



AD DIPER

**RELATÓRIO
DE SUSTENTABILIDADE**

2019

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019

Em conformidade com o inciso IXI do art. 8º, da Lei nº 13.303/16, a Diretoria da AD Diper, com aprovação de seu Conselho de Administração, apresenta o Relatório de Sustentabilidade referente ao exercício social de 2019.

Foram utilizados como referência os modelos disponibilizados pelo Ministério da Economia e pela Controladoria de Santa Catarina, sendo este último definido como referencial às Controladorias de todo o Brasil, em entendimento à deliberação proferida na 26ª Reunião Técnica do CONACI (Conselho Nacional de Controle Interno), ocorrido em 12 e 13 de abril de 2018, no Recife/PE. A AD Diper também buscou seguir as orientações prestadas pela Secretaria da Controladoria Geral do Estado (SCGE), constantes em seu sítio eletrônico (http://www.scge.pe.gov.br/?page_id=3644).

Tais modelos, utilizados como guia para a formulação deste documento, tiveram como embasamento ainda as orientações do Global Reporting-GRI/G4-Diretrizes para Relato de Sustentabilidade - Manual de Implementação (GRI, 2015).

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

ESTRATÉGIA E ANÁLISE	4
PERFIL ORGANIZACIONAL	6
ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES	12
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS	16
PERFIL DO RELATÓRIO	22
ÉTICA E INTEGRIDADE	25
GESTÃO DE RESULTADOS ECONÔMICOS	28
RESPONSABILIDADE SOCIAL E COM O MEIO AMBIENTE	29

1. ESTRATÉGIA E ANÁLISE

Mensagem do presidente

A Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco – AD Diper vem a público para apresentar seu primeiro Relatório de Sustentabilidade, para abordar suas práticas organizacionais sob os aspectos econômicos, ambientais e sociais, destacando que o material em tal sentido, feito em 2019, a respeito do ano de 2018, tomou o formato de Relatório Integrado de Gestão, como permitido pela Lei Federal nº 13.303/2016 (Lei das Estatais).

De acordo com Buarque (1999¹), para ser denso e sustentável, o almejado desenvolvimento precisa ampliar as oportunidades sociais, dar viabilidade e competitividade à economia local, aumentando a renda e as formas de riqueza. Tudo isso ocorrendo em paralelo à conservação dos recursos naturais.

Autoridades em sustentabilidade, Callenbach, Capra, Goldman, Lutz e Marburg (1993²) nos ensinam que é preciso partir do princípio de que os problemas não podem ser encarados isoladamente, visto que são interligados e interdependentes e que as soluções para eles requerem um novo tipo de pensamento sistêmico ou ecológico. Para tanto, faz-se necessário reformular a cultura em voga no mundo, prezando pela conservação, no lugar da expansão; da qualidade no lugar da quantidade e pela parceira, ao invés da dominação.

Em concordância com esses pensamentos, registramos que o relatório ora apresentado se atém a questões materiais, a fim expressar o compromisso desta estatal na busca por uma gestão responsável. Por tal motivo, inclusive, foi preparado envolvendo a participação de diversos atores das mais variadas diretorias da empresa e teve seu conteúdo aprovado pelo Conselho de Administração, que avaliou, dentre outros aspectos, a objetividade e clareza do conteúdo.

Consciente de seu papel e responsabilidade perante seus diversos públicos de relacionamento, a AD Diper trabalhou, ao longo de 2019, nos principais pilares de atuação da

¹ BUARQUE, Sérgio C. Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável: Material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal. Projeto de Cooperação Técnica INCRA/IICA PCT – INCRA/IICA. Brasília, junho de 1999.

² CALLENBACH, Ernest; CAPRA, Fritjof; GOLDEMAN, Lenore; LUTZ, Rüdiger; MARBURG, Sandra. Gerenciamento ecológico: ecomanagement. São Paulo: Cultrix/Amaná, 1993.

instituição, suas pessoas e seus processos, objetivando o melhor atendimento das demandas dos seus clientes (internos e externos) de forma cada vez mais ágil e eficiente, especialmente naquilo que diz respeito à gestão de impactos ecoômicos, ambientais e sociais.

Trata-se, portanto, de um produto que oferece transparência à sociedade, aos acionistas e aos demais públicos de interesse da AD Diper.

Roberto de Abreu e Lima Almeida

Diretor Presidente da AD Diper

2. PERFIL ORGANIZACIONAL

A AD Diper é sociedade de economia mista estadual, integrante da administração indireta do Estado de Pernambuco, vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDEC) e criada pela Lei Estadual nº 5.783, de 22 de dezembro de 1965, alterada pela Lei nº 5.840, de 26 de agosto de 1966.

As informações abaixo prestadas voltantam-se a relatar ou descrever conteúdos padrão que oferecem uma visão geral das características organizacionais:

Identificação Geral: AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE PERNAMBUCO - AD DIPER

CNPJ / NIRE: 10.848.646/0001-87 /26.3.0003353-4

Sede: Avenida Conselheiro Rosa e Silva, 347, Graças, Recife – PE – CEP 52020-220

Tipo de estatal: Sociedade de Economia Mista

Acionista controlador: Estado de Pernambuco

Tipo societário: Sociedade Anônima

Tipo de capital: fechado

Abrangência de atuação: local

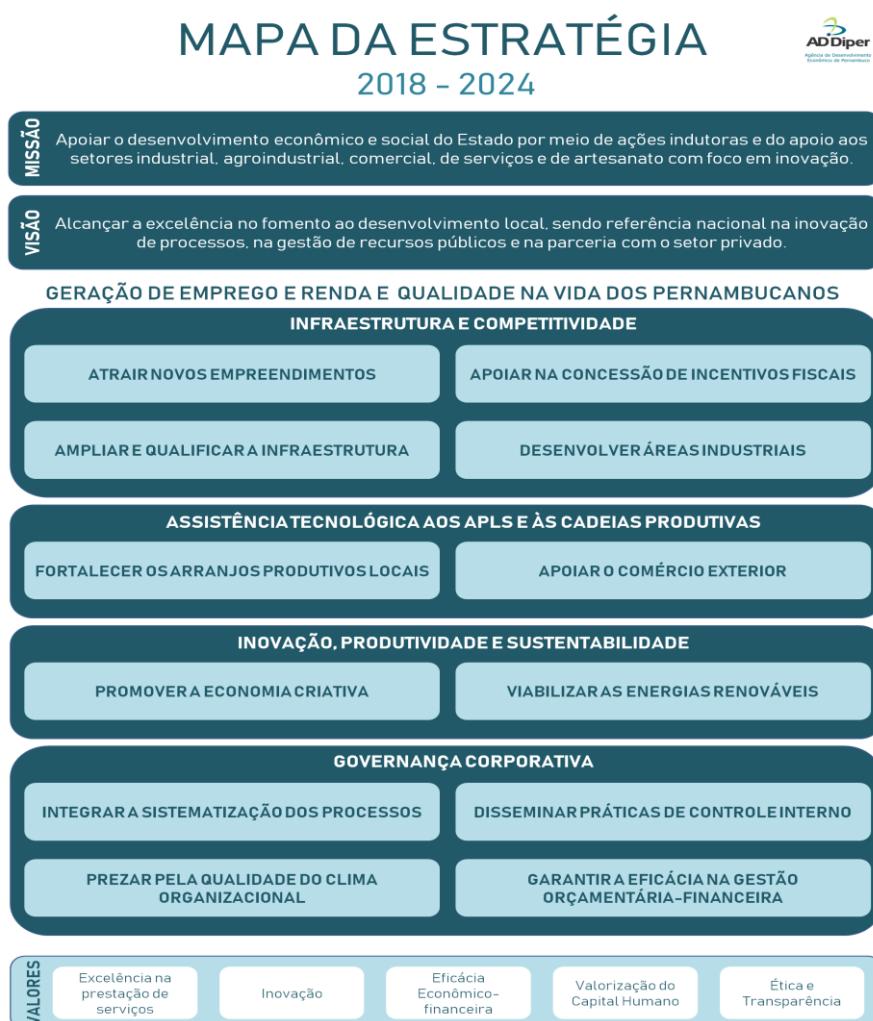
As atividades econômicas da empresa possuem o interesse público subjacente de apoio ao desenvolvimento econômico e social do Estado, atuando, principalmente, através:

1. Atração de investimentos produtivos;
2. Melhoria do ambiente de negócios;
3. Implantação e gestão de loteamentos industriais;
4. Fomento aos Arranjos Produtivos Locais;
5. Estímulo às Exportações;
6. Fomento à economia criativa;
7. Comercialização de energia elétrica de fontes renováveis no mercado livre;
8. Estímulo ao adensamento das cadeias produtivas.

