

# Cam07

INFORME DE SOSTENIBILIDAD





## NIVEL DE APLICACIÓN GRI G3

	C	C+	B	B+	A	A+
<b>Presentación del perfil del G3</b>	Reportar sobre: 1.1 2.1-2.10 3.1-3.8, 3.10-3.12 4.1-4.4-4.16-4.15	Reporte verificado por terceros	Reportar sobre todos los criterios del nivel C más: 1.2 3.9, 3.13 4.5-4.13, 4.16-4.17	Reporte verificado por terceros	Reportar los mismos requerimientos que el nivel B.	Reporte verificado por terceros
<b>Presentación de los sistemas de gestión G3</b>	No es requerido.		Declaración del enfoque de los sistemas de gestión para cada categoría de indicadores.		Declaración del enfoque de los sistemas de gestión para cada categoría de indicadores.	
<b>Indicadores G3 e Indicadores Suplementos Sectoriales</b>	Reportar un mínimo de 10 indicadores de desempeño, incluyendo al menos uno del ámbito: social, económico y ambiental.		Reportar un mínimo de 20 indicadores de desempeño, incluyendo al menos uno del ámbito: económico, ambiental, derechos humanos, trabajo, sociedad, responsabilidad del producto.		Reportar cada indicador central de G3 e indicadores sectoriales a la luz del principio de materialidad. Si no se reporta, explicar por qué.	

ESTE INFORME HA SIDO CONFECCIONADO SOBRE LA BASE DE LA GUÍA PARA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI-3) Y CUENTA CON UNA AUTOCALIFICACIÓN EN EL NIVEL DE APLICACIÓN "B"

# ÍNDICE

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL .....	2
ALCANCE Y COBERTURA DEL INFORME .....	4
NUESTRA EMPRESA .....	6
COMPROMISOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE.....	14
COMPROMISO I.....	22
NUESTRA CONDUCTA	
COMPROMISO CON EL BUEN GOBIERNO Y EL COMPORTAMIENTO ÉTICO	
COMPROMISO II .....	28
NUESTROS ACCIONISTAS	
COMPROMISO CON LA CREACIÓN DE VALOR Y LA RENTABILIDAD	
COMPROMISO III.....	32
NUESTROS CLIENTES	
COMPROMISO CON LA CALIDAD DE SERVICIO	
COMPROMISO IV .....	36
NUESTRA GENTE	
COMPROMISO CON LA SALUD, LA SEGURIDAD Y EL DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL DE NUESTROS TRABAJADORES Y COLABORADORES	
COMPROMISO V .....	50
NUESTRO MEDIO AMBIENTE	
COMPROMISO CON LA PROTECCIÓN DEL ENTORNO	
COMPROMISO VI .....	60
INNOVACIÓN Y EFICIENCIA ENERGÉTICA	
COMPROMISO DE REALIZAR NUEVAS Y MEJORES IDEAS	
COMPROMISO VII .....	66
LA SOCIEDAD	
COMPROMISO CON EL DESARROLLO DE LAS SOCIEDADES EN LAS QUE OPERAMOS	
ANEXO I.....	68
GLOSARIO	
ANEXO II.....	71
CONTENIDOS BÁSICOS DEL INFORME DE SOSTENIBILIDAD CAM 2007	
ANEXO III.....	73
ÍNDICE INDICADORES GRI Y PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	
ANEXO IV .....	79
INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA, CAPÍTULO NUESTRA GENTE	
ANEXO V .....	80
CUESTIONARIO DE RETROALIMENTACIÓN	

## MENSAJE DEL PRESIDENTE Y GERENTE GENERAL

Tenemos el agrado de presentarles el primer Informe de Sostenibilidad de Cam, correspondiente a la gestión del año 2007. En su desarrollo encontrarán nuestros progresos y acciones realizadas para fortalecer nuestro compromiso con el Desarrollo Sostenible.

Cam, empresa que crea soluciones integrales para el mercado latinoamericano de la energía eléctrica, basa su negocio en la agregación de valor permanente, la innovación y la entrega de servicios con estándares de nivel mundial, adoptando la sostenibilidad como base de su crecimiento.

Consecuente con esto, los Siete Compromisos por un Desarrollo Sostenible basados en las dimensiones económica, ambiental y social, que suscribimos a través de nuestra política de sostenibilidad, los hemos reflejado en cada uno de los Mapas Estratégicos de la empresa.

Durante el año 2007 hemos fortalecido nuestra capacidad innovadora a través de la consolidación de nuestra red de valor, sustentada en alianzas estratégicas con organizaciones de primer nivel mundial, lo cual nos permitió acceder a nuevos mercados y ampliar la paleta de productos y servicios.

Nuestros trabajadores, piedra fundamental de todos los logros alcanzados, han sido también durante este periodo destinatarios de nuestros esfuerzos. Por ello, hemos desarrollado el Plan Estratégico de Recursos Humanos, con el fin de gestionar su talento, potenciar y desarrollar sus capacidades y competencias, y finalmente, hacer de Cam un gran lugar para trabajar. Esto implica también garantizar la seguridad diaria de cada una de nuestras actividades, para lo cual hemos continuado con la certificación progresiva en OHSAS 18001.



Nuestra responsabilidad con la sociedad, en donde nos hemos desarrollado, consolidado y proyectado, la abordamos mediante la entrega de servicios de primera calidad y una incipiente, pero creciente, relación con la comunidad. En este sentido, la comunidad más cercana es la familia de nuestros trabajadores, para quienes hemos establecido diversas instancias de desarrollo, como es el caso de la capacitación de cónyuges y la recreación de sus hijos.

El compromiso con nuestro medio ambiente lo abordamos implementando y certificando progresivamente nuestras actividades, bajo la norma ISO 14001. Asimismo,

a través de la innovación, fomentamos la eficiencia energética y utilización de Energías Renovables no Convencionales, desarrollando e implementando productos de estos ámbitos al portafolio de Cam.

Hemos elaborado este primer Informe de Sostenibilidad siguiendo la metodología elaborada por la Iniciativa Global de Informes (Global Reporting Initiative, GRI) en su tercera versión, como una forma de alinearnos con los máximos estándares a nivel mundial y hacer de este reporte un documento verificable, comparable a través de sus indicadores y escalable mediante sus niveles de reportabilidad.

También, queremos dar cuenta de los avances alcanzados por Cam respecto a los 10 compromisos del Pacto Mundial, iniciativa de la Organización Mundial de Naciones Unidas a la que nuestra empresa está voluntariamente adherida desde el año 2006.

Esperamos que este informe sea un nuevo avance en el fortalecimiento de la relación con nuestros diferentes públicos de interés, por ello nuestra aspiración es que este documento se transforme en un nuevo canal de diálogo, que nos permita capturar vuestra opinión y con ello mejorar día a día.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cristóbal Sánchez R.', written over a white background.

**Cristóbal Sánchez R.**  
Presidente  
Cam

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'K. Winkler S.', written over a white background.

**Klaus Winkler S.**  
Gerente General  
Cam

## ALCANCE Y COBERTURA DEL INFORME

Este es nuestro primer Informe de Sostenibilidad y representa para Cam un logro anhelado en el cumplimiento de la estrategia y las políticas de la empresa, y un nuevo avance en el proceso de transparencia de la información con nuestros diferentes públicos de interés en las dimensiones económica, social y ambiental.

Al ser nuestra primera experiencia, hemos tomado como principios y base metodológica la Iniciativa de Reportes Globales o Global Reporting Initiative (GRI-3) en su Tercera Versión. Esta documentación permite conocer de primera fuente las acciones, proyectos y programas que la empresa ha realizado en Responsabilidad Social Empresarial (RSE), durante el período comprendido entre el 01 de enero y el 31 de diciembre de 2007.

Hemos querido alinearnos con esta iniciativa por constituirse en una de las instancias de mayor reconocimiento y validación internacional multi-stakeholders. Esto nos posibilitará comunicar cada año nuestras acciones y proyectos en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en forma oportuna, seria, verificable y comparable, no sólo con empresas del área, sino también en otros rubros o industrias.

Queremos hacer de este mecanismo un instrumento que nos permita generar nuevas instancias de diálogo con nuestros públicos de interés, basados en la confianza, la transparencia y la credibilidad.



### RELEVANCIA Y SELECCIÓN DE INDICADORES

Los indicadores de desempeño seleccionados y reportados en este informe cumplen con las orientaciones del Principio G-3 de materialidad o relevancia y su inclusión se realizó sobre la base de tres aspectos:

- 1.- Se realizó un análisis comparado con informes de empresas en el área de servicios eléctricos, además de revisar informes de otras compañías comprometidas con el desarrollo de la sostenibilidad.
- 2.- Se consideraron aquellos temas relevantes para nuestros públicos de interés recibidos a través de los diferentes canales de diálogo y comunicación que la empresa mantiene con cada uno de ellos.
- 3.- Se han considerado especialmente los Siete Compromisos con la Sostenibilidad en Cam, como un modelo integrado en la gestión estratégica de la empresa y que permiten distinguir los indicadores y programas más significativos sobre los cuales damos cuenta en este informe.

### PRINCIPIOS DE CONTENIDOS Y CALIDAD

El equipo a cargo en el desarrollo de este informe tuvo especial preocupación en aplicar internamente a cada una de las gerencias y filiales una plantilla de chequeo con los Principios de Contenido y Calidad que forman parte de la metodología del G-3. Esto permite asegurar la Ruta Crítica del presente informe y el cumplimiento de las brechas para futuros informes de sostenibilidad. Este aspecto fue revisado rigurosamente por la Gerencia de Planificación y Medios de Cam.

Al mismo tiempo, respondiendo a los principios de verificación y precisión, las diferentes áreas consultadas realizaron sus mejores esfuerzos para levantar los datos cuantitativos y, siempre que fue posible, se incorporaron cifras de al menos 3 períodos anteriores incluyendo el año del informe. En aquellos casos en que no se

pudo obtener información numérica, hemos definido incorporarlos en futuros informes.

### LÍMITES Y COBERTURA DEL INFORME

El presente informe contempla el alcance y cobertura de los aspectos y procesos relacionados de nuestras filiales en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú. Esperamos al próximo informe y, acorde con la madurez de nuestros proyectos regionales, dar cuenta en forma paulatina de las acciones estratégicas en RSE, alineados definitivamente con la metodología y estándares internacionales del GRI en su tercera versión.

### TÉCNICAS DE MEDICIÓN Y BASES DE CÁLCULOS

Los datos y cálculos técnicos realizados para cada indicador cuantitativo en el desempeño económico, ambiental y social presentes en este informe, están basados en procedimientos reconocidos por la normativa nacional y alineada con los estándares aceptados por la comunidad internacional.

En todo momento, la comisión a cargo del levantamiento de datos e indicadores aplicó para su comprensión y elaboración los Protocolos Técnicos de Indicadores del GRI. Para los casos en que la empresa no posee indicadores específicos y propios de su actividad se acompaña con nota en anexo (en el Anexo III se señalan los indicadores fuera del alcance del actuar de Cam).

### VERIFICACIÓN EXTERNA DEL INFORME

Por tratarse del primer Informe de Sostenibilidad basado en G-3, Cam decidió no aplicar un sistema de verificación externa de terceras partes. En esta etapa, y siguiendo los lineamientos establecidos por la guía del GRI, la compañía ha adoptado por autocalificar el informe en el nivel "B", de acuerdo a los niveles de reportabilidad. Al mismo tiempo, Cam envió el ejemplar final digitalizado para ser incorporado en el sitio Web de la institución internacional, como también a la ONU, organismo que lidera la iniciativa "Pacto Mundial" a la que Cam se ha suscrito en 2006.

# NUESTRA EMPRESA



Cam es una empresa que tiene como objetivo crear soluciones integrales para el mercado latinoamericano de la energía eléctrica, ofreciendo múltiples productos, servicios y desarrollos complementarios.

#### • HACIA DÓNDE MIRAMOS

Buscamos ser un referente en soluciones eléctricas integrales, innovadoras y con altos estándares de calidad, para grandes y medianas empresas latinoamericanas.

Para lo anterior, Cam trabaja activamente en:

- Construir relaciones de largo plazo con medianas y grandes empresas latinoamericanas, de sectores industriales intensivos en el uso de energía eléctrica.
- Desarrollar una red de valor colaborativa con los proveedores líderes en cada negocio y/o mercado.
- Convertirse en socio estratégico de las empresas líderes de cada sector industrial, apoyándolas para lograr soluciones de vanguardia.
- Desarrollar una cultura que premie la innovación y la cercanía con los clientes, así como una constante preocupación por el desarrollo personal y profesional de los empleados. En esta línea busca también promover la excelencia y la práctica de los valores corporativos del Grupo Endesa, procurando lograr un ambiente de trabajo grato y propicio para la creatividad

#### • ASPIRACIONES

En el mediano plazo buscamos:

- Doblar el valor de la Compañía.
- Ser reconocidos, en todos los mercados en los que operamos, como una de las empresas líderes en nuestro ámbito de actuación, por poseer una potente red de valor (alianzas, empresas tecnológicas, proveedores).
- Lograr que los nuevos negocios representen al menos el 40% de los ingresos.

- Que el margen proveniente de negocios con empresas fuera del Grupo supere el 50% del total.
- Alcanzar niveles de excelencia operacional (calidad y eficiencia), comparables con los mejores de la industria (reconocido por el cliente).
- Lograr que todas las filiales se ubiquen dentro del 25% mejor de las empresas mejor evaluadas con criterios Great Place to Work, GPTW.

#### • VALORES

Nuestro marco valórico está definido por:

- **Personas:** Asegurar las oportunidades de desarrollo sobre la base del mérito y la aportación profesional.
- **Seguridad y Salud:** Comprometernos decididamente con la seguridad y salud laboral, promoviendo una cultura preventiva.
- **Trabajo en equipo:** Fomentar la participación de todos para lograr un objetivo común, compartiendo la información y los conocimientos.
- **Conducta Ética:** Actuar con profesionalismo, integridad moral, lealtad y respeto a las personas.
- **Orientación al Cliente:** Centrar nuestro esfuerzo en la satisfacción del cliente, aportando soluciones competitivas y de calidad.
- **Innovación:** Promover la mejora continua y la innovación, con el objeto de alcanzar la máxima calidad y rentabilidad.
- **Orientación a Resultados:** Dirigir nuestras actuaciones hacia la consecución de los objetivos del proyecto empresarial y de rentabilidad para nuestros accionistas, tratando de superar sus expectativas.
- **Comunidad y Medio Ambiente:** Compromiso social y cultural con la comunidad y el crecimiento sostenible de nuestros clientes, adaptando nuestras estrategias empresariales a la preservación del Medio Ambiente.

#### • UNA HISTORIA MARCADA POR EL CAMBIO

Cam es producto de la potenciación de distintas áreas de algunas empresas distribuidoras y fusiones entre compañías. En la búsqueda de sinergias dentro del holding Enersis, al que pertenece, la compañía



se reestructura y consolida como grupo multinacional especializado a partir del año 2000, con participación activa en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú.

En Chile, la compañía es una sociedad de responsabilidad limitada que nace bajo el nombre de Distribuidora de Productos Eléctricos S.A. (Diprel), en el mes de noviembre de 1988, con el objetivo de orientar su gestión empresarial en el área de servicios eléctricos.

En el mes de octubre de 2001 recibe el nombre de Compañía Americana de Multiservicios Limitada, para luego en Febrero de 2002 fusionarse con la “Compañía Americana de Multiservicios Uno Limitada”, ex “Ingeniería e Inmobiliaria Manso de Velasco S.A.”, para potenciar y consolidar su presencia y capacidad competitiva, tanto en Chile como en otros países de Latinoamérica.

En septiembre del 2006 se comienza a realizar una redefinición de los focos de actuación y un análisis del modelo de negocios, que concluye a fines de año con la implementación del Plan 3x2, que consiste en doblar el valor de la compañía en tres años.

• **ESTRUCTURA OPERATIVA**

Cam es una Sociedad de Responsabilidad Limitada perteneciente al Grupo Enersis, propietaria en su totalidad de la compañía en Chile y de las filiales en Argentina, Brasil, Colombia y Perú.

Su participación en el Grupo está inserta dentro de las empresas de servicios, teniendo dependencia funcional de la Gerencia Regional de Distribución y Servicios de Chilectra, empresa cabecera de las compañías de distribución de energía eléctrica del grupo Enersis en Latinoamérica.

• **NATURALEZA DE LA PROPIEDAD**

Cam es una empresa constituida por dos accionistas, siendo el principal Enersis S.A. con una participación aproximada del 99%. El total de las acciones asciende a 33.824.703.

RAZÓN SOCIAL	CANTIDAD ACCIONES	PARTICIPACIÓN
Enersis S.A	33.821.693	99,99110118%
Synapsis	3.010	0,00889882%
<b>Total</b>	<b>33.824.703</b>	<b>100%</b>

**MERCADOS SERVIDOS**

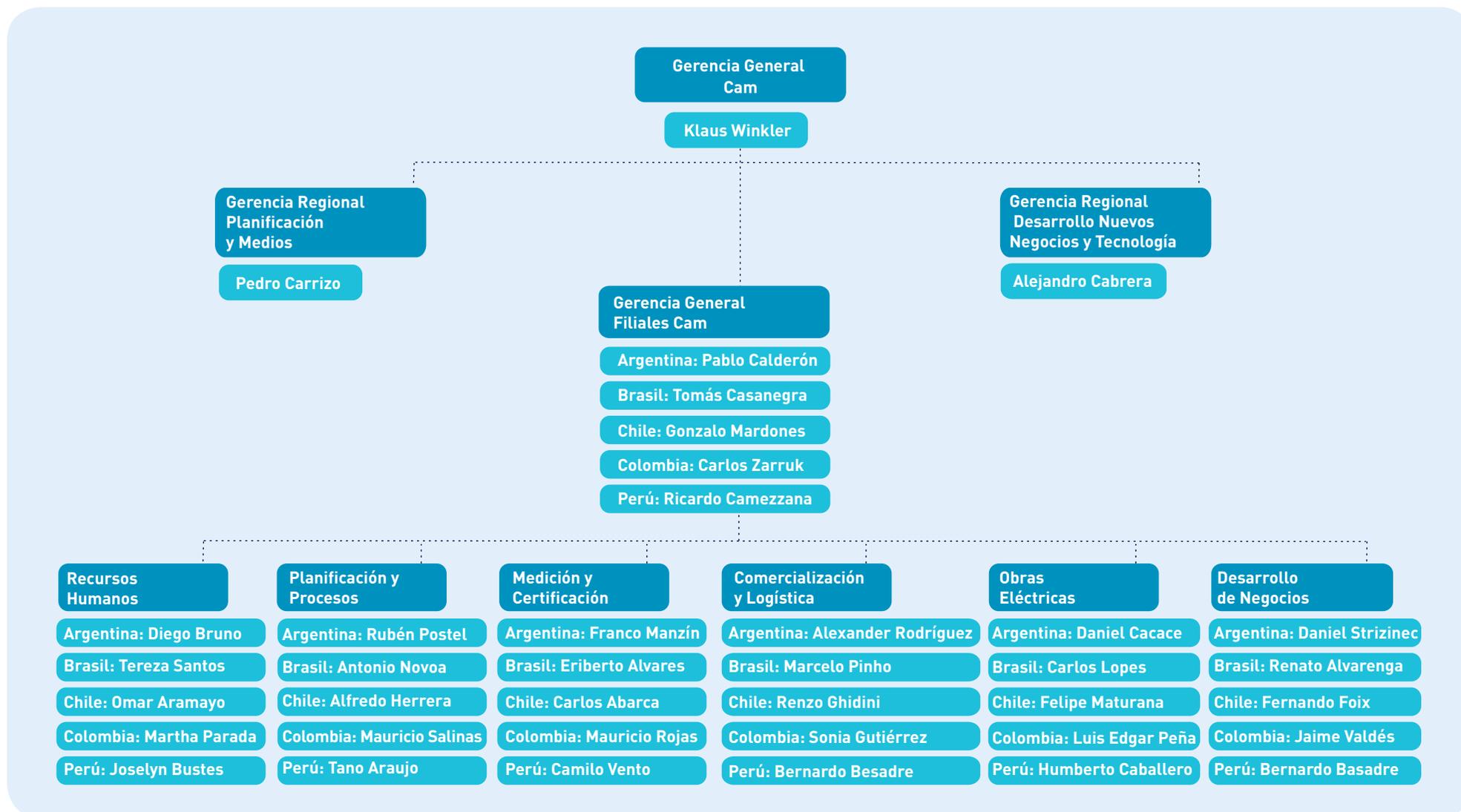
Cam es una empresa líder en la creación de soluciones integrales para el mercado latinoamericano de la energía eléctrica, ofreciendo múltiples productos, servicios y desarrollos complementarios, basados en la innovación tecnológica, así como también en una gran capacidad profesional y operativa, que satisface íntegramente -con altos estándares de calidad- las necesidades y requerimientos de sus clientes.

Su amplia experiencia en el mercado eléctrico le permite transferir el conocimiento adquirido a sus clientes, entregando productos y servicios con un amplio respaldo, lo que le ha permitido alcanzar en el año 2007 ventas por 265 millones de dólares.

La compañía tiene presencia activa en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú, ofreciendo en dichos mercados múltiples productos, tecnología y servicios para los sectores eléctrico, sanitario, gasífero, minero, de telecomunicaciones, construcción e industria en general.

### ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN CORPORATIVA

Cam posee una estructura regional que está a cargo de los principales lineamientos de cada una de sus filiales en Latinoamérica. En cada país la operación es encabezada por un gerente general y un gerente para cada una de las líneas de negocios y áreas de apoyo.



## FILIALES DE CAM



## PREMIOS Y DISTINCIONES 2007

La innovación y eficiencia que destacan en las operaciones que realiza Cam han sido reconocidas en diferentes instancias internacionales. Los más destacados son:



### PREMIO AVONNI

Cam fue finalista del concurso de los premios Avonni 2007 en la categoría empresas, con su proyecto titulado 'Innovando sobre la innovación'. Este lugar de excelencia resultó luego de un largo proceso de selección entre varias empresas, y donde la compañía presentó sus avances de Innovación en la incorporación de nuevas tecnologías en servicios de medición (medidor concentrador, para edificios y antihurto), el cual refleja la preocupación e interés de la compañía por mejorar el servicio de calidad dado a sus clientes.

Los premios Avonni fueron otorgados en octubre por el Foro Pro Innovación, en conjunto con la Confederación de la Producción y el Comercio (CPC) y el Ministerio de Economía, y tienen como objetivo reconocer a personas, empresas, instituciones públicas y entidades sin fines de lucro que contribuyen a la actividad innovadora en su ámbito de acción.



### PREMIO M2M, MACHINE TO MACHINE (CHILE-ESTADOS UNIDOS)

El máximo reconocimiento en la categoría Automated Meter Reading de los premios Value Chain Awards entregados durante la versión 2007 de la M2M United Conference, obtuvo la solución de Telemedición desarrollada e implementada por Cam y Synapsis en Chile, para el cliente Chilectra.

La publicación norteamericana M2M anualmente desarrolla este certamen en el que otorga reconocimientos a las soluciones tecnológicas, 'máquina a máquina', más innovadoras y sobresalientes del último año. Los premios Value Chain tienen el objetivo de reconocer las soluciones más exitosas en tecnología M2M y asimismo a la cadena de valor que participó en el desarrollo e implantación de estas tecnologías.

La implantación de la tecnología de telemedición, se debe en gran medida a la vasta experiencia de Cam en Chile en el ámbito de tecnologías de medición, avalado en sus más de 10 años en implementación de soluciones de Automated Meter Reading, lo anterior como parte de una cadena de valor que se generó a lo largo de este proyecto.



**“AWARD OF EXCELLENCE” EN LA INTERNATIONAL ILLUMINATION DESIGN AWARDS, IIDA (PERÚ-ESTADOS UNIDOS-2007).**

El Proyecto de Iluminación Exterior del edificio de la nueva sede de la AFP Profuturo en Perú, fue reconocido con el International Illumination Design Awards (IIDA), en la categoría “Award of Excellence”, categoría en la cual son premiados sólo cinco proyectos a nivel mundial, siendo este el único proyecto sudamericano reconocido el año 2007.

