

Área Temática: Gestão Socioambiental

Evidenciação Socioambiental na América Latina: Uma Análise do Setor de Energia Elétrica

AUTORA

LAURA CALIXTO

Escola de Administração de Empresas de São Paulo - EAESP-FGV

lauracalixto@uol.com.br

Resumo

As companhias que exercem atividades em países latino-americanos têm se envolvido constantemente com questões sociais e ambientais, além de utilizar os seus relatórios anuais e *websites* corporativos para divulgação de ações e investimentos nessas áreas. Nesta direção, as companhias do setor de energia elétrica desempenham um importante papel nos contextos social e ambiental, tendo em vista os impactos provocados por suas atividades, tanto positivos quanto negativos, que são de grandes proporções. O objetivo geral desta pesquisa é analisar as informações sociais e ambientais disponibilizadas pelas companhias do setor de energia elétrica nos seus *websites* na América Latina. Quanto aos procedimentos metodológicos, trata-se de um estudo descritivo e são utilizadas as técnicas de pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo e análise documental. O estudo justifica-se pela relevância do tema, além de propor uma discussão mais abrangente sobre os desenvolvimentos acerca da RSC na América Latina, tendo em vista a comparação dos resultados entre companhias de grande porte do setor de energia elétrica por país da região. Foi conduzida uma análise das informações sociais e ambientais disponibilizadas nos *websites* corporativos e nos relatórios socioambientais. Os resultados indicaram grande comprometimento do setor com as questões, o que sugere uma preocupação das companhias em manter um diálogo com seus *stakeholders*.

Palavras chave: Evidenciação Socioambiental, América Latina, Internet

Abstract

Companies that exert activities in Latin American countries has constantly involved with social and environmental matters, beyond using its annual reports and corporate websites for action reporting and investments in these areas. In this direction, the company of the sector of electric energy plays an important role in the social and environmental contexts, in view of the impacts for its activities, positive how much in such a way negative, that are of great ratios. The aim of this paper is to analyze the social and environmental information reporting by companies from energy sector on its websites in Latin American countries. How much to the methodologies procedures, one is about a descriptive study and are used the techniques of bibliographical research, content analysis and documentary research. It is justified for the relevance of the subject, beyond considering developments concerning the Corporate Social Responsibility in Latin America, in view of the comparison of the results between companies of great electric energy sector for country of the region. An analysis of the social and environmental information in the corporate websites and the social and environmental reports

was lead. The results had indicated great involvement of the sector with these questions, what it suggests a concern of the company in keeping a dialogue with its stakeholders.

Key words: Social and Environmental Disclosure, Latin America, Internet

1 Introdução

O conceito de responsabilidade social corporativa (RSC) está contribuindo para uma série de transformações contextuais em nível mundial. As decisões empresariais atingem um público muito mais amplo do que de acionistas, também chamados *shareholders*. Os impactos das atividades organizacionais dizem respeito às partes interessadas, ou *stakeholders*: empregados, fornecedores, clientes, consumidores, investidores, governos, comunidades locais, mídia, organizações não governamentais (ONGs), enfim, um grande público que pode manifestar interesse nos resultados das decisões que são tomadas no âmbito empresarial, por serem afetados por essas.

Assim, além das obrigações tradicionais de toda organização, no que diz respeito à legislação trabalhista, tributária e ambiental, por exemplo, nas últimas décadas as organizações têm estabelecido compromissos que vão além dos que são compulsórios. Há um crescente aperfeiçoamento de processos e difusão de investimentos sociais e ambientais que estimulam a preservação e melhoria da qualidade de vida.

No contexto latino-americano, atualmente a política do bem-estar social encontra-se em grande parte comprometida pela diminuição da presença do Estado nas áreas sociais, abrindo oportunidade para uma maior participação da sociedade civil organizada, incluindo as empresas.

Quanto à RSC, uma importante mudança que tem sido gradual na América Latina é o seu entendimento não apenas no âmbito da caridade ou da filantropia, tradicionalmente praticada pela iniciativa privada. O seu conceito está muito mais próximo das estratégias de sustentabilidade de longo prazo das empresas que, em sua lógica de desempenho e lucros, passam a incluir a preocupação com os efeitos das atividades desenvolvidas e o objetivo de proporcionar o bem-estar para a sociedade.

As companhias que exercem atividades em países latino-americanos têm se envolvido constantemente com questões sociais e ambientais, além de utilizar os seus relatórios anuais e *websites* corporativos para divulgação de ações e investimentos nessas áreas.

Nesta direção, as companhias do setor de energia elétrica desempenham um importante papel nos contextos social e ambiental, tendo em vista os impactos provocados por suas atividades, tanto positivos quanto negativos, que são de grandes proporções.

Com base nessas premissas, o problema que se formula neste artigo é apresentado na seguinte pergunta: ***Qual é o nível de evidenciação de informações socioambientais de companhias do setor de energia elétrica na América Latina?***

O objetivo geral é analisar as informações sociais e ambientais disponibilizadas pelas companhias do setor de energia elétrica nos seus *websites* na América Latina. Quanto aos procedimentos metodológicos, trata-se de um estudo descritivo e são utilizadas as técnicas de pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo e análise documental.

O estudo justifica-se pela relevância do tema no contexto latino-americano, além de propor uma discussão mais abrangente sobre os desenvolvimentos da RSC na América Latina, tendo em vista a comparação dos resultados entre companhias de grande porte do setor de energia elétrica por país da região.

As delimitações da pesquisa dizem respeito a uma amostra de companhias do setor de energia elétrica que exercem atividades em países latino-americanos e o estudo focou a evidenciação das suas ações sociais e ambientais nos relatórios por essas disponibilizados, como também nos seus *websites* corporativos.

O trabalho está estruturado em seções e além desta introdução, o próximo apresenta o referencial teórico, com foco nas teorias relacionadas com o desenvolvimento da RSC; a seguir são apresentados os procedimentos metodológicos, seguidos das análises e discussões acerca dos resultados da pesquisa e recomendações para futuras investigações.

2 Responsabilidade Social Corporativa

A responsabilidade social corporativa começou a ser destacada na literatura acadêmica no início da década de 1970, quando surgiram os primeiros trabalhos que passaram a discutir o tema, propor modelos e relacioná-la com o desempenho econômico-financeiro das organizações (CARROLL, 1979, 1989, 1999; WOOD, 1991).

O assunto abrange uma série de definições e subáreas que são estudadas em conjunto, por estabelecer e sistematizar as relações que as empresas têm com seus *stakeholders*. Wood (1990) defende que a responsabilidade social corporativa deve ser gerenciada em conjunto com outros temas: ética e gerenciamento ambiental, aspectos que os gerentes devem confrontar atualmente e passam por grandes turbulências e complexidades.

