

5

A Ampla

5.1.

A Origem da Empresa

De acordo com o Relatório de Balanço Social da Ampla 2004 (2005), a origem da Ampla está diretamente associada ao surgimento do fornecimento de energia elétrica no Estado do Rio de Janeiro.

Em 1908, quando foi inaugurada a Hidrelétrica de Piabanha, no município de Entrerrios (atual Três Rios): uma iniciativa do grupo Guinle & Companhia, capitaneado por Cândido Gaffrée e Eduardo Palassin Guinle. A Hidrelétrica de Piabanha (atual Alberto Torres) tornou-se a principal fornecedora de energia para o Estado do Rio de Janeiro, responsabilizando-se, inicialmente, por Niterói, São Gonçalo e Petrópolis.

Em 1909, a hidrelétrica passou a ser comandada pela recém-fundada Companhia Brasileira de Energia Elétrica (CBEE), cuja acionista majoritária era a empresa Guinle & Companhia.

Em 1927, o controle acionário da CBEE passou às mãos da American and Foreign Power Company Inc. (AMFORP), que iniciou suas atividades no país adquirindo o controle de dezenas de concessionárias, principalmente no interior do Estado de São Paulo.

Em 1930, a CBEE interligou seu sistema ao da Rio de Janeiro Tramway, Light and Power Company Limited - a Rio

Light - através da subestação conversora de Rio da Cidade, para aumentar sua capacidade de atendimento ao mercado consumidor fluminense.

Em 1934, a CBEE já abastecia Niterói, Magé, Areal, Petrópolis, Cascatinha, Itaipava, Pedro do Rio, Corrêas e São Gonçalo.

Em 1963, durante a década da consolidação do sistema elétrico do país, foi fundada a Centrais Elétricas Fluminenses Sociedade Anônima (Celf), uma holding composta pela Empresa Fluminense de Energia Elétrica (Efe), o Centro Fluminense de Eletricidade (Cefe), a Empresa Força e Luz Ibero-Americana e a Companhia Norte Fluminense de Eletricidade. A Celf acabaria por incorporar, quatro anos mais tarde, as empresas sobre as quais tinha influência, passando a fornecer energia a 62,7% do estado.

Em 1964, a Companhia Brasileira de Energia Elétrica foi comprada pelo Governo Federal e, posteriormente, transferida para a administração estadual.

Em 1979, a Centrais Elétricas Fluminenses Sociedade Anônima foi extinta, e seus serviços de eletrificação rural ficaram a cargo da Companhia Brasileira de Energia Elétrica. Um ano mais tarde, no dia 17 de abril de 1980, a CBEE recebeu o nome de Companhia de Eletricidade do Estado do Rio de Janeiro, então sob o controle do Estado.

A privatização das empresas do setor elétrico viria a ocorrer na década seguinte, com a sanção da Lei nº 8031/1990, que criou o Programa Nacional de Desestatização - PND. A Ampla, então chamada CERJ, participou deste processo e foi adquirida em novembro de 1996 por um consórcio de empresas de energia elétrica formado pelo Grupo Endesa (Espanha), Chilectra e Enersis (Chile) e EDP Brasil (Portugal). Desde então, a Ampla passou por três

mudanças em seu controle acionário (1999, 2003 e 2004), assumido atualmente pelo grupo Endesa, pois cerca de 98% da empresa Chilectra pertence ao grupo.