Este trabajo se encuentra dentro del marco de proyectos de iluminación que Cam realiza en Perú en iluminación ornamental, iluminación urbana, iluminación industrial e iluminación con tecnologías avanzadas para clientes como Endesa, Edelnor, Municipalidad de Lima, Edegel, Pacífico, Reniec y Profuturo, entre otros.

El proyecto responde a la necesidad de un cambio de imagen corporativo que refleje modernidad, creatividad y dinamismo. Fue el primer proyecto implementado en Perú con un novedoso e innovador sistema que incorporó la tecnología del LED. La utilización de un sistema RGB con luminarias equipadas con LEDS permite generar un movimiento y cambio de color de luz, dándole flexibilidad al diseño, y donde el cliente modifica la imagen nocturna de su edificio con sólo cambiar las diferentes escenas programadas.

IIDA es un programa del IESNA (The Illuminating Engineering Society of North América o Sociedad de Iluminación e Ingeniería de Norteamérica), autoridad técnica especializada en iluminación, que por más de 100 años difunde la buena práctica en materia de iluminación a la comunidad especializada, a través de programas, publicaciones y servicios.



#### MOCIÓN DE APLAUSO EN SAN GONZALO (BRASIL)

Un galardón especial fue entregado por la Cámara Municipal de San Gonzalo, denominada “Moción de Aplauso”, como un reconocimiento por ser una referencia en cuanto a soluciones tecnológicas en sus líneas de negocios.

#### DESTREZA DE LABORES DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y SEGURIDAD EN COLOMBIA

Un segundo lugar obtuvo un equipo de Cam en Colombia en una particular competencia organizada por la distribuidora Codensa, en la cual a través de diferentes pruebas, se buscaba evaluar destreza y agilidad en el uso de los elementos de trabajo y seguridad para la ejecución de cada uno de los procedimientos que se realizan en esta labor. El puesto obtenido por el grupo de representantes de la filial colombiana fue considerado favorablemente satisfactorio, pues la competencia se gestó entre doce compañías.

#### DESTREZA DE ELECTRICISTA EN BRASIL

El tercer Rodeo Ampla de Electricistas, realizado en septiembre en Niteroi, Río de Janeiro, fue volcado a los profesionales de la electricidad y trajo una gran sorpresa a Cam: dos medallas de bronce por el tercer lugar en una de las actividades. Las pruebas exigieron habilidades técnicas y de seguridad, enfocando tareas relacionadas al mantenimiento de las redes de distribución y el restablecimiento del abastecimiento de energía eléctrica. Fueron 22 equipos totalizando 122 trabajadores de distintas empresas, compitiendo en varias categorías. Un mes antes otro equipo de la sede nordeste de Cam conquistó el segundo puesto en el Rodeo Coelce.



An illustration of a person in a dark suit walking on a bar chart with four blue bars of increasing height. The person is balancing a stack of four silver coins on their head. The background is a textured orange and red gradient.

# COMPROMISOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

## ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

Con la finalidad de consolidar su actuación en el mercado en el que se desenvuelve, Cam desarrolló en 2007 una estrategia de negocios integral, donde se enmarca su accionar en el corto y mediano plazo.

Esta estrategia corresponde a crear valor con Excelencia Operacional y Crecimiento, basado en la innovación y en nuevos negocios, contando para ello con las mejores personas.

El plan que consolida las acciones para su cumplimiento se ha denominado "Plan 3x2", cuyo objetivo es duplicar el valor de la compañía en tres años.

### DESPLIEGUE DE LA ESTRATEGIA

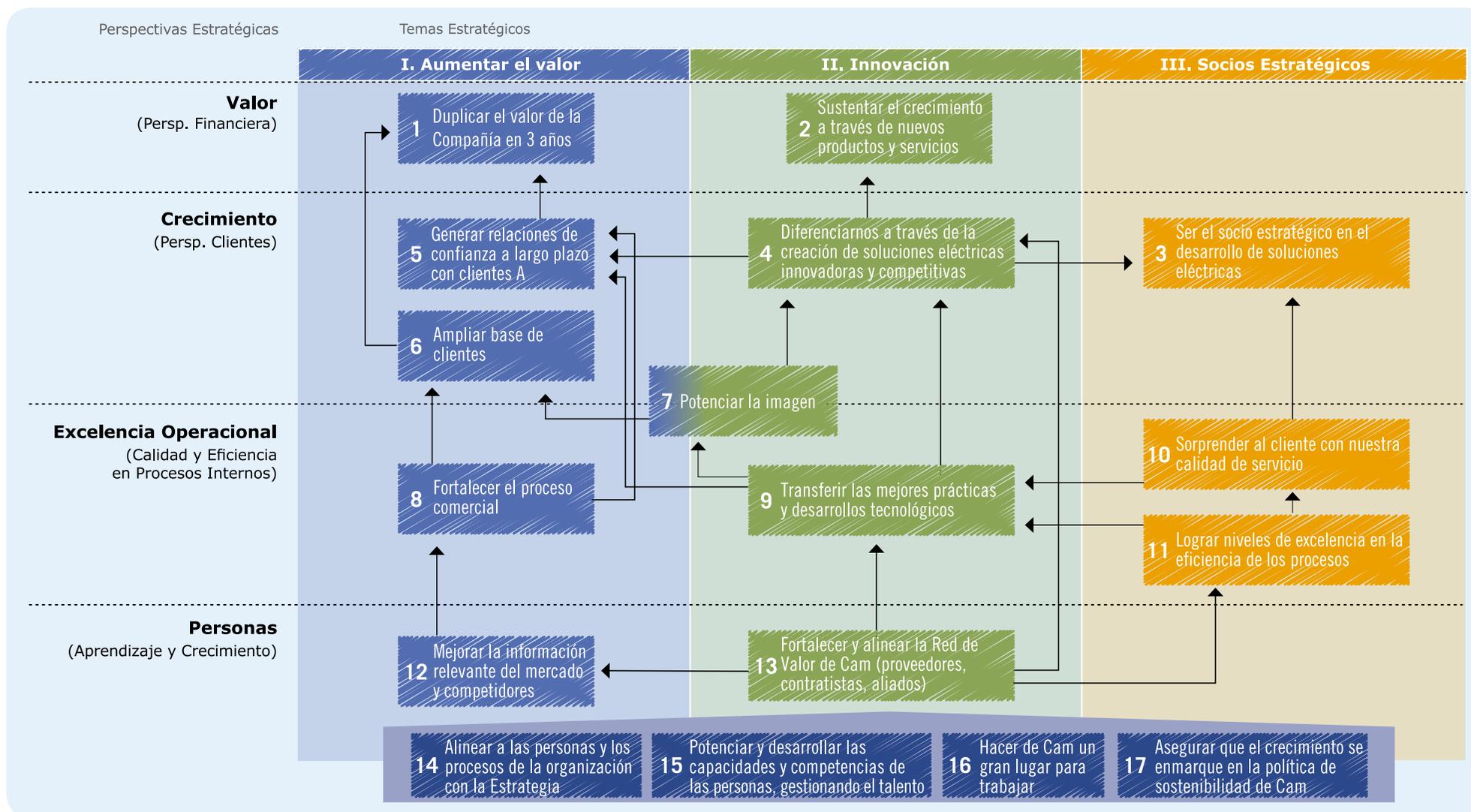
Con el objetivo de convertir la estrategia en acciones operacionales concretas y facilitar su comunicación y entendimiento, Cam desarrolló bajo la metodología Balanced Scorecard (BSC) un proceso de planificación estratégica que permitió traducir la estrategia a través de un mapa, definir las variables que dan cuenta de su desempeño y elaborar las iniciativas que apalancan los resultados del Plan 3x2.

La estrategia de cada filial se despliega a partir del Mapa Corporativo para alinear, focalizar y comunicar la estrategia de la compañía. Cada mapa también se desarrolla con iniciativas e indicadores para el seguimiento y control de cada objetivo estratégico.



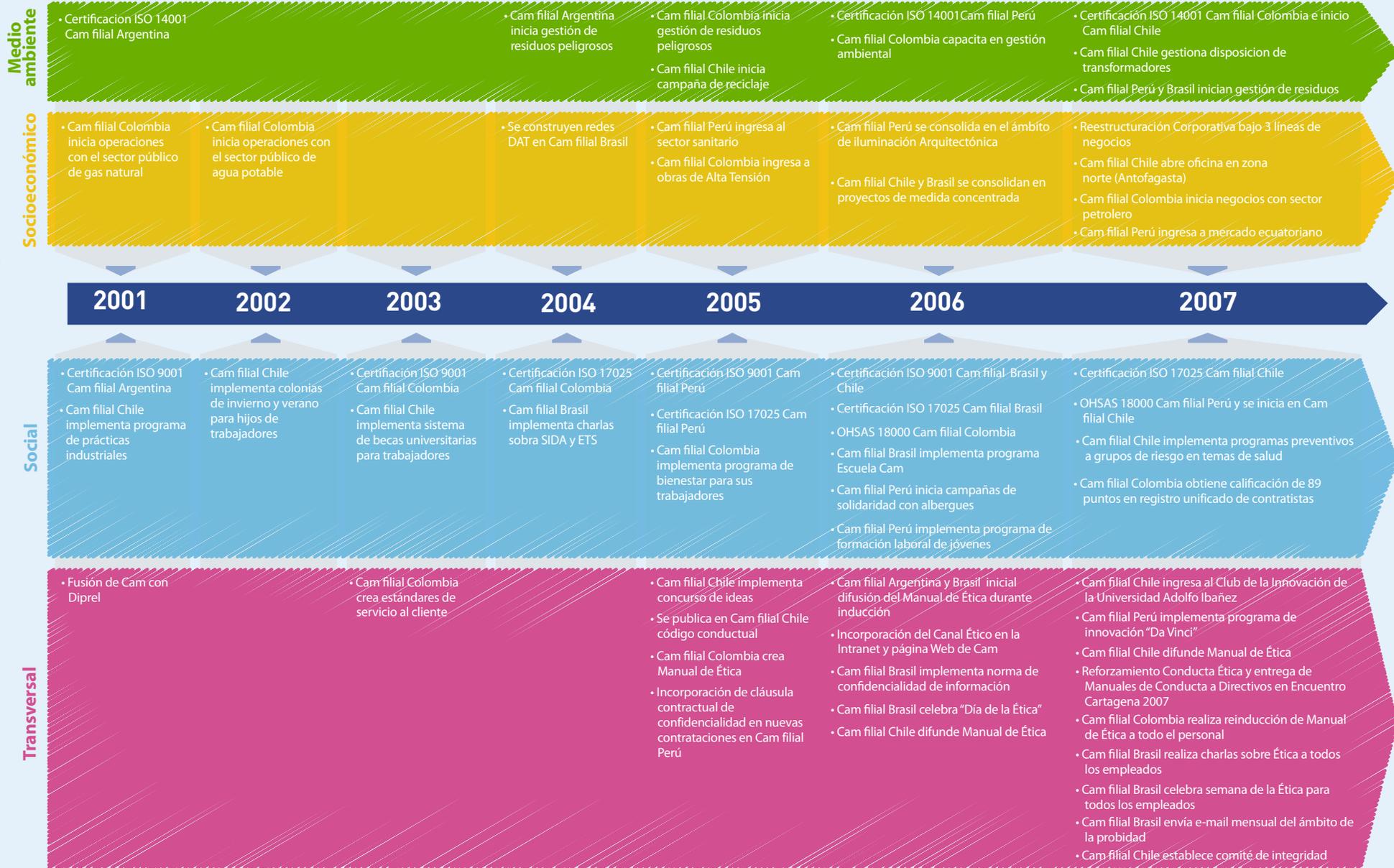
## MAPA ESTRATÉGICO CORPORATIVO

Los mapas se estructuran bajo temas estratégicos y bajo las cuatro perspectivas del negocio. En el Mapa Corporativo se eligieron tres temas importantes: Aumentar valor, Innovación y Socios Estratégicos, los cuales se deben analizar bajo las perspectivas del Valor (financiera), Crecimiento (clientes), Excelencia Operacional (procesos internos) y Personas (aprendizaje y crecimiento).



DESARROLLO SOSTENIBLE

Hitos



El gran compromiso de Cam es suministrar a sus clientes un servicio de calidad en forma responsable y eficiente, proporcionando rentabilidad a sus accionistas, fomentando la capacitación profesional de los empleados propios y colaboradores, acompañando el desarrollo de los entornos sociales en los que opera y utilizando de manera responsable los recursos naturales para su actividad. En otras palabras, Cam se compromete con el desarrollo sostenible.

El compromiso está articulado por la política de Desarrollo Sostenible, basado en tres dimensiones: Económica, Ambiental y Social. A partir de estas dimensiones nacen los 7 Compromisos con el Desarrollo Sostenible de la compañía.

## 7 COMPROMISOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE



**1 NUESTRO CLIENTES. COMPROMISO CON LA CALIDAD DE SERVICIO.**

La calidad es un atributo que Cam incorpora a cada uno de sus servicios. Esto lo corrobora en base a mediciones periódicas del nivel de satisfacción de sus clientes, satisfacción que se incrementa sistemáticamente. Esta instancia de evaluación es complementada con diversas actividades de comunicación que permiten acercarse a los clientes y desarrollar relaciones de largo plazo. Consecuente con esto, Cam ha certificado progresivamente sus operaciones en la región bajo la norma ISO 9001 y, en caso de los Laboratorios de Certificación, ha acreditado la Norma ISO 17025.

**3 NUESTRA GENTE. COMPROMISO CON LA SALUD, LA SEGURIDAD Y EL DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL DE NUESTROS TRABAJADORES Y COLABORADORES.**

En el marco del plan estratégico de RR.HH., la compañía ha desarrollado iniciativas como: Gestión por Competencias, Gestión de Talento, Gestión de las Compensaciones, Gestión del Desempeño & Estilos de Trabajo, Gestión de Clima Laboral, Gestión del Conocimiento y Gestión de la Seguridad y Salud laboral.

**5 NUESTRO MEDIO AMBIENTE. COMPROMISO CON LA PROTECCIÓN DEL ENTORNO.**

Cam busca identificar, evaluar y gestionar los efectos ambientales derivados de sus actividades. En este marco implementa y certifica de forma progresiva su Sistema de Gestión Ambiental bajo los estándares de ISO 14001 en todas sus filiales.

**7 LA SOCIEDAD. COMPROMISO CON EL DESARROLLO DE LAS SOCIEDADES EN LAS QUE OPERAMOS.**

Cam entiende a la familia como el pilar fundamental de la comunidad en la que participa. De esta manera promueve la capacitación en temas de alto impacto en la familia de los funcionarios realizando talleres artísticos, de economía doméstica, computación y prevención de riesgos, entre otros.

También desarrolla programas de empleo juvenil y de prácticas laborales, orientados a jóvenes de escasos recursos y liceos industriales, con el objeto de acercarlos al mundo laboral y traspasar experiencias.

**2 NUESTROS ACCIONISTAS. COMPROMISO CON LA CREACIÓN DE VALOR Y LA RENTABILIDAD.**

Cam en su compromiso en la creación de valor, ha suscrito un gran desafío, duplicar el valor de la compañía en tres años a través de su Plan 3x2.

**4 NUESTRA CONDUCTA. COMPROMISO CON EL BUEN GOBIERNO Y EL COMPORTAMIENTO ÉTICO.**

Resguardar el respeto de los valores corporativos, y el comportamiento ético de la compañía y sus trabajadores es un compromiso irrenunciable. Este compromiso ha llevado a suscribir iniciativas como es el Pacto Mundial, desarrollo de la Memoria Financiera, si bien la compañía es una sociedad de responsabilidad limitada, y la implementación de canales que permitan la denuncia, interna o externa, de acciones que pudieran no enmarcarse en los valores de la compañía (Canal Ético).

**6 INNOVACIÓN Y EFICIENCIA ENERGÉTICA. COMPROMISO DE REALIZAR NUEVAS Y MEJORES IDEAS.**

Cam promueve el uso racional y eficiente de la energía a través de soluciones integradas e innovadoras. Ha incorporado la innovación como un tema estratégico de su mapa corporativo y corresponde, junto con la calidad, la propuesta de valor a los clientes. Por ello se ha creado el Centro de Innovación Tecnológica (CIT), implementado el Programa de Innovación Regional (PIR) y desarrollado diversas soluciones que han sido reconocidas por el mercado.



## PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Cam, coherente con su política de sostenibilidad y el establecimiento de sus siete compromisos, adhirió voluntariamente en el 2006 al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, como una forma de alinear a la empresa en el conjunto de los 10 principios, por lo que la compañía emprende una serie de acciones, programas y proyectos concretos en materia de Responsabilidad Social Empresarial que permitirán de manera ascendente cumplir con los compromisos adquiridos. El presente informe, y el canal de diálogo posible de construir a partir de éste, es una de las acciones concretadas.

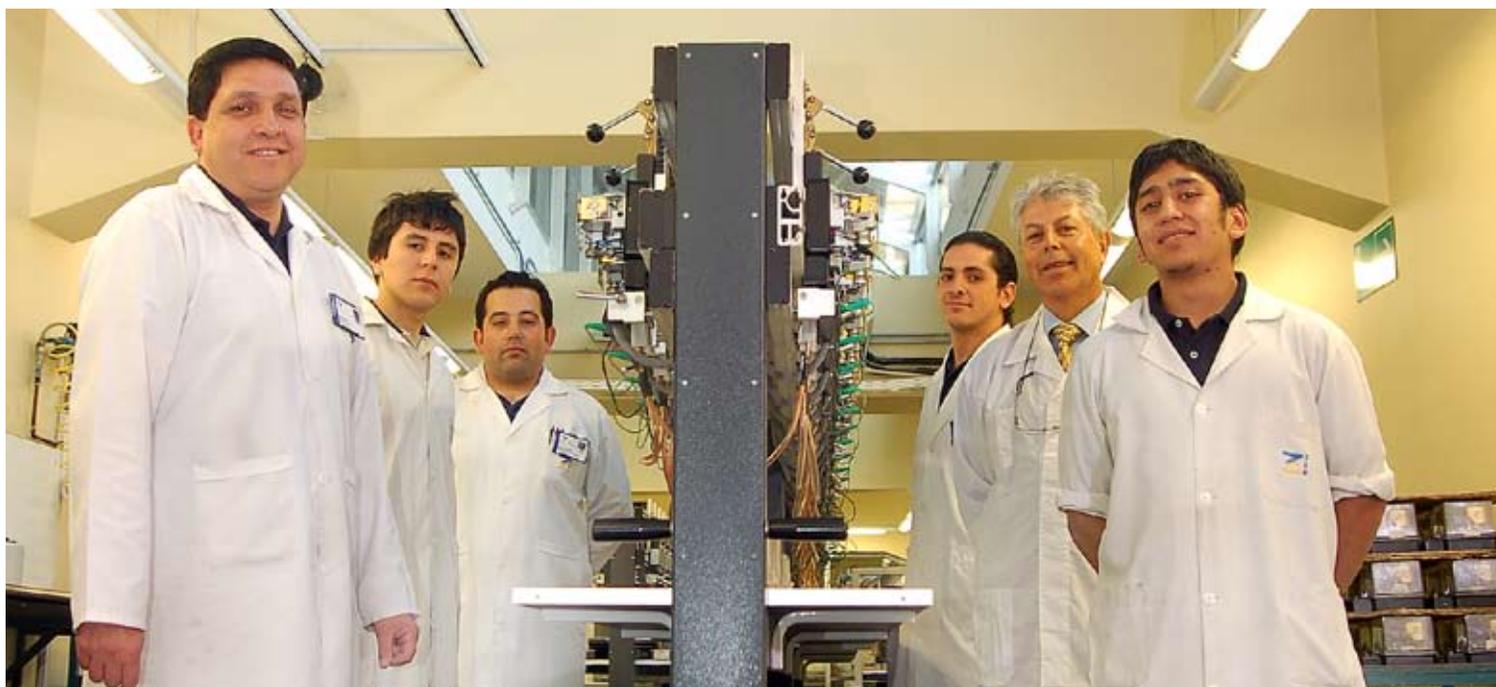
## EL GRI

Cam realiza este Informe de Sostenibilidad alineado a la metodología y los indicadores de GRI en su tercera versión, para dar cuenta comparada, verificable y sostenible de las acciones en las dimensiones económica, social y ambiental.

El Global Reporting Initiative (GRI) es una iniciativa internacional multistakeholders que nace en 1997 con el propósito de cautelar la calidad, el rigor y utilidad de los informes de sostenibilidad. Con este objetivo ha generado la Guía GRI para la elaboración de los informes de sostenibilidad que contiene pautas, principios e indicadores centrales y adicionales para que cualquier empresa pueda dar cuenta de sus actividades e impacto en el ámbito económico, social y ambiental.

El instrumento final es el Informe de Sostenibilidad, una publicación periódica y voluntaria que realizan las empresas interesadas en rendir cuenta de su gestión a sus diferentes grupos de interés.

Además, el GRI ha generado acuerdos de complementación en el marco de la elaboración de la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social para su verificabilidad y es una herramienta de comunicación que permite informar de los avances en los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.



## LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

### DERECHOS HUMANOS

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
2. Evitar verse involucrados en abusos de los derechos humanos.

### NORMAS LABORALES

3. Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la asociación colectiva.
4. Eliminar todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
5. Abolir de manera efectiva el trabajo infantil.
6. Eliminar la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

### MEDIO AMBIENTE

7. Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas medioambientales.
8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el Medio Ambiente.

### LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

10. Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.





# NUESTRA CONDUCTA

COMPROMISO CON EL BUEN GOBIERNO Y EL COMPORTAMIENTO ÉTICO

**PARA CAM EL RESPETO DE LOS VALORES CORPORATIVOS Y EL COMPORTAMIENTO ÉTICO DE LA COMPAÑÍA Y SUS TRABAJADORES ES UN COMPROMISO IRRENUNCIABLE.**

## EL BUEN GOBIERNO

Cam posee diferentes instancias de directiva y toma de decisiones en la administración de la compañía, que se clasifican en:

### DIRECTORIO

Está integrado por el Gerente Regional de Distribución y Servicios de Chilectra, y Presidente de Cam, Cristóbal Sánchez; el Gerente General de Cam, Klaus Winkler; el Gerente Regional Desarrollo Nuevos Negocios y Tecnología, Alejandro Cabrera; el Gerente Regional Planificación y Medios, Pedro Carrizo; y los gerentes generales de cada filial.

Se reúnen mensualmente para tratar temas de la empresa.

### COMITÉ EJECUTIVO

Se encuentra formado por el Gerente General de Cam, Klaus Winkler; el Gerente Regional Desarrollo Nuevos Negocios y Tecnología, Alejandro Cabrera; el Gerente Regional Planificación y Medios, Pedro Carrizo; y los gerentes generales de cada filial.

Se reúnen semanalmente a evaluar los temas desarrollados en el Directorio y otros temas operativos y estratégicos de la empresa.

### COMITÉ FILIAL

Cada comité está compuesto por el Gerente General local y sus respectivos gerentes de Líneas de Negocio y Apoyo.

Se reúnen mensualmente o con la frecuencia que requiera la gestión de la filial.

Existen 3 comités regionales, uno por cada línea de negocio. Están integrados por los gerentes de las respectivas líneas de negocio de cada filial.

### COMITÉ REGIONAL DE LÍNEAS DE APOYO

Está integrado por el Gerente Regional Planificación y Medios, Pedro Carrizo; los Jefes Regionales y los gerentes de Líneas de Apoyo de cada una de las filiales.