De forma a direcionar seus objetivos, a AD Diper conta com um conjunto de princípios que, desdobrados em sua missão, visão e valores, orientam a gestão e concretizam o trabalho ofertado à sociedade.

Conforme o Mapa da Estratégia traçado para o período de 2018 a 2024, a **Missão** da AD Diper é apoiar o desenvolvimento econômico e social do Estado por meio de ações indutoras e do apoio aos setores industrial, agroindustrial, comercial, de serviços e de artesanato com foco em inovação.

A imagem a seguir corresponde ao Mapa da Estratégia traçado para o período de 2018 a 2024:



A **Visão** pretendida é alcançar a excelência no fomento ao desenvolvimento local, sendo referência nacional na inovação de processos, na gestão de recursos públicos e na parceria com o setor privado.

A Agência prima pelos seguintes **Valores**:

- Excelência na prestação de serviços;
- Inovação;
- Eficácia econômico-financeira;
- Valorização do capital humano;
- Ética e transparência.

Conforme o mercado de atuação da AD Diper anteriormente sintetizado, o mesmo alcança de pequenos produtores rurais e artesãos até grandes empresas que desejem instalar em Pernambuco suas plantas industriais. A seguir, o portfólio de produtos e serviços será mais bem detalhado.

Na dinâmica de **atração de investimentos produtivos**, a AD Diper tem sido pioneira em relação aos demais estados do Nordeste, apresentando uma equipe estruturada e qualificada, com recursos que possibilitam ampliar sua área de atuação, participando de feiras e eventos, assim como realizar visitas estratégicas. Essa equipe atua juntamente aos empresários no diálogo com os diversos entes públicos, na esfera estadual e municipal, bem como apoia os empreendedores fornecendo informações pontuais e estratégicas sobre as melhores condições para se investir no Estado, identificando os locais mais viáveis para o sucesso do negócio e **melhoria do ambiente**.

A respeito de áreas disponíveis para a instalação ou ampliação de bases empresariais, a AD Diper administra a comercialização terrenos, bem como coordena as ações de engenharia, abertura, manutenção, recuperação, reforma e modernização dos **loteamentos empresariais** sob sua responsabilidade (27 no total).

No entanto, a ação da AD Diper não se limita à prospecção do empreendimento. Com a vinda do investimento para Pernambuco é realizado um trabalho de **monitoramento e apoio às empresas**, conhecido como *aftercare*. Esse trabalho é realizado tanto para as empresas em implantação, quanto nas empresas em operação. No primeiro caso, verifica-se o cumprimento dos prazos e é possível apoiar as demandas geradas pelos empresários, tais como água, energia elétrica, telefonia e licenciamentos.

Após a instalação das empresas, é possível analisar se os investimentos anunciados foram realmente aplicados e identificar possíveis problemas na operação do empreendimento que podem ser solucionados com o intermédio da Agência. Essa aproximação com as empresas promove um vínculo de confiança junto ao Governo do Estado, que oferece suporte aos investimentos em todas as etapas.

Quanto ao cumprimento dos contratos, os estabelecimentos que vêm para o Estado encontram um ambiente de segurança jurídica dos **incentivos fiscais**, obtidos por meio do Programa de Desenvolvimento do Estado de Pernambuco (Prodepe), emitidos pelo Chefe do Poder Executivo. O programa foi instituído pela Lei nº 11.675, de 11 de outubro de 1999, e regulamentado por meio do Dec. nº 21.959, de 27 de dezembro de 1999, e respectivas alterações. O Prodepe destina-se a atrair novos investimentos para Pernambuco e manter em seu território aqueles já existentes, sendo um dos mais robustos do gênero, pela abrangência e escalonamento de percentuais em função da localização dos empreendimentos, e transparente, por dar publicidade aos atos através de decretos específicos no Diário Oficial, diferentemente da maioria dos programas mantidos em funcionamento no Brasil pelos governos estaduais.

Cabe à AD Diper secretariar as reuniões do Comitê Diretor do Prodepe e do Conselho Estadual de Políticas, Industrial, Comercial e de Serviços (Condic) e analisar e emitir os competentes pareceres e minutas dos decretos sobre os projetos e pleitos submetidos àquele Colegiado, como também analisar os processos de comprovação do Fundo de Inovação do Estado de Pernambuco (INOVAR/PE). Formado por diversas Secretarias de Estado e instituições representantes da iniciativa privada, o Condic analisa e aprova o enquadramento dos pleitos de incentivos fiscais e dos projetos enviados pelas empresas nacionais e internacionais que desejam se implantar em Pernambuco, avaliando o mérito social e econômico dos respectivos empreendimentos.

Outro importante diferencial da AD Diper é **estimular os Arranjos Produtivos Locais (APLs)**, integrando o médio e pequeno produtor ao dinamismo econômico local, inclusive estimulando a inserção das empresas e produtos pernambucanos no mercado internacional, por meio das **exportações**. Em pouco mais de uma década (2007 e 2018), a AD Diper investiu R\$ 46 milhões em 67 municípios, através de 203 projetos de APLs, beneficiando diversas cadeias produtivas em todas as regiões do estado. De modo geral, os principais segmentos alcançados foram agricultura; alimentos e bebidas; apicultura; bovinocultura de leite; caprinovinocultura; confecções moda; economia criativa; gesso; indústrias; piscicultura e tecnologia da informação, dentre outras iniciativas fomentadas.

A gama de produtos e serviços da AD Diper passa também por fortalecer a cadeia produtiva de setores da **economia criativa**, desenvolvendo ações de difusão, documentação, formação, comunicação, promoção e valorização do patrimônio cultural; planejar, coordenar e executar, anualmente, a Feira Nacional de Negócios do Artesanato – FENEARTE; gerir e locar espaços próprios ou sob sua gestão para atividades vinculadas à cadeia produtiva dos setores da economia criativa, inclusive administrando a comercialização de produtos gerados pela cadeia produtiva da economia, como: artesanato, artigo de vestuário, acessórios, calçados, bijuterias e publicações relacionadas à área.

No que diz respeito à **comercialização de energia elétrica de fontes renováveis** no mercado livre, a AD Diper opera os sistemas necessários para esse tipo de negócio junto aos órgãos do Sistema Elétrico Brasileiro e presta serviços de suporte técnico, em termos de comercialização e geração de energia.

Seguindo o objetivo de interiorizar o desenvolvimento no estado, além da atuação da equipe da AD Diper sediada no Recife, que se desloca constantemente para as ações nos municípios do interior, os produtos e serviços ofertados também estão disponíveis no escritório da AD Diper localizado no município de Petrolina. Também é possível observar na estrutura da AD Diper dois Centros de Artesanato de Pernambuco (Recife e Bezerros) e a Unidade Móvel do Artesanato, ambientes voltados à valorização e venda dos artigos culturais do Estado.

Em termos de força de trabalho, a AD Diper esteve assim caracterizada em 2019, de acordo com dados da Diretoria de Gestão/ Coordenação Geral Administrativa e de Gestão de Pessoas, no que diz respeito ao perfil dos empregados:

Trabalhadores	Feminino	Masculino		
Próprios	160	71		
Terceirizados	124	63		
Total de empregados	Feminino	Masculino		
Efetivos	52	17		
Comissionados	108	54		
Força de trabalho	RMR	Agreste	Sertão	
284	F	M	F	M
	121	144	10	3
			1	5

Com relação à possibilidade de uma parte substancial do trabalho da organização ser realizada por trabalhadores legalmente reconhecidos como autônomos ou por indivíduos que não sejam empregados próprios ou terceirizados, inclusive funcionários e empregados contratados de empresas terceirizadas, a AD Diper informa que os trabalhos de autônomos são contratados quando há necessidade de alguma especialidade que não possui em sua força de trabalho. Da mesma forma, não se aplica à realidade da estatal quaisquer variações significativas no número de empregados (p. ex.: variações sazonais no número de empregados nos setores de turismo ou agrícola). Cem por cento dos empregados são cobertos por acordos de negociação coletiva.