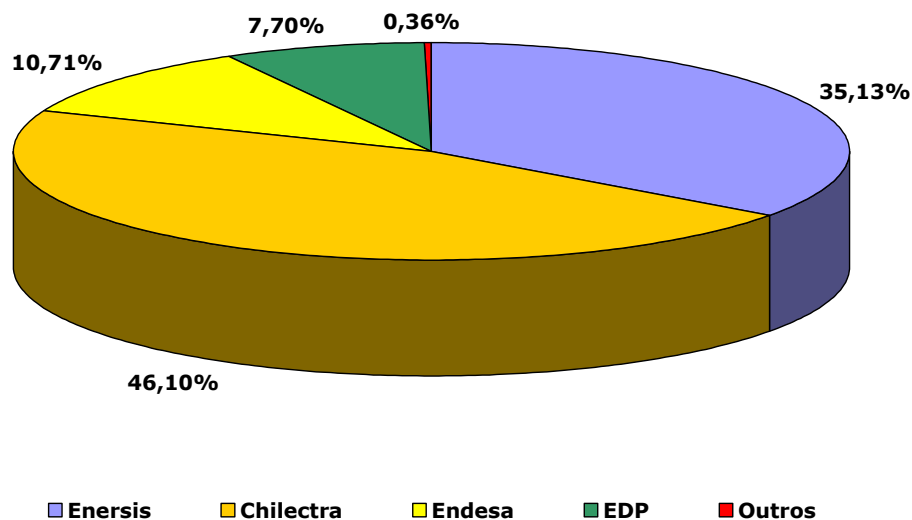


Figura 7 - Composição Acionária da Ampla

A Ampla distribui energia para 66 municípios do estado do Rio, abrangendo 73% do território estadual, com a cobertura de uma área de 31.784km². Atualmente, presta serviços a aproximadamente 2,3 milhões de clientes e, desde a sua privatização, em 1997, 784 mil novos clientes passaram a ter energia elétrica, o que significou um aumento de 64%. Este resultado é uma amostra do avanço da Companhia na universalização de seus serviços.

Mais de 99% dos domicílios da área de concessão dispõem de energia elétrica. Desde a sua privatização, a Ampla investiu cerca de R\$ 1,4 bilhão na melhoria da qualidade de atendimento e na ampliação e modernização da rede elétrica.

A Região Metropolitana de Niterói e São Gonçalo e os municípios de Itaboraí e Magé somam a maior concentração de clientes da distribuidora. Na Região dos Lagos e no sul Fluminense - devido às condições turísticas -, a demanda de consumo apresenta perfil sazonal. A maior parte da energia faturada pela Ampla - 7.356 GWh - é destinada aos clientes residenciais, que respondem por 38% do total fornecido pela distribuidora. A Tabela 3 relaciona os 66 municípios atendidos.

Tabela 3 - Relação dos 66 Municípios atendidos pela área de concessão da Ampla

Angra dos Reis	Guapimirim	Quissamã
Aperibé	Iguaba Grande	Resende
Araruama	Itaboraí	Rio Bonito
Areal	Italva	Rio das Ostras
Armação dos Búzios	Itaocara	S. José do Vale do Rio Preto
Arraial do Cabo	Itaperuna	Santa Maria Madalena
Bocaina de Minas (MG)	Itatiaia	Santo Antônio de Pádua
Bom Jardim	Laje do Muriaé	São Fidélis
Bom Jesus do Itabapoana	Macaé	São Francisco de Itabapoana
Cabo Frio	Macuco	São Gonçalo
Cachoeiras de Macacu	Magé	São João da Barra
Cambuci	Mangaratiba	São José de Ubá
Campos dos Goytacases	Maricá	São Pedro da Aldeia
Cantagalo	Miracema	São Sebastião do Alto
Carapebus	Natividade	Saquarema
Cardoso Moreira	Niterói	Silva Jardim
Carmo	Nova Friburgo	Sumidouro
Casimiro de Abreu	Paraíba do Sul	Tanguá
Conceição de Macabu	Paraty	Teresópolis
Cordeiro	Petrópolis	Trajano de Moraes
Duas Barras	Porciúncula	Três Rios
Duque de Caxias	Porto Real	Varre-Sai

O Grupo Endesa, que constitui a maior companhia de energia elétrica da Espanha, ocupa o primeiro lugar tanto em geração como em distribuição de energia naquele país e detém a segunda posição no mercado espanhol de gás natural.

A Endesa está presente em 12 países de três continentes e atende a 80 milhões de pessoas nesses mercados. Na

América Latina, além do Brasil, está presente na Argentina, no Chile, na Colômbia e no Peru. Por meio de suas controladas, a Endesa é a primeira empresa privada de energia elétrica na América Latina, a terceira na Europa e a quarta no mundo.