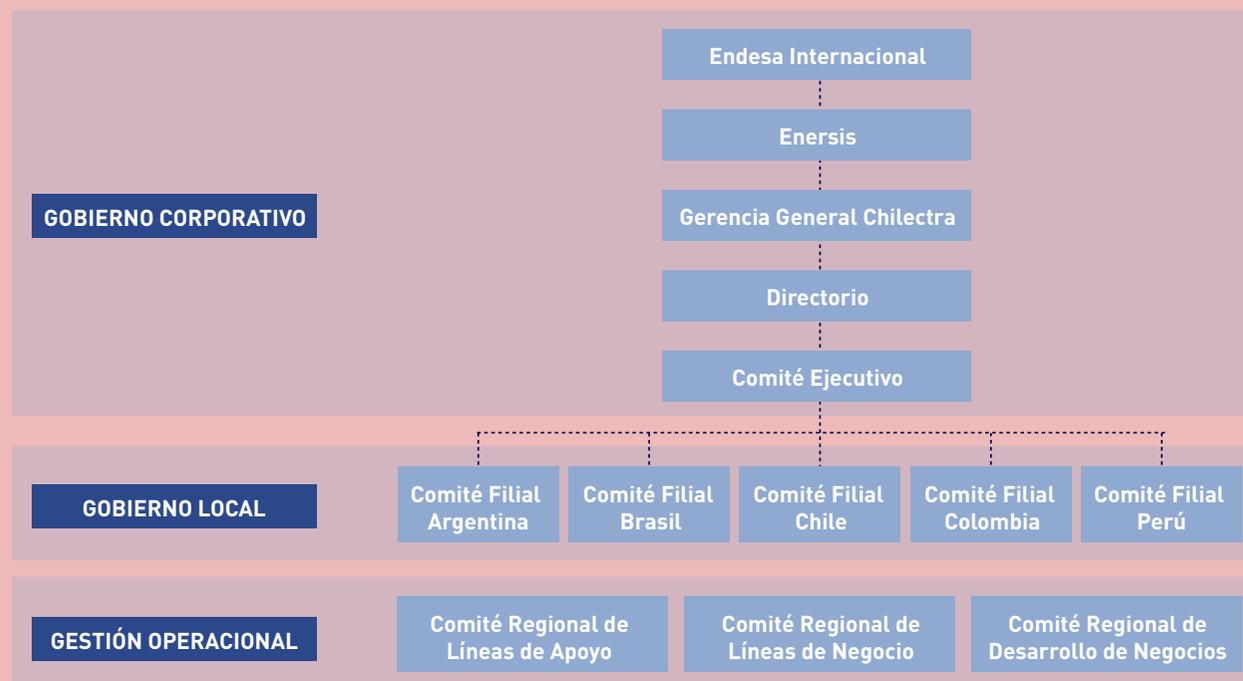
### COMITÉ REGIONAL DE LÍNEAS DE NEGOCIO

Lo integran los gerentes de Líneas de Negocio de las filiales.

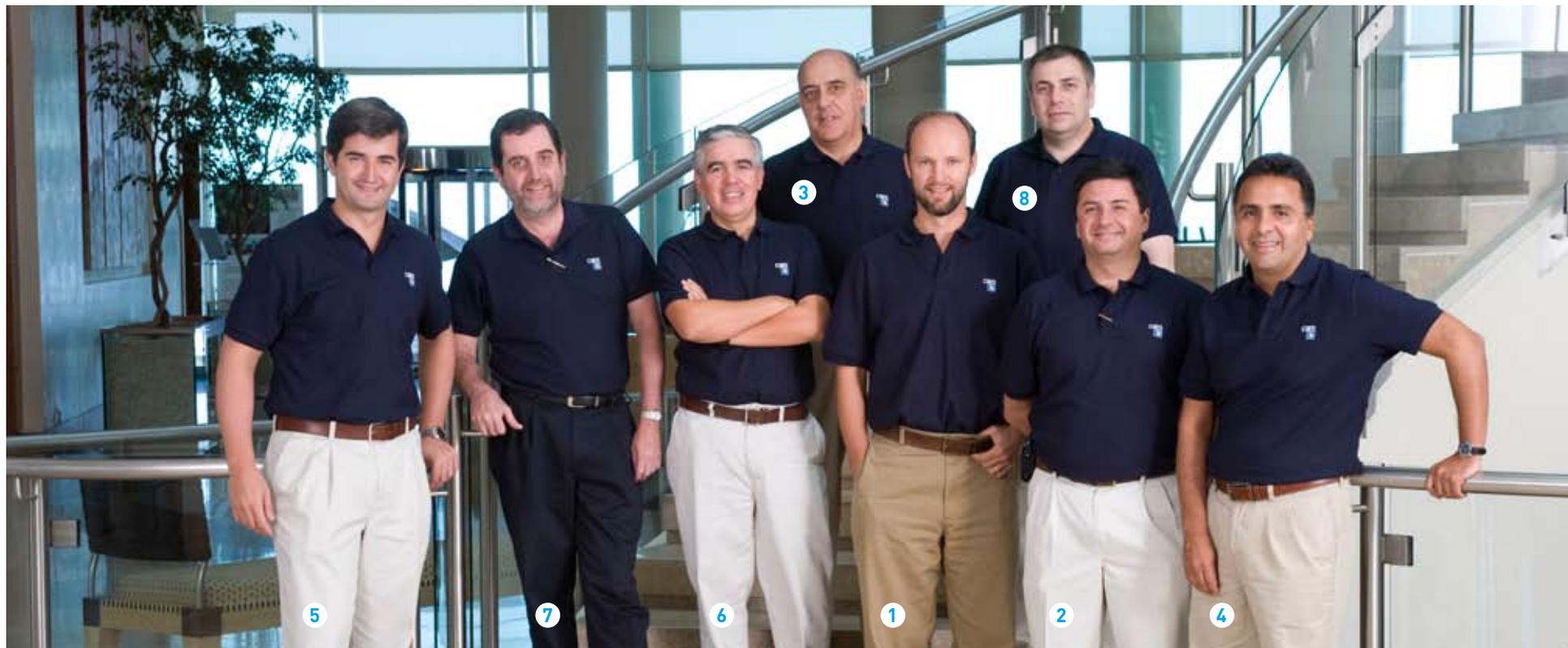
### COMITÉ REGIONAL DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

Se encuentra compuesto por el Gerente Regional Desarrollo Nuevos Negocios y Tecnología, Alejandro Cabrera; y los gerentes de Desarrollo de Nuevos Negocios de las filiales.

## INSTANCIAS DE TOMA DE DECISIONES



## PRINCIPALES EJECUTIVOS



**1. GERENTE GENERAL**  
**Klaus Winkler S.**  
Ingeniero Comercial  
Universidad Gabriela  
Mistral  
Rut 11.251.721-9

**2. GERENTE REGIONAL DE PLANIFICACIÓN Y MEDIOS**  
**Pedro Carrizo P.**  
Ingeniero Comercial  
Universidad de Chile  
Rut 10.737.373-k

**3. GERENTE REGIONAL DE DESARROLLO NUEVOS NEGOCIOS Y TECNOLOGÍA**  
**Alejandro Cabrera C.**  
Ingeniero Eléctrico  
Universidad de Santiago de Chile  
Rut 5.522.353-k

**4. GERENTE GENERAL ARGENTINA**  
**Pablo Calderón P.**  
Ingeniero de Ejecución  
Electricista  
Universidad de Santiago  
Rut 5.029.351-3

**5. GERENTE GENERAL BRASIL**  
**Tomás Casanegra R.**  
Ingeniero Civil  
Industrial  
(mención electricidad)  
Pontificia Universidad  
Católica de Chile  
Rut 12.486031-8

**6. GERENTE GENERAL CHILE**  
**Gonzalo Mardones P.**  
Ingeniero Civil  
Eléctrico  
Universidad de Concepción  
Rut 8.211.609-5

**7. GERENTE GENERAL COLOMBIA**  
**Carlos Zarruk G.**  
Abogado  
Economista  
Universidad de los Andes  
C.C. 13.845.694 de Bucaramanga

**8. GERENTE GENERAL PERÚ**  
**Ricardo Camezzana L.**  
Ingeniero Eléctrico  
Universidad Nacional De La Plata  
RUC 20388101971

## EL COMPROMISO DE CAM CON UN COMPORTAMIENTO ÉTICO

La compañía está inserta en un grupo económico que se preocupa y fortalece el ejercicio del buen Gobierno Corporativo. Esto significa que, aún cuando no existen cláusulas u observaciones sobre derechos humanos en las negociaciones, la empresa y sus filiales promueven las buenas prácticas y el respeto de los DD.HH. y rechazan absolutamente cualquier acción de corrupción o falta de idoneidad.

Conciente de que la sostenibilidad de los negocios pasa por el cultivo de las relaciones de diálogo transparentes con los diferentes stakeholders y, sobre todo, por un comportamiento basado en valores y principios éticos intachables, Cam se adhiere voluntariamente a los 10 Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas como una forma de reforzar su compromiso con el respeto a los derechos de las personas; el cuidado de sus trabajadores y sus derechos laborales; la protección y uso racional de los recursos naturales y del medio ambiente; y al rechazo absoluto de la corrupción en todas sus expresiones.

Para llevarlo a cabo, la empresa cuenta con una normativa interna contenida en el Estatuto Directivo y Código de Conducta. En estos documentos se describen los principios de actuación por parte de los directivos y trabajadores, es decir, conducta ética, profesionalismo, confidencialidad, resolución de conflictos de intereses, desempeño de cargo o funciones incompatibles.

Con el fin de que estos preceptos sean conocidos e internalizados en la conducta de sus funcionarios, son desarrollados en el proceso de inducción (charlas a los



HOSTED ON AN  
**ethics·point**® SECURED  
SERVER

English
Español
Français
Italiano
Portugués
Continúe un informe

**Como complimentar un informe**

Para efectuar la denuncia dispone de los siguientes canales:

- Seleccionar un país del mapa adjunto, ó
- Llamar al 866-294-7156 (sin coste) si se encuentra en Canada o USA, ó
- Elegir un número de la lista que se muestra a continuación en caso de que se encuentre en otro país.

**PARA REALIZAR UNA DENUNCIA – seleccione un PAIS del mapa adjunto**



La Compañía ha seleccionado al agente externo – Ethicspoint para que gestione y tramite las denuncias remitidas garantizando con absoluta seguridad el anonimato de los denunciantes.

nuevos trabajadores), donde se les hace entrega del Manual de Buena Conducta y Reglamento Interno, con una cobertura del 100% del personal.

### CANAL ÉTICO: PODEROSA INICIATIVA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Como herramienta concreta para ejercer la lucha contra la corrupción o falta de probidad, Cam adoptó un canal de denuncias, denominado Canal Ético, a través del cual un trabajador, un proveedor o un cliente, pueden denunciar libre y responsablemente cualquier hecho que enturbie las relaciones sanas y transparentes con cualquiera de estos actores.

El Canal Ético está disponible para todo trabajador de la compañía tanto en la Intranet como página Web de la empresa, donde confidencialmente puede acceder.

Cam se ha impuesto como desafío en su estrategia de negocios y sostenibilidad, alinearse con las empresas del Grupo en sus diferentes procesos. Por esto, ha incorporado los procedimientos necesarios para cumplir las exigencias que imponen las disposiciones de la ley de Sarbanes-Oxley Act. en los procesos que le ligan a Chilectra, distribuidora filial del Grupo. Los procesos involucrados corresponden a gestión de materiales y control de inventarios.

La empresa no mantiene ninguna relación, acuerdo, apoyo o entrega de beneficios monetarios o de otra índole, con ninguna organización de partidos políticos o persona pública que ejerza esta actividad. Esta es una opción de la empresa que no impide el ejercicio o participación política de sus funcionarios en forma individual.



## CAM APUESTA POR EL LARGO PLAZO

Cam evalúa todas las áreas de negocio bajo los diferentes aspectos de la sostenibilidad, ya que se proyecta en el largo plazo como una gran compañía. Para ello, ha incorporado una serie de mecanismos, estándares y certificaciones que le permite prevenir, minimizar y mitigar los impactos negativos que puedan ocasionar alguno de sus servicios.

Con el fin de asegurar la calidad de todos los procesos, el cuidado del medio ambiente y de la salud y seguridad de sus trabajadores, Cam posee un plan corporativo para la implementación de normas, en donde cada una de ellas apunta a mermar los impactos negativos en las áreas estratégicas del negocio y, al mismo tiempo, se encuentran asociadas con sus principales partes interesadas, tal es el caso de los sistemas de gestión basados en:

- . Norma ISO 9001, Sistema de Gestión de Calidad.
- . Norma ISO 14001, Sistema de Gestión Ambiental.
- . Norma ISO 17025, Competencia de los Laboratorios de Ensayos y Calibración.
- . Especificación OHSAS 18001, Prevención de Riesgos Profesionales.

## EL COMPROMISO DE CAM CON INICIATIVAS EXTERNAS

### INNOVACIÓN: EL SELLO EN LATINOAMÉRICA

Cam ha fortalecido la cultura de la innovación como estrategia de negocio y competitividad. Esta innovación está centrada en cuatro focos:

- Desarrollo de las redes de distribución.
- Fomento de la demanda (eficiente y limpia).
- Eficiencia energética.
- Fomento de la competitividad.

Para esto la compañía creó el Centro de Innovación Tecnológica (CIT), quién, a través del Programa de Innovación Regional (PIR), las alianzas estratégicas y el profundo conocimiento del mercado eléctrico, desarrolla soluciones que buscan agregar valor a nuestros Socios Estratégicos, Clientes y Sociedad en general.

Este compromiso está explícitamente integrado en el Mapa Estratégico de Cam como una forma de apalancar el crecimiento y desarrollo de la empresa.

### RELACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Cam valora las relaciones con sus diferentes grupos de interés y en este contexto posee una serie de canales que permiten establecer puentes de diálogo con cada uno.

La nueva estrategia implementada a principios de 2007, generó un reordenamiento a nivel corporativo y cuyo objetivo principal fue comunicar claramente la nueva identidad de la empresa, apoyar a los procesos estratégicos y de negocio entre sus propios trabajadores, los proveedores y clientes.

Para el desarrollo de este informe se identificaron los distintos grupos de interés basándose en los 7 Compromisos con el Desarrollo Sostenible de Cam.

De acuerdo a esta lógica de selección, los públicos de interés de Cam son:

- 1 Accionistas.
- 2 Clientes
- 3 Proveedores y Colaboradores.
- 4 Trabajadores.
- 5 Comunidad.
- 6 Organismos Reguladores.

El diálogo con los distintos grupos de interés se realiza a través de los canales de comunicación establecidos, los que se detallan a continuación (ver tabla de Canales de Comunicación).

## COMUNICACIÓN RESPONSABLE

Cada una de las filiales de Cam asume el contexto legal y normativo que rige en los respectivos países para la elaboración de mensajes publicitarios, campañas, difusiones, patrocinios u otras acciones de comunicación masiva.

Complementariamente, y con la finalidad de estandarizar y asegurar la calidad y confiabilidad de la información que Cam genera, la compañía ha establecido procesos de validación interna. Esta función es desarrollada por el Área de Comunicación y Marketing Corporativa.

Para Cam el cumplimiento de las leyes que regulan los proyectos y programas de marketing y comunicaciones tiene su eje fundamental en el respeto a la propiedad intelectual, la publicidad no engañosa y el manejo responsable y ético de información clasificada para la organización.

## CANALES DE COMUNICACIÓN DE CAM

INTERESADOS	CANALES GENERALES DE INFORMACIÓN	CANALES SELECTIVOS DE INFORMACIÓN	CANALES DE PARTICIPACIÓN
<b>ACCIONISTAS</b>	- Memoria Financiera. - Sitio Web. - Intranet	-Revista -Informe -Boletines -Notas de prensa	-Reuniones -Videoconferencias -Líneas directas de atención: Teléfono, e-mail.
<b>CLIENTES</b>	- Memoria Financiera. - Sitio Web.	-Folletería -Boletín electrónico	-Contacto en sitio Web -Oficinas comerciales -Reuniones -Encuestas de satisfacción. -Fonoservicio. -Eventos y seminarios.
<b>PROVEEDORES Y COLABORADORES</b>	-Sitio Web. -Intranet	- Saga	-Líneas directas de atención: Teléfono, e-mail. -Charlas y jornadas -Encuestas
<b>TRABAJADORES.</b>	-Memoria Financiera. -Sitio Web. - Intranet	-Revista corporativa -Diario Mural. - Comunicados y campañas internas.	-Encuesta de clima laboral. -Diálogo sindical. -Programas de participación. - Revista Cam Sin Fronteras. -Desayunos con Gerentes -Reuniones avances trimestrales.
<b>COMUNIDAD</b>	- Sitio Web.	- Notas de prensa.	- Contacto en sitio Web - Reuniones. - Eventos.
<b>ORGANISMOS REGULADORES</b>	-Memoria Financiera. -Sitio Web.	- Informes	- Reuniones



# NUESTROS ACCIONISTAS

COMPROMISO CON LA CREACIÓN DEL VALOR Y LA RENTABILIDAD

**EN SU COMPROMISO EN LA CREACIÓN DE VALOR PARA SUS ACCIONISTAS, CAM HA SUSCRITO EL PLAN 3X2, DUPLICAR EL VALOR DE LA COMPAÑÍA EN TRES AÑOS.**

Cuando Cam habla de accionistas se refiere al compromiso con la creación de valor y la rentabilidad. Este deber se genera mediante el crecimiento y la excelencia operacional, basado en un desarrollo sostenible con principios éticos y de responsabilidad social.

La propuesta de valor al accionista de Cam se articula sobre la base de dos objetivos: Duplicar el valor de la empresa y sustentar el crecimiento a través de nuestros productos y servicios.

**RESULTADOS 2006 – 2007**

ÍTEM	2006	2007	VARIACIÓN [%] 2006-2007
	US \$ MILLONES		
Ingresos de explotación	265,0	278,9	5,2%
Resultado operacional	18,4	24,4	32,7%
Resultado no operacional	0,3	(3,23)	(1.074,5%)
Resultados antes de impuestos	18,7	21,1	13,1%
Utilidades	14,3	16,8	17,4%
Índice de liquidez	3,1	2,7	(15,0%)
Coficiente endeudamiento	0,35	0,27	(23,0%)

**RESULTADO OPERACIONAL POR PAÍS**

PAÍS	RESULTADO ( US\$ MILLONES)	
	2006	2007
Argentina	0,1	0,4
Chile	15,1	16,6
Colombia	2,1	2,0
Perú	1,5	2,7
Brasil	(0,5)	2,6
<b>Total</b>	<b>18,4</b>	<b>24,4</b>

En lo que respecta a términos económicos, los ingresos totales de explotación de la empresa durante el 2007 ascendieron a US\$278,9 millones.

Es de destacar el resultado operacional presentado para el período 2007, el que con US\$24,4 millones registró un aumento de 32,7 % respecto al año 2006. Esto se explica por los buenos resultados obtenidos en las tres Líneas de Negocio existentes, que obtuvieron resultados por sobre lo presupuestado para el año.

**GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL VALOR EN LA EMPRESA**

La tabla a continuación refleja el origen del valor agregado generado; la distribución del mismo en rentabilidad para los propietarios; los beneficios para sus empleados, el estado, las entidades financieras, la comunidad en general; y lo que se retiene para asegurar la continuidad y sostenibilidad de las operaciones de Cam. Los datos fueron obtenidos de la Memoria Financiera de la empresa y fueron distribuidos de tal forma para dejar claramente expresado el valor agregado generado y distribuido, producto de las operaciones.

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO	2006 MMUS\$	2007 MMUS\$	VARIACIÓN % 2006-2007
Ingresos	268,8	282,2	5,0%
Valor Económico Distribuido			
Costos Operacionales	215,8	219,7	1,8%
Costos de contratos y compra de bienes y servicios	204,2	207,0	1,4%
Otros costos operacionales	11,5	12,7	9,8%
Salarios y beneficios a los trabajadores	30,9	34,8	12,8%
Pago a los proveedores de capital	1,8	1,8	(0,8%)
Dividendos	0,0	0,0	0,0%
Pago de intereses	1,8	1,8	(0,8%)
Pago a los gobiernos	4,4	4,3	(0,9%)
Inversión social en la comunidad	0,0	0,0	0%
Valor Económico Retenido	16,0	21,5	34,9%

\* Ingresos incluyen ingresos de inversiones financieras (fuera de explotación)

**Ventas Totales.** En la tabla del Valor Económico Directo Generado se puede ver que los ingresos totales consolidados de Cam en el 2007 correspondieron a US\$282 millones, experimentando una variación del 4,99% con respecto al año anterior.

**Costos Operacionales.** Se puede identificar el consolidado para la distribución del valor que realiza Cam entre sus diferentes stakeholders, donde los costos por operación llegaron en el 2007 a US\$219 millones, que se distribuyeron principalmente entre contratos y compra de bienes y servicios.

**Salarios y beneficios a los trabajadores.** Otra forma de distribuir los ingresos es a través del pago de remuneraciones a los trabajadores y las compensaciones asociadas a los beneficios que éstos reciben (bonos, horas extras, becas escolares, reembolsos médicos, inversiones en capacitación), que en el 2007 llegó casi a los US\$35 millones.

**Pago a Proveedores de Capital.** Los pagos por préstamos financieros entre dividendos e intereses en el 2007 fueron de US\$1,8 millones sin variación con el 2006.

**Pagos al Gobierno.** Cam genera ingresos para el gobierno a través del pago y retenciones de impuestos que en el 2007 ascendió a US\$4,3 millones.

**Inversiones Sociales en la Comunidad.** Son los montos que la compañía ha invertido en algún proyecto o programa comunitario, aportes a colegios, liceos, instituciones de ayuda, programas sociales, donaciones para infraestructura entre otros. Para este período, los montos invertidos en alumnos en práctica y cursos destinados a las familias de los trabajadores se encuentran incluidos en el apartado de "Salarios y beneficios a los trabajadores".



**Valor Económico Retenido.** Este valor se entiende como aquel que la empresa no destinó a ningún pago y queda para ser invertido en la propia empresa, cifra que en 2007 llegó a los US\$21,5 millones con una variación del 34% respecto de 2006.

### AYUDA FINANCIERA RECIBIDA DEL GOBIERNO

Cam no posee una política expresa respecto al uso de los descuentos tributarios u otro sistema de apoyo financiero en los países en los que opera. Sin embargo, cada una de las filiales tiene posibilidad de evaluar y acogerse a los sistemas que considere pertinentes de acuerdo a su realidad financiera y proyectos desarrollados.

Cada filial posee sistemas de descuentos tributarios diferentes y que no son comparables entre sí. Cam en Brasil posee un beneficio fiscal otorgado por parte del gobierno municipal de Eusebio del Estado de Ceará. La filial chilena descuenta por dineros invertidos en capacitación de sus trabajadores, Cam en Perú por contratar a personal discapacitado.

La filial en Colombia tiene 3 tipos de descuentos: por inversión en tecnología, por descuentos en pago por pertenecer al sector comercio y por descuentos en pagos por movimientos financieros. Cada tipo de impuestos tiene cláusulas y un porcentaje máximo a descontar.

Cam en Argentina no posee ningún tipo de apoyo financiero de su gobierno.





# NUESTROS CLIENTES

COMPROMISO CON LA CALIDAD DE SERVICIO



## LA CALIDAD ES UN ATRIBUTO QUE CAM INCORPORA A CADA UNO DE SUS SERVICIOS.

Cam busca sorprender al cliente con su calidad de servicio. Para ello ha implementado una serie de mecanismos para mejorar diariamente sus productos y servicios.

Basados en este fundamento, durante el año 2007 se desarrollaron importantes proyectos, entre los que destacan la implementación de programas destinados a potenciar el diálogo, mejorar la relación y detectar con más exactitud las necesidades y expectativas del cliente.

## EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE COMO FUENTE DE MEJORA CONTINUA

Con la finalidad de incrementar permanentemente los niveles de satisfacción de clientes, Cam desarrolla mediciones sistemáticas de calidad de servicio. La metodología busca que el cliente priorice, evalúe y compare con la competencia los distintos aspectos del servicio de la empresa. Estos resultados permiten además conocer las expectativas, analizar las brechas del servicio y focalizar la mejora.

### PRINCIPALES RESULTADOS

La satisfacción de clientes se enmarca entre los objetivos estratégicos de la empresa, y para medirla Cam lleva a cabo estudios en cada una de sus filiales.

Si bien los instrumentos aplicados en cada una de las filiales son distintos, y por lo tanto no homologables entre sí, todas las filiales presentan incrementos sistemáticos en la evaluación realizada por sus clientes.