Em suas práticas ao longo de 2019, a AD Diper não subscreveu ou endossou cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social. No tocante à participação em associações (ex. associações setoriais) e organizações nacionais ou internacionais de defesa, renovou sua condição de parceira da Câmara Americana de Comércio (Amcham).

No que tange ao resultados apurados durante o exercício de 2019, sistematizados pela Diretoria de Gestão/ Coordenação de Contabilidade, a AD Diper obteve Receitas provenientes de

vendas e prestações de serviços, no valor de R\$ 60.761.123,00, sendo R\$ 52.740.097,00 o valor correspondente à Receita Líquida do período. Referente ao passivo, o montante é de R\$ 17.889.331,00, onde R\$ 8.121.560,00 são representados pelo apropriação de Juros sobre Capital Próprio que será quitado no próximo exercício.

A variação positiva do Patrimônio Líquido em 2019 representa 3,37%, apresentando um saldo de Capital, Reservas e Ajustes de Avaliações Patrimoniais, no valor de R\$ 174.116.630,00, conforme Balanço Patrimonial. No decorrer do exercício de 2019, não ocorreram alterações referente a participação acionária e porte da empresa.

3. ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES

A Análise SWOT, método originalmente da gestão de empresas que aprecia o cenário nas quais se encontram, considera o planejamento da situação como um todo. Esta matriz oferece direcionamento do planejamento estratégico, pois a partir do cruzamento das informações indicadas pelas variáveis internas e externas, consegue-se observar pontos potenciais e vulneráveis, prever situações de neutralidades e tendências positivas ou negativas. O termo SWOT é oriundo das palavras inglesas: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças).

Em 2019, a técnica foi aplicada pela Gerência de Planejamento, ligada à Diretoria da Presidência, com diretores e gestores da AD Diper, que tiveram a oportunidade de discutir de forma estruturada com suas equipes o cenário atual de cada diretoria e avaliar novas possibilidades de atuação com base nos conceitos de economicidade e eficiência na gestão. Contudo, evidencia-se que os aspectos indicados pelas diretorias se relacionam diretamente, e apontam para ações integradas que viabilizam um plano estratégico da instituição como um todo.

Através da análise SWOT é possível identificar os principais riscos que podem comprometer o atingimento das metas estabelecidas. Vale relembrar que a técnica foi aplicada com diretores e gestores da AD Diper, que tiveram a oportunidade de discutir de forma estruturada com suas equipes o cenário atual de cada diretoria e avaliar novas possibilidades de atuação com base nos

conceitos de economicidade e eficiência na gestão. Contudo, evidencia-se que os aspectos indicados pelas diretorias se relacionam diretamente, e apontam para ações integradas que viabilizam um plano estratégico da instituição como um todo.

O cruzamento dos dados levantados como ameaças do ambiente externo e as fraquezas identificadas no ambiente interno da AD Diper, representa o maior risco para o qual a instituição pode estar exposta ao cenário mais crítico. Nesse cenário, os diretores traçaram estratégias que tinham como objetivo minimizar perdas e impactos negativos que as fraquezas e ameaças podem causar. A ideia foi pensar em como minimizar os riscos e conter possíveis problemas.

Para o ambiente interno foram indicadas 90 variáveis para a categoria Força e 138 para a categoria Fraqueza. Foi possível observar que as variáveis apontadas na análise das diretorias para a categoria Fraqueza demonstram um reflexo das dificuldades para realização do trabalho, e que em muitos pontos se relacionam a necessidade de atualização dos processos internos adotados pela instituição, que sofreram mudanças ao longo dos anos com as mudanças de direcionadores estratégicos.

Para o ambiente externo foram indicadas 89 variáveis para a categoria Oportunidades e 90 para a categoria Ameaças. Questões relacionadas ao cenário político-econômico, nas esferas Federal, Estadual e Municipal, foram apontadas como fatores críticos no âmbito da atuação da AD Diper, pois impactam na percepção de segurança do investidor no Estado.

Uma vez realizado o levantamento dos riscos organizacionais, foram analisadas as principais ações para mitigar o risco de não atingimento das metas estabelecidas pela gestão da AD Diper para as suas diretorias. Mitigação provavelmente é a estratégia de gerenciamento de riscos mais utilizada nas instituições. A palavra “mitigar” significa atenuar, diminuir ou enfraquecer. Com isso, as ações de mitigação de riscos têm como objetivo diminuir o impacto e probabilidade de ameaças em um projeto a ser executado.

Assim, as ações definidas pela gestão da AD Diper visam integrar a estratégia geral da instituição e estão relacionadas à atualização do Manual de Gestão, à disseminação das mudanças trazidas pelas alterações na Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro (LINDB) e pela criação da Lei 13.303/2016, e à realização de ações voltadas à melhoria no ambiente de trabalho.

No caso específico, a atualização do Manual de Gestão, e por sua vez a revisão dos seus processos internos de forma alinhada à estratégia de atuação da AD Diper, permitirá que a

instituição possa treinar, organizar, orientar, facilitar, agilizar e uniformizar as ações necessárias para um Plano de Contingência às respostas de controle e combate às ocorrências anormais no que diz respeito à prevenção de riscos.

Os fluxos principais das atividades, os seus controles e gerenciamentos próprios da AD Diper podem ser exemplificados da seguinte forma:

- Concessão de Incentivos Fiscais de forma Direta: Nesse processo, onde se dá a primeira análise dos pleitos de incentivos fiscais no âmbito do Prodepe, uma equipe de analista faz as verificações cuidadosas de projeto a projeto. Existem dois pontos importantes de controle e gerenciamento desse processo, quais sejam: a análise conjunta com a Secretaria da Fazenda e a aprovação do Conselho Estadual de Políticas Industrial, Comercial e de Serviço (CONDIC);
- Concessão de Incentivos Fiscais de forma Indireta: dá-se pelo meio inicial de análise e deliberações técnicas nos projetos de engenharia, para consentir a execução das obras de infraestrutura das empresas requerentes de aporte financeiro, através de incentivos fiscais de crédito presumido de ICMS no âmbito do Programa de Incentivo a Infraestrutura - PROINFRA. — As obras de engenharia ficam limitadas a sua infraestrutura básica, e seu valor estimado já pactuado por meio do protocolo de intenções, homologado pelo Governo do Estado, conforme Decreto nº 44.650, de 30 de junho de 2017. A Diretoria de Infraestrutura/Gerência de Infraestrutura e Sustentabilidade realiza ações colegiadas com a empresa requerente do PROINFRA, para verificar cuidadosamente a exequibilidade, economicidade e compatibilização dos dados de projeto de engenharia voltado a infraestrutura básica, necessários para consolidação do masterplan total da empresa requerente, seja para a fase de implantação ou ampliação do empreendimento. Existem dois pontos importantes de controle e gerenciamento desse processo, quais sejam: a análise conjunta com a equipe técnica da empresa requerente; e após parecer técnico da Ágencia a aprovação final e publicação fica por parte da Secretaria da Fazenda, através de sua Diretoria de Beneficiamento Fiscal - DBF;
- Alienação de Áreas: Os contratos de alienação de áreas deverão conter duas figuras jurídicas importantes para o controle desse processo, o Fiscal e o Gestor. A gestão desse processo está sob a supervisão da Gerência de Controle Empresarial, onde deverão ser instadas as medidas preventivas e corretivas eventuais;
- Monitoramento dos Loteamentos: Os loteamentos de propriedade e gestão desta Agência possuem controle e monitoramento, com o objetivo de mitigar problemas e tomar ações de forma

mais célere. A Unidade de Controle, através da Diretoria de Atração de Investimentos/Gerência de Controle Empresarial, realiza visitas rotineiras verificando possíveis descompassos legais e administrativos. Assim como também, o trabalho efetivo do fiscal de cada loteamento e empresa é assíduo;