Os investimentos sociais e ambientais das empresas que têm por objetivo promover o bem-estar dos seus funcionários; da comunidade que vive no entorno dos seus empreendimentos ou outros públicos; de forma voluntária ou fruto de exigências legais e questões que abrangem suas responsabilidades socioambientais. Atribui-se a esta questão as responsabilidades das empresas que vão além do cumprimento da legislação, possibilitando desta forma um diálogo mais amplo com os seus *stakeholders*.

O conceito de *stakeholder* tem se tornado a idéia central no entendimento das relações entre empresas e sociedade. O termo, uma variante mais familiar e tradicional da idéia de *stockholders* – os investidores ou proprietários das corporações (CARROLL e BUCHHOLTZ, 2003).

Com base na literatura acadêmica que se desenvolveu nos Estados Unidos da América a partir do início da década de 1950, a pesquisa conduzida por Carroll (1999) analisou a evolução conceitual da RSC e verificou que a proliferação de conceitos sobre o tema teve maior difusão a partir da década de 1970; época de maior enfoque nos *stakeholders*, com referência aos múltiplos públicos e interesses sobre as organizações.

Entretanto, foi no início da década de 1980 que os primeiros modelos de responsabilidade social corporativa que incluíam o desempenho econômico começaram a surgir. A partir da década de 1990, os modelos que buscaram sistematizar a responsabilidade social corporativa incluíam as variáveis social, ambiental, econômica e legal (CARROLL, 1999).

Carroll (1979) propôs um modelo que abrange quatro dimensões da responsabilidade social corporativa, o enfoque econômico, legal e ético e discricionário, conhecido como “Pirâmide de Carroll”. Tendo em vista várias críticas que foram feitas ao modelo, além da persistência do autor na busca de aperfeiçoamento das suas proposições; a seguir, foram feitas modificações nas categorias, que passaram a ser definidas como princípios. A dimensão “Responsabilidades discricionárias” foi substituída por “Filantropia”. A proposta se baseia na ideia de que para uma empresa ser considerada socialmente responsável, o desempenho social de suas atividades deve ser favorável quanto ao atendimento dos quatro critérios estabelecidos (CARROLL, 1999).

No que diz respeito ao desenvolvimento do tema no Brasil, de acordo com Ashley (2005), a participação de empresas brasileiras é ativa, tendo apresentado grande crescimento nas últimas décadas, na busca de uma nova legitimidade perante a sociedade e o mercado. A obra apresenta tópicos da responsabilidade social sobre diversas perspectivas, como por exemplo, a aplicação de modelos no setor financeiro, varejista e automotivo; entretanto, enfatiza também a falta de fundamentação teórica para avaliação e gestão de indicadores que são utilizados para medir o desempenho socioambiental das companhias.

Machado Filho (2002) sugere que os investimentos em ações de RSC promovem retornos positivos à imagem corporativa, o que as leva a incorporar esta temática em seus modelos de gestão estratégica.

2.1 Responsabilidade Social Corporativa na América Latina

No âmbito da América Latina, a RSC não é um tema novo e iniciativas de assistência social datam desde o início do século XIX, fundamentado em obras de caridade efetuadas pela igreja católica e através de doações privadas.

As diversas transformações políticas, sociais e culturais que caracterizam os países latino-americanos deram impulso à filantropia, que ocorre voluntariamente pelas empresas através de doações orientadas a obras sociais religiosas ou não, de caráter informal e sem relação com a estratégia das organizações.

As reflexões acerca das responsabilidades sociais das organizações começaram após a segunda guerra mundial, que passaram a se envolver de modo mais ativo junto a comunidades locais. Desde então, começaram a surgir as fundações controladas pelo setor privado e as grandes empresas privadas passaram a focar o público interno.

O conceito de investimento social emergiu a partir da década de 1980, caracterizado por uma visão em que as ações das empresas não devem ser assistencialistas, mas promover o desenvolvimento das comunidades em sentido amplo.

Como resultado deste processo histórico, a RSC no Brasil foi liderada por grupos de elites empresariais que estavam preocupados com os altos índices de corrupção, irregularidades e violência. No Chile, esta se sucedeu por problemas políticos e compromissos que se desenvolveram entre o governo e o setor privado durante a ditadura de Pinochet. No México, o surgimento da RSC foi um pouco diferente, influenciado pela escola de negócios e modelos de gestão da qualidade dos anos oitenta. Na Colômbia, a relação entre RSC e filantropia continua ligada a fundações de empresas familiares e outras de origem católica (WAGENBERG, 2006).

Diversos pesquisadores enfatizaram que a CSR não é uma prioridade em países latino-americanos (AGATIELLO, 2003; O'ROURKE, 2004; GUTIÉRREZ e JONES, 2005; CARRÓN, 2006; BLACKMAN, 2008). No entanto, há uma intensa e diversificada produção acadêmica sobre o tema, principalmente no Brasil, com foco tanto na questão social quanto na questão ambiental, sobre evidenciação e desempenho, como demonstraram alguns estudos bibliométricos e cita-se, por exemplo, Moretti e Figueiredo (2007); Schommer e Rocha (2007) e Gallon et al. (2007).

Para Haslam (2004), os principais influenciadores do desenvolvimento da RSC na América Latina são instituições oriundas de outras regiões. De acordo com o autor, os atores que contribuem para a promoção da RSC são organizações multilaterais, governos, firmas privadas, organizações sociais locais e estrangeiras, e instituições de ensino.

De acordo com a KPMG (2005, p. 15) “O desenvolvimento da responsabilidade social corporativa na América Latina está num estágio inicial, e a divulgação de informações sociais é concentrada nos seguintes países: Brasil, Chile, Argentina e México e é restrita às grandes corporações”.

Araya (2006) investigou as motivações de companhias que exercem atividades em países latino-americanos para adoção de práticas de evidenciação social e ambiental nos seus relatórios anuais. Suas análises sugerem que companhias brasileiras destacam mais o tema nos seus relatórios anuais do que companhias que exercem atividades nos demais países da região.

Com foco nas diferentes fases da evolução do debate em torno das práticas de responsabilidade social e ambiental na Argentina; Newell e Muro (2006) enfatizaram que questões políticas, econômicas e sociais são os principais temas que influenciam seu desenvolvimento no país; além de significativas diferenças entre tamanho, setor, estratégias corporativas e nível de inserção nacional, regional e internacional. Em adição, de acordo com os autores, as multinacionais são os maiores destaques na promoção da responsabilidade social corporativa na Argentina.

