

***1ª PESQUISA NACIONAL SOBRE  
RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL  
NAS EMPRESAS DE ENERGIA ELÉTRICA***

Rio de Janeiro

2008

## **CONSELHO DE CURADORES**

Presidente do Conselho de Curadores  
Vice-Presidente do Conselho de Curadores

**Miguel Colasuonno**  
**Marco Antonio Rodrigues da Cunha**

## **CONSELHO DIRETOR**

Presidente:  
Vice-Presidentes:

**Jose Affonso da Silva Jardim**  
**Paulo Sérgio Petis Fernandes**  
**Luiz Fernando Couto Amaro da Silva**

## **DIRETORIA EXECUTIVA**

Diretor Executivo:

**Rogério Ferreira Morgado**

# **SUMÁRIO**

<b>1. Apresentação</b>	<b>3</b>
<b>2. Relatório da Pesquisa</b>	<b>4</b>
<b>2.1 Empresas Participantes</b>	<b>4</b>
<b>2.2 Estrutura e Metodologia da Pesquisa</b>	<b>5</b>
<b>2.3 Tópicos em Destaque</b>	<b>6</b>
<b>2.4 Perguntas e Respostas Consolidadas</b>	<b>8</b>
<b>2.5 Conclusões</b>	<b>51</b>
<b>3. Consolidação do Balanço Social</b>	<b>52</b>
<b>4. Equipe do Projeto</b>	<b>56</b>

# I PESQUISA NACIONAL SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NAS EMPRESAS DE ENERGIA ELÉTRICA

## 1. Apresentação

Dando prosseguimento às ações da Fundação COGE na área socioambiental, estamos encaminhando o Relatório da “I Pesquisa Nacional Sobre Responsabilidade Socioambiental nas Empresas de Energia Elétrica”.

O objetivo estabelecido para esta Pesquisa foi de obtenção de um retrato bastante aproximado do modelo de gestão e das práticas adotadas pelas empresas quanto à sua visão social e ambientalmente responsável e de consolidar alguns indicadores sociais, sempre no âmbito do setor de energia elétrica brasileiro.

Creemos que a maturidade que vem sendo atingida pelas nossas empresas nos dá, por si só, condições e percepção plena do quanto poderemos avançar em iniciativas sobre este tema e obter, com isso, uma enorme valorização da imagem institucional do setor, dentre outras vantagens competitivas.

Este Relatório é composto de duas partes. A primeira com a consolidação dos resultados da pesquisa que contempla a participação de 39 empresas que responderam ao questionário distribuído pela Fundação COGE, e a segunda, que consolida alguns indicadores do Balanço Social de 55 empresas do setor elétrico brasileiro. Todas as informações apresentadas se referem ao ano de 2006.

Nesta primeira edição, participaram empresas brasileiras de serviço público de energia elétrica, dos segmentos de Geração, Transmissão e Distribuição.

A Fundação COGE, nesta oportunidade, agradece a participação das empresas e dos profissionais envolvidos neste trabalho e registra sua intenção de envidar esforços no sentido de promover o aperfeiçoamento e a continuidade da pesquisa com a incorporação de outras informações e dados contidos no novo modelo de relatório socioambiental instituído pela Agência Nacional de Energia Elétrica – ANEEL.

Rio de Janeiro, 30/05/08



José Affonso da Silva Jardim  
Presidente da Fundação COG

## **2. Relatório da Pesquisa**

### **2.1 Empresas Participantes**

- 1. AES Tietê S.A. - AES Tietê**
- 2. Bandeirante Energia S.A. - BANDEIRANTE**
- 3. Boa Vista Energia S.A. - Boa Vista**
- 4. Caiuá Distribuição de Energia S.A. - CAIUÁ**
- 5. Companhia Energética de Alagoas - CEAL**
- 6. Companhia Energética da Borborema - CELB**
- 7. Celesc Distribuição S.A. - CELESC**
- 8. Celg Distribuição S.A. – CELG D**
- 9. Centrais Elétricas do Para S.A. – CELPA**
- 10. Companhia Energética de Pernambuco – CELPE**
- 11. Companhia de Energia Elétrica do Estado do Tocantins - CELTINS**
- 12. Centrais Elétricas Matogrossenses S.A. - CEMAT**
- 13. Companhia de Eletricidade de Nova Friburgo - CENF**
- 14. Companhia Energética do Piauí - CEPISA**
- 15. Centrais Elétricas de Rondônia - CERON**
- 16. Companhia Energética de São Paulo - CESP**
- 17. Companhia Força e Luz Cataguazes Leopoldina - CFLCL**
- 18. Companhia Força e Luz do Oeste - CFLO**
- 19. Companhia Hidro Elétrica do São Francisco - CHESF**
- 20. Companhia Nacional de Energia Elétrica - CNEE**
- 21. Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia - COELBA**
- 22. Companhia Energética do Ceará - COELCE**
- 23. Companhia Paranaense de Energia - COPEL**
- 24. Departamento Municipal de Eletricidade de Poços de Caldas-DME-PC**
- 25. Duke Energy International Geração Paranapanema S.A.-DUKE ENERGY**
- 26. Empresa de Distribuição de Energia Vale Paranapanema S.A.-EDEV**
- 27. Empresa Elétrica Bragantina S.A. - EEB**
- 28. Elektro Eletricidade e Serviços S.A. - ELEKTRO**
- 29. Companhia de Eletricidade do Acre - ELETROACRE**
- 30. Centrais Elétricas do Norte do Brasil S/A - ELETRONORTE**
- 31. Eletropaulo Metropolitana Eletricidade de São Paulo S.A.- ELETROPAULO**
- 32. Empresa Metropolitana de Águas e Energia - EMAE**
- 33. Campos Novos Energia S.A. - ENERCAN**
- 34. Furnas Centrais Elétricas S.A. - FURNAS**
- 35. Itaipu Binacional - ITAIPU**
- 36. Light Participações S.A. - LIGHTPAR**
- 37. Sociedade Anônima de Eletrificação da Paraíba - SAELPA**
- 38. Santa Cruz Geração de Energia S.A. - SANTA CRUZ GERAÇÃO**
- 39. Tractebel Energia S.A. - TRACTEBEL**

## 2.2 Estrutura e Metodologia da Pesquisa

### ➤ PESQUISA QUANTITATIVA POR AMOSTRAGEM

#### ➤ PROTEÇÃO E PRESERVAÇÃO DO SIGILO

- Os dados coletados foram utilizados apenas para geração de informações estatísticas e tratados de modo confidencial e sem atribuição individual.

#### ➤ SELEÇÃO DA AMOSTRA

- Universo: 93 empresas
- Retorno: 39 empresas (41,93%)
- Abrangência: Brasil
- Fonte: Fundação COGE.

#### ➤ MÉTODO DA PESQUISA

- Levantamento:
  - Documentos e textos diversos.
- Cronograma de trabalho: Julho a novembro de 2007.
- Período da Pesquisa e Tabulação: Agosto a outubro de 2007.
- Forma da Pesquisa: Questionário via Correio e e-mail.
- Elaboração e preparação do questionário-pesquisa:
  - Conteúdo – Quesitos com respostas únicas e múltiplas
- Trabalho de campo: equipe de 3 profissionais.
- Procedimento de acompanhamento:
  - Remessa dos questionários via correio, site e e-mail.
  - Exame das respostas aos questionários recebidas via correio e também por meio da internet
- Análise dos dados:
  - Análise dos dados sistematizados pelo programa
  - Classificação setorial
  - Elaboração de tabelas e gráficos
- Considerações Finais

## 2.3 Tópicos em Destaque

- Para **85%** das empresas, as atividades relacionadas à Responsabilidade Socioambiental integram a visão estratégica da empresa.
- Atuar em Responsabilidade Socioambiental, para **54%** das empresas respondentes, é Melhorar a sua imagem institucional; Qualificar sua relação com o consumidor; Identificar-se como uma empresa-cidadã; Servir de exemplo para outras empresas.
- Em **84%** das respondentes, a governança corporativa já se posiciona estrategicamente no sentido da empresa aprimorar a aplicação de programas socialmente responsáveis.
- Instituições criadas pelas empresas (**20%**), bem como as áreas de Comunicação Social (**19%**) e Relações com a Comunidade (**19%**) são responsáveis pelos programas sociais.
- Desenvolvem programas sociais voltados para empregados **81%** das empresas.
- O PIV – Programa Interno de Voluntariado está implementado em **39%** das empresas.
- **58%** das empresas possuem Código de Ética documentado.
- Atendem à legislação vigente no que concerne à contratação de portadores de necessidades especiais e mobilidade reduzida **79%** das empresas.
- **76%** das empresas dispõem de informações sobre as necessidades socioambientais das localidades da sua área de concessão.
- **89%** das empresas desenvolvem programas sociais voltados para a comunidade da sua área de concessão.
- Pretendem aumentar os recursos aplicados anualmente em projetos socioambientais **32%** das empresas (em **42,7%** sobre o investimento atual).
- Educação (**11%**) é a atividade mais desenvolvida pelas empresas em seus programas de responsabilidade social.
- A Comunidade em Geral (**17%**) é a principal beneficiária das atividades sociais desenvolvidas pelas empresas.

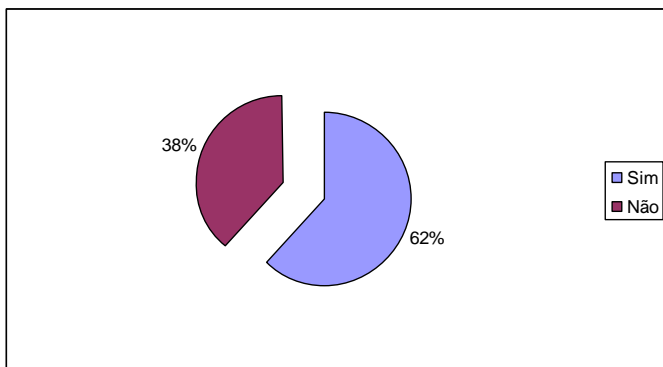
- As empresas, ao desenvolverem seus projetos socioambientais, buscam a parceria de Escolas e Universidades (**15%**).
- **52%** das empresas utilizam-se de Marketing social ou Marketing de causas para divulgar seus projetos de Responsabilidade Social.
- Publicam Balanço Social **89%** das empresas.
- Em **50%** das empresas, os colaboradores conhecem o novo Relatório de Responsabilidade Socioambiental, estabelecido pela ANEEL.
- Somente **13%** das empresas oferecem condições especiais no relacionamento ou contrato com fornecedores socioambientalmente responsáveis.
- Somente **24%** das empresas possuem políticas formais de compras de “materiais verdes” ou “ambientalmente certificados”.
- Desenvolvem alguma ação de modo a organizar uma Rede de Fornecedores Socialmente Responsável **53%** das empresas.
- **54%** das empresas divulgam o Consumo Consciente, sendo militantes da causa.
- **100%** das empresas não cobram políticos, exigindo de partidos, candidatos e governantes propostas e ações que viabilizem e aprofundem a prática do consumo consciente.
- Participam do ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa **21%** das empresas.
- Em **76%** das empresas existem avaliações documentadas sobre as ações sociais que a empresa realizou nos últimos 3 anos.
- **52%** das empresas realizam pesquisa junto aos seus consumidores para saber se eles entendem como um diferencial a companhia atuar em programas de Responsabilidade Socioambiental.
- **32%** das empresas têm interesse em implantar a NBR 16001.
- **29%** das empresas respondentes utilizam-se da Lei Rouanet como incentivo fiscal e **27%** de leis estaduais de incentivo.

## 2.4 Perguntas e Respostas Consolidadas

### 1 - AMBIENTE INTERNO

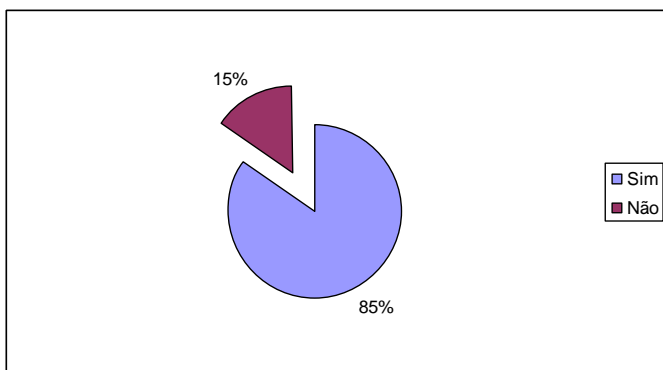
**1.** A empresa possui o seu Planejamento Estratégico documentado?

R.  Sim  Não



**2.** As atividades relacionadas à Responsabilidade Socioambiental integram a visão estratégica da empresa?

R.  Sim  Não



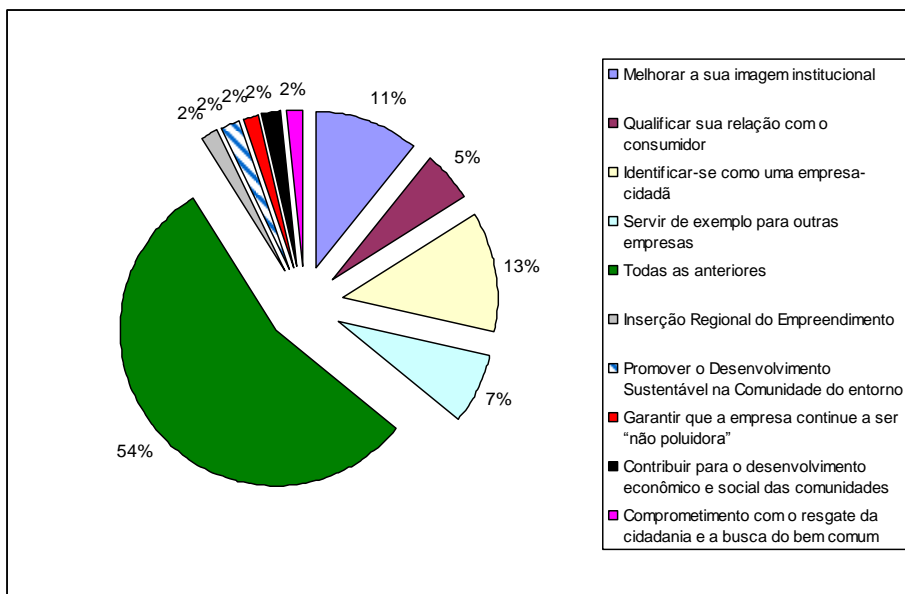
**3.** Para a empresa, atuar com Responsabilidade Socioambiental é importante para:

- Melhorar a sua imagem institucional;
- Qualificar sua relação com o consumidor;
- Identificar-se como uma empresa-cidadã;
- Servir de exemplo para outras empresas;
- Todas as anteriores.

Outros - Inserção regional do empreendimento, promover o desenvolvimento sustentável na comunidade do entorno, garantir que a empresa continue a ser “não poluidora”, Contribuir para o desenvolvimento econômico e social das comunidades, Comprometimento com o resgate da cidadania e a busca do bem comum.

**Apontar, se for o caso, mais de um item.**

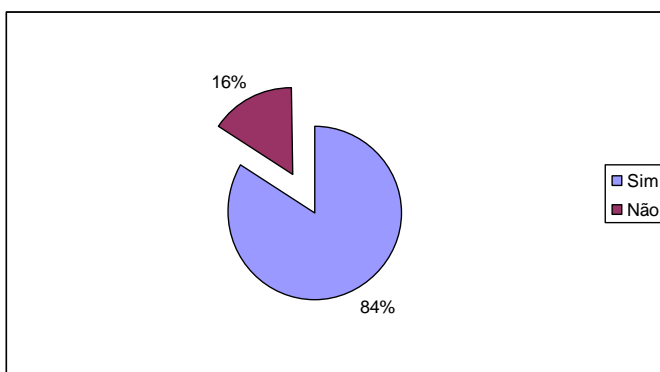




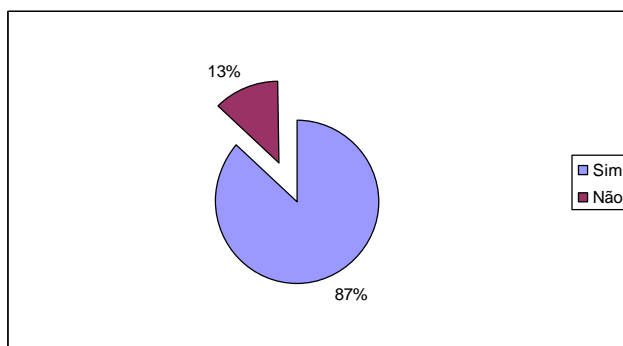
4. A governança corporativa da sua empresa, quando houver, abrange:

Princípios Éticos	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Transparência	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Prestação de Contas	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
Valores da Organização	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não

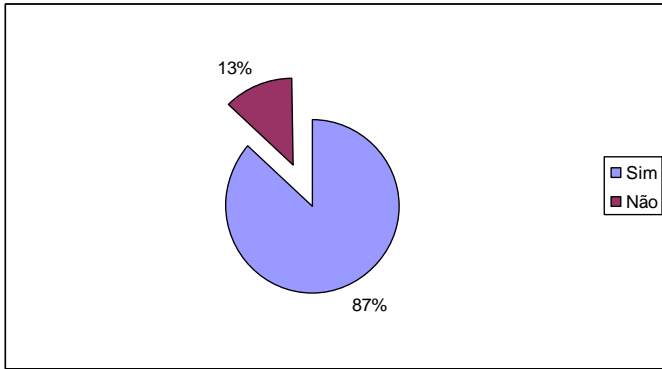
Princípios Éticos



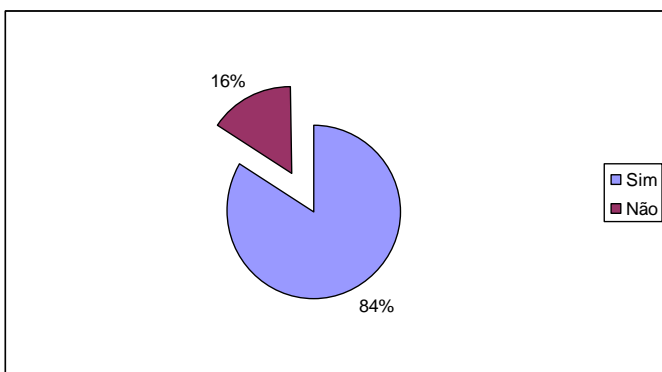
Transparência



## Prestação de Contas

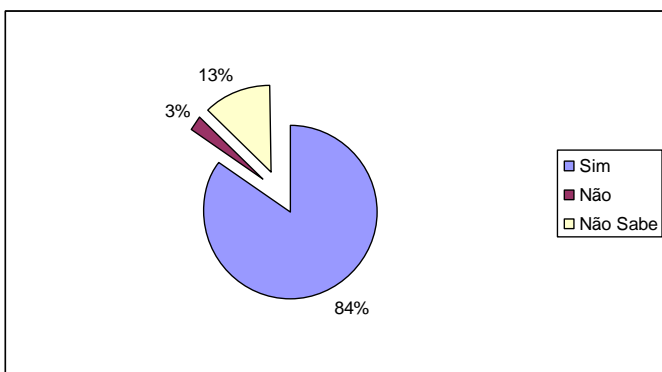


## Valores da Organização



**5.** A governança corporativa de sua empresa, quando houver, já se posiciona estrategicamente no sentido de a empresa aprimorar a aplicação de programas socialmente responsáveis?