- Convênios e Patrocínios: Os convênios e patrocínios realizados por esta Agência deverão seguir fielmente o Regulamento de Contratações e a Política de Convênios. Além disso, para as Entidades sem fins econômicos, a eleição dos Projetos será feita através de editais de chamamento público, conferindo transparência, controle e objetividade dos parâmetros de seleção. No caso de pedidos de patrocínio, o projeto é submetido à análise da Comissão de Análise Técnica de Patrocínio – CATP e submetida ao crivo da Diretoria Colegiada da AD Diper, conforme regramentos previstos no Cap. IX do Regulamento de Contratação da AD Diper – versão 2019;
- Estratégia de Atuação Ambiental: A Agência tem como pilares da sua política ambiental reforçar a atuação nas questões socioambientais, averiguar junto aos órgãos ambientais a legislação vigente para compatibilização dos projetos em análise da Diretoria de Infraestrutura, e/ou acompanhados pela Diretoria de Atração de Investimentos, mitigando possíveis riscos ambientais e evitando multas descabíveis, contestações e processos, bem como fortalecer a imagem de empresa com boas práticas sustentáveis.

Ainda cabe o registro dos sistemas de controle, os quais são fundamentados em três sistemas digitais, que espelham o manual de gestão:

- 1) Sistema em processo de implantação que sistematiza todas as informações financeiras, contábeis e orçamentárias - ERP Sankhya;
- 2) Sistema de controle do fluxo documental da empresa, permitindo rastrear e medir todos os processos internos – SEI;
- 3) Sistema de gerenciamento de projetos, que sistematiza e controla automaticamente todos os prazos, gerando relatórios de controle adaptáveis.

Tais sistemas tornaram possível monitorar automaticamente todas as atividades da Agência. Isto trouxe transparência, flexibilidade, acessibilidade, uma vez que todos os dados são abertos para todos os funcionários e estarão permanentemente gravados. Este formato garante facilidade e continuidade de gestão, pois, com uma simples busca no sistema, pode-se encontrar

todo o histórico, com documentos, ações pendentes e prazos de conclusão.

No que diz respeito às atividades de Comercialização de Energia, cuja Coordenação Geral é vinculada à Diretoria da Presidência, as mesmas são desenvolvidas e monitoradas em plataformas digitais, garantindo formato, facilidade e continuidade de gestão. Essas plataformas de multiusuários disponibilizadas por organizações que atuam no setor elétrico nacional permitem a visibilidade das ações de Temas Materiais conforme:

- i) O Planejamento Energético – que avalia mensalmente os montantes da energia comprada e energia consumida para dimensionar adequadamente as sobras e eventuais déficits de energia. Este Tema Material impacta diretamente a ADDIPER , Órgãos Reguladores, Fornecedores de energia e clientes .
- ii) O impacto nas Mudanças Climáticas – a tipificação de fonte de energia comprada impacta diretamente a política ambiental da ADDIPER, e seguindo os princípios de sustentabilidade e incentivo ao uso e geração de energias renováveis adotados pelo Governo Estadual, toda a energia adquirida pela ADDIPER em 2019 foi 100% de fonte de natureza solar fotovoltaica e de unidades de geração localizadas no próprio Estado de Pernambuco. A partir deste princípio este tema apresenta impacto direto na AD Diper, Governo do Estado e Órgãos Ambientais vindo consolidar fortemente a política de redução de emissão de Gases de Efeito Estufa - GEE

4. ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS

A análise promovida neste ponto do Relatório de Sustentabilidade envolve parte do trabalho realizado pela Coordenação Geral de Relações Institucionais, ligada à Diretoria da Presidência, por meio de seus braços operacionais Coordenação de Comunicação Corporativa e Coordenação de Comunicação Digital, e da Gerência de Comunicação da Diretoria de Promoção da Economia Criativa. Objetiva resumir e criticar os resultados conquistados no ano de 2019, numa consolidação dos esforços de divulgação institucional empreendidos e as consequentes repercussões juntos aos seus públicos de relacionamento externo (stakeholders) mais expressivos, a saber: instituições intra e extra governamentais, imprensa, entre outros. No tocante aos stakeholders internos, a questão será abordada no item 8 deste documento.

Os pilares de atuação da Coordenação Geral foram pautados em **Gestão da imagem**

institucional, cujas atividades centrais são promover gestão da marca e reputações corporativas e apoiar as ações de relacionamento da AD Diper perante os públicos intra e extra governamentais, e **Gestão da informação e do conteúdo**, que tem como realizações a assessoria de imprensa e a comunicação digital e o apoio às ações de integração interna.

A fim de monitorar e corrigir os rumos dos trabalhos, foram estabelecidas metas por tarefas, a partir de abril de 2019, sendo cinco para a Comunicação Corporativa e sete para a Comunicação Digital. Desse modo, a taxa de sucesso da primeira foi de 68% e da segunda, de 82,1%.

O material toma como base dados quantitativos e qualitativos obtidos pelas notícias publicadas em jornais impressos, portais de internet e blogs, emissoras de TV e rádio, com foco na praça pernambucana e, quando cabível na regional e na nacional, sobre a AD Diper, seus agentes públicos e ações em geral.

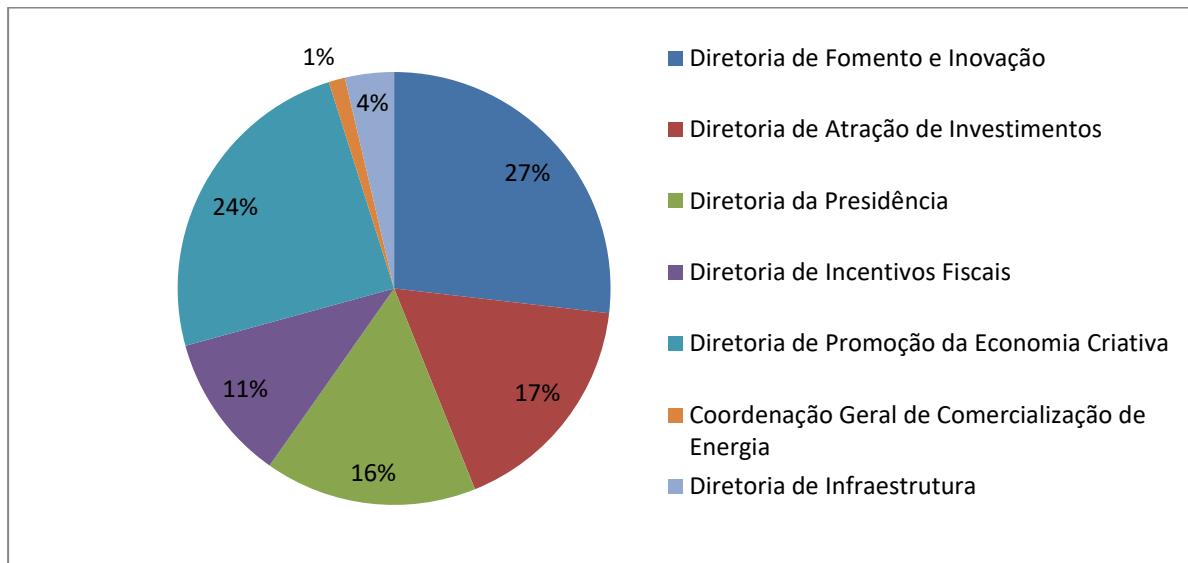
O balanço ora apresentado objetiva consolidar os esforços de divulgação institucional empreendidos mensalmente pela área, a partir dos seguintes elementos:

1. Produção de Releases/Notas/Aviso de Pauta
2. Assuntos veiculados em matérias e notas veiculadas
3. Entrevistas concedidas a rádio e televisão
4. Demandas da Imprensa
5. Qualidade da notícia
6. Evolução de Postagens Redes Sociais
7. Quantidade de seguidores/fãs

Em 2019, foram elaborados 106 materiais de divulgação à imprensa, nos formatos de releases, notas e aviso de pauta. O somatório geral contemplou 77 releases produzidos, 20 notas enviadas, sete avisos de pauta remetidos e duas foto legendas feitas ao longo do ano sobre a AD Diper.