Sob uma perspectiva histórica, Logsdon, Thomas e Van Buren III (2006) investigaram as características da responsabilidade social corporativa em três companhias estabelecidas no México. Os resultados, de acordo com os autores, sugerem que o tema não é novo no país e contrariando estudos anteriores, o desenvolvimento da responsabilidade social corporativa no México não foi influenciado por companhias americanas; mas recebeu influências dos contextos local, cultural e sócio-econômico.

Os resultados de estudos anteriores a respeito da RSC em países latino-americanos são bastante similares, no que diz respeito às bases da sua evolução, tendo maior ênfase em atividades filantrópicas; nas últimas décadas, o movimento em prol de ações socioambientais engloba outras faces dos negócios e têm se posicionado no ambiente estratégico das organizações.

2.2 Evidenciação Socioambiental: O Setor de Energia Elétrica

O setor de energia elétrica é um grande destaque em investigações conduzidas que envolvem a busca de informações sociais e ambientais evidenciadas por organizações, tanto em nível nacional quanto internacional, apresentadas nesta seção.

Cormier e Gordon (2001) analisaram as diferenças na divulgação voluntária de informações socioambientais de duas empresas públicas e uma empresa privada do setor elétrico, no período de 1985 a 1996 estabelecidas no Canadá. Com a aplicação de técnicas de estatística descritiva, os autores identificaram maior nível de divulgação de informações socioambientais nas empresas públicas do que nas empresas privadas.

Através de um estudo de caso numa empresa espanhola geradora e distribuidora de energia elétrica, Gonzáles e Bebbington (2001) investigaram a introdução de definições e metodologias de contabilidade ambiental na empresa, no período de 1992 a 1994. De acordo com os autores, a intervenção da contabilidade ambiental na empresa falhou no estímulo a mudanças substanciais em sua estrutura e sugeriram alterações na regulamentação e principalmente na mentalidade dos profissionais da área, tendo em vista o pouco interesse e envolvimento que esses apresentaram com o tema.

Num estudo exploratório sobre a utilização da internet como meio de comunicação entre as empresas e seus *stakeholders*, Cooper (2003) analisou as informações disponibilizadas nos *websites* de uma amostra de empresas inglesas do setor de energia elétrica. O potencial da internet não é aproveitado na sua totalidade, o que não a caracteriza como um agente de mudanças na pressão por informações competitivas e devido ao seu caráter voluntário; as empresas disponibilizam somente os aspectos positivos dos seus negócios. O nível de evidenciação de informações ocorre em maior proporção nas empresas de grande porte.

Com o objetivo de aplicar o modelo desenvolvido pelo pesquisador inglês Michael Hopkins, que propôs indicadores de responsabilidade social corporativa, Oliveira, Ribeiro e Sampaio (2004) efetuaram um estudo exploratório para avaliar os relatórios publicados por três empresas brasileiras que fornecem energia elétrica. Os resultados indicaram que as empresas analisadas foram qualificadas como socialmente responsáveis, devido às práticas de divulgação dos indicadores sociais por elas desenvolvidas.

Rahaman, Lawrence e Roper (2004) tiveram como objetivo identificar as razões para que uma empresa pública do setor elétrico divulgasse informações sociais e ambientais nos seus relatórios anuais. Por meio da análise de conteúdo e entrevistas junto a funcionários da empresa estabelecida em Gana, os resultados indicaram que o Banco Mundial é o seu maior influenciador, através de pressões estabelecidas para que aquela tenha um desempenho social e ambiental como condição para aprovação e efetivação de empréstimos.

Campos (2005) propôs um conjunto de indicadores de sustentabilidade baseados no *triple bottom line* ambiental, social e econômico, desenvolvido a partir das propostas nacionais e internacionais difundidas na literatura acadêmica e que pudesse ser aplicado em empresas do setor elétrico brasileiro. Através do estudo de duas companhias de grande porte, o autor identificou a necessidade de padronização e periodicidade na divulgação de informações socioambientais, tendo em vista que somente dessa forma, será possível a comparação entre as organizações.

Para analisar a divulgação de informações sociais e ambientais do setor elétrico, através de um estudo de caso múltiplo, De Luca et al. (2006) exploraram o comportamento de oito empresas distribuidoras de energia elétrica estabelecidas na região nordeste, no âmbito da responsabilidade social corporativa. De acordo com as autoras, a análise qualitativa de indicadores internos e externos de responsabilidade social; embora a Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) e Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (ABRADEE) tenham impulsionado a forma de gestão da responsabilidade social das empresas, há necessidade de melhorias na forma de evidenciação, tendo em vista a falta de uniformidade entre as empresas estudadas.

Utilizando uma amostra de quatro empresas do setor energético, Oliveira, Daher e Oliveira (2006) aplicaram o modelo de Hopkins para avaliar qualitativamente as ações sociais empreendidas pelas companhias. Os resultados indicaram que os valores reputacionais das empresas são refletidos em suas ações sociais empreendidas, que vão além da filantropia.

Batista et al. (2006) et al. Analisaram o caso da Companhia Energética do Ceará – Coelce, com o objetivo de identificar convergências e conflitos entre os seus *stakeholders* internos e externos, com ênfase nos desafios estratégicos a serem implementados e/ou enfrentados. De acordo com os autores, os resultados da pesquisa evidenciaram a necessidade da prática de uma dimensão política na gestão da empresa.

Considerando que a internet tem se consolidado cada vez mais como um importante veículo de comunicação da responsabilidade social das empresas; Sousa Filho e Wanderley (2006) realizaram um estudo exploratório sobre a divulgação dessas informações em uma amostra de três empresas brasileiras do setor elétrico e quatro empresas varejistas que atuam na região nordeste. Através da utilização de indicadores propostos pelos autores para avaliação do índice de responsabilidade social empresarial, esses concluíram que a divulgação na internet ocorre de forma inadequada; tendo em vista a falta de disponibilização de informações estratégicas pela maior parte das empresas analisadas, como o código de ética e resultados obtidos com investimentos em projetos sociais.

Também com foco na região nordeste do Brasil, Azevedo e Cruz (2007) analisaram as informações socioambientais divulgadas por 11 distribuidoras de energia elétrica e sua relação com indicadores de desempenho empresarial. Os resultados do estudo não revelaram relação entre as informações socioambientais divulgadas pelas companhias e os indicadores de desempenho econômico incluídos na pesquisa.

