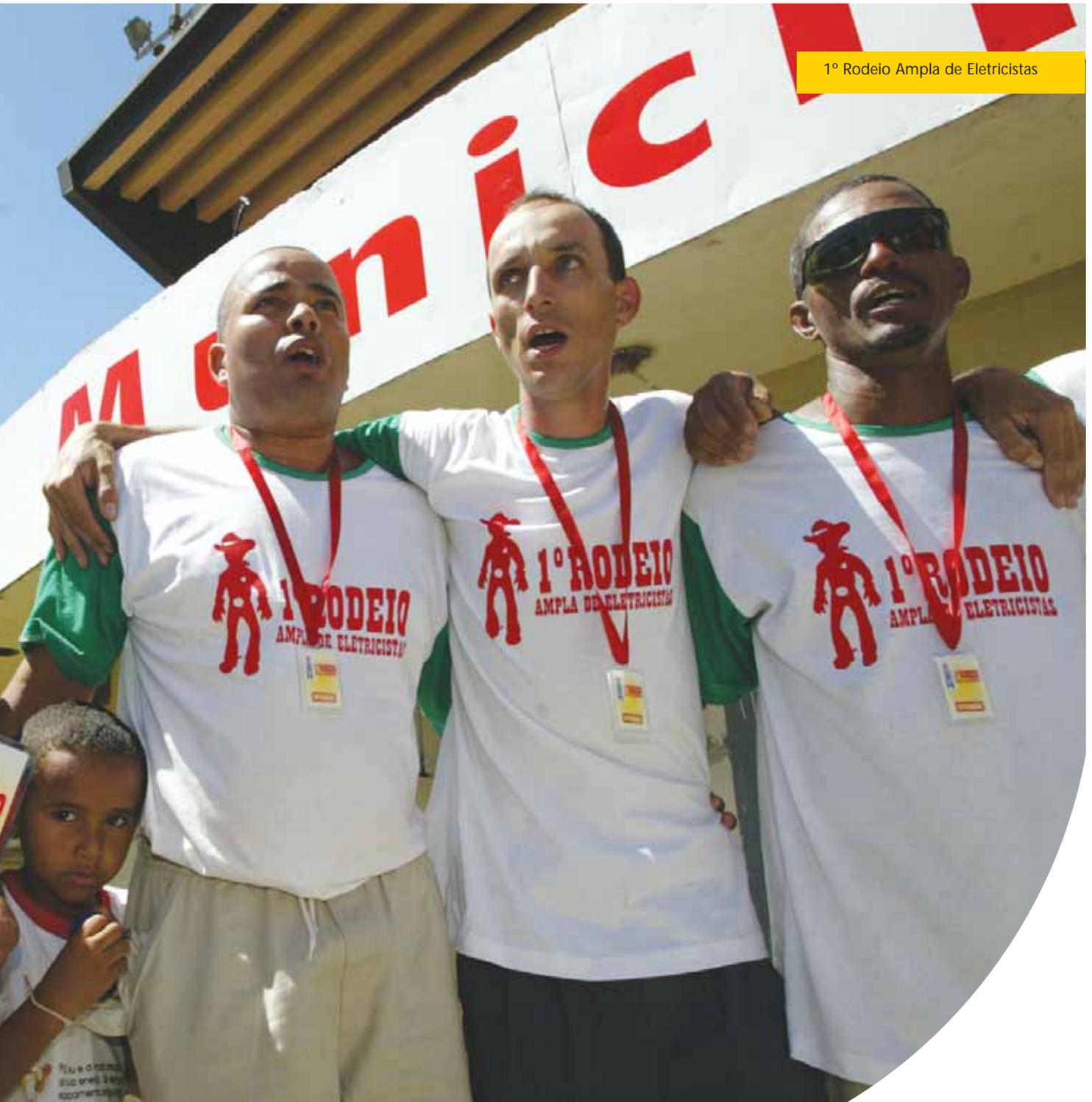
A ética e a integridade são valores essenciais da Ampla.

Os relacionamentos da empresa são baseados no diálogo e na confiança mútua com clientes, acionistas, colaboradores, fornecedores, governo, sociedade, comunidades e outras partes interessadas.

Sendo assim, a empresa aplica os princípios de governança corporativa e informa com transparência as demonstrações econômico-financeiras, os planos estratégicos, o compromisso com o meio ambiente e o cumprimento das obrigações e responsabilidades relativas às comunidades de entorno, por meio da colaboração e do diálogo com as instituições públicas e os órgãos reguladores.



1º Rodeio Ampla de Eletricistas



CONSTITUIÇÃO, OBJETO E CAPITAL SOCIAL

A Ampla Energia e Serviços S.A. é uma sociedade por ações de capital aberto, concessionária de serviço público de energia elétrica. A empresa busca explorar os sistemas de distribuição e comercialização de energia elétrica, participar de pesquisas vinculadas ao setor energético e participar de associações de empresas do setor elétrico.

Em 9 de dezembro de 1996 foi assinado, com o Poder Concedente, o Contrato de Concessão 005/96, com prazo de 30 anos, expirando-se em dezembro de 2026. Nesse contrato foram definidas as áreas de distribuição de energia a serem atendidas pela sociedade, bem como as usinas de aproveitamento de potencial hidráulico de geração de energia.

Dando continuidade ao Plano de Transformação iniciado em 2004 e conforme a Assembléia Geral Extraordinária realizada em 27 de abril de 2005, foi aprovada a mudança de sua razão social de Companhia de Eletricidade do Rio de Janeiro – CERJ para Ampla Energia e Serviços S.A.

Em 2005, o capital social da Ampla sofreu redução em decorrência da cisão ocorrida em 29 de dezembro de 2005, com a desverticalização, como comentado no Compromisso com os Acionistas. Após a alteração, o capital social está representado por 3.922.515.918.446 ações ordinárias, sem valor nominal, todas integralizadas.

No dia 20 de abril de 2005, a Chilectra S.A. Agência Ilhas Cayman procedeu ao registro da transferência de 890.338.432.196 ações ordinárias de sua propriedade, e representativas do capital social da Ampla, para a Chilectra

Inversud S.A. A operação não alterou o grau de dispersão das ações da Ampla negociadas no mercado, pois tanto a alienante quanto a adquirente são 100% controladas pela mesma empresa, Chilectra S.A., esta também integrante do grupo de controle da Ampla. A operação teve por objetivo a mera reestruturação interna da acionista Chilectra S.A., não importando em alteração de controle ou da estrutura administrativa da Ampla.

Em 31 de dezembro de 2005, o capital social da Ampla era de R\$ 1.505.424 mil e sua composição acionária tem a seguinte distribuição:

| ACIONISTA | Participação no capital 31/12/2005 |
|--------------------------------------------|------------------------------------|
| Endesa Brasil S.A. | 46,89% |
| Chilectra Inversud S.A. | 21,02% |
| Enersis International | 13,68% |
| Chilectra S.A. Agência Ilhas Cayman | 10,34% |
| Eletricidade de Portugal Intern. SGPS S.A. | 07,70% |
| Outros | 00,37% |
| TOTAL | 100% |

Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa

GOVERNANÇA CORPORATIVA

A Ampla é uma empresa comprometida com os princípios da governança corporativa, prezando pela transparência, a clareza, a integridade e a veracidade de suas informações e práticas de gestão, e pelo respeito aos direitos dos acionistas minoritários. A Ampla adota os procedimentos da Lei Sarbanes-Oxley para ampliar a confiança do mercado, além de cumprir as exigências dos acionistas que são listados na Bolsa de Nova Iorque.

O Conselho de Administração da Ampla, consoante o Estatuto Social aprovado na AGOE de 27/04/2005, é um órgão colegiado de funções deliberativas, constituído por 13 conselheiros, sendo nove membros titulares e quatro suplentes, eleitos pela Assembléia Geral, com mandato de dois anos, sendo que os empregados e aposentados da Ampla e os empregados e aposentados da Fundação Ampla de Seguridade Social – Brasetros (fundo de pensão dos empregados da Ampla) têm direito de eleger, em seu conjunto, um membro do Conselho de Administração. Os membros do Conselho estão descritos no organograma presente no capítulo 2. O Conselho de Administração reúne-se, trimestralmente, com a presença da maioria de seus membros, ou sempre que necessário, sendo convocado por seu presidente ou por seu vice-presidente, ou ainda por dois de seus membros, com a antecedência mínima de 24 horas.

As deliberações são tomadas por maioria de votos, sem que caiba ao presidente voto de desempate, competindo ao Conselho de Administração a fixação da orientação geral dos negócios da Ampla. Estas deliberações se dão por meio de diretrizes fundamentais de administração, bem como o controle superior da companhia, pela fiscalização da observância das diretrizes por ele fixadas, o acompanhamento da execução dos programas aprovados e a verificação dos resultados obtidos.

A Assembléia Geral Ordinária, realizada em 27 de abril de 2005, aprovou a remuneração global para a Administração da empresa, que vigora até a Assembléia Geral Ordinária seguinte, no valor de R\$ 4.470 mil.

COMPORTAMENTO ÉTICO

Acreditando que só por meio de uma gestão ética, a Ampla conquistará suas metas, a empresa baseia todas as suas práticas em compromissos éticos, representados por seus valores e pelas diretrizes de sustentabilidade. Buscando estimular esse comportamento e assegurar relações transparentes com suas diversas partes interessadas – acionistas, governo, clientes, fornecedores, colaboradores e sociedade –, a Ampla estabelece vários canais, processos e princípios, que serão descritos a seguir.

Código de Conduta da Ampla

É parte constituinte das diretrizes organizacionais da empresa e deve ter seus princípios atendidos em todas as ações da companhia. Existente desde 2003, o Código de Conduta passou por uma grande revisão em 2005, que incluiu vários requisitos de responsabilidade social, consulta pública interna e externa, estabelecendo parâmetros detalhados para o relacionamento da companhia com seus diversos públicos.



Apresentação do Coral da Ampla

O código visa formalizar e assegurar o comportamento nos diversos níveis de relacionamento empresarial e de operações, minimizando a subjetividade das interpretações pessoais sobre princípios morais e éticos. Neste documento, são estabelecidas regras e responsabilidades, e é obrigação de todos a observância fiel de seus preceitos, promovendo sua aplicação nas ações que envolvam o interesse da Ampla. O Código de Conduta para Empregados é parte integrante deste documento.

Sua disseminação é feita para cada funcionário por meio de reuniões com as lideranças e, para os novos contratados, dentro do Programa Boas-Vindas. Para estimular os colaboradores parceiros, são realizadas reuniões com gestores das empresas contratadas com a finalidade de estabelecer compromissos de acordo com as premissas do Código de Conduta, que é anexado aos contratos com fornecedores da empresa. Para todas as partes interessadas, fica disponibilizado para consulta e sugestões na intranet e na Internet.

O controle e a gestão cabem à Diretoria de Recursos Humanos, que assume a responsabilidade por sua aplicação, fornecendo os subsídios necessários para as decisões do Comitê de Ética, formado em 2005, com o lançamento do novo código.

Comitê de Ética

Este comitê objetiva apurar e avaliar os casos de violação de maior gravidade do Código de Conduta e deliberar em questões de dúvida sobre a interpretação do texto. O Comitê de Ética é formado pelo presidente, a diretora de recursos humanos, a diretora jurídica, a gerente de auditoria e dois representantes dos funcionários.

Norma de Divulgação de Ato e Fato Relevante

A Ampla aprovou e divulgou em julho de 2002, em conformidade com a Instrução CVM 358, de 3 de janeiro de 2002, sua “NORMA DE DIVULGAÇÃO DE ATO E FATO RELEVANTE”, que regula a política interna de procedimento para divulgação de informações relevantes da companhia por parte de acionistas controladores, diretores, membros dos Conselhos de Administração e Fiscal, integrantes dos demais órgãos técnicos ou consultivos da companhia, executivos e funcionários com acesso a informações relevantes, e por quem quer que tenha conhecimento de tais informações, em razão de cargo, função ou posição na empresa.

Canal Ético

Em cumprimento às disposições da Lei Sarbanes-Oxley, de julho de 2002, a companhia implantou um mecanismo para recebimento de queixas ou comunicações – Canal Ético – de forma confidencial, relativas às más práticas em matéria de contabilidade, controle, auditoria interna e outros temas. Este canal permite a participação de todas as partes interessadas. Tal procedimento, implantado em



Terminal de Consulta – Medição Eletrônica

2005 pelo Grupo Endesa, garante a confidencialidade, pois sua gestão cabe a uma empresa – a Ethicspoint –, com longa e abrangente experiência nesta área. As comunicações são encaminhadas ao responsável garantindo o anonimato com segurança absoluta. A utilização deste procedimento está sujeita às responsabilidades penais e civis nos termos da Lei, caso haja falsidade ou desprezo imprudente pela verdade – <http://codigoconducta.endesa.es>

PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA

Baseados nos 10 princípios universais do Pacto Global, assinado pela Ampla em março de 2005, a empresa estabelece princípios gerais para seus relacionamentos internos e externos, envolvendo funcionários, acionistas, fornecedores, clientes, comunidade e sociedade, governo e concorrência. Estes princípios fazem parte do Código de Conduta.

Responsabilidade Social

A Ampla, por meio de sua responsabilidade social com todos os públicos com que se relaciona, assume publicamente um compromisso com a transparência, a clareza, a integridade e a veracidade de suas informações. Estas são divulgadas, anualmente, por meio dos Relatórios Financeiro, Social e Ambiental.

Direitos Humanos

A Ampla considera, em todas as suas decisões, o total respeito à Declaração Universal dos Direitos Humanos, promovendo a isonomia de tratamento entre todos os que nela trabalham – parceiros, fornecedores, clientes, governo e acionistas minoritários –, sem distinção de qualquer natureza (cor, etnia, opção religiosa, política, gênero, estado civil, nacionalidade, orientação sexual, deficiência, idade,

opinião, etc.). Além disso, zela por um ambiente de trabalho de respeito às competências individuais das pessoas, na qual a diversidade de seus membros é incentivada.

Respeito ao Meio Ambiente

As atividades de gestão ambiental da Ampla seguem os princípios da política corporativa do Grupo Endesa, adotada em todas as suas unidades nos 12 países em que opera.

A empresa desenvolve suas atividades cumprindo a legislação específica, adotando ações preventivas, de educação e gerenciamento de impactos ambientais. Elas visam ainda promover e estimular a adoção de práticas que contribuam para o equilíbrio sadio e sustentável da relação entre o homem e o meio ambiente, integrando sua responsabilidade aos parceiros, na cadeia produtiva e nas comunidades em que atua.

Práticas inaceitáveis em toda a cadeia produtiva, parcerias e fornecedores:

- corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e pagamento de propinas;
- produção, armazenamento, distribuição e comercialização de produtos ilegais;
- existência de trabalho escravo ou forçado e o descumprimento das normas da OIT – Organização Internacional do Trabalho;
- existência de trabalho infantil, bem como a violação dos direitos da criança e do adolescente, tendo como base o Estatuto da Criança e do Adolescente;
- exploração da imagem da criança, do adolescente, da mulher e de outros grupos em condições de desfavorecimento econômico ou social, apresentados de forma preconceituosa ou em condições de risco.

Regras Gerais de Relacionamento

Com Órgãos Governamentais

A Ampla é uma empresa brasileira que opera num mercado regulado, cumprindo as leis e regulamentações governamentais que lhe cabem. Sabendo que a violação das determinações governamentais poderá sujeitá-la a processos de perdas e danos, a empresa orienta suas ações do modo mais estrito, com a legislação e os regulamentos vigentes em transações com o governo, atentando sempre para não oferecer, dar ou transferir vantagens tangíveis (dinheiro, bens, serviços, diversões) ou benefícios intangíveis (promessas de emprego, tratamento diferenciado) a qualquer agente do governo.

Com os Empregados

O relacionamento entre a Ampla e o empregado é consolidado nas práticas de gestão de pessoas inscritas nas ações de recrutamento, seleção, contratação, promoção, gestão de desempenho e outros, levadas a cabo no mais estrito respeito ao ser humano e às leis, zelando pelo alto

padrão de qualidade na busca da satisfação das partes interessadas. O empregado da Ampla deve destacar-se pelo elevado grau de profissionalismo, baseando seu comportamento nos seguintes princípios:

- os relacionamentos no trabalho são orientados pela confiança, honestidade, integridade, imparcialidade e respeito mútuo;
- a empresa considera o binômio perfil–desempenho como única forma de manutenção da empregabilidade;
- não são admitidos preconceitos ou discriminações de qualquer natureza (cor, etnia, opção religiosa, política, gênero, estado civil, nacionalidade, orientação sexual, abuso, deficiência, etc.);
- não são permitidas práticas abusivas contra empregados, como assédio moral ou sexual, arrogância, pressões, intimidações ou ameaças;
- a preservação da saúde e da integridade física é prioritária em relação aos interesses econômicos.



Líderes de Recursos Humanos

Com os Clientes

A Ampla tem o compromisso de fornecer serviços e produtos em condições apropriadas a todos os clientes, tratando-os de forma igualitária, isonômica, buscando satisfazer suas necessidades, atentando sempre para:

- o estabelecimento de uma relação de confiança e lealdade mútua;
- a prestação de serviços com a máxima qualidade e segurança;
- a adoção de uma comunicação baseada em informações claras, verdadeiras e consistentes a respeito de suas ações, serviços e produtos.

Com a Comunidade e a Sociedade

O compromisso da Ampla com a sociedade e as comunidades que atende transcende os limites das relações comerciais. A empresa reconhece seu papel como agente de desenvolvimento e promoção econômica e social da sociedade em que está inserida. Dessa forma, o compromisso com a cidadania vai além dos cuidados legais impostos à execução da atividade que exerce. A Ampla respeita as comunidades nas quais está presente, sem deixar de observar os direitos e deveres de ambas as partes.

Com os Investidores

A empresa considera justo e importante proporcionar retorno adequado ao investimento de seus acionistas. Observadas as previsões legais, seus acionistas, investidores e o mercado financeiro têm informações sobre qualquer motivo que possa afetar seus investimentos. As informações, conforme determinação da Comissão de Valores Mobiliários – CVM, são fornecidas pela diretoria financeira, no exercício da função de relação com investidores.



Com os Fornecedores

A Ampla trata seus fornecedores de forma respeitosa, mas considera parceiras as instituições aliadas e comprometidas com sua organização, que divulgam e valorizam sua marca e seus valores, que a orientam e a apóiam no financiamento de suas atividades e possibilitam o desenvolvimento e a comercialização de seus produtos e serviços.