A Ampla Geração S.A. foi criada em 19 de setembro de 2005 em consonância com a Lei nº 10.848/04 que estabeleceu a obrigatoriedade de segregação das atividades de distribuição das de geração. A Companhia tem como objetivo social estudar, planejar, projetar, construir e explorar sistemas de geração, participar de pesquisas na área de geração, participar de outras empresas do setor elétrico como sócia ou acionista.

5.2. A Ampla no Cenário Brasileiro

No mercado brasileiro, que corresponde ao total de aproximadamente 306.207.515 MWh, na região sudeste o total de energia corresponde a 175.074.948 MWh, 57,18% da energia distribuída por todo o Brasil.

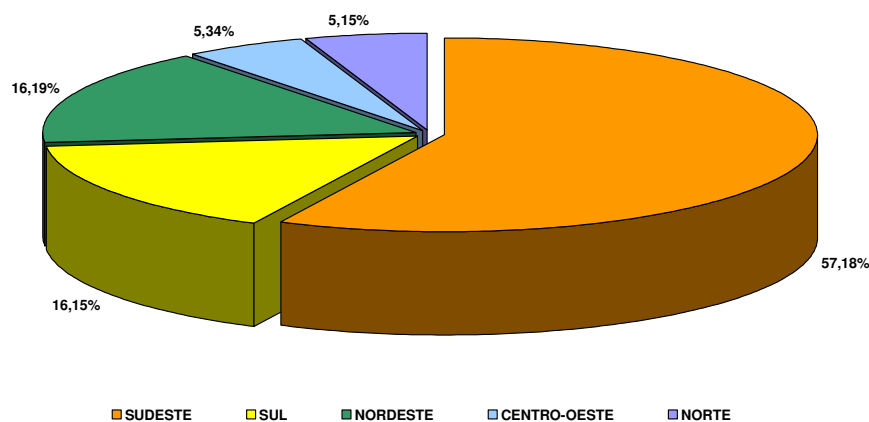


Figura 8 - Participação da Região Sudeste no Mercado Brasileiro

No mercado nacional, a empresa é a décima terceira em participação, correspondendo a 7.165.897 MWh, que equivale a 2,34 % da energia distribuída no país. Já na região Sudeste a Ampla participa com 4,09%.

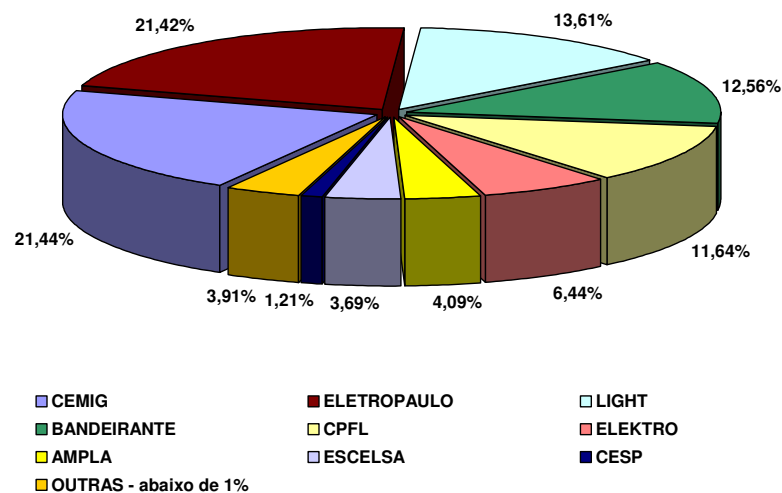


Figura 9 – Participação da Ampla no Mercado Brasileiro

5.3. Plano de Transformação

De acordo com o Relatório de Sustentabilidade 2005 (2006), em 2004, ainda com o nome CERJ, a empresa inicia o seu plano de transformação. O objetivo principal deste plano é transformar a Ampla na melhor distribuidora de energia elétrica do Brasil, até o final de 2007. Para alcançar essa meta, o plano foi dividido em cinco eixos, que estão sendo trabalhados de forma integrada e coesa. Grupos multidisciplinares atuam fortemente na implementação de projetos que já estão contribuindo para a mudança, com objetivo de transformar a Ampla em uma empresa de relacionamento, alterando, principalmente, a maneira com que a empresa oferece seus serviços e interage com seus

clientes. Um dos primeiros resultados deste plano conduziu à criação de uma nova marca, objetivando impulsionar e refletir as mudanças implementadas.