### RESUMEN DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LOS CLIENTES A CAM

EVALUACIÓN	FILIAL	UNIDAD / ESCALA	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007
Satisfacción del Cliente	Argentina	Promedio escala 0 - 100%	59.4%	60.7%	64.6%
Satisfacción del Cliente	Brasil	Promedio escala 0 - 100%	64%	69%	74%
Satisfacción del Cliente	Chile	Porcentaje de respuestas con nota 6 y 7 en escala 1-7	42%	43%	44%
Satisfacción del Cliente	Colombia	Promedio escala 0 - 10	7.89	8.21	8.32
Evaluación General del Cliente	Perú	Promedio escala 1 - 6	S/I	3.74	3.87

La filial argentina destaca por su capacidad de innovación y creatividad en productos y servicios, así como por la atención de los clientes. Las oportunidades de mejora que presenta están ligadas con la velocidad de la gestión interna y capacidad de reacción de la organización ante nuevos requerimientos.

La filial en Brasil presenta un incremento sistemático en la evaluación de satisfacción de sus clientes a partir de las mediciones de 2005. Sus mayores fortalezas detectadas son la calidad y desempeño de los servicios prestados, la atención al cliente y la flexibilidad. Mientras que la mayor oportunidad de mejora identificada fue en el servicio post venta.

La filial en Chile evidencia un incremento de la evaluación general del cliente a partir de la medición de 2005 y altos índices de lealtad (73% del total de la muestra califica como cliente leal). Las líneas de

negocio mejor evaluadas son Comercialización y Logística, y Medición y Certificación. En tanto, Obras Eléctricas muestra las mayores oportunidades de mejora.

Entre los aspectos destacados positivamente por los clientes se encuentran la especialización, actitud de servicio y compromiso de su personal. Los principales focos de mejora identificados son la atención telefónica y el servicio post venta.

Para la filial colombiana, el nivel de satisfacción de clientes ha aumentado sistemáticamente a partir de 2005. Entre las fortalezas se encuentran la confiabilidad de la información entregada, el soporte dado a los clientes y la calidad de ejecución de los servicios. En la mejora a desarrollar se encuentra la oportunidad de entrega.

La filial en Perú presenta un incremento en la evaluación general del cliente entre los periodos 2006 y 2007, en donde se han destacado las competencias de los profesionales de la compañía, el nivel de especialización de los servicios contratados y la disposición a agregar valor en los servicios contratados. El servicio post venta es calificado como la mayor oportunidad de mejora.

### INICIATIVAS PARA LA MEJORA

La evaluación de la satisfacción de clientes tiene como fin incrementar sistemáticamente este índice, a través de la aplicación de acciones focalizadas en las oportunidades de mejora identificadas en este proceso. De esta forma, a partir de las mediciones realizadas, durante 2007 se desarrollaron las siguientes iniciativas:

- Incremento en el nivel de trazabilidad y calidad del producto y servicio.
- Capacitación y concientización del personal.
- Desarrollo de nuevas alianzas con proveedores para fortalecer la propuesta de valor al cliente.
- Estudio de eficiencias en los procesos logísticos.
- Plan de acercamiento a clientes.
- Mejora en la gestión de información de clientes.
- Sistematización de la evaluación de la satisfacción del cliente.

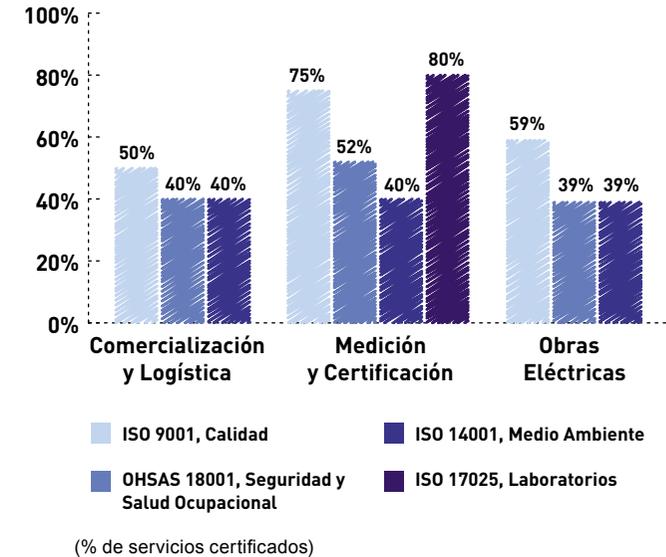
### CONFIABILIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Asegurar la calidad de los procesos, aplicar estándares internacionales para la gestión de la seguridad de sus trabajadores y desarrollar sus actividades en el marco del respeto medioambiental, permiten a Cam entregar a sus clientes servicios y productos con altos niveles de confiabilidad.

Para lograr este nivel de excelencia la empresa ha implementado de forma progresiva un Sistema de Gestión Integrado (SGI), que abarca los ámbitos de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad y Salud Laboral, certificando sus procesos bajo las normas ISO 9001 (Calidad), ISO 14001 (Medio Ambiente), OHSAS 18001 (Seguridad y Salud Ocupacional); e ISO 17025 (Laboratorio de Certificación y Ensayo). En el caso particular de la filial en Colombia, se cuenta con la certificación ISO 17020 correspondiente a Organismos de Inspección.

A diciembre de 2007 la implementación del SGI ha permitido certificar, a través de organismos externos, el 60% de los servicios de Cam, cuya distribución por línea de negocio a nivel regional es la que se muestra en la tabla siguiente.

### NIVEL DE CERTIFICACIONES POR NORMA



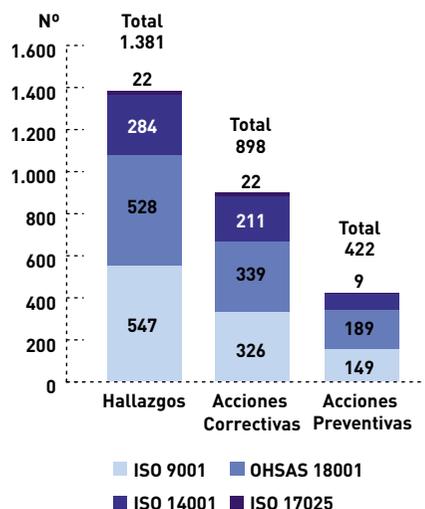
### ASEGURANDO LA CALIDAD

Con la finalidad de asegurar que el producto o servicio a entregar al cliente cumpla con todos los estándares requeridos, la empresa ha levantado los procesos y establecido procedimientos que norman su desarrollo. Estos estándares se formalizan a través de normas, procedimientos e instructivos. Los resultados de estos procesos son registrados a través de formularios destinados para este uso, mientras que su seguimiento es realizado a través de los indicadores de desempeño definidos para tal efecto.

Cam ha establecido mecanismos para el tratamiento de situaciones fuera de estándar, denominadas No Conformidades. Su tratamiento permite determinar sus causas o cursar las acciones correctivas tendientes a evitar la reiteración.

De igual forma, se realizan acciones preventivas, tendientes a eliminar fuentes de generación de potenciales No Conformidades.

### HALLAZGOS, ACCIONES CORRECTIVAS Y ACCIONES PREVENTIVAS



### INFORMACIÓN OPORTUNA DE SERVICIOS Y PRODUCTOS

Debido a su naturaleza, los servicios y productos comercializados por Cam no requieren ser etiquetados. Las informaciones sobre sus características son entregadas directamente a los respectivos clientes. Si existieran discrepancias entre el servicio y/o producto contratado y el entregado, serán resueltos según los procedimientos establecidos por ambas partes.

Asimismo, la empresa incluye en los documentos de certificación y acreditación instrucciones de uso o de manipulación de los servicios y productos.

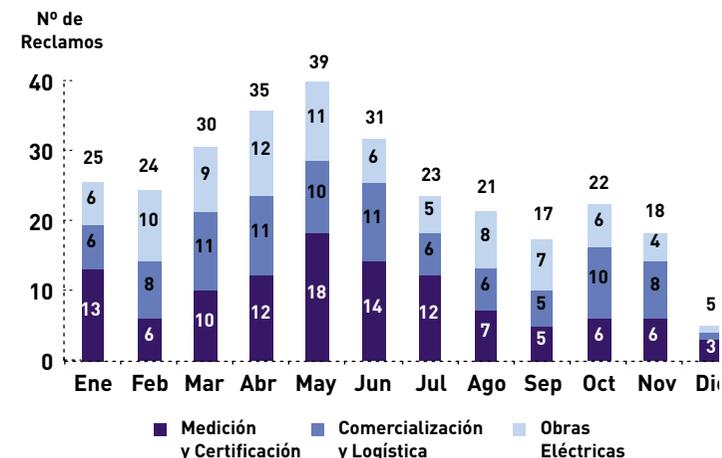
En la actualidad, Cam no cuenta con ningún registro en su base de quejas y reclamos que se puedan atribuir al incumplimiento de las normas relacionadas con información o etiquetado de los servicios y productos.

### GESTIÓN DE RECLAMOS

Cam ha definido procedimientos para la gestión de reclamos para cada una de sus filiales y diversos canales para su recepción y tratamiento. Tal es el caso del apartado de contacto del sitio web, la atención telefónica y cada uno de los responsables de los servicios o productos que la empresa ofrece.

Durante el año 2007 se registraron los siguientes reclamos por líneas de negocio a nivel regional:

### DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE RECLAMOS POR LÍNEA DE NEGOCIO





## NUESTRA GENTE

COMPROMISO CON LA SALUD, LA SEGURIDAD Y EL DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL DE NUESTROS TRABAJADORES Y COLABORADORES

## CAM BUSCA CONVERTIRSE EN UNO DE LOS MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR.

El nuevo Modelo de Gestión y Plan de Negocios, que surge a partir del proceso de reflexión estratégica iniciado el 2006, se desarrolla en base a las personas y tiene como objetivo que las operaciones logren mayor competitividad y su estructura responda a los nuevos desafíos. De esta forma, se diseñó el primer Plan Estratégico de Recursos Humanos para Cam, que se comenzó a implementar a mediados del 2007 en todas las filiales de la compañía.

La empresa considera a sus trabajadores como socios estratégicos. Por lo mismo, busca hacer de Cam un gran lugar para trabajar, gestionando el talento, potenciando y desarrollando las capacidades y competencias de las personas que laboran en la compañía.

## LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN CAM

El 90% de la fuerza laboral de Cam está constituida por personal con contrato a plazo indefinido. En el año 2007 se llegó a las 1.207 personas de dotación en la modalidad de contrato fijo e indefinido para las cinco filiales.

### DOTACIÓN POR TIPO DE CONTRATO EN CAM POR FILIAL, A DICIEMBRE DE 2007

FILIAL	PLAZO FIJO	PLAZO INDEFINIDO	TOTAL
Argentina	0	65	65
Brasil	8	223	231
Chile	13	446	459
Colombia	21	208	229
Perú	87	136	223
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>1.078</b>	<b>1.207</b>

## DOTACIÓN DE PERSONAL POR FILIAL

	2005	2006	2007	
<b>CHILE</b>	Directivos	14	15	15
	Mandos Medios	12	12	6
	Profesionales	112	111	176
	Técnicos	196	90	125
	Administrativos	111	108	137
	<b>Total</b>	<b>445</b>	<b>336</b>	<b>459</b>
<b>ARGENTINA</b>	Directivos	2	4	3
	Mandos Medios	4	4	7
	Profesionales	6	5	9
	Técnicos	12	3	7
	Administrativos	8	13	20
	Operarios	32	26	19
	<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>55</b>	<b>65</b>
<b>BRASIL</b>	Directivos	2	2	2
	Mandos Medios	15	17	23
	Profesionales	62	55	66
	Técnicos	60	22	23
	Administrativos	544	195	117
	<b>Total</b>	<b>683</b>	<b>291</b>	<b>231</b>
<b>COLOMBIA</b>	Directivos	1	1	1
	Mandos Medios	7	7	7
	Profesionales	56	65	71
	Técnicos	98	117	125
	Administrativos	34	15	25
	<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>205</b>	<b>229</b>
<b>PERÚ</b>	Directivos	3	8	7
	Mandos Medios	10	23	18
	Profesionales	28	45	35
	Técnicos	124	109	105
	Administrativos	56	29	58
	<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>214</b>	<b>223</b>
<b>CONSOLIDADO</b>	Directivos	22	30	28
	Mandos Medios	48	63	61
	Profesionales	264	281	357
	Técnicos	490	341	385
	Administrativos	753	360	357
	Operarios	32	26	19
	<b>Total</b>	<b>1.609</b>	<b>1.101</b>	<b>1.207</b>





Es posible apreciar que en cada filial el personal se concentra en las categorías Profesionales, Técnicos y Administrativos, lo cual indica un alto grado de capacitación y especialidad de los trabajadores.

### **CAM FOMENTA PROCESOS DE RECLUTAMIENTOS TRANSPARENTES**

Para la contratación de personal, Cam privilegia en primer lugar al personal de la empresa, de manera de promover la movilidad interna, y luego usa los sistemas de reclutamiento existentes que aseguren

un proceso transparente y sin discriminación en la contratación externa.

Aún cuando no existe una política expresa que privilegie la contratación local, en la práctica es un estándar en todas las filiales. De esta forma, se puede constatar que más del 90% del personal pertenece al país en que Cam opera.

En el caso de los directivos, se procede bajo los mismos parámetros. En general, los ejecutivos extranjeros que existen en cada filial, responden a una estrategia de aprovechamiento de sinergias y conocimiento del negocio. De esta forma, en la medida en que la empresa se extienda a regiones seguirá privilegiando colaboradores locales como una forma de ayudar a los habitantes de la zona y la descentralización a nivel territorial de los países en los que opera.

### **CAM CONTRATA TRABAJADORES DE TODAS LAS EDADES**

	RANGO	2005	2006	2007
CONSOLIDADO	MENOR DE 30 AÑOS	585	295	362
	ENTRE 30 Y 50 AÑOS	919	705	720
	MAYOR DE 50 AÑOS	105	101	125
	<b>Total</b>	<b>1.609</b>	<b>1.101</b>	<b>1.207</b>

La política de contratación de la empresa apunta a privilegiar las potencialidades y competencias de los trabajadores sin importar su edad. Sin embargo, la mayor concentración se encuentra entre los 30 y 50 años, segmento que permite una proyección profesional en la empresa. Para responder a estas expectativas, Cam ha diseñado un completo sistema de Recursos Humanos que proporciona capacitación, formación de competencias y evaluación de desempeño a nivel corporativo, entre otros.

### ÍNDICES DE ROTACIÓN

AÑO	2005	2006	2007
FILIAL	ÍNDICE DE ROTACIÓN		
Argentina	-	-	3,9%
Brasil	39,3 %	104,8%	50,4%
Chile	9,3%	6,6%	23,8%
Colombia	10,7%	10 %	25,3 %
Perú	21,7%	25,9%	24,9%

Fórmula: ((Ingresos + Ceses) / 2 ) / Plantilla media final al cierre del año)

Para las filiales en Chile y Colombia, el aumento en el índice de rotación para el período 2007 se explica por un incremento en los ingresos de personal en relación al 2006.

En el caso de Cam en Brasil, es relevante mencionar que durante primer semestre del año 2006 se produjo una transferencia importante de trabajadores propios a empresas no relacionadas con motivos de una reestructuración organizacional, que implicó la terciarización en ciertas tareas.

### CAM VALORA EL TRABAJO Y LA CONDICIÓN DE LA MUJER MODERNA

La inserción de la mujer en el mundo laboral es un desafío creciente para todas las sociedades y las empresas que han optado por un camino más igualitario y sin discriminación de ningún tipo. En este sentido, Cam no genera prácticas de discriminación, respetando la igualdad de oportunidades en la contratación de personal, cuya selección se realiza sobre la base de méritos propios sin importar el género u otra condición.

A pesar de ello, la presencia femenina en la dotación laboral de la compañía es baja en todas las categorías de personal, factor que resulta común entre las empresas relacionadas con el rubro o la industria de los servicios de electricidad.

No obstante, en términos consolidados, es posible detectar incrementos paulatinos en la participación femenina en la planta de Cam, lo que evidencia sus avances en la integración de la mujer en trabajos considerados culturalmente para hombres.

PAÍS	GÉNERO	2005		2006		2007	
		CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Consolidado	Femenino	192	12%	175	16%	228	19%
	Masculino	1.417	88%	926	84%	979	81%

### HACIA LA EQUIDAD DE LAS REMUNERACIONES ENTRE HOMBRES Y MUJERES

Un tema importante a nivel latinoamericano es la diferencia en las remuneraciones entre hombres y mujeres para un mismo cargo. En relación con este aspecto, Cam no tiene una política específica que reivindique la igualdad salarial entre hombres y mujeres, pero tampoco fomenta las prácticas discriminatorias que vayan en menoscabo de la dignidad de la mujer.

En el caso de la filial chilena, que representa un 38% del total de personal de Cam en la región, se ha avanzado desde un ratio de equidad de 0,78 en 2005 a 0,83 en 2007.



### RELACIÓN ENTRE SALARIO DE LOS HOMBRES CON RESPECTO AL DE LAS MUJERES

PAÍS	RATIO 2007
CHILE	0,83
ARGENTINA	0,90
BRASIL	1,03
COLOMBIA	0,87
PERÚ	0,79
CONSOLIDADO	0,88

### CAM SE ESFUERZA POR PAGAR REMUNERACIONES POR SOBRE EL MÍNIMO LEGAL

Como práctica de pago, la compañía ofrece un salario básico superior al salario mínimo definido por ley. Por la naturaleza y diversidad del servicio de la compañía, se requiere contar con administrativos y técnicos con un nivel de especialización mayor al ofrecido por el mercado.

RELACIÓN SALARIO INICIAL CAM/SALARIO MÍNIMO	
2005	1,67
2006	1,63
2007	1,77

La tabla anterior muestra los promedios del salario inicial que paga Cam respecto del salario mínimo del país en el período 2005-2007, se puede apreciar un aumento en la prelación para el año 2007 respecto al 2006 de un 8,58%.

### BIENESTAR SOCIAL

Durante el año 2007 Cam puso a disposición de sus trabajadores una serie de beneficios sociales los cuales están estipulados, ya sea en sus respectivos contratos individuales, como en los convenios colectivos sindicales vigentes.



Estos beneficios se han complementado con programas, acciones y nuevas prácticas laborales que apuntan al desarrollo de las personas que trabajan en la compañía y al mejoramiento de su calidad de vida y la de sus familias.

### BENEFICIOS SOCIALES

	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	COLOMBIA	PERÚ
Salud	X	X	X	X	X
Educación		X	X		X
Deporte y Recreación	X	X	X	X	X
Asignaciones y Bonos		X	X	X	X
Otros	X	X	X	X	X
Préstamos			X		X

### RESPETAMOS EL DERECHO DE LIBRE ASOCIACIÓN DE LOS TRABAJADORES

Cam mantiene una política de diálogo con sus colaboradores internos, respetando la libertad de asociación, organización y negociación colectiva.

#### La relación con los sindicatos

Cam cuenta con tres sindicatos en la filial en Chile, con un total de 185 trabajadores sindicalizados, uno de los cuales durante el período 2007 realizó un exitoso proceso de negociación colectiva. (Para los sindicatos restantes el proceso se realizará el año 2008)

El resto de las filiales no cuentan con sindicatos propios de la empresa, existiendo en el caso de Cam en Argentina sindicatos externos agrupados por rubro, y para Cam en Brasil sindicatos por zona geográfica y rubro (formada por Federaciones, Confederaciones y Unidades Sindicales)

En el caso de la filial peruana celebraron un convenio colectivo con sus trabajadores, que tiene una vigencia de cuatro años y les ha facilitado una serie de beneficios que son válidos para todos los trabajadores. Lo mismo sucede en Cam en Brasil, en el cual todos los trabajadores de Río de Janeiro y Ceará se encuentran cubiertos por acuerdos colectivos.

En la filial peruana no existe un canal formal de comunicación entre trabajadores y la empresa. Los canales de comunicación informales corresponden a desayunos con la gerencia y un buzón de sugerencias.

En la filial en Colombia, durante el año se realizan reuniones con las diversas áreas de la empresa, para de esta manera poder levantar las necesidades y requerimientos existentes en cada una de ellas. Estas reuniones son respaldadas por una encuesta que se realiza una vez al año.

Para el caso de Cam en Argentina, y debido al tamaño de la filial, la comunicación con trabajadores es más directa (ya sea a través del superior directo o vía e-mail).

	2007	
	CON CONVENIO COLECTIVO (%)	SIN CONVENIO COLECTIVO (%)
Brasil	100 %	-
Chile	40 %	60%
Perú	92 %	8 %

### TRANSPARENCIA FRENTE A LOS CAMBIOS

En la perspectiva de respeto a la libertad de asociación y derecho a la información fidedigna en circunstancias de cambios operativos y estructurales que pueda sufrir la empresa, Cam informa a sus trabajadores los cambios estructurales definidos por la organización. Tal fue el caso de la reestructuración realizada en 2007, cuyo resultado fue difundido a través de la intranet.



### CAM ESTÁ COMPROMETIDA CON LA SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

Cam asume un compromiso público con uno de los principios básicos del comportamiento empresarial, el cual es la preservación y promoción de la seguridad laboral de todas las personas que trabajan para la empresa y en todos los ámbitos de gestión.

Consecuente con ello ha desarrollado un Modelo de Gestión de Política de Seguridad Laboral, cuyas iniciativas desarrolladas durante 2007 son las siguientes:

- Desarrollo de la Política y Procedimientos de Seguridad y Salud Ocupacional para personal propio y personal colaborador.

- Implementación de la medición del Índice de Prevención de Accidentes Laborales (IPAL), actividad operativa, sistemática y permanente, realizada por la supervisión, jefatura y gerencia con el fin de detectar, analizar y controlar los riesgos incorporados a los equipos, el material y al ambiente que pueden afectar el funcionamiento de las líneas de negocio, comprometiendo los resultados.

- Realización de una Campaña de Concientización en Seguridad y Salud Laboral, para crear una cultura de seguridad en el trabajo y fomentar el desarrollo de un ambiente laboral más seguro.

- Cursos de Formación y Acciones de Capacitación entorno a temas técnicos y actitudinales de prevención de riesgos.

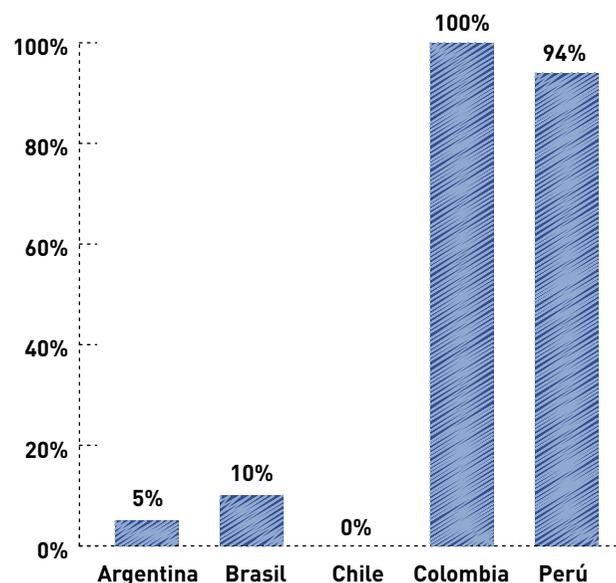
- Alineación de las políticas, gestión de seguridad y salud laboral con las directrices de Endesa.

### CERTIFICACIÓN OHSAS 18001: POR UNA EMPRESA SIN ACCIDENTES

Cam estandarizó la política de Seguridad y Salud Laboral bajo la norma OHSAS 18001, lo cual permite velar por un sistema de prevención de riesgos laborales, eliminar o reducir al máximo los riesgos del personal y de otras partes interesadas que puedan estar expuestas a riesgos para su salud y seguridad.