Com os Sindicatos

As entidades sindicais são reconhecidas como representantes legais dos empregados e a Ampla se empenha em buscar, por meio de negociação realizada com respeito e responsabilidade, o melhor acordo entre os interesses delas e os da empresa.

Com os Concorrentes

A empresa zela pela manutenção de um relacionamento respeitoso e leal com seus concorrentes e, desta forma, empenha-se em oferecer serviços e produtos fazendo valer seus próprios méritos e vantagens. Não é admitida prática comercial antiética, bem como a formação de trustes ou cartéis que causem prejuízo à livre concorrência e aos consumidores.

CONTROLE DE RISCOS

A Ampla mantém políticas e estratégias financeiras e operacionais que visam à segurança de todos os seus colaboradores, assim como o controle dos impactos de suas ações nas comunidades e no meio ambiente em que atua, com o objetivo de prevenir, monitorar e mitigar os vários tipos de risco.

Para se proteger contra os riscos financeiros de cada uma de suas operações (Riscos Cambiais e de Juros sobre Passivos), ou para neutralizá-los, a Ampla utiliza os principais instrumentos disponíveis no mercado, alguns dos quais adotados pelos maiores bancos do mercado financeiro brasileiro.

No entanto, como distribuidora de energia elétrica, um dos principais riscos operacionais que a empresa deve enfrentar é a garantia do fornecimento a seus clientes, por meio da gestão da previsão de mercado e consequente contratação de energia. Atualmente isto se dá por meio dos leilões de energia, que resultam na celebração de contratos entre os agentes de geração do setor e a Ampla.

Por intermédio da Diretoria de Regulação e Gestão de Energia, a empresa estabeleceu um sistema de diminuição de riscos, caracterizado pelos seguintes objetivos prioritários:

- realização de uma previsão de mercado adequada e com base nos possíveis cenários;
- definição de estratégia de contratação para participação nos leilões de compra de energia na Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE);
- gestão dos contratos de compra de energia e transmissão: pagamento, reajustes dos preços previstos em contrato, aditivos pertinentes, atualização das informações destes na Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE);
- celebração de contratos que vinculem legalmente as partes e imponham responsabilidades, além das estabelecidas na normativa pertinente;
- atuação, por meio de contribuições nas audiências públicas, para a elaboração da regulamentação do setor, visando à equidade dos agentes, além de garantir o repasse integral dos custos com compra de energia e potência, eliminando as perdas financeiras para as empresas do setor de distribuição;
- celebração de contratos em longo prazo, para garantir a execução do regulamento do setor, a minimização de penalidades, a modicidade tarifária, além da otimização

dos recursos financeiros da empresa visando à maximização dos resultados;

- utilização da flexibilidade dos contratos para se adaptar às mudanças de cenário de sua área de concessão.

De outro lado, a empresa realiza investimentos para dispor das capacidades necessárias em suas instalações. Para isso, efetua o planejamento em longo prazo de seu sistema elétrico, considerando em sua análise a possível falha de algum de seus componentes mais importantes, de modo que o sistema seja capaz de manter o fornecimento nessas condições. O planejamento da expansão do sistema elétrico está sob a responsabilidade da Diretoria Técnica.

Atualmente, duas áreas estão encarregadas da identificação, supervisão e gestão desses principais riscos sociais e ambientais:

- a Diretoria de Recursos Humanos é a encarregada de identificar e coordenar a gestão dos riscos laborais derivados das operações da companhia – neste âmbito, a Ampla tem desenvolvido diferentes ações educativas e preventivas para toda a empresa, bem como intensificado a fiscalização das parceiras com alta exposição ao risco laboral, que são detalhadas no capítulo Compromisso com as Pessoas;
- a Diretoria de Meio Ambiente e Relações Governamentais é a encarregada de coordenar as ações para identificar e mitigar os riscos ambientais, produzidos principalmente pelas atividades de operação da empresa, mais detalhadas no capítulo Compromisso com o Meio Ambiente.



Treinamento da Brigada de Incêndio

Técnicos de Extensão de Rede, Paraty





MEIO AMBIENTE

*Compromisso com
a gestão aliada
à preservação ambiental
e ao consumo consciente*

A preservação do meio ambiente é um indicador permanente, integrado na gestão e na tomada de decisões da Ampla.

A empresa busca identificar, avaliar e realizar a gestão dos impactos de suas atividades no meio ambiente, esforçando-se para minimizá-los. O compromisso da empresa é garantir, ao máximo, a segurança e a qualidade dos serviços e sua contribuição para a competitividade da indústria e para o bem-estar da sociedade.

A Ampla incentiva, por meio de diversas iniciativas, a prática do consumo consciente dos recursos naturais, garantindo o desenvolvimento das gerações futuras, em especial no que diz respeito ao problema global de emissão de poluentes.

A empresa assume o compromisso de garantir a preservação do meio ambiente, o uso racional dos recursos e minimizar a produção dos resíduos, convencida de que esta linha de atuação é coerente com a melhora na qualidade de vida da comunidade em que está inserida.

Por este motivo, seguindo sua Política de Sustentabilidade e cumprindo seu Plano Estratégico de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável, a Ampla criou uma diretoria específica para tratar do tema – a Diretoria de Meio Ambiente e Relações Governamentais –, mais detalhada no capítulo 3. Esta diretoria, criada no final de 2005, tem como uma de suas metas principais a implantação da nova Política Ambiental e do Sistema de Gestão Ambiental da Ampla, para alcançar a certificação ISO 14001.

REDUÇÃO DE IMPACTOS SOBRE O CLIMA GLOBAL

Programa de Aquisição de Créditos de Carbono

A Ampla, no papel de distribuidora de energia do Grupo Endesa, foi a primeira empresa do País a lançar um programa de aquisição de créditos de carbono – Iniciativa Climática da Endesa. O evento, realizado na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro, contou com a presença do presidente da Ampla e do Grupo Endesa no Brasil, do vice-presidente da Bolsa, do secretário de Energia do Estado, do secretário de Desenvolvimento Econômico e do cônsul da Espanha.

Esta foi a primeira iniciativa de compra direta, em grande escala, por uma empresa no Brasil. O programa busca promover e contratar reduções de emissão de gases de estufa, por meio de mecanismos limpos, baseados em projetos coerentes com o Protocolo de Kyoto. Os projetos

prioritários serão os de gestão de resíduos em setores industriais ou energéticos. O objetivo do grupo espanhol é contratar 15 milhões de toneladas de carbono para o período entre 2008 e 2012.

PROGRAMA DE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Os projetos de eficiência energética visam eliminar o desperdício de energia e favorecer a sociedade por meio de programas que reduzam custos, com destaque para as instituições filantrópicas, com o intuito de melhorar a qualidade de vida da população. São executados com 0,5% da Receita Operacional Líquida apurada, de acordo a norma regulatória prevista pela Resolução Aneel 185/2001. O programa é realizado desde o ano de 1998, propiciando à sociedade conforto, segurança e economia no uso racional de energia elétrica.

Eficientização Energética na Comunidade

Por meio de ações de eficiência energética integradas a diversos projetos sociais, descritos no capítulo Compromisso com a Sociedade, a empresa apóia suas comunidades para o uso consciente e adequado de energia. Em 2005, 154 residências indicadas pelo projeto Ampla Solidária tiveram suas instalações revistas e lâmpadas trocadas gratuitamente. Foram distribuídas 35.735 lâmpadas econômicas dentro dos diversos projetos sociais da empresa.

Eficientização de Sistemas de Iluminação Pública

Atuando com as prefeituras, a Ampla busca orientar e esclarecer sobre os melhores padrões de redes de iluminação pública, aliando a qualidade do serviço ao menor consumo de energia elétrica com mais baixos custos. O objetivo desta ação é também modernizar

os sistemas de iluminação pública nas cidades em que atua. No ano de 2005, foram instalados 2.875 pontos de iluminação na cidade de Niterói, por meio do Programa Reluz, e ainda 220 pontos em São Gonçalo, 300 em Duque de Caxias e 1.354 nos outros municípios. O programa tem resgatado a qualidade da iluminação pública, valorizando os espaços urbanos, melhorando a segurança pública e aumentando a qualidade de vida dos cidadãos.

Energia Renovável

A Ampla, por meio dessa iniciativa, investe em projetos voltados para a substituição de sistemas convencionais de aquecimento de água, que normalmente geram grande consumo de energia elétrica com altos custos, por sistemas utilizando energia solar, em que são beneficiadas instituições filantrópicas dedicadas ao trabalho pela saúde e o bem-estar das pessoas menos favorecidas. Essa ação contribui para a redução do custo mensal das faturas de energia elétrica dessas instituições, transferindo os ganhos para as pessoas por elas assistidas, uma vez que a redução de custos possibilita a ampliação do atendimento. Foram assistidas em 2005:

- Abrigo Cristo Redentor – instituição localizada no Bairro Estrela do Norte, em São Gonçalo, que abriga 163 pessoas idosas. Foi instalado um sistema para aquecimento de água utilizando energia solar, por meio de 30 placas térmicas e reservatório, com o qual se espera uma economia mensal de energia elétrica em torno de 40%.
- Instituto Imaculada – localizado no Bairro Trindade, em São Gonçalo, abriga menores sem família recolhidos nas ruas. O novo sistema de aquecimento solar permite aos menores tomarem banho com água quente, além de facilitar os trabalhos da cozinha, com a água aquecida instalada nas pias.



Energia na Lata, Duque de Caxias

Outros Projetos de Eficiência Energética

Além dos investimentos voltados para a substituição de sistemas convencionais de aquecimento de água, a Ampla investe também na melhoria das instalações internas de prédios públicos, instituições, comércio, indústrias, iluminação pública e outros segmentos que merecem esse tipo de ações. Dentro desse segmento de clientes, podemos destacar, no ano de 2005, os seguintes projetos:

- Instituto Vital Brasil – prédio público vinculado à Administração Pública Estadual, localizado no Bairro Santa Rosa, em Niterói, busca melhorar a qualidade de vida da população pesquisando, desenvolvendo, fabricando e distribuindo medicamentos. Foram implementadas ações de eficiência energética em diferentes unidades físicas dessa instituição, envolvendo principalmente a substituição de equipamentos de ar condicionado e troca de luminárias e reatores por equipamentos eficientes.
- Fornos Elétricos de Padaria – em 14 padarias de São Gonçalo, foram instalados 25 fracionadores de consumo para permitir a redução da demanda e do consumo de seus fornos eletrointensivos de uso continuado, que normalmente desperdiçam grande parte da energia consumida.

FONTE ALTERNATIVA DE ENERGIA

Visando atender às comunidades isoladas de difícil acesso e em região de preservação ambiental, a Ampla vem estudando e implementando o sistema de energia solar, com a finalidade de atender aos anseios da sociedade, causando o menor impacto à Natureza e proporcionando um melhor nível de vida à população. A estrutura dos equipamentos utiliza materiais reciclados de plástico e alumínio. Está sendo realizado um projeto piloto na região da Ilha do Algodão, em Angra dos Reis, coordenado pela área de Pesquisa e Desenvolvimento.

PROJETOS NA COMUNIDADE

Educação Ambiental – Procel nas Escolas

Utilizando a metodologia “A Natureza da Paisagem”, o projeto tem como meta a ampliação do conhecimento dos estudantes para a preservação do conjunto dos recursos naturais, incluindo o tema “Educação para o combate ao desperdício de energia elétrica” nas escolas de Ensino Fundamental e Médio do Estado. Em 2005 foram beneficiadas, em média, 100 escolas e, aproximadamente, 330 professores e 13.500 alunos.

Energia na Lata

No dia 3 de novembro, a Ampla iniciou o projeto “Energia na Lata”, que, em parceria com a Aleris Latasa, possibilita aos clientes trocarem latas de alumínio e garrafas PET por descontos em sua conta de luz. O projeto começou em Duque de Caxias (Saracuruna) e São Gonçalo (Porto da Madama) e mais de 70 clientes já foram beneficiados. A intenção é expandir para outros municípios ao longo deste ano de 2006.

GESTÃO DOS IMPACTOS AMBIENTAIS

Para os impactos ambientais considerados significativos, a Ampla, levando em conta a viabilidade dos aspectos técnico, operacional, econômico e visão das partes interessadas, tem determinado objetivos, metas e programas. Os principais aspectos e impactos ambientais dos produtos, processos e instalações identificados são geração de resíduos, supressão vegetal, poda de árvores e óleo dos transformadores nas subestações, além da emissão de gases da combustão da frota de carros da empresa.

Objetivando o convívio mais harmonioso da Rede de Distribuição Elétrica com a arborização, a Ampla já adota como padrão a construção de redes de baixa tensão isoladas em cabos pré-reunidos na cor verde. Para redes de média tensão, a solução aplicada em áreas de densa arborização tem sido a construção de redes compactas semi-soladas e redes isoladas em cabos pré-reunidos. Para o planejamento e a execução do traçado de novas linhas de transmissão e distribuição, a empresa elabora um Estudo Ambiental Simplificado, procurando evitar a passagem de suas rotas de transmissão em áreas de preservação permanente, de vegetação de grande porte ou significativa, de manguezais, dunas, etc.

Para manter o sistema elétrico de distribuição seguro e confiável, foram executados neste ano 2.770 km de podas e/ou cortes de vegetação nas diferentes regiões de abrangência da empresa, seguindo metodologias preestabelecidas no Manual de Poda de Árvores. No ano de 2005, foram gastos R\$ 2.901 mil para desenvolver essa atividade.

Com o objetivo de evitar o derramamento e a contaminação no sistema de captação de água pluvial, com prejuízo ao lençol freático em caso de acidentes, continuou-se a instalação de caixas coletoras e separadoras de óleo e água em subestações dentro da área de concessão. Para tal, foram elaborados projetos técnicos e estipulados cronogramas de construção visando à prevenção de seus passivos ambientais. Em 2005, não houve derramamento significativo pela Ampla de produtos químicos, óleos e combustíveis para aferição.

Fazem parte dos resíduos gerados pela Ampla sucatas metálicas, madeiras, baterias exaustas, materiais cerâmicos, vidros, lâmpadas, papéis, plásticos, lixo orgânico e de varrição. A Ampla está em fase de implementação de um sistema de controle de resíduos que permitirá visualizar, com precisão, as quantidades geradas, por tipo e destino, em todas as suas áreas.



Placas térmicas no Abrigo Cristo Redentor, São Gonçalo

PROGRAMAS DE MELHORAMENTO AMBIENTAL

Pesquisa e Desenvolvimento para a Central Hidrelétrica de Tombos

Visando atender às exigências ambientais do órgão licenciador e, com o intuito de recapacitar e licenciar a Pequena Central Hidrelétrica de Tombos, foi elaborado o trabalho de Percepção Ambiental e o Programa de Comunicação Social na região de influência da Usina de Tombos. O projeto, realizado pela equipe de Pesquisa e Desenvolvimento, pretende indicar o estágio atual de degradação do solo das áreas do entorno do reservatório de Tombos e delinear propostas para a implantação de um plano de conservação do solo e recuperação de áreas degradadas para a microbacia do Rio Carangola. Além disso, a empresa espera implantar unidades demonstrativas com

técnicas de uso agrícola conservacionista do solo, de controle da erosão, de revegetação de áreas degradadas e recomposição da vegetação nativa da região.

Esta usina, por determinação do programa de desverticalização proposta pela agência reguladora, foi transferida para outro controlador, deixando de fazer parte dos ativos da Ampla no final de 2005.

Estudo Ambiental de Imboassica

Com a finalidade de orientar as ações para o licenciamento ambiental de Linha de Transmissão de Derivação de Imboassica, foram feitos estudos do meio físico e biofísico na área de influência da linha de transmissão e da subestação, que compreenderam os municípios de Rio das Ostras e Macaé. A linha de transmissão deriva de uma outra já existente no município de Rio das Ostras, seguindo até a



zona industrial de Macaé, na localidade denominada Imboassica, onde foi construída a subestação para receber energia e abastecer o pólo industrial petrolífero.

CONSUMO DE ÁGUA E ENERGIA ELÉTRICA

Em 2005, o consumo de energia das unidades administrativas da empresa foi de 16,7 GWh, que corresponde a 60.317.689 joules (x 10⁶) e o consumo de água foi de 96.918.200 litros. Durante 2006, a Ampla dará início à análise dos consumos de água e energia em suas instalações.

Todo o consumo referente à compra de energia da Ampla de seus fornecedores, de 9.871 GWh em 2005, foi em sua maioria de energia hidráulica, não utilizando outras fontes alternativas de energia. Este valor em joule corresponde a 35.635.379.061 (x 10⁶).

ÁREAS DE BIODIVERSIDADE

Trajano de Moraes

A Ampla possui uma área rica em biodiversidade na região da Tapera, extremo norte fluminense, no município de Trajano de Moraes. Área de grande potencial de aproveitamento ambiental para a deflagração de projetos de educação, ecoturismo ou de programas de aproximação com a comunidade local, onde foram plantados mais de 333.000 pés de espécimes florestais diversos.

Apoio à APA do Mico Leão Dourado

Para apoiar a fiscalização ambiental da área de Proteção Ambiental da Bacia do Rio São João/Mico Leão Dourado, a Ampla fez a doação de um veículo caminhonete, cabine dupla, ao Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). Foram confeccionadas e instaladas dez placas de sinalização no

Parque Municipal do Mico Leão Dourado, no município de Cabo Frio, com fins de orientação e educação ambiental para a região de influência.

Raias – Petrópolis

Foi elaborado o Relatório de Análise de Impacto Ambiental Simples das linhas de distribuição e subestações da Ampla localizadas e em operação na área de Proteção Ambiental de Petrópolis. Os trabalhos foram devidamente realizados, seguindo o que foi definido no termo de referência, previamente estabelecido por técnicos do Ibama, responsáveis pela administração e a fiscalização da Área de Preservação Ambiental de Petrópolis.

CAPACITAÇÃO

A fim de aprender e compartilhar práticas com outras empresas do País que estão inserindo a política de meio ambiente dentro de sua estratégia de gestão, a equipe da Ampla participou de vários eventos ao longo de 2005:

- Encontro de Meio Ambiente – em abril de 2005, a Ampla patrocinou, na cidade do Rio de Janeiro, o IV Encontro de Meio Ambiente e Sustentabilidade das empresas do Grupo Endesa na América Latina. O evento contou também com a participação da Diretoria de Meio Ambiente da Endesa/Espanha. Neste encontro, as empresas tiveram a oportunidade de apresentar os trabalhos que vêm realizando e trocar experiências das ações ambientais de cada país.
- Workshop sobre Licenciamento Ambiental de empreendimentos do setor elétrico, realizado em janeiro, na cidade de São Paulo.
- Intercâmbio técnico com a Codensa, empresa da Colômbia, do Grupo Endesa, para a troca de informações de implantação do Sistema de Gestão Ambiental da Ampla.

INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE

Compromisso com as tecnologias e as idéias criativas e inovadoras em suas atividades

A Ampla privilegia a inovação e a criatividade para entregar aos clientes soluções e serviços com eficiência e qualidade, aprimorando a cada dia sua gestão. Com este objetivo, a empresa promove a geração de idéias, respeitando a contribuição dos funcionários e colaboradores, articulando capacidades internas e externas para aplicá-las.

A cultura de inovação e criatividade em implantação tem ações como: identificação e formação de líderes de inovação, adoção de um processo formal de seleção e desenvolvimento de idéias, conceitos e alocação de capital de risco.

Aliada à inovação está a eficiência das atividades, em que a empresa busca utilizar ferramentas disponíveis e orientadas à capacidade de pesquisa, desenvolvimento e inovação tecnológica para a redução de impactos visando ao uso consciente de recursos.



Centro de Operação do Sistema



A empresa vem-se destacando dentro do setor elétrico nacional e internacional pela implementação de sua cultura de inovação. Estão sendo implementados novos projetos e tecnologias, que têm como estratégia principal levar mais eficiência, conforto e qualidade de vida para seus clientes. Estas inovações, desenvolvidas por profissionais da empresa, têm sido fundamentais para a criação de um relacionamento mais próximo e personalizado com seus públicos, além de impactar positivamente nos gestores e nos resultados da companhia.

A cultura de inovação da Ampla é trabalhada desde 2000, por meio dos diversos projetos do Programa de Pesquisa e Desenvolvimento e, a partir de 2004, dentro do Programa BIS (Boas Idéias e Soluções), rebatizado em 2006 de Programa Inova.

PROGRAMA BIS/PROGRAMA INOVA

Este programa sistematiza a busca de novas idéias entre os funcionários e colaboradores da Ampla, gerando assim soluções simples e eficazes para a evolução de importantes indicadores da empresa, como qualidade de serviços, perdas, produtividade e clima organizacional. Está baseado num processo sistemático de inovação, que permite aos colaboradores trabalharem em equipe para propor idéias, desenvolver perfis de conceitos aceitáveis, implementar pilotos e escalonar projetos.

Com esta iniciativa, a Ampla busca criar também as condições para que a inovação se prolifere. A área de Inovação, vinculada à Diretoria de Recursos Humanos, é responsável pela gestão do processo sistemático, que está apoiada em 48 multiplicadores de 12 diretorias. Eles têm a responsabilidade de selecionar idéias, disseminar

as práticas em suas áreas e, principalmente, apoiar sua conceitualização e implantação. Até 2005, os programas BIS e Inova receberam aproximadamente 7.000 idéias e sugestões dos colaboradores, das quais 300 foram premiadas e 60 implementadas.

PROGRAMA DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

O Programa de Pesquisa e Desenvolvimento da Ampla está pautado na busca de inovações para fazer frente aos desafios tecnológicos e de mercado das empresas de energia elétrica. Diferente da pesquisa puramente acadêmica, que se caracteriza pela liberdade de investigação, a pesquisa empresarial possui cronogramas e metas bem definidas. Assim, o objetivo da gestão dos projetos de P&D é alocar eficientemente os recursos disponíveis para gerar inovação tecnológica, vetor de crescimento de todas as economias desenvolvidas do planeta, e não a simples atualização tecnológica, indutora de dependências. Esse programa é uma obrigatoriedade regulatória, fixada no contrato de concessão e em legislação específica do setor elétrico, utilizando para sua execução 0,5% da Receita Operacional Líquida anual (ROL).

Os projetos visam também à geração de novos processos ou produtos e ao evidente aprimoramento de suas características, mediante a execução de programas de P&D próprios ou contratados com instituições de pesquisa e desenvolvimento, gerenciados pela Ampla. Este processo acontece por intermédio da área de Pesquisa e Desenvolvimento, na Diretoria de Relações Institucionais e Comunicação, com uma estrutura permanente de gestão tecnológica. Os principais parceiros são as universidades UFF, UFRJ, PUC-RJ, FGV-RJ, USP e LACTEC.

No ano de 2005, foram geridos 34 projetos, que somaram R\$ 4.150 mil e procuraram soluções nas áreas de gestão de Recursos Humanos, Meio Ambiente, Atendimento Comercial, Otimização Operativa, principalmente no combate às perdas de energia.

Um dos estudos é o desenvolvimento de metodologia para transformar conhecimento em negócio, levando inovação e empreendedorismo para o setor elétrico. Com este projeto, a empresa tem envolvido pesquisadores e gestores associados ao setor de geração e distribuição de energia elétrica, além de capacitar cerca de 30 multiplicadores para o Comitê Interno de Inovação da Ampla. Outro tema na área de Recursos Humanos está ligado ao impacto da terceirização nas relações de trabalho dentro das concessionárias sob a ótica dos clientes, objetivando uma melhor prestação dos serviços. A idéia é fazer uma avaliação comparativa para detectar a melhor maneira de se relacionar com o consumidor (terceirização *versus* funcionários próprios).

Outro projeto relevante desenvolvido pelo setor de pesquisa da Ampla está voltado à competitividade do mercado com a forte entrada do gás natural como fonte de energia, no Estado do Rio de Janeiro. Está sendo avaliado o impacto do consumo dessa energia em residências e empresas para modelar a decisão de compra de energia, além de desenvolver estratégias de comunicação e *marketing* que permitam fazer frente a esse desafio. Nessa linha, os projetos de padronização de registro textuais do Call Center, que reduzem o tempo de atendimento, e o projeto sobre ressarcimento em processo administrativo de danos causados a terceiros (surtos típicos) pretendem gerar melhoria da imagem, eficiência comercial e satisfação dos clientes.

Focando infra-estrutura na direção da melhoria da qualidade do serviço prestado aos clientes, foram priorizados os projetos de automação das redes de distribuição e de compatibilidade eletromagnética, além da padronização das estruturas de torres (tipo *bonsai*) de linhas de transmissão, que reduziu os custos finais dos projetos e a necessidade de grandes desmatamentos. Na área técnica, foi construído um conversor mono-tri para meio rural que regula a tensão da rede, melhorando os aspectos de conformidade da tensão. Em 2005, foram registradas quatro patentes de produtos, como fruto do resultado de projetos de P&D.



PROGRAMA DE CONTROLE DE PERDAS

A perda total de energia distribuída tem sido um obstáculo para o crescimento da companhia, que alcançou, ao final de 2005, o índice de 22,1%. Após inúmeras ações que fazem parte do Programa de Controle de Perdas da Ampla, este índice vem mostrando uma tendência de queda em relação aos anos anteriores – 22,8% em 2004 e 23,6% em 2003.

Mesmo com a queda de 0,7%, a média da empresa ainda continua muito elevada se comparada à média de perdas das distribuidoras nacionais, que fica em torno de 15%.

Nossa área de concessão apresenta, em alguns municípios, um grande número de ligações clandestinas, que, segundo um estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas, são causadas principalmente pela desordem urbana, a violência, a pobreza e a impunidade. Para combater essas perdas, a empresa investiu, somente no ano passado, R\$ 183 milhões. Este montante foi utilizado na adoção de tecnologias inovadoras aliadas a modernos processos de gestão e ações sociais na comunidade para a conscientização sobre o uso adequado de energia.

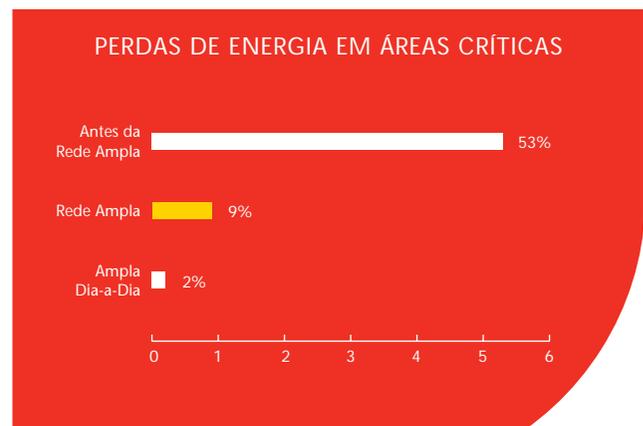
Ampla Dia-a-Dia e Rede Ampla

Uma das idéias desenvolvidas pela equipe de profissionais da Ampla está revolucionando a medição do consumo de energia e sendo copiada e adotada por diversas empresas nacionais e estrangeiras. O programa chamado de Ampla Dia-a-Dia: Medição Eletrônica oferece ao cliente a possibilidade de acompanhar e gerir seu consumo de energia elétrica antes da chegada da fatura, no final do mês. Este acompanhamento só é possível com a produção diária de informações pela leitura digital dos dados, que são transformadas em quilowatts/hora e em reais.

A distribuidora foi a primeira do País a ser autorizada pela Agência Nacional de Energia Elétrica, pela Resolução 021/05, a adotar este sistema em residências, provocando uma radical mudança de hábitos dos usuários, cujo consumo passa a ser medido por equipamentos eletrônicos instalados nos postes e não mais pelo antigo medidor eletromecânico.

Todo o processo de instalação do Ampla Dia-a-Dia, iniciado em 1º de julho de 2005, valorizou, acima de tudo, a transparência da companhia na comunicação com seus clientes e a sociedade. Com uma simples ligação para a Central de Relacionamento (0800 28 00 120), o cliente pode acompanhar seu consumo diário e acumulado de energia em quilowatts/hora e em reais. Os consumidores podem obter essas informações também nas agências e postos de atendimento da empresa, acessando o *site* www.ampla.com, por torpedos enviados por celular (quando cadastrado), por *paggers* cedidos gratuitamente, em postos de consulta coletiva instalados nos bairros e ainda na conta de energia detalhada impressa, no final do mês.

Além de possibilitar o controle de consumo e o planejamento do orçamento familiar, o projeto agiliza o atendimento de emergência. Com ele, é possível detectar de imediato qualquer problema de falta de fornecimento por eventuais defeitos na rede elétrica.



Fonte: Diretoria de Recuperação de Mercado

Preocupada com o possível impacto causado pela mudança de hábitos, cada cliente tem sido visitado previamente por um funcionário da empresa e recebe um folheto e uma carta que contém informações sobre o funcionamento do novo sistema. A direção da Ampla realizou também um trabalho prévio de comunicação institucional com formadores de opinião e autoridades. A diretoria visitou juízes, órgãos de defesa do consumidor e ministérios públicos, além de informar funcionários, prestadores de serviços e a imprensa, em coletiva dada pelo presidente Marcelo Llêvenes.

Nesse período, a empresa recebeu a presidente da Comissão de Direitos de Defesa do Consumidor da Assembléia Legislativa do Rio de Janeiro (Alerj), deputada estadual Cidinha Campos (PDT), que foi a campo conhecer alguns clientes de São Gonçalo e participou de uma audiência em Brasília, com a deputada federal Elaine Costa (PTB-RJ). O projeto foi iniciado em julho, com cerca de 6 mil clientes de São Gonçalo e Magé. Ao final de dezembro do ano passado, cerca de 37 mil clientes já estavam conectados ao Ampla Dia-a-Dia: Medição Eletrônica, conforme o quadro abaixo.

AMPLA DIA-A-DIA

| MUNICÍPIO | CLIENTES AMPLA DIA-A-DIA |
|--------------|--------------------------|
| Caxias | 7.910 |
| Itaboraí | 6.452 |
| Macaé | 455 |
| Magé | 4.354 |
| Niterói | 110 |
| São Gonçalo | 17.730 |
| TOTAL | 37.011 |

Esta tecnologia só foi possível graças à implantação da Rede Ampla, um novo sistema de distribuição desenvolvido por engenheiros da empresa. Menos vulnerável e mais moderna,

ela foi a solução técnica encontrada pela Ampla para combater o furto de energia. O novo sistema consiste na elevação da rede secundária (baixa tensão) até o nível da rede primária (média tensão) com a utilização de um cabo pré-reunido. Ambas ficam a dez metros do solo, o que dificulta as ligações clandestinas. Com a nova rede, o número de consumidores ativos sem fornecimento e a dívida por cliente que mora nessas áreas diminuíram significativamente. Com a Rede Ampla, as perdas caíram de 53% para 9%. Já nas áreas com medição eletrônica, essas perdas desceram ao patamar de 2%. Em dois anos, 250 mil clientes foram conectados à nova Rede Ampla.

Paralelamente, a empresa vem realizando projetos sociais que visam ensinar o cliente a consumir de forma consciente e adequada. Entre eles estão a oficina Dona de Casa Eficiente, palestras e os projetos Jovem Ligado, Ampla Solidária e Guardiões da Energia. Para incentivar os consumidores irregulares a normalizarem sua situação com a empresa, a Ampla financia seus débitos e os auxilia a se cadastrarem na Tarifa Baixa Renda, que dá descontos de até 66% na conta de energia, nos casos em que o perfil do cliente se encaixa aos padrões exigidos pela Aneel.

Por volta de meados de outubro de 2005, começaram a surgir reclamações e dúvidas sobre divergências nos valores cobrados nas contas de energia com medição eletrônica, principalmente nas regiões mais resistentes à implantação do sistema antifurto. Estas declarações foram exploradas de forma sensacionalista pela imprensa e alguns políticos. A Ampla participou de audiências públicas e publicou um Comunicado-Compromisso nos principais jornais do Estado do Rio, no qual se comprometia a refaturar os clientes pela média dos últimos três meses, enquanto as possíveis divergências no valor das faturas eram verificadas.

Iniciou-se também a conferência de todas as reclamações ingressadas pelo 0800 28 00 120 e por outros canais de atendimento. Na grande maioria dos casos, os clientes haviam recebido um Termo de Ocorrência por Irregularidade (TOI) e estavam pagando dívidas antigas, acumuladas ao longo dos meses. No ano de 2005, foram ingressadas 4.413 solicitações de análise de consumo. Desse total, 3.158 geraram inspeções em campo, sendo encontradas irregularidades em 47% delas e emitidos 1.489 laudos pelo Instituto de Engenharia Legal (IEL), órgão independente, contratado pela empresa para aferir as ligações clandestinas.

O Instituto Nacional de Pesos e Medidas (IPEM) e o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO) realizaram uma série de inspeções às instalações elétricas em campo e à empresa para conhecer e aferir o novo sistema, atestando que estas instalações se encontram em conformidade com as novas técnicas atuais e as informações geradas são precisas.

Máquinas para Grandes Clientes

Com a solução para os clientes de baixa tensão, a empresa passou a buscar novas formas de combater o furto entre clientes do grupo A (indústrias e comércios de grande porte), cujo índice de irregularidades nas instalações elétricas saltou de 4,5% (2003) para 11% (2005). A máquina é um conjunto protegido, com medição eletrônica e telemedição, instalado nos postes, com *display* para que o cliente possa acompanhar sua leitura a cada cinco minutos. A telemetria disponibiliza ainda sensores de presença, abertura de porta e subtensão e permite a leitura de consumo desses clientes via remota. No ano de 2005, o projeto garantiu à Ampla um ganho de energia acumulado de 7,2 GWh, o que significa um incremento de energia de 4.429 MWh por cliente ao mês.

Inibidor de Furto

No sistema elétrico da Ampla, o maior volume de furtos de energia elétrica acontece entre os consumidores de baixa tensão, com circuito monofásico. As fraudes praticadas por consumidores para furto de energia são, geralmente, de duas naturezas: violação no medidor e desvio no ramal do circuito secundário (BT) de alimentação. Por conta disso, a Ampla está implantando (em fase de teste em 18 residências) um dispositivo que torna a energia no ramal indisponível para o uso, e que a disponibiliza para uso a partir do medidor de consumo, reduzindo substancialmente as perdas e contribuindo, significativamente, para a melhoria financeira e operacional do sistema elétrico.

A tecnologia para impedir o furto compreende a geração de um sinal que torna a energia no ramal indisponível para o consumo por parte ou a totalidade dos equipamentos elétricos, a injeção do sinal gerado no início do ramal e sua retirada do medidor de consumo. Assim, a energia em trânsito no ramal ficará indisponível para o consumo, o que reduzirá drasticamente as perdas da concessionária. No ano de 2005, o pedido de patente do equipamento foi depositado no INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial).

Lacre Eletrônico

Trata-se de um dispositivo capaz de armazenar de forma eletrônica um código e dados específicos que serão gerados pela concessionária para cada medidor e que, posteriormente, em campo, poderão ser lidos por um segundo dispositivo que indicará ao leiturista as reais condições do lacre. Estão sendo feitos estudo e avaliação minuciosos dos diversos medidores empregados e suas respectivas instalações para determinar seus pontos vulneráveis. Além de um levantamento sobre os relatos

de fraudes ocorridas anteriormente, de forma a se conhecerem os processos normalmente utilizados na maioria das violações. No ano de 2005, o pedido de patente do equipamento foi depositado no INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) e a meta é instalar o primeiro lote, de 45 mil peças, em área piloto, este ano.

Medidor Blindado

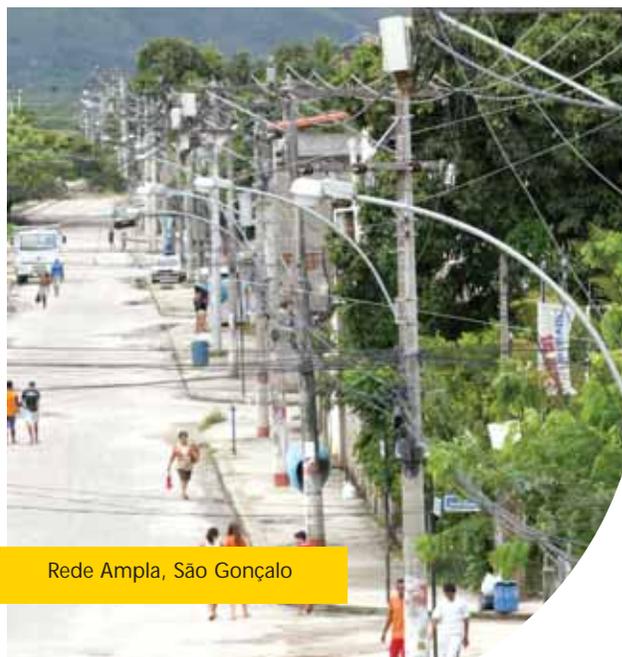
O grande volume de fraudes e vandalismos é possibilitado pela facilidade de acesso ao medidor de energia e ao ramal antes da medição, que o fraudador encontra nas instalações atuais. A principal inovação deste projeto é a instalação do medidor no ramal aéreo, sustentado pelos cabos, o que permite sua localização em posição de difícil acesso ao fraudador. Tal inovação provocou o desenvolvimento e a construção de partes do equipamento também inovadoras, como invólucro (antivandalismo, à prova de condições climáticas, de dimensões e peso reduzidos) e leitura por radiofrequência. Como não existe medidor comercial que atenda às peculiaridades dessa inovação, foram necessários o desenvolvimento e a construção de um novo medidor. Para integrar as partes do medidor desenvolvido, buscaram-se soluções avançadas, de fabricantes conceituados e já testados em outros equipamentos. Assim, foram selecionados: a família ADE da Analog Devices, que já equipa cerca de 70 milhões de medidores, para a placa de medição; a resina Hytrel da DuPont para o invólucro do medidor; e o *chip* da Nordic para a transmissão por radiofrequência. No ano de 2005, o pedido de patente do equipamento foi depositado no INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial).