Os participantes de cada eixo são profissionais de áreas diferentes e vários níveis hierárquicos. Os eixos estão divididos em:

- Gestão de Pessoas
- Imagem Corporativa
- Plano Regulatório
- Otimização Operativa
- Recuperação de Clientes

5.3.1. Gestão de Pessoas

Ainda segundo o Relatório de Sustentabilidade 2005 (2006), o objetivo deste eixo é desenvolver a imagem empresarial por meio de pessoas, incluindo melhoria no ambiente de trabalho, investindo no capital intelectual e preparando a sustentabilidade da empresa. Um dos principais resultados deste eixo foi o resultado da pesquisa de clima laboral que atingiu 84% em 2005.

Foi lançado em agosto de 2005, o Centro de Desenvolvimento de Pessoas. Seu principal objetivo é sustentar a estratégia empresarial e agregar valor ao negócio através da identificação e adequação das competências pessoais frente as demandadas pelo negócio. Em conjunto com sua criação, foi lançado um novo plano de cargos, remuneração e carreiras, com o objetivo de mapear as competências técnicas das diversas áreas da Empresa.

5.3.2. Imagem Corporativa

O objetivo deste eixo é criar ações para construir e consolidar uma marca robusta e sustentável, que contribua com o contínuo crescimento da receita da empresa. Desenvolve produtos específicos para suprir as necessidades de clientes residenciais e corporativos, além de contribuir com a comunidade por meio de projetos sociais.

No quesito, comprometimento com a sociedade, instalou aquecimento solar em instituições que abrigam crianças HIV soropositivas, pessoas portadoras de deficiência e hospitais públicos. Esta iniciativa fez com que a Companhia ganhasse o Selo Empresa Cidadã da Associação Pestalozzi de Niterói, lançado no fim de maio de 2005 para destacar empresas que colaboram e apóiam seus projetos sociais.

A Empresa segmentou o atendimento e criou um Call Center Corporativo para médios e grandes clientes. Simultaneamente, o Call Center Geral ficou mais dinâmico: 96% dos clientes são atendidos em até 20 segundos (padrão internacional) e o índice de abandono caiu de 17% (maio/05), para 1,03% (agosto/05).

Foram criados o Projeto Primeiro Contato, com o objetivo de resolver qualquer pendência em uma única oportunidade e os chamados “Expressinhos” – postos avançados que funcionam junto aos juizados especiais cíveis para resolver possíveis problemas ainda pendentes.

5.3.3. Plano Regulatório

O objetivo deste eixo é maximizar a margem regulatória e adequar a capacidade de pagamento dos clientes de baixa

renda. Em 2005, a ANEEL aprovou projetos de inovação na forma de medição, tais como: medição eletrônica para clientes residenciais, energia pré-paga e comercialização do produto Energia Mais (para clientes corporativos).

Com relação aos clientes Baixa Renda, dentro dessa proposta, a Empresa vem auxiliando as prefeituras no cadastro dos clientes com perfil Baixa Renda. Já são 900 mil clientes beneficiados com a tarifa especial, número bem acima da meta de 720 mil estabelecida para 2004.

Com relação à tarifa, este eixo atua na análise e sugestão de regras para o Novo Modelo do Setor Elétrico, atuando junto ao MME e à ANEEL, responsáveis pela regulamentação do setor. A Amla trabalha agora no aprimoramento do sistema de previsão de carga e implementação do sistema de contratação. Esse novo modelo trouxe mudanças satisfatórias para os distribuidores, prevendo a consideração dos efetivos custos de compra de energia e mecanismos de compensação para reduzir perdas financeiras geradas pelo descasamento entre a data de reajuste de tarifa dos contratos de compra de energia e a data de reajuste tarifário das distribuidoras.

