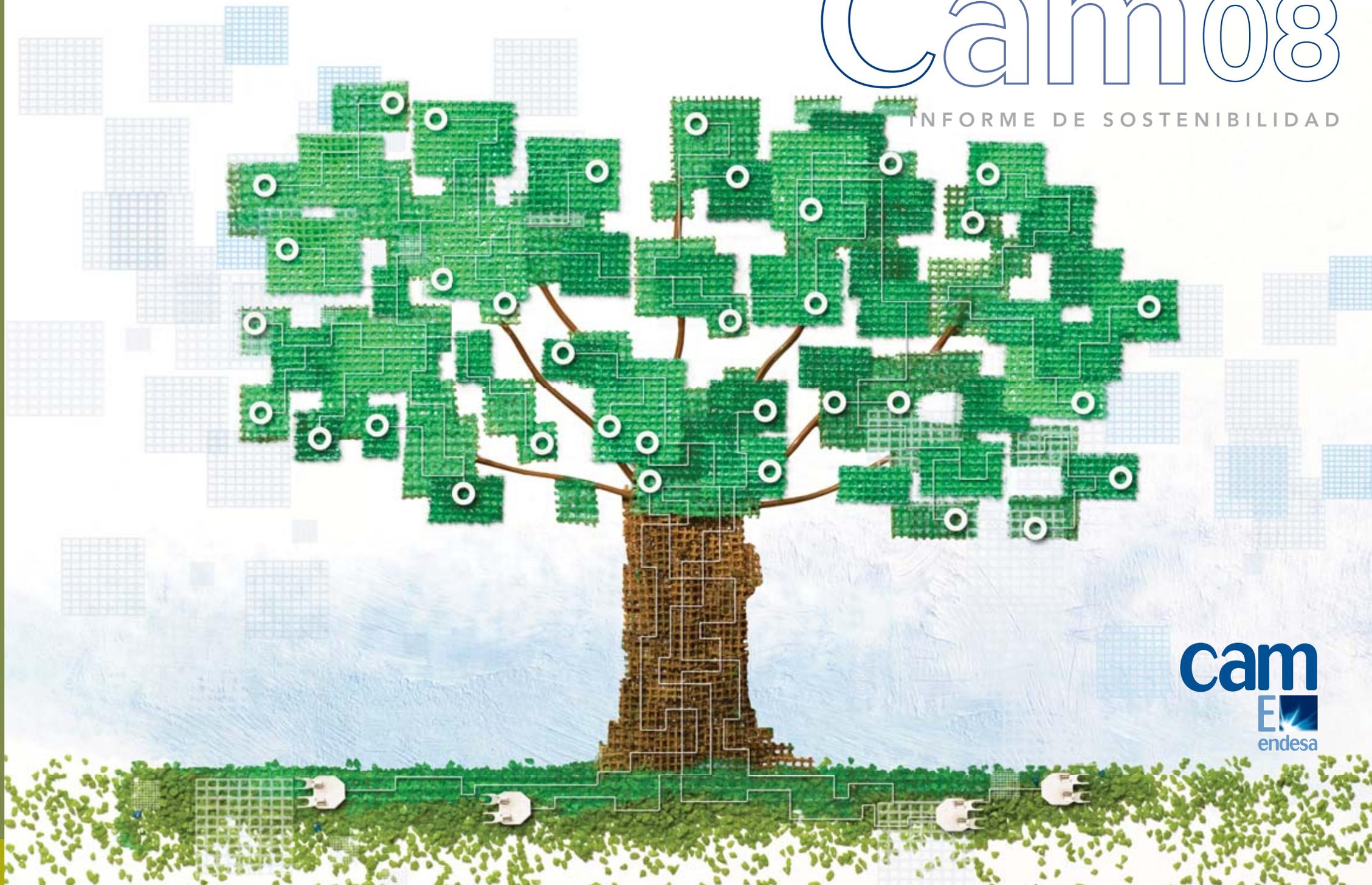


# Cam08

INFORME DE SOSTENIBILIDAD



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 SU RETROALIMENTACIÓN Y RATIFICACIÓN EN EL NIVEL DE APLICACIÓN “A”



### 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.	

# [ Índice ]

<b>02</b>	<b>MENSAJE PRESIDENTE Y GERENTE GENERAL</b>	<b>72</b>	<b>ANEXOS</b>
<b>04</b>	<b>ALCANCE Y COBERTURA DEL INFORME</b>	<b>73</b>	ANEXO I GLOSARIO
<b>06</b>	<b>NUESTRA EMPRESA</b>	<b>75</b>	ANEXO II CONTENIDOS BÁSICOS DEL INFORME DE SOSTENIBILIDAD CAM 2008
<b>14</b>	<b>COMPROMISOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE</b>	<b>77</b>	ANEXO III ÍNDICE INDICADORES GRI Y PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
20	COMPROMISO I EFICIENCIA ENERGÉTICA E INNOVACIÓN	<b>83</b>	ANEXO IV CUESTIONARIO
30	COMPROMISO II NUESTROS CLIENTES		
38	COMPROMISO III NUESTRO MEDIO AMBIENTE		
46	COMPROMISO IV NUESTRA GENTE		
58	COMPROMISO V NUESTRA CONDUCTA		
64	COMPROMISO VI NUESTROS ACCIONISTAS		
68	COMPROMISO VII LA SOCIEDAD		

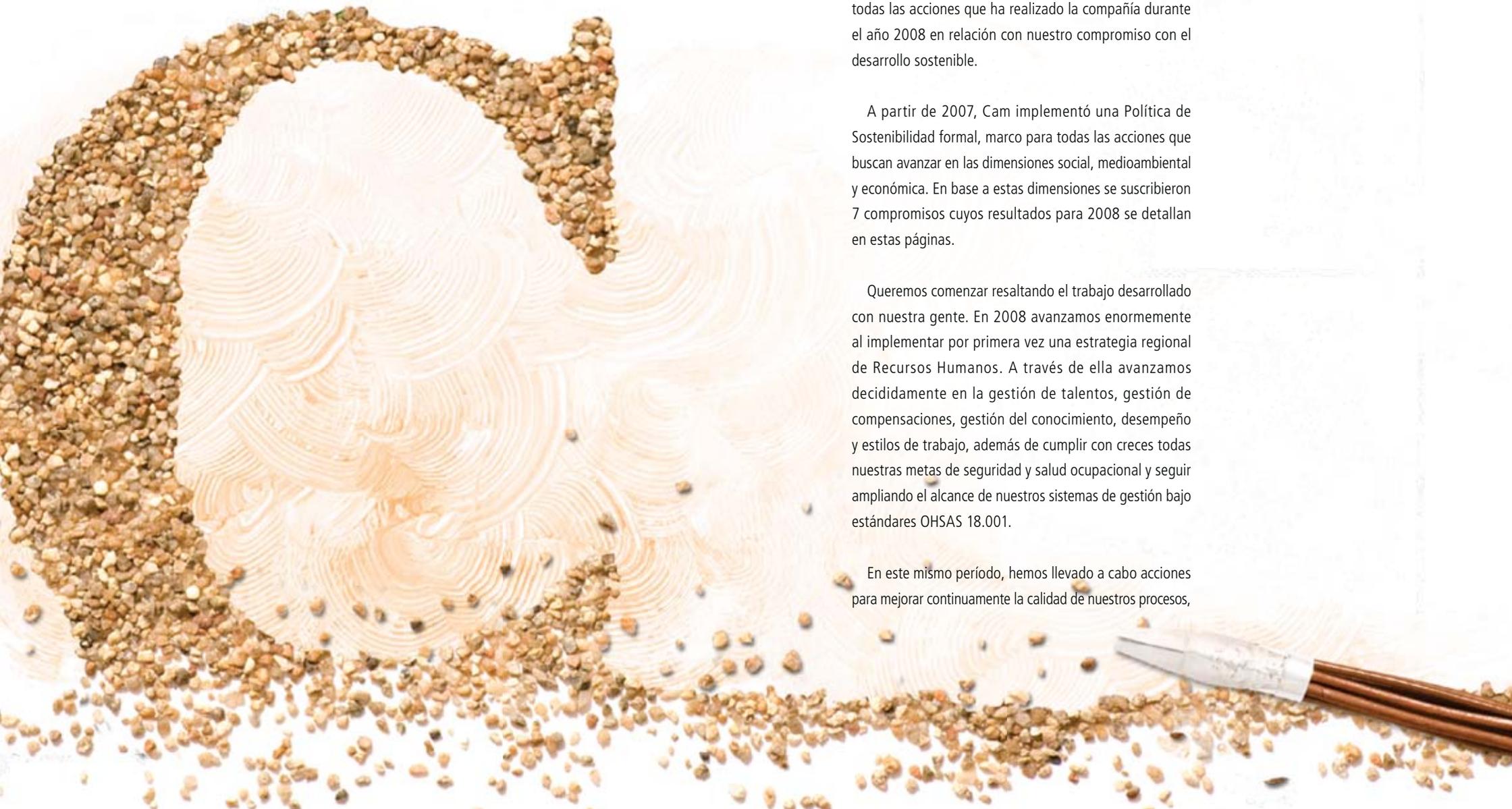
## CARTA DEL PRESIDENTE Y GERENTE GENERAL

Tenemos el agrado de hacer entrega del Segundo Informe de Sostenibilidad de Cam, a través del cual compartimos todas las acciones que ha realizado la compañía durante el año 2008 en relación con nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

A partir de 2007, Cam implementó una Política de Sostenibilidad formal, marco para todas las acciones que buscan avanzar en las dimensiones social, medioambiental y económica. En base a estas dimensiones se suscribieron 7 compromisos cuyos resultados para 2008 se detallan en estas páginas.

Queremos comenzar resaltando el trabajo desarrollado con nuestra gente. En 2008 avanzamos enormemente al implementar por primera vez una estrategia regional de Recursos Humanos. A través de ella avanzamos decididamente en la gestión de talentos, gestión de compensaciones, gestión del conocimiento, desempeño y estilos de trabajo, además de cumplir con creces todas nuestras metas de seguridad y salud ocupacional y seguir ampliando el alcance de nuestros sistemas de gestión bajo estándares OHSAS 18.001.

En este mismo período, hemos llevado a cabo acciones para mejorar continuamente la calidad de nuestros procesos,



servicios y productos como parte de nuestro compromiso con Nuestros Clientes. Ejemplos de ello ha sido la participación en el Premio Nacional de la Calidad en Chile, el desarrollo de concursos internos de mejora continua, el aseguramiento de estándares ISO 9.001 y la difusión de buenas prácticas. Junto con estas iniciativas, también nos hemos abocado a fortalecer los vínculos a través de actividades sistemáticas de acercamiento mediante encuentros deportivos y grupales, como torneos de fútbol y golf, entre otros. Todas estas acciones en su conjunto nos han permitido incrementar el nivel de satisfacción percibido respecto de nuestros servicios y productos.

Este año también hemos desarrollado diversas iniciativas de acercamiento con Nuestra Comunidad en todas las filiales, que podremos compartir durante el desarrollo del informe. Quisiéramos destacar nuestra participación a través de la filial Chile en el Proyecto Prejal, iniciativa de la OIT para la promoción de empleos juveniles. Ello nos ha permitido recibir alumnos de colegios técnicos durante el desarrollo de su práctica laboral en las instalaciones de la empresa, con quienes hemos podido compartir no tan sólo aspectos técnicos, sino que también elementos que les serán de utilidad en su vida laboral, como son el derecho laboral, técnicas de entrevista, gestión de la calidad, entre otros.

En la dimensión medioambiental, Cam continuó trabajando en aplicar y ampliar el alcance de su Sistema de Gestión Ambiental, basado en los estándares de la norma internacional ISO 14.001, pues entendemos que su desarrollo agrega valor a nuestros clientes, a las comunidades donde realizamos nuestras operaciones y a la sociedad en

general. En este ámbito estamos muy orgullosos de haber realizado iniciativas de eficiencia y ahorro energético en las instalaciones de Brasil, Chile y Perú. En Chile y Colombia se realizaron campañas de ahorro de agua y en Argentina se trabajó en el área del reciclaje y separación de residuos.

Esa pasión por la eficiencia también la trasladamos a nuestros clientes desarrollando y adaptando nuevos productos y servicios para la gestión eficiente de la energía. Protagonista de ello, en conjunto con nuestras filiales, es el Centro de Innovación Tecnológica de Cam (CIT), que ha innovado históricamente en este ámbito y lo seguirá haciendo en el futuro. En este marco, la empresa desarrolló una importante campaña para impulsar el uso de la electricidad en el transporte urbano, específicamente con la presentación del auto eléctrico Reva-i, que tiene entre sus grandes ventajas no generar emisiones y ser altamente eficiente en su consumo de energía.

También avanzamos en el ámbito económico, donde crecimos en la incorporación de nuevos clientes en un 60% respecto de 2007. Junto con ello, penetramos en nuevos mercados, como el ecuatoriano a través de nuestra filial en Perú y abrimos nuevas oficinas comerciales en regiones de Chile y Colombia. Así, la generación de nuevos negocios alcanzó los M\$ 56.934 en 2008.

En transparencia y probidad, y si bien Cam es una compañía de responsabilidad limitada, en 2008 publicamos nuestra primera Memoria Financiera e Informe de Sostenibilidad, respecto de las actividades desarrolladas en 2007. Además creamos el Área Regional de Control Interno

Preventivo y desarrollamos un modelo de control preventivo, entre otros.

Al cerrar esta carta, no podemos dejar de mencionar los desafíos que vivimos fruto de la fuerte crisis económica global. Ello implicará redoblar esfuerzos y seguramente algunos sacrificios, no obstante, reiteramos nuestro mayor compromiso con un desarrollo económico, social y ambiental equilibrado y nuestra adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y sus Principios.

Dejamos con ustedes este informe, que esperamos sea un potente canal de diálogo y herramienta de comunicación. Estaremos encantados de recibir sus opiniones sobre el presente documento, pues ello nos permitirá seguir mejorando.



**CRISTÓBAL SÁNCHEZ R.**  
 PRESIDENTE  
 CAM



**KLAUS WINKLER S.**  
 GERENTE GENERAL CORPORATIVO  
 CAM

## ALCANCE Y COBERTURA DEL INFORME



El primer Informe de Sostenibilidad de Cam correspondió al año 2007 y se alineó con la metodología e indicadores de la Iniciativa de Reportes Globales o Global Reporting Initiative (GRI-3) en su tercera versión.

El GRI es una organización internacional multistakeholders que nace en 1997 con el propósito de cautelar la calidad, el rigor y utilidad de los informes de sostenibilidad, para lo cual generó la Guía GRI.

El presente informe da cuenta de las acciones, proyectos y programas que la empresa ha realizado en las dimensiones económica, social y ambiental, durante el período comprendido entre el 01 de enero y el 31 de diciembre de 2008.

Este documento, publicación periódica y voluntaria, es un instrumento que permite generar nuevas instancias de diálogo con los públicos de interés de la empresa, 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 la definición del Principio GRI-3 de materialidad o relevancia y su inclusión se realizó sobre la base de tres aspectos:

- 1.- Realización de un análisis de informes de empresas en el área de servicios eléctricos y otras compañías comprometidas con el desarrollo sostenible.
- 2.- Consideración de las opiniones y temas relevantes para los públicos de interés de la empresa, obtenidos mediante los distintos canales de diálogo que tiene Cam.
- 3.- Aplicación y consideración de los indicadores y programas que son significados como relevantes para desarrollo de la estrategia de la empresa.

### PRINCIPIOS DE CONTENIDO Y CALIDAD

El equipo encargado en el levantamiento de los indicadores aplicó cuidadosamente los Principios de Contenido y Calidad del GRI-3, que permiten asegurar la Ruta Crítica del presente informe.

Asimismo, respondiendo a los principios de verificación y precisión, todas las áreas que participaron en el levantamiento de los datos cuantitativos hicieron su mejor esfuerzo, para incorporar datos de 3 períodos anteriores.

### LÍMITE Y COBERTURA DEL INFORME

Se estableció como límite y cobertura del presente informe, los aspectos y procesos desarrollados durante

el año 2008 en las filiales de Cam en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú.

### TÉCNICAS DE MEDICIÓN Y BASES DE CÁLCULO

Al igual que el informe del año anterior, los datos y cálculos técnicos efectuados para cada indicador cuantitativo en el desempeño económico, ambiental y social están basados en procedimientos reconocidos por la normativa nacional y alineados 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 el anexo III.

### VERIFICACIÓN EXTERNA DEL INFORME

Cam decidió no aplicar un sistema de verificación externa de terceras partes. Sin embargo, la empresa optó por enviar el informe directamente al GRI con sede en Holanda para la validación del Nivel de Aplicación, obteniendo como retroalimentación la ratificación del Nivel "A" y el sello respectivo. Al mismo tiempo la compañía envió el ejemplar final digitalizado tanto al GRI como al Pacto Mundial, para su incorporación a los respectivos sitios web institucionales.



## NUESTRA EMPRESA



## I.- PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Cam es una Sociedad de Responsabilidad Limitada, propiedad de Enersis S.A., a su vez filial de la multinacional eléctrica Endesa, una de las cinco más grandes en su rubro en el mundo.

Es una empresa líder en la creación de soluciones eléctricas integrales para compañías latinoamericanas con uso intensivo de energía.

Está presente con sus productos y servicios en todo el ciclo energético, desde la provisión y logística de materiales, hasta la construcción y puesta en marcha de obras eléctricas, incluyendo la certificación de equipos y la medición de los consumos asociados.

Su trayectoria de más de 20 años de operación, en rubros tan disímiles como la minería, construcción, generación y distribución eléctrica, le permiten transferir su experiencia, innovación y calidad a todos sus proyectos, optimizando los procesos y asegurando la rentabilidad de éstos.

De este modo, Cam está presente en la mayor parte de las actividades donde la electricidad es protagonista a través de sus cinco filiales en Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú

Su red de alianzas estratégicas con empresas y organizaciones de primer nivel mundial, fortalecen la

entrega de productos y servicios, asegurando una alta calidad y precios competitivos.

Cam cuenta con procesos acreditados bajo normas internacionales, lo que garantiza transparencia y neutralidad con los diferentes actores que intervienen en el mercado de la energía eléctrica. Dentro de las certificaciones que posee se encuentran la ISO 9.001, ISO 14.001, OHSAS 18.001, ISO 17.025, cuyo alcance se amplía progresivamente.

La empresa posee tres líneas de negocio complementarias entre sí, que permiten dar respuesta a diversos requerimientos, destacándose la construcción y montaje de obras eléctricas, sistemas de medición y certificación de equipos, venta y logística de materiales eléctricos y consultoría e implementación de soluciones de eficiencia energética.

### VISIÓN

La visión de Cam es “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 premia 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 Enersis y de Endesa, procurando lograr un ambiente de trabajo grato y propicio para la creatividad.

### ESTRATEGIA

Para alcanzar la visión, Cam ha definido la siguiente estrategia:

“Crear valor con Excelencia Operacional y Crecimiento, basándonos en la innovación y en la generación de nuevos negocios, contando para ello con las mejores Personas”.



A partir de esta estrategia, se establecen los siguientes pilares que la sustentan:



## VALORES

- **Personas:** Asegurar las oportunidades de desarrollo sobre la base del mérito y el aporte profesional.
- **Seguridad y Salud:** Nos comprometemos decididamente con la seguridad y salud laboral, promoviendo una cultura de prevención.
- **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, tratando de superar las expectativas de nuestros accionistas.
- **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.

## 20 AÑOS INNOVANDO EN ENERGÍA

Cam es el producto de la potenciación de distintas áreas de algunas empresas distribuidoras y fusiones entre compañías pertenecientes al grupo Enersis, y sus raíces concretas se remontan a la sociedad Distribuidora de Productos Eléctricos S. A., (Diprel S.A.), empresa que se constituyó el 16 de noviembre de 1988, con el objeto de orientar la gestión empresarial en el área de servicios eléctricos.

La actual estructura de Cam proviene en gran parte de diversos servicios eléctricos que se prestaban desde entonces, de los cuales uno de los más importantes era la calibración y reparación de medidores. El laboratorio y taller que tenían a su cargo dichas funciones fueron el antecedente más directo de la creación y desarrollo de productos de punta para el ámbito eléctrico.

La llegada de nuevos profesionales y técnicos permitieron un cambio radical en la cultura de trabajo, con lo que se plantearon nuevos objetivos de gran envergadura, sentándose las bases de lo que han sido los valores que hasta el día de hoy caracterizan a Cam.

Esto permitió alcanzar verdaderos hitos a nivel nacional y latinoamericano que pusieron a prueba las capacidades de la empresa. Tal fue el caso del primer medidor electrónico, tarea de por sí sumamente compleja y que requería alcanzar las capacidades de compañías multinacionales. No sólo tuvo éxito en su desarrollo y producción, sino que con el tiempo la fabricación de medidores abrió la oportunidad de generar sólidas alianzas con empresas de avanzada en China.

El 9 de octubre de 2001, Diprel S.A. se transforma en una sociedad de responsabilidad limitada y surge con el nombre de Compañía Americana de Multiservicios Limitada, para luego en febrero de 2002 fusionarse por absorción 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.

Pero previo a ello, la empresa había pasado por un importante período de consolidación y crecimiento, que vino de la mano de una ampliación de operaciones a nivel latinoamericano. En el año 2000 se abrieron filiales en Colombia, Perú y Argentina. En 2001 Cam llega a Brasil, logrando así la estructura de filiales que posee actualmente y que ha buscado poner al servicio de cada mercado la misma

calidad técnica, conocimiento especializado de punta y productos y servicios innovadores en el mundo eléctrico.

El nuevo milenio llegó con nuevos e importantes retos. Junto con consolidarse definitivamente como Cam, la empresa asumió los desafíos de seguir creciendo. De la mano de una nueva administración, arribada en octubre de 2006, se planteó el reto de llegar a nuevos mercados y nuevos clientes, para lo cual era imprescindible hacer ajustes en la organización. De este modo se delimitaron con

claramente tres líneas de negocio: Medición y Certificación; Comercialización y Logística; y Obras Eléctricas. Además, se planteó un ambicioso plan estratégico, el cual incluyó de modo primordial crecer hacia sectores como la minería, la construcción y otras empresas distribuidoras y generadoras. Para ello, Cam se ha propuesto ser una empresa volcada al cliente, sus necesidades y requerimientos.

De este modo, Cam asume el desafío de plasmar su visión de convertirse en "un referente en soluciones eléctricas integrales, innovadoras y con altos estándares de calidad, para grandes y medianas empresas latinoamericanas".

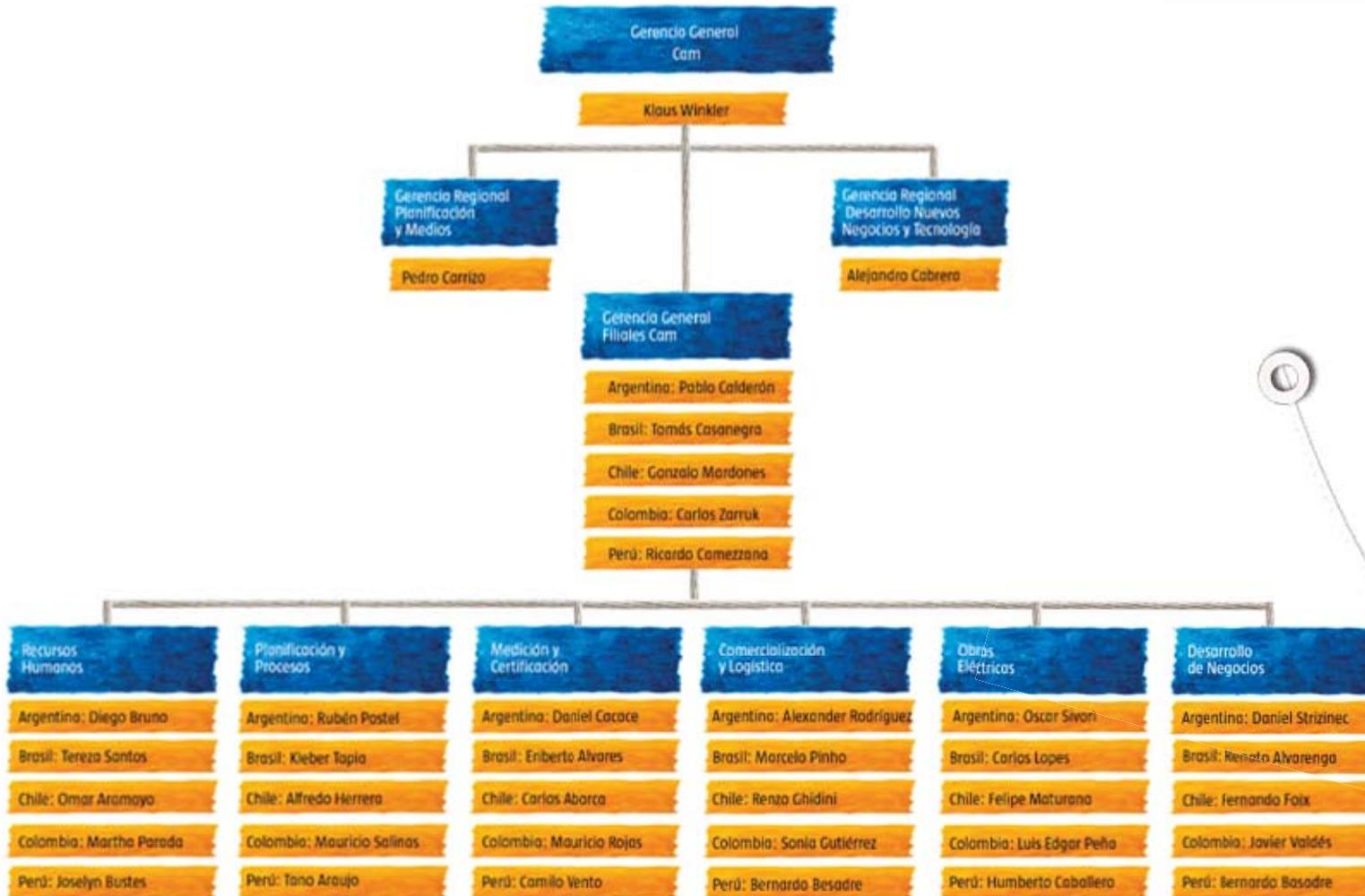
## PROPIEDAD Y DEPENDENCIA

Cam es una sociedad de responsabilidad limitada, perteneciente al Grupo Enersis, propietaria íntegra de la empresa. Su participación en el grupo al que pertenece 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 en Latinoamérica.