Se for feita uma análise sobre os temas que originaram tais publicações, 82 assuntos

diferentes ao longo do ano, separando-os por diretorias, obteve-se a seguinte configuração:



Com 27% dos assuntos que geraram produção de releases e notas, a Diretoria de Fomento e Inovação destacou-se, fortemente, por conta dos dois programas lançados pela AD Diper em 2019: o Força Local, voltando ao fomento aos arranjos produtivos locais, e o Desenvolve.AI!, dedicado a selecionar empresas que receberão um time de especialistas em tecnologia com a missão de ajudar a resolver desafios e apoiar na transformação digital dessas empresas, buscando melhorar sua competitividade no mercado.

A Diretoria de Promoção da Economia Criativa também obteve importante destaque no ano com 24% de alcance com a produção de releases e notas. Entre os destaques, os Centros de Artesanato de Pernambuco (Recife e Bezerros) e as programações do Mercado Eufrásio Barbosa, além do Teatro Fernando Santa Cruz, dentro do equipamento. É preciso destacar, também, que a DPEC, durante a realização da Fenearte, contrata uma assessoria de imprensa dedicada ao evento, cabendo à sua Gerência de Comunicação a exploração dos demais temas relacionados a essa área perante os veículos de comunicação. Para efeitos desse relatório, não foram considerados os assuntos abordados por esse contrato no tocante ao ponto ora analisado: rendimento de assuntos por diretoria.

Atração de Investimentos gerou 17% das pautas, seguida da Presidência, com 16%, e Incentivos Fiscais, com 11%. É oportuno destacar que as três diretorias tem assuntos que, no geral, perpassam entre si. Daí, as três áreas acabaram sendo, juntas, o carro-chefe da geração de pautas em 2019.

Ainda mencionam-se os assuntos abordados pela Diretoria de Infraestrutura, com 4% dos temas trabalhados no ano e a Coordenação Geral de Comercialização de Energia, que contabilizou 1% do somatório.

Ao de 2019, obteve-se, por exemplo, espaço para veiculações de notícias relacionadas à instalação do Centro de Distribuição da Amazon e da implantação do frigorífico da Masterboi, à instalação da fábrica da Ypê em Itapissuma. Também houve espaço para a instalação da Câmara Setorial Têxtil em Caruaru, a divulgação da lista de aprovados no Programa Força Local, a reabertura do Teatro Santa Cruz e outros temas, como os encontros com fornecedores locais e empresas que estão se instalando em Pernambuco.

Especificamente sobre o primeiro semestre do ano, o tema mais abordado pelos veículos foi o I Festival de Cerveja Artesanal de Mercado. Já o segundo lugar ficou com as realizações do 104º e do 105º Condic.

No segundo semestre o tema mais abordado foi a chegada da Amazon em Pernambuco. Outros anúncios importantes como a instalação das fábricas da Ypê e Masterboi também ganharam boa repercussão.

Diante de tais esforços, foram publicadas 516 notícias envolvendo a AD Diper, sendo 167 na mídia impressa (32%), 212 no meio digital (41%), abrangendo blogs e portais, e 23 em TV e rádios.

Plataforma	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Impresso	13	10	6	7	6	8	12	16	14	30	19	26	167
Online	5	12	5	9	4	2	7	17	5	56	38	52	212
TV	4	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	3	11
Rádio	4	0	0	2	5	2	4	2	2	5	23	77	126
Total	26	23	11	19	15	12	24	36	21	91	80	158	516

Nas TVs, as 11 notícias mencionaram, por exemplo, a futura instalação da Ypê e da Amazon em Pernambuco e formalização da Câmara Setorial Têxtil e Confecções em Caruaru. Já as 12

obtidas em rádios tiveram como foco, por exemplo, o prazo de envio das propostas para a inscrição do chamamento público do programa Força Local; o início das obras do Loteamento Empresarial de Limoeiro e lançamento do programa Desenvolve.AI! Vale destacar que as publicações obtidas nos veículos online reproduziram praticamente os mesmos assuntos citados nas outras mídias.

Some-se a isso a 511 publicações obtidas pela assessoria de mídia contratada exclusivamente para cobrir a Fenearte, de janeiro a julho. No caso da Fenearte, foram 76 matérias (14,8%) veiculadas em rádios e 64 em TV (12,5%); 126 inserções nos veículos impressos (24,6%) e 245 nos canais online (47,9%).

Assim, o ano de 2019 foi fechado com 1.027 notícias publicadas sobre a AD Diper, como um todo.

Veículo	Número de publicações
Rádio	202
TV	75
Impresso	293
Online	457
TOTAL	1.027

Em termos de demandas espontâneas da imprensa em relação aos serviços prestados pela AD Diper, um fato curioso: ao longo do ano foram recebidos 12 contatos específicos de veículos, excluindo-se, naturalmente, os relacionados diretamente à Fenearte, cuja dinâmica é completamente diferente do cotidiano.

Registra-se que tal comportamento das mídias pode estar relacionado diretamente à produtividade elevada de materiais de interesse, que é uma característica há muito consolidada da Comunicação da AD Diper, bem como à realidade bastante enxuta das redações na atualidade.

Prova de tais hipóteses estão no fato de que a qualidade das publicações conquistadas é significativamente positiva, com 86,5% de registros favoráveis no primeiro semestre; 10,25% negativos e 3,25% neutros. No segundo semestre, foram 99,8% de notícias positivas e nenhuma

negativa.

As matérias foram classificadas pelo seu conteúdo, se positivo ou adverso, sob a ótica do público.

Positiva: Se o texto relata fatos ou situações que possam ser entendidos como positivos para a AD Diper ou que gerem um ambiente favorável. Se for fruto do trabalho da assessoria de comunicação e a matéria relatar o que foi pretendido. O mesmo critério será aplicado às notas em colunas.

Negativa: Se a notícia relata algo que desgrade o público ou ainda que remeta a algum ambiente adverso. O critério será aplicado aos comentários e notas de colunistas, com atenção a ironias.

Neutra: Quando citam a AD Diper ou ação vinculada à Agência em segundo plano.

No caso da Fenearte, houve a notificação de apenas duas notícias em tom crítico, sendo uma relacionada diretamente à Secretaria de Turismo e outra sobre acessibilidade. Em termos da AD Diper como um todo, as queixas expressas pela mídia diziam respeito ao distrito industrial de Petrolina.

Acerca da performance obtidas nas redes sociais, a evolução das postagens ficou assim configurada, somente em se tratando do perfil @addiper:

Plataforma	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Facebook	13	17	30	36	16	25	25	18	15	21	20	19	255
Twitter	2	18	23	30	16	31	27	25	27	29	20	14	262
Instagram	14	32	74	122	105	107	187	187	160	100	128	248	1.464
Site	2	13	19	15	17	18	11	12	8	4	7	9	135
Total	31	80	146	203	154	181	250	242	210	154	175	290	2.116

Em termos de quantidade de seguidores/fãs, os esforços empreendidos nos perfis da AD Diper geraram crescimento médio de 26,65% nas três redes onde temos perfis. De forma isolada, o Instagram teve a maior conquista, com alta de 61%, seguida pelo Twitter, com 15,07%.

Plataforma	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	%
Facebook	4.324	4313	4.335	4.357	4.378	4.387	4.404	4.405	4.425	4.436	4.441	4.496	3,9%
Twitter	504	-	-	-	-	535	538	542	547	547	563	580	15,07%
Instagram	1.308	-	-	-	-	1.598	1.647	1.739	1.850	1.974	1.985	2.106	61%
Total	6.136	-	-	-	-	6.520	6.577	6.673	6.822	7.001	6.989	7.182	26,65%

Em síntese, acreditamos que a obtenção dos resultados acima detalhados estimulou o relacionamento da AD Diper com seus principais stakeholders, a julgar pelos assuntos abordados e alcance de registros positivos acerca da agência em percentuais elevados, no sentido de colaborar ainda mais com a melhoria da imagem, da informação e do conteúdo institucionais.