Esta seção apresentou uma breve revisão bibliográfica focada na evolução do tema evidenciação socioambiental nas empresas do setor de energia. Foi possível verificar que as empresas têm se posicionado dando grande ênfase ao tema. Entretanto, algumas ponderações devem ser feitas quanto aos resultados de pesquisas anteriores.

No âmbito nacional, os resultados encontrados foram similares, ocorreu a predominância do destaque à responsabilidade socioambiental nas empresas do setor, principalmente em razão do incentivo legal, embora muitas críticas à falta de uniformidade tenham sido salientadas. A revisão sugere também a escassez de estudos comparativos sobre empresas do setor de energia elétrica na América Latina.

2.3 Evidenciação Socioambiental na Internet

Estudos empíricos sobre a evidenciação da RSC por meio da internet são recentes na literatura acadêmica. Na última década, muitas investigações focaram a evidenciação de informações sociais e ambientais nos relatórios anuais. Entretanto, pesquisas com foco em companhias latino-americanas ainda são incipientes. Esta seção apresenta uma breve revisão de alguns estudos sobre a RSC divulgada em *websites*.

Razeed e Considine (2003) investigaram os determinantes da evidenciação voluntária de informações sociais e ambientais de uma amostra de companhias australianas e americanas. Com foco nas informações disponibilizadas tanto nos *websites* como nos relatórios anuais das companhias, os autores concluíram que a internet é utilizada com maior ênfase nas companhias estabelecidas nos dois países.

Adams e Frost (2003) apresentaram os resultados de uma *survey*, conduzida com o intuito de investigar a evidenciação de informações ambientais nos *websites* de companhias estabelecidas na Austrália, Alemanha e Reino Unido, que utilizam a internet para disponibilização de informações para um maior número de *stakeholders*. Por meio de um questionário e entrevistas junto a funcionários responsáveis pela manutenção do conteúdo das informações disponibilizadas nos *websites* das companhias, para analisar a opinião desses sobre o propósito do *website* corporativo, importância da participação dos *stakeholders* no desenvolvimento do *website* e uso de outras mídias para comunicação. Os resultados sugerem que o principal objetivo do desenvolvimento de *websites* corporativos é aumentar a consciência sobre os aspectos socioambientais de modo geral, promover a imagem corporativa e se aproximar de um maior número de *stakeholders*.

Com foco nas 35 maiores companhias espanholas com ações cotadas na *Spanish Stock Exchange*, Moreno e Capriotti (2006) analisaram o tratamento dado à RSC nos *websites* dessas. Os resultados sugerem que a internet tem sido utilizada como um importante instrumento para divulgação da RSC. Como em outros países, as companhias utilizam seus *websites* para evidenciar os aspectos positivos dos seus investimentos sociais e ambientais.

Calixto, Barbosa e Lima (2007) estudaram as diferenças entre a evidenciação voluntária de informações ambientais tanto nos relatórios anuais quanto nos *websites* de uma amostra de 60 companhias estabelecidas no Brasil. De acordo com os autores, os resultados indicaram grandes diferenças no conteúdo dessas informações divulgadas nos *websites* e relatórios anuais corporativos. Mais que o dobro do total de informações voluntárias é encontrado nos *websites*, quando comparadas com os relatórios anuais. Entretanto, há muitas discrepâncias na forma de divulgação nos dois canais.

Dutta e Bose (2008) investigaram a utilização de *websites* corporativos para a comunicação ambiental de uma amostra de 17 companhias de capital aberto estabelecidas em Bangladesh. De acordo com os autores, a disponibilização de informações ambientais por meio de *websites* é muito incipiente, assim como o desenvolvimento da literatura sobre o tema no país.

Malarvizhi e Yadav (2008) analisaram as tendências gerais de práticas de evidenciação de informações ambientais por meio da internet. Com base na análise dos *websites* de 24 companhias estabelecidas na Índia, os resultados, de acordo com os autores, sugerem que a incorporação dessas questões ainda é incipiente. O envolvimento de comitês de contabilidade e gerentes ambientais é limitado e não há diretrizes para elaboração desse tipo de relatório no país.

Observa-se que é crescente o interesse de pesquisadores a respeito das informações socioambientais que as empresas disponibilizam nos seus *websites*. Os resultados de estudos anteriores, com foco em diferentes contextos sociais e econômicos demonstram a ênfase que tem sido dada ao tema, tanto em nível nacional quanto internacional.

3 Procedimentos Metodológicos

O presente estudo é classificado como descritivo e foi conduzida uma revisão bibliográfica para embasamento teórico a respeito de temas convergentes: responsabilidade social corporativa e evidencição socioambiental. As técnicas utilizadas para coleta de dados foram a pesquisa documental, pois, examinou-se os relatórios sociais e ambientais referentes o período de 2007; disponibilizados nos *websites* das empresas. A verificação qualitativa e quantitativa das informações sociais e ambientais foi apoiada por um *disclosure index* e os passos seguidos para utilização desta técnica são apresentados adiante.

3.1 Companhias Selecionadas

Foram selecionados para análise os relatórios sociais e ambientais disponíveis nos *websites* das companhias do setor de energia elétrica e essas deveriam compor o *ranking* das 500 maiores empresas da América Latina, divulgado pela revista *América Economia* (2008).

Após a análise dos *websites* das companhias, as informações sociais e ambientais foram coletadas no ícone relacionado com o tema central desta pesquisa, além dos relatórios pertinentes; no período de outubro a dezembro de 2008.

O Anexo A, ao final deste artigo apresenta os nomes e *websites* de cada organização. Entre essas, quinze são controladas pelo poder público e treze são multinacionais e as demais são controladas por capital privado local. A Tabela a seguir apresenta a relação das 46 empresas incluídas neste estudo por país:

Tabela 01: Amostra Selecionada

País	Estatal	Multinacional	Local	Total
Brasil	11	9	11	31
Chile	-	3	5	8
Colômbia	-	1	1	2
México	2	-	-	2
Uruguai	1	-	-	1
Venezuela	1	-	1	2
Total	15	13	18	46

Fonte: *América Economia* (2008)

3.2 Disclosure Index

Um *disclosure index* foi utilizado para mensurar o nível de evidencição das informações sociais e ambientais divulgadas pelas companhias. Sua criação foi baseada no exame prévio dos *websites*, relatórios das companhias e na revisão dos seguintes estudos: Razzed e Considine, (2003); Hossain, (2002); Bolívar, (2007); e Dutta e Bose (2008), que contribuíram para o desenvolvimento dos 32 itens, apresentados na próxima seção.

Após a coleta de dados, um *score* foi desenvolvido para mensurar quantitativamente o nível de informações sociais e ambientais. Foi utilizada uma escala binária (0/1) de acordo com a presença ou não de cada item nos *websites* das companhias nos relatórios sociais e ambientais.