Satisfação x Inadimplência

Ao procurar entender os motivos de satisfação dos consumidores da Ampla e a relação deste sentimento com

as perdas por furto de energia e a inadimplência, a área de pesquisa e desenvolvimento criou dois projetos. Um determina os perfis típicos de consumidores segundo variáveis como renda, escolaridade, hábitos de consumo, posse de bens, entre outras, e principalmente em relação às características de cada região do Estado. Este estudo vem subsidiar a elaboração de uma estratégia para a melhoria da imagem da empresa, comparando os efeitos das ações realizadas até o momento e sua efetividade.

O outro projeto prevê o desenvolvimento de produtos motivacionais a partir de aspectos sociais e culturais para a redução de inadimplência. A idéia é compreender a relação do consumidor de energia elétrica com sua utilização e pagamento; detectar e segmentar os usuários de eletricidade pagantes e inadimplentes e evidenciar, pelo comportamento social e hábitos de consumo, os atributos motivadores para o pagamento ou não-pagamento da conta de energia elétrica.



SOCIEDADE

Compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, promovendo o crescimento das comunidades atendidas

A Ampla tem consciência de que seu produto principal – o fornecimento de energia elétrica – é um serviço essencial para o desenvolvimento e o bem-estar da sociedade. Por esse motivo, ela se empenha em fazê-lo com grau de excelência para garantir as melhores condições de qualidade e segurança. Ao mesmo tempo, as atividades da empresa contribuem para o desenvolvimento social, econômico e cultural das comunidades atendidas, respeitando sempre seus valores culturais.



1º Bienal da Leitura de São Gonçalo



A Ampla está próxima das comunidades atendidas a fim de conhecer mais a fundo suas necessidades e atendê-las por meio de atividades identificadas com os negócios da empresa. Este desafio é imposto à companhia, que diariamente mantém contato com seus clientes e familiares, tornando-se agente para a melhoria da qualidade de vida, especialmente para aqueles que mais necessitam.

Combinando os compromissos com o meio ambiente e com a construção de uma sociedade mais justa, promovendo o crescimento de suas comunidades, a empresa estabeleceu seu posicionamento estratégico em responsabilidade social: a formação de cidadãos conscientes.

Dentro desse objetivo, são realizados diversos projetos sociais com a comunidade buscando a reflexão das atividades diárias para o consumo consciente e neles são levantadas questões sobre cidadania, educação ambiental, consumo responsável de água, de energia e de alimentos, redução/reutilização/reciclagem do lixo e a ilegalidade, como o furto de energia e a pirataria. Para apoiar esse trabalho, a Ampla se tornou associada do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, com o qual também faz parceria em alguns projetos.

“O consumo consciente pode ser definido como um processo de escolha em que se busca equilibrar a satisfação das necessidades pessoais com as possibilidades ambientais e a melhoria de vida de toda a sociedade. Transformar o ato de consumir em um ato de cidadania: esta é a idéia do consumo consciente, um instrumento que os cidadãos têm nas mãos para construir um mundo melhor e sustentável.” (Instituto Akatu)

Os projetos estão sendo desenhados para desenvolver no indivíduo – incluindo os funcionários, fornecedores, clientes residenciais e empresariais – um olhar consciente sobre suas práticas.

No ano de 2005, a empresa aumentou significativamente seu grau de envolvimento com a sociedade por meio de projetos nas áreas institucional, educacional, cultural, de geração de renda, comunitários e de voluntariado.

A busca pela sustentabilidade dessas iniciativas fez com que a Ampla implementasse indicadores de desempenho que buscassem constatar a eficácia de seus projetos. Quanto aos outros projetos, que são em geral patrocinados pela Ampla e executados por instituições do Terceiro Setor, sua avaliação tem sido feita por meio de pesquisas com as comunidades beneficiadas e monitorada a partir do número de pessoas atendidas e dos resultados obtidos em relação à meta estipulada.

PROJETOS INSTITUCIONAIS

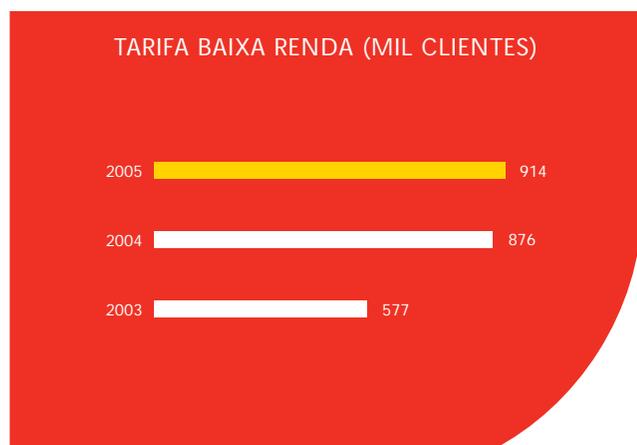
Baixa Renda

A Tarifa Baixa Renda oferece descontos de até 66% no valor da tarifa das contas de energia. O benefício é concedido aos clientes residenciais com circuito monofásico, que consumem até 220 kWh por mês. Para os que consomem até 80 kWh, este desconto é automático.

O papel da empresa na captação de clientes para o cadastro no Programa Baixa Renda tem sido fundamental para a evolução desse número. Em 2005, foram incorporados ao programa 38 mil novos clientes. Em dezembro de 2005, 914 mil consumidores foram beneficiados com a tarifa subsidiada pelo governo federal, o que corresponde a 47,5% dos clientes residenciais na área de concessão.

A Ampla tem realizado o cadastro de clientes em eventos comunitários, como o SuperAção e as palestras e visitas às famílias em situação de risco, por meio do Ampla Solidária.

Esta informação também é disponibilizada nas agências e postos de atendimento, onde são fornecidos formulários para as pessoas se cadastrarem.



Fonte: Diretoria de Regulação e Gestão de Energia.

Universalização no Atendimento

A Ampla se preocupa em levar o serviço público de energia elétrica a todas as pessoas dentro da área de concessão, independentemente de condições socioeconômicas. Somente no ano de 2005, conectou à rede elétrica 35.748 clientes com projetos de extensão de rede, cujos investimentos somaram mais de R\$ 25 milhões, um recorde alcançado na história da empresa.

Luz para Todos

Em 2005, também foram investidos R\$ 21,2 milhões dentro do Programa Luz para Todos, do governo federal, montante este que suportou o atendimento de 4.703 unidades consumidoras. Desde o início do programa, em 2004, foram atendidas 6.018 unidades consumidoras

e investidos aproximadamente R\$ 24 milhões. O trabalho da distribuidora foi determinante para elevar o Rio de Janeiro à condição de Estado com maior cobertura elétrica rural do País. Com esta ação, a companhia levou melhor qualidade de vida, desenvolvimento e geração de renda para os que não usufruíam energia elétrica. Para este ano de 2006, a empresa tem a meta de contemplar mais 5 mil clientes nas áreas rurais e mais mil clientes em localidades de difícil acesso.

PROJETOS SOCIOCULTURAIS



Os projetos socioculturais da Ampla, em 2005, beneficiaram cerca de 578 mil pessoas nos diversos municípios atendidos pela empresa. A Ampla investiu nesses projetos R\$ 3.491 mil, com recursos próprios e recursos oriundos de incentivos fiscais, pela Lei Estadual de Incentivo à Cultura, da Secretaria de Estado da Cultura do Rio de Janeiro. Os valores incentivados totalizaram R\$ 1.706 mil, que foram destinados aos projetos culturais.



SuperAção, Campos dos Goytacazes

Educação

SuperAção

Oferece atividades socioeducativas e culturais para toda a família. O evento tem o objetivo de conscientizar as comunidades atendidas sobre o uso eficiente da energia. Enquanto as crianças se divertem com oficinas de desenho e pintura, brincadeiras, jogos de computador educativos e sorteio de brindes, os pais assistem a palestras e oficinas. Ao final, a família assiste junta à apresentação da peça teatral “O Menino que Gastava Muito”.

Os participantes podem solicitar parcelamentos, segunda via de contas e cadastramento na Tarifa Baixa Renda, no atendimento móvel. Além disso, são oferecidos outros serviços, como corte de cabelo gratuito, medição de pressão arterial e emissão de segunda via de documentos – estes últimos em parceria com as prefeituras e/ou outras instituições.

Em cada evento participam 800 pessoas, em média. Elas recebem lâmpadas econômicas e ainda concorrem ao sorteio de uma geladeira econômica. O SuperAção percorreu 33 municípios da área de concessão da Ampla: desde Paraty, na região sul, até Campos dos Goytacazes, no norte do Estado do Rio de Janeiro.

Oficina Dona de Casa Eficiente

A meta é transformar os hábitos de consumo das famílias por meio de um de seus agentes mais influentes, a dona de casa, formando-a como multiplicadora de informações sobre o uso sustentável de energia, água, gás, alimentos e do controle do orçamento familiar. Como parte da abordagem do consumo sustentável, as participantes são convidadas a refletir sobre cidadania, meio ambiente e comportamento ético, utilizando-se como referência

a realidade local. Nos encontros, são fornecidas dicas práticas de economia de energia e doméstica e para a elaboração do orçamento familiar.

As donas de casa recebem um certificado de participação e *kits* com bolsa, camisas e lâmpadas econômicas, além de um manual com informações mais detalhadas sobre os temas abordados. Após a conclusão da oficina, todas são convidadas a continuar colocando em prática, ao longo do ano, as informações aprendidas. Por fim, há uma confraternização na qual são premiadas as mulheres que mais se destacaram, tanto na economia de energia quanto no controle e no planejamento do orçamento familiar.

Nesta nova etapa, denominada “A parceria que deu certo!”, algumas participantes são convidadas a dar depoimentos sobre o que mudou em sua vida depois do projeto. Outro desdobramento é a “Gincana Dona de Casa Eficiente”, quando, após o encontro do primeiro ano, são formados grupos de mulheres em cada comunidade para desenvolverem projetos comunitários sobre meio ambiente e uso adequado da energia. O prêmio da gincana é uma benfeitoria comunitária escolhida pelo grupo vencedor. As oficinas já ocorrem regularmente nos municípios de Magé, Duque de Caxias, São Gonçalo e Itaboraí.

Palestras Comunitárias

As palestras visam a uma ação educativa para o público adulto sobre o uso mais adequado e eficiente da energia, estreitando o relacionamento da Ampla com a comunidade em relação à utilização de seu serviço. Nestas ocasiões, são divulgados os projetos sociais e as lideranças comunitárias são convidadas a participar, dando a oportunidade de mais pessoas serem beneficiadas. Todos os participantes que apresentam suas contas de luz recebem lâmpadas

econômicas (fluorescentes compactas – 15 W), que representam pelo menos 75% de redução na demanda de energia, comparadas a uma lâmpada incandescente comum – 60 W. Essas palestras ocorrem, regularmente, em localidades carentes de Duque de Caxias, Itaboraí, Magé e São Gonçalo e, com menos frequência, em outros municípios da área de concessão.

Jovem Ligado

Voltado para estudantes da rede pública com idade de 10 a 16 anos, o projeto busca a formação de multiplicadores conscientes sobre a necessidade de evitar o uso inadequado de energia e prevenir os riscos de ligações irregulares. São quatro encontros, nos quais um coordenador lidera a discussão sobre temas como a cidadania, o meio ambiente e os problemas da comunidade do entorno, relacionando-os com o tema consumo consciente. Como tarefa final, eles são incentivados a elaborar em grupo projetos que abordem os temas discutidos, utilizando linguagens como a do teatro, revistas em quadrinhos, maquetes, etc. Após a conclusão das oficinas, eles participam de um passeio à Usina Hidrelétrica de Piabanha ou outro espaço vinculado ao tema. O projeto Jovem Ligado tem sido implementado nos municípios de Duque de Caxias, Itaboraí, Magé e São Gonçalo.

Guardiões de Energia

O projeto Guardiões de Energia visa envolver estudantes com idade de 6 a 10 anos no tema energia, de forma que eles se sintam responsáveis e motivados por seu uso correto e se tornem multiplicadores da idéia. Busca-se, por meio de quatro encontros, promover uma atitude responsável e proativa, abrangendo temas correlacionados, como meio ambiente, cidadania, uso sustentável dos recursos naturais e sociabilidade. As crianças recebem o *kit* do guardião,

composto de boné, *squeezer* e camiseta. No final do ano, as crianças mais participativas, avaliadas com a ajuda dos professores, são nomeadas “Guardiões do Ano” e premiadas com bicicletas e minigames. Elas também participam de um passeio ao Planetário da Gávea, instituição parceira da atividade.

Energia Jovem

Desenvolvido pelo Centro de Promoção da Saúde – CEDAPS em três comunidades de Magé, o projeto teve o objetivo de promover a inserção social por meio de intensa participação do público jovem. Os participantes identificaram os problemas sociais das localidades em que residem e elaboraram soluções, tornando-se, desta forma, cidadãos conscientes da ação social comunitária. Entre os temas abordados nas oficinas estiveram a cidadania, a prevenção de doenças sexualmente transmissíveis e o uso eficiente da energia. Eles receberam uma bolsa mensal para participar de atividades supervisionadas por um coordenador, que resultaram em ações comunitárias, como, por exemplo, o “camelô educativo”. O Energia Jovem abrangeu as escolas de Magé, culminando em dois concursos com escolas municipais e estaduais sobre o tema energia, utilizando-se as linguagens de música, desenho e poesia. Os vencedores ganharam bicicletas e celulares; uma escola, um computador, por sorteio. Em 2005, foram beneficiadas 13.484 pessoas, 10.968 a mais que em 2004.

Cultura

Leitura Ampla: a Construção do Olhar

Com o objetivo de incentivar a leitura como instrumento de combate ao analfabetismo funcional e da consolidação dos princípios norteadores da cidadania, o Leitura Ampla se desenvolveu nas cidades de Niterói, São Gonçalo, Itaboraí e Duque de Caxias, envolvendo alunos e suas

famílias, professores e funcionários de todas as escolas municipais locais. O programa de incentivo à leitura foi realizado por meio de cinco linguagens – texto, cena, forma, imagem e som – entre maio e novembro de 2005, sendo oferecidos aos participantes: seminários, oficinas, caderno de leituras, supervisão pedagógica, *website* para acompanhamento, concurso para estimular o desenvolvimento de trabalhos e premiações. Os resultados do projeto podem ser comprovados pela grande participação e o envolvimento da comunidade escolar, e beneficiou 4 municípios, 342 escolas municipais, 9.576 mil professores, 199 mil alunos, totalizando 350 mil pessoas direta e indiretamente, na repercussão na mídia e no estreitamento do relacionamento com municípios atendidos pela empresa. Juntamente com a Ampla, o Leitura Ampla foi elaborado e executado pelo Leia Brasil, organização não-governamental de incentivo à leitura, com o apoio do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, da Secretaria de Estado da Cultura do Rio de Janeiro e das Secretarias de Educação dos quatro municípios envolvidos. Seu objetivo era promover a “Formação da Consciência Cidadã” a partir de reflexões sobre ética, identidade, violência, educação ambiental e consumo consciente.

1ª Bienal da Leitura de São Gonçalo

Para promover a interação da população de São Gonçalo com o conteúdo dos livros e seus autores, num esforço de promoção da leitura como porta de inserção social, a Ampla realizou esta bienal juntamente com a ONG Leia Brasil e com o apoio do governo do Estado do Rio de Janeiro e do Sesc de São Gonçalo. Durante quatro dias, 70 mil pessoas participaram de encontros com autores, peças de teatro, circo e narração de histórias, exibição de filmes e documentários, *workshops*, exposições e saraus de poesia. Foi oferecida uma política de preços diferenciada

pelas editoras, mais adequada à realidade local, para ampliar o acesso aos livros. A bienal também doou 6 mil livros usados, para fortalecer a biblioteca municipal de São Gonçalo. Participaram das atividades do evento 53 escolas municipais e 23 mil alunos.

Programa Interlatinidades – III Encontro de Culturas

Este é o maior programa de integração cultural da América Latina, realizado pela Universidade Federal Fluminense por meio do Centro de Artes – UFF, e tem o objetivo de valorizar a identidade latino-americana pelo patrimônio cultural de seus povos. Durante duas semanas, renomados professores, intelectuais e artistas participaram de debates e palestras. Foi oferecida uma intensa programação para a população da cidade e visitantes, envolvendo todas as manifestações artísticas: literatura, cinema, música, teatro, dança, folclore e artes plásticas. A empresa patrocinou este evento, que teve, entre diversos apoiadores, o governo do Estado.

ArteInstalada

Suas atividades de arte-educação visam ao desenvolvimento cultural e à valorização do indivíduo por meio da transferência de conhecimento e de habilidades artístico-culturais, realizadas pela Fundação Casa Amarela. A entidade atua em várias comunidades, oferecendo oficinas para produção artesanal de papel reciclado, cartonagem e aproveitamento de jornal com o objetivo de proporcionar uma forma de trabalho remunerado com gestão organizada. Participam do projeto jovens e adultos do sexo feminino, estudantes e donas de casa, que ao final do curso recebem um certificado de reciclagem em papel e cartonagem. São oferecidos também diversos cursos à comunidade, como pintura, escultura, desenho em quadrinhos, caricatura e xilogravura, na sede da instituição, em São Gonçalo. Em 2005 foram beneficiadas 762 pessoas,

674 mais que em 2004. Para estimular a prática do aprendizado pelas oficinas artesanais e estimular a geração de renda das comunidades, a Ampla tem comprado os produtos de artesanato de algumas comunidades beneficiadas, para comercializar em sua lojinha e para distribuir como brindes entre parceiros, visitantes e funcionários.



