



CENTRAIS ELÉTRICAS DE SANTA CATARINA S.A.
COMPANHIA ABERTA
CNPJ nº. 83.878.892/0001-55
NIRE 42300011274

COMUNICADO AO MERCADO

Celesc ganha Prêmio Ética nos Negócios

CENTRAIS ELÉTRICAS DE SANTA CATARINA (CELESC), empresa de capital aberto, com ações negociadas na BM&FBOVESPA, listada no Nível 2 de Governança Corporativa, comunica aos acionistas e ao mercado em geral que se sagrou vencedora do **Prêmio Ética nos Negócios 2012**, na categoria *Comunicação e Transparência*.

O prêmio, organizado pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, tem por finalidade reconhecer, promover e difundir exemplos de excelência nos principais temas da Atuação Responsável Empresarial (para saber mais sobre o Prêmio acesse <http://www.premioeticanosnegocios.org.br/2012>).

A Celesc concorreu ao Prêmio com seu **“Programa de Relações com Investidores - Celesc (2011-2014)”**, que tem sido aplicado na Companhia desde sua aprovação junto ao Conselho de Administração em fevereiro de 2011. O Programa, que possui 23 ações e 8 metas, é implementado como demonstração prática e estratégica que visa agregar valor à companhia através da comunicação ativa e transparente com todos os seus *stakeholders* e, concomitante a isso, serve, ainda, como ferramenta perene de melhoria contínua das bases de governança corporativa na instituição (para saber mais sobre o Programa apresentando [clique aqui](#)).

Florianópolis, 03 de dezembro de 2012.

André Luiz de Rezende

Diretor de Relações com Investidores, Controle de Participações e Novos Negócios

Outras informações com a equipe de RI: ri@celesc.com.br ou (48) 3231.6223



Prêmio Ética nos Negócios

Categoria: Comunicação e Transparência

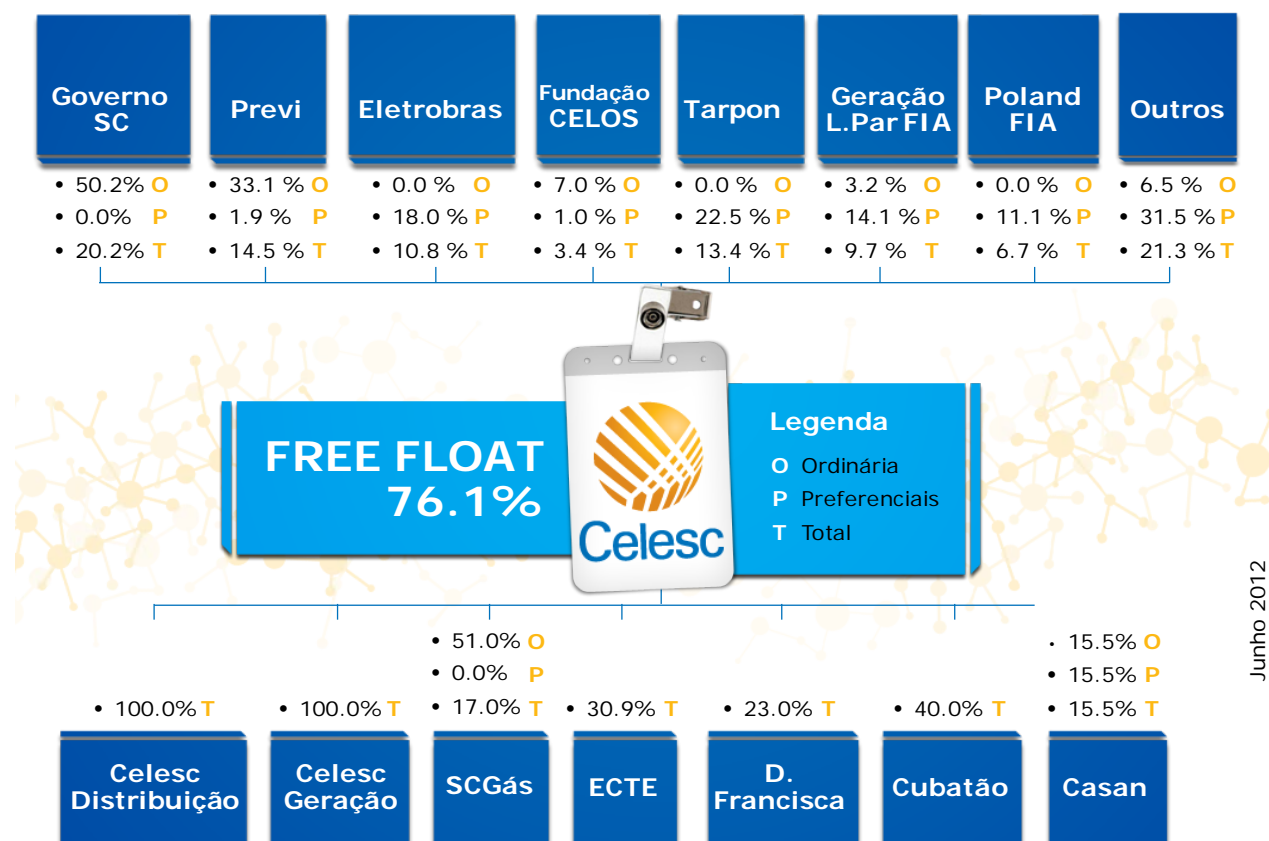
Case: transformando a relação com investidores em ferramenta de geração de valor através da comunicação ativa e transparente com todos os *stakeholders* da companhia.