Estructura de Propiedad		
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>

## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Cam presenta una estructura regional, que está a cargo de los principales lineamientos de cada una de sus cinco filiales en Latinoamérica, y una estructura país a cargo de las operaciones locales. Esta estructura país está liderada por un gerente general filial, quien vela por las operaciones de las líneas de negocio y líneas de apoyo.





## II.- EFICIENCIA ENERGÉTICA E INNOVACIÓN

En el presente informe hemos incorporado ampliamente los esfuerzos que ha hecho la empresa en las importantes áreas de innovación y eficiencia energética.

La innovación se encuentra en la esencia de la cultura e historia de la compañía, desde el momento en que siempre se está en la búsqueda de mejores y más

apropiadas soluciones eléctricas para los clientes. En 2008 se ha dado un nuevo impulso al definirse con detalle el Plan de Innovación Regional, con lo cual la innovación de Cam se desarrollará en adelante en base a una estructura y procesos sistemáticos en todas las filiales.

Junto con ello, se ha continuado con la labor del Centro de Innovación Tecnológica, el cual ha desarrollado un conjunto de productos que siguen sorprendiendo a los clientes y al mercado, especialmente en el área de medición.

Y muy de la mano de la innovación, la eficiencia energética se ha establecido como un área de desarrollo prioritaria. Aunque siempre Cam se ha focalizado en la utilización adecuada de la energía, promocionando ahorros, el 2008 se ha potenciado la difusión de los sistemas que ofrece Cam que promueven un ahorro energético. Un hito importante en este sentido es la activa promoción que ha realizado Cam de la electricidad como fuente de energía para el transporte urbano en Latinoamérica, para lo cual ha presentado el auto eléctrico Reva-i en tres países del Cono Sur.

### III.- PREMIOS Y DISTINCIONES 2008



#### PREMIO BANAS EXCELENCIA EN METROLOGÍA (BRASIL)

Por segundo año consecutivo, los laboratorios en Brasil se convierten en los mejores del país al recibir el Premio Banas de Excelencia en Metrología en la categoría calibraciones y ensayos, al lograr 980 puntos de un total de 1000 que contenía la evaluación.

Para alcanzar esta distinción fueron analizados la mejora continua en los procesos, la capacidad técnica y gerencial, además de las certificaciones ISO 9.001 y ISO/IEC 17.025 de los laboratorios en Río de Janeiro y Ceará.



#### RANKING ÍNDICE GLOBAL DE EVALUACIÓN DE EMPRESAS ALIADAS (BRASIL)

La filial brasileña de Cam obtuvo el segundo lugar en la medición del Índice Global de Evaluación de Empresas Aliadas, IGA, herramienta utilizada por Coelce para graficar el desempeño de empresas aliadas en diferentes ámbitos, especialmente en temas de prevención de riesgos, satisfacción de los trabajadores y calidad en los servicios ofrecidos.



#### RECONOCIMIENTO EN SEMANA DE LA CALIDAD 2008 (PERÚ)

Cam en Perú obtuvo el reconocimiento por la certificación OHSAS 18.001 y re-certificación ISO 9.001, durante la "Semana de la Calidad 2008", organizada por el Comité de Gestión de Calidad de la Sociedad Nacional de Industrias.

El evento, que es el gran encuentro anual de la calidad en Perú, difunde los avances en el tema tanto a nivel internacional como a nivel local, resalta las experiencias de aplicación y comparte el aprendizaje alcanzado en empresas de éxito de Latinoamérica.



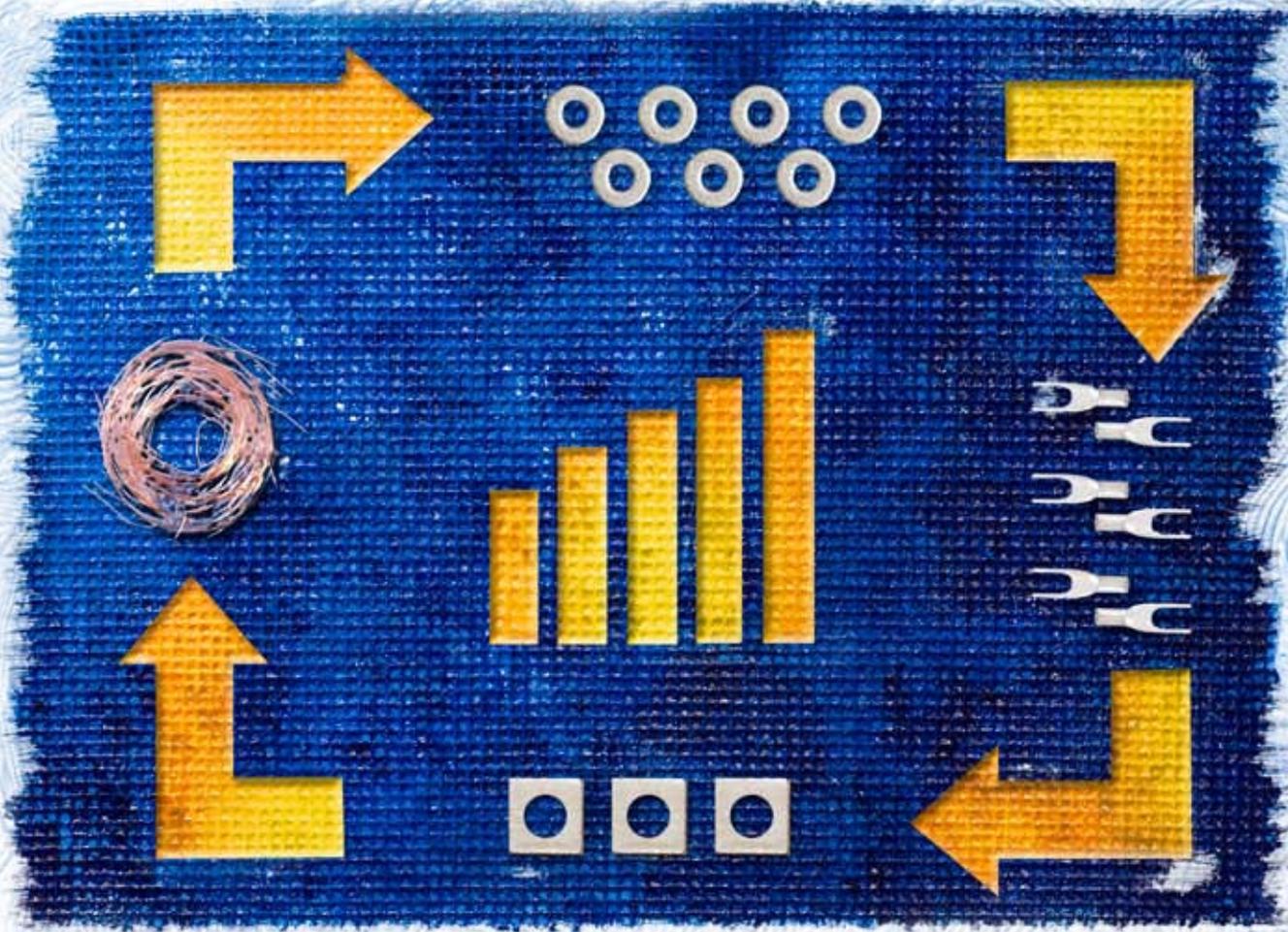
#### RECONOCIMIENTO COMUNICACIÓN NOTABLE INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2007

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas calificó como “COP Notable” el Informe de Sostenibilidad Cam 2007, incorporándolo en el Programa de Informes Notables del Pacto Mundial y dándole un reconocimiento especial en el sitio Web.

El director ejecutivo del Pacto Mundial, George Kell, expresó que éste puede servir de ejemplo inspirador e ilustrativo para los demás participantes del Pacto Mundial.



## COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

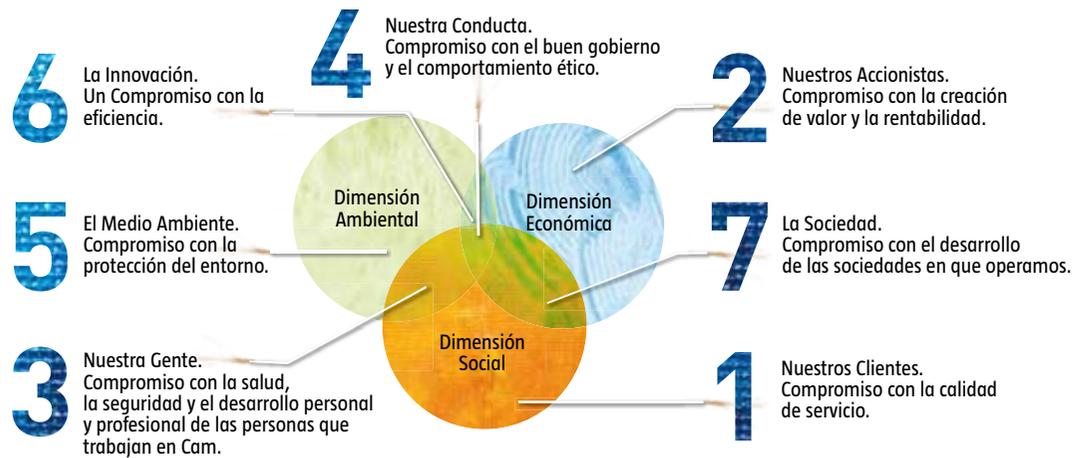


## 7 COMPROMISOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

El Desarrollo Sostenible para Cam es considerado un objetivo estratégico de la empresa, por lo que forma parte de su plan estratégico y está expresado en su mapa corporativo.

La política asociada comprende tres dimensiones: dimensión económica, dimensión ambiental y dimensión social; a partir de ellas se generan los 7 Compromisos con el Desarrollo Sostenible.

Mediante estos 7 compromisos, la política de Desarrollo Sostenible de la empresa busca conseguir que su crecimiento tenga en cuenta las necesidades de las sociedades en las que opera; el empleo eficiente de los recursos para que sus actividades tengan un impacto aceptable sobre el medio ambiente; y la creación de riqueza para aquellos que invierten en la compañía, utilizan sus servicios o trabajan en ella. En resumen, un desarrollo económico, social y ambiental equilibrado.



## COMPROMISOS

**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 9.001 y, en caso de los Laboratorios de Certificación, ha acreditado la Norma ISO 17.025.

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

Cam en su compromiso con la creación de valor, ha suscrito un gran desafío: incrementar el valor de la compañía a través de su Plan 3x2.

**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 y Estilos de Trabajo, Gestión de Clima Laboral, Gestión del Conocimiento y Gestión de la Seguridad y Salud Laboral, implementando y certificando progresivamente sistemas de gestión bajo OHSAS 18.001.

**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 el Pacto Mundial, el desarrollo de la Memoria Financiera, aún cuando 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 sus valores (canal ético).

**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 14.001 en todas sus filiales.

**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.

**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.



## PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Cam adhirió en noviembre de 2006 al Pacto Mundial, iniciativa de las Naciones Unidas cuyo fin es apoyar y desarrollar diez principios básicos sociales y ambientales universalmente aceptados, relacionados con los derechos humanos, estándares laborales, protección del medio ambiente, y la lucha contra la corrupción y el soborno.

En el mes de septiembre de 2008, Cam informó por primera vez al Pacto Mundial sobre sus avances y acciones con respecto a los diez principios a través de su Informe de Sostenibilidad, el que fue recibido, registrado y publicado en el sitio Web de dicho organismo ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)).

## RECONOCIMIENTO DE COMUNICACIÓN NOTABLE

Un gran reconocimiento e impulso a las acciones que desarrolla la empresa, fue el que efectuó el Pacto Mundial al distinguir como "Comunicación Notable" el Informe de Sostenibilidad de Cam 2007 y lo incorporó en el Programa de Informes Notables del Pacto Mundial, dándole un reconocimiento especial en el Sitio Web.

Además, lo calificaron como un ejemplo inspirador e ilustrativo para los demás participantes del Pacto Mundial.

## 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.

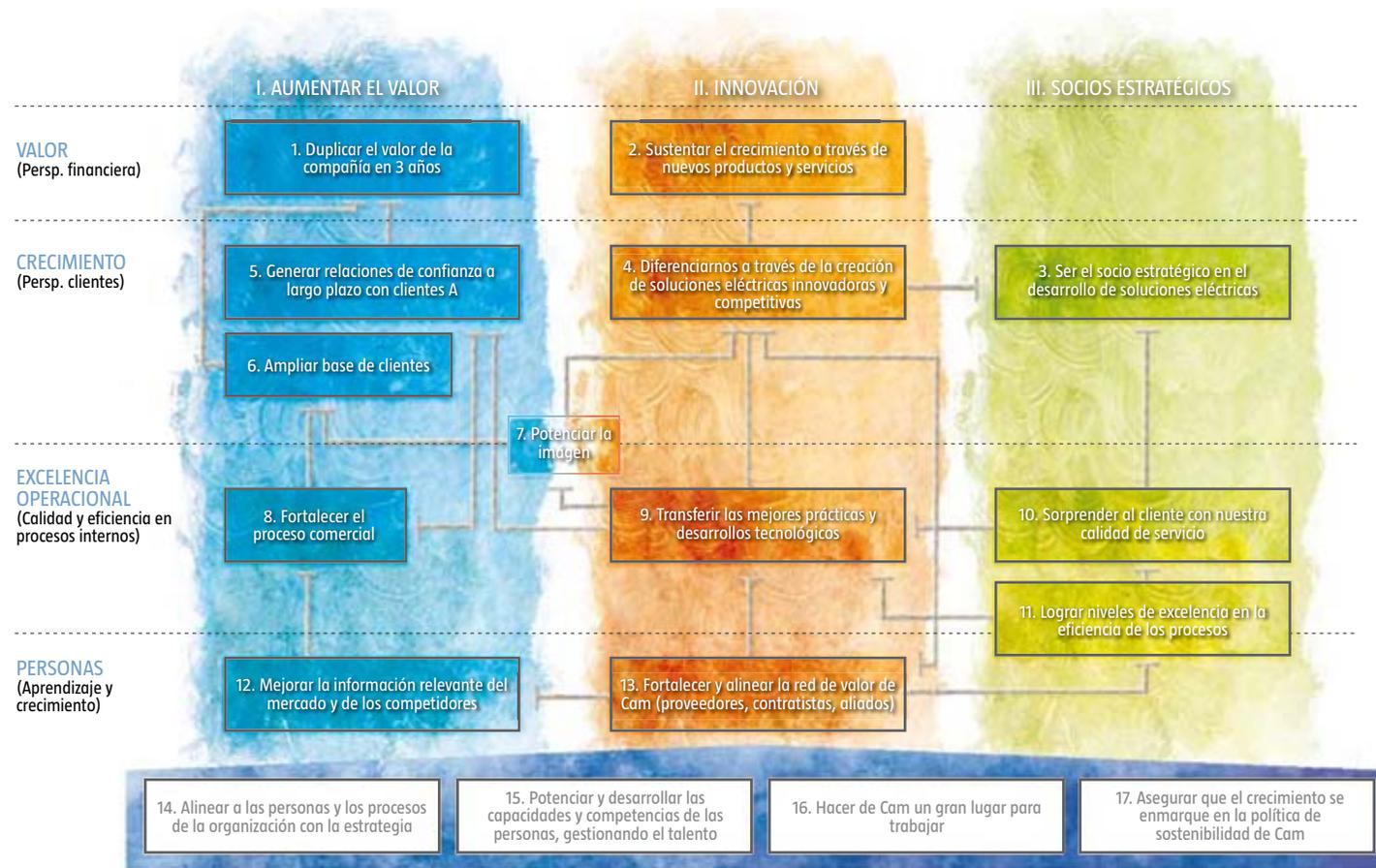
### LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

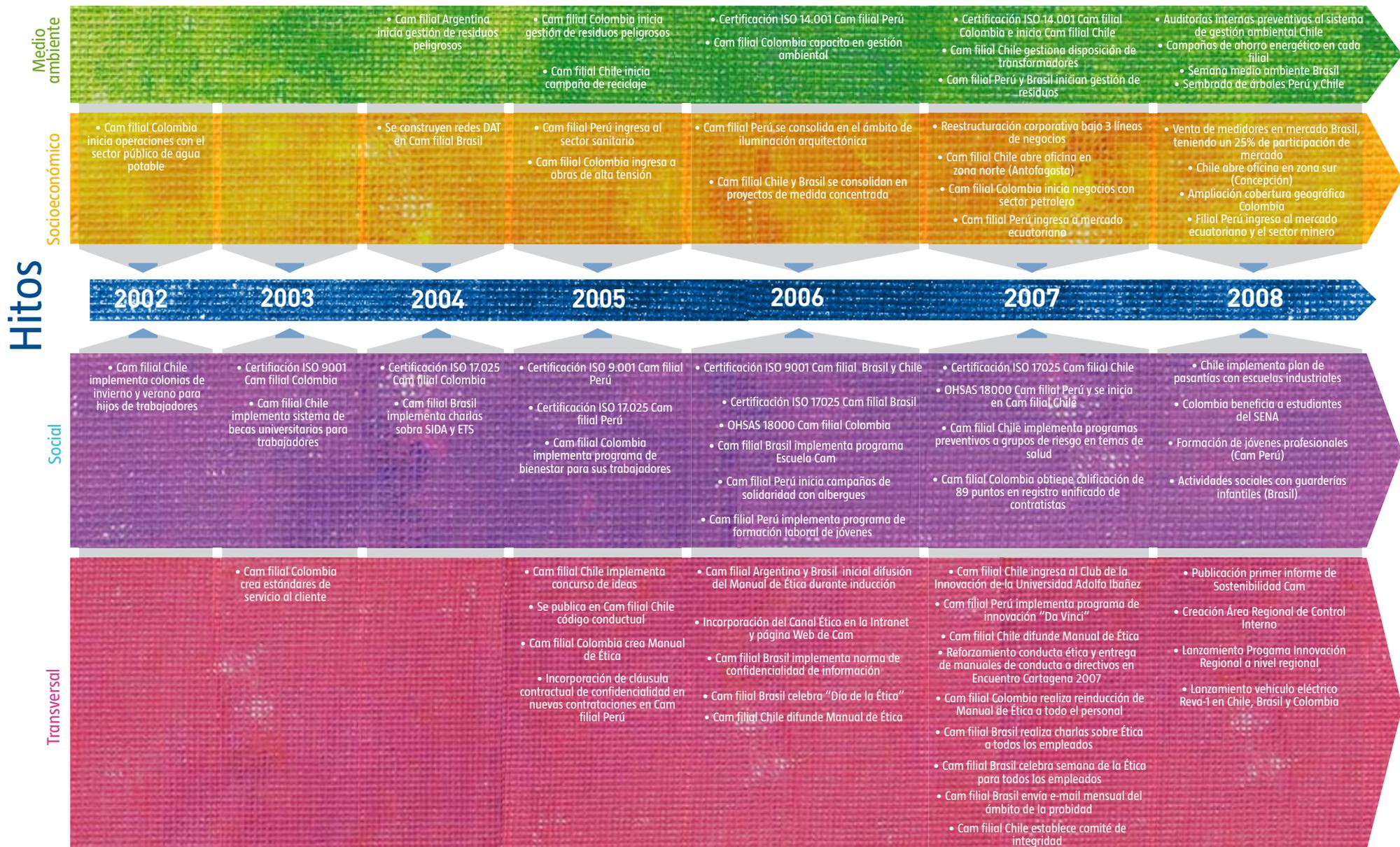
10. Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

## INTEGRACIÓN DE LA POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD A LA ESTRATÉGIA DE NEGOCIOS

Bajo la metodología Balanced Scorecard (BSC), Cam desarrolló un mapa estratégico que organiza y enfoca sus acciones; ello permite traducir la estrategia en objetivos, indicadores e iniciativas que articulan su ejecución. En este desarrollo se incorporaron los desafíos que impone el compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible.

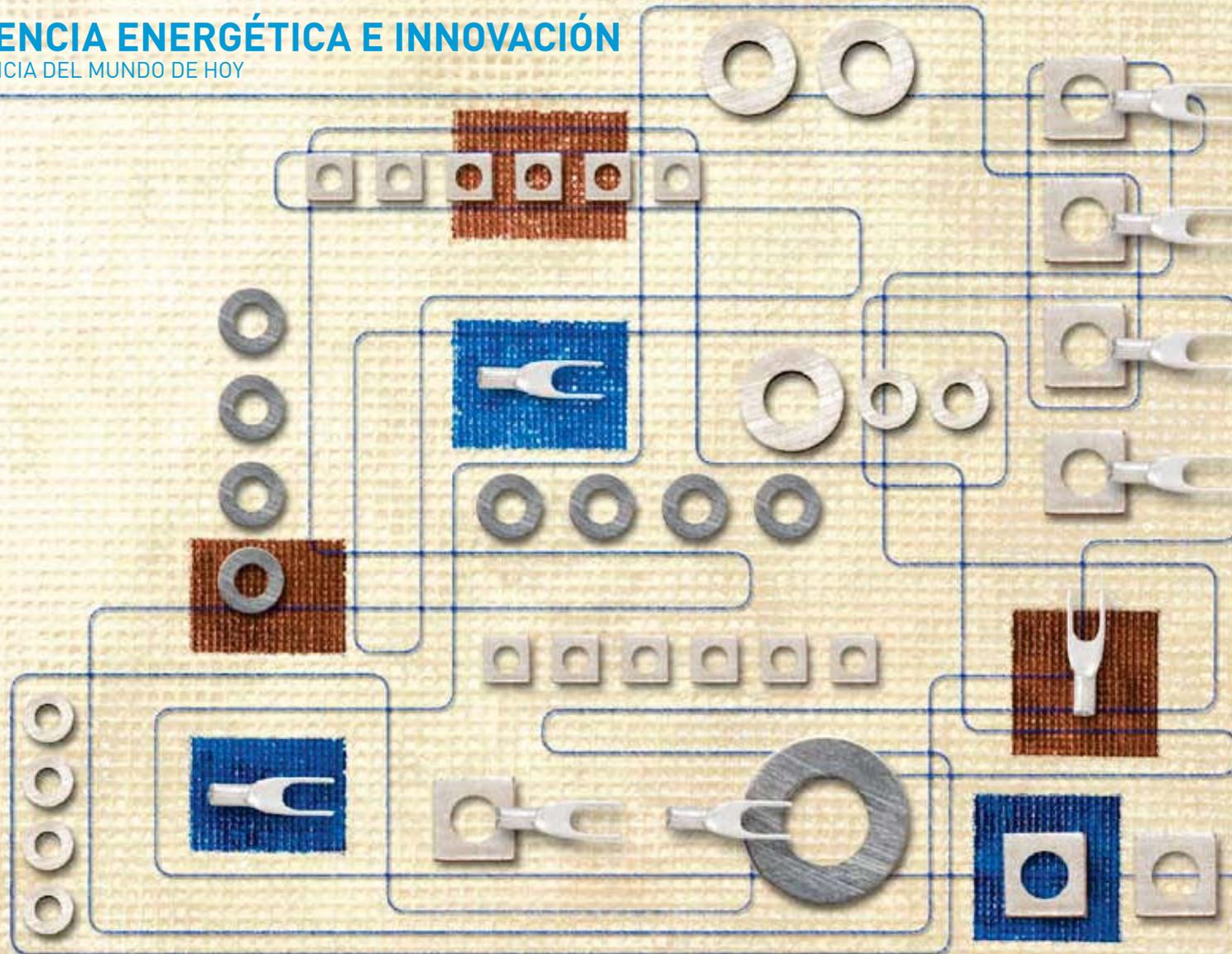
### MAPA ESTRATÉGICO CORPORATIVO





# EFICIENCIA ENERGÉTICA E INNOVACIÓN

LA URGENCIA DEL MUNDO DE HOY





## I.- INNOVACIÓN EN CAM

En Cam se entiende la innovación como la introducción de modificaciones o novedades dentro de productos o sistemas establecidos con el objetivo de crear procesos y productos que satisfagan de mejor manera las necesidades del cliente.