Interior em Verde e Rosa e Barracão Cultural

Projeto desenvolvido em parceria com a escola de samba Estação Primeira de Mangueira, o governo estadual e as prefeituras dos 12 municípios beneficiados. Centenas de crianças, jovens e adultos participaram de oficinas musicais e de confecção de fantasias e alegorias carnavalescas. Além disso, milhares de pessoas assistiram aos inúmeros *shows* apresentados pela bateria, baianas e sambistas da escola.

Eventos de Natal

Durante o período natalino, a Ampla patrocinou a realização de eventos com atrações artísticas e culturais, além de iluminações especiais, em Campos dos Goytacazes, Niterói

e São Gonçalo. Estes eventos levaram mais beleza para estes municípios e, conseqüentemente, lazer para seus moradores, contribuindo também para o turismo local.



Em Niterói, foram promovidos dois grandes projetos: “Marco de Natal” e “Luzes da Cidade”. O “Marco de Natal” envolveu a montagem de uma árvore de Natal na praia de São Francisco e várias atrações artísticas e culturais durante 14 dias, ao pé da árvore. O marco se tornou um ponto turístico da cidade entre os dias 10 de dezembro de 2005 e 6 de janeiro de 2006. Já no evento “Luzes da Cidade”, a Ampla novamente contribuiu para o lazer dos moradores, promovendo três *shows* artísticos na Concha Acústica da Prefeitura de Niterói, em São Domingos.

Em parceria com a Eletrobrás, a Ampla promoveu a iluminação natalina em Campos dos Goytacazes e São Gonçalo. Em Campos, o projeto envolveu a decoração da Praça São Salvador e a iluminação ornamental da catedral, incluindo a fachada principal, na qual foram utilizados refletores cênicos para valorizar os detalhes arquitetônicos. Em São Gonçalo, o projeto envolveu a decoração da Praça Zé Garoto, com a montagem de duas árvores de Natal de cerca de 12 m de altura. Além disso, a catedral ganhou destaque com a iluminação da fachada principal.

Exapicor

Em sua 38ª edição, em parceria com a prefeitura de Resende, a Exapicor é uma das maiores exposições agropecuárias do Estado do Rio de Janeiro. Realizado entre 22 de setembro e 2 de outubro, o evento é voltado para a geração de trabalho, renda e novos negócios, promovendo a integração e a inclusão social de toda a população local, com geração de 1.500 empregos e atividades culturais. A programação inclui rodeios de peões, exposição de gado e equinos, *shows* musicais, atrações culturais e outras e contou, nessa edição, com um público de 200 mil visitantes.

Geração de Renda

Primeiro Emprego

A primeira chance de emprego é sempre a mais difícil, especialmente para os jovens com pouca qualificação profissional. Em nosso projeto Primeiro Emprego, a Ampla oferece a primeira oportunidade de emprego aos jovens de 18 a 24 anos residentes nas comunidades atendidas pelos demais projetos da área social. Os participantes recebem um treinamento preparatório para a seleção, aprendendo o comportamento bem-sucedido em uma

dinâmica de seleção, e mesmo aqueles que não são selecionados ampliam suas chances de contratação em outras empresas. Após essa fase, os selecionados são encaminhados a diversas áreas da empresa, recebendo treinamento específico para a atividade que desempenharão e onde terão também a oportunidade de fazer uma carreira.

As oficinas preparatórias para seleção têm duração média de seis horas e abordam palestras e dinâmicas sobre técnica de entrevista, perfil de um funcionário bem-sucedido, ética profissional e sobre os valores da Ampla. Ao serem selecionados pelas empresas parceiras, esses jovens recebem treinamento específico para leiturista.

Cooperativa de Costureiras e Artesãs de Santo Aleixo

A empresa apoiou a criação da Cooperativa de Costureiras e Artesãs de Santo Aleixo, no município de Magé, a qual surgiu de uma mobilização da própria comunidade, por meio de um abaixo-assinado com 91 nomes. A iniciativa veio após a promoção, pela Ampla, de cursos de qualificação voltados para a geração de renda, realizados em 2004. Por meio da Cooperativa Estruturar, a companhia financiou oficinas de formação de cooperativismo para o grupo no ano de 2005, além de comprar máquinas de costura e viabilizar o espaço para as atividades de produção. A Cooperativa de Costureiras e Artesãs capacitou as mulheres da comunidade para a fabricação de roupas, tendo como principal finalidade desenvolver a formação profissional, viabilizando a autonomia e dando condições para o ingresso no mercado de trabalho e, conseqüentemente, para o aumento da renda familiar e a sustentabilidade do grupo.

Apoio à Comunidade

Ampla Solidária

Atende famílias de comunidades com baixo índice de desenvolvimento humano (IDH) e em exclusão social. Neste projeto, supervisionado por uma assistente social, são realizadas visitas domiciliares e feito o acompanhamento desses moradores. Nessas visitas os clientes recebem informações sobre o uso eficiente de energia e direitos sociais, são cadastrados na Tarifa Baixa Renda e encaminhados a outros projetos sociais da Ampla, como, por exemplo, Primeiro Emprego e Eficiência Energética.



Instalações elétricas deterioradas ou inapropriadas são as maiores causas de consumo alto de energia, além de serem propensas a acidentes e incêndios. Por esta razão, as famílias atendidas no projeto Ampla Solidária são automaticamente incluídas no Eficiência Energética, que realiza a troca das instalações (fiação deterioradas ou mal instaladas) e substitui lâmpadas incandescentes por lâmpadas econômicas. Com o trabalho de eficiência energética, reduz-se consideravelmente o consumo.

Em 2005, 154 residências indicadas pelo projeto Ampla Solidária tiveram suas instalações revistas e 35.735 lâmpadas foram distribuídas gratuitamente. A meta de 2006 é levar a eficiência energética a 18 mil residências, com investimento de R\$ 3,7 milhões, provenientes do Procel. Outras ações serão realizadas com essas famílias neste ano, em parceria com diversas instituições públicas e privadas, como: oficinas temáticas sobre planejamento familiar, aproveitamento de alimentos, saúde bucal (distribuição de kits com escova, pasta e fio dental), retirada gratuita de documentos e plantio de horta domiciliar e comunitária.

Casamento Coletivo

O Juizado Especial Criminal de São Gonçalo, com o apoio da Ampla, realizou o sonho de 60 casais, que participaram de um casamento comunitário no dia 26 de novembro, no Sesc de São Gonçalo. A cerimônia contou com o “Dia da Noiva” e a comemoração com bufê para 600 convidados. A Ampla participou do evento doando kits e oferecendo serviços de maquiagem, cabelo e manicure, além da decoração. O Coral da Ampla ficou responsável pelas canções românticas.

Voluntariado

Programa de Voluntariado Compartilhar

Este programa de incentivo ao voluntariado foi criado em dezembro de 2004 para estimular a realização prática do impulso solidário de seus colaboradores, trazendo benefícios para todos os envolvidos e a comunidade. O resultado da Pesquisa Interna de Voluntariado, alinhada às diretrizes da empresa, determinou o foco inicial do programa: dias de ação voluntária (mutirão) e campanhas de doações voltadas para instituições sociais que atendam crianças (0 a 12 anos) e famílias, nas regiões mais carentes da área de concessão, como Duque de Caxias, Itaboraí, Magé e São Gonçalo.

Sua gestão é feita pela Equipe Compartilhar, formada por 13 funcionários, que representam todas as diretorias da empresa.

O programa visa fortalecer três importantes valores da Ampla: espírito de equipe, foco nas pessoas e conduta ética, além de trazer resultados para a satisfação dos funcionários e para a qualidade de vida de nossa comunidade. A empresa é responsável por doar oito horas de trabalho dos funcionários que participam dos mutirões, além dos recursos necessários para a compra de material para as melhorias nas instituições, incluindo a reforma das instalações elétricas, além das campanhas.



Casamento Coletivo, São Gonçalo



Mutirão Voluntário – Um Dia para Compartilhar

Em 2005, foram realizados dois mutirões voluntários, em creches de Duque de Caxias e São Gonçalo. Em setembro, 55 colaboradores realizaram o mutirão para a restauração da Fundação Beneficente Evangélica Jesus de Nazaré, em Duque de Caxias. A fundação atende 150 crianças entre 4 e 10 anos e oferece serviços de creche e Educação Infantil. Os voluntários pintaram paredes e tetos, decoraram as salas, fizeram reparos elétricos, restauraram brinquedos, plantaram um pequeno jardim, realizaram corte de cabelo e fizeram várias recreações com 30 crianças da fundação, que estavam presentes. Em dezembro, 50 voluntários do programa Compartilhar participaram do mutirão na Creche Pró-Melhoramento Jardim Catarina, em São Gonçalo. O imóvel passou por uma reforma nas instalações elétricas e todos os cômodos foram pintados e as salas e a fachada decoradas pelos voluntários. Esta creche atende 100 crianças da comunidade, entre 2 e 6 anos.

Campanha de Doação de Alimentos

Três grandes campanhas para doação de alimentos foram realizadas neste ano pela Ampla: “Desabrigados da Enchente de Porciúncula”, “UmAnoAmpla” e “Natal sem Fome”. Ao todo, foram arrecadadas e distribuídas pelos funcionários da empresa 38 toneladas de alimentos.

Ampla Natal sem Fome

Em parceria com a Ação da Cidadania, a Ampla participou, pela segunda vez, desta consagrada campanha, criada pelo sociólogo Herbert de Souza, o Betinho. A presença da empresa começou no evento de lançamento no Aterro do Flamengo, com uma mesa de 20 metros coberta de pães, que foram doados, e continuou na transformação dos 51 endereços das agências e postos de atendimento, localizadas em 51 municípios do Estado do Rio de Janeiro, em pontos de coleta de alimentos. Como resultado, a Ampla arrecadou 35 toneladas de alimentos não-perecíveis, aproximadamente cinco vezes mais que no ano anterior. As doações vieram dos colaboradores e clientes, empresas parceiras – Synapsis e CAM – e da própria companhia. Os alimentos foram divididos entre a Ação da Cidadania, que distribuiu para instituições cadastradas e para aquelas escolhidas pelos voluntários da empresa, totalizando 144 instituições beneficiadas.

Campanha de Doação – Volta às Aulas

A campanha “Volta às Aulas” aconteceu em julho e superou as expectativas, ultrapassando a meta de 450 kits. Foram doados 580 kits pelos colaboradores de todas as localidades. As contribuições foram distribuídas para instituições sociais em Campos dos Goytacazes, Duque de Caxias e São Gonçalo. A entrega dos kits foi feita em agosto por integrantes da Equipe Compartilhar e voluntários das diversas áreas da empresa. O Instituto Dom Bosco,

em Campos, recebeu 250 *kits*; em Caxias, foram entregues mais de 250 *kits* para a Fundação Beneficente Jesus de Nazaré; e em São Gonçalo 80 *kits* foram para o Instituto Imaculada.

Natal Ampla Solidária

O projeto Ampla Solidária é realizado por meio de visitas de um assistente social da Ampla, que tem como objetivo identificar famílias carentes e encaminhá-las a programas públicos de assistência, como o Baixa Renda. Em dezembro, a empresa fez uma campanha de Natal do Ampla Solidária, focando as crianças que fazem parte deste projeto, que receberam brinquedos, roupas e alimentos.

Papai Noel Voluntário

A visita do Papai Noel voluntário para os filhos de todos os funcionários, com idade até 10 anos, entrou para o calendário de fim de ano da Ampla. Em dezembro, 70 funcionários da companhia, entre homens e mulheres de todas as localidades, se vestiram de Papais Noéis voluntários e distribuíram presentes na casa de cada criança. Além de presentear, eles recolheram nas visitas cerca de 320 brinquedos novos e usados, que foram doados para crianças carentes atendidas pelo projeto Ampla Solidária.

PESQUISA E AVALIAÇÃO

Além do monitoramento interno contínuo dos projetos sociais, a fim de garantir seu bom andamento e avaliar a percepção do público atendido, a Ampla contratou a Fundação Getúlio Vargas para realizar pesquisas nas comunidades atendidas pelos projetos. As pesquisas foram feitas em sete comunidades de Magé e Duque de Caxias, durante os anos de 2004 e 2005. Além de características comerciais dos clientes da região, houve a identificação e a avaliação das principais lideranças e instituições mais “reconhecidas” pelos moradores e o levantamento de programas e projetos que as pessoas gostariam de ter na comunidade. Foi também avaliado o conhecimento dos moradores a respeito dos projetos sociais desenvolvidos pela companhia a fim de subsidiar novas ações.



Tatiana Tavares, Papai Noel Voluntário

PRINCIPAIS PROJETOS SOCIOCULTURAIS EM 2005

| PROJETOS | VALOR (R\$ MIL) | Nº DE BENEFICIADOS | PRINCIPAIS PARCEIROS |
|------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Educação | | | |
| SuperAção | 480.002 | 22.610 | Prefeituras, associações de moradores locais e escolas públicas |
| Oficina Dona de Casa Eficiente | 153.900 | 1.360 | Associações de moradores locais |
| Palestras Comunitárias | 189.331 | 9.117 | Associações de moradores locais |
| Jovem Ligado | 34.280 | 648 | Prefeituras, Usina Hidrelétrica de Piabanha |
| Guardiões de Energia | 117.054 | 1.445 | Prefeituras e escolas públicas |
| Energia Jovem | 244.221 | 13.484 | CEDAPS (Centro de Promoção da Saúde), prefeitura de Magé e associações de moradores |
| Cultura | | | |
| Leitura Ampla | 535.000 | 350.000 | Leia Brasil, Instituto Akatu, secretarias municipais, escolas públicas e governo do Estado do Rio de Janeiro |
| 1º Bienal de Leitura de São Gonçalo | 540.000 | 70.000 | Leia Brasil, Secretaria de Educação de São Gonçalo, Sesc e governo do Estado do Rio de Janeiro |
| Interlatinidades | 160.000 | 70.000 | Universidade Federal Fluminense, governo do Estado do Rio de Janeiro e Ministério da Cultura |
| ArteInstalada | 66.949 | 762 | Fundação Casa Amarela, prefeituras e governo do Estado do Rio de Janeiro |
| Eventos de Natal | 576.263 | 150.000 | Prefeituras, associações culturais e governo do Estado do Rio de Janeiro |
| Exapicor | 120.000 | 200.000 | Prefeitura de Resende, associações, instituições e governo do Estado do Rio de Janeiro |
| Geração de Renda | | | |
| Primeiro Emprego | 19.060 | 450 | Empresas parceiras |
| Cooperativa de Costureiras e Artesãs de Santo Aleixo | 47.729 | 80 | Cooperativa Estruturar, prefeitura de Magé e associação de moradores |
| Apoio à Comunidade | | | |
| Ampla Solidária | 101.078 | 1.312 | Prefeituras, associação de moradores e outras instituições privadas |
| Voluntariado e Doações | 22.000 | 10.440 | Ação da Cidadania, funcionários da Ampla e empresas parceiras, prefeituras, associações de moradores e instituições sociais |



Marcelo Llévanes recebendo o prêmio “Os Notáveis de 2005”

RECONHECIMENTOS DA SOCIEDADE

O Plano de Transformação implementado pela Ampla tem trazido profundas mudanças em todos os setores da empresa – Atendimento, Responsabilidade Social, Financeira, Recursos Humanos, Institucional, etc. – e seus resultados foram reconhecidos, em 2005, por meio de importantes certificações, prêmios, selos e publicações nacionais, tais como:

Certificações

Certificados ISO 9001/2000

Esta certificação internacional, que atesta a qualidade dos serviços prestados pela empresa a seus clientes, é concedida pelo órgão certificador BVQI – Bureau Veritas Quality International.

Em 2005, a Ampla recebeu dois certificados:

- em julho, por sua Central de Relacionamento;
- em dezembro, por seu Processo de Faturamento de Clientes Massivos.

Prêmios

Prêmio Abradee “Qualidade de Gestão”

A Ampla ficou entre as oito finalistas do prêmio, e esta foi sua primeira participação nesta categoria. Foram analisados sete critérios de excelência reconhecidos internacionalmente: Liderança, Planos e Estratégias, Clientes, Responsabilidade Socioambiental, Informação e Conhecimento, Gestão de Pessoas, Gestão de Processos e Resultados.

Prêmio Abradee “Maior Evolução de Desempenho”

A Ampla ficou em segundo lugar neste prêmio, ao qual concorriam empresas com mais de 400 mil consumidores.

Prêmio IASC 2004

A Ampla foi considerada, em 2005, pelo IASC (Índice Aneel de Satisfação do Consumidor) a terceira melhor distribuidora de energia elétrica da Região Sudeste.

Prêmio Consumidor Moderno

A Ampla participou pela primeira vez do prêmio de “Excelência em Serviço ao Cliente”, tendo ficado em 3º lugar. O objetivo deste prêmio é manter o alto índice de satisfação e fidelidade dos clientes com a empresa, e é considerado o mais importante de relações de consumo do mercado brasileiro.

Prêmio “Os Notáveis de 2005”

A empresa foi escolhida, pelo Jornal do Commercio, por se destacar entre as melhores distribuidoras de energia do País, apresentando lucro, novos projetos e melhores serviços.

Prêmio Balanço Social

A Ampla ficou entre as quatro finalistas do “4º Prêmio Balanço Social” na Região Sudeste, o qual é promovido pela Aberje, Apimec, Ethos e Ibase. Foram escritas 166 empresas no concurso e, destas, a Ampla foi a única do setor elétrico a ser finalista na região. O objetivo deste concurso foi reconhecer nacionalmente os melhores balanços sociais publicados em 2005, referentes ao exercício de 2004.

Prêmio ABT “Melhor Contribuição em Recursos Humanos – Gestão”

O Call Center foi premiado pela Associação Brasileira de Telemarketing (ABT) na categoria “Melhor Contribuição em Recursos Humanos – Gestão”. Para concorrer, a Ampla apresentou o projeto “Orientando – Cuidando de Você”, que tem como objetivo estabelecer um clima mais agradável entre os atendentes.

Prêmio ADVB “Top RH 2005”

Foi a primeira vez que a Ampla recebeu este prêmio da Associação dos Dirigentes de Vendas de Marketing do Brasil (ADVB). Ele tem como objetivo premiar os melhores projetos de sucesso das empresas. A Ampla foi uma das 12 premiadas entre as 89 que concorreram.