1. A CELESC

As Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. – CELESC é uma das maiores empresas do setor elétrico brasileiro, com destaque nas áreas de distribuição e geração de energia. Estruturada como *Holding* em 2006, a Empresa possui duas subsidiárias integrais - a Celesc Geração S.A. e a Celesc Distribuição S.A. Além disso, detém o controle acionário da Companhia de Gás de Santa Catarina (SCGÁS) e é sócia das empresas Dona Francisca Energética S.A. (DFESA), Empresa Catarinense de Transmissão de Energia S.A. (ECTE), Companhia Catarinense de Água e Saneamento (CASAN) e da Usina Hidrelétrica Cubatão S.A.

Seu acionista majoritário é o Estado de Santa Catarina, detentor de 50,2% das ações ordinárias da Companhia, correspondentes a 20,2% do Capital Total. A companhia possui, ainda, outros 5.871 acionistas, sendo, deste total, 19,9% residente em outros países (investidores estrangeiros).

1.1. Estrutura Acionária e Societária da CELESC





1.2. Principais empresas do Grupo Celesc

1.2.1. Celesc Distribuição S.A.

A empresa leva energia para mais de 2,5 milhões de unidades consumidoras localizadas em 262 municípios catarinenses (91,79% do território do estado) e em Rio Negro, no Paraná. A empresa ainda é responsável pelo suprimento de energia elétrica para o atendimento de quatro concessionárias e 16 permissionárias, que atuam nos demais 36 municípios catarinenses.

No contexto nacional, a Celesc Distribuição é a 7ª maior distribuidora do Brasil em receita operacional bruta, a 6ª em energia fornecida, a 8ª em volume de vendas e a 9ª em número de consumidores, de acordo com os dados da Associação Brasileira das Distribuidoras de Energia Elétrica (ABRADEE). O consumo residencial médio chega a 198kWh/mês, o maior índice da região sul e o quinto maior do país. A empresa distribuiu em 2011 quase 20 mil GWh, volume correspondente a 26,8% do consumo da região sul e a 5,2% do total de energia elétrica consumida no País. Seu faturamento bruto anual está na casa dos R\$ 6,4 bilhões.

1.2.2. Celesc Geração S.A.

A Celesc Geração S.A. é a subsidiária do Grupo Celesc que responde pela operação, manutenção e expansão do parque gerador da empresa, atualmente formado por 12 Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCHs), com potência total instalada de 81,15MW. Nos últimos anos, norteadas pelo posicionamento estratégico de aumentar a capacidade de geração própria, a Empresa passou a investir na repotenciação das usinas existentes e na formação de parcerias para viabilizar projetos que visam à construção de novos empreendimentos, incluindo a diversificação da matriz energética.

1.3. Empresa Controlada

1.3.1. Companhia de Gás de Santa Catarina – SCGÁS

A SCGÁS é a 2ª maior distribuidora de gás canalizado em número de municípios atendidos no Brasil (58). Santa Catarina é o 3º Estado com maior rede de distribuição de gás natural (991 quilômetros) e o 3º com maior número de indústrias atendidas com gás natural (222), além de ter a 3ª maior rede de postos de gás veicular (GNV) do País (134 postos).

Com 100% da concessão para exploração dos serviços de distribuição de gás natural no território catarinense, a empresa comercializa e distribui, diariamente, mais de 1,8 milhão de metros cúbicos de gás natural para cerca de 1.988 clientes.

1.4. Outras Participações do Grupo Celesc

A Companhia possui também outras participações nas seguintes empresas: Empresa Catarinense de Transmissão de Energia – ECTE, Dona Francisca Energética S.A – DFESA, Companhia Catarinense de Água e Saneamento – CASAN e Usina Hidrelétrica Cubatão S.A.



2. Principais Stakeholders

2.1 Mercado de Capitais – Investidores e Analistas

O mercado de capitais é um sistema de distribuição de valores mobiliários, que tem o objetivo de proporcionar liquidez aos títulos de emissão de empresas e viabilizar seu processo de capitalização. As empresas, à medida que se expandem, carecem de mais e mais recursos, que podem ser obtidos por meio de empréstimos, reinvestimentos de lucros ou participação de acionistas (capitalização).

As duas primeiras fontes de recursos são limitadas. Geralmente, as empresas utilizam-nas para manter sua atividade operacional. Mas é pela participação de novos sócios – nesse caso os acionistas – que uma empresa ganha condição de obter novos recursos não exigíveis, como contrapartida à participação no seu capital.

Para que o Mercado Acionário se desenvolva, consiga cumprir com sua função e traga benefícios para as partes envolvidas, o ambiente de negócios no país de atuação deve ter total liberdade e possuir regras claras e definidas. Eis abaixo alguns dos principais benefícios que um Mercado de Ações desenvolvido pode propiciar a uma nação:

- *Financia a produção e os negócios*, pois através da venda de ações as empresas obtêm recursos para expandir seu capital, com obrigações apenas no longo prazo;
- *Possibilita que os recursos poupados se tornem investimentos*, proporcionando crescimento econômico e crescimento de produtividade com a inserção das poupanças no setor produtivo;
- *Constitui uma forma de crescimento das companhias*, que podem aumentar sua participação no mercado através da distribuição de ações, além de possibilitar a elas aumentar seus ativos e valor de mercado;
- *Auxilia a redistribuição de renda*, à medida que pode proporcionar a seus investidores ganhos decorrentes de valorizações do valor da ação e distribuição de dividendos, compartilhando assim o lucro das empresas;
- *Aprimoramento dos princípios da Governança Corporativa*, através de melhorias na administração e eficiência, visto que as companhias abertas precisam cumprir a regras cada vez mais rígidas propostas pelo governo e pelas Bolsas de Valores, além de deixar o mercado mais transparente;
- *Possibilita a inserção de pequenos investidores*, já que para investir em ações não há a necessidade de grandes somas de capital como outros tipos de investimentos;
- *O Mercado de Ações atua como indicador econômico*, uma vez que é extremamente sensível e a cotação das ações pode refletir as forças do mercado, como momentos de recessão, estabilidade, crescimento, etc.

O investidor em ações contribui assim para a produção de bens, dos quais ele também é consumidor. Como acionista, ele é sócio da empresa e se beneficia da distribuição de dividendos sempre que a empresa obtiver lucros.



Os investidores podem ser pessoas jurídicas como bancos de investimentos, fundos de pensão, assets e corretoras de valores. Os investidores individuais ou pessoas físicas tem presença crescente e relevante no mercado de capitais, sendo que sua participação é essencial para ampliar a base acionária e a liquidez do mercado.

Os analistas são profissionais que auxiliam os investidores na prospecção de informações para auxiliar na tomada de decisão. Estes podem ser analistas *sell side*, que atuam em bancos e corretoras de valores fazendo a prospecção de investimentos e a recomendação de compra, manutenção ou venda de determinada ação. Os analistas conhecidos como *buy side*, abrangem os profissionais e gestores de fundos de investimentos que adquirem os papéis para compor as carteiras sob sua responsabilidade.

Para um bom entrosamento entre investidores, analistas e companhias de capital aberto é fundamental que a comunicação da empresa para o mercado em geral seja clara e qualificada. A CVM exige ainda que toda divulgação de informação seja feita de forma equânime e simultânea a todos os públicos interessados.

2.1. Relações com Investidores

O mercado de capitais no Brasil vive uma nova realidade. Os investidores estão cada vez mais seletivos e em busca de informações. A comunicação financeira está cada vez mais valorizada, e esta deve ser apresentada de maneira transparente, acessível, equitativa e democrática.

A Lei 6.404/1976 - das Sociedades Anônimas que rege as Companhias de Capital Aberto no Brasil e a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) mantém um modelo regulatório que ressalta a importância do sistema de divulgação e disseminação de informações. A política de divulgação de informações tem regras bem definidas pela Instrução CVM nº 358, de aplicação obrigatória para as companhias.

O rigor da regulação da CVM e os novos veículos de comunicação, como a internet, aceleram a velocidade de divulgação de informações e ampliam o seu alcance a um número considerável de agentes ao mesmo tempo.

As Companhias Abertas, que enxergam no mercado de capitais uma fonte permanente de captação de recursos, têm progressivamente dado mais importância à maneira de se comunicar com o universo dos investidores.

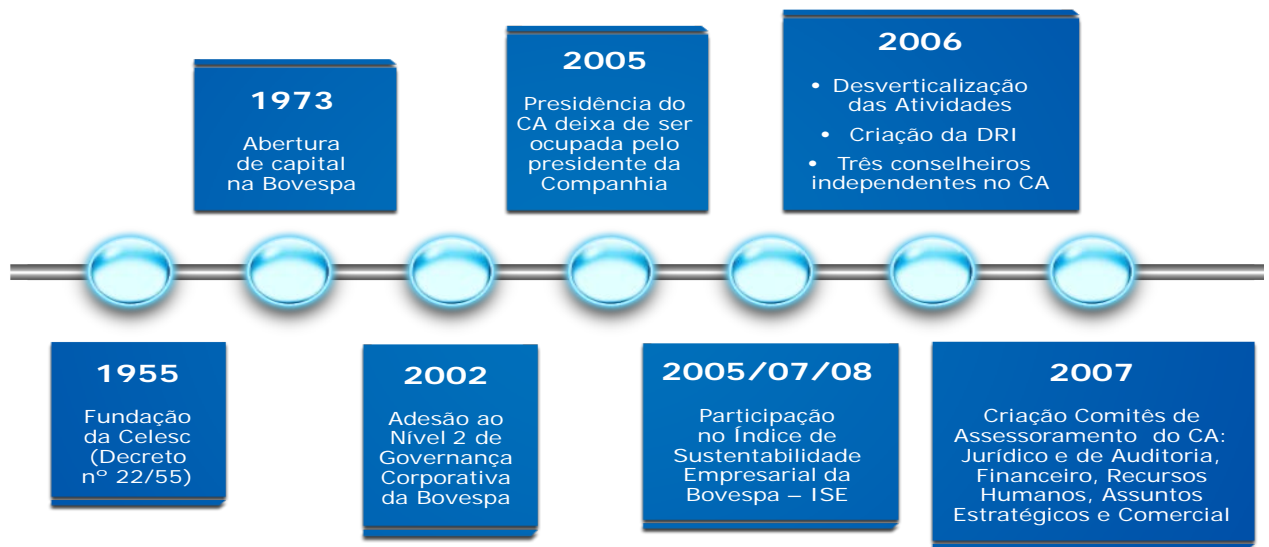
A área de Relações com Investidores – RI tem como um dos seus principais objetivos estabelecer a comunicação da empresa com o mercado financeiro; o qual é formado por acionistas, investidores potenciais, fundos de investimentos, fundos de pensão, investidores institucionais, analistas de investimentos entre outros.

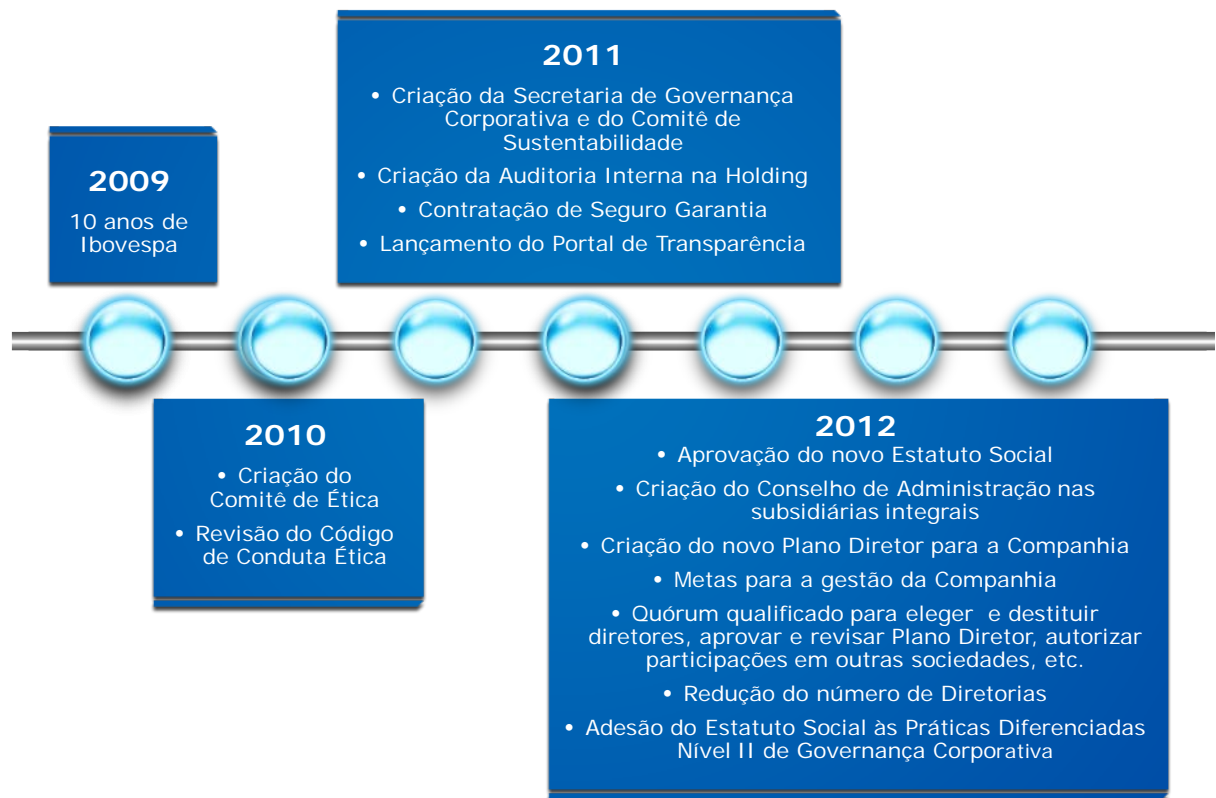
Cabe ao profissional de RI esclarecer a todos os agentes a estratégia e tática da companhia, utilizando vários instrumentos e iniciativas, para tornar claro os resultados pretéritos, as ações conjunturais que poderão afetar os resultados atuais e as iniciativas de planejamento para o futuro da companhia.



3. Relações de Investidores na Celesc

A Celesc abriu o seu capital e lançou ações na Bolsa de Valores de São Paulo em 1973. No quadro abaixo, é apresentado um breve histórico nas ações da Companhia relativas ao Mercado de Capitais e Governança Corporativa.





Em paralelo à sua evolução no mercado de capitais, a Celesc passou por transformações importantes para se adaptar aos marcos regulatórios do setor elétrico. Tais como, o recente processo de revisão tarifária e a adequação para preparação da renovação das concessões do setor elétrico.

Cabe salientar que, durante o período como empresa de capital aberto, até 2010, a Celesc manteve postura tímida em relação à exposição ao mercado de capitais, restringindo-se a cumprir as obrigações legais exigidas pelos órgãos reguladores, como por exemplo, a obrigação de executar apenas uma apresentação oficial de resultado junto ao público especializado do mercado de capitais. Com o advento do novo programa de comunicação com investidores, a partir de 2011, a nova administração da companhia entendeu que necessitava ir além do cumprimento das exigências legais e passou a organizar a divulgação regular de informações voluntárias ao mercado, transformando-a em uma estratégia que visa agregar valor à companhia. Assim, foi elaborado o Programa de Relações com Investidores (comunicação com o mercado), apresentado e aprovado pelo Conselho de Administração do Grupo Celesc, no dia 03/02/2012, conforme ata em anexo, que contemplava 23 ações e 08 metas, dentre as quais destacamos:



AÇÃO	PRAZO DE IMPLANTAÇÃO <i>(curtíssimo, curto ou médio prazo)</i>	ESTÁGIO ATUAL
Aumento do número de analistas (antes: 03)	Médio	Hoje são 06 analistas financeiros cobrindo a Companhia;
Aumento do número de investidores (antes: 592)	Médio	Aumento de 10%, atualmente com 656 investidores;
Aumento do número de eventos para o Mercado	Curto	Nos anos de 2011 e 2012 já foram realizadas 08 APIMECs, 3 Expomoneys e diversas reuniões com analistas e investidores;
Implantação da Secretaria de Governança Corporativa	Curtíssimo	Secretaria estruturada com a participação de 04 colaboradores;
Criação de informativo sobre as ações da companhia	Curtíssimo	Boletim de RI semanal contendo os principais destaques da Celesc e do mercado elétrico;
Realização de Teleconferências	Curto	As teleconferências são apresentadas trimestralmente, após a divulgação do resultado na CVM;
Criação de <i>e-mail alert</i> e cadastro de analistas e investidores	Médio	O cadastro possui atualmente 1675 investidores/analistas facilitando a comunicação entre Celesc e o mercado.

Por força do programa foi desenvolvida uma nova agenda contemplando diversos eventos ao longo do período de gestão de forma a reaproximar tradicionais investidores, agregar outros potenciais investidores à base de acionistas e despertar seu interesse nos ativos de emissão da Companhia. Esse processo tem resultado em maior exposição junto ao mercado investidor e, conseqüentemente, na inclusão da Celesc em alguns relatórios de cobertura de analistas de bancos, casas de investimentos e fundos.

3.1. Colaboradores do Grupo Celesc (público interno)

Para os empregados da Celesc, a informação era limitada. A partir de 2011, a cada trimestre, as apresentações de resultados são realizadas aos colaboradores nos mesmos moldes daquela realizada para o mercado financeiro. Assim, estimula-se o maior interesse dos empregados sobre os resultados da companhia e o acompanhamento de sua evolução.

3.2. Mídia Especializada

Para a mídia especializada do Estado de Santa Catarina e os principais veículos de comunicação financeira no Brasil, a informação passou a ser disseminada de maneira regular e mais eficiente. A cada divulgação de resultados os jornalistas especializados são convidados a participar de entrevista coletiva na sede da Companhia destinada a comentar os números alcançados e as perspectivas da administração. A companhia passa a enxergar que a qualidade e a quantidade de informações são mais um atrativo para os investidores e analistas.



3.3. Incremento da Comunicação na Celesc

A seguir são apresentadas as principais ações que demonstram a evolução da comunicação empresarial que refletem maior transparência junto ao mercado de capitais:

ANTES	AGORA
<p>Teleconferência: Não era realizada regularmente, sendo o último registro de utilização desta ferramenta, por parte da Companhia, quando da divulgação de resultados do 3º trimestre de 2006.</p>	<p>Já foram realizadas 08 teleconferências de resultados (4º TRI/2010; 1º TRI/2011; 2º TRI/2011; 3º TRI/2011; 4º TRI/2011; 1º TRI/2012 e 2º TRI/2012) obedecendo, obrigatoriamente, ao calendário de divulgação dos resultados trimestrais, tornando a Companhia essencialmente mais transparente e acessível (OBS: acesso ao áudio dos eventos com o mercado em http://www.celesc.com.br/ri/).</p>
<p>Divulgação dos Resultados Postura reativa – a Celesc não realizava, regularmente, eventos de divulgação de resultados, comunicação de sua gestão e das estratégias que no futuro serão aplicadas ao negócio. Limitando-se, apenas, ao cumprimento regular das obrigações regulatórias (BM&FBOVESPA), ou seja, realização de apenas uma reunião oficial de resultados com investidores, realizada sempre na mesma praça, São Paulo e, também, no mesmo período do ano (dezembro), não permitindo aos interessados diversidade de acesso aos resultados em diferentes momentos do ano e, nem tão pouco, proporcionando distribuição geográfica adequada aos interessados não residentes na capital paulista.</p>	<p>A Companhia alterou radicalmente a estratégia de comunicação e respeito aos princípios da governança corporativa, iniciando o processo de divulgação e consolidação da marca no mercado de capitais, com a participação em eventos, tais como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reuniões APIMEC (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais): Já foram realizadas, ao todo, 07 (sete) reuniões oficiais de resultado, sendo: <ul style="list-style-type: none"> <u>04 no primeiro ano de gestão (2011)</u>: no Rio de Janeiro (estreia) contando com a presença de 43 profissionais do mercado; no nordeste, cidade de Fortaleza (estreia), contando com a presença de 50 profissionais do mercado; em Minas Gerais (estreia), contando com a presença de 45 profissionais do mercado e em São Paulo (manutenção), contando com a presença de 12 profissionais do mercado. <u>04 no segundo ano de gestão (2012)*</u>: em Porto Alegre (estreia), contando com a presença de 60 profissionais do mercado; no Rio de Janeiro (segunda reunião) contando com a presença de 34 profissionais do mercado; em Brasília (segunda reunião) contando com a presença de 23 profissionais do mercado e no nordeste, cidade de Recife (estreia), contando com a presença de 44 profissionais do mercado. <p>*até setembro de 2012.</p>