Ressalta-se que a coleta de dados teve como foco os *websites* e no caso de multinacionais ou organizações locais que exercem atividades em vários países, o critério de seleção e análise foi o *website* da companhia por país onde exerce atividade; assim como os relatórios sociais e ambientais; nesses casos, deveriam ter como foco as atividades locais das organizações.

A unidade de análise escolhida para este estudo foi a sentença, que deveria ter em seu contexto relação direta com o item pré-definido entre os indicadores de evidenciação. Deve ser ponderado o caráter subjetivo dessa técnica e, para minimizar os efeitos de dupla contagem, considerou-se os termos na primeira vez em que foram localizados nos relatórios ou nos *websites* examinados.

4 Análises e Discussão

O setor de energia elétrica gera impactos sociais e ambientais de grandes proporções e dessa forma, é um dos que mais se envolvem em ações que beneficiam a sociedade, dado o alto nível com que informações sobre tais eventos são destacadas nos seus *websites* corporativos.

Porém, este é também um dos setores mais regulamentados e considerando o caráter dos serviços que prestam, essa pode ser uma das razões para a devida preocupação com o envolvimento social. A questão ambiental está relacionada com os recursos naturais que são utilizados, e impactos provocados na geração e transmissão de energia elétrica, também muito enfatizada.

A distribuição das companhias na amostra selecionada concentrou-se em seis países e esta sessão apresenta os resultados da análise dos seus *websites* e relatórios socioambientais disponibilizados pelas organizações.

No caso das companhias estabelecidas no Brasil, as informações socioambientais são predominantes no Balanço Social e o modelo utilizado pelas companhias segue a proposta do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). Os Relatórios Anuais dessas empresas caracterizam-se pela divulgação de informações socioambientais declarativas, com ênfase principalmente na declaração da preocupação com a questão social, assim como a variável ambiental das suas atividades.

Nos demais países latino-americanos, as informações sociais e ambientais são destacadas no relatório denominado socioambiental; responsabilidade social corporativa; ou relatório de sustentabilidade.

As informações econômico-financeiras das companhias não contemplam os aspectos socioambientais dos seus investimentos, bem como, dos seus custos. Todas as organizações que compõem a amostra apresentam uma seção que trata exclusivamente de questões sociais e ambientais, destacando sempre a preocupação em manter um diálogo com seus *stakeholders*. Entretanto, o mapa do *site* de cada companhia foi consultado na busca de informações sobre os temas desta pesquisa que poderiam estar postadas em outros *links*. É comum a disponibilização de informações sociais e ambientais no *link* “sobre a companhia” (sua visão, missão e história).

A questão ambiental nas empresas de energia elétrica esteve presente nos relatórios de todas as empresas componentes da amostra, de modo declarativo, qualitativo e quantitativo. A declaração da preocupação com a temática ambiental, assim como o comprometimento com a causa foi predominante. Atribui-se esse resultado à íntima relação que o setor tem com o meio ambiente, devido às grandes proporções dos impactos, positivos e negativos que provocam.

De acordo com a Tabela 02, grande parte das companhias do setor de energia elétrica disponibiliza um relatório ambiental nos seus *websites* (91,30%) além da declaração ou preocupação com a evidenciação de informações sociais e ambientais (60,87%).

Apesar de a RSC não ser uma prioridade na América Latina, os resultados deste trabalho sugerem grande envolvimento do setor de energia elétrica com a questão, dado a ênfase às questões socioambientais tanto nos seus *websites* quanto nos seus relatórios sobre o tema.

Entretanto, informações mais detalhadas a respeito de contingências ambientais (4,35%) e gastos com matéria prima e energia no processo produtivo (6,52%) são itens menos destacados pelas organizações.

Os aspectos positivos das suas ações sociais e ambientais são muito enfatizados, como investimento em treinamento e consciência ambiental (71,74%); declaração da presença de um sistema de gestão ambiental (86,52%); atividades de reciclagem (86,96%); e gastos com proteção ambiental (89,13%).

Estudos anteriores também destacaram o uso de *websites* para promoção e disseminação da imagem corporativa, na busca de um diálogo com seus *stakeholders*, demonstrando os aspectos positivos de suas atividades; esta situação sugere também uma busca por legitimidade das suas atividades. A Tabela apresentada a seguir informa os resultados de cada item do *disclosure index* desenvolvido neste estudo:

Tabela 02: *Disclosure Index*

	Itens	Índice
1	Relatório Ambiental disponível no <i>website</i> da companhia	91,30%
2	Declaração/existência/preocupação com a evidenciação de informações sociais e ambientais	60,87%
3	Políticas ambientais	52,17%
4	Certificação ambiental	65,22%
5	Passos seguidos para monitorar as políticas ambientais estabelecidas	78,26%
6	Padrões ambientais	80,43%
7	Desempenho ambiental <i>versus</i> padrão estabelecido	82,61%
8	Treinamento ambiental	71,74%
9	Reconhecimento das regulamentações ambientais	72,61%
10	Presença de uma gerência ambiental	78,70%
11	Reconhecimento dos impactos ambientais da atividade	79,70%
12	Presença de um sistema de gestão ambiental	86,52%
13	Programa de restauração/reabilitação	93,48%
14	Envolvimento com projetos comunitários	91,30%
15	Reciclagem de materiais	86,96%
16	Auditoria ambiental	84,78%
17	Total de gastos com proteção ambiental	89,13%
18	Antecipação de gastos com questões ambientais	67,39%
19	Avaliação de contingências ambientais	4,35%
20	Análise de gastos com matéria-prima, energia e água	6,52%
21	Relatório social	73,04%
22	Certificação social	69,30%
23	Montante gasto com projetos culturais, lazer e esportes	62,61%
24	Treinamento e educação profissional	56,09%
25	Doações para instituições públicas/privadas destinadas ao desenvolvimento social de comunidades	65,22%
26	Desenvolvimento sustentável	63,91%
27	Investimentos em projetos sociais (fundação ou instituto)	74,35%
28	<i>Global Reporting Initiative</i> (GRI)	8,13%
29	Indicadores de sustentabilidade (econômico, ambiental e social)	12,14%
30	Informações sobre emissões atmosféricas	37,22%
31	Mudanças climáticas	46,38%
32	Outros temas relacionados com a responsabilidade social e ambiental	9,28%

Fonte: Elaboração própria

Diversas organizações possuem projetos sociais, mantidos por fundação ou instituto e este item também foi bastante citado nos relatórios e *websites* (74,35%). Os investimentos sociais são predominantes nas companhias do setor, (69,30%) são socialmente certificadas.