R.  Sim  Não  Não sabe



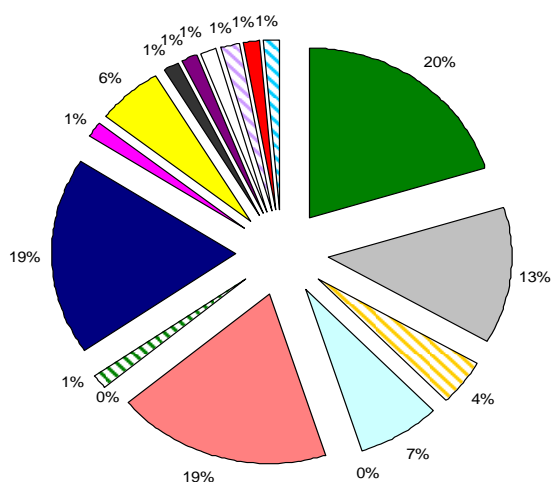
**6.** Qual área da empresa é a responsável pelos projetos sociais?

R.  Instituição criada pela empresa para esse fim (Instituto, Fundação ou Associação);

Presidência;

Área de Relações Institucionais;

- Área de Recursos Humanos;
- Área de Marketing;
- Área de Comunicação Social;
- Área de Relações com a Comunidade;
- Comissão Multidepartamental;
- Comitê dos Empregados;
- Outras áreas. Diversas áreas, Assessoria de Responsabilidade Social/ Assessoria de Relações Sociais, Meio Ambiente, Coordenadoria de Responsabilidade Socioambiental e do Comitê Gestor de Responsabilidade Socioambiental ou Responsabilidade Social, Coordenação de Responsabilidade Social, Presidência (reestruturação organizacional), Diretoria Administrativa, Gerência de Comunicação e Responsabilidade Social, Divisão de Proteção à Saúde e Meio Ambiente

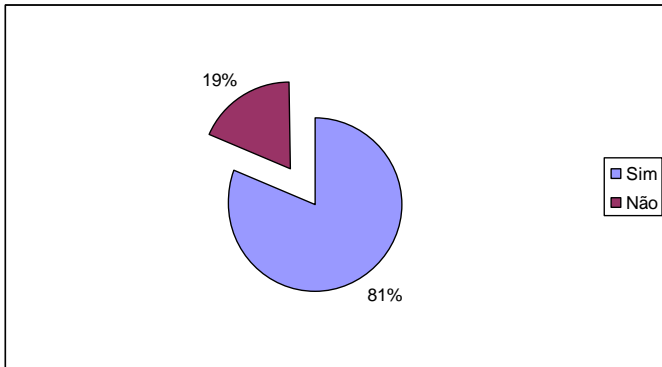


- Instituição criada pela empresa para esse fim (Instituto, Fundação ou Associação)
- Presidência
- Área de Relações Institucionais
- Área de Recursos Humanos
- Área de Marketing
- Área de Comunicação Social
- Área de Relações com a Comunidade
- Comissão Multidepartamental
- Comitê dos Empregados
- Diversas áreas
- Assessoria de Responsabilidade Social/ Assessoria de Relações Sociais
- Meio Ambiente
- Coordenadoria de Responsabilidade Socioambiental e do Comitê Gestor de Responsabilidade Socioambiental ou Responsabilidade Social
- Coordenação de Responsabilidade Social
- Diretoria Administrativa
- Gerência de Comunicação e Responsabilidade Social
- Divisão de Proteção a Saúde e Meio Ambiente

**7.** A empresa desenvolve programas sociais voltados para:

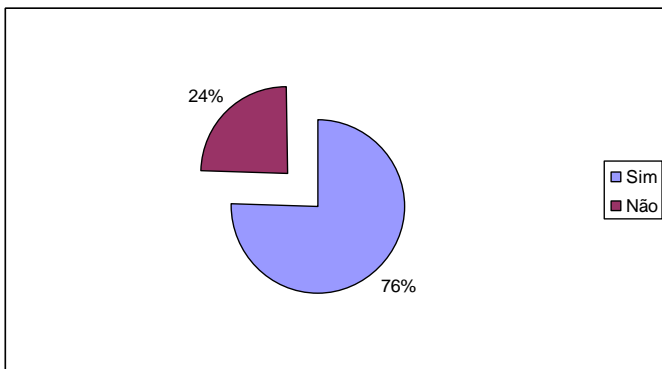
a) empregados?

R.  Sim  Não



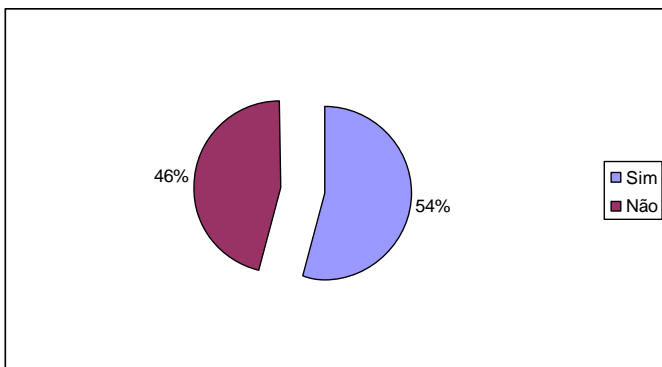
b) para familiares dos empregados?

R.  Sim  Não



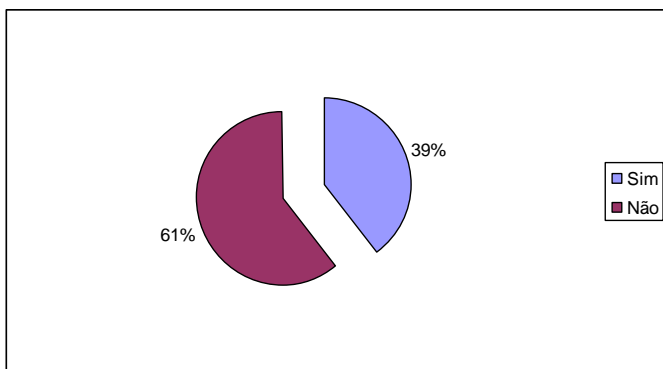
**8.** A empresa desenvolve algum tipo de programa de treinamento, sensibilização e conscientização do corpo funcional sobre conceitos e a importância do desenvolvimento de projetos de Responsabilidade Socioambiental?

R.  Sim  Não



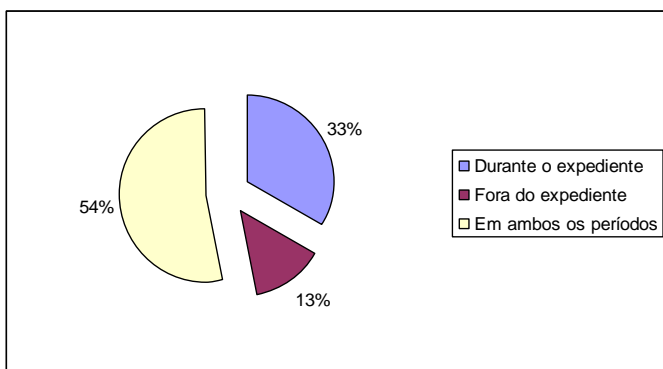
**9.** A empresa tem formalizado um PIV – Programa Interno de Voluntariado?

R.  Sim  Não



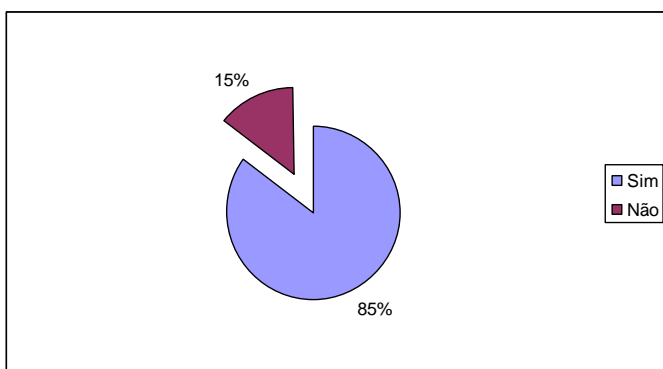
Se Sim, a atividade dos colaboradores internos-voluntários é desenvolvida:

R.  Durante o expediente;  
 Fora do expediente;  
 Em ambos os períodos.



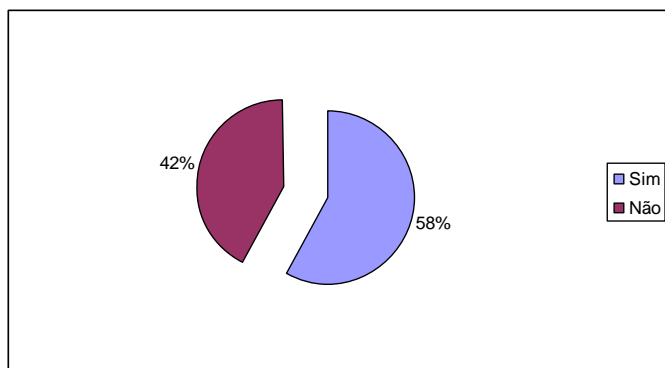
**10.** Existe Comitê Gestor constituído para cuidar das questões de Sustentabilidade ou Responsabilidade Socioambiental?

R.  Sim  Não



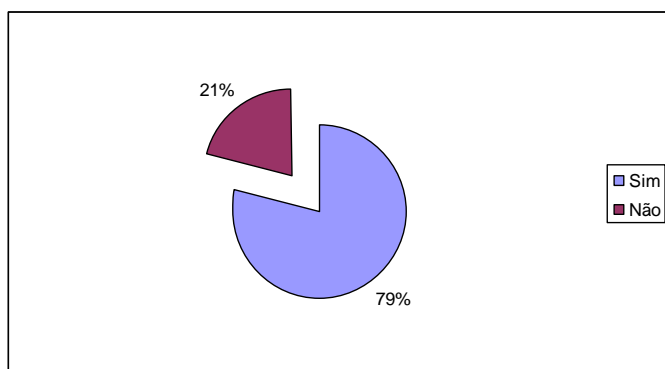
**11.** A sua empresa possui Código de Ética documentado?

R.  Sim  Não



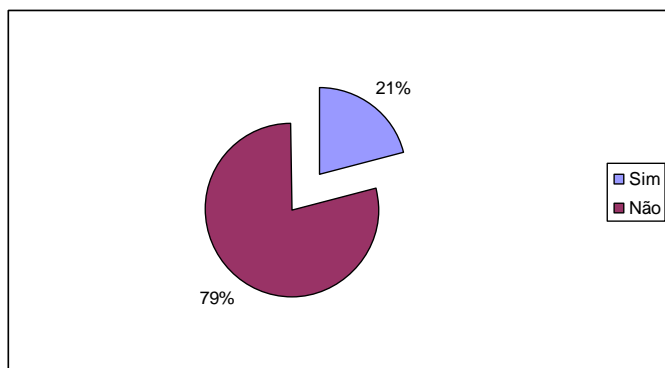
**12.** A empresa atende à legislação vigente no que concerne à contratação de portadores de necessidades especiais e mobilidade reduzida<sup>1</sup>?

R.  Sim  Não



**13.** O Balanço Social e/ou Relatório de Responsabilidade Social ou Socioambiental é elaborado exclusivamente pela área de contabilidade da empresa?

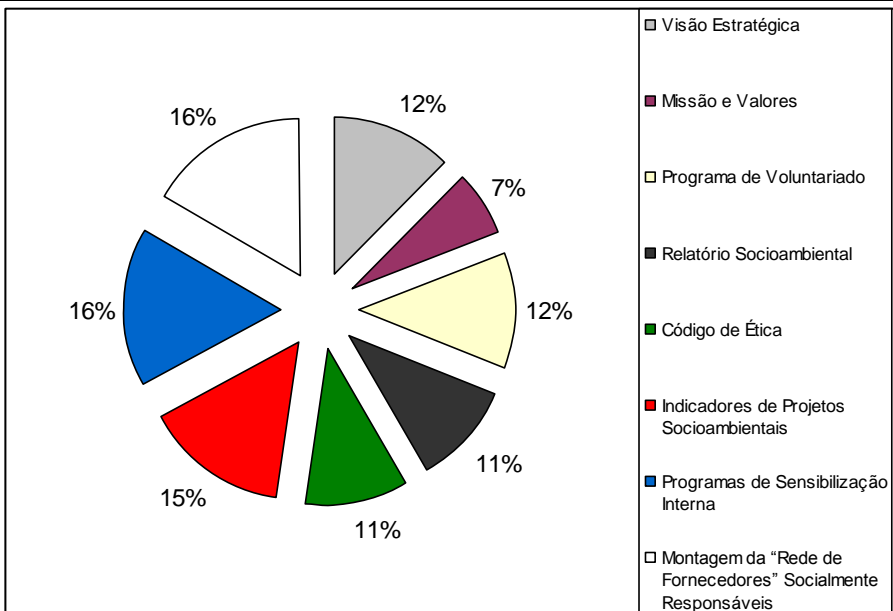
R.  Sim  Não



<sup>1</sup> Lei Federal nº 8.213/91 – Informações e partes desta lei estão contidas no Glossário Técnico.

**14.** Em que tema a empresa acredita ser necessário o aprimoramento da gestão Socioambiental Interna:

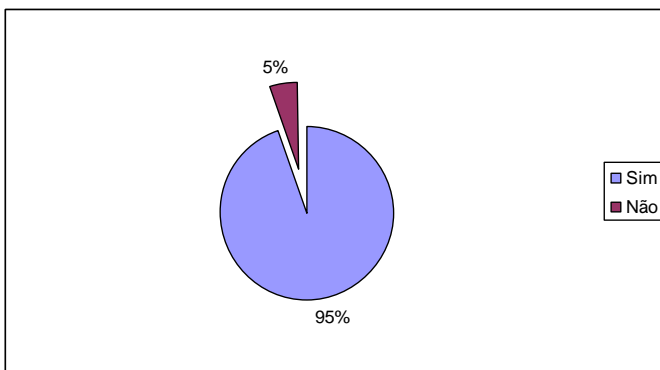
TEMAS	
Visão Estratégica	<input type="checkbox"/>
Missão e Valores	<input type="checkbox"/>
Programa de Voluntariado	<input type="checkbox"/>
Relatório Socioambiental	<input type="checkbox"/>
Código de Ética	<input type="checkbox"/>
Indicadores de Projetos Socioambientais	<input type="checkbox"/>
Programas de Sensibilização Interna	<input type="checkbox"/>
Montagem da “Rede de Fornecedores” Socialmente Responsáveis	<input type="checkbox"/>



## 2 - AMBIENTE EXTERNO

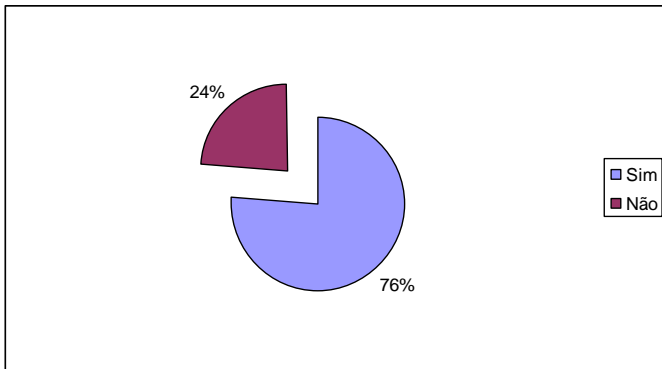
**15.** A empresa conhece as condições socioeconômicas das localidades da sua área de concessão?

R.  Sim  Não



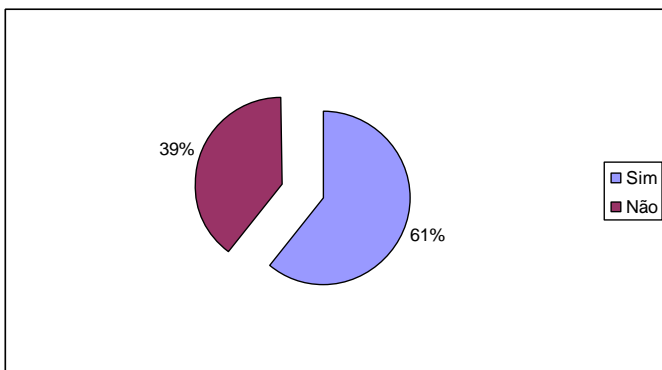
**16.** A empresa dispõe de informações sobre as necessidades socioambientais das localidades da sua área de concessão?

R.  Sim  Não



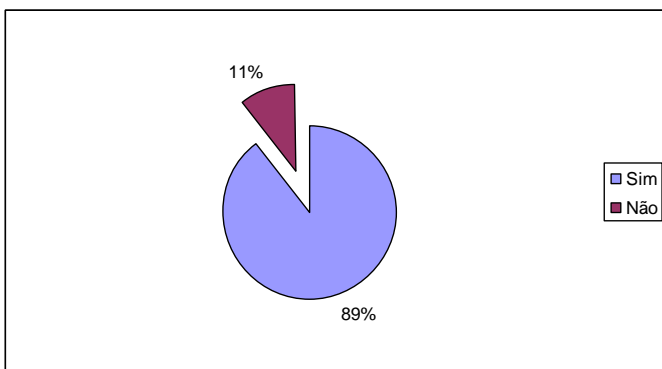
**17.** A comunidade é chamada a participar dos processos decisórios que possam vir a causar impactos socioambientais?