Prêmio RH “Cidadão 2005”

Este prêmio destaca as empresas que investem na cidadania corporativa e é concedido pela Gestão & RH. A Ampla se destacou por dois projetos voltados para a formação de colaboradores: Centro de Qualificação de Eletricitários e Menor Aprendiz.

Prêmio “Melhores Práticas de RH”

Este prêmio, concedido pela Associação Brasileira de Recursos Humanos, é baseado em uma avaliação do case de todas as práticas do RH que, alinhadas à estratégia da companhia, foram focadas nos Valores da Ampla. Para isso, os avaliadores da ABRH analisaram o case, entrevistaram a equipe de Recursos Humanos e alguns funcionários de diversas áreas da empresa.

Prêmio “Top de Marketing 2006”

A Central de Relacionamento da Ampla conquista este prêmio em sua 36ª edição com o projeto “Orientando”. A premiação é uma das mais concorridas do segmento, tendo como objetivo reconhecer as organizações que primam pela melhor sustentação de seu produto, serviço ou marca, por meio de táticas inovadoras.

Selos e Certificados

Selo “Balanço Social”

Ibase/Betinho

Este selo é concedido às empresas que publicam seus balanços sociais dentro do modelo sugerido pelo Instituto Ibase, que preza pela transparência das informações dos investimentos sociais das empresas. A Ampla recebeu o selo, em sua primeira publicação, por adotar corretamente o modelo e os critérios do instituto.



Certificado “Empresa Cidadã”

Também referente à publicação de seu Balanço Social, a Ampla recebeu este certificado, concedido pelo Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro, pelo Sistema Firjan e pela Fecomércio – Rio de Janeiro.

Revistas e Guias

Revista Exame – “Melhores e Maiores de 2005”

A Ampla conquistou a 6ª posição no *ranking* dos 20 maiores lucros entre as empresas que saíram do vermelho em 2005.

Revista Exame – “Guia Cidadania Corporativa de 2005”

A Ampla teve dois projetos de responsabilidade social destacados neste guia nacional: Selo Empresa Consciente e Dona de Casa Eficiente. A classificação das práticas leva em consideração a valorização da comunidade, dos funcionários, dos valores e da transparência

da empresa, dos fornecedores, a preocupação com o meio ambiente, com os clientes e consumidores, com o governo e com a sociedade de forma geral.

Revista Isto é Dinheiro – “As Melhores da Dinheiro”

A Ampla foi indicada como a “Melhor Distribuidora de Energia Elétrica do Brasil”, sendo a terceira empresa no *ranking* geral do setor elétrico. Na categoria “Gestão Social e de Meio Ambiente”, a Ampla ocupou a primeira posição do setor de energia elétrica.

Revista Consumidor Moderno

A Ampla foi tema, por suas práticas de responsabilidade social, da matéria de capa que celebrava os dez anos da revista em julho. A pauta tratava da evolução do movimento da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil nos últimos anos.



Eunice Rios recebendo o prêmio “Top RH 2005”

ANEXO 1 – ÍNDICE DE INDICADORES DO GLOBAL REPORTING INITIATIVE E PACTO GLOBAL

| ELEMENTOS/INDICADORES GRI | PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL | RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005 | PÁGINAS |
|------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| 1. VISÃO E ESTRATÉGIA | | | |
| 1.1 Visão e Estratégia | P. 8 | <ul style="list-style-type: none"> • Perfil e Estrutura da Ampla “<i>Visão, Missão e Valores</i>” e “<i>Plano de Transformação</i>” • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro “<i>A Estratégia da Ampla para um Desenvolvimento Sustentável</i>” | 16-18 26 |
| 1.2 Declaração do Diretor-Presidente | | <ul style="list-style-type: none"> • Mensagem do Presidente | 4-5 |
| 2. PERFIL | | | |
| 2.1 Nome da Organização | | <ul style="list-style-type: none"> • Perfil e Estrutura da Ampla | 10-21 |
| 2.2 Principais produtos e/ou serviços | | <ul style="list-style-type: none"> • Perfil e Estrutura da Ampla • Clientes “<i>Produtos e Serviços</i>” | 10-21 48-50 |
| 2.3 Estrutura operacional | | <ul style="list-style-type: none"> • Perfil e Estrutura da Ampla “<i>Estrutura Organizacional</i>”, “<i>Identificação do Mercado, dos Clientes e Fornecedores de Energia</i>” e “<i>Principais Indicadores de Resultados</i>” • Clientes “<i>Qualidade de Gestão</i>” • Acionistas | 12-15 18-20 21 56-57 59-67 |
| 2.4 Descrição das principais divisões operacionais | | <ul style="list-style-type: none"> • Perfil e Estrutura da Ampla “<i>Estrutura Organizacional</i>” • Clientes “<i>Atendimento</i>” | 12-15 44-47 |
| 2.5 País em que opera | | <ul style="list-style-type: none"> • Perfil e Estrutura da Ampla | 10-21 |
| 2.6 Natureza da operação | | <ul style="list-style-type: none"> • Acionistas “<i>Criação de Valor Direto para os Acionistas</i>” • Conduta “<i>Constituição, Objeto e Capital Social</i>” e “<i>Governança Corporativa</i>” | 65 88-89 |
| 2.7 Mercado atendido | | <ul style="list-style-type: none"> • Perfil e Estrutura da Ampla “<i>Identificação do Mercado, dos Clientes e Fornecedores de Energia</i>” | 10 18-20 |
| 2.8 Magnitude da organização | | <ul style="list-style-type: none"> • Perfil e Estrutura da Ampla “<i>Principais Indicadores de Resultados</i>”, “<i>Fornecedores de Energia e Identificação do Mercado, dos Clientes</i>” • Acionistas “<i>Resultados Gerais em 2005</i>” • Pessoas “<i>Perfil dos Colaboradores da Ampla</i>” | 18-21 60-63 70-73 |
| 2.9 Lista das partes interessadas | | <ul style="list-style-type: none"> • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro “<i>Ampla e suas Partes Interessadas</i>” | 35-36 |
| ESCOPO DO RELATÓRIO | | | |
| 2.10 Pessoa(s) a ser(em) contatada(s) para esclarecimentos | | <ul style="list-style-type: none"> • Créditos | 148 |

| ELEMENTOS/INDICADORES GRI | PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL | RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005 | PÁGINAS |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| 2.11 Período a que se referem as informações | | • Apresentação do Relatório de Sustentabilidade 2005 | 7 |
| 2.12 Data do relatório anterior mais recente | | • Apresentação do Relatório de Sustentabilidade 2005 | 7 |
| 2.13 Abrangência do relatório | | • Apresentação do Relatório de Sustentabilidade 2005 • Perfil e Estrutura da Ampla " <i>Principais Indicadores de Resultados</i> " • Acionistas " <i>Resultados Gerais em 2005</i> " | 7 21 60-63 |
| 2.14 Alterações significativas ocorridas desde o relatório anterior | | • Clientes " <i>Qualidade da Gestão</i> " • Acionistas " <i>Criação de Valor Direto para os Acionistas</i> " • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro " <i>Política de Sustentabilidade da Ampla</i> " | 56-57 65 24-25 |
| 2.15 Bases para elaborar relatório de empresas conjuntas | | • Não se aplica, já que este Relatório só é referente à Ampla | N/A |
| 2.16 Explicação da natureza e das consequências de qualquer reformulação de informações contidas em relatórios anteriores | | • Apresentação do Relatório de Sustentabilidade 2005 | 7 |
| PERFIL DO RELATÓRIO | | | |
| 2.17 Razões para não aplicar princípios ou protocolos do GRI | | • Não se aplica. A Ampla utilizou as diretrizes e os princípios propostos pelo Guia GRI na elaboração deste Relatório. | N/A |
| 2.18 Critérios e definições usados na contabilização dos custos e benefícios sociais, ambientais e econômicos | | • Cumprimento dos compromissos da Ampla. Os critérios e definições utilizados são baseados nos sistemas de gestão econômica, ambiental e social da Ampla • Anexo III - Balanço Social - Modelo Ibase | 42-129 142-143 |
| 2.19 Alterações significativas em relação aos anos anteriores | | • Não se aplica. Este é o primeiro Relatório de Sustentabilidade da empresa que foi elaborado em conformidade com os princípios do GRI. | N/A |
| 2.20 Políticas e procedimentos internos usados para assegurar a exatidão, a integralidade e a confiabilidade do Relatório de Sustentabilidade | | • Apresentação do Relatório de Sustentabilidade 2005 | 7 |

| ELEMENTOS/INDICADORES GRI | PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL | RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005 | PÁGINAS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 2.21 Políticas e procedimentos atuais para promover verificações imparciais do relatório | | <ul style="list-style-type: none"> Este é o primeiro Relatório de Sustentabilidade da empresa que foi elaborado em conformidade com os princípios do GRI e por isso ainda não se considerou a aplicação de uma auditoria externa independente. | – |
| 2.22 Meios pelos quais os usuários do relatório possam obter informações adicionais sobre aspectos econômicos, ambientais e sociais das atividades da organização | | <ul style="list-style-type: none"> Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "<i>Canais de Comunicação e Informação</i>" Créditos | 37-38 148 |
| 3. ESTRUTURA DE GOVERNANÇA E SISTEMAS DA GESTÃO | | | |
| 3.1 A estrutura da governança corporativa | | <ul style="list-style-type: none"> Perfil e Estrutura da Ampla "<i>Estrutura Organizacional</i>" Conduta "<i>Constituição, Objeto e Capital Social</i>" e "<i>Governança Corporativa.</i>" | 12-15 88-89 |
| 3.2 Percentual de diretores não-executivos do Conselho com autonomia de ação | | <ul style="list-style-type: none"> Perfil e Estrutura da Ampla "<i>Estrutura Organizacional</i>" | 12-15 |
| 3.3 Determinação da especialização que os membros do Conselho devem ter | | <ul style="list-style-type: none"> Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "<i>Estrutura Interna para o Desenvolvimento Sustentável</i>" | 29-30 |
| 3.4 Processos diretivos para supervisionar a identificação e a gestão das oportunidades e riscos econômicos, sociais e ambientais | | <ul style="list-style-type: none"> Perfil e Estrutura da Ampla "<i>Estrutura Organizacional</i>" Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "<i>Estrutura Interna para o Desenvolvimento Sustentável</i>" Conduta "<i>Controle de Riscos</i>" | 12-15 29-30 94-95 |
| 3.5 Vínculo entre a remuneração dos executivos e o alcance das metas da organização | | <ul style="list-style-type: none"> Perfil e Estrutura da Ampla "<i>Estrutura Organizacional</i>" Conduta "<i>Governança Corporativa</i>" <p>Os executivos recebem remuneração variável em função dos objetivos estratégicos, nos âmbitos correspondentes a sua gestão.</p> | 12-15 88-89 |
| 3.6 Estrutura organizacional e profissionais responsáveis pela supervisão, implementação e auditoria de políticas econômicas, ambientais, sociais e correlatas | | <ul style="list-style-type: none"> Perfil e Estrutura da Ampla "<i>Estrutura Organizacional</i>" Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "<i>Estrutura Interna para o Desenvolvimento Sustentável</i>" | 12-15 29-30 |

| ELEMENTOS/INDICADORES GRI | PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL | RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005 | PÁGINAS |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 3.7 Declarações da Missão e Valores, Princípios ou códigos de conduta internos e políticas | | <ul style="list-style-type: none"> • Perfil e Estrutura da Ampla "<i>Visão, Missão e Valores</i>" • Conduta "<i>Comportamento Ético</i>", "<i>Princípios Gerais de Conduta</i>" | 16 89-94 |
| 3.8 Mecanismos de habilitação de acionistas para a aprovação de recomendações ou encaminhamento ao Conselho de Administração | | <ul style="list-style-type: none"> • Perfil e Estrutura da Ampla "<i>Estrutura Organizacional</i>", "<i>Canais de Comunicação e Informação</i>" • Conduta | 12-15 37-38 86-95 |
| ENGAJAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS | | | |
| 3.9. Identificação e seleção das principais partes interessadas | | <ul style="list-style-type: none"> • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "<i>Ampla e Suas Partes Interessadas</i>" | 35-36 |
| 3.10 Formas de consulta às partes interessadas | | <ul style="list-style-type: none"> • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "<i>Canais de Comunicação e Informação</i>" • Clientes "<i>Satisfação do Cliente</i>" • Sociedade "<i>Pesquisa e Avaliação</i>" • Questionário sobre o Relatório de Sustentabilidade | 37-38 55-56 124 Avulso |
| 3.11 Tipo de informação gerada pelas consultas às partes interessadas | | <ul style="list-style-type: none"> • Cumprimento dos Compromissos da Ampla | 42-129 |
| 3.12 Uso das informações resultantes do engajamento das partes interessadas | | <ul style="list-style-type: none"> • Cumprimento dos Compromissos da Ampla | 42-129 |
| COMPROMISSO COM AS PARTES INTERESSADAS | | | |
| 3.13 Explicação sobre se e como o princípio da precaução é tratado pela empresa | P. 7 | <ul style="list-style-type: none"> • Meio Ambiente • Conduta "<i>Controle de Riscos</i>" | 97-103 94-95 |
| 3.14 Cartas de princípios internacionais que a organização endosse | | <ul style="list-style-type: none"> • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "<i>Ampla e Suas Partes Interessadas</i>" e "<i>Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas</i>" • Sociedade | 35-36 31-33 112-129 |
| 3.15 Participação em associações ou organizações de defesa dos direitos humanos | | <ul style="list-style-type: none"> • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "<i>Ampla e Suas Partes Interessadas</i>" e "<i>Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas</i>" | 35-36 31-33 |
| 3.16 Políticas ou sistemas para administrar os impactos na cadeia produtiva | | <ul style="list-style-type: none"> • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "<i>Política de Sustentabilidade da Ampla</i>" e "<i>Estratégia da Ampla para um Desenvolvimento Sustentável</i>" • Meio Ambiente • Sociedade "<i>Reconhecimentos da Sociedade</i>" | 24-26 97-103 127-129 |

| ELEMENTOS/INDICADORES GRI | PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL | RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005 | PÁGINAS |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 3.17 Meios que a organização relatora utiliza para administrar impactos resultantes de suas atividades | | • Cumprimento dos Compromissos da Ampla | 42-129 |
| 3.18 Modificações realizadas durante o período de elaboração dos relatórios | | • Clientes "Qualidade da Gestão" • Acionistas "Criação de Valor Direto para os Acionistas" | 56-57 65 |
| 3.19 Programas e procedimentos relativos ao desempenho econômico, social e ambiental da empresa | | • Cumprimento dos Compromissos da Ampla | 42-129 |
| 3.20 Certificação relativa a sistemas administrativos | | • Sociedade "Reconhecimentos da Sociedade" | 127-129 |
| INDICADORES DE DESEMPENHO | | | |
| INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÔMICO | | | |
| CLIENTES | | | |
| EC1 Vendas líquidas | | • Perfil e Estrutura da Ampla "Principais Indicadores de Resultados" • Acionistas "Resultados Gerais em 2005" | 21 60-63 |
| EC2 Análise de mercado | | • Perfil e Estrutura da Ampla "Abertura" e "Identificação do Mercado, dos Clientes e Fornecedores de Energia" | 10 18-20 |
| FORNECEDORES | | | |
| EC3 Custos dos bens, materiais e serviços adquiridos | | • Perfil e Estrutura da Ampla "Identificação do Mercado, dos Clientes e Fornecedores de Energia" • Acionistas "Criação de Valor Direto para Fornecedores" | 18-20 66-67 |
| EC4 Porcentagem de contratos pagos segundo os termos estabelecidos | | Acionistas "Criação de Valor Direto para Fornecedores" | 66-67 |
| EMPREGADOS | | | |
| EC5 Total da folha de pagamento e benefícios | | • Anexo III - Balanço Social - Modelo Ibase "Item Folha de Pagamento Bruta" | 142-143 |
| INVESTIDORES | | | |
| EC6. Distribuições para investidores | | • Acionistas "Resultados Gerais em 2005" | 60-63 |

| ELEMENTOS/INDICADORES GRI | PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL | RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005 | PÁGINAS |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| EC7. Aumento/decréscimo em ganhos retidos ao fim do período | | <ul style="list-style-type: none"> • Perfil e Estrutura da Ampla "Principais Indicadores de Resultados" • Acionistas "Resultados Gerais em 2005" | 21 60-63 |
| GOVERNO E SOCIEDADE | | | |
| EC8 Soma de todos os tipos de imposto já pagos | | <ul style="list-style-type: none"> • Acionistas "Criação de Valor" e "Criação de Valor Direto para o Governo" • Anexo III - Balanço Social - Modelo Ibase "Item Tributos" | 63-65 142-143 |
| EC9 Subsídios recebidos de acordo com o país ou região | | <ul style="list-style-type: none"> • Acionistas "Resultados Gerais em 2005" • Sociedade "Projetos Socioculturais" | 60-63 115-125 |
| EC10 Doações à comunidade, à sociedade civil e a outros grupos | | <ul style="list-style-type: none"> • Sociedade "Projetos Socioculturais" • Anexo III - Balanço Social - Modelo Ibase "Itens Combate à Fome e Doações" | 115-125 142-143 |
| INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL | | | |
| EN1 Uso total de materiais por tipo | P. 8 | • Acionistas "Criação de Valor Direto para Fornecedores" | 66-67 |
| EN2 Porcentagem de materiais utilizados que eram resíduos de fontes externas à organização relatora | P. 8 | • Não se aplica. A Ampla não utiliza matérias- primas que são resíduos de fontes externas | N/A |
| EN3 Consumo direto de energia, segmentado por fonte primária | P. 8 | • Meio Ambiente "Consumo de Água e Energia Elétrica" | 103 |
| EN4 Consumo indireto de energia | P. 8 | • Ampla não tem registro do consumo indireto de energia | - |
| EN5 Consumo total de água | P. 8 | • Meio Ambiente "Consumo de Água e Energia Elétrica" | 103 |
| EN6 Localização e tamanho das terras pertencentes à organização, arrendadas ou administradas por ela em habitats ricos em biodiversidade | P. 8 | • Meio Ambiente "Áreas de Biodiversidade" | 103 |
| EN7 Descrição dos principais impactos sobre a biodiversidade associados a atividades ou produtos e serviços em ambientes terrestres de água doce ou marítimos | P. 8 | • Meio Ambiente "Gestão dos Impactos Ambientais" | 100-101 |