5. PERFIL DO RELATÓRIO

O presente Relatório de Sustentabilidade tem periodicidade anual, tendo o documento anterior, relativo ao ano de 2018, formulado em maio de 2019.

Em caso de pedidos de esclarecimentos de dúvidas sobre seu conteúdo, os questionamentos podem ser encaminhados aos e-mails addiper@addiper.pe.gov.br e ouvidoria@addiper.pe.gov.br.

Destaca-se que o documento em questão teve aprovação do Conselho de Administração da Agência, enquanto instância superior de governança. Não houve submissão à verificação de empresa externa acerca de seu conteúdo.

Estrutura de governança

A estrutura de governança corporativa da AD Diper é composta pela Assembleia Geral de Acionistas, Conselhos de Administração e Fiscal, Diretorias e Ouvidoria.

Com base na Lei das Sociedades por Ações e dispositivos estatutários, ao Conselho de Administração compete decidir sobre os assuntos que julgar convenientes à boa administração da AD Diper, dentre as quais:

- I.Fixar a orientação geral dos negócios da AD Diper;
- II.Eleger e destituir os Diretores da AD Diper e o Superintendente Jurídico e fixar-lhes as remunerações e atribuições, observado o que a respeito dispuser este Estatuto;
- III.Fiscalizar a gestão dos diretores, examinar, a qualquer tempo, os livros e papéis da AD Diper, solicitar informações sobre contratos celebrados ou em via de celebração, e quaisquer outros atos;
- IV.Convocar as Assembleias Gerais quando julgar conveniente, através de seu Presidente ou pela maioria de seus membros;
- V.Manifestar-se sobre relatórios de administração e as contas da Diretoria;
- VI.Manifestar-se sobre o aumento do quantitativo de pessoal próprio, a concessão de benefícios e vantagens, a revisão de planos de cargos, salários e carreiras, inclusive a alteração de valores pagos a título de remuneração de cargos comissionados ou de livre provimento e remuneração de dirigentes, quando for o caso;
- VII.Aprovar o plano estratégico, bem como os respectivos planos plurianuais e programas anuais de dispêndios e de investimentos;
- VIII.Propor limites máximos de dispêndios globais a serem realizados semestralmente, tendo em vista a disponibilidade do orçamento, a capacidade de endividamento do Estado e a geração de recursos pela AD Diper; XII. propor controle do endividamento interno e externo, inclusive através do Mercado de Capitais;
- IX.Opinar previamente sobre toda e qualquer operação de crédito ou financiamento em que seja contratante a empresa pública ou sociedade de economia mista;
- X.Exercer outras atribuições que lhe sejam conferidas pelas Assembleias, bem como decidir sobre os casos omissos; e
- XI.Implementar e supervisionar os sistemas de gestão de riscos e de controle interno estabelecidos para a prevenção e mitigação dos principais riscos a que esta exposta a AD Diper,

inclusive os riscos relacionados a integridade das informações contábeis e financeiras e os relacionados a ocorrência de corrupção e fraude, inclusive, com a elaboração e divulgação de Código de Conduta e Ética.

O Conselho de Administração, órgão de deliberação colegiada, é constituído por:

- I – 01 (um) representante do Acionista Majoritário;
- II – 01 (um) representante dos Acionistas Minoritários;
- III – 01 (um) membro independente;
- IV – 04 (quatro) membros de livre escolha da Assembleia Geral.

O Presidente do Conselho de Administração é eleito pela maioria dos presentes na Assembleia Geral que inaugura cada mandato.

No que se refere à Diretoria, a AD Diper esteve assim composta em 2019: Diretoria da Presidência; Diretoria de Fomento e Inovação; Diretoria de Incentivos Fiscais; Diretoria de Gestão; Diretoria de Atração de Investimentos; Diretoria de Infraestrutura e Diretoria de Promoção da Economia Criativa, cujas competências estão descritas no Estatuto Social da Agência.

A Agência conta ainda com Conselho Fiscal, funcionando de forma permanente, sendo composto por 03 (três) membros efetivos e de igual número de suplentes, sendo 1 (um) conselheiro e seu respectivo suplente indicados pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de Pernambuco e os demais eleitos pela Assembleia Geral. Os membros do Conselho Fiscal terão mandato de até dois anos, permitidas até duas reconduções consecutivas. O Conselho Fiscal contará com pelo menos 1 (um) membro indicado pelo ente controlador, que deverá ser servidor público com vínculo permanente com a administração pública.

Tendo em vista que a AD Diper faz parte da estrutura da administração indireta da Administração de Pernambuco, ainda que na condição de ente independente dos recursos do tesouro estadual, os salários e remuneração são atraídas àquelas fixadas pelo chefe do Poder Executivo, de forma que as políticas e os processos adotados seguem à determinações maiores, bem como eventuais opiniões dos stakeholders não são levadas em conta para determinação de remuneração aplicada ao mais alto órgão de governança, para tipos de remuneração como:

Salário fixo e remuneração variável, Remuneração baseada no desempenho, Remuneração baseada em ações, Bônus, Benefícios de aposentadoria etc.

Não há de se falar também de como os critérios de desempenho da política de remuneração aplicam-se aos objetivos econômicos, ambientais e sociais, dado que tal vinculação não existe.

6. ÉTICA E INTEGRIDADE

Como forma de transparência, credibilidade, confiabilidade, sigilosidade e relacionamento com clientes e sociedade civil, a AD Diper possui institucionalizada a Ouvidoria, que foi criada através da Portaria SDEC nº 21/2009 em 04 de setembro de 2009. Por meio de sua Ouvidoria, a Agência consegue se fazer presente e disponível para o público em eventos como a Fenearte e nos Centros de Artesanato em Recife e em Bezerros, hoje, o trabalho da Ouvidoria também é destaque na sede da própria Agência.

A Ouvidoria oferece um espaço independente e autônomo para que as partes interessadas possam comunicar preocupações em torno de comportamentos não éticos, incompatíveis com a legislação, que deponham contra a integridade organizacional ou qualquer outro tipo deirregularidade.

O trabalho desenvolvido pela Ouvidoria passou a ser legitimado internamente, com grande capilaridade em todas as áreas e níveis da empresa. Através de reuniões mensais de monitoramento, são verificadas críticas, sugestões, elogios, denúncias e identificadas oportunidades de melhoria dentro dos processos internos e no atendimento ao público.

Além de outras previstas na legislação, constituem atribuições da Ouvidoria:

I – atender, registrar, instruir, analisar e dar tratamento formal e adequado às demandas da população;

II – prestar esclarecimentos aos demandantes acerca do andamento das demandas, informando o prazo previsto para resposta;

III – encaminhar resposta conclusiva para a demanda do prazo previsto;

IV – propor ao Conselho de Administração medidas corretivas ou de aprimoramento dos procedimentos e rotinas da instituição e mantê-lo informado sobre os problemas e deficiências detectados no cumprimento de suas atribuições e sobre o resultado das medidas adotadas pelos administradores da instituição para solucioná-los;

V – elaborar e encaminhar ao Conselho de Administração, ao final de cada semestre, relatório quantitativo e qualitativo acerca das atividades desenvolvidas pela Ouvidoria no cumprimento de suas atribuições.

Por fim, a Agência dispõe de Canais de Atendimento Presencial, Virtual e Telefônico, utilizando os recursos das Redes Sociais, Agência Virtual e atendimento presencial personalizado. Quaisquer dúvidas ou contribuições podem ser encaminhadas para o e-mail ouvidoria@addiper.pe.gov.br ou registradas por meio do formulário eletrônico disponível no site www.addiper.pe.gov.br.

Pode ser destacado ainda o Código de Ética, Conduta e Integridade da AD Diper é um instrumento orientador da conduta profissional de todos os seus colaboradores, norteando o relacionamento com colegas de trabalho e demais públicos de interesse.

O Código aplica-se aos diretores, aos membros dos Conselhos de Administração e Fiscal, aos servidores, estagiários, aprendizes, terceirizados da AD Diper e aqueles que exerçam mandato, ainda que transitoriamente e sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo. Também se aplicam os presentes padrões de conduta, código de ética e políticas de integridade aos terceiros, tais como, fornecedores, prestadores de serviço, agentes intermediários e associados da AD Diper.