Em outra frente de trabalho, o eixo busca obter remuneração total sobre os ativos da Empresa no mesmo patamar aprovado provisoriamente na revisão tarifária, de acordo com o Relatório de Sustentabilidade 2005 (2006).

5.3.4. Otimização Operativa

O objetivo deste eixo é realizar manutenções preventivas e melhorias operacionais com a finalidade de obter qualidade do fornecimento de energia. Em 2005 a empresa teve recorde de lucro líquido de R\$ 126 milhões. Criou os Projetos Integrais (projetos descentralizados que

“simulam” a estrutura administrativa da empresa em determinadas áreas de concessão, como por exemplo o município de São Gonçalo”), “Força Ampla”, “Redesenhos” dos processos de Cobrança, de “Novas Ligações” e do Atendimento de Emergência, além da reestruturação das áreas operacionais.

Em outra frente, o eixo buscou a redução dos gastos operacionais. Entre as iniciativas, estão a diminuição das despesas com telefonia e a reestruturação da frota e dos serviços de transporte, que proporcionou o corte em 20% dos custos nessa área.

Em uma terceira frente, realizada para otimizar e equilibrar condições de dívida, a Ampla lançou debêntures no total de R\$ 400 milhões, que equivalem à dívida de curto prazo da Companhia. Os títulos de crédito possibilitam à Empresa alongar a dívida, com diminuição do pagamento de juros em curto prazo, liberando mais recursos.

5.3.5. Recuperação de Clientes

Ainda de acordo com o Relatório de Sustentabilidade 2005 (2006), o objetivo deste eixo é de reduzir as perdas de energia, a inadimplência (melhorar a cobrabilidade) e melhorar a eficiência das operações comerciais. Em 2005, o índice de perdas médias de energia foi reduzido de 22,8% para 22,1%. De acordo com dados financeiros, as ações operacionais deste segmento geraram um acréscimo de R\$ 14 milhões na margem de compra e venda de energia e contribuíram com R\$ 33 milhões em caixa.

Este eixo também inclui a execução dos projetos sociais. Como exemplo, pode-se citar o projeto Superação. Educação, geração de renda e ações sociais formam o tripé do Superação, programa que engloba todos os projetos

desenvolvidos nas comunidades atendidas pela Ampla. O objetivo é suprir a população com informação sobre uso eficiente de energia elétrica, riscos e custo do furto de energia, além de criar alternativas para melhorar a qualidade de vida. Em outra frente, incentiva-se a criação de cooperativas de pescadores de Magé, para gerar renda nas comunidades de Suruí e Canal.

5.4. O Projeto Ampla Chip

Este projeto foi despertado e idealizado a partir da criação e implantação da Rede DAT (Rede de Distribuição Aérea Transversal) – rede de baixa tensão, junto à de alta tensão, atrelada a sistemas de medição eletrônica, patenteada pela empresa com o nome de “Rede Ampla”. Os resultados alcançados são expressivos: 88% de redução de furtos de energia, em regiões específicas e 25% de aumento da possibilidade de cobrança. Com essa tecnologia foi possível desenvolver os projetos Ampla chip e sistemas pré-pagos de venda de energia.

Os resultados trazidos pelo novo sistema têm chamado a atenção de distribuidoras de energia de outros países como Colômbia e Guatemala e companhias nacionais, além de ser destaque na mídia nacional e internacional. A Ampla investiu aproximadamente R\$ 50 milhões no projeto e a previsão é de aumento da rentabilidade além de trazer uma economia de aproximadamente 120 kWh por cliente. O número de consumidores ativos sem fornecimento reduziu em 45% e a dívida por cliente que mora na área da Rede Ampla diminuiu 21%. Para auxiliá-los, a Ampla financia as dívidas, além de incentivar a obtenção da tarifa Baixa Renda. Nas áreas onde a nova rede foi instalada, houve aumento de 32% no consumo de energia nos últimos 12 meses, enquanto na rede comum este acréscimo foi de apenas 4%, segundo dados da empresa.