Este concepto se hace realidad en Cam de múltiples maneras y a distintos niveles de la empresa, permeando constantemente las acciones de la compañía.

Hay varias razones para ello. La primera está en la base del lineamiento estratégico, donde Cam asumió el desafío de crecer sostenidamente. Esa meta sólo se alcanzará siendo capaz de entender las necesidades de los clientes (actuales y potenciales) y generando soluciones para ellos en forma rápida y eficiente.

Por otra parte, la empresa tiene una historia de más de dos décadas donde sus especialistas realizan mejoras a los productos, disponen de forma distinta los materiales y las tecnologías de manera de llegar a un mejor resultado. De hecho, uno de los mayores logros ha sido el desarrollo de nuevas soluciones en los sistemas de medidas para las empresas distribuidoras. Un ejemplo notable 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.

Tan central es la innovación para Cam que integra su visión como empresa. Allí se señala que las soluciones eléctricas deben ser innovadoras y para lograrlo en sus aspectos concretos, Cam ha dispuesto de una serie de instancias que permiten que nuevos productos lleguen a nuestros clientes.

### CENTRO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, CIT

La primera es el Centro de Innovación Tecnológica, CIT, de carácter regional y que busca comprender a fondo las necesidades de los clientes y entregarles productos que las satisfagan correctamente. Para ello busca en el mercado las mejores soluciones o entrega desarrollos propios, ya sea integrando tecnologías o incorporando modificaciones a productos y servicios.

Para lograr una sistematización funcional del desarrollo de productos y servicios se definió una estructura que 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 eficiencia 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 en el desarrollo de productos. Algunos de los miembros de esta red son: Schneider Electric, EMH, Philips, Reva Electric Car Company, Pontificia Universidad Católica de Chile, Tridium, Transsen y Tellhow.

Esta red ha incorporado importante beneficios a la propuesta de Cam, proporcionando nuevas tecnologías y líneas de producto para mercados donde la compañía ya tenía presencia y abriendo nuevos mercados.



## PRINCIPALES PRODUCTOS DESARROLLADOS DURANTE 2008

### Medidor Monofásico Simple Energía con Comunicación PLC.

Contador electrónico para la medición de energía activa. Su mecanismo de medición está basado en el procesamiento digital de señales, lo que le otorga características metrológicas, confiabilidad y duración.



**Controlador de Luminaria.** Sistema controlador de luminaria, complemento del sistema de medición integral, diseñado para controlar el alumbrado público y privado. Tiene la capacidad de detectar lámparas quemadas y falla del sensor y realizar las operaciones de corte y encendido de luminarias.



**Medidor de Energía THR con Comunicación PLC.** Contador electrónico para la medición de energía activa diferenciada en tramos horarios, permitiendo optimizar el uso de la energía de acuerdo con la disponibilidad horaria y estacional de las matrices de generación.



**Ecoenergy.** Contador electrónico de energía eléctrica para pequeñas cargas que permite promover el uso eficiente de la energía.



**Medidor MEP01 activo/reactivo.** Contador electrónico de energía eléctrica para medición de energía activa y reactiva. Al efectuar la medición de la demanda máxima, permite determinar la potencia máxima requerida para tomar decisiones de corrección para mejorar el uso de la energía.



**Medidor Auditor.** Equipo diseñado para detectar el hurto en clientes residenciales, mediante la comparación del consumo de energía del cliente auditado, con la energía que el equipo auditor mide en forma independiente.



**Detector de Apertura Activo.** Equipo que comprueba en forma efectiva la apertura de las cajas de empalme de los medidores, para evitar así el hurto de energía eléctrica.



**Medidor Monofásico Simple Energía.** Contador electrónico diseñado para registrar el consumo de energía eléctrica de clientes residenciales rurales. Cuenta con un rango extendido de voltaje para trabajos en redes rurales.



**Módulo de Lectura.** Dispositivo que al ser agregado al medidor electrónico, genera la función de lectura remota. Al no poseer circuitos de medición, almacena en su memoria interna la cuenta de pulsos generados por el medidor.



**Vigilante Electrónico.** Equipo que detecta el hurto de cables de energía eléctrica mediante el censado de la tensión de las líneas. Éste actúa mandando un mensaje vía Internet a una central de monitoreo cada vez que detecta que existe una caída de tensión en sus líneas.



**Módulo de Control T4.** Dispositivo que permite la tarificación de la energía generada localmente, la tarifa T4 (generadores de energía de emergencia) en edificios o en predios de toda índole.



**Módulo de Corte RF.** Dispositivo desarrollado para cortar y reponer el suministro de energía eléctrica a distancia, mediante la radio frecuencia, permitiendo instalar el módulo fuera del alcance de terceros, previniendo de esta manera la autoreposición del servicio en clientes no concentrados.



### PROGRAMA REGIONAL DE INNOVACIÓN: POR UNA CULTURA INNOVADORA

La innovación no sólo se genera en instancias de investigación y desarrollo con personal especialmente dedicado a ello. En Cam se tiene conciencia de que las soluciones novedosas muchas veces se generan cuando se está enfrentado a un problema específico que resolver. Es por esto que la empresa ha trabajado en instancias para estimular la búsqueda de respuestas innovadoras por parte de cada trabajador.

Durante el 2008, la Gerencia Corporativa de Desarrollo de Nuevos de Negocios y Tecnología trabajó arduamente en diseñar el Programa de Innovación Regional (PIR), una de las iniciativas consideradas de mayor relevancia para aportar el crecimiento de Cam. 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.

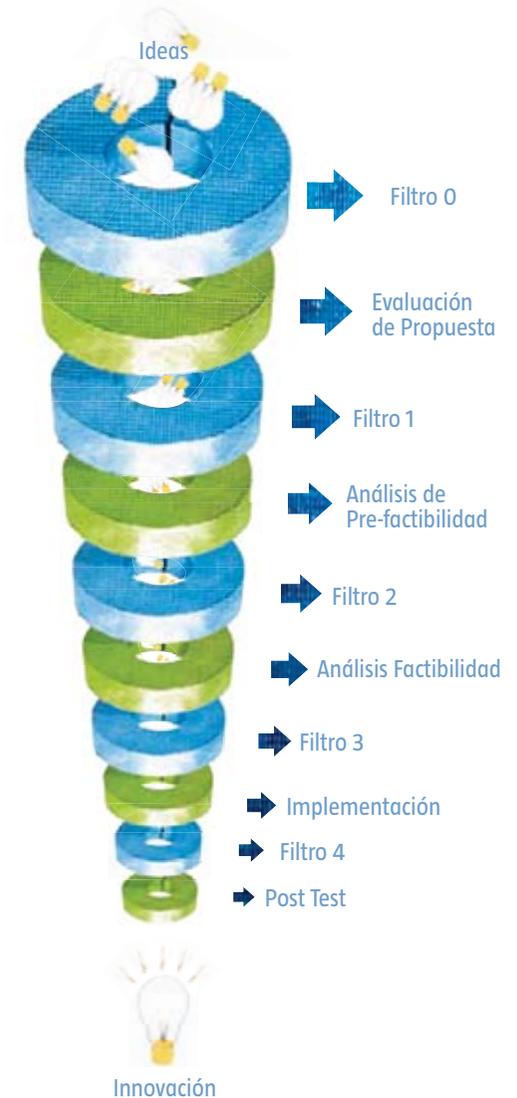
La figura de "Pipeline del Plan de Innovación Regional de Cam" muestra en forma gráfica cómo cualquier miembro de la compañía puede proponer una idea de nuevo negocio o innovación operativa, la cual pasará por un proceso de evaluación o "Modelo de Pipeline" de la innovación.

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

Junto con el diseño de toda la operación del PIR, la Gerencia Corporativa de Desarrollo de Nuevos Negocios y Tecnología realizó visitas a cada una de las filiales para dar a conocer los detalles del mismo, involucrar a los distintos actores en esta importante iniciativa, donde se requiere el entusiasmo y la participación de todos los estamentos de la empresa.

Asimismo, se logró incorporar el PIR en la plataforma computacional Novare del grupo Endesa. Éste es un desarrollo especialmente diseñado para rescatar e implementar iniciativas de innovación, con lo cual se logra 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.

PIPELINE DEL PLAN DE INNOVACIÓN REGIONAL





## CASO DE INNOVACIÓN: MEJORAMIENTO DEL MÓDULO DE SOLDAR EN CHILE

Dentro de la búsqueda de la excelencia operacional, la Gerencia de Planificación y Procesos de Cam en Chile implementó el concurso “Cam Mejora Contigo”, a inicios de 2008.

Su objetivo fue impulsar un espacio al interior de la empresa que motivara y apoyara la identificación de oportunidades de mejora, con el fin de optimizar y agregar más valor a los procesos, rediseñar las tareas para diferenciar el trabajo, simplificar algunas labores y/o mejorar el rendimiento.

El ganador de este concurso en el área operacional fue un interesante proyecto que mejoró los módulos de soldar, que es un producto simple, pero que demuestra que una mejora en un punto de la cadena puede tener un gran impacto en la gestión y en la calidad del servicio que se le entrega al cliente.

### EL PROBLEMA DE LOS MÓDULOS DE SOLDAR

Dentro de los servicios del área de medición domiciliar que presta Cam a las distribuidoras, se encuentra la facilitación del llamado módulo de soldar, el cual se utiliza cuando un cliente requiere capacidad adicional para el uso de una máquina de soldar en su domicilio. Estas herramientas consumen casi la totalidad de energía disponible para un hogar promedio, alrededor

de 20 amperes. Por esto, la empresa distribuidora entrega por un período acotado un artefacto que permite conectarse al sistema eléctrico y consumir hasta 40 amperes.

Alex Pacheco, funcionario de Cam, es el encargado de la instalación de estos módulos en las casas y se dio cuenta de que este sistema se podía mejorar. “Estos enchufes más potentes se disponían en una tabla transportable, lo que hacía que se deterioraran con mucha facilidad. Al noveno mes de uso se debían dar de baja, porque se volvían inseguros y presentaban altos costos de mantención”, explica Alex.

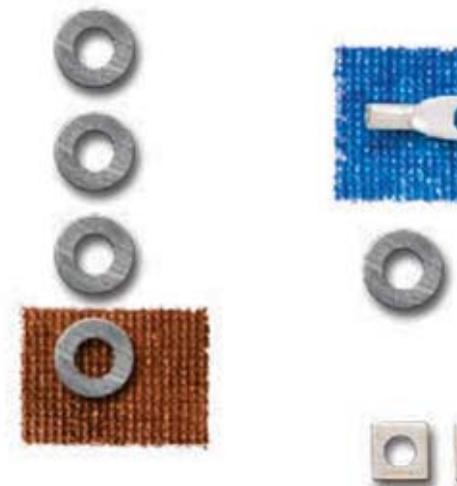
Por esto, cuando se dio a conocer el concurso “Cam Mejora Contigo” de la Gerencia de Planificación y Procesos, se propuso mejorar los módulos de soldar y participar.

Tras varios días de pensar el problema, llegó a la conclusión de que debía colocar un enchufe apropiado en las mismas tapas de los medidores, de manera de que quedara fijo en un punto para evitar así la manipulación excesiva. Sin embargo, se encontró con la dificultad de que los enchufes necesarios eran más grandes que la tapa y no cabían en ella. “Tuve que investigar mucho el tipo de enchufe, finalmente encontré uno apropiado en un catálogo especializado”.



Con este problema resuelto, diseñó la tapa en cartón, dispuso los dispositivos adecuadamente y mandó a hacer un prototipo a un contratista especializado en empalmes.

Alex presentó su proyecto ante la comisión evaluadora del concurso “Cam Mejora Contigo”, donde resultó ganador por representar un gran avance desde el punto de vista técnico y cumplir además los requisitos explicitados en el programa.



Desde el punto de vista técnico, la Tapa Módulo de Soldar presenta beneficios, como:

- **Compatibilidad con la estrategia de Cam:** Que las ideas se encuentren vinculadas a la visión, estrategia, valores y políticas de la empresa.
- **Durabilidad:** La tapa queda fija en empalme, no existe daño por movimiento.
- **Bajo costo de mantención:** Las reparaciones se limitan a cambio de automático y enchufe.
- **Seguridad:** Caja en buen estado evita accidentes al ser maniobrado por terceros.

Además, cumplía todos los requisitos estipulados por el concurso que se resumen en los siguientes puntos:

- **Lograr aumento en los rendimientos** reflejados en la eficiencia o disminución de los trabajos.
- **Coherencia con el objetivo de la oportunidad de mejora,** es decir, que la oportunidad tenga congruencia con el problema a resolver, además de ser específica y cuantificable en el tiempo.
- **Grado de viabilidad en su ejecución:** que los recursos y procesos necesarios para la posible implementación de la oportunidad sean factibles de conseguir, que la solución sea rentable y que impacte de forma relevante y positiva.

El proyecto Tapas de Módulo de Soldar se ha implementado exitosamente en los servicios que Cam presta a la distribuidora Chilectra, lo cual ha generado

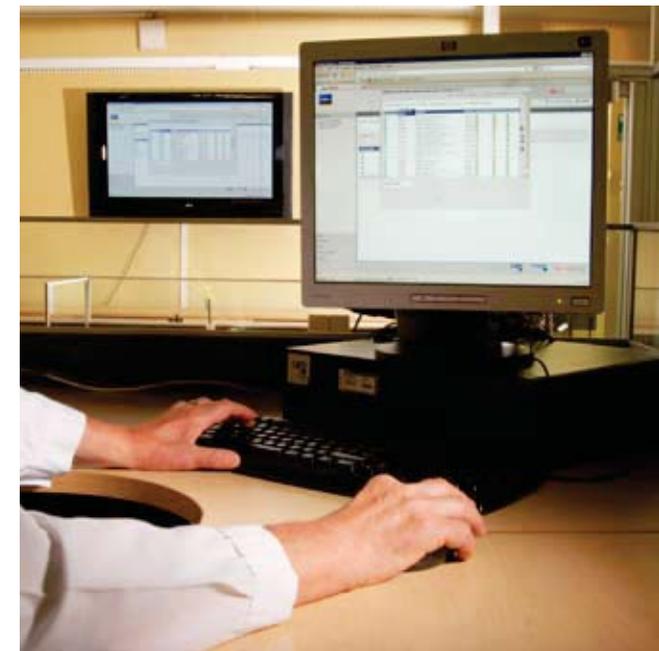
desde el primer momento felicitaciones y comentarios positivos. Para fines de 2008, ya se había completado el reemplazo del 100% de los equipos por el nuevo modelo.

## II.- EFICIENCIA ENERGÉTICA

La situación energética global exige acciones decididas en torno a una utilización de la energía de manera responsable y eficiente, y Cam lo ha entendido así desde sus inicios como empresa. Porque actuar con eficiencia energética significa cambiar la forma de hacer las cosas de manera de obtener el mismo resultado, pero utilizando menos energía que con métodos convencionales. Dada esta definición, es claro que la eficiencia energética va de la mano con la innovación y es por esto que el trabajo del CIT es clave en cuanto a los aportes de Cam en esta materia.

Un ejemplo de este trabajo es el desarrollo del medidor Ecoenergy, el único aparato en el mercado que puede indicar con mínimos rangos de error el consumo de cualquier aparato eléctrico doméstico. Con Ecoenergy, las personas pueden saber con precisión cuál es el aparato que más gasta energía y pueden tomar acciones efectivas de ahorro.

Al hablar de eficiencia energética en el ámbito interno, en el año 2008 Cam puede dar cuenta de diversas medidas relacionadas con el ahorro energético



en sus instalaciones dentro de la compañía, las cuales se detallan en el capítulo Medio Ambiente.

Respecto del ámbito experto, el mayor aporte de Cam es el conjunto de servicios que ofrece a las empresas de Latinoamérica que ayudan a ahorrar energía sin comprometer el desempeño. Éstos van desde consultorías en eficiencia energética, oferta de productos innovadores, sistemas de control de equipos, entre otros. Junto con ello, Cam está impulsando el uso de la electricidad en el transporte, por sus notables ventajas en cuanto a emisiones contaminantes y eficiencia en el uso de la energía.



## CONSULTORÍA EN EFICIENCIA ENERGÉTICA

Los sectores comerciales e industriales tienen enormes potenciales de ahorro que pueden ir de un 5% a un 50% (1), a través de mejorar procesos y renovar de equipos. Estas reducciones de costos varían significativamente dependiendo de la actividad e instalaciones, por esto es imprescindible realizar una evaluación profesional de cada caso, a través de una consultoría en eficiencia energética. Con estos resultados se pueden realizar las inversiones requeridas en forma dirigida y con potenciales de ahorro conocidos, pudiendo obtener un retorno sobre la inversión de más de 25% en períodos menores a 2 años (1).

De estos estudios generalmente aparecen importantes posibilidades de ahorro en iluminación, control central de consumos y máquinas eléctricas. Para estas aplicaciones existen productos diseñados específicamente para minimizar el uso de energía manteniendo o incluso mejorando las prestaciones y la calidad de servicio. A continuación se presentan algunos ejemplos de estos elementos y cómo pueden impactar en sus consumos.

### A- ILUMINACIÓN EFICIENTE

Una de las formas de reducir el consumo energético es a través del reemplazo de ampolletas incandescentes por CFL (Compact Fluorescent Light) o lámparas de ahorro, sin embargo, su uso está limitado a ciertos espacios y su efectividad dependerá de la calidad de la lámpara de



ahorro utilizada. En el caso de instalaciones industriales, los equipos más indicados son las lámparas de alta eficiencia, como Eluma, que proporcionan ahorros de hasta un 50% comparado con lámparas fluorescentes convencionales (3). También existen equipos para ahorro en todo tipo de lámparas que utilizan balastos (fluorescentes, sodio, haluro metálico, vapor de mercurio) como el LightEco, el cual permite ahorros de hasta un 30% (4).

La utilización de LEDs también es una alternativa de ahorro. Su gran ventaja es la calidad de color, óptica y vida útil: pueden durar más de 50.000 horas, muy por sobre las 12.000 horas de una lámpara convencional (2). Además, la estética del diseño y las posibilidades de transformar los ambientes sitúan a los LEDs por sobre sus competidores.

### B- CONTROL DE EQUIPOS

En el sector comercial e industrial una pieza clave en el ahorro es la operación inteligente y el control de los consumos en equipos de climatización, iluminación y bombas, entre otros. Esto es especialmente importante en el sector del comercio detallista (tiendas por departamentos o de conveniencia, por

nombrar algunos), donde proliferan las cadenas de amplia cobertura geográfica. Para estas aplicaciones se utiliza el sistema TRIDIUM que es una plataforma que agrupa distintos protocolos de control y monitoreo, poniendo la información en Internet con lo cual se puede monitorear, detectar situaciones y tomar acciones desde cualquier lugar en el mundo.

### C- SUBFACTURACIÓN

Otro concepto de alto potencial en los sectores industrial y comercial es el de sub-facturación de energía o control por centros de costo. Éste consiste en realizar mediciones de los consumos energéticos por secciones al interior de una organización comercial o partes de un proceso productivo, lo cual permite vender servicios internos (por ejemplo, centros comerciales) y optimizar partes individuales de la cadena.

### D- MOTORES ELÉCTRICOS

Para lograr ahorros importantes a nivel industrial, es clave revisar los motores eléctricos, ya que éstos son responsables de un 64% del consumo total de una industria (1). En esta área está el mayor potencial de ahorro, el cual puede llegar hasta un 40% (1) y en general se recomienda la





distribución y el comportamiento energético dentro de una subestación. Este sistema se conecta a una plataforma computacional y envía datos a una central, apoyando la toma de decisiones respecto del consumo energético.

#### F- PROMOCIÓN DEL USO DE LA ELECTRICIDAD EN EL TRANSPORTE URBANO

Una de las grandes iniciativas impulsadas por Cam el 2008 en el marco de la eficiencia energética es la promoción activa del uso de la energía eléctrica en el transporte urbano. Esta labor se enmarca en el compromiso permanente de Cam por brindar soluciones innovadoras, integrales, eficientes y creativas en el uso de la energía eléctrica.

En particular, Cam está trabajando por introducir los vehículos 100% eléctricos, los cuales son altamente eficientes en su consumo energético y no generan emisiones.

El objetivo de la empresa es fomentar e impulsar una alternativa en los países en que está presente, y convertirse en líderes en la promoción de la tracción eléctrica en Latinoamérica.

Esta iniciativa se materializó con el lanzamiento del vehículo eléctrico Reva-i en el mercado Latinoamericano. Al incorporar desarrollos tecnológicos de última generación, este vehículo es libre de emisiones, lo cual lo transforma en una alternativa amigable con el medio ambiente. También, es eficiente en el consumo de energía, ya que puede llegar a

incorporación de motores de alta eficiencia, de convertidores de frecuencia y el mejoramiento de los sistemas mecánicos. Es importante destacar que la relación entre el costo de un motor y el de la energía que consume a lo largo de su vida útil es aproximadamente de 4/96 (1), lo que sugiere que cualquier ahorro por sobre el 4% de la energía ya justifica la inversión en un nuevo equipo.

Complementario a los motores de alta eficiencia, existen los partidores suaves con características especiales de ahorro de energía. Es importante destacar que estas características

sólo las tienen algunos partidores suaves, como el Powerboss Integra, el cual puede producir ahorros de hasta un 40% cuando el motor opera bajo su potencia nominal.

#### E- REDES INTELIGENTES O SMART GRIDS

Cam está implementando en Latinoamérica la nueva generación de redes de distribución llamadas redes inteligentes, cuya principal característica es la capacidad de transmisión de datos a través de la red eléctrica. Este sistema ya se ha incorporado a sistemas de medición de subestaciones eléctricas, con lo cual se puede medir la



consumir sólo 112,5 W/H por kilómetro recorrido. Es decir, poco más que una ampollita de 100 W prendida durante 1 hora.

El fabricante de este innovador medio de transporte es la empresa india Reva Electric Car Company, que está orientada hacia el desarrollo, diseño y producción de vehículos eléctricos y es una de las pocas compañías a nivel mundial en distribuir este tipo de vehículos en forma masiva.

Reva-i es el vehículo eléctrico más vendido del mundo y del exigente mercado inglés, donde se comercializa con el nombre de G-Wiz. Además, se vende en Irlanda, Noruega, Suecia, Islandia, Francia, Bélgica, España, Grecia, Chipre, India, Costa Rica y está entrando a Japón, Australia, Alemania e Italia.

En Latinoamérica, Cam realizó tres lanzamientos consecutivos del Reva-i: Brasil en junio; Chile en julio; y Colombia en septiembre. Todos ellos causaron gran expectativa en los medios de comunicación y en el público en general, quienes recibieron positivamente la iniciativa.

Por ejemplo, la presentación de este vehículo no contaminante recibió el respaldo del Ministro de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial de Colombia, Juan Lozano, quien incluso se trasladó hasta el Palacio Presidencial conduciendo este novedoso vehículo.

En tanto, tras realizar un test drive, el ministro chileno de energía, Marcelo Tokman, recaló las cualidades del Reva-i.

Asimismo, el vehículo eléctrico fue la gran atracción en eventos y ferias en Latinoamérica, como:

- Conecta, Brasil.
- Primer Congreso Internacional de Soluciones Tecnológicas de Vehículos Eléctricos, TECELEC 2008, Temuco.
- Feria Innova Rancagua, Chile.
- Foro Bogotá 2008, Colombia.
- Festival Embajada de la India, Colombia.
- Corfiagua, Medellín, Colombia.
- 4° Encuentro de Uso Racional de Energía y Sistemas de Cogeneración, Colombia.
- Bioexpo 2008, Cali, Colombia.