Sua construção se deu a partir da nomeação de um conselho de ética, composto por representantes de diversas diretorias da AD Diper, que analisou e levou em consideração os códigos de ética de outras instituições e literaturas sobre o tema.

Todos os colaboradores de AD Diper têm a obrigação de conhecer e cumprir o Código e de contribuir para a sua implementação, incluindo a comunicação ao Conselho de Ética de qualquer descumprimento deste, ou fato que possa se assemelhar a tanto, do qual tiverem conhecimento, e deverão participar de todas as ações de treinamento às quais forem convocados para o conhecimento do Código.

O Código de Ética, Conduta e Integridade desta estatal tem as seguintes diretrizes:

- I. Estabelecer os princípios e valores norteadores das relações institucionais e interpessoais a fim de estimular um ambiente de trabalho sadio, organizado e harmonioso, propício ao bem-estar de todos os colaboradores da empresa visando ao alcance da sua missão;
- II. Orientar, de forma simples e direta, a conduta esperada dos colaboradores e demais integrantes, bem como daqueles que, direta ou indiretamente, relacionem-se com a AD Diper;
- III. Criar mecanismo de consulta prévia, destinado a esclarecer eventuais dúvidas quanto ao comportamento ético-profissional;
- IV. Respaldar a conduta que esteja de acordo com as normas estabelecidas neste Código, possibilitando preservar a imagem e a reputação dos profissionais.
- V. Favorecer a adoção de padrão ético de transparência relativo às atividades desenvolvidas na AD Diper;
- VI. Prevenir conflitos de interesse, principalmente entre interesses particulares e o dever funcional dos colaboradores, de modo a garantir a isenção e evitar desvios no cumprimento das obrigações e responsabilidades;
- VII. Subsidiar o Conselho de Ética no esclarecimento de dúvidas acerca da conformidade da conduta do colaborador com os princípios e normas tratados neste Código.

Desse modo, tem-se que a AD Diper valoriza a ética e a integridade como forma de aprimorar comportamentos, atitudes e ações, fundamentando suas relações nos princípios da justiça, honestidade, democracia, cooperação, disciplina, governança, sustentabilidade, compromisso, confiança, civilidade, transparência, profissionalismo, igualdade e respeito.

Link da ouvidoria → <http://www.addiper.pe.gov.br/index.php/ouvidoria/formulario-da-ouvidoria/>
Código de Ética, Conduta e Integridade → <http://www.addiper.pe.gov.br/wp-content/uploads/2018/07/03-CODIGO-DE-ETICA-CONDUTA-E-INTEGRIDADE1.pdf>

7. GESTÃO E RESULTADOS ECONÔMICOS

Em 2019, conforme dados da Diretoria de Gestão/ Coordenação de Contabilidade, a AD Diper registrou um prejuízo de R\$ 5.882.713,00, comparado ao lucro de R\$ 2.621.588,00 em 2018. A redução é atribuída a elevação de investimentos realizados na área de infraestrutura e apropriação de convênios e patrocínios, assim como no reconhecimento da despesa com pessoal e provisões de contigências.

Em relação ao Fluxo de Caixa, a AD Diper gerou em 2019, R\$ 11.806.915 no disponível. Viabilizando a elavação dos investimentos e quitação da remuneração do Capital de Terceiros.

	EXERCÍCIO FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE	
	2019	2018
RECEITA	60.334.869	61.959.737
Vendas de Mercadorias, produtos e serviços	60.334.869	61.959.737
INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS	-30.947.426	-28.070.440
Custo das Mercadorias e serviços vendidos	-21.452.530	-19.275.892
Materiais, energia, serviços de terceiros	-9.494.897	-8.794.548
VALOR ADICIONADO BRUTO	29.387.443	33.889.297
RETENÇÕES	-368.809	-351.094
Depreciação, amortização e exaustão	-368.809	-351.094
VALOR ADICIONADO LÍQUIDO	29.018.634	33.538.203
VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA	2.852.250	2.419.511
Receitas Financeiras	2.852.250	2.419.511
VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR	31.870.884	35.957.713
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	31.870.884	35.957.713
Remuneração do Trabalho (Pessoal e Encargos)	19.352.201	14.759.130
Remuneração do Governo (Impostos, taxas e contribuições)	11.822.542	12.280.816
Remuneração do Capital de Terceiros (Juros, aluguéis, etc.)	6.578.854	6.296.178
Remuneração Retida - Lucro/Prejuízo do Exercício	-5.882.713	2.621.588

A energia comprada em 2019 representou R\$ 5.064.141,66, e considerando toda a energia vendida no ano, a receita econômica acumulou R\$ 4.781.246,68. Apresentando assim um resultado líquido negativo de R\$ 282.894,98 .

Este resultado se deveu pelo nível de exposição ao mercado de liquidação das sobras de energia, que em 2019 alcançou o índice de 53,55%. Este índice é calculado pela razão do volume acumulado de energia que foi liquidada como sobras mensais e o total de energia comprada. Neste ano de 2019 houve uma pequena redução do consumo de energia da EMPETUR-CECON, nosso consumidor direto que lastreia a venda, e consequentemente aumentou o montante de sobras de energia.

Além disso, outro fator que impactou o resultado anual foi o comportamento do Preço de Liquidação das Diferenças – PLD em 2019 (R\$ 167,00 por MWh), que é estabelecido pela Câmara de Comercialização de Energia – CCEE, e foi 60,97% daquele ocorrido em 2018 (R\$ 273,90 por MWh), apesar de termos realizada a liquidação das sobras pelo preço médio de R\$ 208,08 por MWh, ou seja, 24,6% acima do preço praticado pelo Mercado Livre.

A mitigação dessa exposição é uma das metas definidas para 2020, propondo a ampliação das vendas lastreadas a Unidades Consumidoras do Governo e a outras Unidades particulares como vetor de atratividade a empreendimentos instalados ou a serem implantados no Estado, com base na energia comprada como resultado do Leilão promovido pelo Governo do Estado em Dezembro de 2012 e adicionalmente promovendo novos Leilões de compra a preços mais competitivos, mantendo a prática de incentivo ao uso e geração de energias renováveis no Estado.

8. ESPONSABILIDADE SOCIAL E COM O MEIO AMBIENTE

Saúde e Segurança:

As ações voltadas à qualidade de vida e a prevenção da saúde no ambiente corporativo estiveram focadas em conscientizar os colaboradores no cuidado com a saúde de forma que sejam realizadas consultas preventivas, controles alimentares, incentivos à prática de exercícios. A AD Diper disponibilizou serviços de enfermagem para que os funcionários recebessem orientações,

acompanhamentos, e encaminhamentos, A AD Diper disponibilizou aos seus colaboradores, quinzenalmente, atendimento de enfermagem, ocasião em que são realizadas palestras tais como Controle da obesidade, malefícios do tabagismo, efeitos da boa alimentação, dentre outras. Foi disponibilizado também, quinzenalmente, atendimento psicológico.

Satisfação do cliente:

Em 2019, a AD Diper não realizou pesquisas de satisfação, seja entre seus clientes internos ou mesmo entre seus públicos de relacionamento externo.

Entretanto, conforme detalhado na parte 4 deste relatório, ao longo de 2019 a AD Diper obteve presença na mídia, setor que reflete fortemente a opinião pública, de forma positiva, com 86,5% de registros favoráveis no primeiro semestre; 10,25% negativos e 3,25% neutros. No segundo semestre, foram 99,8% de notícias positivas e nenhuma negativa.

Sustentabilidade:

A Política de Sustentabilidade da AD Diper tem por base estabelecer objetivos, diretrizes e responsabilidades para a gestão das atividades de sustentabilidade social e ambiental nesta sociedade de economia mista, refletindo seu compromisso na adoção de práticas em benefício da sociedade e do meio ambiente.

Por meio da referida política, a AD Diper busca incorporar diretrizes de gestão socioambientais a fim de manter a confiança em todos os níveis da organização e garantir a salvaguarda dos interesses dos acionistas, parceiros, colaboradores e da sociedade em geral.