| ELEMENTOS/INDICADORES GRI | PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL | RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005 | PÁGINAS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| EN8 Emissões de gases causadores do efeito estufa | P. 8 | • A Ampla é uma empresa de distribuição de energia elétrica, portanto não emite gases de efeito estufa de forma direta. | N/A |
| EN9 Uso e emissões de substâncias destruidoras de ozônio | P. 8 | • A Ampla é uma empresa de distribuição de energia elétrica, portanto não emite substâncias destruidoras de ozônio de forma direta. | N/A |
| EN10 NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, pelo tipo | P. 8 | • A Ampla é uma empresa de distribuição de energia elétrica, portanto não gera NOx, SOx e outras emissões atmosféricas de importância de forma direta. | N/A |
| EN11 Quantidade total de resíduos | P. 8 | • Meio Ambiente "Gestão dos Impactos Ambientais" | 100-101 |
| EN12 Derramamentos significativos na água | P. 8 | • Ampla é uma empresa de distribuição de energia elétrica, portanto não gera derramamentos significativos de água | N/A |
| EN13 Derramamento significativo de produtos químicos | P. 8 | • Meio Ambiente "Gestão dos Impactos Ambientais" | 100-101 |
| EN14 Impactos ambientais significativos dos principais produtos e serviços | P. 8 | • Meio Ambiente "Gestão dos Impactos Ambientais" | 100-101 |
| EN15 Porcentagem recuperável dos produtos vendidos ao fim de seu ciclo de vida e porcentagem efetivamente recuperada | P. 8 | • Não se aplica às atividades da Ampla. | N/A |
| EN16 Incidentes ou multas por não-cumprimento das disposições normativas nacionais e internacionais | P. 8 | • No ano de 2005 foram lavrados três autos por suposta infração à legislação ambiental. A empresa está se defendendo na instância administrativa. | - |
| INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL | | | |
| Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente | | | |
| LA1 Especificar a mão-de-obra, tipo de emprego e tipo de contrato de trabalho | | • Pessoas "Perfil dos Colaboradores da Ampla" | 70-73 |
| LA2 Criação de empregos e rotatividade, por região/país | | • Pessoas "Contratações e Desligamentos" | 80 |
| LA3 Porcentagem de empregados representados por organizações sindicais independentes ou outros representantes legítimos | P. 3 | • Pessoas "Relações com Sindicatos" | 80 |

| ELEMENTOS/INDICADORES GRI | PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL | RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005 | PÁGINAS |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| LA4 Política e procedimentos envolvendo informação, consulta e negociação com empregados a respeito de mudanças nas operações da organização relatora | P. 3 | <ul style="list-style-type: none"> Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "Canais de Comunicação e Informação" Pessoas "Política de Valorização do Profissional" e "Relações com Sindicatos" | 37-38 73 80 |
| LA5 Práticas sobre registro e notificação de acidentes e doenças ocupacionais | | <ul style="list-style-type: none"> Pessoas "Saúde e Segurança no Trabalho" | 81-85 |
| LA6 Descrição de comitês formais sobre saúde e segurança | | <ul style="list-style-type: none"> Pessoas "Saúde e Segurança no Trabalho" | 81-85 |
| LA7 Índices de absenteísmo, acidentes e óbitos relacionados ao trabalho | | <ul style="list-style-type: none"> Pessoas "Saúde e Segurança no Trabalho" | 81-85 |
| LA8 Descrição de políticas ou programas a respeito de HIV/Aids | | <ul style="list-style-type: none"> Pessoas "Saúde e Segurança no Trabalho" | 81-85 |
| LA9 Média de horas de treinamento por ano, por empregado e por categoria | | <ul style="list-style-type: none"> Pessoas "Política de Formação Profissional dos Colaboradores da Ampla" | 74-78 |
| LA10 Descrição de políticas de igualdade | P. 6 | <ul style="list-style-type: none"> Conduta "Princípios Gerais de Conduta" | 91-94 |
| LA11 Composição do corpo diretivo e governança corporativa | P. 6 | <ul style="list-style-type: none"> Perfil e Estrutura da Ampla "Estrutura Organizacional" Pessoas "Perfil dos Colaboradores da Ampla" | 12-15 70-73 |
| Direitos Humanos | | | |
| HR1 Descrição de políticas, diretrizes, estrutura corporativa e procedimentos relativos aos direitos humanos | P. 1 | <ul style="list-style-type: none"> Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas" Conduta "Princípios Gerais de Conduta" | 31-33 91-94 |
| HR2 Evidências de consideração dos impactos sobre os direitos humanos na contratação com fornecedores, contratados ou investimentos | P. 1 e P. 2 | <ul style="list-style-type: none"> Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas" Conduta "Princípios Gerais de Conduta" Acionistas "Criação de Valor Direto para Fornecedores" | 31-33 91-94 66-67 |
| HR3 Descrição das políticas e procedimentos necessários para avaliar a atuação sobre os direitos humanos na cadeia de fornecedores e contratados, incluindo sistemas e resultados de monitoramento | P. 1 e P. 2 | <ul style="list-style-type: none"> Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas" Conduta "Princípios Gerais de Conduta" Acionistas "Criação de Valor Direto para Fornecedores" | 31-33 91-94 66-67 |

| ELEMENTOS/INDICADORES GRI | PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL | RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005 | PÁGINAS |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| HR4 Descrição de política global e procedimentos ou programas que previnam todas as formas de discriminação, incluindo sistemas de monitoramento e resultados desse monitoramento | P. 1 e P. 6 | • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas" | 31-33 |
| | | • Conduta "Princípios Gerais de Conduta" | 91-94 |
| HR5 Descrição da política de liberdade de associação e a extensão pela qual essa política é universalmente aplicada | P. 3 | • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas" | 31-33 |
| | | • Conduta "Princípios Gerais de Conduta" | 91-94 |
| HR6 Descrição de políticas que excluam o trabalho infantil, aplicação, monitoramento e resultados | P. 5 | • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas" | 31-33 |
| | | • Conduta "Princípios Gerais de Conduta" | 91-94 |
| HR7 Descrição de políticas que excluam o trabalho forçado e compulsório, aplicação monitoramento e resultados | P. 4 | • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas" | 31-33 |
| | | • Conduta "Princípios Gerais de Conduta" | 91-94 |
| Sociedade | | | |
| SO1 Descrição das políticas de gestão dos impactos causados às comunidades, monitoramento e resultados | | • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "Canais de Comunicação e Informação" | 37-38 |
| | | • Pessoas "Saúde e Segurança no Trabalho" | 81-85 |
| | | • Inovação e Criatividade "Programa de Controle de Perdas" | 107-111 |
| | | • Sociedade | 112-129 |
| SO2 Descrição de política, sistemas gerenciais, procedimentos e mecanismos de conformidade para organizações e empregados com relação a suborno e corrupção | P. 10 | • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas" | 31-33 |
| | | • Conduta "Princípios Gerais de Conduta" | 91-94 |
| SO3 Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos para a administração de lobbies e contribuições políticas | | • A Ampla não realiza nenhuma contribuição direta ou indireta para campanhas eleitorais e/ou partidos políticos | - |

ELEMENTOS/INDICADORES GRI

PRINCÍPIOS
DO PACTO
GLOBAL

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2005

PÁGINAS

Responsabilidade sobre o serviço/produto

| | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| PR1 Descrição de políticas para preservar a saúde e a segurança do consumidor durante o uso de produtos e serviços | <ul style="list-style-type: none"> • Clientes "Responsabilidade do Produto" • Conduta "Princípios Gerais de Conduta" | 54-55 91-94 |
| PR2 Descrição de políticas relacionadas a informações sobre o produto e sua rotulagem | <ul style="list-style-type: none"> • Um Modelo de Negócio Comprometido com o Futuro "Canais de Comunicação e Informação" • Conduta "Princípios Gerais de Conduta" • Clientes "Atendimento" | 37-38 91-94 44-47 |
| PR3 Descrição de políticas e mecanismos de respeito à privacidade do consumidor | <ul style="list-style-type: none"> • Clientes "Responsabilidade do Produto" | 54-55 |

OS 10 PRINCÍPIOS BÁSICOS UNIVERSAIS
DO PACTO GLOBAL:**Princípios de Direitos Humanos**

- P. 1. Respeitar e proteger os direitos humanos.
P. 2. Impedir violações de direitos humanos.

Princípios de Direitos do Trabalho

- P. 3. Apoiar a liberdade de associação no trabalho.
P. 4. Abolir o trabalho forçado.
P. 5. Abolir o trabalho infantil.
P. 6. Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho.

Princípios de Proteção Ambiental

- P. 7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.
P. 8. Promover a responsabilidade ambiental.
P. 9. Encorajar tecnologias que não agridam o meio ambiente.

Princípios contra a Corrupção

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

ANEXO 2 – DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

AMPLA ENERGIA E SERVIÇOS S.A.

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO (não auditado)
PARA OS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2005 E 2004 – R\$ mil

| GERAÇÃO DE RIQUEZA | 2005 | 2004 |
|---------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| RECEITAS | 3.005.594 | 2.534.246 |
| Venda de Energia e Serviços | 3.086.738 | 2.580.759 |
| Provisão para Crédito de Liquidação Duvidosa | (66.658) | (41.000) |
| Resultado Não-Operacional | (14.486) | (5.513) |
| (-) INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS | (1.232.677) | (1.104.538) |
| Compra de Energia | (1.058.522) | (966.703) |
| Encargos de Uso da Rede Elétrica | (12.141) | (9.721) |
| Material e Serviços de Terceiros | (162.014) | (128.114) |
| (-) OUTRAS DESPESAS OPERACIONAIS | (52.902) | (78.867) |
| (=) VALOR ADICIONADO BRUTO | 1.720.016 | 1.350.842 |
| (-) QUOTAS DE REINTEGRAÇÃO | (124.448) | (105.767) |
| (=) VALOR ADICIONADO LÍQUIDO | 1.595.568 | 1.245.075 |
| (+) VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA | 130.086 | 155.491 |
| Resultado da Equivalência Patrimonial | 21.109 | 9.620 |
| Receita Financeira | 108.977 | 145.871 |
| (=) VALOR ADICIONADO A DISTRIBUIR | 1.725.655 | 1.400.565 |
| DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO | 1.725.655 | 1.400.565 |
| GOVERNO | 1.209.912 | 929.807 |
| INSS (sobre folha de pagamento) | 13.513 | 12.371 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social | 39.279 | 10.387 |
| PIS/COFINS | 125.974 | 96.133 |
| ICMS | 730.928 | 617.440 |
| ISS | 1.860 | 1.271 |

| | 2005 | 2004 |
|-----------------------------------------------|------------------|----------------|
| GOVERNO | 1.209.912 | 929.807 |
| Reserva Global de Reversão | 35.623 | 32.917 |
| Encargo Emergencial | 45.954 | 72.412 |
| Conta de Consumo de Combustível | 93.604 | 51.833 |
| Conta de Desenvolvimento Energético | 88.281 | 33.141 |
| Encargo do Serviço do Sistema | 30.401 | (1.153) |
| Taxa de Fiscalização ANEEL | 4.494 | 3.055 |
| PESSOAL | 94.728 | 81.600 |
| Remunerações | 60.701 | 51.020 |
| Encargos Sociais (exceto INSS) | 8.773 | 7.188 |
| Entidade de Previdência Privada | 3.379 | 3.189 |
| Benefícios | 23.081 | 23.690 |
| Participação nos Resultados | 4.666 | 1.227 |
| Custos Imobilizados | (5.873) | (4.714) |
| FINANCIADORES | 294.851 | 355.975 |
| Juros e Variações Cambiais | 231.489 | 218.029 |
| Operações Forward/SWAP | 26.021 | 35.687 |
| Outras Despesas Financeiras | 33.913 | 99.311 |
| Aluguéis | 3.427 | 2.948 |
| ACIONISTAS ⁽¹⁾ | - | - |
| LUCRO RETIDO | 126.164 | 33.183 |
| Valor Adicionado (médio) por Empregado | 1.301 | 995 |

(1) Não houve distribuição do Lucro Líquido nos exercícios de 2004 e 2005, pois foram utilizados para compensação de Prejuízos Acumulados de exercícios anteriores.

Fonte: Diretoria Financeira e Administrativa.

ANEXO 3 – BALANÇO SOCIAL – MODELO IBASE

IBASE

AMPLA ENERGIA E SERVIÇOS S.A. – CNPJ 33.050.071/0001-58
BALANÇO SOCIAL – PARA EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2005 E DE 2004

| | 2005 (R\$ mil) | | | 2004 (R\$ mil) | | |
|------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| 1. BASE DE CÁLCULO | | | | | | |
| Receita Líquida (RL) | | | | 2.146.399 | | 1.760.585 |
| Resultado Operacional (RO) | | | | 341.265 | | 246.619 |
| Folha de Pagamento Bruta (FPB) | | | | 110.497 | | 95.990 |
| 2. INDICADORES SOCIAIS INTERNOS | | | | | | |
| | R\$ mil | % sobre FPB | % sobre RL | R\$ mil | % sobre FPB | % sobre RL |
| Allimentação | 6.970 | 6,31% | 0,32% | 6.556 | 6,83% | 0,37% |
| Encargos sociais compulsórios | 21.798 | 19,73% | 1,02% | 19.560 | 20,38% | 1,11% |
| Previdência privada | 3.379 | 3,06% | 0,16% | 3.376 | 3,52% | 0,19% |
| Saúde | 8.315 | 7,53% | 0,39% | 8.190 | 8,53% | 0,47% |
| Segurança e Medicina no Trabalho | 115 | 0,10% | 0,01% | 83 | 0,09% | 0,00% |
| Educação | 669 | 0,61% | 0,03% | 10 | 0,01% | 0,00% |
| Cultura | 44 | 0,04% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Capacitação e desenvolvimento profissional | 1.815 | 1,64% | 0,08% | 1.975 | 2,06% | 0,11% |
| Creche ou Auxílio-Creche | 207 | 0,19% | 0,01% | 160 | 0,17% | 0,01% |
| Participação nos Lucros | 4.666 | 4,22% | 0,22% | 1.227 | 1,28% | 0,07% |
| Outros | 1.167 | 1,06% | 0,05% | 1.124 | 1,17% | 0,06% |
| Assistência-Funeral | 22 | 0,02% | 0,00% | 113 | 0,12% | 0,01% |
| Vale-Transporte | 1.056 | 0,96% | 0,05% | 923 | 0,96% | 0,05% |
| Seguro de Vida | 89 | 0,08% | 0,00% | 88 | 0,09% | 0,00% |
| Total - Indicadores Sociais Internos | 49.144 | 44,48% | 2,29% | 42.261 | 44,03% | 2,40% |
| 3. INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS | | | | | | |
| | R\$ mil | % sobre RO | % sobre RL | R\$ mil | % sobre LO | % sobre RL |
| Educação | 1.320 | 0,39% | 0,06% | 576 | 0,23% | 0,03% |
| Comunidade | 924 | 0,27% | 0,04% | 210 | 0,09% | 0,01% |
| Criança e Adolescente | 396 | 0,12% | 0,02% | 366 | 0,15% | 0,02% |
| Cultura | 2.088 | 0,61% | 0,10% | 579 | 0,23% | 0,03% |
| Artes Plásticas e Artesanais | 52 | 0,02% | 0,00% | 54 | 0,02% | 0,00% |
| Música e Dança* | 109 | 0,03% | 0,01% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Leitura e Literatura* | 194 | 0,06% | 0,01% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Informação e Documentação* | 27 | 0,01% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Lei Estadual de Incentivo à Cultura | 1.706 | 0,50% | 0,08% | 482 | 0,20% | 0,03% |
| Combate à fome e à Segurança Alimentar | 10 | 0,00% | 0,00% | 6 | 0,00% | 0,00% |
| Outros | 46.969 | 13,77% | 2,19% | 29.903 | 0,00% | 0,00% |
| Projetos Institucionais | 46.895 | 13,77% | 2,19% | 29.903 | 12,13% | 1,70% |
| Universalização – área urbana | 25.648 | 7,52% | 1,19% | 26.955 | 12,13% | 1,70% |
| Luz para Todos | 21.243 | 6,22% | 0,99% | 2.948 | 10,93% | 1,53% |
| Doações* | 12 | 0,00% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Pesquisas em Comunidades* | 13 | 0,00% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Geração de Emprego e Renda* | 67 | 0,02% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Total de contribuições para a sociedade | 50.382 | 14,77% | 2,35% | 31.064 | 12,60% | 1,76% |
| Tributos - excluídos encargos sociais | 898.889 | 263,40% | 41,88% | 725.232 | 294,07% | 41,19% |
| Total - Indicadores Sociais Externos | 949.271 | 278,17% | 44,23% | 756.296 | 306,67% | 42,96% |
| 4. INDICADORES AMBIENTAIS | | | | | | |
| | R\$ mil | % sobre RO | % sobre RL | R\$ mil | % sobre LO | % sobre RL |
| Invest. Relacionados com a Produção e Operação da Empresa | 4.564 | 1,32% | 0,21% | 7.309 | 2,96% | 0,42% |
| Educação Ambiental | 143 | 0,04% | 0,01% | 10 | 0,00% | 0,00% |
| Operação da Empresa | 3.148 | 0,92% | 0,15% | 51 | 0,02% | 0,00% |
| Manual de Podas e Guia para Arborização Urbana | 10 | 0,00% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Manejo de Vegetação* | 2.901 | 0,85% | 0,14% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Conservação do Solo e Recup. de Áreas Degradadas | 237 | 0,07% | 0,01% | 51 | 0,02% | 0,00% |
| Projetos de Eficientização Energética | 1.234 | 0,35% | 0,05% | 7.237 | 2,93% | 0,41% |
| Eficientização Energética em Residências | 307 | 0,09% | 0,01% | 540 | 0,22% | 0,03% |
| Eficientização de Sistemas de Iluminação Pública | 442 | 0,13% | 0,02% | 5.584 | 2,26% | 0,32% |
| Energia Renovável | 222 | 0,06% | 0,01% | 95 | 0,04% | 0,01% |
| Eficientização da Estação de Trat. de Esgotos de Icarai | 0 | 0,00% | 0,00% | 546 | 0,22% | 0,03% |
| Eficientização Energética em Hospitais | 0 | 0,00% | 0,00% | 473 | 0,19% | 0,03% |
| Eficientização Energética Instituto Vital Brazil* | 207 | 0,06% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Eficientização Energética - Fornos de Padaria* | 56 | 0,02% | 0,01% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Manejo de Resíduos | 56 | 0,01% | 0,00% | 11 | 0,00% | 0,00% |
| Remoção e co-processamento de Terra Fuller | 40 | 0,01% | 0,00% | 7 | 0,00% | 0,00% |
| Descontaminação de lâmpadas de mercúrio | 0 | 0,00% | 0,00% | 4 | 0,00% | 0,00% |
| Investimentos em programas e/ou projetos externos | 38 | 0,01% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| Total dos Investimentos em meio ambiente | 4.603 | 1,33% | 0,21% | 7.309 | 2,96% | 0,42% |

Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a Empresa

(x) não possui metas
() cumpre de 0 a 50%
() cumpre de 51 a 75%
() cumpre de 76 a 100%

(x) não possui metas
() cumpre de 0 a 50%
() cumpre de 51 a 75%
() cumpre de 76 a 100%

5. INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL

| | 2005 | 2004 |
|------------------------------------------------------|-------|-------|
| Nº de empregados ao final do período | 1.326 | 1.408 |
| Nº de admissões durante o período | 238 | 133 |
| Nº de empregados terceirizados | 6.030 | 5.614 |
| Nº de estagiários | 79 | 112 |
| Nº de empregados acima de 45 anos | 265 | 475 |
| Nº de mulheres que trabalham na Empresa | 314 | 307 |
| Percentual de cargos de chefia ocupados por mulheres | 24% | 24% |
| Nº de negros que trabalham na Empresa | 268 | 248 |
| Percentual de cargos de chefia ocupados por negros | 4% | 3,5% |
| Nº de empregados portadores de deficiência | 34 | 34 |

6. INFORMAÇÕES RELEVANTES QUANTO AO EXERCÍCIO DA CIDADANIA EMPRESARIAL

| | 2005 | Metas para 2006 |
|--------------------------------------------------------|------|-----------------|
| Relação entre a maior e a menor remuneração da Empresa | 41,8 | 40 |
| Nº total de acidentes de trabalho | 24 | 16 |

Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela Empresa foram definidos: pela direção direção e gerências todos os empregados pela direção direção e gerências todos os empregados

Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos: pela direção direção e gerências todos os empregados pela direção direção e gerências todos os empregados

Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos (as) trabalhadores (as), a Empresa: não se envolve segue as normas da OIT incentiva e segue a OIT não se envolverá seguirá as normas da OIT incentivará e seguirá a OIT

A previdência privada contempla: direção direção e gerências todos os empregados direção direção e gerências todos os empregados

A participação nos lucros ou resultados contempla: direção direção e gerências todos os empregados direção direção e gerências todos os empregados

Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela Empresa. não são considerados são sugeridos são exigidos não serão considerados serão sugeridos serão exigidos

Quanto à participação de empregados (as) em programas de trabalho voluntário, a Empresa: não se envolve apóia organiza e incentiva não se envolverá apoiará organizará e incentivará

Número total de reclamações e críticas de consumidores (as): na Empresa 159.411 no Procon 3.679 na Justiça 20.896 na Empresa 127.529 no Procon 1.800 na Justiça 19.521

% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas: na Empresa 100% no Procon 96% na Justiça 100% na Empresa 100% no Procon 100% na Justiça 100%

Valor Adicionado a Distribuir Em 2005: 1.725.655 Em 2004: 1.400.565

Distribuição do Valor Adicionado

| | |
|----------------------------|----------------------------|
| 71% governo | 67% governo |
| 5% pessoal | 6% pessoal |
| 17% terceiros | 25% terceiros |
| 0% acionistas ¹ | 0% acionistas ¹ |
| 7% retido | 2% retido |

7. OUTRAS INFORMAÇÕES

Setor Econômico: Distribuição de Energia Elétrica - UF Sede: Rio de Janeiro

CNPJ 33.050.071/0001-58

Para esclarecimento sobre as informações declaradas: Eliane da Silva Carvalho - Tel.: (21) 2613-7789 - e-mail: ecarvalho@ampla.com

Esta empresa não utiliza mão-de-obra infantil ou trabalho escravo, não tem envolvimento com prostituição, ou exploração sexual de criança ou adolescente e não está envolvida com corrupção. Nossa empresa valoriza e respeita a diversidade interna e externamente.

*Estes itens não foram executados e/ou medidos no ano de 2004.

(1) Não houve distribuição do Lucro Líquido nos exercícios de 2004 e 2005, pois foram utilizados para compensação de Prejuízos Acumulados de exercícios anteriores.

Depoimentos



“É muito recompensador ver a alegria das crianças e, principalmente, de seus pais, quando vêem os próprios filhos contentes. Parabéns essas iniciativas da empresa, pois elas valorizam ainda mais seus funcionários”.

Renato Quintanilha, “Papai Noel Voluntário”,
funcionário – Colaborador

“A CAM Brasil Multiserviços apóia as políticas da Ampla e a parabeniza por suas ações sociais. Entendemos a importância de contribuir em conjunto para a melhoria da qualidade de vida e o desenvolvimento social das comunidades em que estamos inseridos. O conceito de responsabilidade social faz parte de nossas ações e está presente na base de nossos valores. Acreditamos que o desenvolvimento das pessoas é fator determinante para a evolução das empresas.”

Tomás Casanegra, presidente da
CAM Brasil, empresa do Grupo
Endesa – Fornecedor

“A prefeitura de Areal busca sempre a parceria de empresas conceituadas e respeitadas para propiciar uma melhor qualidade de vida a seus munícipes.

A Ampla é uma empresa séria, que está preocupada com o desenvolvimento social e com a qualidade do serviço prestado perante à sociedade. Por isso, Areal considera sua parceria com a Ampla uma realização de sucesso.”

Laerte Calil de Freitas, prefeito
de Areal – Órgão Público

“A empresa cria um ambiente propício ao desenvolvimento do potencial do estudante, já que sempre se preocupa com o acúmulo e com a troca de conhecimento. Sempre temos espaço e somos incentivados a trabalhar com inovação e criatividade.”

Patrícia Soares de Andrade, estagiária – Colaboradora

“Com uma gestão ambiental consciente e empreendendo ações no campo social, a Ampla está favorecendo seu caminho para a sustentabilidade.”

Isaura Fraga, presidente da Feema – Órgão Público
Ambiental





“A principal característica da Ampla, na opinião da MBR, é seu interesse em responder a suas diferentes demandas, pois está sempre aberta a negociar, a buscar oportunidades e, com rapidez, a encontrar soluções viáveis que atendam aos interesses de ambas as partes.”

Êlder Marino, coordenador corporativo da MBR – Grande Cliente

“Por sermos parceiros da Ampla, podemos afirmar que a empresa entende realmente o que significa parceria. Além disso, como empresa socialmente responsável, a Ampla é também parceira da sociedade, como demonstram os vários projetos sociais que ela desenvolve nas comunidades em que atua. A Provider apóia essas ações da Ampla, tanto que é também parceira de muitas delas.”

Paulo Cecim, gerente geral da Provider-Rio – Fornecedor

“Como parceira da Ampla, percebo que os valores da empresa são praticados de forma muito positiva, em especial o Foco nas Pessoas. Nota-se dia-a-dia, nos relacionamentos, que se busca maior proximidade com todos os colaboradores. Sinto-me cada vez mais valorizada e parte integrante dessa equipe.”

Patrícia Pacheco, analista da Sitel, empresa parceira da Ampla responsável pela Central de Relacionamento – Colaboradora

“A Ampla é um dos principais clientes brasileiros da Phelps Dodge, que também presta serviços para outras empresas do Grupo Endesa na América Latina. Essa parceria nos ajuda a melhorar nossos processos internos, nossa produtividade e a qualidade de nossos serviços. A Ampla, como nós, está crescendo muito em todo o Estado, sobretudo por saber valorizar seus profissionais. Estamos alinhados com os Valores da Ampla.”

Roberto Seta, diretor comercial da Phelps Dodge – Fornecedor

“A relação entre o Conselho dos Consumidores e a Ampla é a melhor possível, pois a empresa busca sempre atender às nossas solicitações em gênero, número e grau. Desde que passou de uma empresa estatal, de economia mista, a uma empresa de capital privado, a Ampla faz um grande trabalho de revitalização. Ela está perseguindo um caminho correto, buscando prestar um serviço de qualidade ao consumidor e coibindo o furto de energia, que é pago por todos nós. Desejamos muito sucesso a vocês.”

Paulo César de Carvalho Moreira Leite, presidente do Conselho dos Consumidores, representante da classe comercial – Cliente





“A Ampla é uma empresa muito respeitosa, que procura atender prontamente, com sensibilidade e eficiência, a todas as demandas municipais que surgem, o que para nós é muito positivo. Tanto à Ampla quanto ao nosso município interessam os investimentos que estimulem o crescimento da cidade. Por essa razão, o relacionamento entre a empresa e a prefeitura melhora a cada ano. Além disso, a Ampla valoriza muito todos os seus clientes, inclusive os domiciliares, o que nos deixa muito satisfeitos.”

Jair de Siqueira Bittencourt Júnior,
prefeito de Itaperuna – *Órgão Público*

“A Ampla é uma empresa inovadora em tudo o que faz. Para combater o elevado índice de perdas comerciais de sua área de concessão, devido a fraudes e furtos, desenvolveu novas tecnologias que fizeram com que se tornasse precursora em programas do gênero. A empresa percebeu que, para combater as perdas, não adiantava utilizar as tecnologias convencionais, nem se aproximar dos clientes como polícia. Para isso, mudou sua atitude, aproximou-se de seus clientes, sobretudo residenciais, e transformou-se em uma empresa de relacionamento. A mudança de marca, que resultou no nome “Ampla”, está alinhada com este conceito. Esta não é uma atitude comum em outras empresas.”

Reinaldo de Castro Souza, pesquisador do Departamento de Engenharia Elétrica da PUC-RJ – *Organização Social*

“Depois de fazer a oficina Dona de Casa Eficiente, passei a apagar todas as lâmpadas e a não colocar comida quente na geladeira. Também passei a desligar a televisão, o que antes eu não fazia. Realizei meu sonho depois que passei a economizar com a conta de luz: construí o muro de minha casa.”

Maria da Penha, cliente beneficiada por projeto social – *Comunidade*

“Sou funcionário da Ampla há 32 anos, nunca trabalhei em outro lugar. Minha relação com esta empresa é a melhor possível. A Ampla cumpre muito bem seu papel social, promovendo muitas benfeitorias para as suas comunidades. Quero trabalhar aqui até me aposentar.”

Antônio Teixeira, funcionário – *Colaborador*

“A Ampla é uma empresa parceira que chegou ao nosso Abrigo na hora certa. Nossas contas de luz estavam muito altas por conta dos 80 chuveiros elétricos que tínhamos no local. Com a eficiência energética feita por meio dos painéis solares, as contas baixaram cerca de 40%. Espero que as pessoas tenham conhecimento deste tipo de projeto patrocinado pela empresa, que demonstra sua preocupação com a comunidade.”

Hélio Abicalil, diretor do Abrigo Cristo Redentor – *Organização Social*



Depoimentos

“

“Não é fácil encontrar parceiros como a Ampla. Seus projetos sociais são criados a partir de premissas simples de respeito ao humano e preocupação ambiental. Muito mais do que um compromisso, isso evidencia um raro comprometimento entre empresas de sua envergadura. Os projetos que desenvolvemos em parceria com a Ampla marcaram definitivamente a história das cidades beneficiadas. Eles foram o que foram porque a Ampla é como se chama.”

Jason Prado, diretor da ONG Leia Brasil – Organização Social

“A Ampla vem trabalhando em um processo de melhoria contínua em suas atividades com reflexos já percebidos pela sociedade fluminense, ressaltando o respeito pelo meio ambiente e pelas práticas de responsabilidade social.”

Wagner Victor, secretário de Energia, da Indústria Naval e do Petróleo do Estado do Rio de Janeiro – Órgão Público

“É muito difícil alguma empresa investir na gente. Ficamos felizes em saber que uma empresa teve a sensibilidade em olhar para a comunidade. A Ampla está de parabéns! As pessoas contempladas pelo projeto Ampla Solidária, por exemplo, estão superfelizes porque nunca ocorreu isso! Este trabalho é muito gratificante, principalmente para nós, que somos parceiros.”

Rosemar de Souza Soares, presidente do CCAP, Centro de Cultura Afro de Piabetá – Organização Social

“A Ampla e a Synapsis possuem valores fundamentais para o crescimento e a consolidação de uma empresa no mercado. Inovação, Qualidade, Conduta Ética e, principalmente, Respeito ao Cliente e à Sociedade em geral são nossas diretrizes; por isso, nossas equipes trabalham em total sinergia, o que nos possibilita prestar serviços de qualidade. Nosso principal objetivo é atender às necessidades de nossos clientes.”

Leonardo Covalschi, presidente da Synapsis Brasil, empresa do Grupo Endesa – Fornecedor

“Observei que minhas contas de luz eram muito altas. Hoje, depois das Palestras Comunitárias, aprendi como utilizar os aparelhos que tenho em casa e, ao mesmo tempo, a economizar energia. Esse projeto deve continuar porque é de muita utilidade para as pessoas que querem aprender. Eu tenho uma tia que mora na casa ao lado da minha, hoje ela está satisfeita também. Ela foi até cadastrada na Tarifa Baixa Renda.”

Antônio Juvenal Ribeiro, cliente beneficiado por projeto social – Comunidade

”



CRÉDITOS – Relatório de Sustentabilidade da Ampla – 2005

Conselho Editorial

Marcelo Llévenes

Presidente da Ampla e da Endesa no Brasil

Abel Alves Rochinha

Diretor Financeiro e Administrativo

Albino Motta da Cruz

Diretor Técnico

Ana Cláudia Gonçalves Rebelo

Diretora Jurídica

Carlos Ewandro Naegele Moreira

Diretor de Relações Institucionais e Comunicação

Carlos Henrique de Oliveira

Diretor Comercial

Cláudio Rivera Moya

Diretor de Recuperação de Mercado

Eunice Rios Guimarães Batista

Diretora de Recursos Humanos

José Alves Mello Franco

Diretor de Regulação e Gestão de Energia

Mário de Carvalho Rocha

Diretor de Meio Ambiente e Relações Governamentais

Maria Eliza Andrade de Castro Schottz

Gerente de Planejamento Estratégico e Controle da Gestão

Sylvia Dias Medina

Gerente de Auditoria

Coordenação Editorial

Diretoria de Relações Institucionais e Comunicação

Carlos Ewandro Naegele Moreira

Diretor

Ana Paula Caporal

Especialista em Responsabilidade Social

André Moragas

Gerente de Comunicação

Redação de Textos e Indicadores GRI

Ana Paula Caporal

Especialista em Responsabilidade Social

Patrícia Furtado de Mendonça

Especialista em Responsabilidade Social

Rubiana Peixoto

Assessora de Comunicação

Equipe de Conteúdo

A Ampla agradece, especialmente, seus colaboradores que contribuíram com o fornecimento de informações para este Relatório:

Diretoria Financeira e Administrativa

Eliane da Silva Carvalho

Heverdan Machado Barcellos

Luiz Carlos Bettencourt

Luiza Laginestra

Renata Forjaz

Rogerio Calhman Pereira

Margot Frota Cohn

Maria Luisa M. Di Sipio

Diretoria Técnica

Bruno Cecchetti

Leonardo Frazão Garcia

Maurício Theodoro Júnior

Diretoria Jurídica

Carolina Farinas Pinheiro

Rodrigo Andrade Silva

Diretoria de Relações Institucionais e Comunicação

Acácio Barreto Neto

João Carlos Curtys Alves

Júlia Modesti Simões

Liliane Coelho Selouan

Maria Beatriz D.A.P. Medeiros

Maria Tatiana Costa Tavares

Patrícia Cid Varela

Diretoria Comercial

Alessandra dos Santos Costa

André Theobald

Beatriz Stutzel

Carlos Felipe de Moura Moyses

Livia Maria Ferreira Dayer

Luciano Fernandes da Costa

Marta de Oliveira Ribas

Paulo César Gomes

Pedro Alcântara Júnior

Rosilene Ávila Gomes

Diretoria de Recuperação de Mercado

Carla Cristina dos Santos Lettieri

Gislene Santos Rodrigues

Wellington Mattos Boaventura

Weruska Ribeiro do Nascimento

Diretoria de Recursos Humanos

Alberto Castro de Oliveira Lopes

Aloisio Antônio de Jesus Pinto Batista

Evanderson F. do Espírito Santo da Silva

Fátima Freitas

Fernando Vinicius Jardim

Gustavo Henrique Ribeiro Gomes

Liliana Sasse

Luiz Antônio Araújo Marinho

Marcela Melissa da Rocha

Marluce Baptista de Souza

Mônica Dias dos Santos Cola

Priscilla Silveira Ferreira

Renato César de Alvarenga Filho

Rodolfo Gonçalves Borges

Rozalina Azevedo Chaves Micheletto

Victor Santos Martins Gomes

Diretoria de Regulação e Gestão de Energia

Aldo de Jesus Pessanha

Alexis Torres

Emerson Caçador Rubim

Leticia Menezes

Robson da Silva Alves

Diretoria de Meio Ambiente e Relações Governamentais

Christiane Cazale

Gilberto Suhett

Marcelo Rezende

Gerência de Planejamento e Controle

Ana Paula Milliet

André Albernaz

Valéria Borges Ferreira

Gerência de Auditoria

Leonardo de Carvalho Lopes Augusto

Rafael Cordeiro Perez

Ronaldo de Luna Passeri

Capa

Jamilli Azevedo Pereira

Aluna da Creche Pró-Melhoramento Jardim Catarina,

São Gonçalo, beneficiada em 2005 com o Mutirão

Voluntário – Um Dia para Compartilhar

Projeto Gráfico e Diagramação

fmcom

Fotógrafos

Antônio Pinheiro

Guarim de Lorena

Bernardo Sacic

Renato Alvarenga

Impressão

Laborgraf

Esclarecimentos adicionais sobre este Relatório podem ser obtidos com:

Diretoria de Relações Institucionais e Comunicação

Carlos Ewandro Naegele Moreira

Diretor

Ana Paula Caporal

Especialista em Responsabilidade Social

e-mail: sustentabilidade@ampla.com

tel. (21) 2613-7954



100% Papel Reciclado.

100% Responsabilidade Social e Ambiental.

Tiragem: 3.500 exemplares.



Praça Leoni Ramos, 1 São Domingos
Niterói RJ CEP 24210-200
Tel. 0800 28 00 120

www.ampla.com