El siguiente gráfico muestra el grado de avance en la certificación OHSAS 18001 para las respectivas filiales para el período 2007:

**Avance Implementación Norma OHSAS 18001**





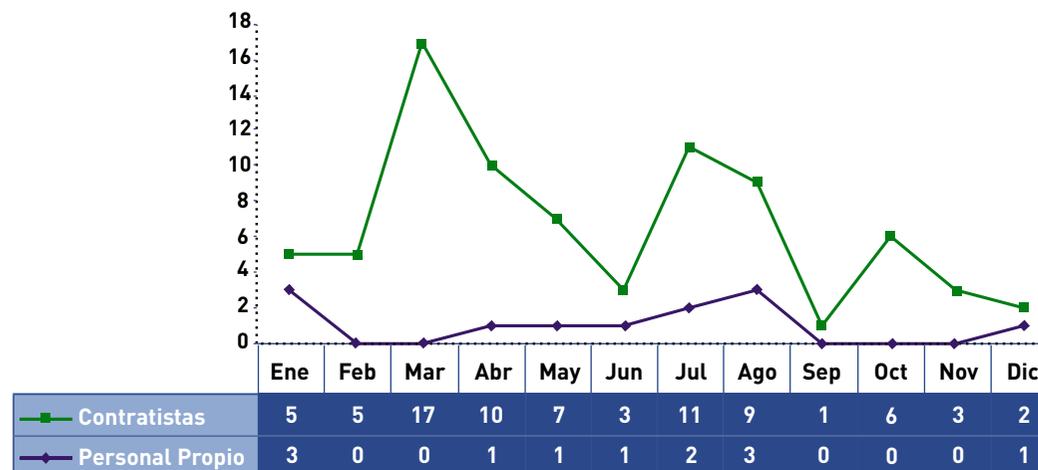
### CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE RIESGO: POR UN CAM SIN ACCIDENTES

Con el objeto de complementar los conocimientos y entrenamientos técnicos en materias de prevención de riesgos, se implementó la campaña de prevención “Cuidate, en casa tu familia te espera”, cuyo fin es reforzar las conductas seguras, para volver sano y salvo a casa y tener una mejor vida familiar.

Como consecuencia de estas medidas, se aprecia una disminución de los accidentes en personal contratistas de 17 personas en marzo a 2 en diciembre de 2007. Esto refuerza el compromiso de Cam con la salud y seguridad de sus trabajadores, el que se extiende con fuerza hacia el personal de sus empresas contratistas.

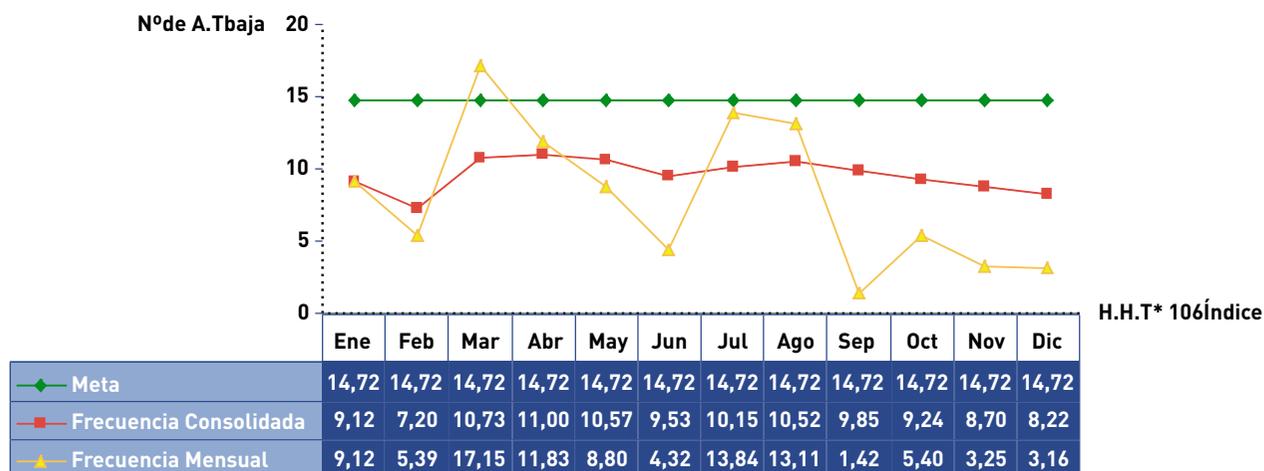
### EVOLUCIÓN NÚMERO DE ACCIDENTES

El gráfico compara el número de accidentes entre personal propio y personal contratista, dando cuenta de la preocupación y responsabilidad que en materia de seguridad laboral que Cam mantiene hacia sus colaboradores.



### ÍNDICE DE FRECUENCIA CONSOLIDADO

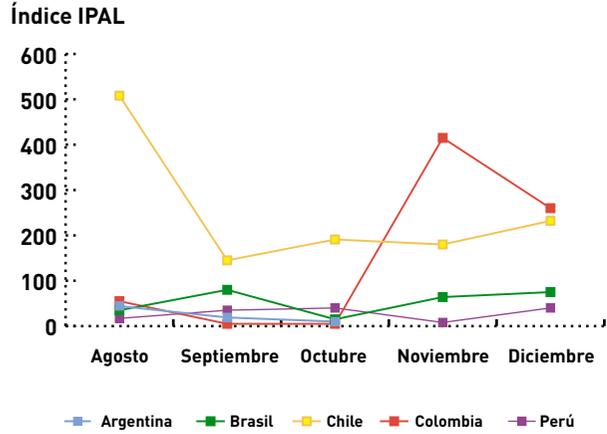
El gráfico muestra el índice de frecuencia de accidentes durante 2007, en el cual se observa que el indicador adquiere una curva descendente, llegando a un índice de 8,22. valor que se encuentra por debajo de la meta anual de 14,72



IF= N°de A.Tbaja / H.H.T\* 106índice

ÍNDICES DE SALUD Y SEGURIDAD LABORAL POR FILIAL

Resultados Índice de Prevención de Accidentes Laborales (IPAL) por País



PAÍS	ÍNDICE IPAL				
	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Argentina	44	19	10	-	-
Brasil	35	80	15	64	75
Chile	508	145	191	180	232
Colombia	55	5	5	415	260
Perú	17	35	40	8	40
<b>Total Cam Corp.</b>	<b>180</b>	<b>102</b>	<b>156</b>	<b>178</b>	<b>199</b>

LA SALUD OCUPACIONAL, UNA RESPONSABILIDAD COMPARTIDA

La participación de los colaboradores en la gestión de la Seguridad y Salud Laboral en la empresa debe ser activa y permanente, de tipo participativo en donde los trabajadores dan a conocer los aspectos que interfieren negativamente en su salud y seguridad, a través de grupos interdisciplinarios, que analizan por medio de su experiencia los factores de riesgo y entregar soluciones prácticas y ejecutables.



Al año 2007 todas las filiales han incorporado el sistema de Comités Paritarios y están desarrollando diferentes programas para el apoyo y difusión de las buenas prácticas de salud y seguridad laboral.

### CAM PROMUEVE LA VIDA SALUDABLE ENTRE SUS TRABAJADORES Y SUS FAMILIAS

Cam no sólo mantiene una preocupación constante en los temas de Salud y Seguridad Laboral, también ha generado y fomenta programas y campañas de conocimiento, acciones, controles y fomento de las buenas prácticas de salud con los trabajadores y, por extensión, hacia sus familias.

Es así como cada filial ha desarrollado programas y campañas de vacunación, prevención de enfermedades contagiosas como el VIH y hepatitis B (en el caso de Cam en Brasil), charlas para la concientización y prevención en el consumo de alcohol y drogas, prevención del cáncer, acondicionamiento físico, gimnasia laboral, asesorías nutricionales, exámenes preventivos para mayores de 40 años, entre otros.

### CAM PROMUEVE EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DE SU CAPITAL HUMANO

Como parte del Plan Estratégico, la empresa ha implementado una política de Recursos Humanos que contempla colaborar con la creación de valor del negocio, promoviendo el desarrollo laboral de las personas que forman la empresa, de acuerdo a sus habilidades, destrezas y conocimientos críticos del negocio, adoptando un rol de socio de las líneas de negocios y las personas.

El modelo contempla el desarrollo de una serie de subsistemas que en conjunto permiten la formación, crecimiento y desarrollo de los trabajadores.

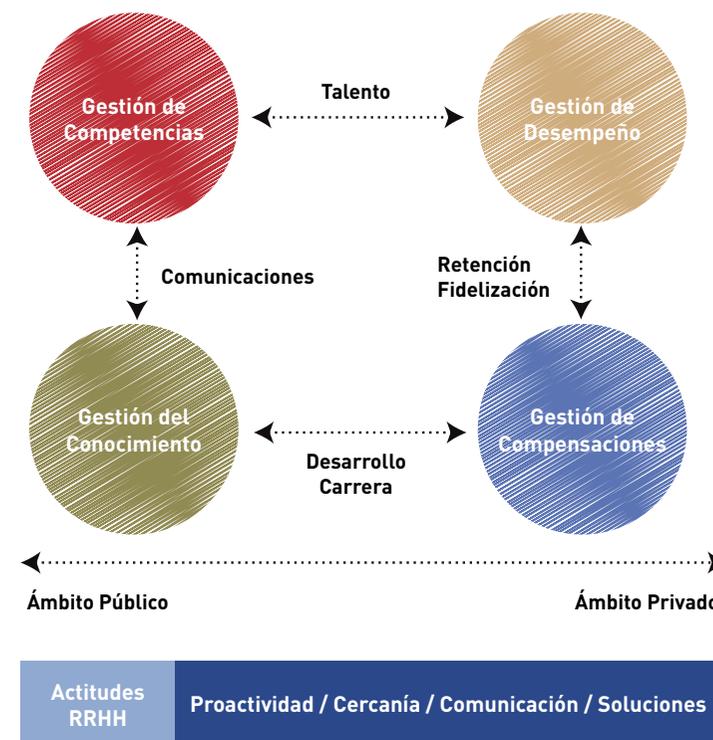
Estos subsistemas son:

- Gestión por Competencias

- Gestión del Talento
- Gestión de las Compensaciones
- Gestión del Desempeño & Estilos de Trabajo
- Gestión del Clima Laboral
- Gestión del Conocimiento

La interacción entre los diferentes subsistemas permitirá gestionar la retención de talento, el desarrollo de carrera, la fidelización a través de la comunicación activa, generando un sentido de clima y cultura organizacional, tal como se muestra en la siguiente gráfica:

### GESTIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS





### Gestión por Competencias

La gestión del desarrollo en una organización debe direccionarse para adquirir y desarrollar aquellos conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para producir resultados de negocio. En este sentido, identificamos tres objetivos básicos para la implementación de la de Gestión por Competencias:

1. Alinear el desarrollo de las personas con los objetivos estratégicos del negocio.
2. Definir las “conductas de éxito” que se requieren para cada posición.
3. Determinar cual es la brecha entre el desempeño actual y el requerido acorde a las definiciones estratégicas de la empresa.

Durante el año 2007 se realizaron las siguientes tareas en este ámbito:

- Identificación y consolidación de la matriz de competencias críticas y propias del negocio, asociadas a todos los niveles de Cam.
- Revisión de los procesos de recursos humanos, para adaptarlos a los resultados de las evaluaciones de competencias.
- Establecimiento de los niveles deseados para cada competencia de Directivos Corporativos y locales.
- Evaluación de los niveles de competencias y detección de brechas para Directivos Corporativos y locales.
- Feedback de los niveles de competencia “medidos”, brechas detectadas y elaboración de Planes de Desarrollo individuales para Gerentes.

### Gestión del Conocimiento

Dentro de esta gestión estratégica de RR.HH. y con el fin de generar mejores resultados y apoyar a las líneas de negocio a concretar sus metas y objetivos, Cam estableció y desarrolló un plan de capacitación anual, cuyo objetivo es colaborar con el desarrollo profesional del personal, alineándolos a los objetivos estratégicos de la organización. Para ello se realizaron las siguientes actividades:

- Alineación de los planes de capacitación de acuerdo a los objetivos estratégicos.
- Plan de Capacitación “emergente”, coexistente con el Plan de Capacitación definido antes de la reestructuración.
- Creación de la Escuela Cam en Brasil, con el fin de aumentar la instrucción del personal a nivel profesional y personal.
- Certificación de colaboradores en las competencias laborales del SENA en Colombia, según las normas de la mesa sectorial eléctrica.

El siguiente cuadro muestra el consolidado de la inversión en capacitación, total de horas y cantidad de trabajadores capacitados durante 2007.

<b>Inversión total en capacitación</b>	<b>US\$ 664.153</b>
<b>Total de participante capacitados</b>	<b>1.209</b>
<b>Total de horas de capacitados</b>	<b>130.747</b>

**HORAS DE CAPACITACIÓN CAM**

Nº PARTICIPANTES	1.209
HORAS GERENCIAL Y RR.HH.	35.279
HORAS ECONÓMICA Y FINANCIERA	590
HORAS COMERCIALIZACIÓN Y TRADING	335
HORAS PRODUCCIÓN	440
HORAS DISTRIBUCIÓN	80
HORAS PREVENCIÓN Y SALUD	11.909
HORAS CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE	2.661
HORAS OTRAS TÉCNICAS	9.552
HORAS INFORMÁTICA	2.518
HORAS IDIOMAS	2.340

**SUBTOTAL HRS 65.703**

HORAS EJECUTIVOS	1.469
HORAS MANDOS MEDIOS	5.745
HORAS PROFESIONALES	12.449
HORAS TÉCNICOS	24.332
HORAS ADMINSTRATIVOS	10.276
HORAS OPERARIOS	10.774

**SUBTOTAL HORAS 65.044**

**TOTAL HORAS CAM LATAM 130.747**

**Capacitación por filiales**

**Promedio Horas Capacitadas por Trabajador**

	CONSOLIDADO (HR/TRABAJADOR)
2006	74,7
2007	85,3

**Cam evalúa el desempeño para mejorar la gestión de sus trabajadores**

Cam desarrolla anualmente evaluaciones de desempeño a sus trabajadores a través del modelo GEO (Gestión de objetivos) y GEDA (Gestión de la actuación por competencias), sistema corporativo destinado a la gestión de objetivos individuales de Directivos, Mandos Superiores, Profesionales y Técnicos, y que garantiza el establecimiento, seguimiento y valoración de objetivos individuales, vinculados a los objetivos generales de la compañía.

**Gestión del Rendimiento**

Esta evaluación forma parte del subsistema, cuyo objetivo es mejorar el rendimiento de las personas en el trabajo, a través de la entrega de retroalimentación de jefaturas directas al trabajador dando la visión y las herramientas para su alineamiento con las prioridades de la compañía al más alto nivel y permitiendo así una mejora sostenida en su contribución al logro de los objetivos organizacionales.

La aplicación de la Gestión del Rendimiento permitirá en Cam:

- La consolidación de un proceso de evaluación de desempeño, confiable, válido y homogéneo para toda la compañía.
- El establecimiento de la base para la gestión del rendimiento, conversaciones de feedback o retroalimentación
- La modificación del procedimiento de Evaluación de la Actuación, redefiniendo las competencias integrantes

de cada módulo y el peso ponderado de las variables que definen el puntaje final.

- La definición de los módulos de evaluación: Directivos Enersis, Gerentes y Subgerentes, Jefaturas y Profesionales y Técnicos-Administrativos.

Por otro lado, la Evaluación de Desempeño permite comparar las competencias de la persona y los niveles de competencias que se esperan para el respectivo cargo, las diferencias entre la ponderación del cargo y la actuación constituyen una brecha.

**Evaluación del Desempeño por Filial**

	PORCENTAJE DE TRABAJADORES A QUIENES SE REALIZA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO		
	2005	2006	2007
ARGENTINA	-	100%	100%
BRASIL	-	2,7%	1,2%
CHILE	76%	96%	95%
COLOMBIA	54%	60%	53%
PERÚ	100%	100%	100%

En el caso de Cam en Brasil, sólo los gerentes, y el Gerente General pasan por un proceso anual de evaluación de desempeño. Está en proceso de implementación la evaluación de desempeño con foco en resultados y competencias para el resto de los estamentos. Este mismo esfuerzo se está realizando en la filial colombiana, quienes presentan un 53% de trabajadores a quienes se realiza esta evaluación.

### Gestión de Compensaciones

Ligado a la evaluación de desempeño, se encuentra la Gestión de Compensaciones que tiene como principales funciones el alineamiento estratégico, la equidad interna, competitividad externa y la dirección del desempeño.

#### Proyectos realizados:

- Entrenamiento en la metodología de evaluación de cargos.
- Estudio de las compensaciones de la compañía a partir de la descripción de cargos.
- Establecimiento de la Política de Compensaciones de Cam, cuyo objetivo es implementar estructuras equitativas al interior de la organización (equidad interna) y competitivas con el mercado laboral relevante (competitividad externa) de manera de contribuir a la generación de valor para la compañía y los propios empleados.

### Gestión del Talento

Se basa en el respeto a la diversidad y la igualdad de oportunidades, así como también en una política retributiva equitativa e incentivadora, permitiendo una diferenciación basada en el mérito y el desarrollo de las personas.

#### Proyectos realizados:

- Identificación y clasificación de las personas en tres grupos: Sucesor Ejecutivo, Jóvenes Talentos y Especialistas Críticos.
- Creación de un pool de talentos como base para los planes de sucesión.
- Definición de la política de talentos, delineándose los pasos a seguir para su implementación.
- Selección de candidatos propuestos por cada filial,

siendo evaluados mediante un assessment, y ordenados de acuerdo de a una tabla de puntuación.

### Gestión del Clima Laboral

Cam en el año 2007 implementó iniciativas destinadas a mejorar el clima laboral al interior de la compañía y ofrecer un apoyo a los trabajadores en términos de conciliar su vida laboral y familiar. Para ello se realizaron las siguientes actividades:

- Participación en el proceso de Encuesta de Clima Laboral del Great Place to Work (GPTW) con un porcentaje de respuesta del 85%.
- La filial Brasil realiza una encuesta interna para el proceso de Encuesta de Clima Laboral, equivalente al GPTW
- Implementación de actividades para el mejoramiento del Clima: Con las Botas Puestas; Lazos y Humanamente Hablando
- Implementación de un Plan de acción para GPTW.
- Se realizó la primera medición de clima laboral según el modelo GPTW, detectando los Gap's y generando un plan de acción.

## CAM PROMUEVE EL RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS Y LA NO CORRUPCIÓN

Cam ha incorporado en su gestión de negocios la Política de Sostenibilidad basada en los 7 Compromisos con un desarrollo sostenible. Al mismo tiempo, la compañía se ha adherido voluntariamente al Pacto Global de las Naciones Unidas, como una forma de reforzar en conjunto con otras empresas que el camino para la sostenibilidad

de los negocios pasa por criterios fundados en el respeto y la valoración de la ética, los Derechos Humanos, el medio ambiente y la no corrupción.

Sobre estas bases Cam se ha preocupado de formar a sus trabajadores en sus fundamentos éticos a través del proceso de inducción, entregando a cada uno el Manual de Conducta Ética, e informando sobre el Canal Ético, como una de sus principales herramientas de este ámbito.

A través de este Canal, dispuesto tanto en la Intranet como en la Página Web de la compañía, los trabajadores y cualquier funcionario de la empresa, puede realizar denuncias fundadas, bajo total respeto de su privacidad, sobre cualquier hecho que lo aqueje y que no pueda ser solucionado a través de su jefatura directa.

El Canal Ético es administrado por una entidad externa internacional, quienes recogen las denuncias, las procesan, analizan y envían sus resultados con las sugerencias respectivas a los directores y gerencias máximas de la empresa. La gerencia revisa las resoluciones y resuelve si aplica o no las sanciones o sugerencias entregadas.

El 100% del personal de seguridad de la compañía también debe pasar por el proceso de inducción y por tanto recibe la misma formación y el Manual de Conducta Ética, además de un entrenamiento especial sobre su conducta frente a hechos límites o trato de cualquier persona que sea sorprendida en situación sospechosa o directamente en actos ilícitos o reñidos con la moral y la buenas costumbres.

Bajo estos preceptos Cam, no discrimina a las personas bajo ningún aspecto de género, religión, opción política,

edad, etnia o minusvalía física. Por lo mismo, en cada país la compañía asume el respeto a las normas laborales y no realiza por ningún motivo trabajo forzado. En esta misma dinámica, Cam no tiene prácticas de trabajo infantil y no ha recibido sanciones o denuncias por ninguno de los aspectos antes mencionados.

## CAM PROMUEVE LAS RELACIONES JUSTAS E IGUALITARIAS CON SUS CONTRATISTAS

### RELACIÓN CON CONTRATISTAS

Dentro de los objetivos estratégicos definidos por Cam se encuentra el fortalecer y alinear nuestra red de valor, en la cual nuestros contratistas juegan un rol fundamental.

Para ello, Cam en Chile creó el Área de Relación con Empresas Colaboradoras con el fin de apoyarlos en la implementación de sistemas de gestión y en la transferencia técnica y tecnológica para su desarrollo empresarial.

Con esto se busca mejorar sus prácticas de RR.HH. y así lograr la alineación de las empresas y de las personas con la visión de Cam.

Para promover el conocimiento del concepto de empresa, su aplicación en las operaciones en el contexto de los servicios y el desarrollo de los trabajos que las empresas colaboradoras ofrecen a Cam, se realizaron las siguientes iniciativas:

- Se suscribió un acuerdo de colaboración con la Universidad de Santiago para desarrollar el proceso de descripción de cargos y funciones, y levantamiento de competencias técnicas del personal contratista.

- Se realizó el dimensionamiento de la plantilla, situación financiera y laboral de las empresas colaboradoras con el fin de detectar servicios críticos que impacten en los servicios de la compañía.

- Se elaboró y difundió la política de relación con empresas colaboradoras, para determinar y fijar los modelos de actuación en materia de colaboración, cumplimiento laboral y traspaso de las mejores prácticas en gestión de recursos humanos.

- Se intensificó la relación y el fortalecimiento del desarrollo de los colaboradores que prestan servicios a Cam en las áreas de Iluminación, Espacios Urbanos, Urbanización y Obras en Redes concentrándose en abordar temas asociados al concepto de empresa.

En lo que respecta a las filiales en Argentina y Perú, la comunicación existente con contratistas corresponde a contingencias laborales y comités de seguridad.

Cam en Brasil, las capacitaciones que se realizan se extienden tanto a personal propio como contratista. Lo mismo sucede con los programas de seguridad y salud ofrecidos por la empresa.

En la filial colombiana se realizan auditorías de buenas prácticas a los contratistas, en el ámbito de seguridad, medio ambiente y laboral. Se tiene programado para el 2008 realizar el primer encuentro formal con contratistas.





# NUESTRO MEDIO AMBIENTE

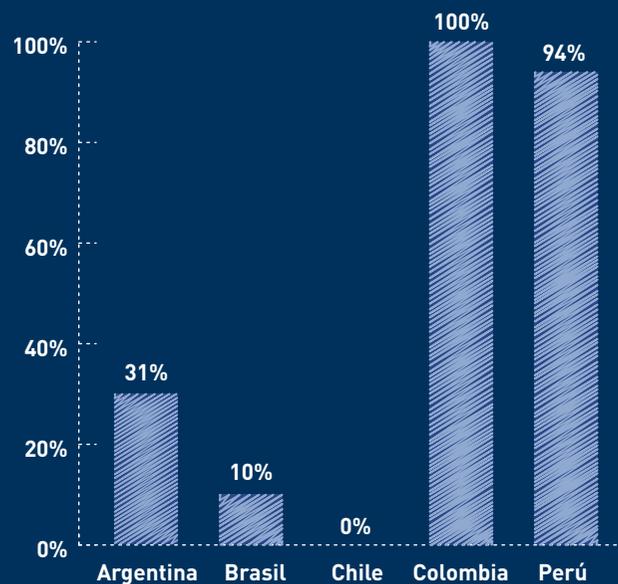
COMPROMISO CON LA PROTECCIÓN DEL ENTORNO

**CAM TIENE UNA ESPECIAL PREOCUPACIÓN POR EL MEDIO AMBIENTE Y PARA ELLO SE ENCUENTRA IMPLEMENTANDO EN TODAS SUS FILIALES LA NORMA ISO 14.001 CON EL OBJETIVO DE CONTROLAR Y MINIMIZAR LOS IMPACTOS NEGATIVOS QUE SUS OPERACIONES Y SERVICIOS PUDIERAN OCASIONAR.**

El compromiso de Cam con la protección del medio ambiente forma parte de su estrategia a nivel regional, a través de su Política de Sostenibilidad. La empresa ha reforzado este compromiso con la adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas y sus 10 Principios, entre los cuales se encuentra la protección y cuidado del medio ambiente.