(62,61%) divulgam gastos com projetos culturais, esportes e lazer e (56,09%) oferecem treinamento e educação profissional para seus funcionários.

As companhias do setor de energia elétrica que exercem atividades em países latino-americanos têm disponibilizado mais informações sociais e ambientais nos seus *websites* sobre diversos aspectos positivos do seu desempenho; mas provêm menor nível de evidenciação sobre iniciativas locais quanto a emissões atmosféricas, mudanças climáticas e o relatório da *Global Reporting Initiative* (GRI).

Alguns estudos anteriores verificaram que a promoção da RSC na América Latina tem suas origens em outras regiões (ACUTT, MEDINA-ROSS e O'RIORDAN 2004). E outros identificaram menor nível de evidenciação de informações socioambientais nos *websites* das organizações (DUTTA e BOSE, 2002; LODHIA, 2004).

Os resultados desta pesquisa sugerem que o discurso socioambiental nas organizações do setor de energia elétrica é comum entre companhias públicas, controladas por capital privado ou multinacionais.

Diferenças entre companhias do setor são comuns e podem ser atribuídas ao país em que a organização exerce atividades, regulamentações locais e aspectos políticos que influenciam suas atividades.

As companhias controladas por multinacionais têm sofrido maiores pressões de *stakeholders* externos, como ONGs e dessa forma têm dado grande destaque aos seus investimentos sociais e ambientais nos *websites* das suas subsidiárias em países latino-americanos.

Entretanto, o discurso socioambiental dessas companhias sugere a mesma direção. Os *websites* são utilizados para divulgação de informações sociais e ambientais de modo intensivo. A figura a seguir, que apresenta a distribuição da evidenciação socioambiental por país:

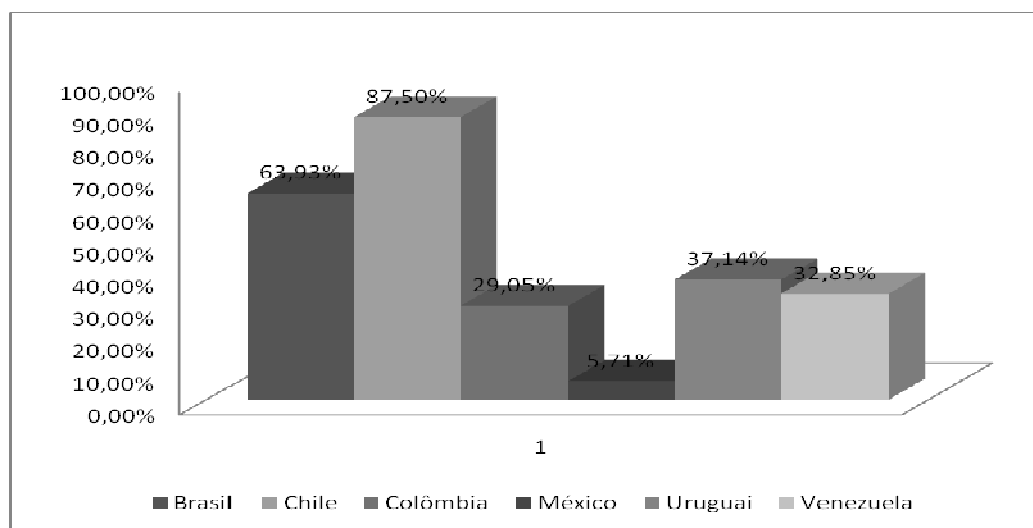


Figura 01: Evidenciação socioambiental por país

Fonte: Elaboração própria

Outro aspecto relevante diz respeito ao número de companhias por país selecionado para esta investigação. O Brasil é o país com maior número de organizações do setor de energia elétrica, com agências regulamentadoras bem mais organizadas e estruturadas. O Chile, embora nenhuma das companhias deste país que foi incluída na amostra seja controlada pelo poder público, também apresenta um número representativo de organizações do setor de energia elétrica. Os demais países têm uma ou duas companhias, geralmente estatais.

Apesar dessa distribuição de organizações por país ser bem diversificada, as influências desta questão sobre os resultados da evidenciação socioambiental dizem respeito a outras variáveis como a origem do capital das companhias e o ambiente de negócios.

A maior parte das organizações do setor de energia elétrica estabelecida no Chile são multinacionais e essas são pressionadas por um maior número de *stakeholder* para investimento e promoção da RSC nas regiões em que operam, principalmente em países em desenvolvimento.

As operações do setor no Brasil são mais diversificadas, apresentando este um comportamento próximo da homogeneidade, tendo em vista a obrigatoriedade de divulgação de informações socioambientais por força de lei, que atinge companhias controladas tanto pelo poder público quanto pelo capital privado. Porém, os resultados sugerem que as companhias estatais evidenciam mais informações socioambientais do que as demais.

Situação diferente ocorreu em outros países e dessa forma, não é possível identificar por meio deste estudo, evidências quanto às variáveis que influenciam na divulgação de informações sobre o tema; além do número reduzido de companhias que fizeram parte da amostra, há outras questões que devem ser ponderadas, como o contexto social, político e econômico de cada país.

Apesar de a internet ser utilizada como um instrumento de divulgação de informações socioambientais em países latino-americanos, o mesmo não ocorreu em estudos anteriores, como foco, por exemplo, em companhias inglesas (COOPER, 2003), brasileiras dos setores de energia elétrica e varejistas (SOUSA FILHO e WANDERLEY, 2006); em Bangladesh (DUTTA e BOSE, 2008) e Índia (MALARVIZHI e YADAV, 2008).

5 Considerações Finais

O presente estudo baseou-se numa amostra de 46 companhias do setor de energia elétrica que exercem atividades em países latino-americanos. Foram selecionadas de acordo com a lista das 500 maiores organizações, publicada pela revista *América Economia* (2008), com a expectativa de analisar as informações sociais e ambientais divulgadas pelas organizações líderes na região.

Os resultados indicaram que as companhias utilizam a internet estrategicamente para evidenciação de informações sociais e ambientais para seus *stakeholders*, com ênfase nos aspectos positivos das suas ações sobre o tema.

Muitas diferenças foram identificadas entre países, e os aspectos culturais, sociais, políticos e econômicos estão entre os principais temas influenciadores do nível de evidenciação social e ambiental. O discurso promovido através dos seus *websites* não sugere uma relação entre companhia, setor e país.