O projeto *Ampla Chip* se trata de um novo sistema de medição eletrônica à distância, que contempla a leitura do consumo de energia dos clientes – autorização ANEEL resolução nº 201/2005. O cliente pode verificar e acompanhar o seu consumo diário e acumulado de energia em kWh e em Reais através de consultas ao Call Center da empresa ou pela Internet. Estes dados também estão disponíveis nas agências e podem ser enviados via torpedos por celular (SMS), caso o cliente se cadastre. No final do mês, o consumidor recebe a fatura detalhada da conta de energia, com o consumo diário. Além de possibilitar o controle de consumo e o planejamento do orçamento, o projeto agiliza no atendimento de emergência. Através de comunicação remota é possível verificar eventuais problemas na rede elétrica e agilizar o atendimento ao cliente.

Os equipamentos utilizados neste novo sistema têm a certificação do INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial), o que garante a confiabilidade dos dados colhidos e armazenados pela empresa.

5.5. Novos Serviços e Produtos

Segundo o Relatório de Sustentabilidade da Ampla (2006), ainda no contexto do plano de transformação, a idéia dos controladores da empresa é transformá-la em uma empresa de soluções. Em busca da crescente pelo aumento da receita e geração de caixa, a empresa já tem outros serviços junto à fatura de energia, como por exemplo, o seguro de vida e seguro empresarial. Na linha de venda produtos, já iniciou a parceria junto à empresas fabricantes de eletrodomésticos e oferece desconto na compra dos mesmos. Hoje já conta com a venda de aparelhos, como o chuveiro elétrico mais eficiente, vendido nas lojas e agências de atendimento. Já existem planos com financeiras para

conceder empréstimos financeiros junto à conta de energia elétrica.

No projeto de inovação e tecnologia, a empresa já adquiriu um dos primeiros carros totalmente elétricos fabricados no país. O projeto foi desenvolvido pela empresa Itaipu, pertencente ao grupo Eletrobrás e outras empresas, em parceria com a Fiat. Foram produzidos 5 protótipos, dois estão com a Itaipu, um com a Fiat, um com a CPFL – concessionária distribuidora de São Paulo e um com a Ampla.

A frota da Ampla conta com cerca de 1.500 veículos à combustão e o veículo elétrico será utilizado e testado em atividades corriqueiras da empresa. Serão realizados vários testes e medidas para avaliar o comportamento na execução dos serviços e no tempo de recarga das baterias. Com o incremento de veículos elétricos, aumentará o consumo de eletricidade, a Ampla pretende negociar futuramente créditos de carbono via Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL).

5.6.

A Negociação de Venda do Grupo Endesa

O grupo ENDESA passou por um processo de reestruturação que envolveu a venda de seus ativos. Deve-se levar em consideração que qualquer mudança no comando geral de uma empresa pode afetar consideravelmente as empresas controladas por ela. Por ser um grupo Espanhol, a empresa Gas Natural, também espanhola, já fez sua proposta. Em meados de 2005, ofereceu 22,5 bilhões de euros em dinheiro e ações para assumir o controle da empresa de energia elétrica. Para a Endesa, o preço foi incompatível com as expectativas e a oferta em ações foi realizada com títulos "subvalorizados e sem liquidez".

Em contrapartida, a direção do grupo Endesa defendeu seu próprio projeto em apresentação para analistas, com

prioridade total no retorno ao acionista e no forte crescimento orgânico. A empresa se comprometeu a pagar dividendos de mais de 7 bilhões de euros nos próximos cinco anos, com a chance de obter 1 bilhão de euros com a venda de ativos não-estratégicos. Também ratificou investimentos de 14,6 bilhões de euros até 2009 e um plano para melhorar a eficiência, buscando alcançar um lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização de 7,5 bilhões de euros, com crescimento anual de entre 10% e 11% e alta no lucro líquido acima de 12%.

Recentemente, a empresa recebeu propostas da EON (alemã) e ENEL (italiana). A venda não se concretizou, porém tudo indica que será realizada ainda no ano de 2007.