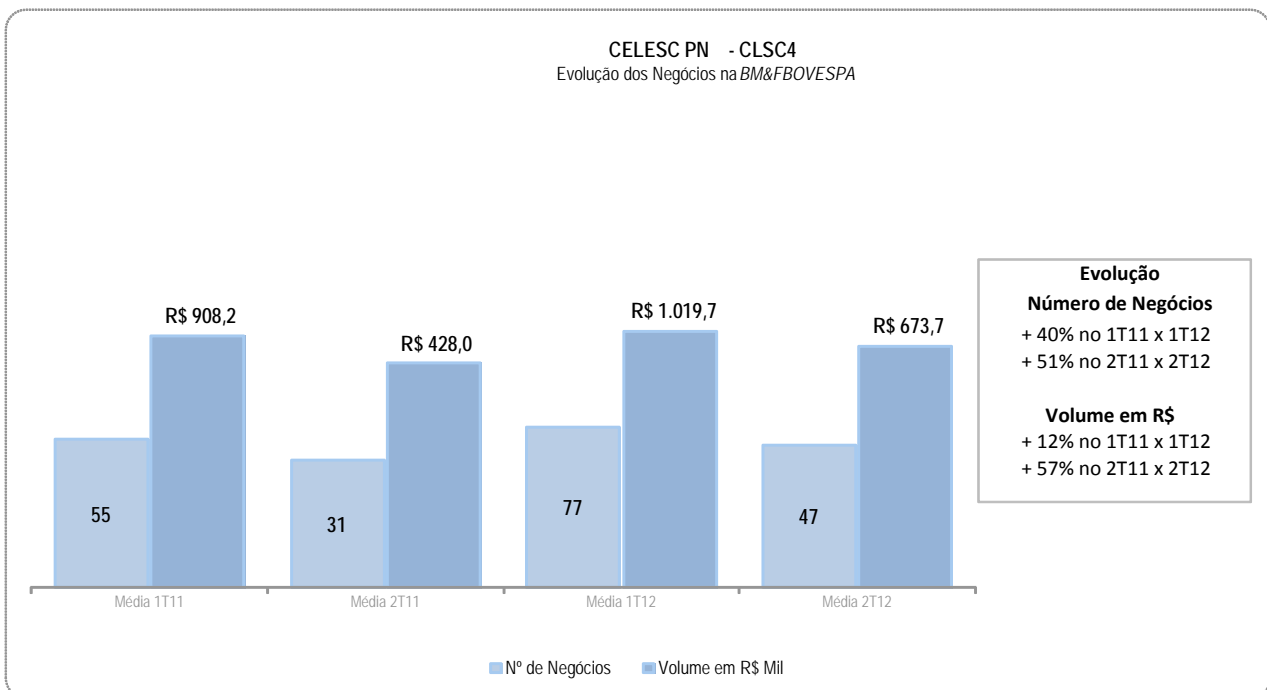


- **Road Shows:** reuniões firmadas com parceiros financeiros, tais como, Banco UBS, Bradesco, Banif, Deutsche Bank, que percorreram grandes centros financeiros, como São Paulo, Rio de Janeiro e Buenos Aires, obtendo contato direto com, aproximadamente, 40 (quarenta) instituições financeiras, para divulgação da companhia, seus resultados e estratégia.
- **Expomoney:** trata-se do maior evento para o mercado de capitais da América Latina onde a Companhia participou associando sua marca, também de forma totalmente inovadora, na cidade de Florianópolis (2011,2012) e, participará, também, em Belo Horizonte (10/2012). Por conta da participação neste evento, a Companhia ganhou o prêmio Respeito ao Investidor Individual em 2011;
- **Entrevistas coletivas:** evento inédito procura repassar versão oficial sobre os resultados corporativos para mídia especializada. Já foram realizados 07 (sete) eventos, sempre dentro do calendário oficial de divulgação da companhia;
- **Evento com Colaboradores:** evento também inédito, procura repassar versão oficial sobre os resultados corporativos para o público interno da Companhia. Já foram realizados 04 (quatro) eventos, sempre em consonância com o calendário oficial de resultados;
- **Criação do Boletim de RI:** ferramenta semanal, com informações sobre o comportamento do mercado financeiro e desempenho das ações da Celesc, de alguns de seus pares, dos setores de influências e agenda com as principais notícias do setor e os principais eventos corporativos da área de RI, destinado aos integrantes da Diretoria Executiva, Conselho de Administração e Conselho Fiscal;
- Estabelecimento de uma comunicação transparente junto aos stakeholders, com atualizações constantes do seu site de RI – Relações com Investidores, gerando uma maior confiabilidade na gestão da Empresa. Em 2011, foram realizados 18 comunicados oficiais ao mercado. Neste ano, o número já atinge 20 comunicados;



- Criação de conta no *twitter* (@investorcelesc) contando com 213 seguidores em pouco mais de 10 meses de conta ativa;
- Adesão integral ao IFRS, adequando a apresentação dos resultados da Companhia aos padrões internacionais de contabilidade.