A conclusão geral desta investigação é que as informações sociais e ambientais divulgadas por companhias do setor de energia elétrica estabelecidas na América Latina é muito significativa. Entretanto, a ênfase dada aos aspectos positivos sugere a promoção da imagem e estabelecimento de um diálogo com seus *stakeholders*.

Futuros estudos poderiam complementar a análise de *websites* corporativos através da utilização de outros métodos de investigação, como *survey* e entrevistas, que poderiam prover informações sobre o planejamento e discussões a respeito dessas que são postadas nos *websites*. Em adição, futuros estudos poderiam também incluir outras formas de *disclosure index*. A *survey* poderia ser útil em investigações sobre os motivos e percepções de gerentes em diferentes países quanto à utilização da internet como meio de disseminação de informações sociais e ambientais. Por fim, a percepção dos *stakeholders* a respeito da divulgação de informações socioambientais poderia contribuir para análises do tema sobre outras perspectivas.

Referências

- ACUTT, N.J.; MEDINA-ROSS, V.; O'RIORDAN, T. Perspectives on corporate social responsibility in the chemical sector: a comparative analysis of the Mexican and South African cases. *Natural Resources Forum*, 28, 302-316, 2004.
- ADAMS, C.A.; FROST, G. (2003). *Stakeholder engagement strategies: possibilities for the internet?* Disponível em ssn.flinders.edu.au/com/aig/2003/AdamsandFrost-04.pdf. Acesso em 31/07/2007.
- AGATIELLO, O.R. Corporate Responsibility in Latin America and the Caribbean: Public Policies, Private Initiatives, and Intersectoral Cooperation. 2003. *Digital Library of the Inter-American Initiative on Social Capital, Ethics and Development*. Disponível em www.iadb.org/etica/ingles/index-i.cfm. Acesso em 01/06/2007.
- AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA ELÉTRICA – ANEEL. Disponível em www.aneel.gov.br. Acesso em 15/01/2007.
- AMÉRICA ECONOMIA (2008) As 500 maiores empresas da América Latina, ed. Brasil (36)
- ARAYA, M. Exploring terra incognita: non-financial reporting in Latin America. *Journal of Corporate Citizenship*, (21): 25-38, 2006.
- ASHLEY, P.A. (coord). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. SP: Saraiva, 2005.
- AZEVEDO, T.C.; CRUZ, C.F. Evidenciação das informações de natureza sócio-ambiental divulgadas pelas distribuidoras de energia que atuam na região nordeste do Brasil e sua relação com indicadores de desempenho ambiental. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, XIV, *Anais*, João Pessoa: Associação Brasileira de Custos, 2007.
- BATISTA, P.C.S.; MELO, R.S.; KLEIN, M.A.; ALMEIDA, F.E.B.; BEZERRA, G.C.L. Convergências e divergências estratégicas de atores no setor energético: uma reflexão à luz da teoria dos stakeholders e da análise prospectiva. In: SIMGEN – Simpósio de Gestão e Estratégia em Negócios, IV, *Anais*, 2006, set. Seropédica – RJ.
- BLACKMAN, A. Can voluntary environmental regulation work in developing countries? Lessons from case studies. *The Policy Studies Journal*, v. 36, n. 1, 119-141, 2008.
- BOLÍVAR, M.P.R. (2007) Evaluating corporate environmental reporting on the internet: the utility and resource industries in Spain. *Business & Society OnlineFirst*, 3:01-27.
- CALIXTO, L.; BARBOSA, R.R.; LIMA, M.B. Disclosure ambiental: relatórios contábeis versus internet. *Contabilidade & Finanças*, USP, São Paulo, Jun. 84-95, 2007.
- CAMPOS, J.J.F. *Sustentabilidade Energética no Brasil: proposta de indicadores para elaboração de relatórios de sustentabilidade por empresas do setor elétrico*. 2005, 139f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas), Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Fundação Getúlio Vargas, São Paulo.
- CARROLL, A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, n. 4, p. 497-505, 1979.
- _____. *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. South Western, Cincinnati, OH. 1989.
- _____. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business & Society*, v. 38, n. 3, p. 268-295, 1999.

_____; BUCHHOLTZ, A.K. *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*. 5 ed. Ohio: Thomson Learning, 2003.

CARRÓN, M.P. Corporate social responsibility in Latin America. *Corporate Citizenship*, n. 21, Spring, 2006.

COOPER, S.M.; Stakeholder communication and the internet in the UK electricity companies. *Managerial Auditing Journal*, v. 18, n. 3, p. 232, 243, 2003.

CORMIER, D.; GORDON, I. M. An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. v. 14 n. 5, 2001, p. 587-616.

DE LUCA, M. OLIVEIRA, M.C. DOS SANTOS, S.M.; PINHO, D.R. Responsabilidade social corporativa: um estudo sobre o comportamento das distribuidoras de energia elétrica da região nordeste. In: Congresso Usp de Contabilidade, 6º, 2006, FEA-USP. *Anais*, São Paulo, 27 e 28 de jul. 2006.

DUTTA, P.; BOSE, S. Corporate environmental reporting on the internet in Bangladesh: an exploratory study. *International Review of Business Research Papers*, v. 4, n. 3, 138-150, 2008.

GALLON, A.V.; SOUZA, F.C. ROVER, S. VAN BELLEN, H.M. Produção científica e perspectivas teóricas da área ambiental: um levantamento a partir de artigos publicados em congressos e periódicos nacionais da área de contabilidade e administração. CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 7º, *Anais*, São Paulo: FEA-USP, 2007.

GONZÁLES, C.L.; BEBBINGTON, J. Accounting change or institutional appropriation? A case of the implementation of environmental accounting. *Critical Perspectives on Accounting*, n. 12, p. 269-292, 2001.

GUTIÉRREZ, R.; JONES, A. Effects of corporate social responsibility in Latin American communities: a comparison of experiences. 2005. Retrieved January 2, 2008 from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1018680. Acesso em 15/01/2009.

HASLAM, P.A. The corporate social responsibility system in Latin America and the Caribbean. *The Canadian Foundation for the Americas (FOCAL)*, v. 4, n. 1, 2004.

KPMG. *International survey of corporate responsibility reporting*. 2005. Disponível em www.kpmg.com. Acesso em 19/04/2008.

HOSSAIN, M.A. (2002). Corporate environmental disclosure in developing countries: evidence from Bangladesh. Disp.: mahossain.com/pdf/environment1.pdf. Em 28/12/2007.

JONES, K.; ALABASTER, T.; HETHERINGTON, K. Internet-based environmental reporting: current trends. *Greener Management International*, v. 26, p. 69-90, 1999.