La empresa está incorporando la normativa ISO 14.001 en el marco de su Sistema de Gestión Integrada. Esto permitirá un exhaustivo control, seguimiento y mejoramiento de todos aquellos procesos

**Avance Implementación Norma ISO 14001**



que pudieran afectar los entornos en los cuales se desempeña la compañía.

El desarrollo tecnológico y la integración de soluciones al servicio de sus clientes son temas que rigen en todos los proyectos de innovación, con el objetivo de promover el uso racional y eficiente de la energía a través de soluciones innovadoras y a la constante búsqueda de soluciones con aplicaciones tecnológicas de vanguardia.

**MATERIALES USADOS POR LA EMPRESA**

Por tratarse de una empresa de servicios y comercializadora de algunos productos, la incidencia de Cam en el consumo de materiales directos o materias primas en procesos de elaboración interna es prácticamente nula. Tampoco usa materiales reciclados o accesorios reacondicionados que vayan en función de un menor consumo de productos vírgenes o de muy lenta recuperación.

Al ser este el primer informe de sostenibilidad que realiza la compañía, cada filial realizó esfuerzos particulares con el objetivo de dar cuenta de los materiales que intervienen en los servicios prestados.

Cam en Argentina realizó una medición que consideró algunos materiales de embalaje y papel usado en los diferentes procesos que se detallan en la siguiente tabla:

**MATERIALES DE EMBALAJE Y PAPEL UTILIZADOS CAM ARGENTINA, PERÍODO 2005-2007**

AÑO	MATERIAL LIGADO AL PROCESO: PAPEL (KG)	MATERIALES EMPAQUETAMIENTO: FILM POLYESTER (KG)	MATERIALES EMPAQUETAMIENTO: CINTA ADHESIVA (KG)
2005	1.464	190	46
2006	1.539	161	46
2007	1.557	125	42

En el caso de la filial chilena, en proceso de implementación de ISO 14001, se cuantificó la cantidad de papel utilizado en oficinas.

**CONSUMO DE PAPEL CHILE, PERÍODO 2005-2007**

(*) CONSUMO DE PAPEL	2005		2006		2007	
	CANTIDAD (UNIDADES)	PESO (KG.)	CANTIDAD (UNIDADES)	PESO (KG.)	CANTIDAD (UNIDADES)	PESO (KG.)
Papel Fotocopia Tamaño Carta	3.127.113	14.133	2.361.146	10.672	2.760.261	12.476

Cam en Colombia no posee a la fecha registros relacionados con el peso de los materiales utilizados para el desarrollo de las actividades.

Por su parte, la filial peruana ha tenido un mayor desarrollo en la implementación de la norma ISO 14.001 y, por lo mismo, cuenta con registros de materiales y accesorios que le permiten realizar algunas tablas comparativas tanto en unidades como en peso.

**MATERIALES COMERCIALIZADOS CAM EN PERÚ, PERÍODO 2005-2007**

MATERIAL	2005		2006		2007	
	CANTIDAD (UNIDAD)	CANTIDAD (TON)	CANTIDAD (UNIDAD)	CANTIDAD (TON)	CANTIDAD (UNIDAD)	CANTIDAD (TON)
COBRE	710.565	0,5	900.343	474,2	609.160	512,3
ALUMINIO	47.609	117,6	52.943	223,4	24.904	48,0
CAUCHO	84.341	8,6	99.982	19,3	95.663	8,7
PLASTICO	231.859	3,1	380.403	3,1	374.005	4,6
ACERO	387.748	330,8	439.950	27.233,7	391.602	242,6
PVC	781.715	651,8	961.625	659,0	861.445	678,8
<b>Total</b>	<b>2.243.837</b>	<b>1.112</b>	<b>2.835.246</b>	<b>28.612,7</b>	<b>2.356.779</b>	<b>1.495,0</b>

Los materiales que se detallan en el cuadro anterior son comercializados y se utilizaron en los servicios desarrollados en los años correspondientes.



**CONSUMO DE PAPEL CAM EN PERÚ, PERÍODO 2005-2007**

(*) CONSUMO DE PAPEL	2005		2006		2007	
	CANTIDAD (UNIDADES)	PESO (KG.)	CANTIDAD (UNIDADES)	PESO (KG.)	CANTIDAD (UNIDADES)	PESO (KG.)
Fotocopias	512.702	2.051	0	0	33.488.714	133.955
A-4 (Papel fotocopia (Xerox), compra de papel para impresiones y papel membretado)	0	0	1.465.200	5.861	1.492.750	5.971
Plotter (Rollos)	112	515	50	230	42	193
Factura y Guías de R.	21.250	158	18.040	138	9.965	75
<b>Total</b>	<b>534.064</b>	<b>2.724</b>	<b>1.483.290</b>	<b>6.229</b>	<b>34.991.471</b>	<b>140.194</b>

El incremento en el consumo de papel en el cuadro anterior se debe a la mayor participación en licitaciones e incremento de las actividades de servicios en los que participó Cam en Perú.

### EQUIPOS Y ACCESORIOS COMERCIALIZADOS POR CAM EN PERÚ, PERÍODO 2005-2007

		2005	2006	2007
MATERIAL		CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD
ACEITES	DIELECTRICOS (Galones)		13.750	5.940
EQUIPOS (Unidades)				
	TRANSFORMADORES	3.197	1.779	551
	TABLEROS	18	8	70
	MOTORES	3	0	0
	GENERADORES	4	3	2
TOTAL		<b>3.222</b>	<b>1.790</b>	<b>623</b>
POSTES Y ACCESORIOS (Unidades)				
	CRUCETA DE CONCRETO ARMADO	1	0	45
	CRUCETA DE MADERA	2.159	454	426
	CRUCETA DE FIERRO GALVANIZADO	0	0	66
	POSTE DE CONCRETO ARMADO	9.655	11.309	10.407
TOTAL		<b>11.815</b>	<b>11.763</b>	<b>10.944</b>

Los equipos y accesorios detallados están expresados en unidades debido a la dificultad para convertirlos en kilos o toneladas. Se espera que en los próximos reportes y en la medida en que todas las filiales hayan concluido la instalación del Sistema de Gestión Integrado poder reportar los materiales y accesorios de acuerdo a criterios estandarizados internamente.

### EL CONSUMO DE ENERGÍA DE CAM

La preservación del ambiente en el cual vivimos es un criterio permanente integrado en la gestión de Cam y en la toma de decisiones. La compañía identifica, evalúa y gestiona los efectos ambientales derivados de sus actividades y se esfuerza por minimizarlos, especialmente lo que se refiere al uso de energías primarias, en el marco del compromiso de garantizar al máximo la seguridad y calidad de sus servicios y su contribución a la competitividad de la industria y al bienestar de la sociedad.

La energía de uso transversal en todas las filiales es el combustible para los vehículos, que en general corresponde a petróleo, y en algunas situaciones de gas natural comprimido y gasoil.

### CONSUMO DE ENERGÍA DIRECTO POR FILIALES PERÍODO 2005-2007 (considera operaciones propias, no incluye terceros)

PAÍS	COMBUSTIBLE	2005	2006	2007
CHILE	Gasolina (gigajulios)	4.332	8.141	10.199
ARGENTINA	Gas Natural (gigajulios)	0,455	0,910	1,2
	Gasolina (gigajulios)	0,683	0,780	1,1
BRASIL	Gasolina (gigajulios)	12.334	10.191	11.454
COLOMBIA	Gasolina (gigajulios)	9.322	11.842	11.577
PERÚ	Gasolina (gigajulios)	214	117	87

En el caso de la filial argentina, el aumento en el total del consumo se debe a un incremento en la flota de vehículos del 58.3% del 2007 con respecto al 2005.

Las filiales en Brasil, Chile y Colombia, poseen flotas de vehículos propias, por lo cual sus consumos de energía a base de combustible son más altos en relación a Cam en Argentina y Perú. Por otra parte, la filial peruana no posee vehículos propios, por lo tanto, en este reporte no se considera los consumos de petróleo, gasolinas o gas. El valor que se presenta en este caso corresponde al consumo de energía para los montacargas.

Todas las filiales someten a sus flotas de vehículos a revisiones periódicas y los testeos conforme a las normativas de mantención a cargo de agentes internos o externos, según los requerimientos. Se espera en próximos reportes que cada filial lleve un registro de revisión y mantenimiento de vehículos, en el cual se registre la fecha de revisión y las reparaciones realizadas, entre otras cosas.

Para 2008 se espera reportar el consumo energético de las operaciones de Cam en su conjunto, tanto propio como realizado por terceros en el desarrollo de actividades requeridas por la compañía.

### LA ELECTRICIDAD: PRINCIPAL CONSUMO ENERGÉTICO INDIRECTO DE CAM

El mayor consumo indirecto de energía en Cam es la electricidad. Las fuentes primarias de las cuales se obtiene la energía consumida en las diferentes filiales son del tipo renovable y no renovable. Las primeras provienen de fuentes de energía hidráulica y las segundas de fuentes térmicas, en las cuales se utiliza como combustible el gas natural y el petróleo, entre otros.

En todos los casos la compañía no tiene incidencia en la regulación y procedencia de las energías que ocupa. Esto es regulado por los sistemas interconectados y de distribución en cada país.

### CONSUMO DE ENERGÍA INDIRECTO POR FILIALES - PERÍODO 2005-2007

#### Total de energía eléctrica consumida (GigaJulios)

	2005	2006	2007
Argentina	618	653	748
Brasil	1.621	1.925	1.725
Chile	6.691	6.406	7.175
Colombia	1.862	1.944	1.779
Perú	4.862	4.708	4.779

### AHORRO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Para Cam la conservación de la energía en todos sus tipos, cumple un papel importante en su Sistema de Gestión Ambiental y forma parte esencial en el desarrollo de sus productos y servicios. Para ello,

durante el período 2007 se desarrollaron las siguientes iniciativas en cada una de las filiales relacionadas con la eficiencia energética:

PAÍS	MEDIDAS EFICIENCIA ENERGÉTICA DESARROLLADAS
<b>ARGENTINA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reemplazo de ampolletas incandescentes por luces de bajo consumo</li> <li>Carteles internos que induzcan al cuidado de la energía eléctrica en los distintos sectores</li> <li>mantenimiento de la pintura de los cielos rasos para mejorar el rendimiento luminotécnico.</li> </ul>
<b>BRASIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instalación sensores de presencia</li> <li>Desconexión del aire acondicionado 15 minutos antes del finalizar la jornada laboral</li> <li>Divulgación de medidas de reducción de consumo a través de RH informa, folders y afiches.</li> <li>Utilización de vehículos a alcohol</li> </ul>
<b>CHILE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reemplazo de ampolletas incandescentes por luces de bajo consumo</li> <li>Campañas de sensibilización</li> </ul>
<b>COLOMBIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementación Programa URE (Uso Racional de Energía)</li> <li>Campañas de sensibilización</li> <li>Mantenimiento Predictivo</li> <li>Levantamiento Eléctrico de las Instalaciones de Cam.</li> <li>Toma de consumos por áreas.</li> </ul>
<b>PERÚ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Iluminación Eficiente</li> <li>Estudios de Calidad de Energía</li> <li>Capacitación dentro de la organización</li> <li>Estudios de pérdida de energía</li> </ul>

### CAM PROPORCIONA PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EFICIENCIA ENERGÉTICA

La eficiencia energética es uno de los temas más relevantes incorporado en la estrategia de Cam para lograr un crecimiento sostenido y garantizar los mejores productos y servicios a nuestros clientes.

A través del desarrollo del Programa de Innovación y Eficiencia Energética, la empresa está comprometida con el mejoramiento de tecnologías modernas y equipos de última generación para dar las herramientas necesarias que otorguen al consumidor las potencialidades en ahorro energético y cuidado del medio ambiente de manera directa o indirecta. Para conocer en detalle las acciones de Cam en torno a este tema, ver capítulo: Nuestro Compromiso con la Innovación y Eficiencia Energética.

### CAPTACIÓN Y USOS DE LAS AGUAS

El agua representa el recurso natural más importante y la base de toda forma de vida. Es un deber mundial cuidar los recursos hidrológicos, así como crear la conciencia de que es un recurso escaso y que debe ser usado racionalmente.

En este contexto y por las características de la industria en la que opera, los procesos y servicios que entrega, Cam no realiza una sobreexplotación de los recursos hídricos disponibles en la región. Sus operaciones y procedimientos críticos no requieren de un consumo especial y en su mayor parte se refieren al uso doméstico de agua potable en los edificios administrativos en los que funcionan las oficinas de la empresa.

Debido a que la mayor parte de sus actividades se realizan en instalaciones ubicadas en sectores urbanos y en algunos casos industriales, el sistema de alimentación se ejecuta a través de las empresas y compañías de tratamiento de las aguas potables de cada país. Estas operaciones de tipo administrativas hacen difícil la instalación de sistemas separados y especiales que permitan el reciclaje de las aguas domésticas o de servicios higiénicos.

Es necesario destacar que la empresa tampoco se encuentra en locaciones adyacentes o dentro de espacios naturales protegidos o áreas de alta biodiversidad no protegidas. Por tanto, sus actividades

no generan impactos de consideración en sitios ecológicos o en especies de la flora y fauna protegidas por acuerdos internacionales, regionales o nacionales. Por ello, no ha sido necesaria la elaboración de programas de protección o gestión de la biodiversidad.

#### MEDICIÓN DE LOS CONSUMOS DE AGUA EN CADA FILIAL

	CONSUMO DE AGUA ESTIMADO POR AÑO (M3)		
	2005	2006	2007
Argentina	1.716	1.755	1.722
Brasil	10.039	8.730	7.350*
Colombia	3.528	3.633	3.433
Chile	18.999	19.074	19.481
Perú	9.445	9.630	10.020

\* Incluye consumo de sede Río de Janeiro

Con respecto a las fuentes desde las cuales es extraída el agua utilizada por cada filial, éstas corresponden a la red pública, con la excepción de la filial en Brasil, la cual adquiere su agua potable a través de compras de carros aljibe a 2 empresas del rubro.

PAÍS	FUENTE AGUA UTILIZADA
Argentina	Río de la Plata
Brasil	Adquirida a empresas distribuidoras de Agua en camiones aljibes
Chile	Río Maipo
Colombia	Ríos Guatiqui, Blanco, Teusacá
Perú	Río Rímac

### LAS PRIMERAS MEDIDAS

PAÍS	MEDIDAS AHORRO CONSUMO AGUA IMPLEMENTADAS
ARGENTINA	• Carteles que induzcan al cuidado del agua en los sanitarios de la empresa

- Revisión de los grifos en los distintos lugares de la planta
- Capacitación a personal sobre la importancia que tiene la preservación de este recurso natural (programado para 2008)

<b>BRASIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durante período 2007 no implementó medidas asociadas con ahorro en consumo de agua</li> </ul>
<b>CHILE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durante período 2007 no implementó medidas asociadas con ahorro en consumo de agua</li> </ul>
<b>COLOMBIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de zonas de mayor consumo</li> <li>• Instalación de medidores.</li> <li>• Creación de Estándares de Consumo de Agua</li> <li>• Mantenimiento Predictivo</li> <li>• Campañas de Sensibilización</li> </ul>
<b>PERÚ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas promocionando las buenas prácticas en el uso racional del agua</li> </ul>

## EMISIONES DAÑINAS

### EMISIONES DE GASES EFECTO INVERNADERO

Al ser una empresa de servicios, Cam no posee actividades industriales críticas que demanden el uso de calderas, chimeneas u otros mecanismos de combustión a base de combustibles fósiles como el petróleo, carbón o gas natural y que generen gases de efecto invernadero.

Sin embargo, para sus operaciones, la compañía posee vehículos con motor a combustión que utilizan combustibles fósiles, los cuales están asociados a la contaminación atmosférica. El tipo de contaminante depende del combustible empleado. En el caso del uso de petróleo, el dióxido de carbono o CO<sub>2</sub> es el más importante.

### EMISIONES ESTIMADAS DE CO2 POR FILIAL PERÍODO 2005-2007

(considera operaciones propias, no incluye terceros)

	EMISIONES ESTIMADAS DE CO2 (TON)		
	2005	2006	2007
Argentina	56,8	68,7	94,1
Brasil	959,2	792,5	890,7
Colombia	726,8	923,3	902,6
Chile	311,9	586,2	734,3
Perú	16,7	9,1	6,8

En el caso de Cam en Argentina, la flota de vehículos de la empresa se revisa periódicamente, con un exhaustivo control de las partes que lo componen. Para el año siguiente se llevará un registro de revisión y mantenimiento de vehículos, en el cual se registrará la fecha de revisión, como así también las reparaciones realizadas, entre otras cosas. Cada sector tendrá a su cargo el mantenimiento de los vehículos que tiene asignados.

La filial en Brasil posee una flota de 179 vehículos, de los cuales 127 son vehículos livianos y 52 pesados. Desde noviembre del 2007 adoptó el uso de alcohol como combustible, convirtiéndose cerca de un 60% de la flota. Con esta conversión se obtuvieron ahorros significativos como los siguientes:

- Reducción en contaminación atmosférica y del impacto ambiente
- Reducción de costos.

A todos los vehículos de la flota se les realiza una revisión sistemática cada 15.000 kilómetros, siendo sustituidos los automóviles cada año, con la excepción



de los vehículos, cuyo tiempo de sustitución es mayor, estos utilizan diesel como combustible.

Las revisiones periódicas de los vehículos también contribuyen a la reducción de las emisiones contaminantes a la atmósfera.

La filial colombiana cumple los lineamientos de control del estado técnico y mecánico, disponiendo de un exhaustivo registro de su flota de vehículos.

Por su parte, Cam en Perú no cuenta con vehículos propios. Y las únicas emisiones por combustión son realizadas de forma indirecta, es decir, a través de los vehículos usados por las empresas contratistas.

En este sentido, la filial en Perú exige a todos sus contratistas el cumplimiento con los certificados de emisiones de gases de todos los vehículos que presten servicios con: Valores de Medición Diesel (vehículos petroleros) o Resultados del Analizador de Gases (Vehículos a Gas o Gasolineros), emitido por las instituciones autorizadas por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones u otra autoridad gubernamental autorizada. El reporte debe demostrar cumplimiento de los límites establecidos en la reglamentación vigente.

#### **CONTROL DE EMISIÓN DE GASES REFRIGERANTES**

Cam no utiliza ni genera dentro de sus procesos sustancias destructoras de las capas de ozono. En Cam en Argentina, como norma interna los aparatos de aire acondicionado que se incorporan no deben llevar gas refrigerante HCFC R-22 y deben estar equipados con gas del tipo ecológico (Greenfreeze).

En la filial en Perú semestralmente la Sección de Administración coordina con el departamento de Servicios Generales de Edelnor la

ejecución del mantenimiento de los equipos de aire acondicionado de las instalaciones (Maranga y Colonial).

En todas las filiales, las empresas que dan el servicio de mantenimiento de equipos de gas refrigerante deben estar registradas como empresa autorizadas para el uso de gases refrigerantes en las Oficina Técnicas correspondientes a cada país.

#### **VERTIDOS DE AGUAS RESIDUALES, DERRAMES Y RESIDUOS**

En cuanto al vertido de aguas residuales, se debe decir que durante la ejecución de nuestros procesos, en cada una de las filiales de Cam no se producen residuos industriales líquidos (riles). Por otro lado, el agua sólo es utilizada en instalaciones higiénicas para el personal y se descarga al sistema de colección público dentro de las normas establecidas.

Al mismo tiempo, Cam en Perú lleva a cabo anualmente análisis de la calidad de las aguas residuales, midiendo parámetros como sólidos sedimentables y Ph, cumpliendo ambos con la normativa local.

#### **CRITERIOS OPERACIONALES**

Como parte de la normativa ambiental en instalación en todas las filiales, Cam no descarga en el alcantarillado residuos que puedan causar el deterioro de sus estructuras u originar obstrucciones.

#### **TRATAMIENTO DE LOS RESIDUOS**

El tratamiento de residuos constituye una tarea importante dentro de Cam y esto se realiza mediante la segregación de los mismos.

Cam en Argentina cuenta con procedimientos específicos. Los residuos identificados son de dos tipos, domiciliarios y peligrosos, estos últimos son catalogados como del tipo Y12, pinturas y elementos contaminados con pintura (estopas y recipientes vacíos). El tratamiento de estos residuos se realiza de acuerdo a normativas que están contempladas en el sistema de gestión ambiental.

Como puede apreciarse en el cuadro siguiente, la empresa viene realizando importantes esfuerzos en pos de disminuir la generación de residuos, dado que esto constituye un objetivo dentro de la política y la programación ambiental.

### RESIDUOS PELIGROSOS Y NO PELIGROSOS FILIAL ARGENTINA, PERÍODO 2005-2007

AÑO	RESIDUOS PELIGROSOS Y12 P/ INCINERACIÓN (TON)	RESIDUOS NO PELIGROSOS P/ RELLENOS SANITARIOS (TON)
2005	0,00041	0,0904
2006	0,000308	0,08284
2007	0,000242	0,08673

La gestión de residuos en la filial en Brasil se inició en septiembre del 2007 con la contratación de una empresa especializada. Esta gestión incluye la existencia de procedimientos detallados de recolección, segregación y transporte para residuos reciclables (papel, plástico, chatarra) y para residuos orgánicos.

### CLASIFICACIÓN RESIDUOS FILIAL BRASIL, PERÍODO 2007 (SEPTIEMBRE-DICIEMBRE)

2007	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MATERIAL	(TON)	(TON)	(TON)	(TON)
Desechos de papel	1,51	1,90	2,0	-
Desechos plásticos	0,322	0,177	0,179	0,255
Desechos de papel blanco	0,155	0,228	-	0,154
Isopor	-	0,095	-	-
Pet	0,004	0,022	0,010	-
Vasos Plástico	0,035	-	-	-
Aluminio	-	0,002	-	-
Mixto	-	-	-	0,110

En el caso de Cam en Chile los materiales de residuos son entregados a una empresa especializada en su tratamiento, que entrega de certificados de destrucción, según se detalla en la siguiente tabla:

### CLASIFICACIÓN RESIDUOS FILIAL CHILE, PERÍODO 2006-2007

	EMPRESA CONTRATADA PARA TRATAMIENTO RESIDUO	2006	2007
Lámparas en Mal estado	Bravo Energy	2,76	-
Lámparas de descarga	Bravo Energy	1,25	-
Lámparas recuperadas	Bravo Energy	0,22	-
Lámpara de Mercurio y Sodio	Bravo Energy	1,91	-
Lámparas NA	Bravo Energy	0,33	-
Residuos de Plomo	SocMetal	3,62	-
Lámparas en Desuso	Bravo Energy	-	8,10
<b>Total (Ton)</b>		<b>10,10</b>	<b>8,10</b>

Por otra parte, todos los materiales que son considerados como chatarra y que no pueden ser utilizados, son vendidos como tal.

En el caso de Colombia con respecto a los residuos se plantearon para el 2007 dos objetivos específicos:

- Clasificar adecuadamente los residuos
- Disponer adecuadamente los residuos

La siguiente tabla muestra los datos de los residuos generados por tipo durante el año 2007.

### CLASIFICACIÓN RESIDUOS FILIAL COLOMBIA, PERÍODO 2007

RESIDUOS ORGANICOS	RESIDUOS RECICLABLES	RESIDUOS PELIGROSOS				
TON	TON	ACEITES USADOS	LLANTAS	PILAS	BOMBILLAS	RECIPIENTES Y ESTOPAS CONTAMINADOS
		GALONES	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	KG
13,25	21,95	10	20	55	60	60



Los residuos generados en Cam en Colombia tienen la siguiente disposición final, la cual se realiza con una empresa gestora que tiene los permisos ambientales otorgados por el gobierno:

- . **RESIDUOS ORGÁNICOS:** Relleno sanitario
- . **RESIDUOS CONVENCIONALES (APROVECHABLES):** Reutilización o aprovechamiento
- . **RESIDUOS PELIGROSOS:** Incineración, encapsulamiento u otros tratamientos siempre y cuando estos den cumplimiento legal.

Las actividades desarrolladas en el 2007 para el cumplimiento del programa fueron:

- . Determinación de clases y volúmenes de residuos generados en la compañía.
- . Compra e instalación de tambores, señalizadas de acuerdo al tipo de residuo.
- . Adecuación del centro de acopio.
- . Entrega de residuos peligrosos.
- . Actividades de divulgación y sensibilización.