R.  Sim  Não



**18.** A empresa desenvolve programas sociais voltados para a comunidade da sua área de concessão?

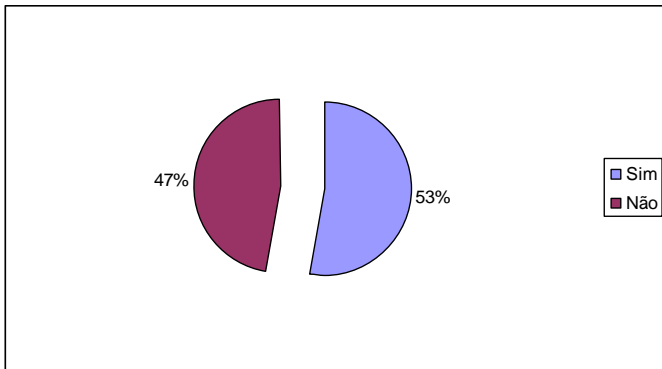
R.  Sim  Não





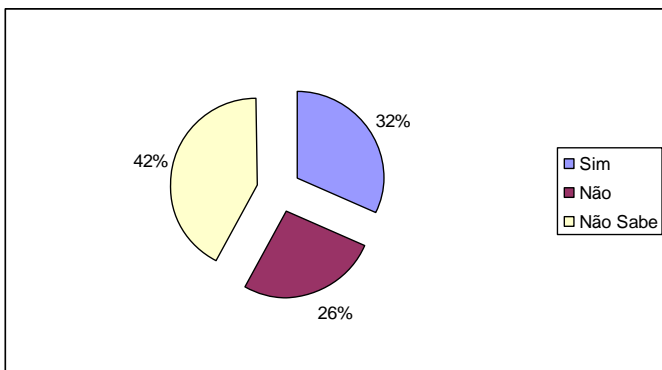
**19.** A empresa utiliza/destina parte do Imposto de Renda (I.R.) devido para os Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente – FUMCAD, de acordo com a legislação vigente<sup>2</sup>?

R.  Sim  Não



**20.** A empresa tem planos de aumentar os recursos aplicados anualmente nos projetos socioambientais externos que vem desenvolvendo?

R.  Sim  Não  Não sabe



Se sim, em quanto? 42,7% (em média) em relação ao investimento atual.

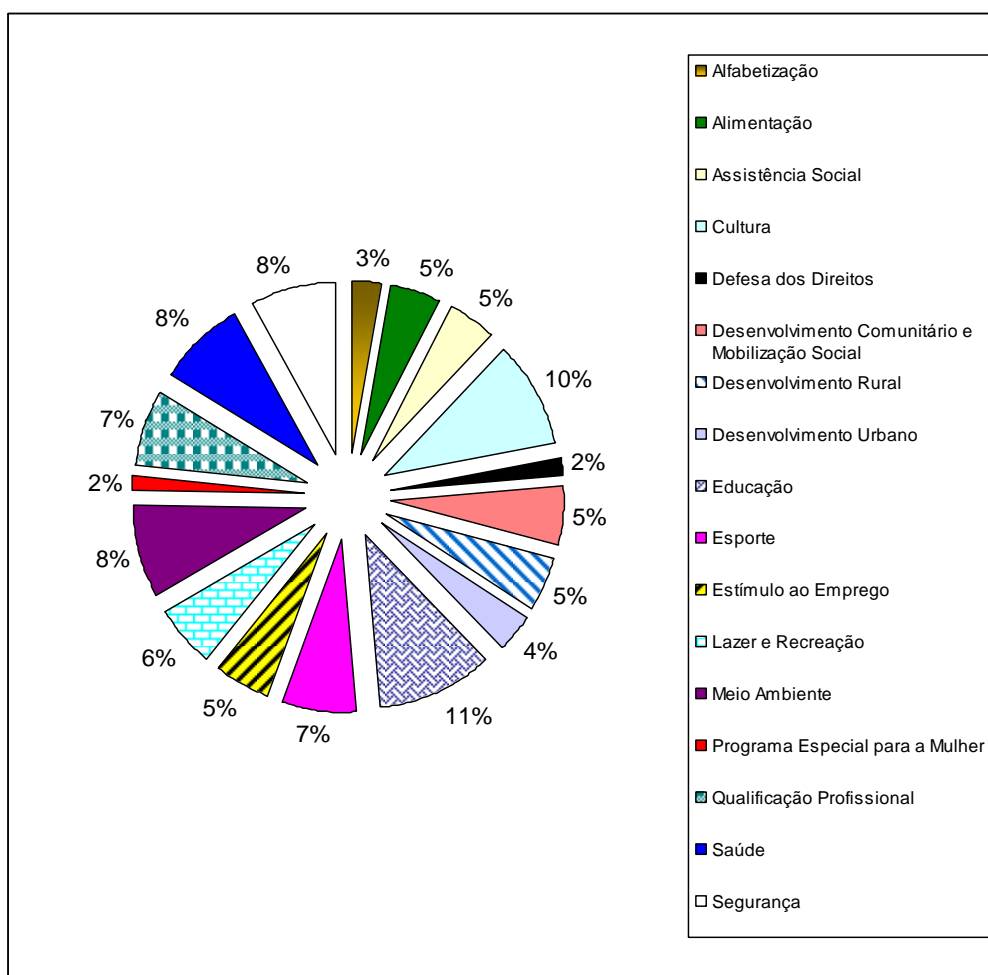
**21.** Os programas de responsabilidade social que sua empresa desenvolve se dirigem para quais atividades?

- R.  Alfabetização;  
 Alimentação;  
 Assistência Social;  
 Cultura;  
 Defesa dos Direitos;  
 Desenvolvimento Comunitário e Mobilização Social;

**Apontar, se for o caso, mais de um item.**

<sup>2</sup> De acordo com a Instrução Normativa nº 86, de 26/10/94

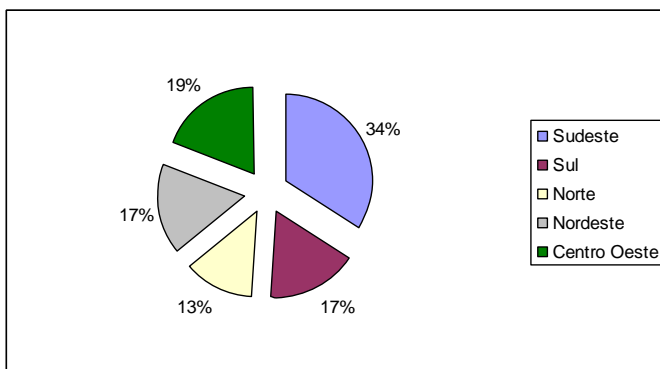
- Desenvolvimento Rural;
- Desenvolvimento Urbano;
- Educação;
- Esporte;
- Estímulo ao Emprego;
- Lazer e Recreação;
- Meio Ambiente;
- Programa Especial para a Mulher;
- Qualificação Profissional;
- Saúde;
- Segurança;
- Outros – Especificar \_\_\_\_\_



**22.** Quais são as regiões beneficiadas pelos programas de Responsabilidade Social de sua empresa?

- R.  Sudeste  Sul  
 Norte  Nordeste  
 Centro-Oeste

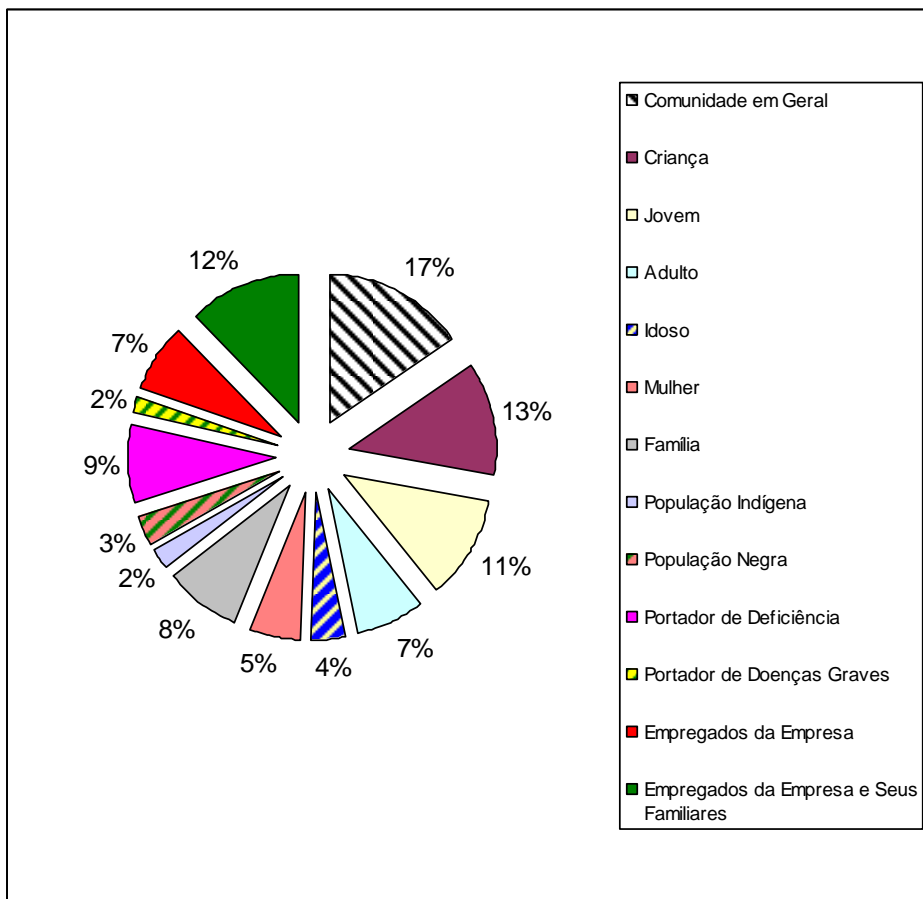
***Apontar, se for o caso, mais de um item.***



**23.** Assinale quais são os principais Beneficiários das atividades sociais desenvolvidas pela empresa:

- Comunidade em Geral;
- Criança;
- Jovem;
- Adulto;
- Idoso;
- Mulher;
- Família;
- População Indígena;
- População Negra;
- Portador de Deficiência;
- Portador de Doenças Graves;
- Empregados da Empresa;
- Empregados da Empresa e Seus Familiares;
- Outros – Especificar \_\_\_\_\_

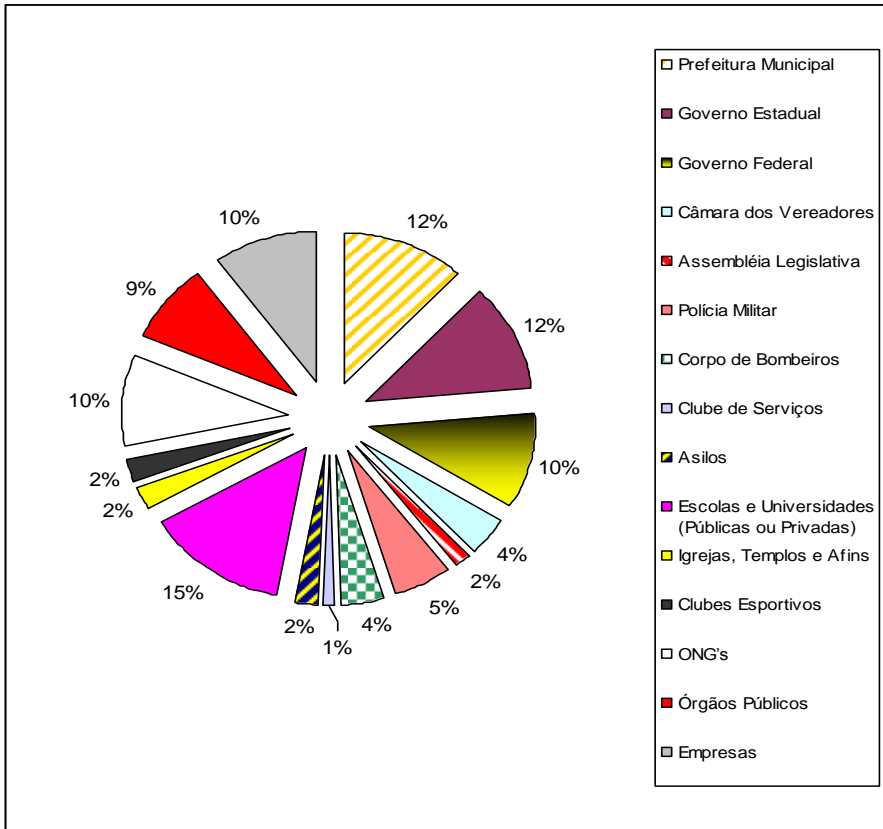
***Apontar, se for o caso, mais de um item.***



**24.** A empresa, ao desenvolver seus projetos socioambientais, busca a parceria de:

- R.
- Prefeitura Municipal;
  - Governo Estadual;
  - Governo Federal;
  - Câmara dos Vereadores;
  - Assembléia Legislativa;
  - Polícia Militar;
  - Corpo de Bombeiros;
  - Clube de Serviços;
  - Asilos;
  - Escolas e Universidades (Públicas ou Privadas);
  - Igrejas, Templos e Afins;
  - Clubes Esportivos;
  - ONG's;
  - Órgãos Públicos;
  - Empresas;
  - Outros – Especificar \_\_\_\_\_

***Apontar, se for o caso, mais de um item.***

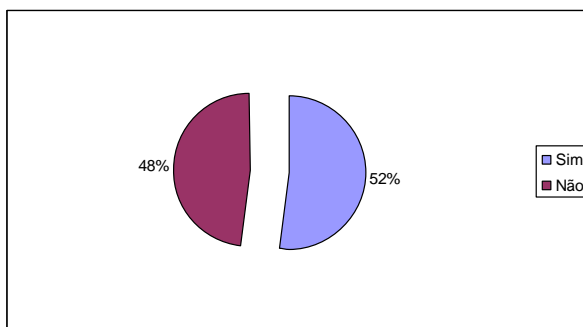


**25.** Com relação à Filantropia Empresarial, em comparação com o total destinado à ação social, o montante alocado pela empresa é de<sup>3</sup>:

Filantropia Empresarial	%
Percentual correspondente a doações em espécie	50,72
Percentual correspondente a doações em produtos e serviços	22,27

**26.** A empresa utiliza-se de “Marketing Social” ou de “Marketing de Causas” para divulgar seus projetos de Responsabilidade Social?

R.  Sim  Não



<sup>3</sup> Para responder esta questão, utilizar a seguinte fórmula:

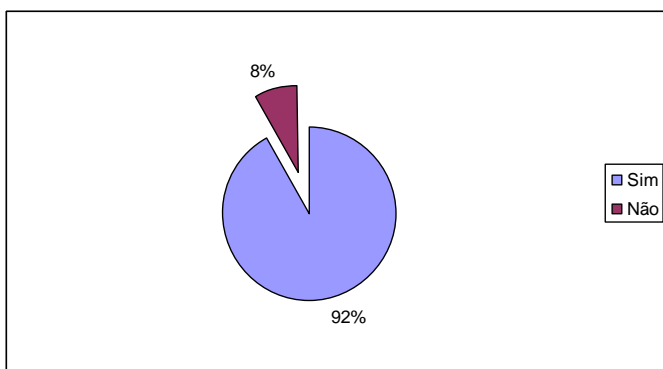
$$\frac{\text{Valor total das doações}}{\text{Valor total das açõessociais}} \times 100$$

**27.** A empresa divulgou as ações sociais que realizou nos últimos 3 anos?

R.  Não

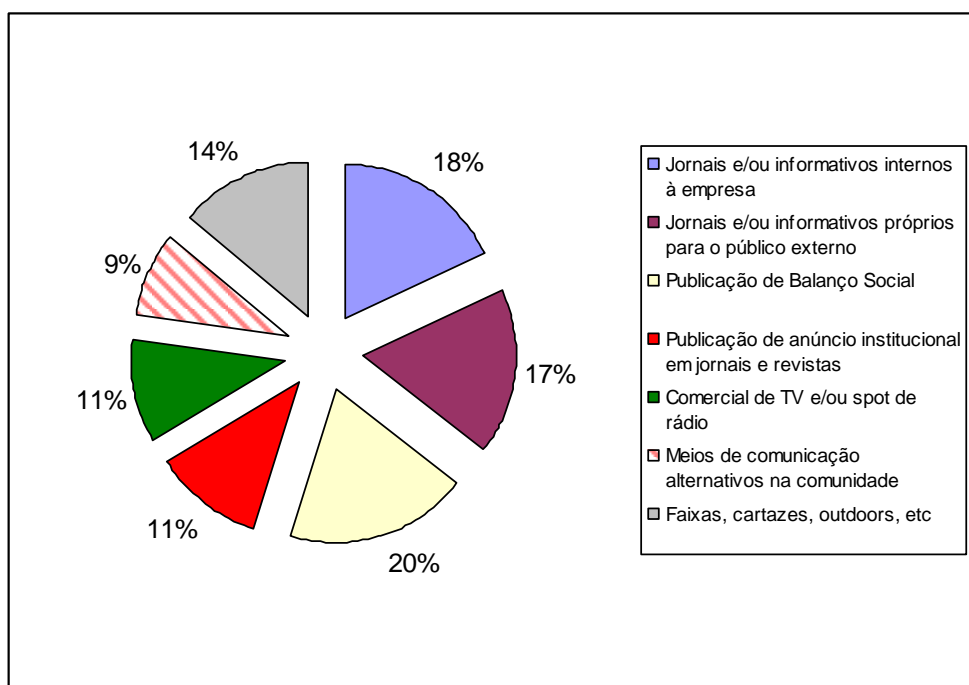
Sim

**Apontar, se for o caso, mais de um item.**



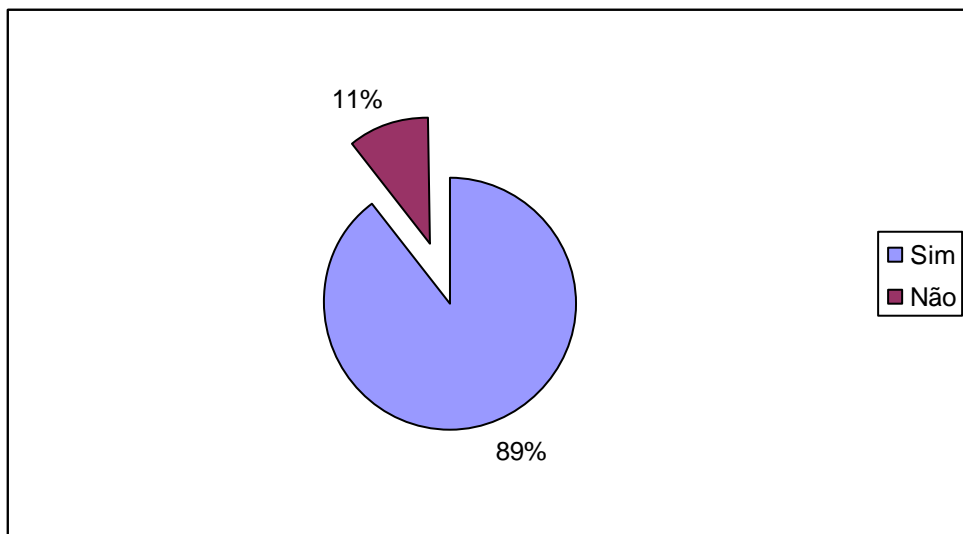
→ Como foi feita essa divulgação?