LODHIA, S.K. Corporate environmental reporting media: a case for the World Wide Web. 2004. *Electronic Green Journal*, n. 20, Disponível em www.egj.lib.uidaho.edu;egj20/index.html. Acesso em 05/05/2008.

LOGSDON, J.M.; THOMAS, D.E.; VAN BUREN III, H.J. Corporate social responsibility in large Mexican firms. *Journal of Corporate Citizenship*, 21: 51-60, 2006.

MACHADO FILHO, C.A.P. Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações: um estudo multicase. 2002, 204f. Tese (Doutorado em Administração) Universidade de São Paulo, FEA-USP, São Paulo.

MALARVIZHI, P. YADAV, S. Corporate environmental reporting on the internet: an insight into Indian practices. 2008. Disponível em

www.iitk.ac.in/.../Industrial%20Economics,%20Environment,%20CSR-10-av.pdf. Acesso em 31/07/2008.

MORENO, A.; CAPRIOTTI, P. La comunicación de las empresas españolas en sus webs corporativas. Análisis de la información de responsabilidad social, ciudadanía corporativa y desarrollo sostenible. *Zer*, n. 21, p. 47-62, 2006.

MORETTI, S.L.A.; FIGUEIREDO, J.C.B. Análise bibliométrica da produção sobre responsabilidade social das empresas no ENANPAD: evidências de um discurso monológico. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, XXXI, *Anais*, Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

NEWELL, P.; MURO, A. Corporate social and environmental responsibility in Argentina. *Journal of Corporate Citizenship*, 24: 49-68, 2006.

O'ROURKE, D. Opportunities and obstacles for corporate social responsibility in developing countries. *The World Bank*, March, 01-47. 2004.

OLIVEIRA, M.C.; DAHER, W.M.; OLIVEIRA, B.C. Responsabilidade social corporativa e geração de valor reputacional: estudo multicaso, segundo o modelo de Hopkins, de empresas do setor energético do nordeste brasileiro. In: Congresso Usp de Contabilidade, 6º, 2006, FEA-USP. *Anais*, São Paulo, 27 e 28 de jul. 2006.

_____ ; RIBEIRO, M. S.; SAMPAIO, M.S.A. Análise das ações de responsabilidade social divulgadas nas demonstrações contábeis das distribuidoras de energia do grupo empresarial Guaraniana S.A. segundo o modelo analítico de Hopkins. In: Congresso Usp de Contabilidade, 4º, 2004, FEA-USP. *Anais*, São Paulo, 07 e 08 de Outubro, 2004.

RAHAMAN, A.S.; LAWRENCE, S.; ROPER, J. Social and environmental reporting at the VRA: institutionalized legitimacy or legitimation crisis? *Critical Perspectives on Accounting*, n. 15, 2004, p. 35-56.

RAZEED, A.; CONSIDINE, B. Green companies – do they exist on the web? (2003). Disp. em www.aanzorg/web2002/accepted%20_papers/razeed.pdf. Acesso em 02/06/2004.

SCHOMMER, P.C.; ROCHA, F.C.C. As três ondas da gestão socialmente responsável no Brasil: dilemas, oportunidades e limites. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, XXXI, *Anais*, Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

SOUSA FILHO, J.M.; WANDERLEY, L.S.O. Divulgação da responsabilidade social empresarial: como os *websites* empresariais vêm sendo utilizados por empresas de energia e varejo. In: ENANPAD, XXX, *Anais*, 23 a 27 de set. Salvador-BA, 2006.

WAGENBERG, A. La narrativa de La responsabilidad social empresarial. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, Universidad del Bosque, Colômbia, v. 1, n. 2, p. 13-120, 2006.

WILLIAMS, S.M.; WERN PEI, C.A.H. Corporate social disclosures by listed companies on their web sites: an international comparison. *The International Journal of Accounting*, v. 34, 3, 1999.

WOOD, D.J. *Business and society*. United States of America: Harper Collins Publishers, 1990.

_____. Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, v. 16, n. 4, p. 691-718, 1991.

ANEXO A: Amostra Seleccionada:

Companhia	País	Endereço Eletrônico
Aes Sul	Brasil	www.aessul.com.br
Aes Tiete	Brasil	www.aestiete.com.br
Ampla	Brasil	www.ampla.com
Bandeirante Energia	Brasil	www.ebe.com.br
Celesc	Brasil	www.celesc.com.br
Celg	Brasil	www.celg.com.br
Celpe	Brasil	www.celpe.com.br
Cemig	Brasil	www.cemig.com.br
Cesp	Brasil	www.cesp.com.br
Chesf	Brasil	www.chesf.gov.br
Cia Estadual de Energia	Brasil	www.cee.com.br
Coelba	Brasil	www.coelba.com.br
Coelce	Brasil	www.coelce.com.br
Copel	Brasil	www.copel.com.br
Cpfl Energia	Brasil	www.cpfl.com.br
Cpfl Paulista	Brasil	www.cpfl.com.br
Elektro	Brasil	www.elektro.com.br
Elektrobras	Brasil	www.elektrobras.gov.br
Eletronorte	Brasil	www.eletronorte.gov.br
Eletropaulo	Brasil	www.eletropaulo.com.br
Energias Do Brasil	Brasil	www.edpbrasil.com.br
Escelsa	Brasil	www.escelsa.com.br
F.Cataguazes Leopoldina	Brasil	www.cataguazes.com.br
Furnas	Brasil	www.furnas.com.br
Itaipu Binacional	Brasil	www.itaipu.gov.br
Light	Brasil	www.light.com.br
Neoenergia	Brasil	www.neoenergia.com
Rede Energia	Brasil	www.gruporede.com.br
Rio Grande Energia	Brasil	www.rge-rs.com.br
Tractebel	Brasil	www.tractebelenergia.com.br
Transmissao Paulista	Brasil	www.cteep.com.br
Aes Gener	Chile	www.aesgener.com
CGE	Chile	www.cge.cl
CGE Distribución	Chile	www.cge.cl
Chilectra	Chile	www.chilectra.cl
Colbun	Chile	www.colbun.cl
Endesa	Chile	www.endesa.cl
Enersis	Chile	www.enersis.cl
Molymet	Chile	www.molymet.cl
Codensa	Colômbia	www.codensa.com.co
Organización Terpel	Colômbia	www.terpel-web.com
Comission Federal De Energia Eletrica	México	www.cfe.gob.mx
Compania Luz Y Fuerza Del Centro	México	www.lfc.gob.mx
UTE	Uruguai	www.ute.com.uy
Cvg Edelca	Venezuela	www.edelca.com.ve
Grupo Edc-Aes	Venezuela	www.edc-ven.com