Por su parte, Cam en Perú también da cumplimiento a las leyes que aplican según sus actividades. De acuerdo a los requerimientos descritos actualmente trabaja con la EPS "FERRENT" a la que se entregan los residuos sólidos generados e identificados adecuadamente. De acuerdo a ley ellos son responsables del tratamiento y disposición final de los mismos.

#### GESTIÓN DE DERRAMES PELIGROSOS

Dado que dentro de los procesos que realiza, la empresa no utiliza en forma significativa productos químicos, no registra derrames de este tipo.

Eventualmente para derrames menores de aceite de auto o pintura, la empresa cuenta con planes de contingencia para afrontarlos y elementos para remediarlos, así como procesos para gestionar residuos peligrosos que se puedan generar.

Para los procesos en los que se ha implementado el sistema de gestión ambiental, Cam tiene definidas las actividades a seguir en caso de derrame de sustancias y/o elementos peligrosos. Dentro de estas actividades se consideran dos etapas:

- . La primera es proactiva, donde se estipulan las condiciones para poner en funcionamiento el plan de contingencia.
- . La segunda etapa es la reactiva, donde se actúa durante el evento.

El objetivo es poseer una respuesta rápida en caso de derrame de líquidos contaminantes donde se controle el evento, con el fin de evitar daños al ambiente, salud y empresa. Durante los años 2005, 2006 y 2007 no se presentaron incidentes ambientales de esta naturaleza en ninguna de las filiales.

#### INICIATIVAS PARA MITIGAR LOS IMPACTOS AMBIENTALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Las filiales de Perú, Colombia y Argentina como parte de la implementación de la norma ISO 14001, han desarrollado la Matriz de Aspectos e Impactos Ambientales, de la cual se desprende la identificación de los mismos y el tratamiento para cada caso, información que se encuentra comprendida en los Procedimientos Ambientales desarrollados por la filial.



# INNOVACIÓN Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

COMPROMISO DE REALIZAR NUEVAS Y MEJORES IDEAS

### CAM PROMUEVE EL USO RACIONAL Y EFICIENTE DE LAS ENERGÍAS A TRAVÉS DE SOLUCIONES INNOVADORAS.

La innovación está en la base del lineamiento estratégico desde el momento que Cam asumió el desafío de duplicar su valor en tres años, ya que solamente alcanzará la meta siendo capaz de entender las necesidades de los clientes (actuales y potenciales) y generando soluciones que ellos requieren en forma rápida y eficiente.

Para Cam la innovación no es un elemento ajeno en su historia. De hecho, uno de los mayores logros de la empresa en el pasado es su aporte en el desarrollo de nuevas soluciones en los sistemas de medidas para las empresas distribuidoras que sirve. Un ejemplo importante es la creación del primer medidor electrónico de Latinoamérica, cuyo desarrollo ha desencadenado una serie de productos que van desde medidores electrónicos individuales de bajo costo, hasta concentradores de medida, sistemas antihurto y medidores con sistema de telegestión (lectura, corte, reposición), entre otros.

### INNOVACIÓN: LINEAMIENTOS Y MECANISMOS.



### ÁREAS DE ACCIÓN

El uso eficiente de los recursos requiere enfocar el esfuerzo del desarrollo, para lo cual se han definido áreas de acción prioritaria, en las cuales se centrará la búsqueda de nuevos negocios a través de la generación de nuevos Productos y Servicios de Valor Agregado (PSVAs).

Estas áreas se alinean con los desafíos de las distribuidoras y empresas relacionadas con el consumo de energía en general, las cuales buscan proporcionar soluciones cada vez más eficientes, sustentables y que mejoren la calidad de vida de sus clientes.

Durante el año 2007 se dieron los primeros pasos en varios negocios ligados al desarrollo sustentable de las ciudades donde Cam tiene sus filiales. Entre otros, cabe mencionar el desarrollo de los negocios de eficiencia energética, telecontrol de luminarias, sistemas de paneles termosolares y vehículos eléctricos. Estos negocios no sólo representan un paso significativo en el desarrollo de productos innovadores y de gran valor agregado, sino que además tienen una orientación que hoy es central en el desarrollo de la



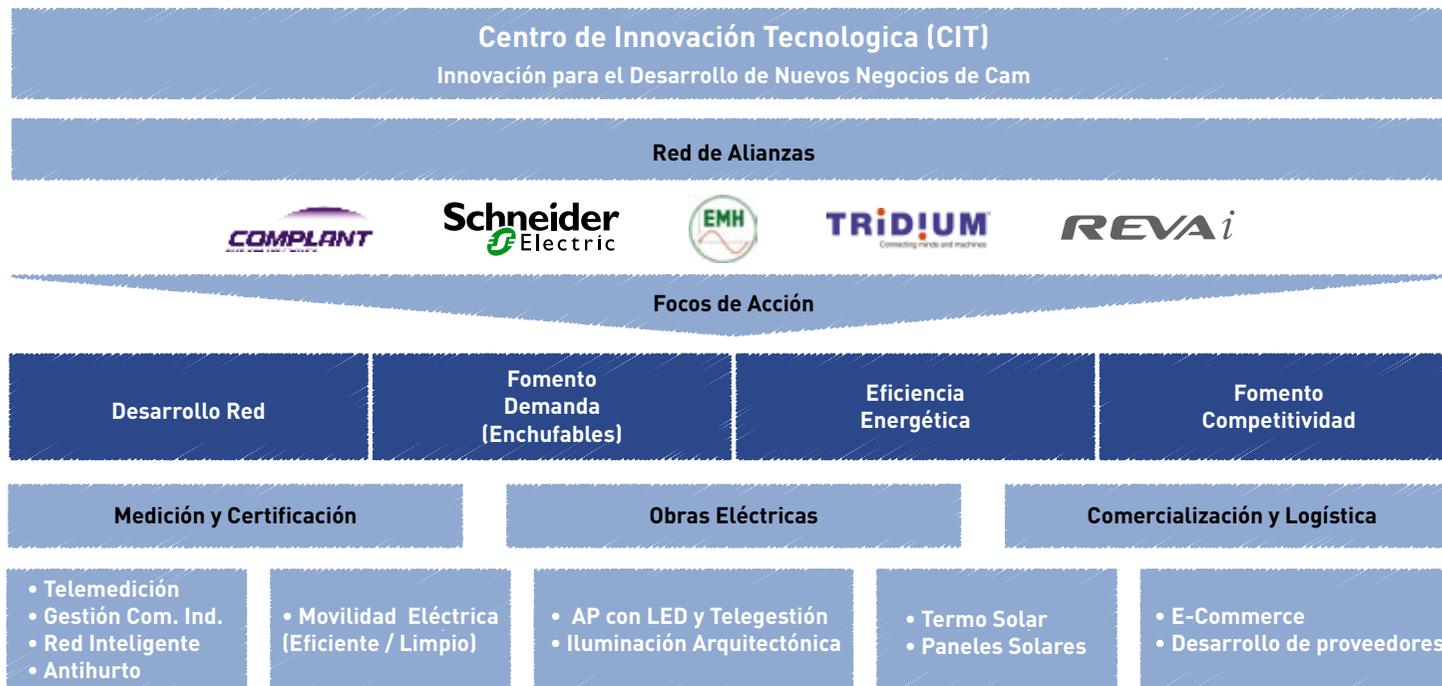
empresa: Poner a disposición de sus clientes las soluciones que ellos requieren, para ofrecer una mejor calidad de vida y garantizar un crecimiento sustentable.



## ARTICULANDO EL DESARROLLO DE NUEVOS NEGOCIOS

Para lograr una sistematización funcional del desarrollo de productos y servicios se definió una estructura de trabajo donde la Gerencia de Desarrollo de Nuevos Negocios y Tecnología ejerce un rol fundamental.

La estructura definida considera la participación de una red de colaboradores externos, denominada “Red de Valor”. Estas entidades proporcionan las competencias y conocimientos que no se encuentran presentes dentro de la compañía y que, por criterios de eficiencias o ámbitos de acción, no son posibles de incorporar





en forma permanente a Cam. En esta Red de Valor se cuentan proveedores, centros de investigación, universidades y organismos gubernamentales, entre otros. Tal es el caso de la agencia estatal China Complant, con la que existe una historia de más de ocho años de colaboración para el desarrollo de productos. Durante el año 2007 se integraron nuevos aliados regionales a esta Red:

- Schneider Electric.
- EMH.
- Reva Electric Car Company.
- Enerpetrol.
- PrimaComTech.

Estos nuevos miembros han incorporados importante beneficios a la propuesta de Cam, proporcionando nuevas tecnología y líneas de productos para mercados donde la compañía ya tenía presencia y abriendo nuevos mercados.

## CREACIÓN DEL CENTRO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Si bien la Red de Valor tiene una especial importancia en el desarrollo de nuevos negocios, hay ciertas competencias y capacidades tecnológicas que, dada su importancia estratégica, es imprescindible conservar al interior de Cam. Estas capacidades permiten asegurar la calidad y mantener una consistencia en el tiempo de los productos y servicios que entrega a sus clientes, además de garantizar el grado de independencia y juicio técnico que el mercado exige. Por ello, a comienzos de 2007 estas capacidades y recursos, que antiguamente residían en el Área de Soporte Tecnológico, han pasado a ser parte integral del Centro de Innovación Tecnológica (CIT). Actualmente, este centro pertenece a la gerencia de Desarrollo de Nuevos Negocios y Tecnología, donde juega un rol fundamental en el desarrollo de productos que se realiza en conjunto con aliados pertenecientes a la Red de Valor.

Durante el año 2007 este esquema de desarrollo conjunto entre el CIT y miembros de la cadena de valor ha producido sus primeros frutos, plasmados en nuevos productos:



Medidor Auditor    Display Económico    Medidor Trifásico    Controlador Alumbrado Público SGAP    Patrón verificador rápido

Asimismo, durante el 2007 se iniciaron proyectos en el plano de las tecnologías de energías limpias y el uso eficiente de éstas. Entre estos emprendimientos, de más largo alcance, se encuentran el negocio de vehículos

de nuevos productos y servicios. El programa premia la participación de los trabajadores cuyas ideas, luego de pasar por varias etapas de evaluación y asesoría, pueden llegar a formar parte de la oferta de Cam.

Otra iniciativa de participación fue el concurso “Emprende tu Mente” desarrollado en la filial Chile. En este evento más de cien ideas de nuevos negocios fueron enviadas por trabajadores de toda la empresa, 44 de las cuales fueron seleccionadas y premiadas.



### PLAN DE INNOVACIÓN REGIONAL. PARTICIPACIÓN PERMANENTE

Durante el año 2007 se plasmó una de las iniciativas consideradas de mayor relevancia para aportar el crecimiento de Cam expuesto en el Plan 3x2: el Plan de Innovación Regional. Esta iniciativa busca imprimir el sello de la excelencia operacional a través de la sistematización del desarrollo de nuevos negocios, con la participación de todos los miembros de la organización.

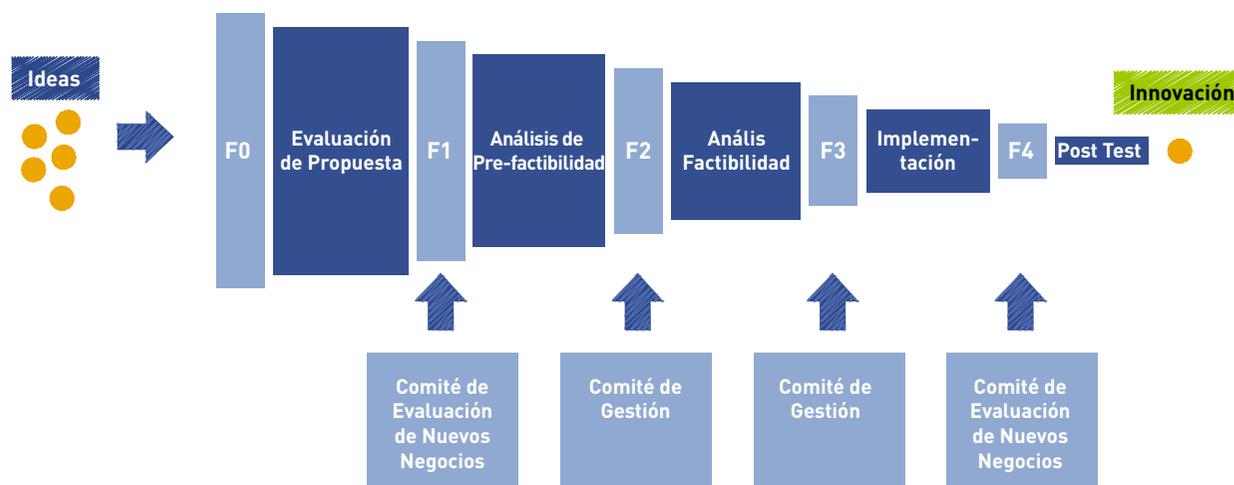
eléctricos, el de generación con energía solar y el de iluminación eficiente con tecnologías de punta.

### EXPERIENCIAS DE PARTICIPACIÓN EN INNOVACIÓN

Uno de los pilares en la estrategia de generación de valor de Cam es el aporte de sus trabajadores como recurso fundamental para el crecimiento. Esta visión se ha plasmado en varias iniciativas de participación transversal, dos de las cuales tuvieron especial relevancia durante el 2007.

Una de ellas fue la implementación del programa “Los Da Vinci de Cam” en la filial en Perú, mediante el cual todos los trabajadores de la empresa tienen la oportunidad de presentar sus ideas de mejoramiento o generación

### Pipeline del Plan de Innovación Regional





El sistema se basa en la metodología propuesta por la filial en Perú para el desarrollo de la innovación de sus operacionales locales, la cual fue adaptada para ser implementada en toda la compañía, a través de una plataforma en línea.

La figura de “Innovación Regional de Cam” muestra en forma gráfica cómo cualquier miembro de la compañía puede proponer una idea de nuevo negocio o innovación operativa, la cual pasará por un proceso de evaluación o “Modelo de Pipeline” de la innovación.

A través del pipeline el gestor de la idea recibe asesoría en su planteamiento, se transforma en un proyecto de nuevo negocio o innovación operativa pasando por distintas etapas de evaluación.

Estas van determinando el potencial de la idea como nuevo negocio (o innovación operativa) y su alineamiento con la estrategia de la compañía. Por todo lo anterior, la iniciativa de gestión puede llegar a distintos destinos, que van desde desecharla hasta implementarla como nuevo negocio de Cam.

A fines del 2007 se iniciaron los contactos con los gestores de la plataforma NOVARE del grupo Endesa para analizar la viabilidad de implementar este sistema sobre la plataforma del grupo, implementación que se realizará durante el 2008. De esa manera se busca el alineamiento con las herramientas del grupo y llevar las ideas de innovación generadas al interior de Cam a un ambiente colaborativo más amplio y con feedback de las empresas relacionadas.



## LA SOCIEDAD

COMPROMISO CON EL DESARROLLO DE LAS SOCIEDADES EN LA QUE OPERAMOS



Capacitación en seguridad para personal Cam en Chile

La relación con la comunidad, y nuestro compromiso con su desarrollo, es uno de los desafíos que Cam está abordando en forma incipiente, pero decidida. De esta forma, la empresa ha implementado programas de desarrollo y recreación con su comunidad más cercana, la familia de los trabajadores.

En el ámbito familiar, se promovió la capacitación en temas de alto impacto, realizando talleres artísticos, de economía doméstica, computación y prevención de riesgos, entre otros. La importancia de la familia es también la razón de su rol central en la campaña de Prevención de Riesgos realizada durante 2007, "Cuidate: En casa tu familia te espera" fue la consigna.

En Chile, Cam acoge a jóvenes egresados de escuelas técnico industrial en sus instalaciones y en los lugares donde se desarrollan sus procesos operativos, facilitando la transmisión de conocimiento práctico y teórico a través

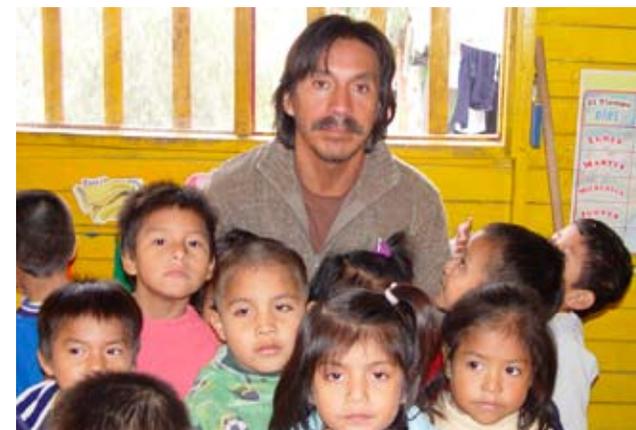


Firma de convenio con Universidad Ricardo Palma

de profesionales de amplia experiencia al interior de la empresa.

La filial en Colombia a partir del año 2005 realiza campañas sociales en pro de la niñez y vejez menos favorecida, a través de donaciones que se gestionan a través del departamento de Recursos Humanos. Lo mismo sucede con la filial brasileña, que durante el año 2006 implementó la iniciativa denominada "Cam Social".

En Perú, la compañía ha suscrito dos convenios con la Universidad Ricardo Palma, con el fin de promover el desarrollo de proyectos vinculados con la educación, cultura, tecnología y servicio a la sociedad, además de la realización de seminarios especializados, abiertos al público, que serán patrocinados por empresa. Esta iniciativa, suscrita en octubre de 2007, concluirá en 2010, representando una inversión de US\$ 3.400.



Comunidad Sagrada Familia

En noviembre de este mismo año, se llevó a cabo una de las actividades más emotivas: una jornada navideña en el colegio Daniel Alcides Carrión y el Instituto de Educación Inicial 102 "Corazón de Jesús". En las cuales se hizo entrega de víveres y juguetes, y se compartió un desayuno con niños y jóvenes de la zona. Además, se les brindó como sorpresa una función de cine, todo lo anterior fue donado por los colaboradores de la empresa, con un costo aproximado fue de US\$ 1.200.

La filial en Perú también realizó campañas de solidaridad para la comunidad de niños "Sagrada Familia", asociación civil benéfica sin fines de lucro, cuyo objetivo fundamental es el cuidado integral de los niños de la calle en riesgo social.

La relación con la comunidad será en 2008 uno de los ámbitos que será abordado a través de la formalización de las instancias de actualmente se desarrollan y la implementación de planes de acercamiento.

# ANEXOS



## ANEXO I. GLOSARIO

**Biodiversidad:** Variabilidad de los organismos vivos, que forman parte de todos los ecosistemas terrestres y acuáticos. Incluye la diversidad dentro de una misma especie, entre especies y entre ecosistemas.

**Cambio Climático:** Cambio del clima, atribuido -directa o indirectamente- a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables (Artículo 1, D.S. N°123/95 del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile).

**Colaboradores:** Denominación usada por Cam para referirse a su cadena de valor. No se utiliza el concepto proveedores como un agente externo, sino el de colaboradores conjuntos, la cara visible de Cam frente a los clientes.

**Comunicación de Progreso:** Política establecida en enero de 2003 por la Oficina del Pacto Mundial, según la cual los participantes deben comunicar cada año a las partes interesadas, los progresos en la aplicación de los principios del Pacto Mundial mediante informes financieros anuales, informes de sostenibilidad, otros informes públicos importantes, sitios Web u otros medios de comunicación.

**Desarrollo Sostenible:** Conjunción del crecimiento económico con un aprovechamiento racional que resguarde la conservación de los recursos naturales, para mantener o acrecentar la calidad de vida de las personas en un nivel socialmente equitativo, sin comprometer las expectativas de las futuras generaciones (Interpretación Artículo 2°, Ley N°19.300).

**Efecto invernadero:** Calentamiento de la tropósfera (capa inferior de la atmósfera) a raíz del incremento de la concentración de CO2 en la

atmósfera, lo que impide el paso de la radiación infrarroja reflejada desde la superficie terrestre.

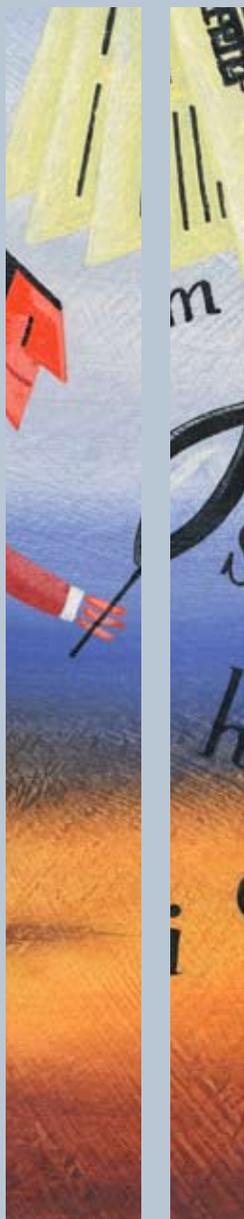
**Eficiencia energética:** La eficiencia energética no consiste en reducir el consumo energético, sino en utilizar la energía de manera más racional conforme a su condición de escasez y al carácter no renovable de algunas de sus fuentes de generación.

**Emisiones atmosféricas:** Corresponde a la descarga directa o indirecta a la atmósfera de gases o partículas por una chimenea, ducto o punto de descarga (Artículo 1, D.S. N°04/92 del Ministerio de Salud de Chile).

**Global Reporting Initiative (GRI):** Organización internacional que establece y difunde guías de aplicación voluntaria, que orientan a los usuarios respecto de los principios y contenidos para la elaboración de informes de sostenibilidad de las empresas. Estas directrices son aplicables globalmente para aquellas organizaciones que deseen informar públicamente sobre aspectos económicos, ambientales y sociales de su gestión ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

**Gobierno Corporativo:** Forma en que una empresa es conducida, tanto administrativa como legalmente, situación reflejada en las normas y prácticas internas de aplicación permanente.

**Informe de Sostenibilidad:** Denominado también como Reporte o Memoria Social o de Sostenibilidad. Es una publicación voluntaria de periodicidad generalmente anual, que da cuenta del desempeño y acciones de la empresa en las dimensiones económica, social y ambiental. Un formato aceptado internacionalmente es la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI).



**Innovación:** Proceso mediante el cual ciertos productos o procesos productivos desarrollados sobre la base de nuevos conocimientos o por combinación novedosa de conocimientos preexistentes, son introducidos eficazmente en los mercados y en la vida social.

**OHSAS 18.001:** Se denomina así en sus siglas en inglés al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional. Considera una serie de aspectos evaluables en seguridad y salud ocupacional y que dan conformidad a exigencias de nivel internacional.

**Pacto Mundial de Naciones Unidas:** El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una iniciativa de compromiso ético destinada a que las entidades de todos los países acojan como una parte integral de su estrategia y de sus operaciones, diez principios de conducta y acción en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)).

**Residuo:** Es todo material o forma de energía del que hay que deshacerse por no tener utilidad o ser ésta antieconómica.

**Residuo líquido:** Elemento no deseado, sobra o excedente de procesos o actividades no utilizables que se encuentran en fase líquida o con un contenido de humedad superior al 80%.

**Residuo sólido:** Elemento no deseado, sobra o excedente de procesos o actividades, no utilizable, que se encuentra en fase sólida o líquida en forma confinada en un envase.

**Responsabilidad social:** Referido a la forma en que las personas y las organizaciones enfrentan sus actuaciones, en orden a privilegiar

propósitos que conlleven siempre un beneficio colectivo o individual, de índole social y ambiental. También se acepta como una “visión global de los negocios que integra el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente, tanto en sus operaciones como en sus decisiones estratégicas”. En algunos países se usa este concepto como sinónimo de Desarrollo Sostenible Empresarial.

**Sistema de Gestión Ambiental:** Aquella parte del sistema global de gestión que incluye la estructura organizacional, las actividades de planificación, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, implementar, lograr, revisar y mantener la política ambiental de una organización.

**Sostenibilidad:** Se relaciona con el uso de los recursos naturales y energías de forma racional y responsable, es decir, permitiendo y potenciando su renovación y evitando la depredación al punto de llevar a la extinción un recurso natural u organismo de la flora o fauna. Significa crecer teniendo en cuenta la Responsabilidad Social con los lugares y los grupos humanos donde opera la empresa.