- Jornais e/ou informativos internos à empresa;
- Jornais e/ou informativos próprios para o público externo;
- Publicação de Balanço Social;
- Publicação de anúncio institucional em jornais e revistas;
- Comercial de TV e/ou *spot* de rádio;
- Meios de comunicação alternativos na comunidade;
- Faixas, cartazes, *outdoors*, etc.
- Outros - Especificar



**28.** A empresa publica o Balanço Social como forma de divulgar suas práticas sociais?

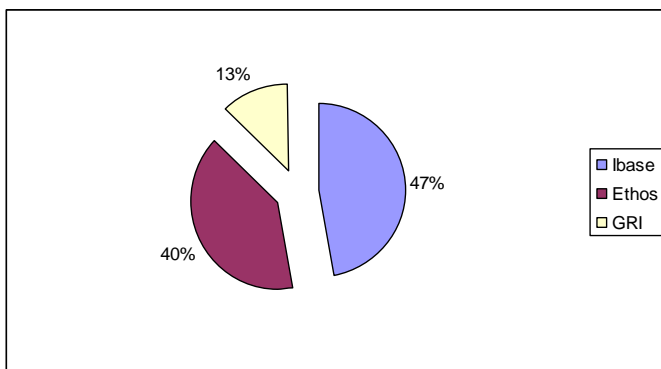
R.  Sim  Não



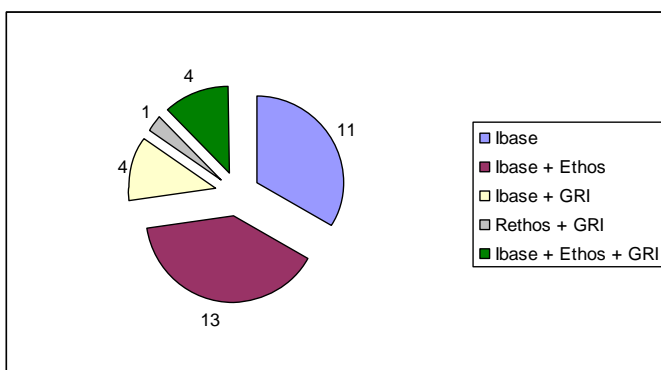
Qual o modelo utilizado?

IBASE  
 ETHOS  
 GRI

**Apontar, se for o caso, mais de um item.**

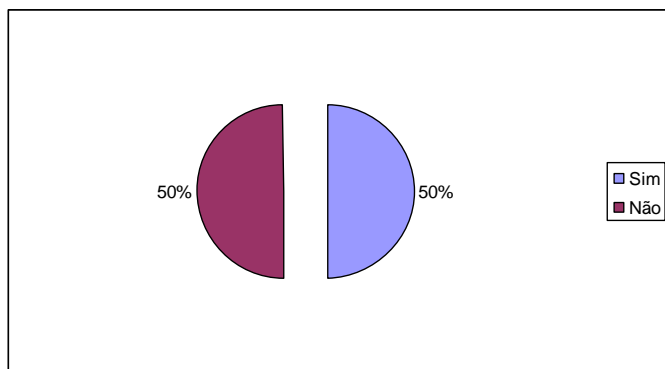


Só Ibase? Ibase + Ethos? Ibase + GRI? Ethos + GRI? Ibase + Ethos + GRI?



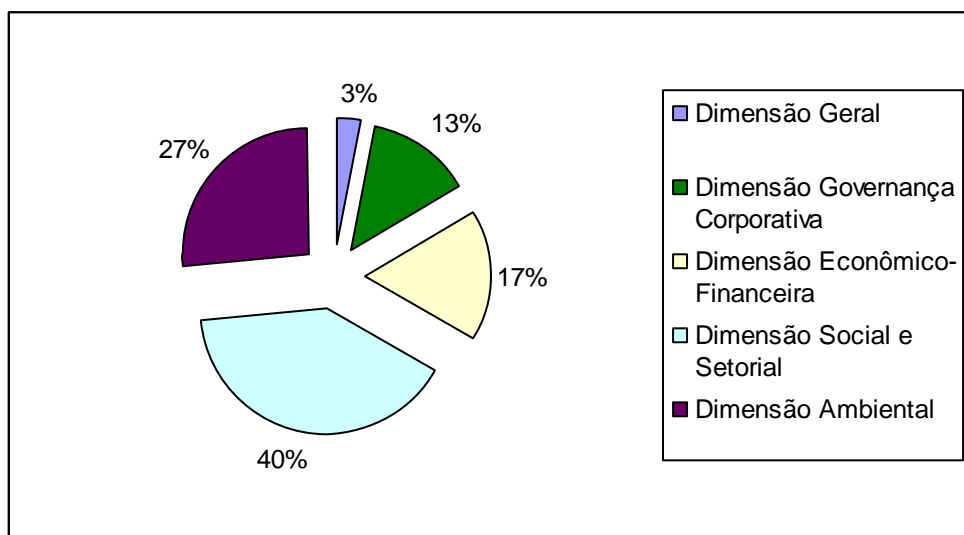
**29.** O quadro interno (gestores, empregados, colaboradores, etc) conhece o novo Relatório de Responsabilidade Socioambiental, estabelecido pela ANEEL, seus objetivos e importância para a empresa?

R.  Sim  Não



**30.** Em qual dimensão se concentrou a maior parte das dúvidas e dificuldades?

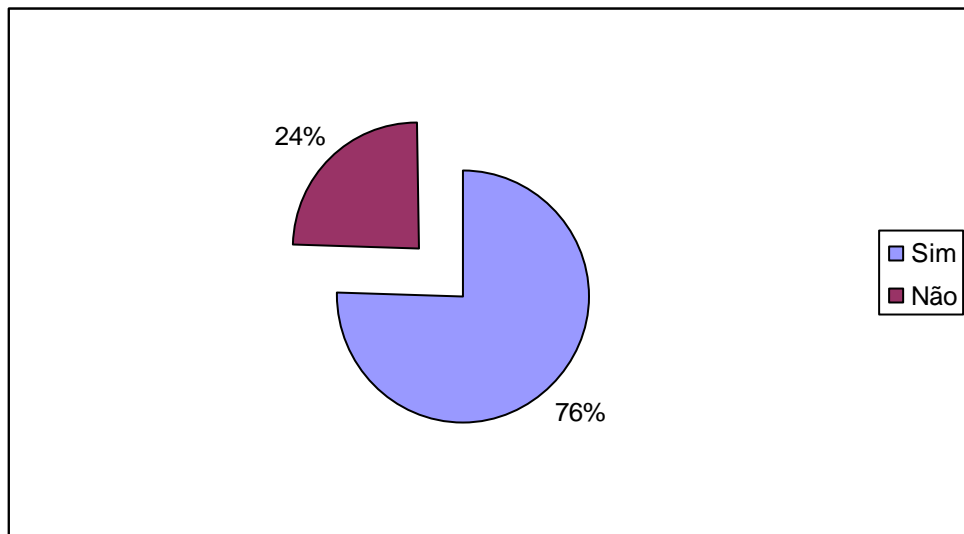
R.  Dimensão Geral;  
 Dimensão Governança Corporativa;  
 Dimensão Econômico-Financeira;  
 Dimensão Social e Setorial;  
 Dimensão Ambiental.





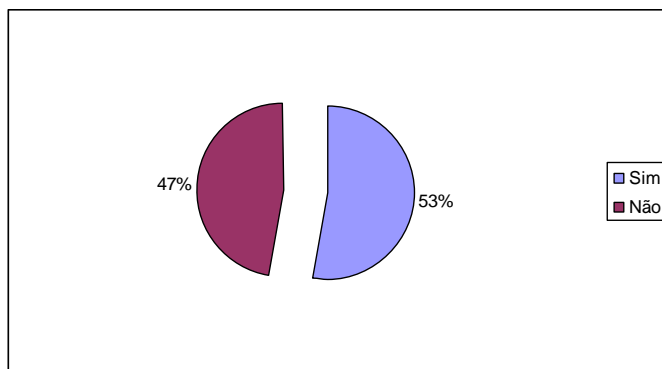
**31.** A empresa busca identificar no seu Relatório Socioambiental seus *stakeholders* e explicar no relatório que medidas foram tomadas em atendimento a seus interesses e expectativas?

R.  Sim  Não



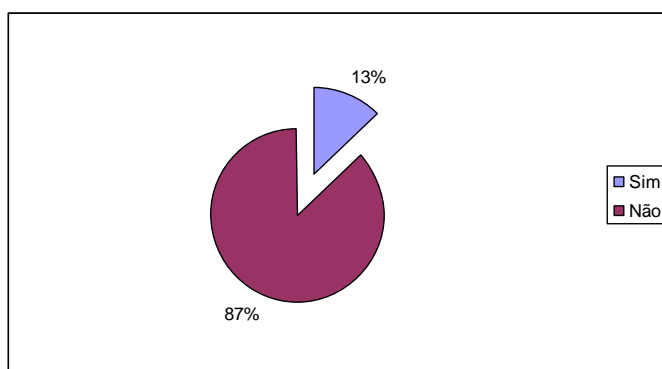
**32.** A empresa desenvolve alguma ação de modo a organizar uma Rede de Fornecedores Socioambientalmente Responsáveis?

R.  Sim  Não



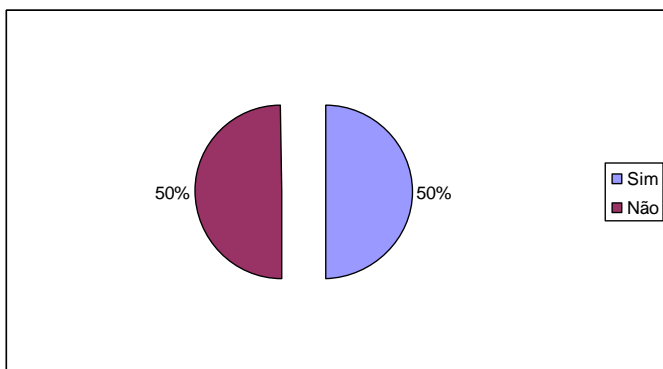
**33.** São oferecidas, pela empresa, condições especiais no relacionamento ou contrato com fornecedores Socioambientalmente responsáveis?

R.  Sim  Não



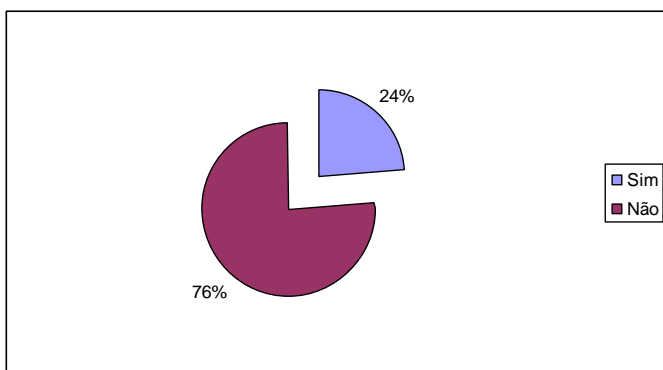
**34.** Na sua empresa os fornecedores e demais *stakeholders* participam das ações socioambientais da organização?

R.  Sim  Não



**35.** A empresa possui políticas formais de compras de “materiais verdes” ou “ambientalmente certificados”?

R.  Sim  Não



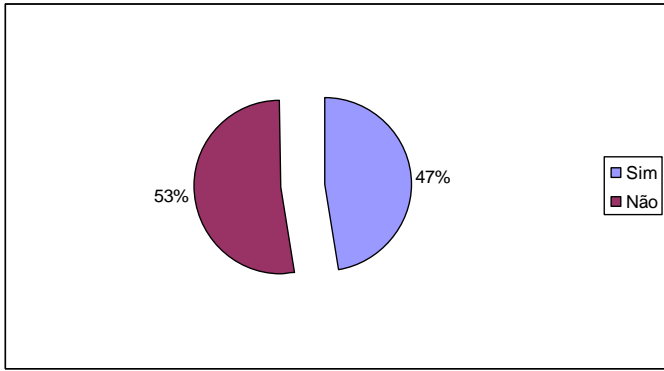
**36.** A empresa, ao praticar consumo consciente, incentiva que seus colaboradores também o façam<sup>4</sup>? Assinale abaixo.

<b>Planejar suas compras</b> , de modo a comprar menos e melhor?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
<b>Avaliar os impactos de seu consumo</b> , de modo a levar em consideração o meio ambiente e a sociedade em suas escolhas?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
<b>Consumir apenas o necessário</b> , de modo a refletir sobre as suas reais necessidades?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
<b>Reutilizar produtos e embalagens</b> , de modo a consertar, transformar ou reaproveitar produtos com defeitos?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
<b>Separar o lixo</b> , de modo a reciclar e contribuir para a economia de recursos naturais, a redução da degradação ambiental e a geração de empregos?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
<b>Usar o crédito conscientemente</b> , de modo a pagar adequadamente as prestações?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
<b>Conhecer e valorizar as práticas de Responsabilidade Social das Empresas</b> , identificando não só o preço e a qualidade?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
<b>Não comprar produtos piratas ou contrabandeados</b> , de modo a gerar mais empregos e combater o crime organizado e a violência?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
<b>Contribuir para a melhoria de produtos e serviços</b> , adotando uma postura ativa?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
<b>Divulgar o Consumo Consciente</b> , sendo um militante de causa?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
<b>Cobrar de políticos</b> , exigindo de partidos, candidatos e governantes propostas e ações que viabilizem e aprofundem a prática do consumo consciente?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
<b>Refletir sobre os seus valores</b> , avaliando constantemente os princípios que guiam suas escolhas e seus hábitos de consumo?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não

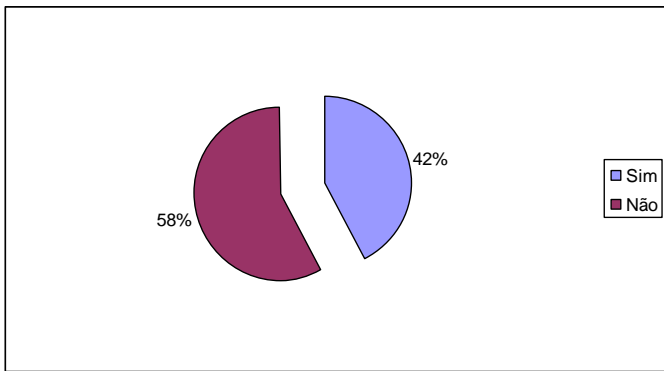
---

<sup>4</sup> Conforme publicado pelo Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, na Pesquisa intitulada Doze Princípios do Consumidor Consciente, publicada em 2006 pelo site [www.akatu.net](http://www.akatu.net)

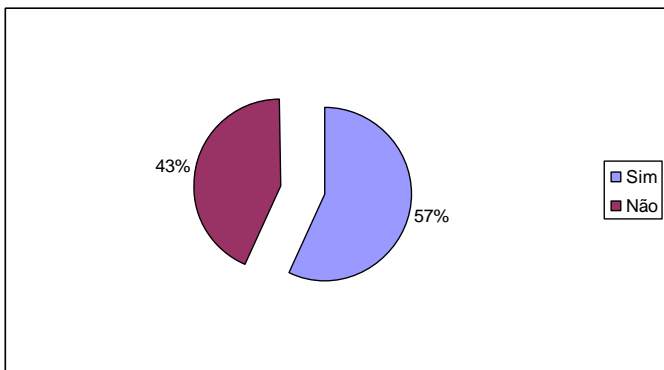
Planejar suas compras, de modo a comprar menos e melhor?



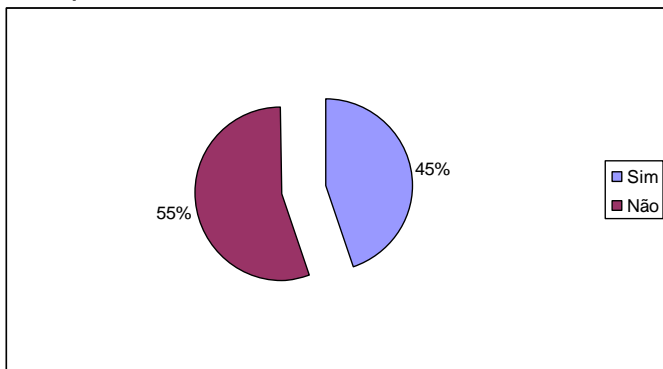
Avaliar os impactos de seu consumo, de modo a levar em consideração o meio ambiente e a sociedade em suas escolhas?



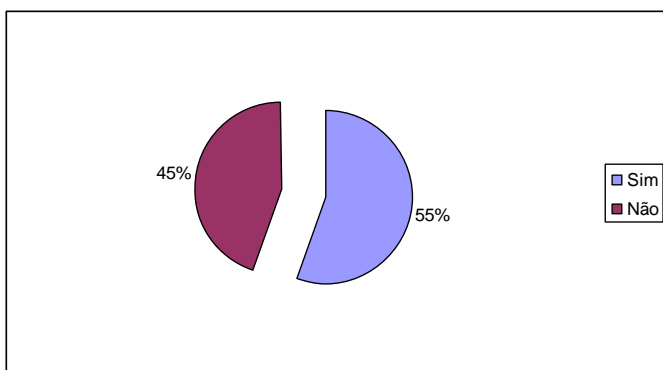
Consumir apenas o necessário, de modo a refletir sobre as suas reais necessidades?