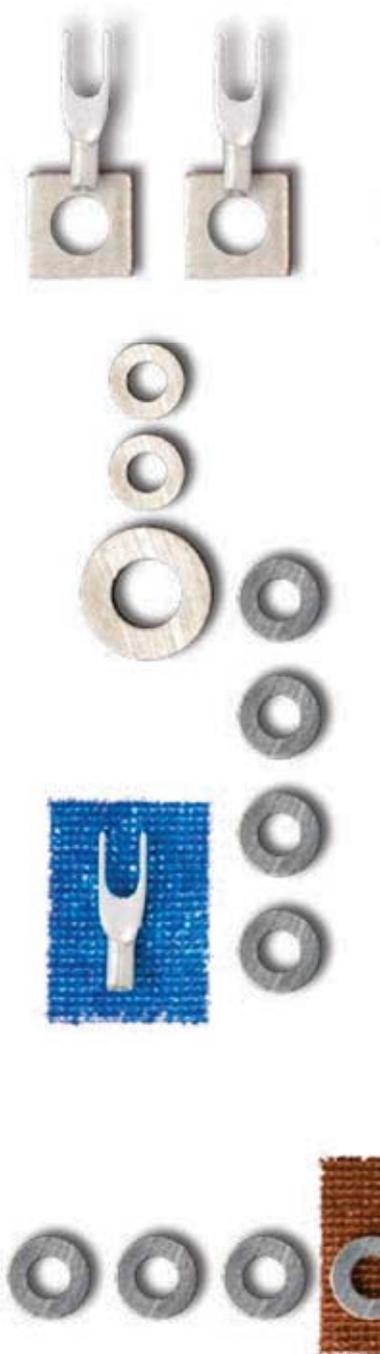
#### G- CARGADORES PARA VEHÍCULOS ELÉCTRICOS

Además de la introducción de este vehículo eléctrico para América Latina, Cam reconoció la importancia del desarrollo de una infraestructura de carga que proporcione energía para el transporte eléctrico. Para ello, se estableció un plan de trabajo para el desarrollo de equipos que sustenten modelos de negocio que podrían implementarse en un futuro cercano.

#### CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS REVA-I

- Vehículo para ciudad de dos puertas, con capacidad para dos personas, sentadas cómodamente y dos niños pequeños, o 227 kilos.
- Tiene una autonomía de 80 kilómetros, con la carga completa.
- Velocidad máxima de 80 km/hr y aceleración de 0 a 40 km/hr en apenas 7 segundos.
- Estructura reforzada con barras de acero.
- Fácil de recargar, en el hogar o en la oficina, mediante cargador de 220V. El 80% de la carga se logra en 2,5 horas y el 100% de la carga en 8 horas.
- Motor eléctrico que no requiere mantenimientos especiales y que es alimentado por baterías de 48 Voltios y 200 Amp-hr.
- Cuenta con elementos opcionales como asientos de cuero, sistema de cierre central, asientos climatizados y radio con MP3.
- Mide 2,6 metros; su ancho es de 1,3 metro y su altura es de 1,5 metro, mientras que su peso es de sólo 700 kilos.





Una de las primeras actividades en este ámbito fue la invención de un prototipo demostrativo de un punto de carga para vehículos eléctricos. Este equipo permite conectar un vehículo eléctrico y cargar una cantidad determinada de energía, ingresada por el usuario, o cargar completamente sus baterías. Entre las actividades futuras están la creación de nuevas versiones de este equipo, con funciones de identificación de usuario, distintas formas de pago e incluso capacidades de capturar y gestionar información desde el mismo vehículo.

Asimismo, se realizaron actividades que impulsan la implementación de normas internacionales en torno a los puntos de carga de vehículos eléctricos y sus requerimientos técnicos.

El equipo de desarrollo para tracción eléctrica de Cam compartió sus experiencias y planes en distintas instancias de trabajo colaborativo del grupo Endesa. Así es como se presentó el estudio "Impacto para el Grupo Endesa de Entrada de Vehículos Eléctricos en Latinoamérica", durante el II Congreso Internacional de Distribución de Endesa 2008 realizado en Brasil, donde se compartieron distintos aspectos relevantes para el desarrollo de esta tecnología, como las normas que se aplicarán a los puntos de carga, los impactos en la planificación de la generación y las últimas actividades relevantes en el tema, en distintos lugares del mundo.



#### FUENTES

1. Energy Efficiency – Federal Ministry of Economics and Technology, Germany.
2. [http://www.venturelighting.com/TechCenter/Lamps/lamp\\_life.htm](http://www.venturelighting.com/TechCenter/Lamps/lamp_life.htm)
3. <http://www.powerbosseluma.co.uk/>
4. <http://www.ilumalite.com/>

# NUESTROS CLIENTES

COMPROMISO CON LA CALIDAD DE SERVICIO



Cam busca constantemente entregar productos y servicios de gran calidad a sus clientes. Por ello, durante el año 2008 realizó importantes acciones para potenciar la relación, mejorar los canales de diálogo y detectar con más exactitud y precisión sus necesidades.

### EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La empresa realiza anualmente a nivel regional una encuesta para identificar los niveles de satisfacción con los servicios brindados a sus clientes en sus distintas líneas de negocio.

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 identificar las brechas del servicio y focalizar los esfuerzos en la mejora.

### PRINCIPALES RESULTADOS 2008

Los resultados 2008 demuestran que Brasil, Chile y Perú lograron mayores índices de satisfacción que el período anterior. Si bien los resultados de Colombia no son comparables con los anteriores, porque cambió la metodología de evaluación, su porcentaje de satisfacción neta es alto y representa una mejora respecto del año anterior si llevamos ambos resultados a la misma base de cálculo. En tanto, la filial en Argentina no utilizó este sistema de evaluación en 2008.

EVALUACIÓN	FILIAL	UNIDAD/ESCALA	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008
Satisfacción del Cliente	Argentina	Promedio Escala 0 - 100%	61%	65%	No se realizó
Satisfacción del Cliente	Brasil	Promedio Escala 0 - 100%	69%	74%	73%
Satisfacción del Cliente	Chile	Porcentaje de respuesta con nota 6 y 7 en escala 1-7	43%	44%	66%
Satisfacción del Cliente	Colombia	2006 - 2007 Promedio Escala 1-10	8,21	8,32	
		2008 Promedio Escala 0 - 100%			92%
Evaluación General del Cliente	Perú	Promedio Escala 1-6	3,74	3,87	4,02

\* El año 2008 Colombia cambió metodología de evaluación.

La filial en Brasil mantiene los resultados obtenidos en la encuesta del año 2007, presentando en las tres líneas de negocio resultados similares entre sí. Las fortalezas detectadas corresponden al nivel técnico de sus empleados y a la calidad de productos y servicios que se entregan. Como oportunidad de mejora se presenta el nivel de cumplimiento de plazos en la entrega de productos y servicios.

Cam en Chile presenta un aumento significativo en la satisfacción por parte del cliente respecto de años anteriores, aumentando de un 44% en el año 2007 a un 66% en 2008. Se destacan los resultados obtenidos por la línea de negocio de Comercialización y Logística, seguido de Medición y Certificación. Al igual que en la evaluación anterior, es en Obras Eléctricas donde presentan las mayores oportunidades de mejora.

Entre los aspectos destacados se encuentran la calidad de productos y servicios que entrega, así como el despacho

oportuno de facturación. Como oportunidad se mejora se señala el servicio post venta (falta de proactividad para atender las necesidades y respuesta lenta).

En tanto, en la filial en Colombia un 92% de los clientes se encuentran satisfechos o muy satisfechos con los servicios que les proveen, destacando el hecho de que ningún encuestado se encuentra insatisfecho.

Al igual que en el caso de la filial en Chile, la línea de negocio que presenta un mayor nivel de satisfacción corresponde a Comercialización y Logística, seguida de Medición y Certificación y en tercer lugar Obras Eléctricas.

Destacan los altos índices de lealtad (92% de los clientes como cliente leal), así como la calidad del servicio prestado y el nivel técnico de sus profesionales. Los puntos a mejorar corresponden a la proactividad para dar soluciones más





allá del servicio contratado y al cumplimiento de fechas y plazos en la ejecución del servicio.

Asimismo, Cam en Perú registra un incremento en los niveles de satisfacción. Obras Eléctricas presenta los mejores resultados junto con Comercialización y Logística. En el caso de la línea de negocio de Medición y Certificación, tuvo un puntaje promedio menor.

Los aspectos más destacados por los clientes corresponden al nivel técnico y competencia de sus profesionales. Al igual que el año 2007, el servicio post venta presenta la mayor oportunidad de mejora.

### CONFIABILIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Cam efectúa varias acciones para entregar a sus clientes servicios y productos con altos niveles de confiabilidad, destacándose la aplicación de estándares internacionales para la gestión de la seguridad de sus trabajadores, el desarrollo de actividades en el marco del respeto medioambiental y la calidad de los procesos.

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 9.001 (Calidad), ISO 14.001 (Medio

Ambiente), OHSAS 18.001 (Seguridad y Salud Ocupacional); e ISO 17.025 (Laboratorio de Certificación y Ensayo).

En el caso particular de la filial en Colombia, se cuenta con la certificación ISO 17.020 correspondiente a Organismos de Inspección.

### PRINCIPALES HITOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD AÑO 2008

#### ARGENTINA

- Recertificación del Sistema de Gestión de Calidad, realizada por la empresa Bureau Veritas Certification.

#### BRASIL

- Realización de la encuesta de Satisfacción de Clientes y de Imagen de Marca, sobre las cuales se realizó un workshop para analizar sus resultados y generar los planes de acción para cubrir las brechas detectadas.

#### CHILE

- Postulación y avance a la segunda etapa del Premio Chile Calidad, proceso de calificación que realiza el Centro Nacional de Productividad y Calidad.
- Recertificación del Sistema de Gestión de Calidad, realizada por la empresa Bureau Veritas Certification.





- Realización del concurso "Cam Mejora Contigo" para crear un espacio al interior de la empresa que motive y apoye la identificación de oportunidades de mejora, con el fin de optimizar y agregar más valor a los procesos, rediseñar las tareas para diferenciar el trabajo, simplificar algunas labores y/o mejorar el rendimiento.

**COLOMBIA:**

- Auditoría de seguimiento externo a todos sus sistemas de gestión certificados.

**PERÚ**

- Realización de una auditoría de seguimiento por parte de la empresa Bureau Veritas Certification,

a todos los procesos relacionados al servicio de ejecución de obras en baja media tensión.

**ASEGURANDO LA CALIDAD**

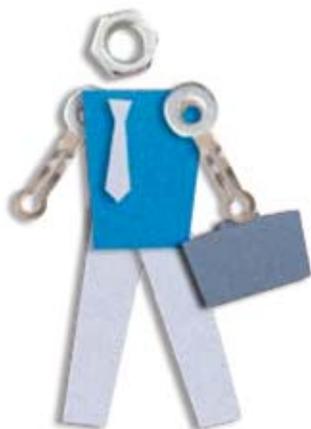
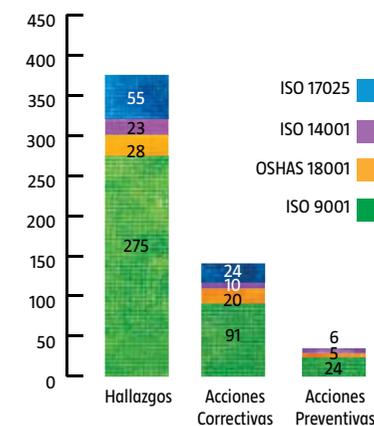
Para asegurar que el producto o servicio cumpla con todos los estándares requeridos, la empresa ha levantado los procesos y establecido procedimientos que regulan su desarrollo, los que se formalizan a través de normas, procedimientos e instructivos.

Los resultados de estos procedimientos son registrados mediante formularios, 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, que permiten determinar sus causas o cursar las acciones correctivas tendientes a evitar la reiteración.

De igual forma, se efectúan acciones preventivas, para aminorar las fuentes de generación de potenciales No Conformidades. En total, en el año 2008, se incorporaron 180 acciones de mejora a partir de 381 hallazgos a nivel regional.

Hallazgos, Acciones Correctivas y Acciones Preventivas en 2008



**IMPACTO EN LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

Los principales impactos en la salud y seguridad en los clientes durante las distintas fases del ciclo de vida de los productos y servicios, se generan en la etapa de uso y servicio.

En 2008, no se registraron incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o los códigos voluntarios relativos a los impactos de productos y servicios en la salud y seguridad durante su ciclo de vida.

**MULTAS POR RETRASOS**

Durante el año 2008, las filiales en Brasil y Perú recibieron sanciones por incumplimientos en los tiempos de entrega de los productos y servicios, que fueron cursadas mediante multas monetarias.

En el caso de Brasil correspondió al retraso en la entrega de materiales comprometidos, ascendiendo la multa a US\$ 6.298.

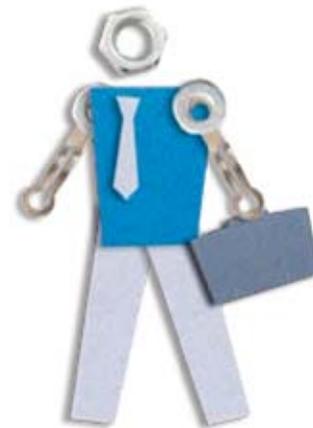
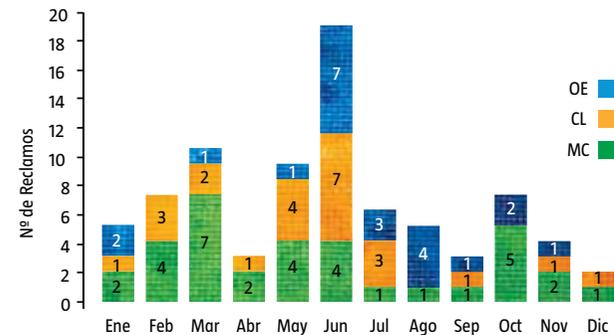
En tanto, Cam en Perú incurrió en una multa de US\$ 71.905 por concepto de plazos de entrega.



**GESTIÓN DE RECLAMOS**

Cam tiene procedimientos definidos para la gestión de reclamos en cada una de sus filiales y diversos canales para su recepción y tratamiento, entre los que se encuentran la sección de contacto del sitio Web corporativo, la atención telefónica y cada uno de los responsables de los servicios o productos que la empresa ofrece.

Distribución Mensual de Reclamos por Línea de Negocio



**INFORMACIÓN OPORTUNA DE SERVICIOS Y PRODUCTOS**

Los productos y servicios que Cam comercializa no requieren ser etiquetados debido a su naturaleza. Las características son entregadas mediante folletos e instructivos a los respectivos clientes. En caso de que surjan discrepancias entre el servicio y/o producto contratado y el entregado, serán resueltas mediante los procedimientos establecidos por las partes.

Asimismo, Cam incluye en los documentos de certificación y acreditación, instrucciones de uso o de manipulación de los servicios y productos. En el período de tiempo que comprende este informe, no se registraron reclamos atribuibles al incumplimiento de las normas relacionadas con información o etiquetado de los servicios y productos.

La siguiente tabla indica los tipos de información requeridos a Cam por los procedimientos y normativas en vigor.

Información	Argentina		Brasil		Chile		Colombia		Perú	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
El origen de los componentes del producto o servicio.		X		X	X		X			X
Contenido (se refiere particularmente a sustancias que puedan producir un impacto social o ambiental).		X		X		X	X			X
Uso seguro del producto o servicio.		X	X		X		X			X
Eliminación del producto y sus impactos ambientales y sociales.		X		X		X	X			X
Otros (explicar).		X		X		X				X



**BRASIL:**

- Corresponde al manual que viene con el medidor de energía eléctrica.

**CHILE:**

- Corresponde al manual que viene con equipos
- Gerencia de Medición y Certificación: 98% de sus productos se entregan con información (considerando sólo medidores). En la Gerencia de Comercialización y Logística los materiales que se venden cuentan con un certificado con los detalles del producto, pero no hace referencia al impacto medioambiental.

**COLOMBIA:**

- En el 100% de los productos se entrega esta información.

**INCIDENTES REGISTRADOS EN 2008**

Durante el año 2008 no se registraron incidentes a causa del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing (incluyendo la publicidad, promoción y patrocinio). Como tampoco hubo reclamos respecto de posibles brechas existentes en la privacidad del cliente.



## ACTIVIDADES CON CLIENTES

Con el fin de generar instancias de cercanía que colaboren en la creación, fortalecimiento y mantención de relaciones de largo plazo, Cam efectuó durante el año 2008 una serie de acciones con sus actuales y potenciales clientes del sector minero, eléctrico, industrial y construcción.

### PERMISSION MARKETING

Para lograr una mejor comunicación con sus clientes y mantenerlos informados sobre sus principales actividades e hitos relevantes, Cam implementó el envío de un newsletter en formato digital.

Esta herramienta, que es enviada mensualmente vía e-mail por cada filial, es un nuevo canal de comunicación que permite informar regularmente a los clientes sobre productos, negocios y nuevas tecnologías desarrolladas por la empresa.

Asimismo, se desarrolló el envío de e-mails tácticos, para difundir la oferta de productos y servicios a actuales y potenciales clientes.





#### EVENTOS RECREACIONALES

Con el fin de crear una relación más cercana, la empresa invitó a sus principales clientes a una serie de eventos recreacionales e informativos. Entre los eventos, destacan la exhibición de tenis Marcelo Ríos- Pete Sampras y los partidos clasificatorios mundialistas Sudáfrica 2010 entre las selecciones de Perú - Colombia; Perú - Argentina; Chile - Brasil; Chile - Argentina y Chile - Colombia.

Además, se realizó el Torneo de Fútbol Confraternidad Copa Cam en Perú y el Torneo de Golf Copa Cam 2008 en Chile. Asimismo, como parte del compromiso que posee Cam con sus clientes que se interesaron y contactaron con la empresa para conocer y obtener mayor información sobre el Reva-i, se efectuaron una serie de exhibiciones y test drive.



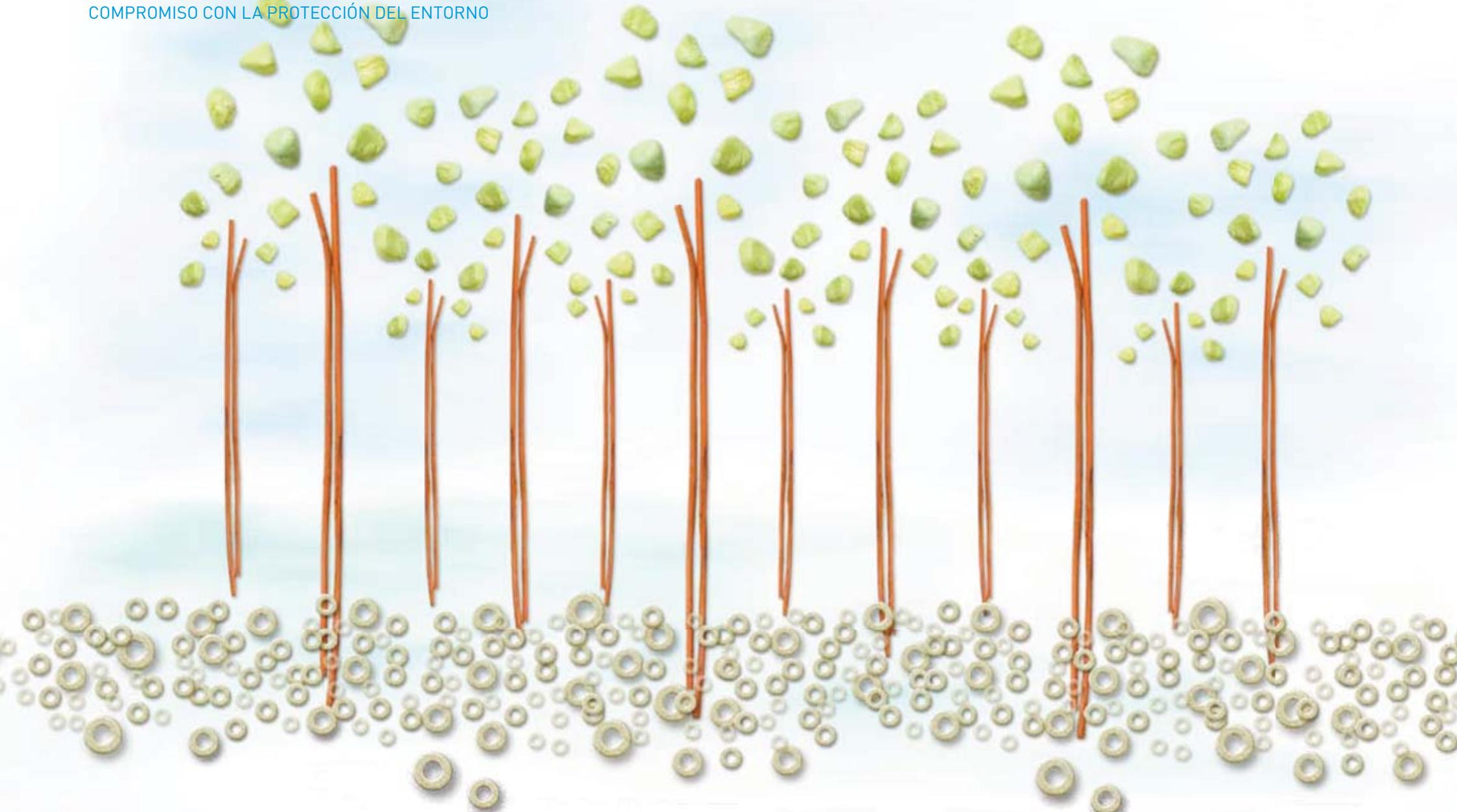
#### CHARLAS Y SEMINARIOS

Cam organizó para sus clientes, en conjunto con la Universidad del Pacífico del Perú, el seminario "Iluminación como herramienta del marketing BTL, innovadoras tecnologías de iluminación inteligente", el cual reunió a especialistas expertos en arquitectura, iluminación y publicidad BTL para mostrar innovadoras tecnologías de iluminación inteligente para la comunicación con fines comerciales de un producto, una marca o un concepto.

También implementó una sala de exhibición de apoyo al seminario, en la cual Cam dio a conocer a los participantes sus principales proyectos desarrollados y productos innovadores.

## NUESTRO MEDIO AMBIENTE

COMPROMISO CON LA PROTECCIÓN DEL ENTORNO



Cam siente la responsabilidad por el cuidado y la protección del medio ambiente, lo cual se materializa a través de una serie de medidas.

Una de ellas es la implementación y certificación progresiva del Sistema de Gestión Ambiental de la norma ISO 14.001, mediante la cual se efectúa un exhaustivo control, seguimiento y mejoramiento de todos aquellos procesos que afectan los entornos en los cuales se desempeña la empresa.

Asimismo, promueve el uso racional y eficiente de la energía mediante la implementación de innovadoras soluciones para los clientes.

### 1.- MATERIALES USADOS POR LA EMPRESA

Por tratarse de una empresa de servicios y comercializadora de productos para el mercado eléctrico, la incidencia de Cam en el consumo de materiales como materias primas para procesos de elaboración es prácticamente nula.

Consumo de papel año 2008	
Material	Cantidad (Kg)
Papel fotocopias	125.957
Papel impresoras	131.901
Plotter (rollos)	2.202
Facturas y guías	380
<b>TOTAL</b>	<b>260.440</b>



### 2.- EL CONSUMO DE ENERGÍA

La empresa identifica, evalúa y controla los efectos ambientales derivados de sus actividades, especialmente por el consumo de energías primarias.

El combustible para los vehículos es la energía utilizada transversalmente en todas las filiales, en general corresponde a petróleo diésel y, en algunas ocasiones, a gas natural comprimido y gasoil. En el caso particular de Brasil, se ha incorporado a sus vehículos el uso de Etanol.

Por la naturaleza del negocio, las iniciativas de reciclaje de materiales a nivel regional se centraron en artículos de oficina, como tóner y papel para impresión.

La gerencia de Comercialización y Logística de la filial en Chile efectuó una iniciativa de reciclaje de la madera presente en los carretes de cables en desuso, convirtiéndolos en pallet para carga y transporte de materiales del Centro de Distribución Logístico.

## CONSUMO DE ENERGÍA DIRECTO POR FILIALES PERÍODO 2008

Fuente de Energía		Consumo directo de energía en Giga Joule				
		Arg	Bra	Chi	Col	Per
Fuentes directas de energía no renovable	Carbón	0	0	0	0	0
	Gas natural	477	0	0	777	1
	Gas licuado de petróleo o LPG	0	0	0,5	0	2
	Gasolina	645	3.807	5.442	2.385	995
	Petróleo diésel	960	1.232	29.807	504	3.903
	Fuel oil	0	0	0	45	0
Fuentes directas de energía renovable	Alcohol - Etanol	0	106	0	0	0
<b>TOTAL</b>		<b>2.082</b>	<b>5.145</b>	<b>35.249</b>	<b>3.711</b>	<b>4.901</b>

A diferencia del año anterior, en el presente Informe de Sostenibilidad se han incluido los consumos directos de energía realizados por los subcontratistas de la empresa. Por esta razón, los valores de consumo de energía no poseen una base comparable con los mostrados para 2007.