**Stakeholders:** Concepto en inglés para denominar a los diferentes grupos estratégicos o de interés con los que la empresa o institución se relaciona y a quienes puede afectar o impactar positiva o negativamente con la actividad y gestión del negocio. Estos públicos pueden pertenecer al ámbito público o privado

## ANEXO II.

### CONTENIDOS BÁSICOS INFORME SOSTENIBILIDAD CAM 2007

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	
<b>1</b>	<b>Estrategia y análisis</b>	
1.1	Declaración de la dirección de la empresa	Pág. 3
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Pág. 18-19
<b>2</b>	<b>Perfil de la organización</b>	
2.1	Nombre de la organización.	Pág. 7
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Pág. 8
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	Pág. 9
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Pág. 10
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas.	Pág. 9-10
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Pág. 8
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	Pág. 8,10
2.8	Dimensiones de la organización informante, incluido:• Número de empleados• Ventas netas (para organizaciones del sector privado) o• Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto (para organizaciones del sector privado)• Cantidad de productos o servicios prestados.	Pág. 29; 37-38
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	Durante 2007 No hubo cambios en estructura y propiedad
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Pág. 11-13
<b>3</b>	<b>Parámetros del reporte</b>	
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario).	Pág. 5
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	Pág. 5
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Pág. 5
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	Contratapa Informe
	<b>Alcance y cobertura del reporte</b>	
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria: materialidad, identificación de los grupos de interés, descripción sobre aplicación de las "Orientaciones para la definición del contenido de la memoria" y los principios asociados.	Pág. 5
3.6	Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores). Consulte el Protocolo sobre la Cobertura de la memoria de GRI, para más información.	Pág. 5
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	Pág. 5
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	Pág. 5

3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes.	Pág. 5
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reinterpretación de información perteneciente a memorias anteriores.	Pág. 5
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	Pág. 5
<b>Índice del contenido del GRI</b>		
3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	Anexo III
<b>Verificación</b>		
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria	Pág. 5
<b>4 Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés</b>		
<b>Gobierno</b>		
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	Pág. 23
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	Pág. 23
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Pág. 23
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Pág. 23, 41
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	Pág. 47
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Pág. 25
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	No Aplica
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	Pág. 7
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Pág. 23-27
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	Pág. 23
Compromiso con Iniciativas externas		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Pág. 26-27
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Pág. 67
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya	Pág. 67
Participación de los grupos de Interés: La siguiente sección hace referencia a los procesos de compromiso y comunicación con los grupos de interés que han sido adoptados por la organización durante el periodo que cubre la memoria.		
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Pág. 26-27
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Pág. 26-27
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	Pág. 26-27
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	Pág. 26-27

**ANEXO III.**  
**ÍNDICE INDICADORES GRI Y PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL**

**INDICADORES DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO**

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	ESTADO EN CAM	INDICADOR PACTO MUNDIAL
	DMA		Enfoque de gestión económica	Pág. 7-10, 14-19, 29	
Desempeño Económico	EC1	P	Valor económico directo generado y distribuido.	Pág. 29-31	
	EC2	P	Consecuencias financieras debido al cambio climático.	Durante 2007 no se registraron consecuencias financieras debido al cambio climático.	PM 7
	EC3	P	Cobertura de las obligaciones de la organización sobre planes de pensiones.	La mayor parte de los sistemas de apoyo en el ámbito de planes de pensiones se acogen a las reglamentaciones de cada país y se restringen a las políticas de planes de jubilación	
	EC4	P	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Pág. 31	
Presencia en el Mercado	EC5	A	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local	Pág. 40	PM 6
	EC6	P	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	No ha sido medido durante el período cubierto por el reporte. Se incorporará en un próximo informe.	
	EC7	P	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local	Pág. 38	
Impacto Económico Indirecto	EC8	P	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales,	No ha sido medido durante el período cubierto por el reporte. Se incorporará en un próximo informe.	
	EC9	A	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	No ha sido medido durante el período cubierto por el reporte. Se incorporará en un próximo informe.	

**INDICADORES DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL**

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	ESTADO EN CAM	INDICADOR PACTO GLOBAL
	DMA		Enfoque de Gestión Ambiental	Pág. 7,16, 18-21, 34, 51, 61	
Materiales	EN1	P	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Pág. 51-52	
	EN2	P	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	Pág. 51	PM 7-8
Energía	EN3	P	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Pág. 53	
	EN4	P	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Pág. 54	
	EN5	A	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	No ha sido medido durante el período cubierto por el reporte. Se incorporará en un próximo informe.	PM 7-8

	EN6	A	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas .	Pág. 54	PM 7-8-9
	EN7	A	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Pág. 54	
Agua	EN8	P	Captación total de agua por fuentes.	Pág. 55 Cam no utiliza ni tiene influencia en la captación y utilización de los diferentes recursos hídricos del país.	
	EN9	A	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Pág. 55 Cam no utiliza ni tiene influencia en la captación y utilización de los diferentes recursos hídricos del país.	
	EN10	A	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Pág. 55 Debido a que las instalaciones en cada una de las filiales utilizan agua de la red sanitaria, se hace difícil la instalación de sistemas de reciclaje.	PM 7-8
Biodiversidad	EN11	P	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No aplica	PM 7-8
	EN12	P	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No se registraron impactos significativos.	
	EN13	A	Hábitats protegidos o restaurados .	No aplica	PM 7-8
	EN14	A	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	No aplica	PM 7-8
	EN15	A	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales	Las actividades de Cam no provocan impactos ambientales significativos, ni afectan a especies en extinción.	PM 7-8
Emissiones, Vertidos y Residuos	EN16	P	Emissiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Pág. 56	PM 7-8
	EN17	P	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	No se han identificado otras emisiones indirectas significativas.	PM 7-8
	EN18	A	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Pág. 56-57 En Cam las iniciativas para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero está asociado al control de sobre las fuentes de emisión, en éste caso automóviles.	PM 7-8
	EN19	P	Emissiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	Pág. 57 Cam no utiliza ni genera sustancias destructoras de la capa de ozono en su proceso de distribución de energía.	PM 7-8
	EN20	P	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	Cam no genera NOx, SOx u otras emisiones significativas al aire.	PM 7-8
	EN21	P	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Pág. 57 Cam sólo realiza vertimientos de aguas sanitarias.	PM 7-8
	EN22	P	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Pág. 57-58	PM 7-8
	EN23	P	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Pág. 59	PM 7-8
	EN24	A	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea.	Cam no ha realizado exportación de residuos peligrosos.	PM 7-8
	EN25	A	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante .	Cam no realiza ningún tipo de vertidos de aguas.	PM 7-8

Productos y Servicios	EN26	P	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto	Pág. 59	PM 7-8
	EN27	P	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	Las ventas de Cam corresponden a materiales y servicios. Durante 2007, no se registró este indicador.	PM 7-8
Cumplimiento Normativo	EN28	P	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Cam no registra multas ni sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental	PM 7-8
Transporte	EN29	A	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades	Pág. 59 En Cam la medición de los impactos ambientales del transporte de productos y otros bienes y materiales está asociado a la matriz de impactos desarrollada en cada filial como parte de la implementación de la normativa ISO 14001	PM 7-8
General	EN30	A	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	No ha sido medido en el período de cobertura del Informe. Se incorporará en un próximo reporte.	PM 7-8

**INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO**

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	ESTADO EN CAM	INDICADOR PACTO GLOBAL
	DMA		Información sobre el Enfoque de Gestión	Pág. 7, 15-21, 37, 45-49	
Empleo	LA1	P	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Pág. 37	
	LA2	P	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Pág. 37-39; Anexo IV	
	LA3	A	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Pág. 40, 41; anexo pág. 67	
Relación Empresa Trabajadores	LA4	P	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Pág. 41	PM3
	LA5	P	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Pág. 41 Cam cumple estrictamente lo establecido en la legislación vigente en esta materia, fortaleciendo la comunicación fluida con los sindicatos para tratar estas temáticas, sin perjuicio de que no se consignan estos períodos mínimos de preavisos en lo Convenios Colectivos y Contratos Individuales.	
	PM3				
Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	A	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	Pág. 41	PM3
	LA7	A	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Pág. 43-44	
	LA8	P	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	Pág. 43-45	

	LA9	P	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Los planes de salud y seguridad detallados en pág. 43,44 y 45 cubren a todos los empleados de la empresa, sin perjuicio de que muchos de estos están formalizados en los convenios colectivos con sindicatos.	PM3
Formación y Educación	LA10	P	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Pág. 46-47; Anexo IV	
	LA11	A	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Pág. 45-47	
	LA12	A	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Pág. 47	
Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	P	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Pág. 37-39; Anexo IV	PM6
	LA14	P	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Pág. 39-40	PM6

#### INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	ESTADO EN CAM	INDICADOR PACTO GLOBAL
	DMA		Información sobre el enfoque de la dirección	Pág. 7-10, 15-21, 23-27, 48	
Prácticas de Inversión y Avastecimiento	HR1	P	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	La ley vigente en el país contempla y está por sobre la media mundial en cuanto a cláusulas de DD.HH. y la empresa cumple rigurosamente con la normativa legal.	PM 1-2
	HR2	P	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	Pág. 48-49	PM 1-2
	HR3	A	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Pág. 48; No se registra número de horas en este aspecto particular, pero está incluido en el proceso de inducción a trabajadores nuevos.	PM 1-2
No Discriminación	HR4	P	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Pág. 48; Durante el período cubierto por el reporte no existió ningún incidente de discriminación.	PM 1-2-6
Libertad de Asociación y Convenio Colectivo	HR5	P	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Pág. 41; No se han identificado actividades en que la libertad de asociación pueda correr riesgo.	PM 1-2-3
Explotación Infantil	HR6	P	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Pág. 48; La ley vigente en el país contempla y está por sobre la media mundial en cuanto a cláusulas de DD.HH. En la empresa no existen menores de edad en situación laboral fuera de la ley.	PM 1-2-5

Trabajos Forzados	HR7	P	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Pág. 48; La ley vigente en el país contempla y está por sobre la media mundial en cuanto a cláusulas de DD.HH. Durante el período del reporte no existió ningún episodio de trabajo forzado.	PM 1-2-4
Prácticas de Seguridad	HR8	A	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Pág. 48; La ley vigente en el país contempla y está por sobre la media mundial en cuanto a cláusulas de DD.HH. Todo el personal de seguridad recibe formación básica que contempla el respeto a los DD.HH de las personas.	PM 1-2
Derechos de los Indígenas	HR9	A	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No existen incidentes de tal naturaleza en la empresa.	PM 1-2-6

**INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE SOCIEDAD**

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	ESTADO EN CAM	INDICADOR PACTO GLOBAL
	DMA		Información sobre el enfoque de gestión	Pág. 7, 15-21, 27, 67	
Comunidad	SO1	P	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	Pág. 67	PM 2
Corrupción	SO2	P	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Pág. 25	PM 10
	SO3	P	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Pág. 25, 48	PM 10
	SO4	P	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Pág. 25, 48	PM 10
Política Pública	SO5	P	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Durante el período cubierto por el reporte, no se registran acciones de esta naturaleza.	PM 1- 10
	SO6	A	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Pág. 25; Como empresa, Cam no genera ningún tipo de aportaciones financieras o en especies a partidos o instituciones políticas.	PM 1- 10
Comportamiento de Competencia Desleal	SO7	A	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Durante el período cubierto por el reporte, no se registran acciones de esta naturaleza.	PM 1- 10

Cumplimiento Normativo	SO8	P	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones .	Durante el período 2007 no se registran sanciones ni multas significativas derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones.	PM 1- 10
------------------------	-----	---	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------

**INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS**

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	ESTADO EN CAM	INDICADOR PACTO GLOBAL
	DMA		Información sobre el enfoque de la dirección	Pág. 7, 15-21, 22-27, 33-34, 61-65	
Salud y Seguridad del Cliente	PR1	P	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Pág 59 En Cam la medición de los impactos ambientales del transporte de productos y otros bienes y materiales está asociado a la matriz de impactos desarrollada en cada filial como parte de la implementación de la normativa ISO 14001	PM 8
	PR2	A	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Cam no presenta incidentes referente a impactos en la seguridad y salud del cliente durante el período cubierto por el reporte de sostenibilidad.	PM 2 - 10
Etiquetado de Productos y Servicios	PR3	P	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Pág. 35	PM 2 - 10
	PR4	A	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes .	Pág. 35 La empresa no registra incumplimientos de la regulación y códigos voluntarios referente a entrega de información sobre sus productos y servicios.	PM 2- 10
	PR5	A	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Pág. 34-35	PM 2
Comunicaciones de Marketing	PR6	P	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios	Respecto de las normas éticas y regulación en publicidad, comunicaciones y otras actividades promocionales o de patrocinio, Cam respeta y se acoge a los códigos y normativas existentes en cada país en que se encuentra presente.	PM 2 - 10
	PR7	A	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Cam no ha recibido sanciones legales, multas o amonestaciones por parte de ningún grupo de interés por incumplimiento de las regulaciones referente a comunicaciones, publicidad y marketing.	PM 2 - 10
Privacidad del Cliente	PR8	A	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes .	La empresa no ha recibido reclamaciones por violación de la privacidad o fuga de datos personales de sus clientes.	PM 2 - 10
Cumplimiento Normativo	PR9	P	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Cam no registra multas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y uso de productos y servicios.	PM 2 - 10

## ANEXO IV.

### INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA CAPÍTULO NUESTRA GENTE.

#### LA2:

##### DISTRIBUCIÓN ETÁREA DE LA FUERZA LABORAL POR FILIAL

	RANGO	2005	2006	2007
CHILE	Menor de 30 años	87	53	110
	Entre 30 y 50 años	308	239	293
	Mayor de 50 años	50	44	56
	<b>Total</b>	<b>445</b>	<b>336</b>	<b>459</b>
ARGENTINA	Menor de 30 años	22	18	13
	Entre 30 y 50 años	33	27	37
	Mayor de 50 años	9	10	15
	<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>55</b>	<b>65</b>
BRASIL	Menor de 30 años	376	125	101
	Entre 30 y 50 años	287	155	113
	Mayor de 50 años	20	11	17
	<b>Total</b>	<b>683</b>	<b>291</b>	<b>231</b>
COLOMBIA	Menor de 30 años	76	80	103
	Entre 30 y 50 años	116	121	120
	Mayor de 50 años	4	4	6
	<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>205</b>	<b>229</b>
PERÚ	Menor de 30 años	24	19	35
	Entre 30 y 50 años	175	163	157
	Mayor de 50 años	22	32	31
	<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>214</b>	<b>223</b>
CONSOLIDADO	Menor de 30 años	585	295	362
	Entre 30 y 50 años	919	705	720
	Mayor de 50 años	105	101	125
	<b>Total</b>	<b>1609</b>	<b>1101</b>	<b>1207</b>

#### LA2:

##### PLANTILLA DE TRABAJADORES POR SEXO POR FILIAL

PAÍS	GÉNERO	2005		2006		2007	
		CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
CHILE	Femenino	53	12%	48	14%	79	17%
	Masculino	392	88%	288	86%	380	83%
ARGENTINA	Femenino	6	9%	4	7%	9	2%
	Masculino	58	91%	51	93%	56	98%
BRASIL	Femenino	46	7%	37	13%	41	18%
	Masculino	637	93%	254	87%	190	82%
COLOMBIA	Femenino	49	25%	52	25%	60	26%
	Masculino	147	75%	153	75%	169	74%
PERÚ	Femenino	38	17%	34	16%	39	17%
	Masculino	183	83%	180	84%	184	83%
CONSOLIDADO	Femenino	192	12%	175	16%	228	19%
	Masculino	1417	88%	926	84%	979	81%

#### LA10:

##### HORAS DE CAPACITACIÓN POR TRABAJADOR POR FILIAL

	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	COLOMBIA	PERÚ
2005	1,6	-	85,5	4,5	39,8
2006	1,0	144,9	76,2	16,4	51,6
2007	2,1	188,9	84,2	43,5	47,4

## ANEXO V. EN CAM NOS INTERESA SU OPINIÓN, ELLA NOS AYUDA A MEJORAR.

### LO INVITAMOS A DIALOGAR...

Cam ha diseñado una estrategia de crecimiento rigurosa para los próximos años, con evidente acento en materia económica y financiera, pero al mismo tiempo, sin descuidar los aspectos sociales y medioambientales. Sabemos que las empresas son parte importante de la sociedad y que no podemos gestionar nuestro crecimiento sin considerar el desarrollo de nuestro entorno y de nuestros principales públicos de interés.

Por eso, hemos elegido como instrumento para comunicar nuestras acciones de Responsabilidad Social, este Informe de Sostenibilidad basado en la metodología internacional del GRI. A través de él, queremos dar cuenta de nuestras acciones de manera equilibrada, verificable, comparable y transparente en materia económica, social y ambiental.

Nos comprometemos a seguir reportando nuestro desempeño todos los años, pero para mejorar y dar cuenta de los temas que son importantes para nuestros públicos, necesitamos de su opinión y comentarios. Lo invitamos a responder el siguiente cuestionario de retroalimentación y remitirlo por correo postal en las siguientes direcciones según el país en que usted se encuentre, o bien descargarlo de nuestra página Web [www.cam-la.com](http://www.cam-la.com) en el apartado de sostenibilidad, y enviarlo por e-mail a la dirección [sostenibilidad@cam.enersis.cl](mailto:sostenibilidad@cam.enersis.cl).

## CUESTIONARIO DE RETROALIMENTACIÓN AL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD DE CAM 2007

### 1. ¿A QUÉ PÚBLICO DE INTERÉS DE CAM PERTENECE USTED?

- Accionista
- Empleados
- Cliente
- Proveedor / contratista
- Comunidad cercana a las oficinas u operaciones
- Gobierno regional / local
- Organización no gubernamental
- Medio de comunicación
- Académico / Estudiante
- Otro. Indicar:.....

### 2. DE LOS SIGUIENTES CAPÍTULOOS CONTENIDOS EN EL INFORME DE SOSTENIBILIDAD DE CAM.

Por favor califique de 1 a 5 cada uno de ellos, siendo 1: Nada de Importante y 5: Muy Importante.

#### PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- Mensaje del Gerente General
- Alcance del Informe de Sostenibilidad
- Nuestra Empresa
- Cam y su compromiso con el Desarrollo Sostenible

### CUMPLIMIENTO CON LOS SIETE COMPROMISOS DE CAM

- Nuestra Conducta: Compromiso con el Buen Gobierno y el Comportamiento Ético
- Nuestros Accionistas: Compromiso con la Creación de Valor y la Rentabilidad
- Nuestra Gente: Compromiso con Nuestros Trabajadores, Proveedores y Contratistas
- Nuestros Clientes: Compromiso la Calidad de Servicio
- Innovación y Eficiencia Energética: Compromiso de Realizar Nuevas y Mejores ideas
- Nuestro Medio Ambiente: Compromiso con la Protección del Entorno
- La Sociedad: Compromiso con el Desarrollo de las Sociedades en las que Operamos

### ANEXOS

- Glosario
- Índice Global Reporting Initiative

### 3. DESDE SU PUNTO DE VISTA, ¿CUÁLES SON LOS TEMAS MÁS IMPORTANTES QUE DEBERÍA COMUNICAR NUESTRO PRÓXIMO INFORME DE SOSTENIBILIDAD CAM?

Por favor, califique cada uno de los siguientes temas del 1 al 5, siendo 1: Nada de Importante y 5: Muy importante.

- Impacto económico
- Relación con los proveedores y contratistas
- Relación con los trabajadores
- Relación con las comunidades vecinas
- Capacitación y educación

- Inversiones y proyectos que beneficien a la sociedad y al medio ambiente
- Beneficios para los trabajadores
- Biodiversidad
- Diversidad e igualdad de oportunidades
- Uso de la energía
- Uso del agua y aguas residuales
- Relación con los clientes
- Gases de efecto invernadero
- Salud y seguridad del consumidor
- Administración de desechos
- Derechos humanos
- Impacto medioambiental de los productos
- Relación con el gobierno
- Campañas y Proyectos de reciclaje
- Otro, especificar:.....

### 4. DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS PRESENTADAS, por favor, califique el Informe de Sostenibilidad de Cam 2007 del 1 al 5, donde 1: Muy malo y 5: Muy Bueno.

- Presentación y diseño
- Organización y distribución de datos
- Información clara, ordenada y fácil de entender
- Extensión o cantidad de información
- Utilidad de la información, satisface las expectativas
- Credibilidad y confiabilidad de la información comunicada



## COLABORARON CON ESTE INFORME:

- Omar Aramayo
- Juan Pablo Arriagada
- Carlos Barrera
- Diego Bruno
- Joselyn Bustes
- Maximiliano Cáceres
- Pedro Carrizo
- Juan Francisco da Fonseca
- Luis Duarte
- Juan Andrés Escobar
- Juan Pablo Escobar
- Sergio Espinoza
- Rafael Ferrer
- Mario Garrido
- Javier González
- René Jara
- Denise Leiva
- Ricardo López
- José L. Mompó
- Aline Nunes de Castro
- Verónica Orellana
- Clara Inés Osorio
- Martha Parada
- Tereza Cristina Pérez
- Plutarco Pinto
- Francisca Piñeiro
- Yasna Pizarro
- Rubén Postel
- Pablo Pradines
- Diana Prieto
- Raúl Puente
- Olga Rocio Lagos
- Fabiane do Rocio Lazarotti
- Jeannette Ruiz
- Elizabeth Salinas
- Ingrid Sano
- Kleber Santiago
- Vanessa Sola
- Daniel Strizinec
- Jaime Tartari
- Sergio Torres
- Oscar Vásquez
- Julio Vera
- Centro Vincular Responsabilidad Social Empresarial de la PUCV
- Klaus Winkler S.
- Cristian Zamorano

## PUNTO DE CONTACTO PARA TEMAS RELACIONADOS AL INFORME

Este informe ha sido elaborado para conocimiento y difusión a todas las partes interesadas. Las empresas, organizaciones o personas interesadas en obtener más información pueden enviar sus opiniones a [sostenibilidad@cam.enersis.cl](mailto:sostenibilidad@cam.enersis.cl) o contactarse con:

**PEDRO CARRIZO POLANCO**  
**Gerente Regional de Planificación y Medios**  
**Cam**

Tarapacá 934  
Santiago de Chile  
Telefono: (56-2) 389 7300

**ARGENTINA**

**BUENOS AIRES**

Av. Vélez Sarsfield 1160 C1285  
AAN  
Teléfonos: (54-11) 4302 2951/58  
Fax: (54-11) 4301 1177  
info@camarg.com.ar

**BRASIL**

**RÍO DE JANEIRO**

Av. José Mendonça de Campos,  
680 Colubandê  
São Gonçalo - RJ CEP: 24450-700  
Teléfono: (55-21) 2702 8000  
Fax: (55-21) 2702 8149  
linhadireta@cambr.com.br

**CEARÁ**

Av. Eusébio de Queiroz, 3494.  
Centro Eusébio -  
CE CEP: 60760-000  
Teléfono/Fax: (55-85) 3260 6400

**CHILE**

**SANTIAGO**

Edificio Corporativo: Tarapacá 934  
Teléfono: (56-2) 389 7300  
Fax: (56-2) 389 7342  
cam@cam.enersis.cl  
Sala de Ventas: Cueto 1317  
Teléfono: (56-2) 389 7778  
ventas@cam.enersis.cl

**ANTOFAGASTA**

Av. Matta 1839. Edificio Obelisco,  
oficina 1501.  
Teléfonos: (56-55) 498 373 /  
495 092  
antofagasta@cam.enersis.cl

**COLOMBIA**

**BOGOTÁ DC**

Av. 68 N° 5-21  
Teléfono: (57-1) 417 3000  
Servicio Cliente: (57-1) 417 3099  
Línea Nacional: 018000 110147  
Fax: (57-1) 262 7088  
cam@cam.com.co

**PERU**

**LIMA**

Calle Teniente César López 271,  
Maringa, Lima  
Teléfonos: (51 - 1) 561 0461  
Fax: (51-1) 561 0463  
cam@camperu.com.pe