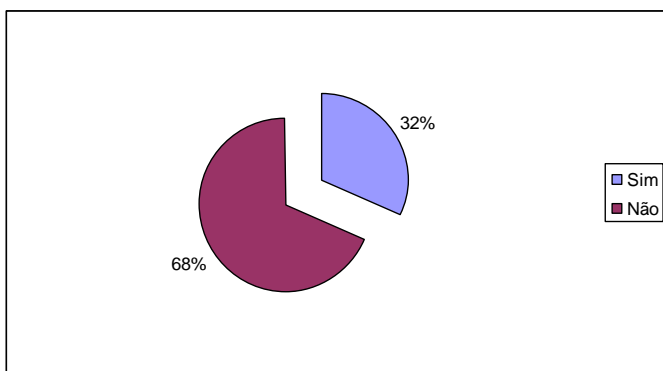
Reutilizar produtos e embalagens, de modo a consertar, transformar ou reaproveitar produtos com defeitos?



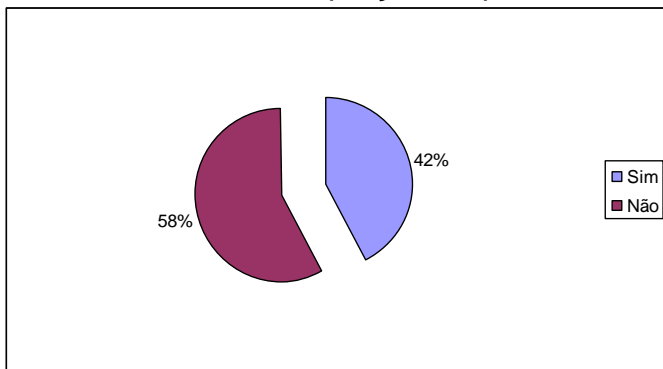
Separar o lixo, de modo a reciclar e contribuir para a economia de recursos naturais, a redução da degradação ambiental e a geração de empregos?



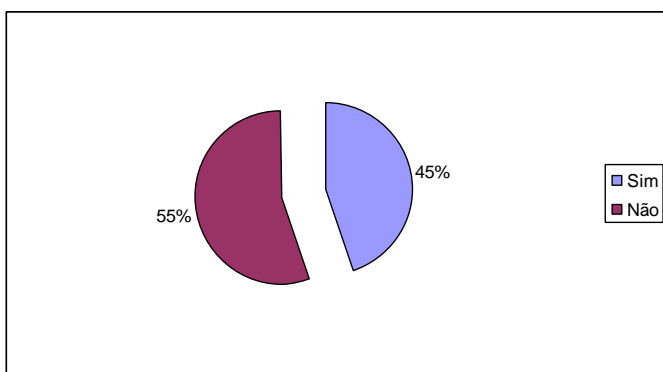
Usar o crédito conscientemente, de modo a pagar adequadamente as prestações?



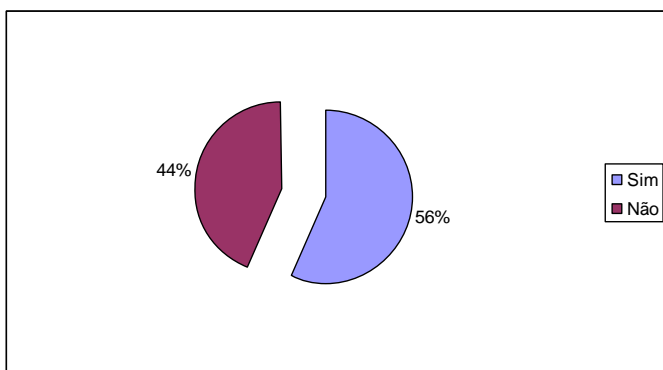
Conhecer e valorizar as práticas de Responsabilidade Social das Empresas, identificando não só o preço e a qualidade?



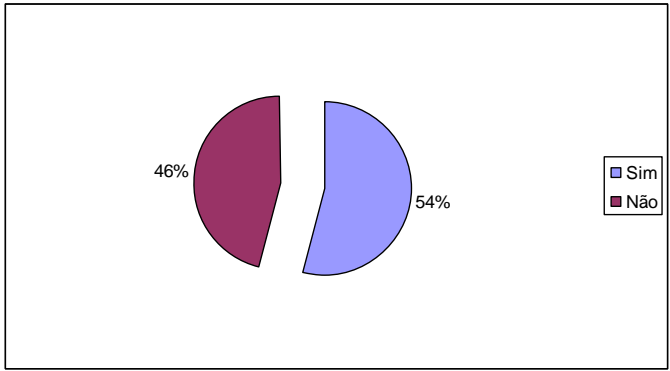
Não comprar produtos piratas ou contrabandeados, de modo a gerar mais empregos e combater o crime organizado e a violência?



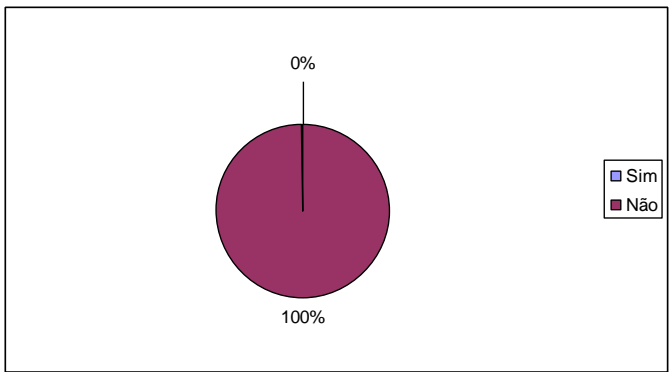
Contribuir para a melhoria de produtos e serviços, adotando uma postura ativa?



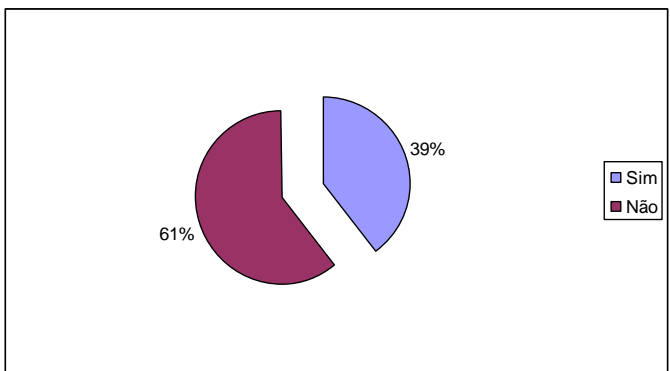
Divulgar o Consumo Consciente, sendo um militante de causa?



Cobrar de políticos, exigindo de partidos, candidatos e governantes propostas e ações que viabilizem e aprofundem a prática do consumo consciente?

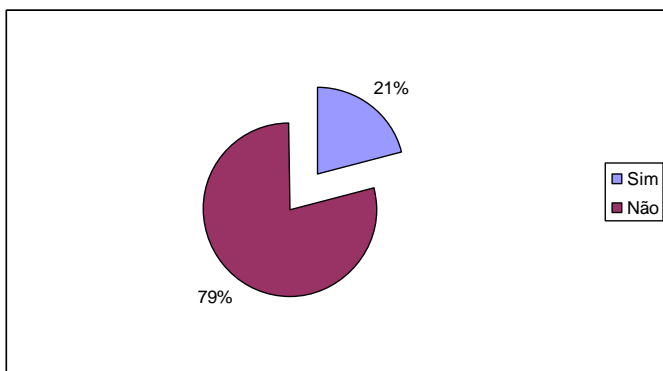


Refletir sobre os seus valores, avaliando constantemente os princípios que guiam suas escolhas e seus hábitos de consumo?



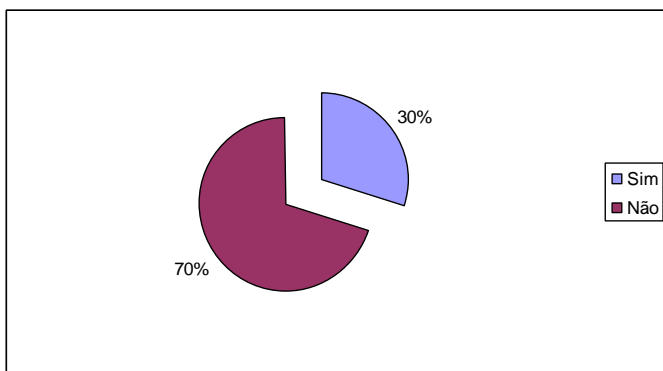
**37.** A empresa participa do ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial da BOVESPA – Bolsa de Valores de São Paulo?

R.  Sim  Não



Se não, há um planejamento a curto prazo (2 anos) para atingir tal índice?

R.  Sim  Não

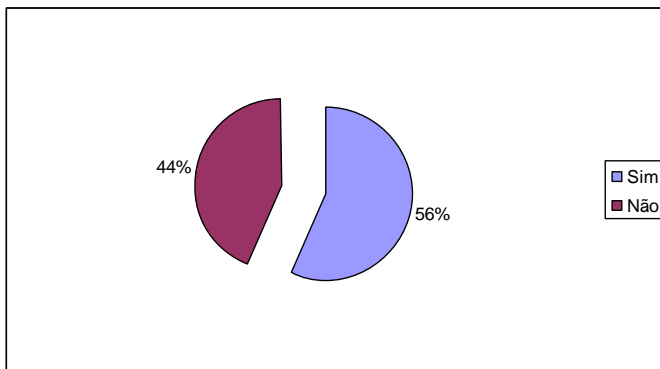


**38.** Com relação aos Indicadores de Desempenho para acompanhar o andamento dos programas socioambientais como um todo (internos e externos), a empresa:

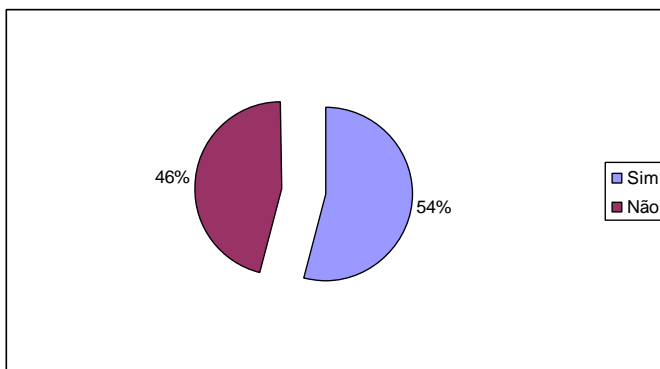
Define prioridades estratégicas que expressem valores da responsabilidade socioambiental e econômica.	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Viabiliza um equilibrado planejamento das vertentes econômica, social e ambiental (Sustentabilidade).	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Monitora o desempenho nas três dimensões da sustentabilidade.	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Identifica ações corretivas de eventuais desvios.	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Acumula dados e informações de desempenho comparáveis no tempo.	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não



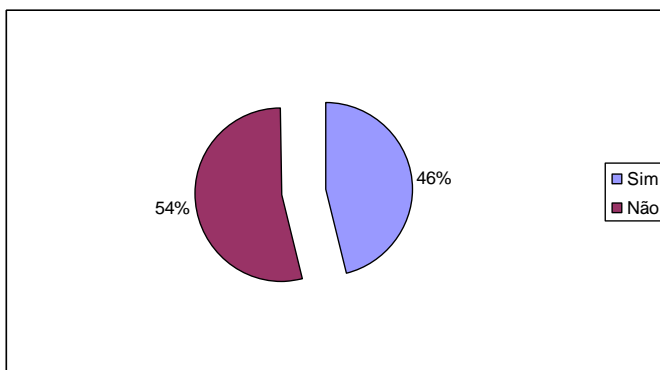
Define prioridades estratégicas que expressem valores da responsabilidade socioambiental e econômica.



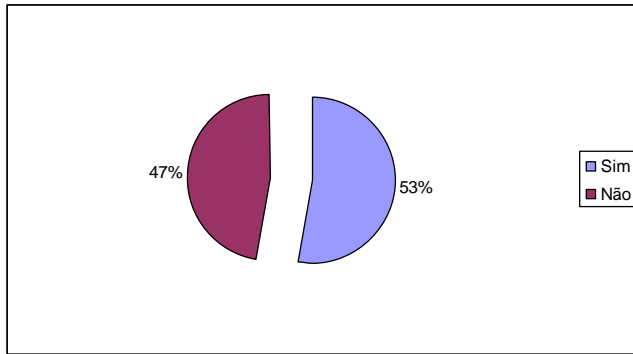
Viabiliza um equilibrado planejamento das vertentes econômica, social e ambiental (Sustentabilidade).



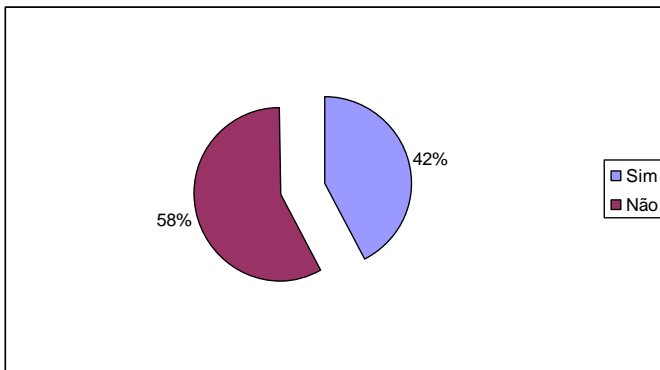
Monitora o desempenho nas três dimensões da sustentabilidade.



Identifica ações corretivas de eventuais desvios.



Acumula dados e informações de desempenho comparáveis no tempo.

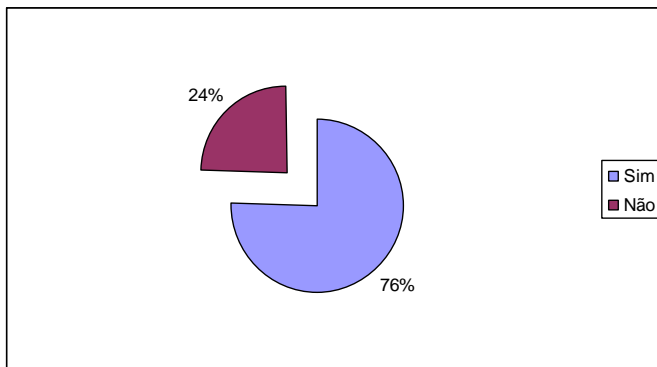


### 3 - NORMAS E PREMIAÇÕES

**39.** Existem avaliações documentadas sobre as ações sociais que a empresa realizou nos últimos 3 anos?

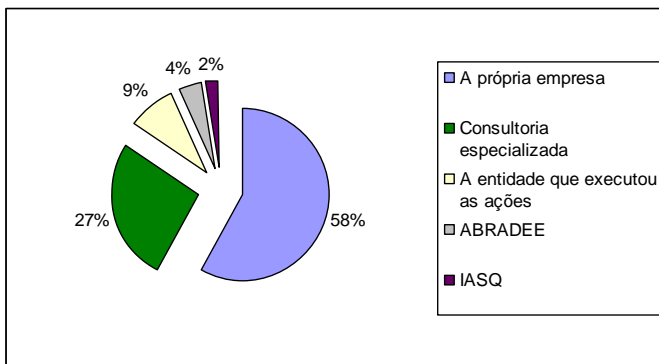
R.  Não  
 Sim

**Apontar, se for o caso, mais de um item.**



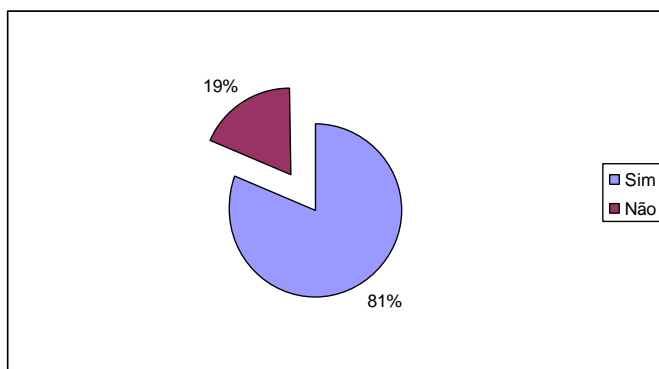
→ Quem fez?

- A própria empresa;
- Consultoria especializada;
- A entidade que executou as ações;
- Outros - Especificar ABRADÉE, IASQ



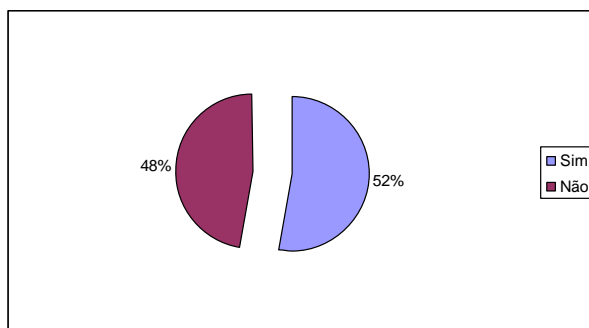
**40.** A empresa adota procedimentos que permitam a avaliação sobre a melhoria de sua imagem institucional por desenvolver projetos socioambientalmente responsáveis?

R.  Sim  Não



**41.** A empresa realiza pesquisa junto aos seus consumidores para saber se eles entendem como um diferencial a companhia atuar em programas de Responsabilidade Socioambiental?

R.  Sim  Não

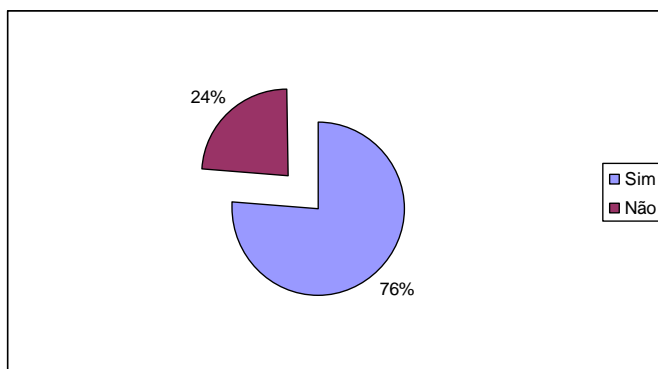


**42.** Com relação às normas e orientações, a sua empresa<sup>5</sup>:

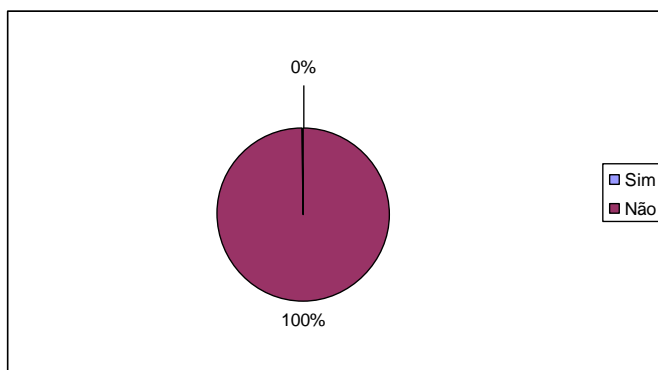
	Conhece?	Já Implantou?	Tem interesse em implantar?
SA 8000	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
AA 1000	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Agenda 21	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Metas do Milênio	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Diretrizes GRI	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
OCDE	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Pacto Global	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Escala Akatu	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
OHSAS 18001	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Critérios de Excelência do PNQ	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
NBR 16001	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
ISO 14000	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
ISO 26000	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não

**SA 8000**

Conhece?

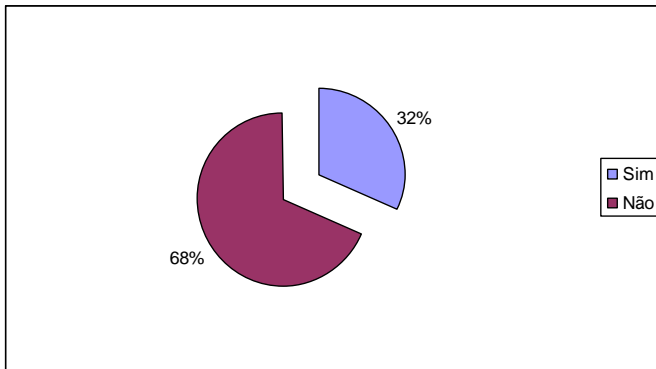


Já Implantou?



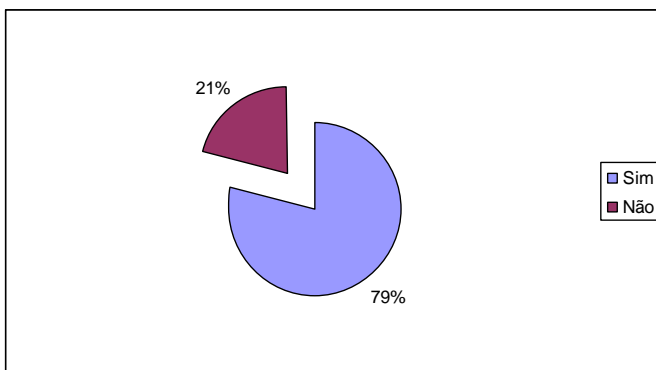
<sup>5</sup> Para maiores informações a respeito das normas e orientações citadas, favor consultar o glossário técnico.

Tem interesse em implantar?

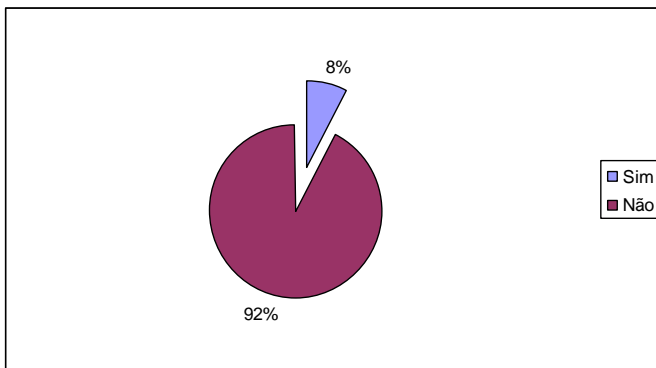


**AA 1000**

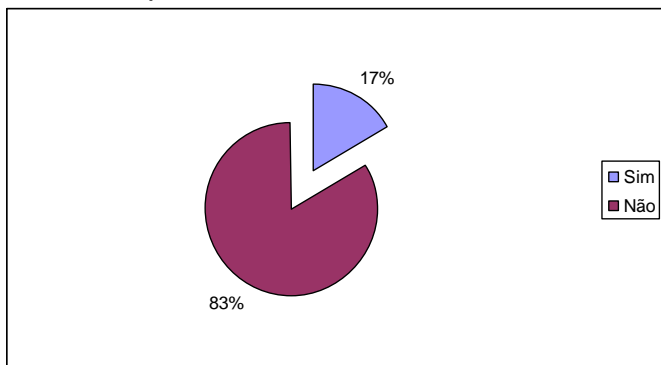
Conhece?



Já Implantou?

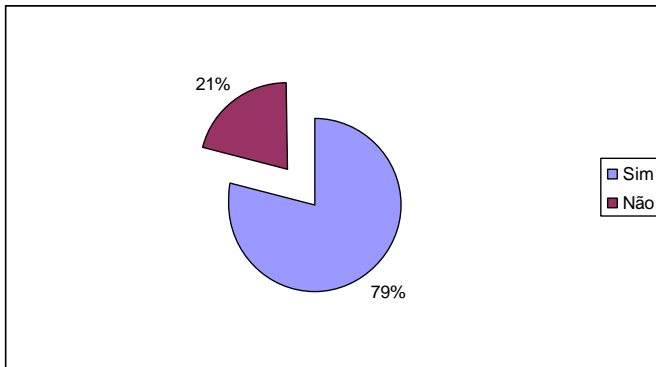


Tem interesse em implantar?

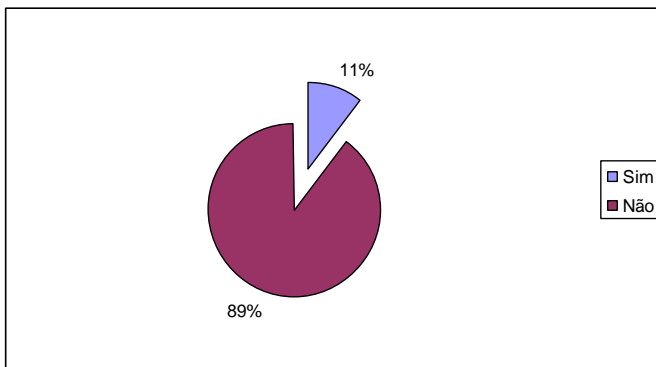


## Agenda 21

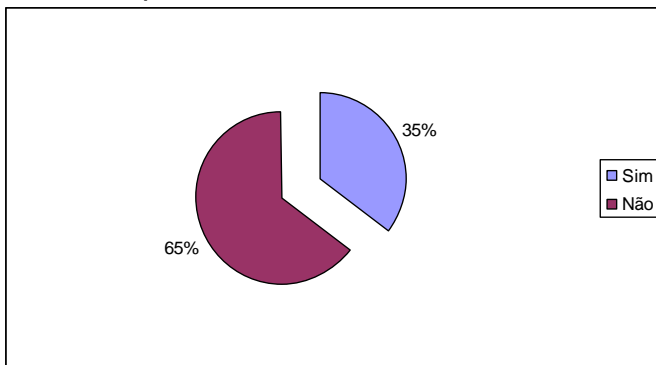
Conhece?



Já Implantou?

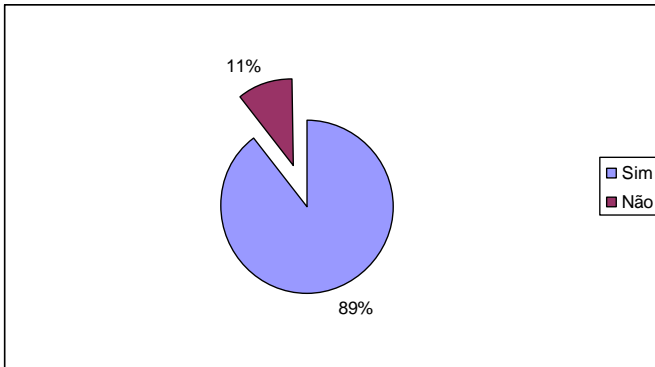


Tem interesse em implantar?

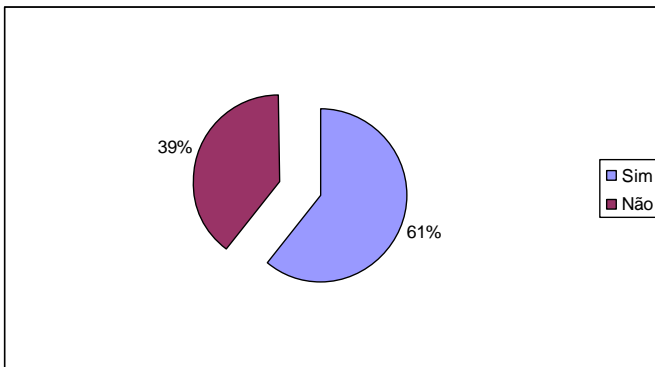


## Metas do Milênio

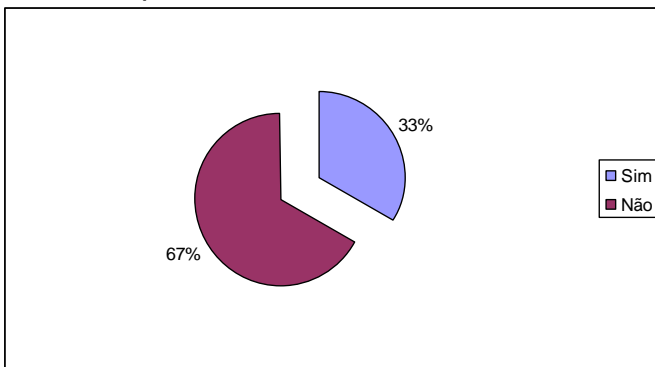
Conhece?



Já Implantou?

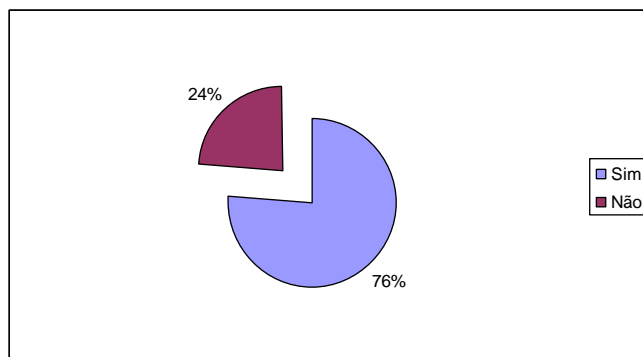


Tem interesse em implantar?

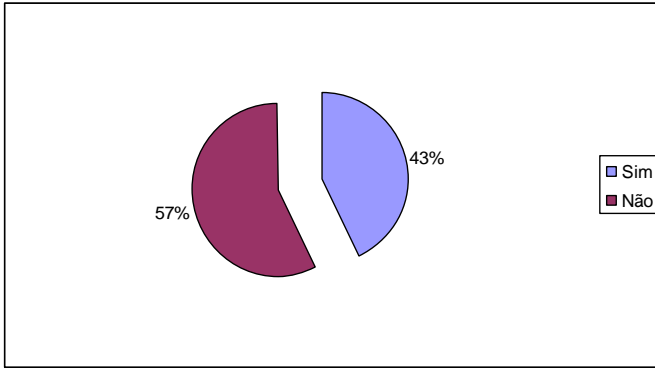


## Diretrizes GRI

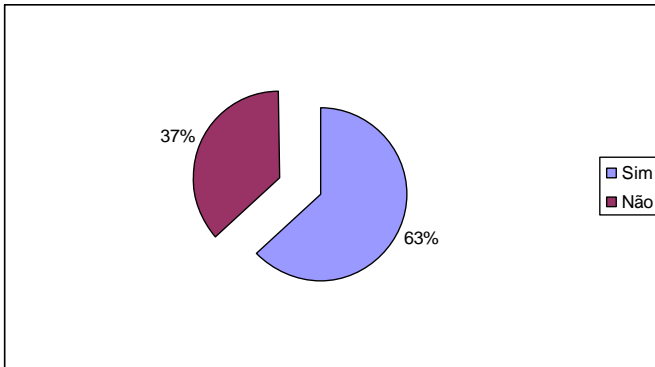
Conhece?



Já Implantou?

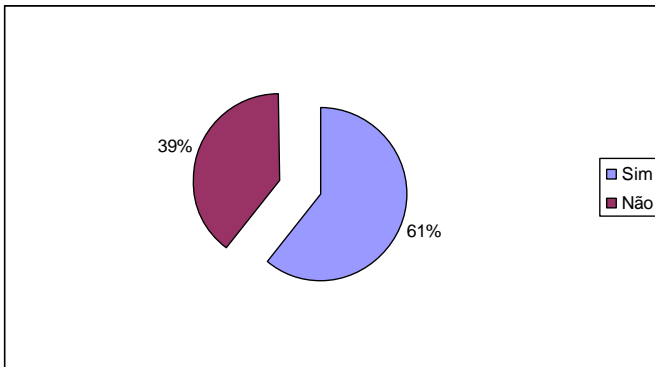


Tem interesse em implantar?

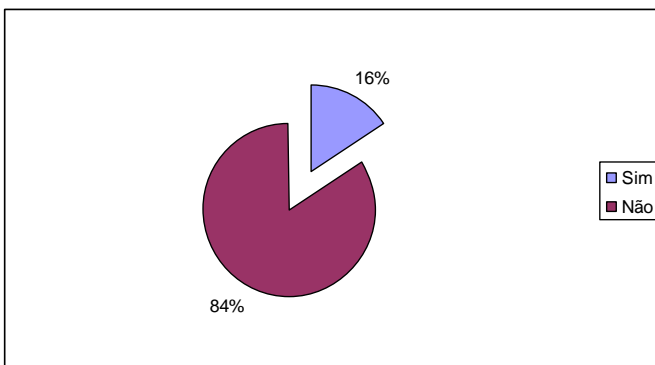


## OCDE

Conhece?

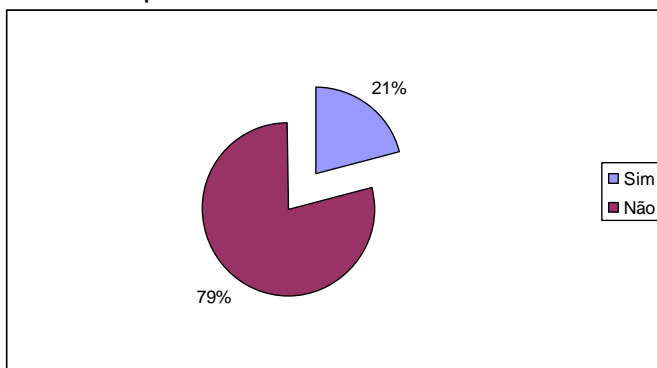


Já Implantou?



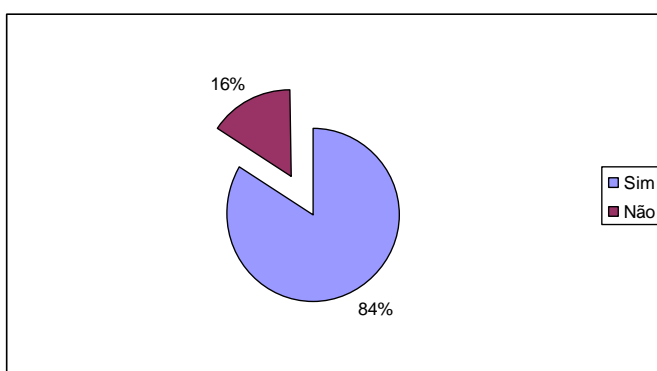


Tem interesse em implantar?

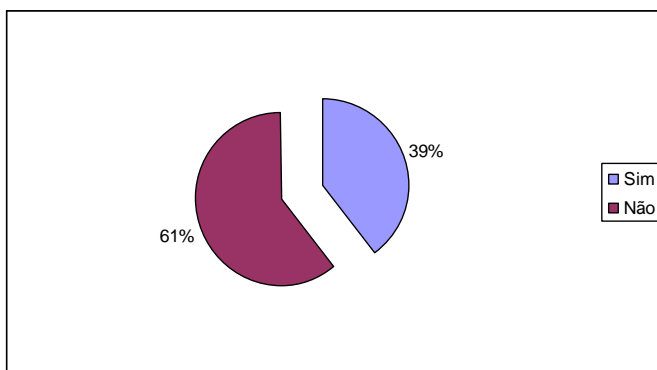


## Pacto Global

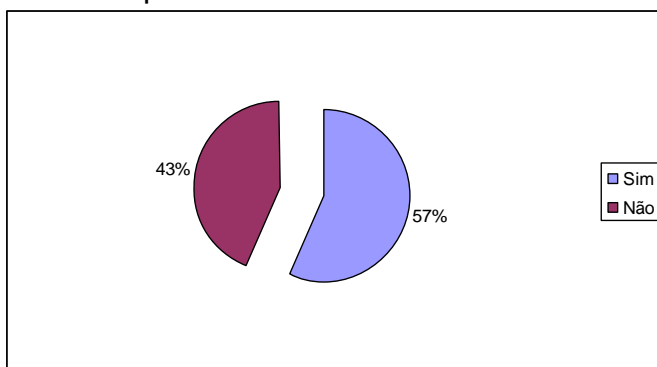
Conhece?



Já Implantou?

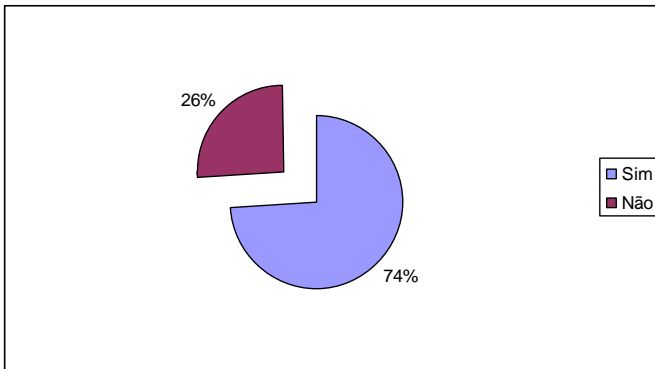


Tem interesse em implantar?

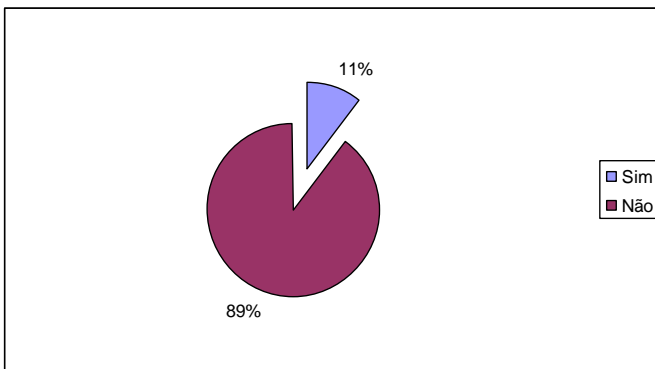


## Escala Akatu

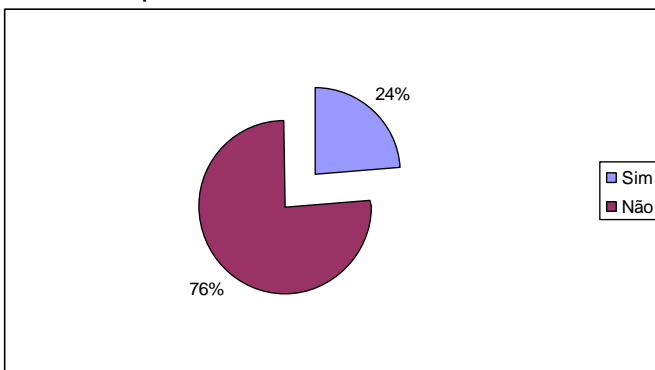
Conhece?



Já Implantou?

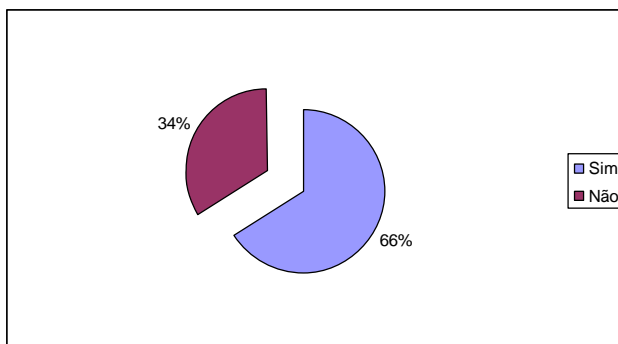


Tem interesse em implantar?

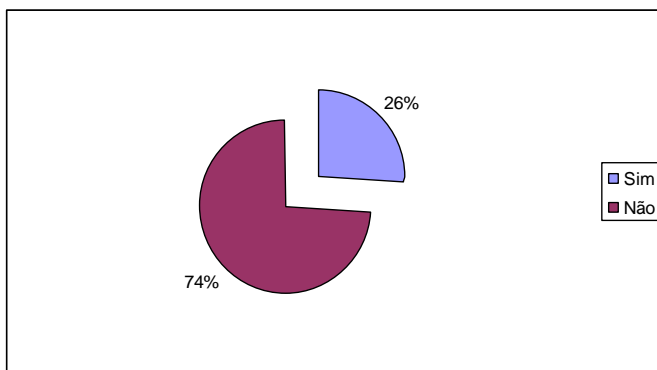


## OHSAS 18001

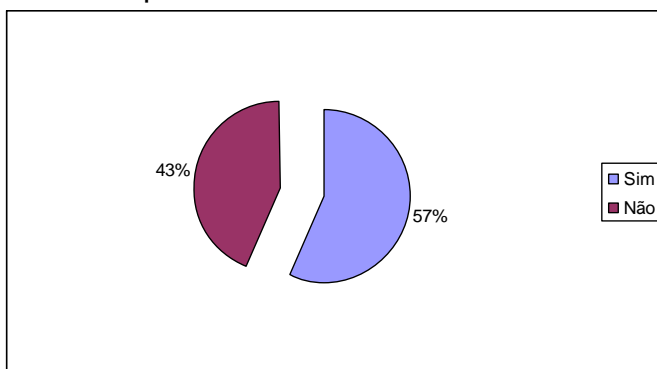
Conhece?



Já Implantou?

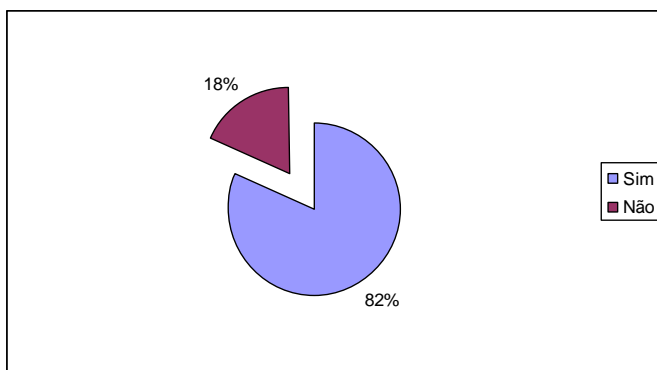


Tem interesse em implantar?

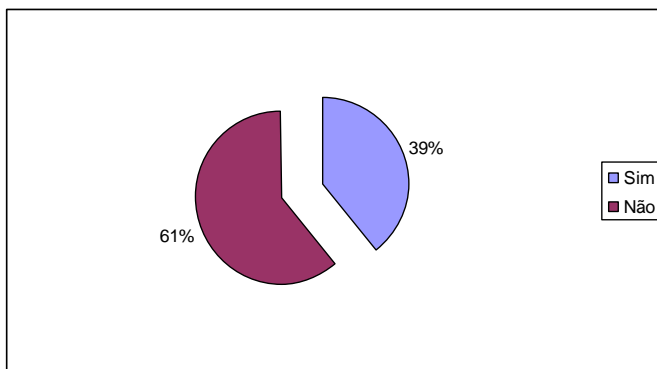


### Crerios de Excelência do PNQ

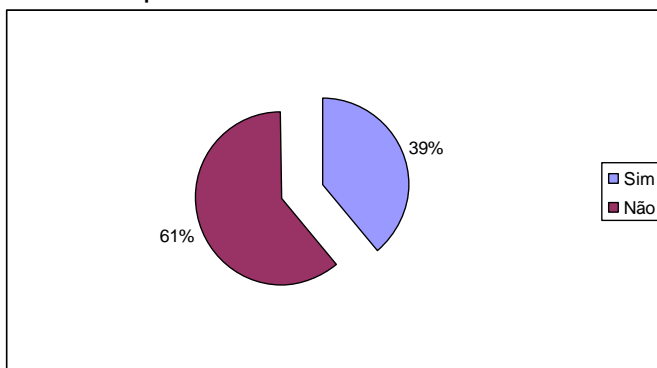
Conhece?



Já Implantou?

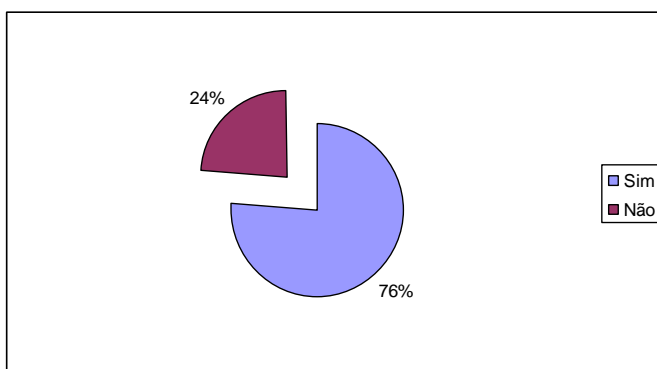


Tem interesse em implantar?

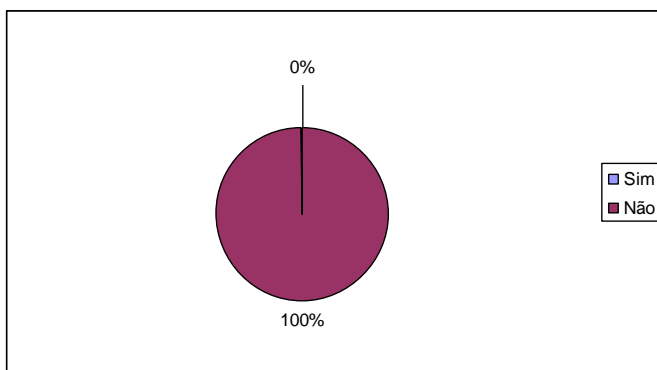


**NBR 16001**

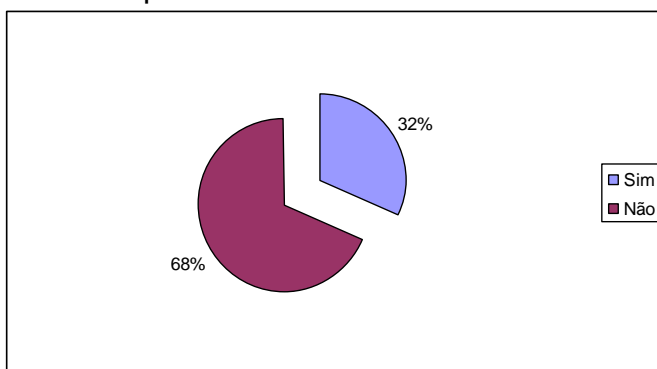
Conhece?



Já Implantou?

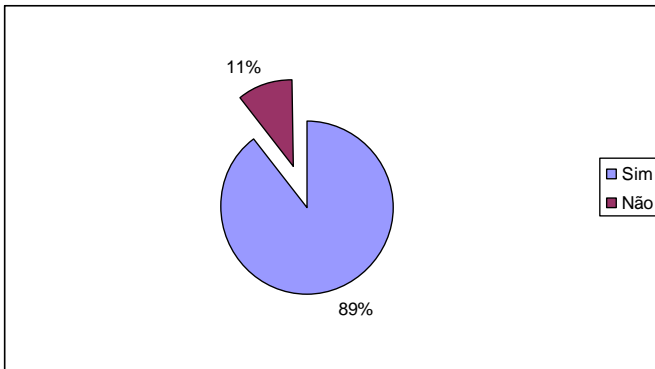


Tem interesse em implantar?

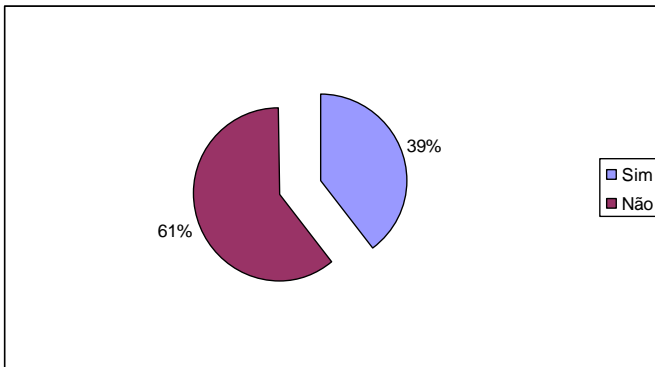


## SO 14000

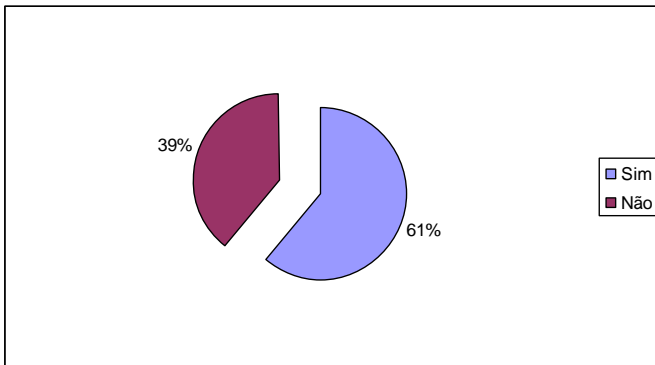
Conhece?



Já Implantou?

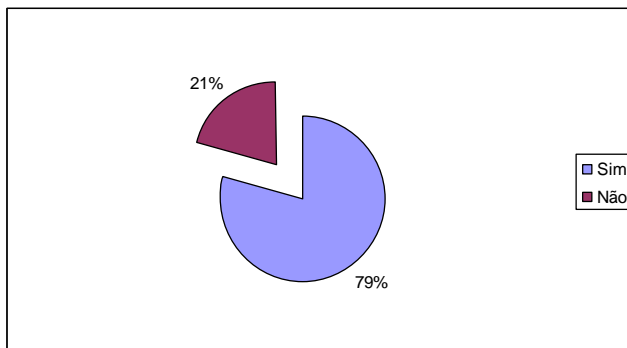


Tem interesse em implantar?



## ISO 26000

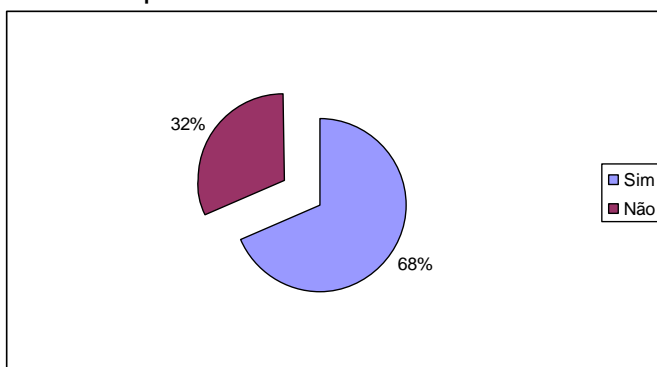
Conhece?



Já Implantou?

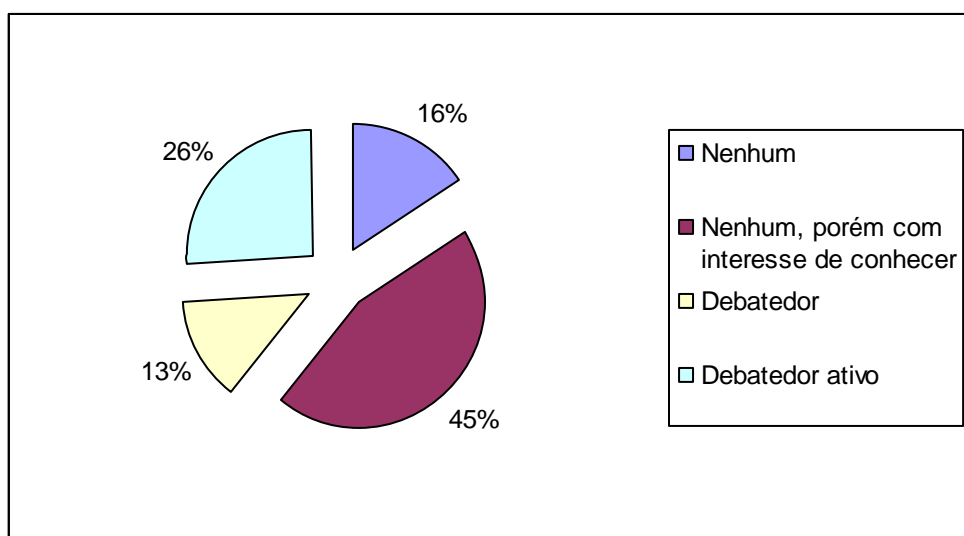
A norma só será divulgada em dezembro de 2009.

Tem interesse em implantar?



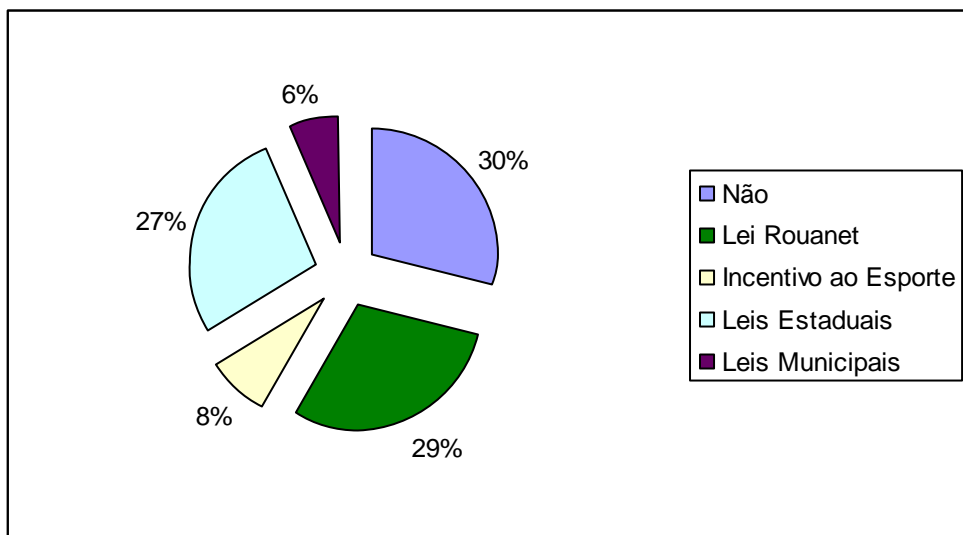
**43.** Qual o grau de conhecimento e participação da empresa com relação à ISO 26000?

- R.
- Nenhum;
  - Nenhum, porém com interesse de conhecer;
  - Debatedor;
  - Debatedor ativo.



**44.** A empresa utiliza os incentivos fiscais de dedução ou desconto de doações e patrocínios?

- R.
- Não;
  - Lei Rouanet;
  - Incentivo ao Esporte;
  - Leis Estaduais;
  - Leis Municipais.



**45.** Quais premiações com relação à Responsabilidade Sociambiental sua empresa já conquistou (sem considerar o Prêmio Fundação COGE)?

R.

DUKE ENERGY - 5º Benchmarking Ambiental, Prêmio MASS, Medalha Eloy Chaves;

BOA VISTA - Prêmio SESI de Qualidade no Trabalho;

BANDEIRANTE - Top Social 2004/2005/2007, Prêmio Mogi News de Responsabilidade Social 2005/2006/2007, Top RH 2005/2007, 4º Benchmarking Ambiental Brasileiro;

SAELPA/ CELB - Prêmio Nacional de Conservação e Uso Racional de Energia, Selo de Responsabilidade Cultural 2004, Troféu Heitor Falcão 2004, Prêmio Ednaldo do Egypto 2004, Prêmio ABRAJET, Troféu Beija-Flor da Restinga 2007;

TRACTEBEL - Prêmio Fritz Muller, Prêmio Brasil Ambiental;

CELESC – Prêmio ABMN 2006, Prêmio ADVB 2006, Prêmio Fritz Muller;

CERON – Selo Abrinq;

EMAE – Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa;

CESP – Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa;

FURNAS – Prêmio CAERJ Atitude Carioca 2007, Prêmio Bramex Ambiental 2006, Prêmio Balanço Social 2006;

ITAIPU – Prêmio Destaque Excelência em Gestão Social 2006, Prêmio Destaque Social em Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social, Selo Balanço Social 2005;

COELCE – Prêmio ABRADÉE, Revista Você SA/Exame, Selo IBASE, 1000 maiores empresas do Brasil, Prêmio FIEC por Desempenho Ambiental 2007 e 2006, Prêmio Top of Quality de Meio Ambiente;

EEB – Prêmio CIER de Qualidade e Satisfação 2005, Melhor empresa Melhor Índice de Perdas 2004, Melhor Índice de Perdas 2001, 2002 e 2003, Melhor Empresa, Melhor Índice de Perdas e Melhor Desempenho Comercial 2000, Melhor Empresa e Melhor Desempenho Comercial 1999;

EDEVP – Prêmio ABRADÉE Avaliação pelo Cliente e Evolução do Desempenho 2007;

CNEE - Prêmio Eletricidade de Melhor Desempenho em Operações 2004, Melhor Empresa 2003, Melhor Empresa, Melhor Desempenho Técnico e Melhor Desempenho Comercial 2001, Melhor Desempenho Técnico 2000, Prêmio Abradee 2007, Prêmio IASC;

CFLO - Prêmio Eletricidade de Melhor Empresa, Melhor Índice de Perdas e Melhor Desempenho em Operações 2006, Melhor Empresa, Melhor Índice de Perdas e Melhor Desempenho em Operações 2003, Melhor Empresa 2000, 2001 e 2002, Prêmio ABRADÉE de Melhor Distribuidora de Energia 2007, 2006 e 2005;

CAIUÁ – Prêmio Eletricidade Moderna – Melhor Desempenho Comercial 2003, Melhor empresa 2002, Melhor Evolução Nacional 2000, Prêmio IASC – Melhor empresa 2004, Maior Evolução 2003, Prêmio Abradee – Evolução de Desempenho 2007;

ELEKTRO – Prêmio Abradee 2007, categoria Responsabilidade Social, Empresa Socialmente Responsável 2007 – ACIL – Associação Comercial e Industrial de Limeira, Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa – Empresa Modelo – 2005 e 2006, Medalha Eloy Chaves 2005 e 2006;

ELETROPAULO – Top Social ADVB, Prêmio ABT (Associação Brasileira de Teleserviços) e Empresa Sustentável (Revista Meio Ambiente Industrial);

AES TIETÊ – Top Social ADVB, Guia Exame – As melhores empresas para se trabalhar 2007;

CEMAT – Prêmio IASC, Prêmio ABRADÉE 2004, Prêmio SESI de Qualidade no Trabalho (2001, 2002, 2003, 2004 e 2005), Prêmio Eletricidade;



CELPA – IASC;

ELETRONORTE – Certificação da ISO 14000, Recertificação da NBR 14000, ISO 9000;

CELTINS – IASC;

CFLCL – Prêmio Responsabilidade Social Ethos Abradee 2003/ 2004/ 2005/ 2006/ 2007, Prêmio Mineiro de Qualidade 2006, Prêmio Qualidade da Gestão Abradee 2004/ 2006/ 2007, Empresa Cidadã 2006 pelo Clube de Engenharia de Juiz de Fora;

CELPE – Prêmio Balanço Social 2002, 2003 e 2004, Prêmio do Guia Exame de Cidadania Corporativa, 2004, 2005 e 2006, Selo Balanço Social Ibase 2004 e 2005, Empresa Amiga da Criança – Selo Abrinq;

ENERCAN – Prêmio Fritz Muller 2007, 2005 e 2004;

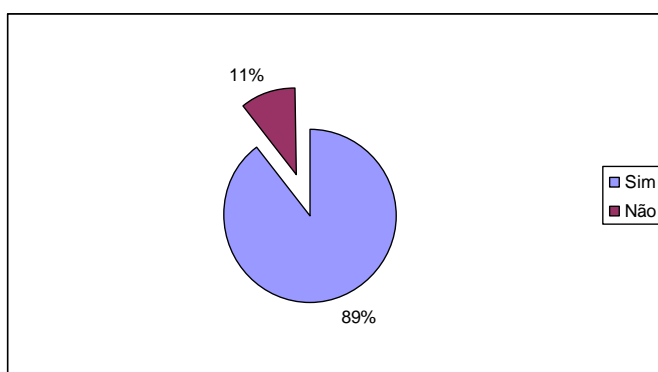
COPEL – Prêmio Expressão de Ecologia, Prêmio Abradee de Responsabilidade Social 2006;

COELBA – 2º Lugar no Prêmio Abradee na categoria Responsabilidade Social, Prêmio SESI de Qualidade no Trabalho, 2006 e 2005, Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa, Top Social 2004, Prêmio Destaque de Marketing 2004.

#### 4 - MÓDULO Fundação COGE

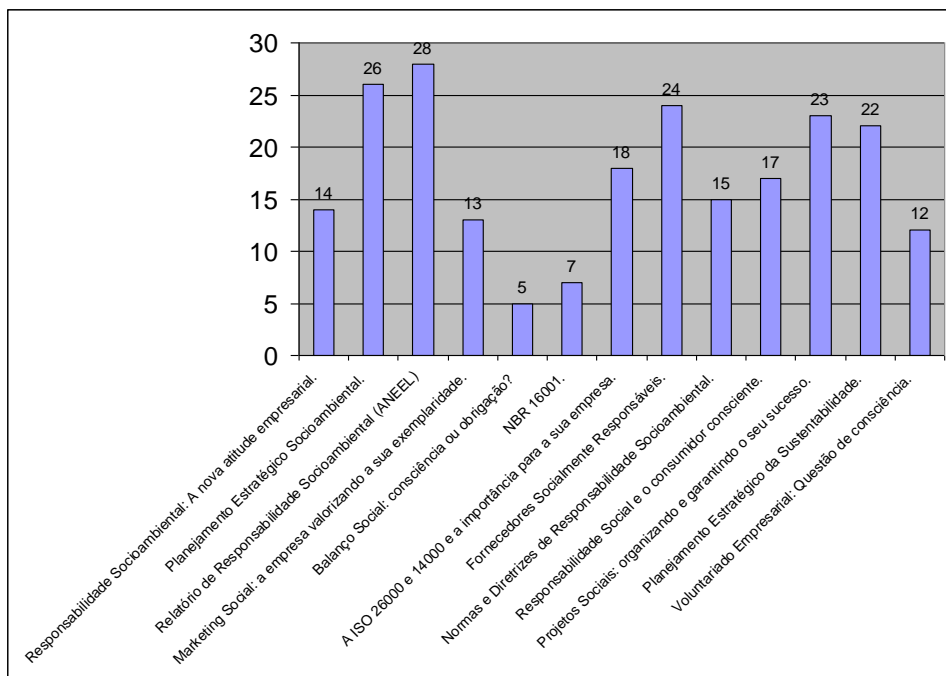
**46.** Sua empresa tem conhecimento de que a Fundação COGE presta consultoria na área da Responsabilidade Socioambiental?

R.  Sim  Não



**47.** Fundação COGE programou os cursos abaixo sobre o tema Responsabilidade Socioambiental Corporativa. Assinale aqueles que possam ser do interesse da sua empresa:

<b>TEMAS PARA CURSOS</b>	
Responsabilidade Socioambiental: A nova atitude empresarial.	<input type="checkbox"/>
Como desenvolver o Planejamento Estratégico Socioambiental.	<input type="checkbox"/>
Relatório de Responsabilidade Socioambiental (ANEEL)	<input type="checkbox"/>
Marketing Social: a empresa valorizando a sua exemplaridade.	<input type="checkbox"/>
Balanço Social: consciência ou obrigação?	<input type="checkbox"/>
NBR 16001.	<input type="checkbox"/>
A ISO 26000 e 14000 e a importância para a sua empresa.	<input type="checkbox"/>
Fornecedores Socialmente Responsáveis.	<input type="checkbox"/>
Normas e Diretrizes de Responsabilidade Socioambiental.	<input type="checkbox"/>
Responsabilidade Social e o consumidor consciente.	<input type="checkbox"/>
Projetos Sociais: organizando e garantindo o seu sucesso.	<input type="checkbox"/>
Como desenvolver o Planejamento Estratégico da Sustentabilidade.	<input type="checkbox"/>
Voluntariado Empresarial: Questão de consciência.	<input type="checkbox"/>
Outro: _____ _____	<input type="checkbox"/>



## 2.5 Conclusões

A primeira Pesquisa sobre Responsabilidade Socioambiental das empresas do setor de energia elétrica nos remete a resultados significativos.

O mais expressivo é a transparência das empresas respondentes que entenderam a necessidade de retratar seu pensamento estratégico e ações concretas socioambientais para conhecimento do conjunto dos seus *stakeholders*.

Outro fator importante é que a massa de dados obtidos será fundamental para produzir efeito comparativo quando da produção das pesquisas que se sucederão ao longo do tempo.

As informações reproduzidas no item “Tópicos em Destaque”, localizadas no início deste documento, demonstram o “estado da arte” da percepção das empresas sobre suas práticas socioambientais, refletindo cenários positivos de atuação em todas as regiões do país com forte influência das empresas por estas atividades nas suas respectivas áreas de concessão.

No entanto, há muito ainda a se construir quanto ao tema. O papel influenciador das empresas do setor em todos os públicos com

os quais elas se relacionam indica claramente o caminho desbravador e orientador a percorrer.

Ajustes serão inevitáveis, bem como a melhoria dos programas, que serão influenciados pelas respostas obtidas nesta Pesquisa.

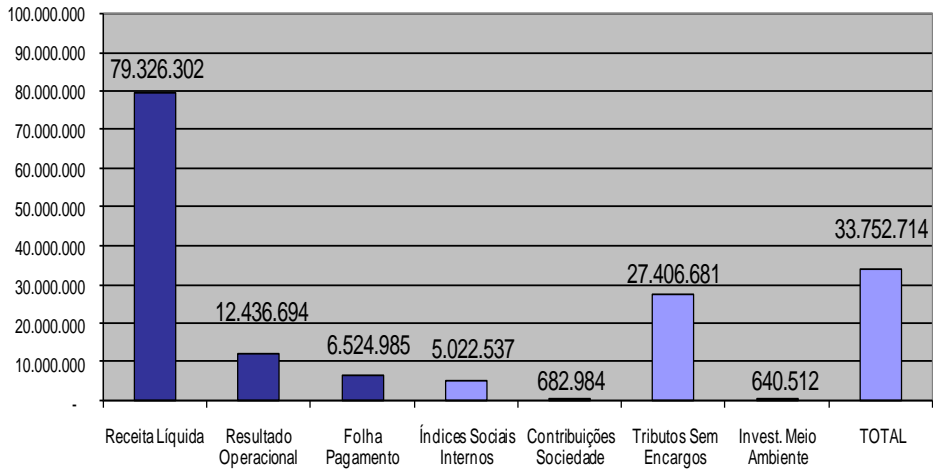
Assim, o setor está dando os primeiros passos para compor um quadro virtuoso de demonstração das suas tendências e desafios para iniciativas socioambientais que revelam sua responsabilidade e exemplaridade em relação aos demais setores do mercado brasileiro.

### 3. Consolidação do Balanço Social

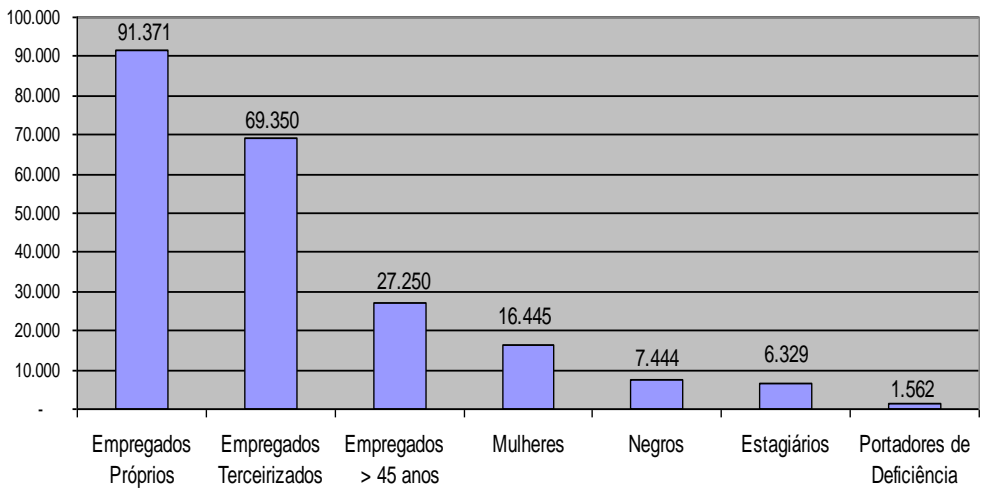


## QUADRO GERAL

R\$ x 10<sup>3</sup>

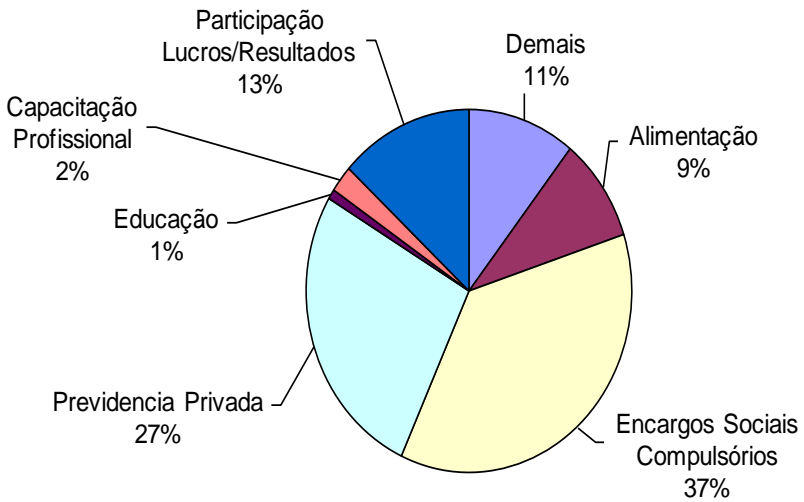


## INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL



## INDICADORES SOCIAIS INTERNOS

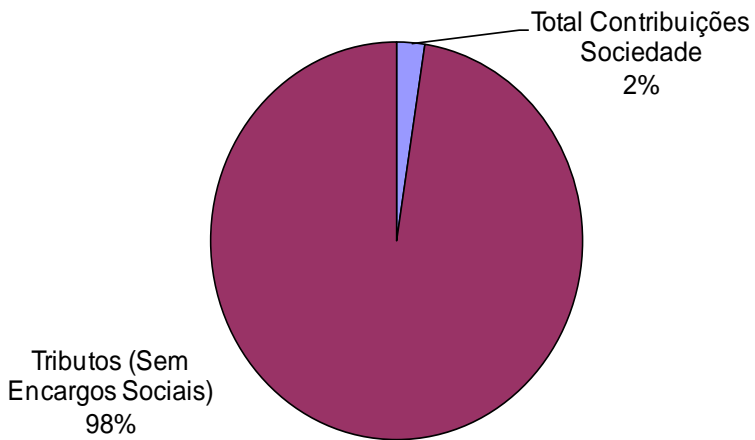
R\$ 5.022.537 x 10<sup>3</sup>



\*Demais: Segurança e saúde no trabalho, Saúde, Cultura, Creches, etc.

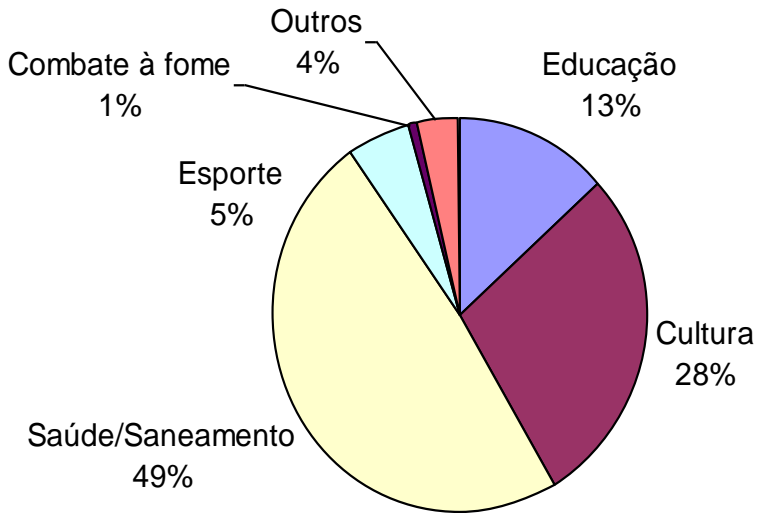
## INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS

R\$ 28.089.665 x 10<sup>3</sup>



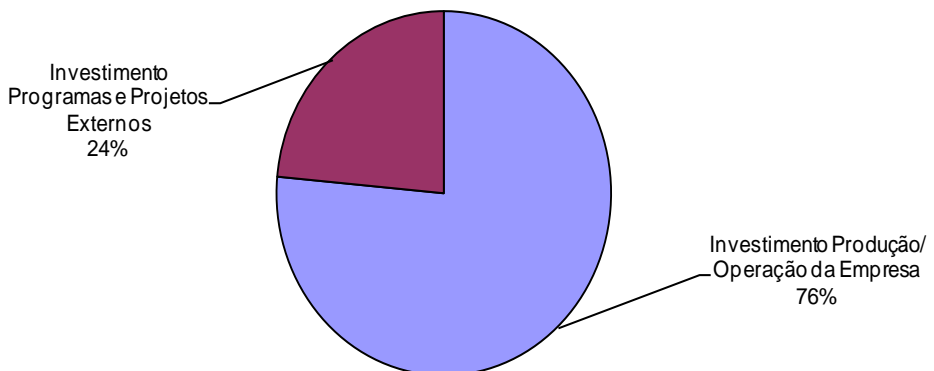
## INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS (CONTRIBUIÇÕES PARA A SOCIEDADE)

R\$ 682.984 x 10<sup>3</sup>



## INDICADORES AMBIENTAIS

R\$ 640.512 x 10<sup>3</sup>



#### 4. Equipe do Projeto



**FUNDAÇÃO COGE,**  
Av. Marechal Floriano, 19/1102 – Centro  
CEP: 20.080-003  
Rio de Janeiro – RJ  
Tel : (21) 3973 8484  
Fax : (21) 3973 8485  
funcoge@funcoge.org.br  
www.funcoge.org.br

**Rogério Morgado – Diretor Executivo**  
**Eduardo Pereira – Gerente de Projeto**  
**Lívio Giosa – Coordenador Técnico**  
**Augusto Roque – Consultor Técnico**  
**Antonio Carlos Cassarro – Consultor Técnico**  
**Vinícius Queiroz – Planilhas e Gráficos**