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

La electricidad es el mayor consumo indirecto de energía de la empresa, obteniéndose de fuentes primarias del tipo renovable y no renovable.

La de tipo renovable proviene de fuentes de energía hidráulica, mientras que la no renovable desde fuentes

térmicas, en donde se usa como combustible el gas natural y el petróleo, principalmente.

En todos los casos, Cam no posee incidencia sobre el origen de las energías que utiliza, aspecto que es regulado por los sistemas interconectados y de distribución en cada país.

	Consumo de energía indirecto 2008 por uso de electricidad (Giga Joule)		
	2006	2007	2008
Argentina	653	748	756
Brasil	1.925	1.725	3.722
Chile	6.406	7.175	4.685
Colombia	1.944	1.779	1.846
Perú	4.708	4.779	5.188



Tal como se puede apreciar en la tabla anterior, la filial en Chile presentó un ahorro de 2490 GJ en el consumo de energía indirecto en comparación con el año 2007, lo que responde a la implementación de la campaña de uso eficiente de recursos “Está en tus Manos” durante el período.

A diferencia del resto de las filiales, en el caso de Cam en Perú existe un consumo adicional generado en su mayoría por mayor actividad en su planta de postes.

#### AHORRO Y MEJORAS EN LA EFICIENCIA

La conservación de la energía tiene un papel preponderante en el Sistema de Gestión Ambiental de Cam, formando parte esencial en el desarrollo de sus productos y servicios.

Si bien la empresa ha realizado iniciativas de ahorro energético en cada una de sus filiales (principalmente asociado al consumo de energía eléctrica), con la excepción de la filial Chile (ahorro de 2490 GJ en energía eléctrica), no se ha efectuado un análisis cuantitativo respecto del ahorro y mejoras en la eficiencia se han generado. Se espera que para el próximo período de análisis las filiales cuenten con un sistema implementado que permita obtener este valor.

#### CAM PROPORCIONA PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EFICIENCIA ENERGÉTICA

La eficiencia energética está presente en la estrategia de la empresa para lograr un crecimiento sostenido y garantizar los mejores productos y servicios a sus clientes.

Por ello, en cada una de sus filiales se realizó durante el 2008 una serie de mejoras a nivel tecnológico para entregar herramientas necesarias que otorguen al consumidor las potencialidades en ahorro energético y cuidado del medio ambiente de manera directa o indirecta.

Filial	Iniciativas para proporcionar productos y servicios con eficiencia energética
Argentina	- Reemplazo de lámparas convencionales en semáforos por tecnología LED. - Reemplazo de tubos fluorescentes por Ecotubo.
Brasil	- Gestión del alumbrado público programando la intensidad luminosa. - Sistema automático de medición (Ampla, Coelce y Light). - Sistemas de iluminación eficiente. - Lanzamiento vehículo eléctrico Reva-i.
Chile	- Sistema de gestión energética para distribuidoras. - Sistema de gestión energética para retail. - Colectores solares. - Auditorías energéticas para la industria. - Lanzamiento vehículo eléctrico Reva-i.
Colombia	- Lanzamiento vehículo eléctrico Reva-i.
Perú	- Sistemas de iluminación eficiente. - Calidad de energía y eficiencia energética en la industria.

#### INICIATIVAS PARA REDUCIR EL CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA

En la tabla que se presenta a continuación, se detallan las iniciativas o programas desarrollados por cada filial para reducir el consumo indirecto de energía eléctrica.

Filial	Nombre	Descripción
Argentina	Disminución del consumo de energía eléctrica.	Máxima economía en la iluminación de oficinas y obras.
Chile	Campaña de uso eficiente de recursos “Está en tus manos”.	Promoción de medidas a implementar para usar eficientemente y ahorrar luz, agua y papel, tanto en las oficinas como en sus propias casas.
Perú	Iluminación eficiente.	Mejora de la iluminación en sus instalaciones con luminarias eficientes.
Perú	Campañas de sensibilización.	Recomendaciones que induzcan al cuidado de la energía eléctrica en los distintos sectores.
Perú	Cambio de luminarias de oficina.	Reemplazo de luminarias existentes por unas más eficientes.

#### CAPTACIÓN Y USOS DE LAS AGUAS

Debido a las características de la industria en la que opera, los procesos y servicios que entrega, Cam no efectúa 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.

Asimismo, la alimentación de aguas se efectúa mediante compañías de tratamiento de las aguas potables de cada país. Este tipo de operación no amerita la instalación de sistemas especiales de reciclaje.

En tanto, Cam no ha elaborado programas de protección o gestión de la biodiversidad, ya que sus instalaciones no están ubicadas en lugares contiguos, dentro de espacios naturales protegidos o áreas de alta biodiversidad protegidas y, por ende, sus actividades no generan impactos importantes en sitios ecológicos o que poseen especies de la flora y fauna protegidas.

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

Consumo de agua estimado por año (m3)			
	2006	2007	2008
Argentina	1.755	1.722	2.386
Brasil	8.730	7.350	9.960
Chile	19.074	19.481	29.295
Colombia	3.633	3.433	3.082
Perú	9.630	10.020	7.971

El consumo de la filial en Chile presenta un aumento considerable respecto del año 2007, ya que por primera vez se considera el consumo de camiones aljibe, que fueron utilizados principalmente en la línea de negocio de Obras Eléctricas.

La utilización de recursos hídricos realizada por la empresa, se encuentra limitada mayormente a un consumo de la red sanitaria de agua de las respectivas filiales, con la excepción de Brasil, que realiza su consumo de agua desde camiones aljibe.

Debido a que el agua no es usada en procesos industriales, es vertida directamente al alcantarillado, siendo la empresa sanitaria del respectivo país la encargada de su tratamiento. Por esta razón, las descargas de este líquido no afectan significativamente a los recursos hídricos y hábitat relacionados.

Asimismo, no existen medidas de reciclaje y reutilización de aguas de tipo industrial, por ello, la empresa no cuenta con una planta de tratamiento de efluentes industriales primarios o secundarios.

### 3.- EMISIONES DAÑINAS

#### EMISIONES DE GASES EFECTO INVERNADERO

Cam, por la naturaleza de su negocio, no cuenta con actividades industriales que requieran la utilización 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.

A pesar de ello, sus vehículos tienen motor a combustión que usan combustibles fósiles, que están asociados a la contaminación atmosférica.

#### EMISIONES TOTALES, DIRECTAS E INDIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO POR PESO

		Ton CO <sup>2</sup> equivalente				
Fuente de Energía		Arg	Bra	Chi	Col	Per
Fuentes directas de energía no renovable	Carbón	0	0	0	0	0
	Gas natural	24	0	0	38	0
	Gas licuado de petróleo o LPG	0	0	7	0	25
	Gasolina	41	271	387	170	71
	Petróleo diésel	71	91	2.194	37	287
	Fuel oil	0	0	0	4	0
Fuentes directas de energía renovable	Alcohol - Etanol	0	564	0	0	0
Fuentes indirectas de energía no renovable	Electricidad (Kwh)	9.034	44.461	55.969	22.059	4.918

Al igual que en el caso del consumo de energía directo, y a diferencia del año anterior, para el presente Informe de Sostenibilidad se incluyó la información referente a los subcontratistas de la empresa, por esta razón, los





valores Ton CO2 equivalente generado no poseen una base comparable con los mostrados el año anterior.

#### INICIATIVAS PARA REDUCIR LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

Dentro de las iniciativas implementadas, destaca la desarrollada por la filial en Brasil, la cual a partir de fines del año 2007 ha ido convirtiendo la fuente de

combustible de sus vehículos desde la gasolina hacia el alcohol - etanol, alcanzando a fines del año 2008 un 60% del total de la flota.

Debido a que el alcohol-etanol es un combustible más amigable con el medio ambiente, su conversión en Cam en Brasil significa un ahorro generado en emisiones de CO2 a la atmósfera correspondiente a 181,5 Ton/Año (asumiendo un consumo equivalente de diésel y gasolina). Si se realiza una equivalencia respecto al número de árboles que serían necesario plantar para absorber esta emisión de CO2, equivale a 8.643 árboles\*.

\* Fuente: Documentation and Information Source for Land Resources Protection, Trust for Public Land.

#### CANTIDAD TOTAL DE RESIDUOS POR TIPO Y DESTINO

Destino de Residuo	Cantidad de Residuos Peligrosos Generado (Ton)	Cantidad de Residuos No Peligrosos Generado (Ton)
Compostaje	-	-
Reutilización	-	-
Reciclaje	1,99	757,53
Incineración	0,09	-
Relleno sanitario	4,81	40,01
Almacenamiento en lugar	4,03	0,50
Otro	-	-

De las toneladas de residuos no peligrosos enviados a reciclaje, más del 33% corresponde a chatarra de la distribuidora Chilectra, puesto que la filial en Chile realiza el servicio de manejo de este tipo de residuos para dicha empresa.

#### GESTIÓN DE DERRAMES PELIGROSOS

Durante el año 2008, solamente se registró un episodio de derrame. Se trató de un derrame de aceite desde un transformador, ante lo cual se realizó el plan de contingencia establecido para aminorar su impacto ambiental, trasladando el elemento a una bodega externa autorizada para su almacenamiento.

#### TRANSPORTE DE RESIDUOS PELIGROSOS

Filial	Tipo de Residuo Transportado	Cantidad (Ton)
Argentina	Pinturas y materiales contaminados con pinturas.	0,25
Chile	Lámparas usadas	3,51
	Residuos de plomo	0,46

Las filiales en Argentina y Chile transportaron residuos peligrosos durante el año 2008. En el caso de Chile, corresponde al servicio de transporte de residuos peligrosos efectuado para la empresa distribuidora Chilectra.

## IMPACTOS AMBIENTALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Impactos ambientales significativos de los medios de transporte utilizados por la empresa (automóviles, camiones, camionetas, equipos en obras)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Emisión de gases de combustión.</li> <li>2. Emisión de polvo en suspensión por el tránsito de camiones.</li> <li>3. Contaminación ambiental por ruido.</li> </ol>
Criterios utilizados para determinar si impacto es significativo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Intensidad.</li> <li>2. Reversibilidad.</li> <li>3. Extensión.</li> <li>4. Comunidad.</li> <li>5. Requisitos legales.</li> <li>6. Frecuencia.</li> </ol>
Cómo los impactos son mitigados por la organización	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. A todo vehículo se le exige revisión técnica al día, para asegurar el cumplimiento de la legislación ambiental respecto de la emisión de contaminantes y la posibilidad de generar ruidos por mal funcionamiento.</li> <li>2. Para mitigar el polvo en suspensión, se realizan actividades de humectación de las vías de tránsito para evitar el levantamiento de polución.</li> <li>3. Auditorías a vehículos de empresas contratistas.</li> </ol>

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

### CAMPAÑA NOSOTROS SEPARAMOS, ARGENTINA

Actividad orientada a incentivar la separación de los residuos domiciliarios por tipo de residuo. Para lo cual se dispusieron recipientes diferenciados en las instalaciones de Cam y todos los trabajadores recibieron una inducción de cómo clasificar los residuos.

### SEMANA DEL MEDIO AMBIENTE, BRASIL

En junio de 2008 se desarrolló la Semana del Medio Ambiente, con el fin de difundir y llamar la atención en temas ambientales, fomentando acciones que disminuyan el impacto en el planeta. La semana contó con una variada gama de talleres, seminarios y paseos a lugares de interés por su belleza natural.

### CAMPAÑA "ESTÁ EN TUS MANOS", CHILE

En septiembre de 2008, se realizó la campaña "Está en tus Manos", orientada a difundir entre los trabajadores diferentes prácticas que permitan colaborar con el cuidado del medio ambiente y sus recursos naturales. La campaña se enfocó en el uso ahorrativo de agua, luz y papel, tanto en la oficina como en las propias casas del personal Cam.

### EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROYECTOS DE GRANDES OBRAS: NOGALES, PUERTO MONTT Y MINERA ESPERANZA, CHILE

Se implementó un procedimiento de evaluación de los aspectos ambientales de los proyectos en los que participa la Subgerencia de Grandes Obras de Cam en Chile, desde su fase de estudio de propuestas. Esto sirvió para asegurar la disponibilidad de recursos para el adecuado control operacional de sus aspectos ambientales significativos.

Asimismo, este procedimiento de evaluación de aspectos ambientales, se desarrolló en las obras vigentes a la fecha, las que en 2008 correspondieron a:

- Subestación Seccionadora 220 KV, Nogales.
- Sistema de transmisión 220KV, Línea 1x220 KV y Ampliación de la Subestación Eléctrica Tesoro 220 KV , Minera Esperanza.
- Refuerzo Sistema de Transmisión 220 KV 2° Etapa, Puerto Montt, Saesa.

### FORMACIÓN DE LÍDERES AMBIENTALES, COLOMBIA

A partir del segundo semestre de 2008, 21 personas de las diferentes áreas de la empresa fueron capacitadas en temas relacionados con: Gestión de Residuos, Manejo de Residuos Peligrosos y Problemática Ambiental.

### SALIDA TÉCNICA, COLOMBIA

30 trabajadores de Cam realizaron una visita técnica al relleno sanitario Doña Juana, como reconocimiento al esfuerzo y compromiso con la gestión ambiental.

### SEMBRANDO VIDA, PERÚ

Los primeros días de junio de 2008, en el marco de la celebración del día del Medio Ambiente, se realizó una jornada de reforestación, en la cual los trabajadores en conjunto con sus familiar sembraron cerca de 3 mil metros de pasto y plantaron palmeras, embelleciendo el circuito de playas de la Costa Verde, Magdalena, Lima.



## 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 2008 fue un año clave en la creación de nuevos proyectos y sinergias entre las filiales de la empresa, lo cual se debe principalmente al dinámico mercado de las empresas de servicios y al modelo de negocio implementado por Cam, basado en la estrategia de Recursos Humanos.

El Plan Estratégico de Recursos Humanos está orientado a sustentar los objetivos estratégicos de la empresa, principalmente para:

- Alinear a las personas y los procesos de la organización con la estrategia.
- Potenciar y desarrollar las capacidades y competencias de las personas, gestionando el talento.
- Hacer de Cam un gran lugar para trabajar.
- Asegurar que el crecimiento se enmarque en la política de sostenibilidad de Cam.

### HECHOS RELEVANTES

Durante el transcurso del año 2008 se efectuaron una serie de acciones en relación con la gestión de personas, entre ellas destacan:

- Gestión del Talento. Gracias a la consolidación del Programa de Talentos se logró retener el 97%



de éstos. Este programa está orientado a promover, retener y motivar mediante diversos tipos de beneficios a personas identificadas con rendimientos, capacidades y actitudes sobre el promedio.

- Gestión de las Compensaciones. Mediante la implementación y uso de la metodología Hay Group, se realizó la evaluación de los cargos de la empresa, para contar con una misma base de análisis, alineada a la política corporativa.
- Gestión del Conocimiento. Se desarrolló el Programa de Mejoramiento Continuo y se creó el "Campus Cam,

Comunidad del Aprendizaje". Ambas herramientas fortalecieron la sinergia existente entre las filiales de Cam, permitiendo el desarrollo de acciones de capacitación alineadas con los objetivos estratégicos de la empresa y de acuerdo con las necesidades de las líneas de negocio.

### 1.- SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

La empresa 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 compañía y en todos los ámbitos de gestión.

De esta manera, ha desarrollado una política de Seguridad y Salud Laboral que promueve un entorno de trabajo seguro y saludable, al ofrecer un marco que permita identificar y controlar coherentemente el potencial riesgo para la salud.

Debido a su compromiso de desarrollo sostenible y para crear una cultura preventiva, ha hecho extensivo este propósito a sus empresas contratistas. Para asegurar la integridad de los trabajadores y colaboradores, durante el 2008 se han desarrollado diversas actividades:

- Realización de campañas de concientización en Seguridad y Salud Laboral, con el objeto de crear una cultura de seguridad en el trabajo y fomentar el desarrollo de un ambiente laboral mejor y más seguro.
- Cursos de formación y capacitación en torno a temas técnicos y actitudinales de prevención de riesgos. Alineación de las políticas, gestión de seguridad y salud laboral con las directrices de Endesa.
- Programas de prevención de riesgos con empresas contratistas y reuniones con sus representantes, con el objetivo de analizar la accidentalidad, así como las causas que las originaron.

- Implementación del Sistema de Gestión en Seguridad y Salud laboral DELFOS, herramienta que permite una gestión más eficiente y alineada con las políticas corporativas.
- Celebración del día de la seguridad laboral, entrega de un díptico con la política de SSO de Endesa y curso e-Learning sobre el tema.
- Implementación y certificación de OHSAS 18.001.

#### EVOLUCIÓN NÚMERO DE ACCIDENTES

El siguiente 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.



Nº Accidentes

### ÍNDICE DE FRECUENCIA CONSOLIDADO

El gráfico muestra el índice de frecuencia de accidentes durante 2008 en el cual se observa que el indicador adquiere una curva descendente, llegando a un índice de 11,75 valor que se encuentra por debajo de la meta anual de 13,04.



### ÍNDICES DE SALUD Y SEGURIDAD LABORAL POR FILIAL

	Índice IPAL	Meta
Argentina	9,3	100
Brasil	43,6	100
Chile	112	100
Colombia	50,8	100
Perú	13,5	100
Consolidado	52,9	100

### LA SALUD OCUPACIONAL, UNA RESPONSABILIDAD COMPARTIDA

Cam busca desarrollar y fomentar una salud laboral que permita el bienestar de los trabajadores y la prevención de enfermedades asociadas al trabajo. Por ello, sus funcionarios deben participar en la gestión de la Seguridad y Salud Laboral y así conocer los aspectos que interfieren negativamente en su salud y seguridad.

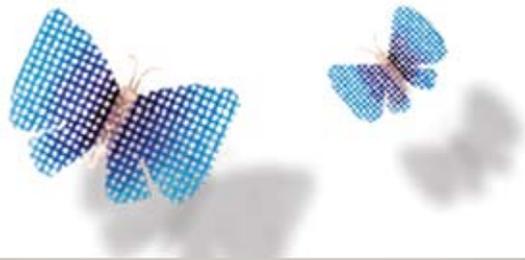
En las filiales de Brasil, Chile, Colombia y Perú existen comités de salud y seguridad, también llamados Comités Paritarios, los cuales desarrollaron diferentes programas para el apoyo y difusión de las buenas prácticas de salud y seguridad laboral entre sus trabajadores y colaboradores.

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

La empresa generó y desarrolló programas y campañas de conocimiento, acciones, controles y fomento de las buenas prácticas de salud con los trabajadores y sus familias.

De esta manera, en cada filial se ejecutaron diferentes programas:

- Día "D" de combate al Dengue, Brasil: Campaña para crear conciencia en los trabajadores sobre las acciones que deben realizar para erradicar el mosquito del Dengue.
- Día de vacunación contra la Rubéola, Brasil: Campaña de vacunación para inmunizar a los trabajadores de enfermedades contagiosas.
- Día de lucha contra el Sida, Brasil: Campaña focalizada a la prevención de esta enfermedad. Entre las actividades realizadas destacan la distribución de condones, folletos explicativos sobre enfermedades de transmisión sexual y charlas explicativas.
- Charla contra el tabaquismo, Brasil.
- Charla sobre el alcohol y la conducción, Brasil.
- Charla sobre la educación nutricional, Brasil.
- Charlas de prevención de consumo de alcohol y drogas, Chile: Se efectuó una serie de charlas para sensibilizar a los trabajadores respecto de las consecuencias del consumo de alcohol y drogas, los efectos negativos en el desempeño del trabajo; todo esto tendiente a la confección conjunta de una política de consumo



se efectuó una jornada de vacunación, campaña de eliminación de stress y campaña odontológica. Además de sensibilizar a todo el personal sobre los accidentes.

- Jornada de Salud y Seguridad Laboral, Perú: Serie de actividades orientadas a sensibilizar a los trabajadores a sostener una cultura de seguridad y salud en el trabajo. Entre las desarrolladas, destacan:
  - Charla informativa de "Nutrición en el Trabajo".
  - Masajes terapéuticos.
  - Taller práctico de control de incendio (simulacro).
  - Taller de primeros auxilios.

## 2.- GESTIÓN DE CLIMA LABORAL

En el año 2008 se generó un modelo de intervención orientado a incrementar la satisfacción y el compromiso de las personas, el que originó por parte de las filiales de Cam una serie de planes de acción destinados a mejorar el clima laboral al interior de la empresa, velando por el respeto y los principios de conciliación familiar, igualdad de oportunidad, diversidad y no discriminación. En este sentido se efectuaron las siguientes actividades:

- Aplicación del Estudio de Compromiso, Clima y Cultura realizado por la consultora internacional Towers Perrins a todas las empresas del Grupo Endesa en España, Portugal y Latinoamérica.
- Participación en la Encuesta de Clima Laboral de Great Place to Work.



- Campaña Muévete por tu Salud, Chile: Programa de salud integral y calidad de vida para personas de más de 40 años de edad, que les entregó importante información respecto de los efectos de la vida sedentaria, los hábitos alimenticios, la importancia de hacer ejercicio y cumplir con las horas

- de descanso a través del sueño, y se los insertó en planes de reducción del sobrepeso, etc. todo esto tendiente a entregar herramientas para la toma de conciencia de transformación de hábitos hacia una mejora en la calidad de vida de los trabajadores.
- Gimnasia laboral y asesorías nutricionales, Chile.
- Semana de la Salud, Colombia: Durante su realización

- Jornadas de trabajo en conjunto con consultores de Great Place to Work.
- Realización de actividades orientadas a mejorar el clima, cultura y compromiso laboral.
- Programas de conciliación familiar y recreativos para cónyuges e hijos.
- Jornadas de comunicación y motivación con los trabajadores de la empresa.

Cam desarrolla en conjunto con el Grupo Endesa y de manera bianual un Estudio de Clima Laboral. La última medición, realizada el año 2007, arroja los siguientes resultados:

Categorías	Cam
Satisfacción en el trabajo y motivación	75
Organización	70
Mi jefe	69
Relaciones internas	66
Comunicación	69
Desarrollo profesional	58
Compensación y beneficios	49
Orientación al cliente	65
Seguridad e higiene ocupacional	79
Trato justo	62
Innovación	70
Media	67

\* Los números indican el porcentaje de respuesta favorable

Los puntos evaluados como destacados corresponden a la Satisfacción en el Trabajo y Motivación, junto con la Seguridad e Higiene Ocupacional. Aquellos elementos evaluados con las puntuaciones más bajas son Compensación y Beneficios, Desarrollo Profesional y Trato Justo.

Las brechas detectadas son los focos de mejora abordadas por los programas de Clima Laboral.

### 3- GESTIÓN DEL TALENTO

Cam, consciente de la importancia de su capital humano como elemento diferenciador y clave para obtener el éxito en el actual mercado dinámico y competitivo, se ha esforzado por gestionar a sus talentos y establecer iniciativas que enriquezcan el plan estratégico y garanticen el desarrollo sostenible a través de planes de sucesión, desarrollando en las personas las actitudes, capacidades y conocimientos críticos del negocio.

Generar sentimientos de pertenencia en las personas que obtienen altos desempeños y muestran mejores resultados, así como promulgar una cultura laboral orientada a la mejora continua como pilar de desarrollo en los trabajadores, son los horizontes propuestos a través de la Gestión del Talento. Durante el 2008 las

principales actividades fueron:

- Selección de candidatos propuestos por cada filial, siendo evaluados mediante un assessment, y evaluación curricular, lo que por consecuencia permitió ordenarlos de acuerdo con una tabla de puntuación.
- Clasificación de los trabajadores en tres grupos: Sucesor Ejecutivo, Jóvenes Talentos y Especialistas Críticos, de acuerdo con los resultados obtenidos en las evaluaciones.
- Definición del esquema de proceso de Gestión del Talento, en el cual se instauraron siete etapas para el proyecto.
- Definición de beneficios para las personas seleccionadas como Talentos.
- Se otorgó retroalimentación y se entregaron lineamientos clave de mejora a cada uno de los Talentos de Cam.
- Realización de reuniones estratégicas entre las personas del conjunto de Talentos y la Gerencia General de cada filial.
- Desarrollo de conversaciones motivacionales entre los Talentos y sus respectivas jefaturas, con la finalidad de conocer las expectativas, prioridades y compromiso de éstos.
- Definición de las propuestas de desarrollo individual de cada Talento de Cam.

### 4.- GESTIÓN DE COMPENSACIONES

La gestión de compensaciones tiene como principal función el alineamiento estratégico mediante la administración de la equidad interna y competitividad externa buscando atraer y retener a las personas idóneas, para lograr la dirección del desempeño, cumpliendo con



factores motivacionales básicos para el desempeño laboral. Entre las acciones desarrolladas durante el año 2008, destacan:

- Levantamiento de todas las descripciones de cargos de las filiales, lo que permitirá contar con un manual de cargos. Lo anterior da oportunidad para determinar equivalencias, fija responsabilidades y da paso a la evaluación de posiciones.

- Evaluación de cargos a nivel de gerencias, subgerencias y jefaturas de la empresa mediante una misma metodología para contar con información relativa al peso de cada cargo dentro de la organización, lo que entrega un marco homogéneo para los análisis a través del tiempo y modela el marco de las posiciones.
- Realización del trabajo a través de la metodología validada por la Dirección de Organización y Recursos Humanos de Latinoamérica, que permite estar alineado a la metodología del Grupo Enersis y permite contar con criterios validados y reconocidos.
- Administración de las rentas a través de la Política de Compensaciones, cuyo objetivo es implementar estructuras equitativas al interior de la organización y competitivas con el mercado laboral relevante de modo de contribuir a la generación de valor para la empresa y sus empleados.

## 5.- GESTIÓN DEL RENDIMIENTO

El propósito de la gestión de desempeño es influir, analizar y proyectar el rendimiento de las personas en el trabajo, para alinearlos con los objetivos estratégicos de la empresa, permitiendo una mejora sostenida al logro de los objetivos organizacionales. En este sentido durante 2008 se logró:

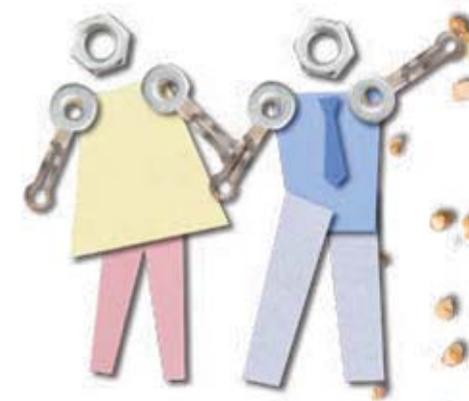
- Consolidación de un proceso de evaluación, sistemático y ordenado a través del programa Nostrum.

- Desarrollo de una cultura de feedback al interior de la empresa.
- Alineamiento corporativo de acuerdo con las directrices del grupo.
- Actualización de la información personal y organizativa de Cam, a través del uso continuo de la herramienta de gestión.
- Inculcar el rol del gestor como factor de desarrollo de sus subordinados.
- Tener información clara y precisa respecto de las metas organizacionales.

Se utilizó la gestión del rendimiento como el motor para introducir Nostrum a las distintas áreas de la empresa, especialmente a través de los gestores, quienes accedieron a realizar los procesos de carga de metas, evaluación del rendimiento, evaluación de competencias y gestión del potencial.

### PORCENTAJE DE LOS EMPLEADOS QUE RECIBEN EVALUACIONES REGULARES DE DESEMPEÑO Y DE DESARROLLO PROFESIONAL

	2008
ARGENTINA	9,5%
BRASIL	7,2%
CHILE	91%
COLOMBIA	36%
PERÚ	64%



## 6.- GESTIÓN DE BIENESTAR

Durante el año 2008 se realizaron esfuerzos para ampliar los planes de beneficios de los trabajadores de la empresa y sus familias. Para ello, se desarrolló una encuesta de beneficio en todas las filiales con el objetivo de conocer la percepción e interés de los beneficios actuales y futuros. Sus resultados permitieron implementar planes de beneficios más atractivos para los trabajadores.

Beneficios sociales					
	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Perú
Salud	X	X	X	X	X
Educación		X	X	X	X
Deporte y recreación	X	X	X	X	
Asignaciones y bonos		X	X	X	X
Préstamos		X	X	X	X
Otros	X	X	X		X

### COBERTURA DE PLANES DE PENSIÓN

En cuanto a la cobertura de las obligaciones con los planes de pensiones, las filiales de Cam se acogen a la normativa legal existente en cada país, la cual establece el porcentaje del sueldo que cada trabajador debe aportar para su fondo de pensiones, que van desde un 4% en Colombia a un 13% en Perú.

Por otro lado, en la filial en Chile existen planes adicionales para facilitar o bien adelantar el retiro de la empresa y pasar a jubilación, lo que consiste en un aporte extra que complementa los ahorros de pensiones

del trabajador, de manera de que el valor de la pensión a recibir sea mayor.

## 7.- GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

En el marco del alineamiento estratégico de los proyectos orientados a la gestión del conocimiento, nace "Campus Cam, Comunidad de Aprendizaje", iniciativa que reúne acciones de formación local y regional, los programas e-learning y las diferentes iniciativas de gestión del conocimiento, en un sitio ubicado en el portal colaborativo interno.

Campus Cam contribuye al alineamiento estratégico de la gestión de capacitación y formación, a la gestión del conocimiento y aporta con herramientas técnicas a todos los trabajadores de Cam, permitiéndoles potenciar su desarrollo profesional y la gestión del talento dentro de la empresa.

### CAMPUS CAM: E-LEARNING

Campus Cam: E-Learning es un programa interactivo de aprendizaje para la integración y capacitación de los trabajadores de Cam, desarrollada bajo la plataforma del Campus Latam de Endesa.

Su objetivo es generar instancias para compartir experiencias y conocimientos en las distintas actividades



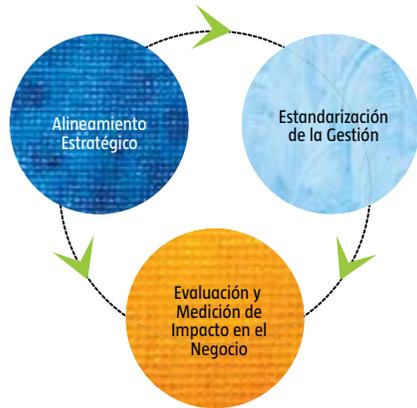
profesionales de la empresa. Para esto utiliza la metodología del e-Learning, herramienta diseñada para llevar adelante esta iniciativa que se enmarca dentro de las acciones corporativas de mejora continua.

### PROGRAMA DE MEJORAMIENTO CONTINUO DE LA GESTIÓN DE CAPACITACIÓN

Dentro de las iniciativas de mejoramiento continuo en el ámbito de la capacitación, se diseñó y puso en marcha

en el segundo semestre del año 2008 el Programa de Mejoramiento Continuo de la Gestión de Capacitación.

#### Pilares Programa Mejoramiento Continuo Gestión de la Capacitación



Este programa es un avance significativo en el marco del alineamiento estratégico de los programas locales de capacitación, considerando mejoras desde la detección de necesidades, pasando por la implementación del programa de capacitación, hasta la evaluación de las acciones formativas.

Un aspecto fundamental del programa es la estandarización de la gestión operativa a través de la utilización de formatos, tablas de trabajo, formularios únicos y la puesta en marcha de hitos de gestión y cumplimiento. Esta estandarización se inició parcialmente durante el año 2008 y se continuará trabajando en la concertación de las herramientas operativas

antes mencionadas, conjuntamente con las áreas de Recursos Humanos de todas las filiales durante el 2009.

Además, incorpora un alineamiento de las acciones de transferencia al puesto de trabajo de los participantes, de acuerdo con el nivel de impacto pretendido desde la génesis del programa formativo, llegando en aquellas actividades que impliquen un importante número de participantes y/o de recursos, a la medición de impacto de la capacitación.



#### OTROS CURSOS DESARROLLADOS

- Train de Trainers y Taller de competencias Laborales en Argentina.
- Trabajo en Equipo en Brasil
- Clínica de Ventas, Inspección de Sellos de Seguridad, Tertulia Jurídica, Excel Avanzado, Trabajo en Equipo y Responsabilidad Social en Colombia.



## HORAS DE CAPACITACIÓN CAM

<b>Total de participantes capacitados</b>	<b>1.398</b>
<b>Total de horas de capacitación</b>	<b>94.776</b>
Cobertura	
Ejecutivos, mandos medios, profesionales, técnicos, administrativos y operarios.	
<b>Horas de capacitación por tema</b>	
Horas gerencial y RR.HH.	16.870
Horas económica y financiera	1.477
Horas comercialización y trading	877
Horas producción	15.553
Horas distribución	60
Horas prevención y salud	23.922
Horas calidad y medio ambiente	1.309
Horas otras técnicas	18.466
Horas informática	1.349
Horas idiomas	12.446
Horas otras áreas	2.447
<b>Horas de capacitación por estamento</b>	
Horas ejecutivos	1.620
Horas mandos medios	6.378
Horas profesionales	20.563
Horas técnicos	44.328
Horas administrativos	2.927
Horas operarios	18.960
<b>Total horas Cam</b>	<b>94.776</b>

## 8.- LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN CAM

En el año 2008 la fuerza laboral de Cam llegó a las 1.575 personas, las cuales se concentran en los estamentos técnicos, profesional y administrativo, demostrando el alto grado de capacitación y especificidad de los trabajadores.

## DOTACIÓN POR TIPO DE CONTRATO EN CAM POR FILIAL, A DICIEMBRE DE 2008

	2006	2007	2008	
ARGENTINA	Ejecutivos	4	3	1
	Mandos medios	4	7	6
	Profesionales	5	9	12
	Técnicos	3	7	12
	Administrativos	13	20	11
	Operarios	26	19	32
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>65</b>	<b>74</b>	
BRASIL	Ejecutivos	2	2	2
	Mandos medios	17	23	25
	Profesionales	55	66	37
	Técnicos	22	23	149
	Administrativos	195	117	121
	<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>231</b>	<b>334</b>
CHILE	Ejecutivos	15	15	16
	Mandos medios	12	6	61
	Profesionales	111	176	181
	Técnicos	90	125	167
	Administrativos	108	137	112
	<b>Total</b>	<b>336</b>	<b>459</b>	<b>537</b>
COLOMBIA	Ejecutivos	1	1	7
	Mandos medios	7	7	12
	Profesionales	65	71	107
	Técnicos	117	125	179
	Administrativos	15	25	35
	<b>Total</b>	<b>205</b>	<b>229</b>	<b>340</b>
PERU	Ejecutivos	8	7	8
	Mandos medios	23	18	18
	Profesionales	45	35	53
	Técnicos	109	105	119
	Administrativos	29	58	92
	<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>223</b>	<b>290</b>
CONSOLIDADO	Ejecutivos	30	28	34
	Mandos medios	63	61	122
	Profesionales	281	357	390
	Técnicos	341	385	626
	Administrativos	360	357	371
	Operarios	26	19	32
<b>Total</b>	<b>1101</b>	<b>1207</b>	<b>1575</b>	

Filial	Índice de Rotación			
	Año	2006	2007	2008
Argentina	-	3,9%		156,8%
Brasil	104,8%	50,4%		78,6%
Chile	6,6%	23,8%		19,1%
Colombia	10,0%	25,3%		59,9%
Perú	25,9%	24,9%		32,9%

Fórmula índice de Rotación = ((Ingresos + Ceses)/2)/Plantilla Media Final al cierre del año.

Este indicador, que mide la tasa de movimiento de personal dentro de la empresa considerando los ingresos y los ceses, arroja un aumento significativo en la filial en Argentina, que se explica por el aumento de los proyectos efectuados por Obras Eléctricas y la caída del ciclo técnico.

En tanto, la filial brasileña tuvo un incremento en este índice por la contratación de personal para desarrollar servicios para las empresas Elektro y Light.

Asimismo, el incremento experimentado por la filial en Colombia responde a las contrataciones efectuadas el mes de abril por la adjudicación del contrato de nuevos suministros con Codensa.

## CAM FOMENTA PROCESOS DE RECLUTAMIENTO TRANSPARENTES

La empresa privilegia a sus trabajadores para la asignación de nuevos cargos, promoviendo la movilidad interna. Luego usa los sistemas de reclutamiento, que

velan por un proceso transparente y sin discriminación en la contratación externa.

Si bien no existe un procedimiento o política expresa que privilegie la contratación local, en la práctica es un estándar en todas las filiales, perteneciendo más del 95% de la totalidad de trabajadores a la comunidad local de las respectivas filiales.

Respecto de los ejecutivos, su contratación depende de diversos factores como el conocimiento del negocio y su experiencia, por ello en algunas filiales se cuentan con ejecutivos extranjeros (Argentina, Brasil y Perú). De esta forma, en la medida en que la empresa se extiende a regiones seguirá privilegiando colaboradores locales como una forma de ayudar a los habitantes de la zona y a la descentralización a nivel territorial de los países en los que opera.

#### NO A LA DISCRIMINACIÓN POR GÉNERO Y EDAD

La política de contratación de la empresa privilegia las potencialidades y competencias de los trabajadores sin importar su género y edad. Por ello, Cam no genera prácticas de discriminación de personal femenino y de personal de mayor edad.

Debido al gran desafío que implica la inserción de la mujer al mundo laboral, la empresa efectúa el proceso

de selección de personal basado de méritos propios del postulante sin importar el género u otra condición que generen algún tipo de discriminación.

Sin embargo, la presencia femenina en la dotación laboral de la empresa 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.

A pesar de ello, 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.

En cuando a la edad de los trabajadores, la mayor concentración se encuentra entre los 30 y 50 años, segmento que permite una proyección profesional en la empresa.

Composición de los departamentos superiores de gestión y gobierno corporativo					
Estamento	Consolidado		Edad (N° trabajadores)		
	Género (N° trabajadores)		Menor a 30 años	30 - 50 años	Mayor a 50 años
	Femenino	Masculino			
Ejecutivos	3	31	0	28	6
Mandos medios	18	95	4	95	13
Profesionales	103	297	121	247	34
Técnicos	63	578	203	371	66
Administrativos	101	214	110	169	36
Operarios (sólo caso Argentina)	2	54	25	25	6
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>1.269</b>	<b>463</b>	<b>935</b>	<b>161</b>
	19%	81%	30%	60%	10%

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

Si bien Cam no tiene una política expresa y específica que reivindique la igualdad salarial entre hombres y mujeres, se esfuerza para que la brecha entre las remuneraciones para un mismo cargo sea cada vez menor.

Asimismo, la empresa no fomenta las prácticas discriminatorias que vayan en menoscabo de la dignidad de la mujer.

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

Filial	Ratio 2007	Ratio 2008
Argentina	0,90	0,86
Brasil	1,03	0,99
Chile	0,83	0,82
Colombia	0,87	0,99
Perú	0,79	0,78
Consolidado	0,88	0,89

Ratio = Salario promedio mujer / Salario Promedio Hombre

En el caso de la filial en Colombia avanzó desde un ratio de equidad de 0,87 en 2007 a 0,99 en 2008.

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

La empresa, como práctica de pago, entrega un salario básico superior al salario mínimo definido por ley. Debido a la naturaleza de los productos y servicio que comercializa,





requiere contar con técnicos y administrativos con un nivel de especialización mayor que el disponible en el mercado.

La relación entre el salario inicial Cam Latam y el salario mínimo de los respectivos países para el período 2008 fue de 1,40. Este valor supera en promedio un 40% al mínimo legal exigido por ley. Para los casos específicos de las filiales en Colombia y Perú el salario inicial es el mínimo.

### 9.- RESPETO AL DERECHO DE LIBRE ASOCIACIÓN DE LOS TRABAJADORES

La empresa posee una política de diálogo con todos sus trabajadores y respeta la libertad de asociación, organización y negociación colectiva.

De esta manera, en la filial en Chile 260 trabajadores pertenecen a los 4 sindicatos existentes. Durante el 2008 se llevaron a cabo exitosamente procesos de negociación colectiva con el Sindicato de Profesionales, el Sindicato de Personal de Bodegas y el Sindicato de Personal Técnico-Administrativos.

Asimismo, se efectuaron reuniones con cada sindicato, para tratar temas específicos relativos a cada agrupación, que fueron complementados con almuerzos con el Gerente General de Cam en Chile.

Las restantes filiales no poseen sindicatos propios de la empresa. Sin embargo, en Argentina cuentan con

sindicatos externos agrupados por rubro y en Brasil con sindicatos por zona geográfica y rubro (formada por federaciones, confederaciones y unidades sindicales).

Asimismo, en Perú la empresa mantiene un convenio colectivo con sus trabajadores, el que tiene una vigencia de cuatro años. Situación similar a la de Brasil, donde 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 directa.

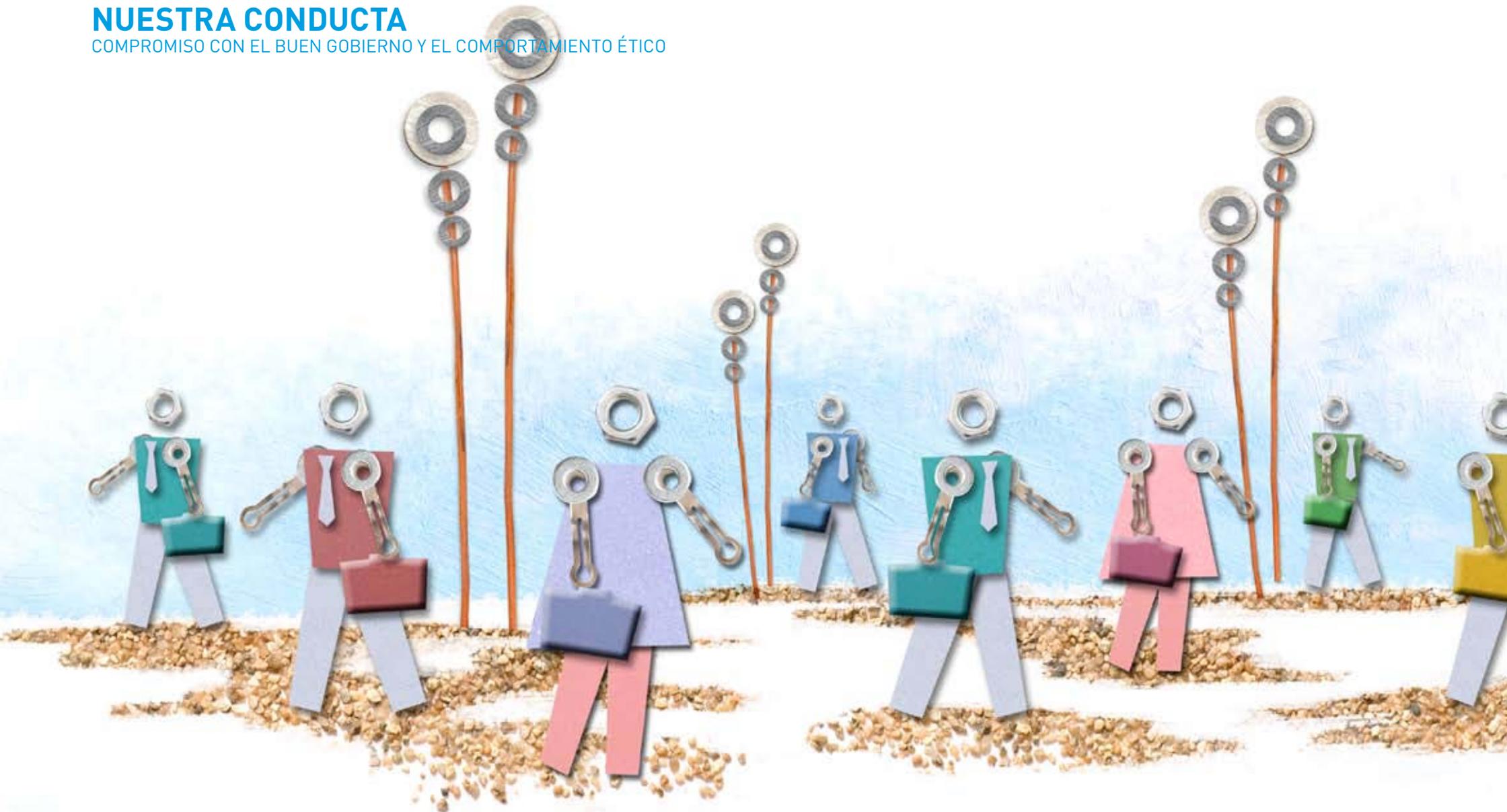
### TRANSPARENCIA FRENTE A LOS CAMBIOS

Respetando el derecho a la información durante cambios operativos y estructurales de la empresa, Cam comunica oportunamente a sus trabajadores los cambios establecidos.



# NUESTRA CONDUCTA

COMPROMISO CON EL BUEN GOBIERNO Y EL COMPORTAMIENTO ÉTICO



Un compromiso irrenunciable para Cam es el respeto de los valores corporativos y el comportamiento ético de la empresa y todos sus trabajadores.

## I.- EL BUEN GOBIERNO

La empresa tiene distintas instancias de toma de decisiones de su administración, las que se dividen 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 para 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

Está compuesto por el Gerente Regional Desarrollo Nuevos Negocios y Tecnología, Alejandro Cabrera; y los gerentes de desarrollo de nuevos negocios de las filiales.



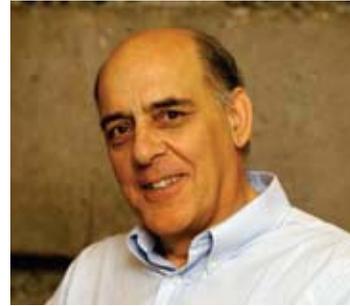
## PRINCIPALES EJECUTIVOS

**1. GERENTE GENERAL****KLAUS WINKLER SPINGER**

Ingeniero Comercial - Universidad  
Gabriela Mistral  
MBA – Stanford University  
Rut 11.251.721-9

**2. GERENTE REGIONAL DE  
PLANIFICACIÓN Y MEDIOS****PEDRO CARRIZO POLANCO**

Ingeniero Comercial - Universidad de  
Chile  
Rut 10.737.373-k

**3. GERENTE REGIONAL DE DESARROLLO  
NUEVOS NEGOCIOS Y TECNOLOGÍA****ALEJANDRO CABRERA CROQUEVIELLE**

Ingeniero Eléctrico - Universidad de Santiago  
de Chile  
Rut 5.522.353-K

**4. GERENTE GENERAL  
ARGENTINA****PABLO CALDERÓN PACHECO**

Ingeniero de Ejecución Electricista -  
Universidad de Santiago  
Rut 5.029.351-3

**5. GERENTE GENERAL BRASIL****TOMÁS CASANEGRA RIVERA**

Ingeniero Civil Industrial - Pontificia  
Universidad Católica de Chile  
MBA – Wharton School, University of  
Pennsylvania  
Rut 12.486031-8

**6. GERENTE GENERAL CHILE****GONZALO MARDONES PANTOJA**

Ingeniero Civil Eléctrico - Universidad de  
Concepción  
Rut 8.211.609-5

**7. GERENTE GENERAL COLOMBIA****CARLOS ZARRUK GÓMEZ**

Abogado y Economista - Universidad de  
los Andes  
C.C. 13.845.694 de Bucaramanga

**8. GERENTE GENERAL PERÚ****RICARDO CAMEZZANA LEO**

Ingeniero Eléctrico - Universidad Nacional  
De La Plata  
MBA – Pontificia Universidad Católica de  
Chile  
RUC 20388101971



## II.- EL COMPROMISO CON UN COMPORTAMIENTO ÉTICO

Cam, como parte del Grupo Endesa, fortalece el ejercicio del buen gobierno corporativo. Por ello es que aún cuando no existen cláusulas u observaciones sobre derechos humanos en las negociaciones, las 5 filiales de la empresa promueven las buenas prácticas y el respeto de los derechos humanos y rechazan absolutamente cualquier acción de corrupción o falta de idoneidad.

De acuerdo con la adhesión voluntaria con los 10 Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, Cam refuerza 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 el rechazo absoluto de la corrupción en todas sus expresiones. Para tal efecto, la empresa cuenta con una normativa interna contenida en el Estatuto Directivo y Código de Conducta, el que contiene los principios de actuación de los directivos y trabajadores, es decir, conducta ética, profesionalismo, confidencialidad, resolución de conflictos de intereses, desempeño de cargo o funciones incompatibles.

Cam se ha impuesto como desafío en su estrategia de negocios y sostenibilidad, alinearse con las empresas del Grupo Endesa 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 de gestión

de materiales e inventarios que le ligan a Chilectra, distribuidora filial del Grupo.

### CREACIÓN ÁREA CONTROL INTERNO PREVENTIVO

Durante el año 2008 se creó el Área Regional de Control Interno Preventivo, dependiente de la Gerencia Corporativa de Planificación y Medios.

Esta área tiene como fin supervisar, controlar y verificar de forma preventiva el cumplimiento de normas y procedimientos vigentes.

Además, identificar posibles mejoras en los procesos internos y colaborar en la implementación de las recomendaciones de los informes de auditoría interna y externa.

Para llevar a cabo estas acciones, elaboraron un Modelo Interno de Control Preventivo, el cual permite identificar, reducir y controlar los riesgos, velando para que Cam logre sus objetivos con el menor impacto de riesgo posible.

El modelo está integrado en todas las operaciones y líneas de negocio de la empresa, identificando y gestionando potenciales problemas en forma anticipada.

### MODELO DE CONTROL INTERNO PREVENTIVO



Asimismo, permite tener mayor claridad de los roles y responsables en lo que a riesgos se refiere y contar con información para el análisis del impacto en los negocios, generando una mejora de la calidad de las decisiones estratégicas de la empresa.

#### CANAL ÉTICO: PODEROSA INICIATIVA CONTRA LA CORRUPCIÓN

La empresa ha establecido un Canal Ético, accesible a través del sitio Web corporativo [www.cam-la.com](http://www.cam-la.com) y de la Intranet, para que todos sus trabajadores, proveedores y clientes puedan comunicar, de forma libre y responsable, conductas irregulares, faltas de probidad o cualquier hecho que enturbie las relaciones sanas y transparentes con cualquiera de estos actores.

#### RELACIÓN CON ORGANISMOS DEL ESTADO

Si bien la empresa no mantiene relación, acuerdo o entrega de beneficios con partidos políticos o persona pública que ejerza esta actividad, es opción personal e individual de cada trabajador participar en ellos.

Cam en Colombia participa activamente en el Organismo Nacional de Normalización ICONTEC, para la revisión de normas a nivel regional sobre transformadores de medida, y de confiabilidad y protocolos de comunicación. Además, participa en la revisión de normas

de la IEC para la adopción de normas ICONTEC a nivel nacional.

En el caso de la filial Chile, Cam es convocada por el Instituto Nacional de Normalización (INN), dado su estatus de organismo certificador, para la revisión de normas nacionales e internacionales del ámbito de la medida.

#### FORMACIÓN SOBRE UN COMPORTAMIENTO ÉTICO

Con el fin de formar a los trabajadores sobre una conducta ética, durante el proceso de inducción (charlas nuevos trabajadores) se les hace entrega del Manual de Buena Conducta y Reglamento Interno, con una cobertura del 100% del personal.

Asimismo, en el año 2008, la filial en Brasil realizó la "Semana de la Ética", durante la cual trabajadores y contratistas se informaron sobre temas relativos a la ética y el comportamiento ético.

#### III.- CAM APUESTA POR EL LARGO PLAZO

Para proyectarse en el largo plazo como una gran empresa y como parte del su plan estratégico sostenible, Cam ha implementado el Sistema de Gestión Integrado, para asegurar la calidad de los procesos, el cuidado del medio ambiente y de la seguridad y salud laboral de sus trabajadores. Lo que implica:

- . Cumplimiento con los compromisos y obligaciones

legales, contractuales y corporativos.

- . Construcción y fortalecimiento de las relaciones de largo plazo con clientes y proveedores.
- . Promover la participación activa de sus trabajadores.
- . Mantención de un ambiente de trabajo seguro, previniendo daños a la salud e integridad de trabajadores y colaboradores.
- . Prevenir la contaminación ambiental.
- . Control de los impactos ambientales significativos de sus actividades.
- . Consideración y entrega de información a las partes interesadas.
- . Incentivo al mejoramiento continuo e innovación.

#### IV.- COMUNICACIÓN RESPONSABLE

Cam asume el contexto legal y normativo que rige en los respectivos países donde está presente para confección de campañas publicitarias, reportajes en medios de prensa u otras acciones de comunicación masiva.

Con la finalidad de asegurar la calidad y confiabilidad de la información que genera, la empresa tiene diversos procesos de validación interna, acción que es realizada por el Área Regional de Marketing y Comunicaciones.

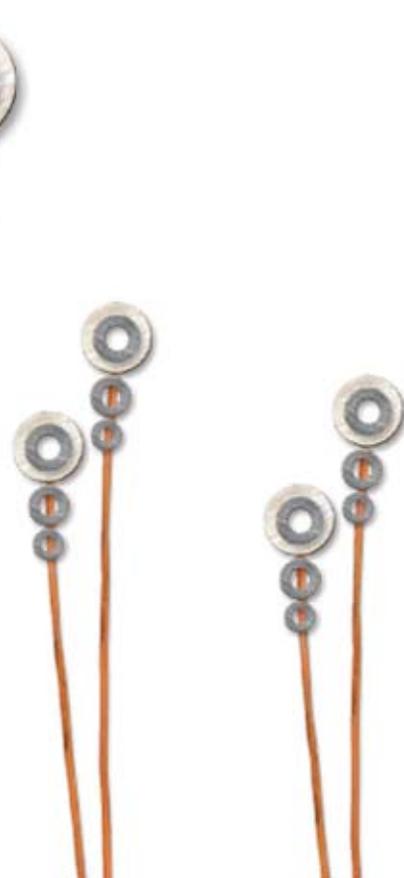
Para Cam el cumplimiento de las leyes que regulan los proyectos y programas de marketing y comunicaciones tiene su eje fundamental en el respeto



a la propiedad intelectual, la publicidad no engañosa y el manejo responsable y ético de información clasificada para la organización.

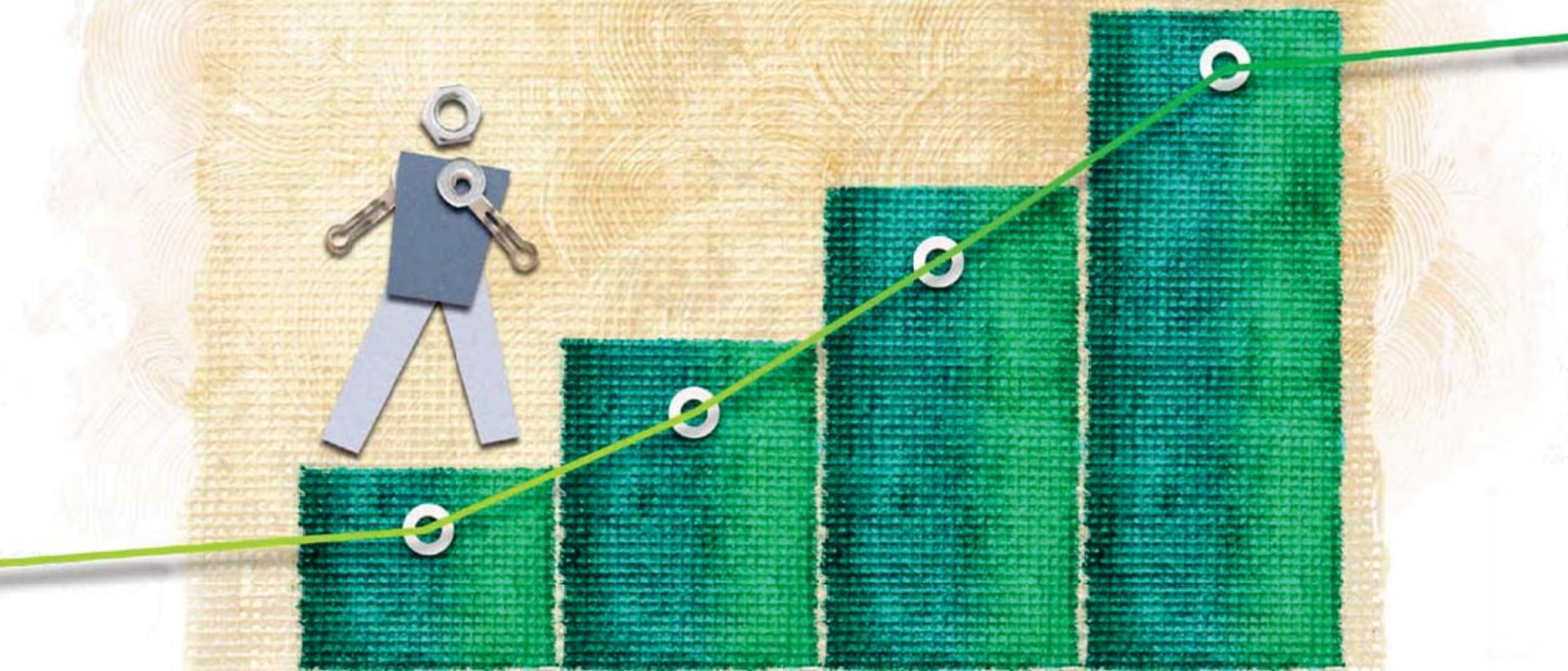
### CANALES DE COMUNICACIÓN DE CAM

Interesados	Canales generales de información	Canales selectivos de información	Canales de participación
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memoria Financiera.</li> <li>- Informe de Sostenibilidad.</li> <li>- Sitio Web.</li> <li>- Intranet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revista.</li> <li>- Informe.</li> <li>- Boletines.</li> <li>- Notas de prensa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones.</li> <li>- Videoconferencias.</li> <li>- Líneas directas de atención: Teléfono, e-mail.</li> </ul>
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memoria Financiera.</li> <li>- Informe de Sostenibilidad.</li> <li>- Sitio Web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Folletería.</li> <li>- Newsletter on line.</li> <li>- E-mail tácticos.</li> <li>- Notas de prensa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contacto en sitio Web.</li> <li>- Oficinas comerciales.</li> <li>- Reuniones.</li> <li>- Encuestas de satisfacción.</li> <li>- Fonoservicio.</li> <li>- Eventos y seminarios.</li> </ul>
Proveedores y colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sitio Web.</li> <li>- Informe de Sostenibilidad.</li> <li>- Intranet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SAGA.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Líneas directas de atención: Teléfono, e-mail.</li> <li>- Charlas y jornadas.</li> <li>- Encuestas.</li> </ul>
Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memoria Financiera.</li> <li>- Informe de Sostenibilidad.</li> <li>- Sitio Web.</li> <li>- Intranet.</li> <li>- Revista Cam Sin Fronteras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diario Mural.</li> <li>- Comunicados.</li> <li>- Campañas internas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta de clima laboral.</li> <li>- Diálogo sindical.</li> <li>- Programas de participación.</li> <li>- Desayunos con Gerentes.</li> <li>- Reuniones avances trimestrales.</li> </ul>
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sitio Web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notas de prensa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contacto en sitio Web.</li> <li>- Reuniones.</li> <li>- Eventos.</li> </ul>
Organismos reguladores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memoria Financiera.</li> <li>- Informe de Sostenibilidad.</li> <li>- Sitio Web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones.</li> </ul>



## NUESTROS ACCIONISTAS

COMPROMISO CON LA CREACIÓN DEL VALOR Y LA RENTABILIDAD



Durante el año 2008, Cam continuó su proceso de integración y consolidación regional marcando énfasis en la búsqueda de nuevos mercados y negocios, y en el desarrollo de productos innovadores.

Un hecho relevante es el incremento de las ventas en términos reales, en 28,1% con respecto al año anterior. También se destaca que el porcentaje de ingresos provenientes de clientes no relacionados, aumentó de 30,8% en el 2007 a 43% en el 2008. Esto, sin duda, marca un hito en el cumplimiento de la estrategia de la empresa.

Otras áreas en las cuales la empresa presentó avances corresponden a la venta de nuevos productos, ingreso a nuevos mercados y en la llegada a nuevos clientes. Así, la parte de los ingresos obtenidos que corresponde a estos ítems alcanzó a 29,5%, durante el año pasado.

Es destacable además el positivo resultado que lograron varias de nuestras filiales. Es así como la filial Perú registró un aumento en su facturación de MMUS\$24,59 con respecto al año 2007. En Chile, en tanto, las ventas crecieron en MMUS\$5,47 mientras que en Brasil aumentaron en MMUS\$26,24.

Destacan además los ingresos durante el año 2008 a los mercados regionales de Antofagasta y Concepción en Chile; Cali, Barranquilla y Bucaramanga en Colombia; y a Ecuador a través de la filial en Perú.

Sin embargo, por efectos no-recurrentes, que no son producto de la operación del período, hemos debido consignar una pérdida de MMUS\$7,68. Los factores que explican esta cifra son pérdidas por corrección monetaria correspondientes a resultados desfavorables de proyectos realizados en años anteriores.

Resultados 2007 - 2008			
ÍTEM	2007	2008	VARIACIÓN (%) 2007-2008
	US \$ MILLONES		
Ingresos de explotación	237,1	303,7	28,1%
Resultado operacional	20,7	12,9	(37,8%)
Resultado no operacional	(2,7)	(12,8)	366,5%
Resultado antes de impuestos	18,0	0,1	(99,5%)
Utilidades	14,3	(2,0)	(113,8%)
Índice de liquidez	2,7	2,1	(20,0%)
Coficiente de endeudamiento	0,34	0,42	24,4%

Si bien los ingresos de explotación presentaron un aumento del 28,1% respecto del año 2007, el resultado antes de impuestos presentó una disminución del 99,5%. Esto como consecuencia de una menor actividad y menores márgenes respecto de lo presupuestado en todas las filiales, con la excepción de Perú



Resultados operacionales por país		
PAÍS	RESULTADO (US\$ MILLONES)	
	2007	2008
Argentina	0,3	0,4
Chile	14,1	5,1
Colombia	1,7	1,5
Perú	2,3	4,2
Brasil	2,2	1,7
Total	20,7	12,9

El resultado operacional consolidado sufrió una disminución del 38% respecto del 2007, alcanzando los MMUS\$ 12,9, debido a la menor actividad mencionada, en particular en el segundo semestre del 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 2008 de la empresa y fueron distribuidos de tal forma para dejar claramente expresado el valor agregado generado y distribuido, producto de las operaciones.

	2006	2007	2008	Variación
	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	2007-2008
<b>Valor Económico Directo Generado</b>				
Ingresos*	241,5	236,6	307,6	30%
<b>Valor Económico Distribuido</b>				
Costos operacionales	193,8	184,2	246,3	34%
Costos de contratos y compra de bienes y servicios	183,5	173,6	231,1	33%
Otros costos operacionales	10,4	10,6	15,2	43%
Salarios y beneficios a los trabajadores	27,7	29,2	41,5	42%
Pago a los proveedores de capital	1,6	1,5	2,7	79%
Dividendos	0,0	0,0	0,0	-
Pago de intereses	1,6	1,5	2,7	79%
Pago a los gobiernos	3,9	3,6	2,2	-40%
Inversión social en la comunidad	0,0	0,0	0,0	-
<b>Valor Económico Retenido</b>	<b>14,3</b>	<b>18,1</b>	<b>15,0</b>	<b>-17,2%</b>

\* Considera ingresos fuera de la explotación

**Ventas Totales.** En la tabla del Valor Económico Directo Generado se puede ver que los ingresos totales consolidados de Cam en el 2008 presentaron un aumento del 30% respecto del período anterior, llegando a un total de MMUS\$307,6.

**Costos Operacionales.** Corresponden principalmente a los costos de contratos y compras de bienes y servicios, lo cuales presentaron un aumento del 34% en comparación con el 2007, correspondiendo a un total de MMUS\$ 246,3.

**Salarios y Beneficios a los Trabajadores.** El incremento en un 42% en este ítem se explica por el aumento en la dotación de personal respecto del año anterior (se pasó de 1207 a 1575 personas).

**Pago a Proveedores de Capital.** Los pagos por préstamos financieros entre dividendos e intereses tuvieron un alza del 79% respecto del período 2007.

**Pagos al Gobierno.** Corresponde al pago y retenciones de impuestos, el cual sufrió una disminución del 40% por las menores utilidades recibidas respecto del año anterior.

**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 compañía, cifra que en 2008 llegó a los MMUS\$15 con una variación del -17,2% respecto de 2007.

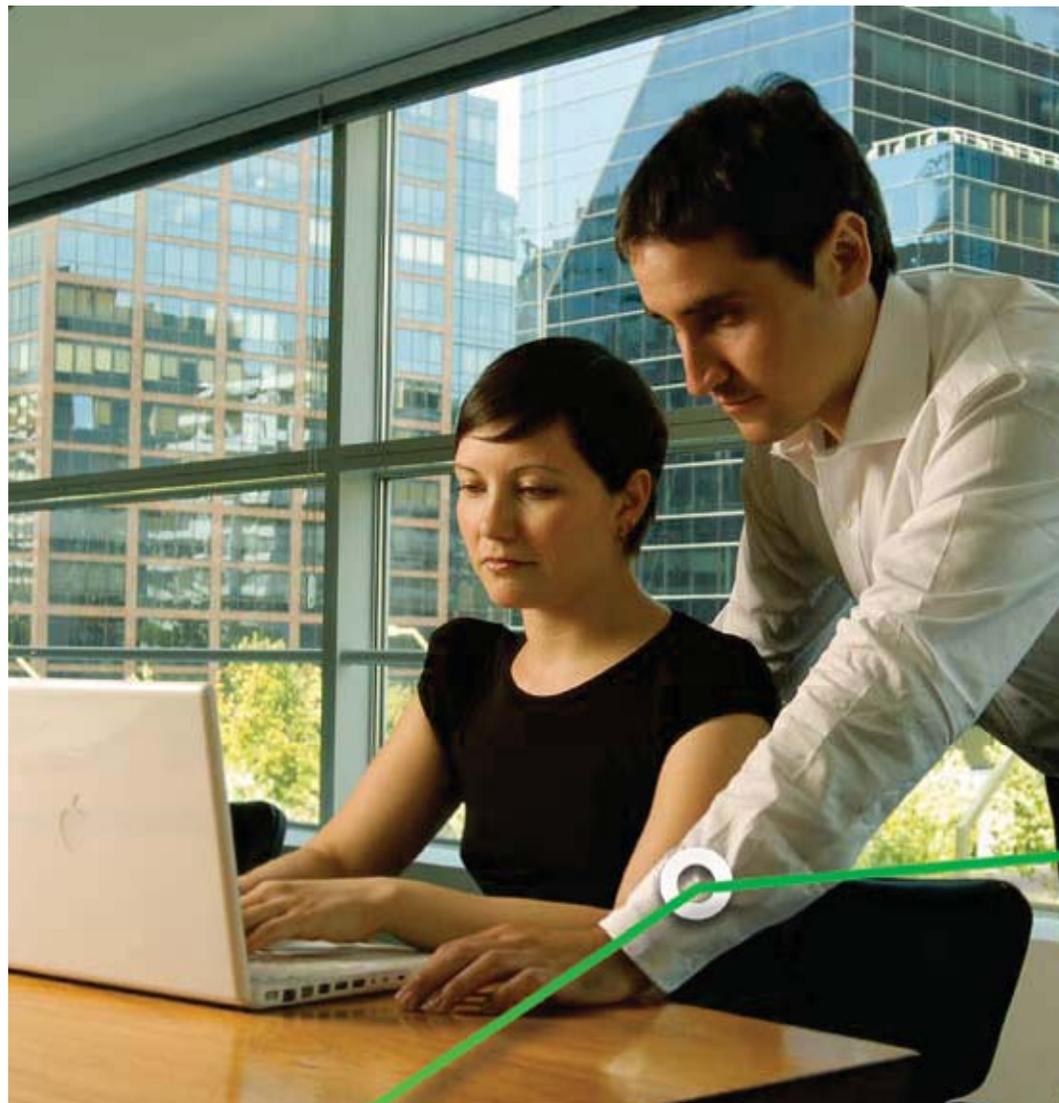
### AYUDA FINANCIERA RECIBIDA DEL GOBIERNO

Cam no posee una política expresa respecto de la utilización de sistemas de asistencia financiera recibidos por el gobierno en los países en los que opera (ya sea a través de beneficios impositivos, subsidios, préstamos para inversiones, premios, etc).

Sin embargo, cada una de las filiales tiene la posibilidad de evaluar y acogerse a los sistemas que considere pertinentes de acuerdo con su realidad financiera y proyectos desarrollados; además poseen sistemas de descuentos tributarios diferentes y que no son comparables entre sí.

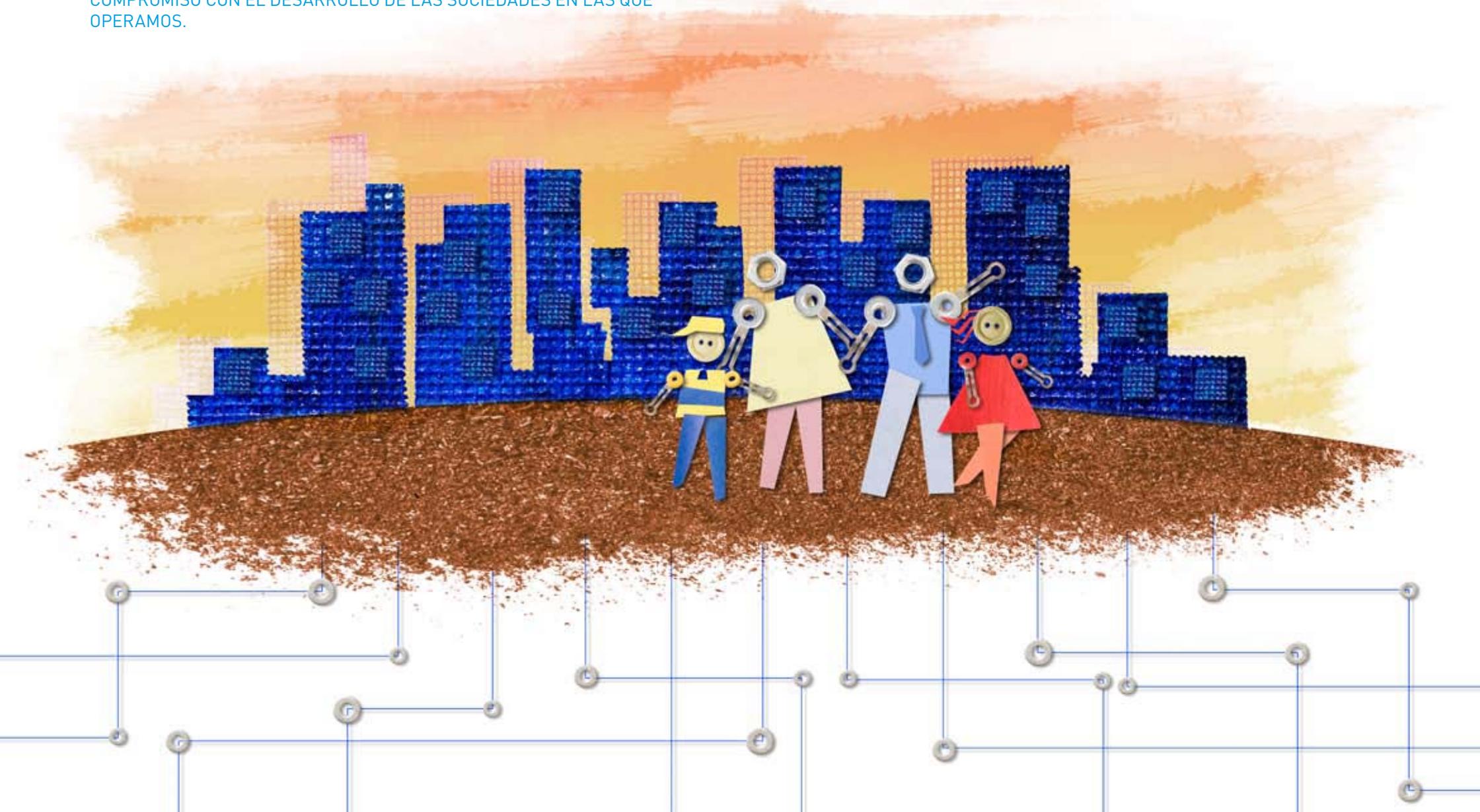
La filial en Brasil se acogió a un beneficio fiscal otorgado por el municipio de Eusebio del Estado de Ceará, por US\$27.644.

En tanto, Colombia posee el beneficio tributario correspondiente a la adquisición de activos fijos productivos del 40% del valor del activo. Para el año 2008 esta suma correspondió a US\$ 132.317.



## LA SOCIEDAD

COMPROMISO CON EL DESARROLLO DE LAS SOCIEDADES EN LAS QUE OPERAMOS.



El compromiso de Cam con el desarrollo social, económico y cultural con la comunidad, es un desafío que la empresa implementó incipientemente durante el año 2008, a través de diversas acciones en sus filiales.

### ENTREGANDO ESPERANZA

Como una forma de apoyar a la comunidad en las cuales desarrolla sus actividades, Cam desarrolló una serie de campañas internas para entregar donaciones a escuelas, guarderías infantiles y fundaciones. Además, para otorgar compañía y compartir un momento de alegría, los trabajadores de la empresa realizaron visitas a instituciones de beneficencia.

De esta manera, en la filial en Argentina se efectuó una campaña para reunir artículos para los niños de la escolita N° 34 de Lote 8 en territorio Wichí, ubicada en el departamento de Ramón Lista, en el noroeste de la provincia de Formosa. Debido a que en dicha localidad residen las comunidades indígenas más tradicionales del país, el objetivo de la campaña fue juntar zapatillas para niños de 6 a 14 años, que diariamente asisten a clases descalzos.

Asimismo, en Brasil se realizó una campaña para reunir juguetes para una guardería infantil que recibe niños que han sido víctimas de violencia intrafamiliar. De igual manera, se efectuó una importante donación

de ropa y alimentos a familias que fueron afectadas por las tormentas que azotaron Río de Janeiro.

Durante navidad, la filial en Colombia recordó el sentido de la fecha al donar juguetes a la Fundación Plan de Reconciliación Basilea, que recibe a niños de escasos recursos.

En tanto, durante el mes de agosto un grupo integrado por trabajadores de la filial de Cam en Perú visitó el albergue La Sagrada Familia, asociación civil benéfica sin fines de lucro que tiene a su cuidado a los niños de la calle en riesgo social.

En diciembre, cerca de 300 voluntarios del Grupo Endesa en Perú; compuestos por trabajadores de las empresas Cam, Edegel, Eepsa, Synapsis y Edelnor, compartieron una jornada junto a los 200 niños del Colegio Fe y Alegría N° 68, en el distrito de San Clemente, Pisco durante la visita se inauguró la biblioteca, que fue complementada gracias a la donación de textos escolares. Asimismo, los trabajadores de las empresas les entregaron regalos a los niños como una manera de celebrar adelantadamente la Navidad.

### FORMANDO JÓVENES PROFESIONALES

Cam contribuye la formación de jóvenes profesionales egresados de escuelas técnicas, al recibirlos e insertarlos en sus procesos operativos, facilitando la transmisión de

conocimiento práctico y teórico a través de profesionales de amplia experiencia al interior de la empresa.

En ese sentido, la filial chilena de desarrolla desde el año 2007 el Proyecto de Promoción de Empleo Juvenil (Prejal) en América Latina, promovido por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que aplica la Formación Técnica y Profesional Dual para ayudar en la creación de oportunidades laborales. La modalidad de educación dual se desarrolla en dos lugares de aprendizaje, integrando empresas y escuelas.

De esta manera, los jóvenes adquieren conocimientos teóricos en las escuelas y, en la empresa, aplican los conocimientos adquiridos.

En este sentido, Cam otorga a los jóvenes la posibilidad de realizar su práctica técnica profesional en las diferentes áreas de la empresa. Durante ese período se les transmiten conocimientos teóricos y se les entrega la posibilidad de aplicar todo lo aprendido en salidas a terreno guiadas por trabajadores de la empresa.

Asimismo, se les otorga a los estudiantes capacitación de diferentes temas como legislación laboral, sistema de calidad ISO 9.001-2.000, calidad y negociación colectiva. Además, se les enseña a confeccionar el currículum y cómo enfrentar una entrevista laboral, para aumentar la empleabilidad de los jóvenes y lograr su inserción en el mercado laboral.

Durante el año 2008 participaron jóvenes de los siguientes establecimientos educacionales de estrato social medio bajo:

- . Colegio Polivalente Don Orione.
- . Liceo Industrial Vicente Pérez Rosales.
- . Liceo Industrial y de Minas Ignacio Domeyko A.
- . Complejo Educacional Manuel Plaza Reyes.
- . Complejo Educacional Monseñor Luis Arturo Pérez.
- . Liceo San Luis Beltrán.
- . Colegio Polivalente Alejandro Flores.
- . Centro Particular Polivalente Osmán Pérez Freire.
- . Colegio Técnico Profesional Don Enrique Alvear.
- . Liceo Industrial A – 116.
- . Liceo Comercial Educadora Elena Rojas
- . Instituto superior de Comercio Diego Portales.

## LA COMUNIDAD MÁS CERCANA: LOS CONTRATISTAS

Los contratistas juegan un rol fundamental en la cadena de valor de la empresa, por ello y debido a que es la comunidad más cercana con la cual opera Cam, es fundamental enriquecer la relación.



Durante el año 2008, la fuerza laboral subcontratada por cada una de las filiales de Cam corresponde a la siguiente:

2008	Chile	Argentina	Brasil	Colombia	Perú	Consolidado
LLNN	N° trabajadores subcontratados					
Obras Eléctricas	1.379	22	48	15	592	2.056
Comercialización y Logística	58	0	58	8	92	216
Medición y Certificación	679	21	127	36	528	1.391
Líneas de Apoyo (RRHH, PyC)	64	1	25	5	0	95
Administrativos	0	0	76	93	12	181
TOTAL	2.180	44	334	157	1.224	3.939

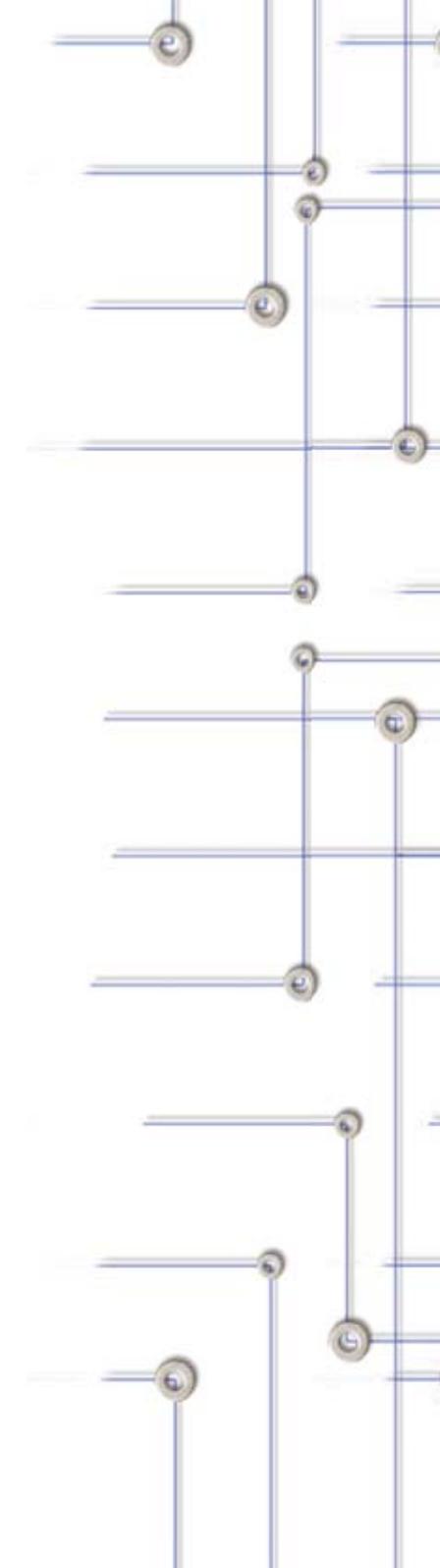
Cam desarrolló diversas actividades destinadas a potenciar su relación con las empresas colaboradoras, mediante el aprendizaje y el emprendimiento como pilar del desarrollo organizacional.

Dentro de las actividades, la filial en Chile desarrolló el Programa de Trabajo Colaborativo realizado en conjunto con la Universidad de las Américas y el Centro de Estudios Empresariales (CEE).

El programa permitió entregar conocimientos teóricos y prácticos necesarios para que los ejecutivos de las empresas contratistas mejoraran la competitividad de

sus organizaciones en la economía nacional. Entre éstos destacaron: planificación estratégica, legislación laboral, gestión financiera y comercial, planificación y control de la producción, computación e informática, servicio al cliente y administración de bodegas e inventarios.

Asimismo, se ha establecido que mejorando la calidad y eficiencia de la cadena de valor, se logra obtener un continuo beneficio para todos: trabajadores, empresas, país, con mejores niveles de productividad. Es así como Cam, en el año 2008 ayudó y apoyó en forma integral a sus pequeños colaboradores a través de diversos programas de capacitación en conjunto, que tienen



la ventaja de obtener mejores resultados que si las pequeñas y medianas empresas los realizaran de manera individual.

En tal sentido, y asumiendo el compromiso con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social empresarial, en esta área se han materializado las siguientes iniciativas:

- Compromiso con la creación de valor apoyando la eficiencia de las empresas colaboradoras mediante el traspaso de mejores prácticas en recursos humanos.
- Transferencia de beneficios y economías de escala, mediante la reducción de costes, mejorar su flujo de caja, y por ende su rentabilidad.
- Compromiso con el medio ambiente, la innovación y eficiencia, en la promoción de programas de innovación y el compromiso social con el medio ambiente de trabajadores y empresas contratistas, (proyecto en etapa de planificación).

#### IMPACTOS NEGATIVOS DE OPERACIONES EN LAS COMUNIDADES

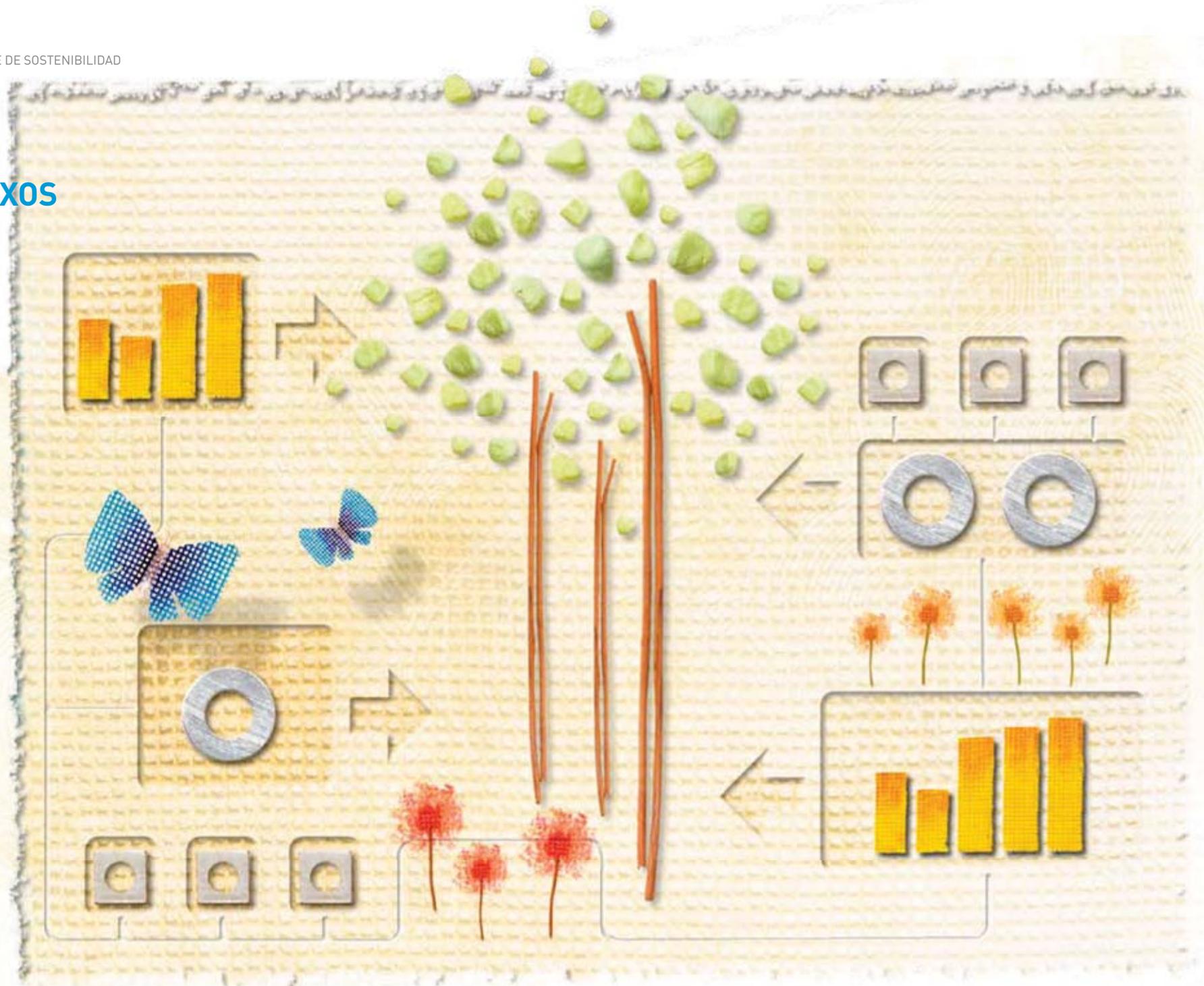
Cam tiene establecidas prácticas para evaluar los impactos ambientales de las operaciones en las comunidades.



En la filial en Chile las prácticas forman parte del proyecto de certificación del Sistema de Gestión Integrado y evalúan los impactos de las emisiones de polvo y ruido a la comunidad. Asimismo, definió un procedimiento de participación, comunicación y consulta, para dar respuesta a inquietudes y/o reclamos de la comunidad.

Cada proceso incorporado al Sistema de Gestión Ambiental conlleva una identificación y valoración de aspectos e impactos ambientales. Para cada uno de ellos se definen controles, los cuales quedan plasmados en la matriz de aspectos e impactos ambientales.

# 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, 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%.

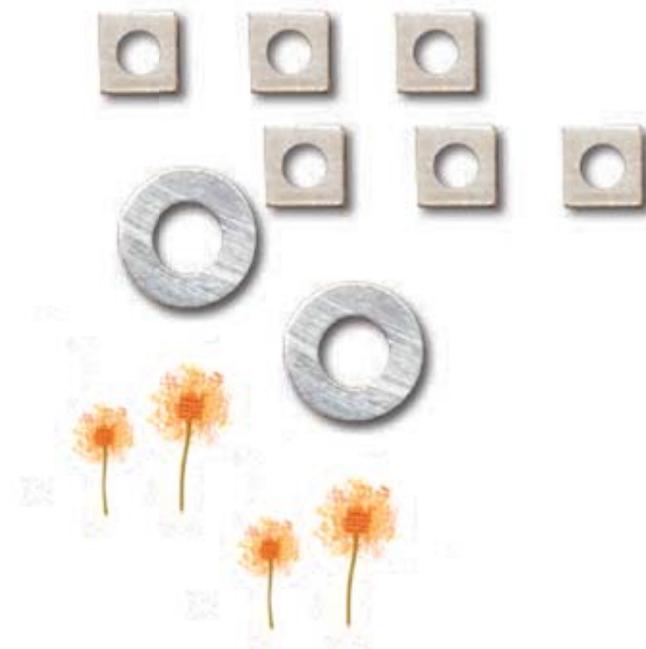
**Residuo sólido:** Elemento no deseado, sobra o excedente de procesos o actividades, no utilizable, que se encuentra en fase sólida o líquida en forma confinada en un envase.

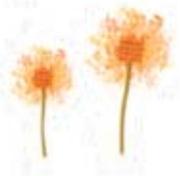
**Responsabilidad social:** Referido a la forma en que las personas y las organizaciones enfrentan sus actuaciones, en orden a privilegiar propósitos que conlleven siempre un beneficio colectivo o individual, de índole social y ambiental. También se acepta como una "visión global de los negocios que 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 un desarrollo económico, ambiental y social equilibrado.

**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 DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD CAM 2008

Indicador	Descripción	
<b>1 Estrategia y análisis</b>		
1.1	Declaración de la dirección de la empresa.	Pág. 2-3
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Pág. 14-19
<b>2 Perfil de la organización</b>		
2.1	Nombre de la organización.	Pág. 7
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Pág. 7; Pág. 22; Pág. 25-29
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	Pág. 10
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Pág. 7; 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. 7
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Pág. 9
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	Pág. 7; Pág. 9-10
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. 9 ;Pág. 54; Pág. 65-66
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Durante 2008 no hubo cambios en estructura y propiedad
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Pág. 12-13
<b>3 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 períodos 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 períodos 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: Pág. 77-82
<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. 59-60
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. 59
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. 59
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Pág 57; Pág 59
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. 51-52
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Pág. 62
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. 7-8; Pág. 15-17
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. 59-63
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	Pág. 59
<b>Compromiso con Iniciativas externas</b>		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Pág. 62-63
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Pág. 69-71
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. 69-71
<b>Participación de los grupos de interés:</b> 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 período que cubre la memoria.		
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Pág. 63
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Pág. 63
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. 3; Pág 15-16; Pág. 63
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. 63

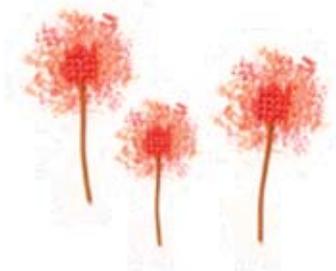


## ANEXO III

### INDICADORES G-3 CAM INFORME DE SOSTENIBILIDAD CAM 2008

Indicadores del desempeño económico					
Aspectos	Indicador	Categoría	Descripción	Estado en Cam	Indicador Pacto Mundial
	DMA		Enfoque de gestión económica	Pág. 7-10; 15-18; 65	
Desempeño Económico	EC1	P	Valor económico directo generado y distribuido.	Pág. 66	
	EC2	P	Consecuencias financieras debido al cambio climático.	Durante 2008 no se registraron consecuencias financieras debido al cambio climático.	PM 7
	EC3	P	Cobertura de las obligaciones de la organización sobre planes de pensiones.	Pág. 53: 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. 67	
Presencia en el Mercado	EC5	A	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	Pág. 56-57	PM 6
	EC6	P	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	Pág. 70 - 71	
	EC7	P	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	Pág. 55-56	
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. 8, 11, 15-18, 25-29, 39-45	
Materiales	EN1	P	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Pág. 39	
	EN2	P	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	Pág. 39	PM 7-8

Energía	EN3	P	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Pág. 40		
	EN4	P	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Pág. 40	PM 7-8	
	EN5	A	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Pág. 41	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. 25-29; Pág. 41	PM 7-8-9	
	EN7	A	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Pág. 41		
	Agua	EN8	P	Captación total de agua por fuentes.	Pág. 41-42 ; 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. 42; 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. 41-42. 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	P	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	No aplica	PM 7-8	
	EN15	P	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	
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN16	P	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Pág. 42		
	EN17	P	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	No se han identificado otras emisiones indirectas significativas.		
	EN18	P	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Pág. 43. En Cam las iniciativas para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero están asociadas al control sobre las fuentes de emisión, en este caso automóviles.	PM 7-8	
	EN19	A	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	Cam no utiliza ni genera sustancias destructoras de la capa de ozono en su proceso de distribución de energía.	PM 7-8	
	EN20	A	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. 41-42; Cam sólo realiza vertimientos de aguas sanitarias.	PM 7-8	
	EN22	P	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Pág. 43.	PM 7-8	
	EN23	A	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Pág. 43	PM 7-8	
	EN24	P	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea.	Pág. 43	PM 7-8	
	EN25	P	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. 44	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.	Pág. 39 Las ventas de Cam corresponden a materiales y servicios.	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. 44. En Cam la medición de los impactos ambientales del transporte de productos y otros bienes y materiales está asociada a la matriz de impactos desarrollada en cada filial como parte de la implementación de la normativa ISO 14.001.	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.	PM 7-8

**Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo**

Aspectos	Indicador	Categoría	Descripción	Estado en Cam	Indicador Pacto Global
Empleo	DMA		Información sobre el enfoque de gestión.	Pág. 8, 15-18, 47-57, 61-63	
	LA1	P	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Pág. 55	
	LA2	P	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Pág. 55	
Relación Empresa Trabajadores	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. 53	
	LA4	P	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Pág. 57	
	LA5	P	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Pág.57; 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. 49	PM3
	LA7	A	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Pág. 48-49	PM3
	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. 47-50	
	LA9	P	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Los planes de salud y seguridad detallados en pág. 48, 49 y 50 cubren a todos los empleados de la empresa, sin perjuicio de que muchos de éstos están formalizados en los convenios colectivos con sindicatos.	



Formación y Educación	LA10	P	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Pág. 55	PM3
	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. 51-54	
	LA12	A	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Pág. 52	
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. 55-56	PM6
	LA14	P	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Pág. 56	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. 8, 15-18, 55-57, 61-62	
Prácticas de Inversión y Abastecimiento	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. 61-62	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. 62; 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. 56-57; 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 pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Pág. 57; 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. 61-62; 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. 61-62; 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. 61-62; 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
Comunidad	DMA		Información sobre el enfoque de gestión	Pág. 8, 15-18, 69-71	
	S01	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. 69-71	PM 2
Corrupción	S02	P	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Pág. 61-62	PM 10
	S03	P	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Pág. 62	PM 10
	S04	P	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Pág. 61-62	PM 10
Política Pública	S05	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
	S06	A	Valor total de las aportaciones financieras y en especies a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Pág. 62; 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	S07	A	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas 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	S08	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 2008 no se registran sanciones ni multas significativas derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones.	PM 1- 10
Indicadores Complementarios	EU	15	Procesos para asegurar la retención y renovación de fuerza laboral especialista.	Pág. 70-71	
	EU	16	Fuerza laboral subcontratada por la filial durante período 2008.	Pág. 70	
	EU	17	Porcentaje de contratistas y subcontratistas que pasan por capacitación de seguridad y salud ocupacional.	Pág. 70-71	

Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos					
Aspectos	Indicador	Categoría	Descripción	Estado en Cam	Indicador Pacto Global
Salud y Seguridad del Cliente	DMA		Información sobre el enfoque de la dirección.	Pág. 8, 15-18, 21-29, 35, 59, 61-63	
	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. 35; Pág. 44; Pág. 71	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 referentes 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 referentes 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. 31-32	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.	Pág. 35; Pág.62-63 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 reclamos 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.	Pág. 34	PM 2 - 10



## ANEXO IV

### 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 a las direcciones escritas en la contraportada 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.energis.cl](mailto:sostenibilidad@cam.energis.cl).

### CUESTIONARIO DE RETROALIMENTACIÓN AL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD DE CAM 2008

#### 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
- Perfil y estructura de la organización
- Cam y su compromiso con el desarrollo sostenible

#### CUMPLIMIENTO CON LOS SIETE COMPROMISOS DE CAM

- Innovación y Eficiencia Energética: Compromiso con la Innovación
- Nuestros Clientes: Compromiso con Nuestros Clientes
- Nuestro Medio Ambiente: Compromiso con el Medio Ambiente
- Nuestra Gente: Compromiso con Nuestros Trabajadores, Proveedores y Contratistas



## COLABORARON CON ESTE INFORME.

- Yessika Alburquenque
- Omar Aramayo
- Juan Pablo Arriagada
- Carlos Barrera
- Diego Bruno
- Álvaro Bulnes
- Joselyn Bustos
- Humberto Caballero
- Luis Castañeda
- Edgar Cateriano
- Jose Manuel Cortés
- Juan Francisco da Fonseca
- Camilla da Silva Vidal
- Manuel Alexander Diaz
- Fabiane do Rocio Lazarotti
- Luis Duarte
- Juan Pablo Escobar
- Juan Andres Escobar
- Viviana Andrea Espejo
- Rafael Ferrer
- Sandra Milena Gamboa
- Sandra García
- Mario Garrido
- Sebastián Giudice
- Karina Gomez
- Dacio Gonzáles
- Lisbeth Granados
- Rene Jara
- Olga Rocio Lagos
- Lucía Lara
- Denise Leiva
- Ricardo Lopez
- Marcelo Lopez
- Tatiana Lucena
- Felipe Mendes da Silva
- José Miranda
- Nidia Monroy
- Paola Morales
- Eduardo Moreira
- Adriana Naranjo
- Aline Nunes
- Mônica Nunes Gonçalves
- Ricardo Nuñez
- Macarena Ortiz
- Martha Parada
- Tereza Perez Dos Santos
- Francisca Piñeiro
- Hariom Cavalcante
- Rubén Postel
- Pablo Pradines
- Jeannette Ruiz
- José Salgado
- Jaime Salinas
- Camila Motta
- Ingrid Sano
- Kleber Santiago Tapia Becerra
- Fernanda Santos Ferreira
- Vanessa Sola
- Daniel Strizinec
- Mauricio Suárez
- Nathalia Tancredo
- Sergio Torres
- Luis Velásquez
- Klaus Winkler
- Germán Wong

## 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:

## SERGIO TORRES PONCE Jefe Regional de Planificación Estratégica y Sostenibilidad

Tarapacá 934  
Santiago de Chile  
Teléfono: (56-2) 3897300

**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

**Concepción**

Aníbal Pinto 210, oficina 1001  
Teléfono: (56-41) 2254192  
concepcion@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

**PERÚ**

**Lima**

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