- Contratação de consultoria especializada para adequar os relatórios da Companhia ao padrão GRI – Global Reporting Initiative, atualmente em fase de levantamento de dados.

Importante destacar que a Celesc S/A, na condição de sociedade anônima de capital aberto com ações listadas na BM&FBOVESPA, deve zelar pela manutenção de níveis adequados de liquidez e negociabilidade dos valores mobiliários (ações) de sua emissão. Como principal reflexo do trabalho aqui exposto, aumento na exposição e frequente comunicação com os agentes do mercado de capitais, os índices de liquidez das ações preferenciais – CELESC PN – vem apresentando contínua melhoria quando comparados os números do início de 2011 (implantação do programa) com os verificados neste ano de 2012. Os gráficos abaixo apresentam a evolução em termos e volumes médios nos primeiros trimestres:



Com as mudanças de postura aqui apresentadas, aproximação do mercado e de seus investidores, utilizando-se, para tal, de ferramentas simples, porém, eficazes, como por exemplo, a comunicação



eficiente e, principalmente, transparente e equânime, acreditamos que a Celesc está, agora, escrevendo novo capítulo de sua longa história e se posicionando como ente do mercado de capitais com alto grau de respeito por todos os seus *stakeholders* e pelas premissas basilares da governança corporativa.

Por estar agora escrevendo novo e importante capítulo em sua história como companhia aberta brasileira, vem a Celesc, através deste instrumento, requerer inscrição para concorrer ao relevante Prêmio Ética nos Negócios, na categoria Comunicação e Transparência.

Bibliografia

SOARES, Geraldo; ALMEIDA, Jeniffer e VERGILI. Comunicação no Mercado Financeiro - Um guia para relações com investidores. Ed. Saraiva, São Paulo (2010);

CORAZZA, Martha Elizabeth. E Estado da Arte das relações com Investidores no Brasil. IBRI – Instituto de Relações com Investidores. São Paulo (2008);

IBRI – Instituto de Relações com Investidores e BOVESPA (Bolsa de Valores do Estado de São Paulo). Guia de Relações com Investidores;

MAHONEY, William F. Manual de RI – Princípios e Melhores Práticas de Relações com Investidores. Editora IMF. Rio de Janeiro (2007);

Site: www.oeconomista.com.br