A ação institucional da estatal é voltada para:

I- Estabelecer procedimentos e medidas visando ao uso racional e à ecoeficiência dos recursos utilizados nas infraestruturas e nos processos de trabalho da Agência, considerando requisitos de sustentabilidade nas instalações e atividades administrativas, visando à preservação do meio ambiente.

II- Incorporar a temática socioambiental no planejamento estratégico desta Agência, nas estratégias de negócios e nos processos de trabalho da Instituição.

III- Seguir, em sua estratégia de investimentos e de seleção de fornecedores, os artigos relacionados à responsabilidade socioambiental constantes do Código de Ética e Conduta e Integridade desta Agência.

IV- Incluir nos termos de parcerias, acordos, convênios e contratos com fornecedores, cláusula específica explicitando o combate ao trabalho infantil, ao trabalho adolescente (salvo na condição de aprendiz) e na condição análoga a de escravo, ao proveito criminoso da prostituição e aos danos ao meio ambiente.

V- Promover um ambiente de trabalho inclusivo com igualdade de oportunidades.

A AD Diper vem atuando em conformidade com os objetivos estratégicos do Estado e foco na Inovação, Produtividade e Sustentabilidade, viabilizando o uso de energias renováveis em unidades consumidoras da gestão estadual.

Foi qualificada pela Agência Reguladora Nacional de Energia Elétrica – ANEEL, e pela Câmara de Comercialização de Energia Elétrica – CCEE em Novembro de 2014, sendo classificada na categoria de Comercializadora de Energia Elétrica para atuar como agente do Mercado Livre de Energia nacional.

É a responsável pela compra da energia solar gerada pelo Parque de Tacaratu, vencedor do Leilão de Energia promovido pelo Estado e realizado em dezembro de 2013. Desenvolve todas as atividades de gestão e venda dessa energia de fonte renovável para o consumo por equipamentos públicos do Estado atendendo o que está disposto no artigo 5º -A da Lei nº 14.666, de 18 de maio de 2012 e no parágrafo 2º do artigo 3º do Decreto nº 45.330 de 23 de novembro de 2017.

Em junho de 2016, promoveu a migração para o mercado livre do Centro de Convenções de Pernambuco – CECON da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR. A partir daí, o gerenciamento e monitoramento do consumo e o atendimento às necessidades de energia do CECON passaram a ser de responsabilidade da AD Diper. Toda a energia consumida pelo CECON é renovável e 100% de fonte Solar, sendo atendida integralmente pela AD Diper.

Concomitantemente, a Agência promove ações indutoras de averiguação prévia e contínua nos projetos industriais, que são protocolados na mesma com a concessão de incentivos fiscais

pelo Governo do Estado, através do protocolo de Intenção homologado pelo Governador.

As ações de averiguação dos projetos consistem em reanalisar os projetos apresentados e proceder ajustes necessários para que o mesmo atenda as boas práticas e as exigências e normativas municipais, estaduais e federais vigentes nos órgãos, tais como Secretarias Municipais de Meio Ambiente de PE, CPRH, SEMA, CONDEPE/FIDEM, DER-PE, APAC, IBAMA, DNIT, ANM, CPRM, SPU e outros, com o viés de assegurar a preservação e manutenção do parcelamento e uso do solo de forma sustentável e ambientalmente exequível.

De forma prática a Agência, através da sua Diretoria de Infraestrutura, acompanha, mediante determinação da Presidência e/ou por meio de solicitação da DAI, todos os projetos que são protocolados na mesma e que tem em seu requerimento a concessão de incentivos fiscais. O presente procedimento técnico-administrativo tem o propósito de assegurar que o projeto em fase de implantação e/ou ampliação estará atendendo os preceitos de segurança da fauna, flora e das substâncias minerais no subsolo, interferidos pelo masterplan do empreendimento protocolado, assim como promover a acessibilidade socioambiental do bioma com a infraestrutura já disposta *In Loco* da cidade prospectada para a operacionalização do empreendimento.

No ano de 2019 a DI acompanhou mais de 14 (quatorze) projetos de relevância estratégica para o Governo Estadual, todos abrangearam mais de R\$ 50 milhões em obras, serviços e ações de mitigação para a infraestrutura dos empreendimentos.

A Coordenação de Comercialização de Energia tem em sua área de atuação, clientes em abrangência territorial nacional, em conformidade com a autorização obtida pelos órgãos reguladores e autorizativos. Entretanto faz prevalecer que a energia adquirida/comprada seja de fonte renovável e de empreendimentos instalados no Estado de Pernambuco.

A promoção e o incentivo ao consumo de energias renováveis inicia-se com o atendimento a Unidades Consumidoras do Governo do Estado. O início concretizou-se em junho de 2016 com a migração ao mercado livre de energia da unidade Centro de Convenções de Pernambuco - CECON, da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR, mantendo-se até dezembro de 2019 a integralidade do atendimento energético com energia renovável e 100% de fonte solar gerada dos Parques Fontes Solar I e II localizados em Tacaratu – Pernambuco.

No ano de 2019, o montante de energia fornecida ao CECON totalizou 6.932.070,60 kWh, equivalendo a um consumo mensal médio de 577.672,55 kWh, representando um crescimento de

6,27% em relação ao realizado em 2018.

A gestão adequada desse consumo, além de promover o uso de energia renovável, trouxe também economia para o Governo. Comparando-se os valores anuais das despesas com energia desse equipamento no Ambiente de Consumo Livre – ACL, com os valores anuais se o mesmo estivesse permanecido no Mercado Cativo, isto é, atendido integralmente pela Concessionária local, obtemos uma significativa economia de R\$ 738.031,85, o que representa uma redução de 16,48% nas despesas com energia para este equipamento público. A economia acumulada no período de junho de 2016 a dezembro de 2019, período no qual o CECON está no ACL, no item de despesas com energia totaliza R\$ 2.758.148,60 ou 17,93% .

Toda a energia comercializada no ACL pela AD Diper é renovável e 100% de fonte Solar, e em 2019 totalizou 15.170,03 MWh.

Gases de efeito estufa

Apesar da AD Diper ainda não elaborar e publicar inventários de emissões de gases do efeito estufa – GEE, adotou-se orientações do Programa Brasileiro GHG Protocol, ferramenta utilizada para entender, quantificar e gerenciar emissões de GEE e considera-se que a aquisição de Energia Elétrica se enquadra em uma das três categorias de emissões de gases de efeito estufa (GEE) de relato de Escopo 2.

Como referência para o fator de emissão foram utilizados os fatores mensais do Sistema Interligado Nacional (FE-SIN), determinados e publicados pela Empresa de Pesquisa Energética – EPE.

Estes considerandos remetem:

- i. para o consumo do CECON em 2019, 6.932,0706 MWh, tendo sido atendido em 100% de energia renovável de fonte Solar, foi evitada a emissão de 507,8919 tCO₂ ou equivalente ao plantio compensatório de 3.626 árvores.
- ii. a energia comercializada pela ADDIPER em 2019 evitou a emissão de 1.155,1054 tCO₂ ou promoveu equivalentemente ao plantio compensatório de 8.246 árvores .

Selo Solar

Para que as empresas possam ser reconhecidas pelos seus consumidores, o Instituto para o

Desenvolvimento de Energias Alternativas para a América Latina (Ideal) e a Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE) lançaram o Selo Solar, com o apoio da Cooperação Alemã para o Desenvolvimento Sustentável por meio da Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH e do Banco Alemão de Desenvolvimento (KfW).

O Selo Solar passou por algumas atualizações em 2018, mas se consolida como uma importante certificação do setor fotovoltaico. A AD Diper, pela sua atividade de comercializadora de energia no mercado livre, submeteu ao Instituto IDEAL as características da fonte que fornece a energia contratada, no caso as Usinas Fontes Solar I e II, em Tacaratu, e as condições contratuais em relação ao montante de energia e prazos de fornecimento com a geradora. Após competente análise, o **IDEAL autorizou a comercializadora AD Diper a fazer uso do Selo Solar na categoria Mercado Livre para divulgar os seus produtos, energia solar**, e se mantém. Possibilitando o direito aos consumidores adquirentes da sua energia comercializada obterem o **Selo Solar**.



Por meio da:

