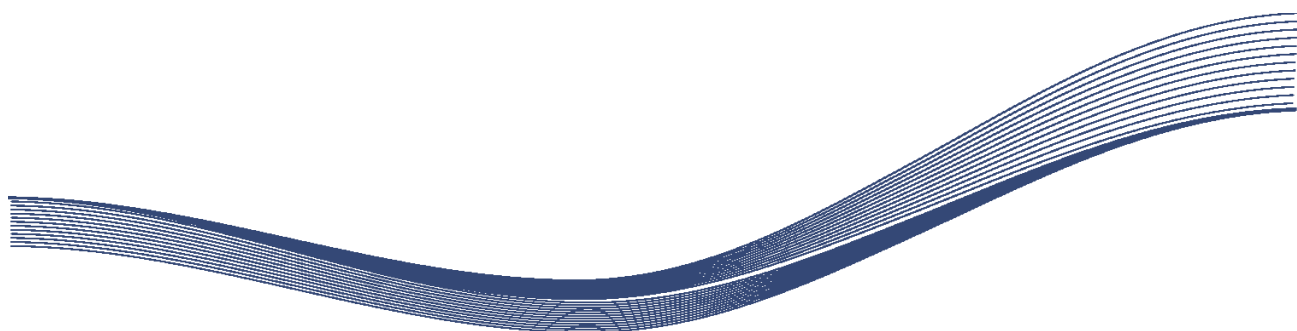


Copergás

GÁS NATURAL. ENERGIA LIMPA.



ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO (ELP)

2019-2023

NOVEMBRO/2018

PLANO PLURIANUAL DA COPERGÁS – CICLO 2019-2023

A lei federal de nº 13.303, de 30 de junho de 2016 que dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, tornou obrigatória a apresentação anual das conclusões da análise da gestão no tocante ao atendimento das metas e resultados na execução do Plano de Negócios Anual e da Estratégia de Longo Prazo.

A Estratégia de Longo Prazo constitui, portanto, um dos requisitos de transparência indicados pela Lei das Estatais, sendo prevista especificamente no seu artigo 23º, § 1º, inc. II, em seção que trata desta e outras responsabilidades da Diretoria.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1. DADOS GERAIS DA EMPRESA	2
2. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL	3
2.1. MISSÃO, VISÃO E VALORES DA COPERGÁS	3
3. OBJETIVOS E INDICADORES	4
3.1. OBJETIVOS E INDICADORES PRIORITÁRIOS PARA O CICLO PLURIANUAL	4
4. METAS GLOBAIS PARA O CICLO PLURIANUAL	5
5. INICIATIVAS ESTRATÉGICAS	6
5.1. PLANO DE INVESTIMENTOS 2019-2023	6
5.2. PROJETOS DE EXPANSÃO	7
5.3. PROJETOS DE SATURAÇÃO	9
6. ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA DOS PROJETOS DE INVESTIMENTO	10
7. PROJEÇÕES GERAIS DE RESULTADOS	11
7.1. PROJEÇÃO GERAL DE RESULTADOS: CENÁRIO MAIS PROVÁVEL	11
8. RISCOS E OPORTUNIDADES CONSIDERADOS	12
9. CONSIDERAÇÕES SOBRE A FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA PARA O CICLO 2019-2023	13
9.1. CONSIDERAÇÕES SOBRE DESEMPENHO OPERACIONAL	13

INTRODUÇÃO

Este plano plurianual formaliza a Estratégia de Longo Prazo (ELP) da Copergás para o horizonte de cinco anos (2019-2023) atendendo à exigência definida no Art.23º, § 1º, inc. II da Lei nº 13.303/16.

Neste plano estão definidas as estratégias para alcançar a sua Visão de futuro, além do estabelecimento de metas, iniciativas, análise de riscos e oportunidades visualizados no horizonte considerado.

Compõe o presente documento:

- A identidade fundamental da Companhia: Missão, Visão e Valores;
- Os objetivos estratégicos da empresa;
- As Iniciativas Estratégicas;
- As projeções para os principais indicadores financeiros e de mercado considerando o ciclo 2019-2023;
- Principais riscos e oportunidades considerados.

A atualização incremental desta Estratégia ocorrerá anualmente e sempre de forma antecipada ao início da atualização do orçamento. As incrementações referidas neste parágrafo se justificam pela necessidade de adequar em cada exercício a estratégia de atuação da empresa para atendimento das novas demandas provenientes da própria dinâmica do mercado e do contexto de desenvolvimento do Estado de Pernambuco.

Os desdobramentos desta ELP resultarão nos planos relativos aos exercícios anuais, denominado pela lei como Plano de Negócios Anual (PNA), e estes, por sua vez, serão oportunamente apresentados pela Copergás dentro de cada exercício ao qual se refere.

1. DADOS GERAIS DA EMPRESA

Razão Social	Companhia Pernambucana de Gás COPERGÁS
Endereço Completo	Empresarial Ítalo Brasil Renda – Avenida Conselheiro Aguiar, 1748. Boa Viagem. Recife-PE. CEP: 51011-000
CNPJ	41.025.313/0001-81
Inscrição Estadual	01909304-7
Natureza Jurídica	Sociedade de Economia Mista
Acionistas	Governo do Estado de Pernambuco Mitsui Gás e Energia Gaspetro
Contrato de Concessão	Contrato de Concessão iniciado em 05/11/1992 tem por objeto a exploração industrial, comercial, institucional e residencial dos serviços de gás canalizado no Estado de Pernambuco. Prazo da Concessão: 50 anos (05/11/1992 a 05/11/2042) .
Objeto Social	Segundo o Art. 3º do Estatuto Social da Copergás, a Companhia tem por objeto: I - promover a aquisição, armazenamento, distribuição e comercialização de gás combustível, de acordo com a evolução tecnológica, o desenvolvimento econômico e as necessidades sociais, integrando-se com as demais fontes de energia; II - exercer atividades correlatas a sua finalidade principal, especialmente execução de estudos, pesquisas e projetos relacionados com o setor de gás, inclusive, sob a forma de prestação de serviços de consultoria técnica a terceiros; III – participar no capital de outras sociedades, visando o êxito na realização de suas atividades; IV – exercer o controle técnico e econômico-financeiro da operação; V – promover a melhoria, coordenação e expansão do sistema em consonância com as diretrizes e metas do poder concedente; VI – importar bens necessários à consecução de suas atividades.
Tempo de Atividade	1991- Criação da Copergás por meio da Lei Estadual nº 10.656 de 28 de novembro de 1991. 1992 – Ata de Constituição e Estatuto Social celebrados em 17/09/1992 Realização do Contrato de Concessão e Exploração em 05/11/1992. 1994 – Celebração do Contrato de Promessa de Compra e Venda e Cessão de Ativos da Petrobrás em 27/05/1994; Início do atendimento a clientes dos mercados Veicular e Industrial; 2000 – Início do atendimento a clientes do mercado Residencial; 2004 - Início do fornecimento para a usina termoeletrica TERMOPERNAMBUCO.
Diretoria Executiva	Diretor-Presidente: Roberto Fontelles Diretor Técnico-Comercial: José Waldir Ferrari Diretor Administrativo-Financeiro: Luciano Guimarães

2. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL

2.1. MISSÃO, VISÃO E VALORES DA COPERGÁS

Missão

Distribuir o gás canalizado de forma ética e sustentável, econômica e ambientalmente, visando promover o desenvolvimento do Estado de Pernambuco, respeitando as relações com clientes e demais partes interessadas.

Visão

Estar presente nos municípios com maior potencial de consumo de energia, mantendo o equilíbrio entre investimentos e volume até 2028.

Valores

1. Atuação ética, transparente e participativa;
2. Desenvolvimento de uma equipe qualificada e comprometida com os resultados do negócio;
3. Prevenção como regra para garantir um ambiente de trabalho seguro;
4. A atenção, a criatividade e a inovação como meios para oferecer o melhor nível de serviço ao cliente;
5. Compromisso de ser solidário e responsável internamente uns com os outros e externamente com a sociedade e o meio ambiente.

3. OBJETIVOS E INDICADORES

3.1. OBJETIVOS E INDICADORES PRIORITÁRIOS PARA O CICLO PLURIANUAL

TABELA 1 – OBJETIVOS E INDICADORES

Dimensão Estratégica	Objetivos Globais	Indicadores
RESULTADOS, GESTÃO E GOVERNANÇA	1. Elevar a Rentabilidade	Custeio Total – R\$ mil
		Caixa
		EBITDA
	2. Garantir o volume não térmico planejado	Volume de Gás Distribuído Total - Mm³/dia
	3. Garantir o Investimento	Investimentos – R\$ mil
		Numero de clientes residenciais
		Numero de clientes comerciais
	4. Aprimorar a Governança Corporativa e promover as melhores práticas de gestão	Extensão de Rede - Km
	Indicadores do IBGC	
MERCADO, CLIENTES E SOCIEDADE	5. Crescer em número de clientes no segmento industrial.	Número de clientes industriais.
	6. Ampliar a oferta de novas aplicações do Gás Natural para atender diferentes necessidades dos clientes.	Taxa de crescimento da carteira total de clientes
	7. Atuar com responsabilidade socioambiental	Investimento anual em iniciativas socioambientais por eixo de atuação (Social Saúde e Meio Ambiente). Índice de Economia do consumo de energia, água, copos descartáveis e papel.
PROCESSOS INTERNOS E EXCELÊNCIA OPERACIONAL	8. Garantir a implementação da gestão dos Ativos	Percentual de aderência aos critérios de implementação da MITSUI
	9. Garantir a segurança e a integridade da rede	Índice de Vazamento do Sistema (IVAZ)
		Taxa de Acidentes Registráveis (TAR)
		Taxa de Ocorrência Registrável (TOR)
10. Incentivar a criação de soluções inovadoras	Total de investimentos em parcerias <i>Corporate Venturing</i> (R\$)	
	Taxa de Implementação de Melhorias QP = Total de Ideias implementadas / Total de ideias propostas e aprovadas	
PESSOAS E DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL	11. Desenvolver e qualificar pessoas	Percentual de colaboradores treinados no ano
	12. Fortalecer o compromisso organizacional	Taxa de Favorabilidade da Pesquisa de Clima Organizacional.

4. METAS GLOBAIS PARA O CICLO PLURIANUAL

TABELA 2 – METAS PARA 2019

Diretriz	Indicador Estratégico	Meta Estratégica
1	Custeio Total – R\$ mil	Manter o nível de Custeio admitindo, entretanto, um crescimento máximo de 1% até 31/12/2019.
2	Caixa (Saldo de Caixa Disponível)	Aumentar o Caixa em 23,89% até 31/12/2019.
3	EBITDA	Aumentar o EBITDA em 4 % até 31/12/2019.
4	Volume de Gás Distribuído Não Térmico - Mm ³ /dia	Aumentar o Volume de Gás Distribuído Não Térmico em 5,69% até 31/12/2019
5	Investimentos	Aumentar os Investimentos em 91% até 31/12/2019.
6	Número de Clientes Residenciais	Aumentar o Número de Clientes Residenciais em 15% até 31/12/2019.
7	Número de Clientes Comerciais	Aumentar o Número de Clientes Comerciais em 21% até 31/12/2019.
8	Número de Clientes Industriais	Aumentar o Número de Clientes Industriais em 10% até 31/12/2019.
9	Taxa de crescimento da carteira total de clientes	Aumentar a carteira total de clientes em 15% até 31/12/2019.
10	Extensão da Rede	Expandir a rede de Distribuição de Gás Canalizado em 8,33 % até 31/12/2019.

5. INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

A fim de concretizar a realização dos resultados previstos para o ciclo plurianual 2019-2023, a Companhia realizará projetos de investimentos e ações de prioridade estratégica que serão distribuídas ao longo de cinco anos.

5.1. PLANO DE INVESTIMENTOS 2019-2023

TABELA 3 – PLANO DE INVESTIMENTO 2019-2023

Plano de Investimento	2019o	2020o	2021o	2022o	2023o	Acumulado 05 anos
EXPANSÃO	21.463	29.659	14.784	16.712	24.357	106.975
SATURAÇÃO	6.381	6.261	6.056	6.056	6.056	30.810
SUORTE	12.117	16.410	17.093	17.714	12.256	75.589
ADMINISTRATIVO	1.986	7.351	2.338	2.333	2.419	16.427
SUBTOTAL (POR COMPETÊNCIA)	41.946	59.681	40.271	42.815	45.088	229.802

5.2. PROJETOS DE EXPANSÃO

(1) PROJETO BOLSÃO ZONA NORTE 3

Construção de 23,3 Km de Rede na Zona Norte de Recife-PE, sendo 11,4 Km em PEAD DN 110 mm e 11,9 Km em PEAD DN 63 mm, com Investimento Total Orçado em R\$ 9,3 MM para 2018. MPA: R\$ 7,7 MM / 26,2 Km.

(2) PROJETO ESTRUTURADOR CURCURANA

Construção de 3,70 Km de Rede em AÇO 6" nos municípios de Jaboatão dos Guararapes-PE e Cabo de Santo Agostinho-PE com Investimento Total orçado em R\$ 2,23 MM para 2018. MPA: R\$ 2,0 MM.

(3) PROJETO BOLSÃO OLINDA 1

Construção de 12,0 Km de Rede em PEAD no município de Olinda-PE, com Investimento orçado de R\$ 4,2 MM. MPA: R\$ 4,2 MM

(4) PROJETO BOLSÃO IMBIRIBEIRA 1

Construção de 6,0 Km de Rede em PEAD no bairro de Imbiribeira em Recife-PE, com investimento orçado de R\$ 1,8 MM. MPA: R\$ 1,8 MM

(5) PROJETO BOLSÃO PRADO

Construção de 1,77 Km de Rede em PEAD 110 mm no bairro do Prado em Recife-PE, com Investimento orçado de R\$ 0,92 MM. MPA: R\$ 0,58 MM.

(6) PROJETO RAMAL POLO MÉDICO / BOA VISTA

Construção de 0,93 Km de Rede em PEAD 110 mm na Zona Norte de Recife-PE com Investimento orçado em R\$ 0,57 MM para 2018. MPA: R\$ 0,48 MM.

(7) PROJETO BOLSÃO PINA (SHOPPING RIOMAR)

Construção de 3,0 Km de Rede em PEAD 110 mm na Zona Norte de Recife-PE com Investimento Total orçado em R\$ 1,1 MM. MPA: R\$ 1,1 MM.

PROJETOS RELATIVOS AOS MUNICÍPIOS

(1) PROJETO CAMARAGIBE – CARPINA

Construção de 49 Km de Rede de Camaragibe-PE até Carpina-PE (Via BR-408), sendo 38 Km em AÇO DN 6", 0,23 Km em AÇO DN 2" e 11 Km em PEAD DN 110 mm, para a interligação de 5 indústrias e 1 Posto.

Negociações em andamento:

Cliente	Ramo	Consumo médio	Combustível atual
In Vivo Nutrição e Saúde Animal.	Alimentos	1.300 m³/dia	GLP
Dupé	Fabricação de Borracha e Plásticos	3.350 m³/dia	GLP
IRCA Nutrição Animal	Alimentos	1.458 m³/dia	GLP
Mauricéia Rações	Alimentos	1.400 m³/dia	Óleo Combustível
Mauricéia Abatedouro	Alimentos	6.360 m³/dia	Óleo Combustível

(2) PROJETO GARANHUS (ESTRUTURANTE/ REDE LOCAL)

Construção de 10,00 km de Rede em PEAD no município de Garanhuns-PE para interligação de 4 indústrias e 1 posto. Esta Rede será abastecida por GNC a partir da Estação de Compressão em Caruaru-PE.

Negociações em andamento:

Cliente	Ramo	Consumo médio	Combustível atual
DPA Brasil	Alimentos	3.125 m³/dia	GLP
Produtos Jatobá	Bebidas	450 m³/dia	Óleo Combustível
VIPAL	Fabricação de borracha e plástico	50 m³/dia	GNC

(3) PROJETO MORENO (TRAMONTINA)

Construção de 3,00 km de Rede em AÇO DN 3" até o município de Moreno-PE para interligação de 1 indústria.

Cliente	Ramo	Consumo médio	Combustível atual
Tramontina	Cerâmica Branca	18.867 m³/dia	N/A

(4) PROJETO ACHÉ (CABO DE SANTO AGOSTINHO)

Construção de 3,35 km de Rede no município de Cabo de Santo Agostinho-PE, sendo 3,3 Km em AÇO DN 6" e 0,05 Km em AÇO DN 2", para interligação de 1 indústria.

Cliente	Ramo	Consumo médio	Combustível atual
Aché	Químico e Petroquímico	2.927 m³/dia	N/A

(5) PROJETO PORTO DE GALINHAS

Construção de 22,10 Km de Rede do Porto de Suape até Porto de Galinhas-PE e Muro Alto-PE, sendo 6,9 Km em AÇO DN 4", 15,2 Km em PEAD DN 110 mm, para a interligação de 47 clientes comerciais e 1 Posto.

(6) PROJETO BOLSÃO ZONA OESTE 1

Construção de 17,00 Km de Rede na Zona Oeste de Recife-PE, sendo 12,0 Km em PEAD DN 110 mm e 5,0 Km em PEAD DN 63 mm, para a interligação de 3.000 clientes Residenciais e 36 Comerciais.

(7) PROJETO BUNGE

Construção de 1,20 km em AÇO DN 2" de Rede no Porto de Suape no município de Ipojuca-PE para interligação de 1 indústria.

5.3. PROJETOS DE SATURAÇÃO

5.3.1. SATURAÇÃO INDUSTRIAL

Construção de 0,89 km de rede de gasodutos em AÇO DN 2" em diversos municípios para interligação de 7 indústrias com volume médio estimado de 7.856,38 m³/dia e investimento total estimado de R\$ 1.019,62 mil.

5.3.2. SATURAÇÃO VEICULAR

Construção de 0,59 km de rede de gasodutos em diversos municípios, sendo 0,44 km em AÇO DN 2" e 0,15 km em PEAD DN 110 mm, para interligação de 8 postos, com volume total estimado de 18.500 m³/dia e investimento total estimado de R\$ 1.447,08 mil.

5.3.3. SATURAÇÃO RESIDENCIAL/COMERCIAL

Construção de 32,35 km de rede de gasodutos em PEAD DN 63 mm e 110 mm em diversos municípios da região metropolitana de Recife-PE, para interligação de 27.500 unidades residenciais e 405 clientes do segmento comercial, com volume total estimado de 18.527 m³/dia e investimento total estimado de R\$ 17.943,82 mil.

6. ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA DOS PROJETOS DE INVESTIMENTO

Considerando a Taxa de Retorno sobre o Investimento no valor de 20% a.a conforme definido na cláusula 7ª do Contrato de Concessão, os projetos de investimento a seguir estão ordenados segundo a TIR (taxa Interna de Retorno) e o VPL (Valor Presente Líquido) apurados, do maior para o menor, isto é, do mais viável para o menos viável.

TABELA 4 – ANÁLISE DE VIABILIDADE DE PROJETOS DE INVESTIMENTO 2019-2023

Nome do Projeto	VPL (R\$)	TIR (%)
Saturação Industrial	3.723.259	115,45%
Saturação Veicular	3.801.678	90,21%
Saturação Comercial	750.816	55,12%
Moreno (Tramontina)	2.127.605	42,06%
Garanhuns	-683.496	14,84%
Bunge	-1.362.086	12,43%
Saturação ResCom	-9.135.871	11,31%
Porto de Galinhas	-3.484.660	10,50%
Residencial Caxangá	-426.142	7,64%
Bolsão Candeias	-836.670	6,14%
Aché	-1.135.973	5,57%
Bolsão Jaboatão Centro	-2.953.403	5,50%
Bolsão Camaragibe	-874.423	5,40%
Bolsão Zona Oeste 1	-3.417.291	3,47%
Camaragibe-Carpina	-15.221.002	3,11%
Bolsão Zona Oeste 2	-1.213.071	1,58%
TOTAL	-15.210.368	14,25%

Os valores destacados em vermelho indicam resultados negativos para o VPL e TIR inferior à taxa mínima de atratividade fixada em 20% a.a., o que significa que, em termos de rentabilidade, tais projetos não representam boas opções de investimento para a Companhia.

Entretanto, o VPL e a TIR foram apuradas com base em fluxos de caixa que consideraram apenas os volumes previstos com base nas negociações em andamento, sem, contudo, levar em consideração o potencial de mercado e clientes potenciais que, uma vez captados, elevarão o volume e conseqüentemente o rendimento da companhia.

7. PROJEÇÕES GERAIS DE RESULTADOS

7.1. PROJEÇÃO GERAL DE RESULTADOS: CENÁRIO MAIS PROVÁVEL

O cenário orçamentário mais provável para a nossa Companhia, projetado com base em nosso histórico de resultados operacionais, nas despesas estimadas a preços de mercado, as receitas previstas considerando a base de clientes atuais e os contratos já acertados com novos clientes, além de um **nível de realização de investimentos equivalente a 75% do planejado**, deve seguir o comportamento a seguir.

TABELA 5 – PROJEÇÕES PARA O CENÁRIO MAIS PROVÁVEL

RESUMO GERAL	2018o ¹	2019	2020	2021	2022	2023
Volume de Gás Distribuído Total - Mm³/dia	5.306	5.025	5.070	5.098	5.121	5.143
Volume de gás distribuído Não Termoelétrico - Mm³/dia	1.377	1.454	1.499	1.528	1.551	1.572
Número de Clientes (Acumulado)	37.220	42.845	48.423	53.998	59.573	65.148
Numero de clientes residenciais	36.563	42.063	47.563	53.063	58.563	64.063
Numero de clientes comerciais	489	592	667	742	817	892
Número de clientes industriais.	97	107	109	109	109	109
Extensão de Rede - Km	804	871	951	988	996	1.004

¹ MPA. Orçamento 2019-2023.

8. RISCOS E OPORTUNIDADES CONSIDERADOS

O conjunto de hipóteses elencadas a seguir não objetiva prever uma realidade futura, em vez disso, busca descrever como alguns acontecimentos relacionados ao ambiente externo podem vir a afetar a realização da nossa estratégia. Reconhecemos a limitação deste conjunto, considerando que tantas outras variáveis ambientais poderiam ser aqui mencionadas, no entanto, a eleição de tais fatores, dada a sua alta criticidade, serve-nos de base para entender algumas das múltiplas variáveis que poderão determinar os caminhos do nosso segmento de negócio e fundamentarmos melhor não somente o nosso planejamento de longo prazo, bem como a gestão estratégica deste plano.

Riscos	Descrição	Oportunidades (OP):
Fator 1: Ciclicidade da atividade industrial	<p>A atividade industrial é o componente econômico mais cíclico do mundo, cujo nível de produção sempre dependerá do nível de consumo da economia de modo geral e de cada mercado específico.</p> <p>O segmento industrial é atualmente o nosso mercado de terceira maior média de consumo de gás natural em m³/dia, representando 81% do consumo no setor termelétrico e 22% no volume total (considerando o segmento termelétrico e autoprodutor), como base nos resultados de 2017 e 2018 da Copergás.</p> <p>Nessa perspectiva e reconhecendo a sensibilidade de nossos resultados de volume de gás movimentado frente à produção do segmento industrial, a Copergás precisa desenvolver alternativas para expandir os demais segmentos de vendas do gás natural, como forma de aumentar o volume de gás distribuído nos mais diversos setores e tornar, no longo prazo, a Companhia menos sensível aos efeitos da redução do consumo de gás pelo setor industrial nos momentos em que a sua produção estiver menos aquecida.</p>	OP01 - Desenvolver alternativas para expandir os demais segmentos de vendas do gás natural.
Fator 2: Necessidade de investimentos significativos de capital	<p>As alternativas que podem ser desenvolvidas para expandir de forma significativa os segmentos que podem ser atendidos pelo Gás Natural, exigem a construção de infraestrutura que requer uma disponibilidade substancial de recursos financeiros para fazer frente aos investimentos necessários.</p> <p>Nesse sentido, apesar de se reconhecer que um dos propósitos primordiais da concessão seja o de ampliar a rede, é imprescindível considerar que, <u>se não for realizada de forma adequada a priorização dos projetos de investimentos a serem executados, com base no retorno que podem trazer para a Companhia e para o Estado, no médio e longo prazos, aumentar-se-á o risco de, no médio prazo, sensibilizar o desempenho financeiro e as perspectivas de crescimento da Companhia.</u></p>	OP02 – Estruturar Comitê para estudo de viabilidade e maturação de projetos de investimentos.
Fator 3: Nossa Margem Unitária de Vendas pode ser afetada negativamente pela baixa realização de Investimentos	<p>Uma das variáveis que compõem a formação da Margem Unitária de Vendas é a remuneração do CAPEX. Logo, uma redução no nível de Investimentos, acarretará numa base de cálculo de valor mais baixo no que diz respeito a Margem Regulatória que, por conseguinte, resultará numa Margem Unitária de Vendas inferior à que é possível praticar quando os investimentos estão em níveis mais altos.</p>	OP03 – Aumentar os Investimentos.

9. CONSIDERAÇÕES SOBRE A FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA PARA O CICLO 2019-2023

9.1. CONSIDERAÇÕES SOBRE DESEMPENHO OPERACIONAL

Consumo de Gás Natural

 Tabela 6 – HISTÓRICO DE CONSUMO POR SEGMENTO (m³/dia)

Tipo de Cliente	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018o
Residencial	2.428	3.479	4.144	5.034	6.248	7.513	8.626
Comercial	8.418	9.373	10.934	10.170	8.241	9.417	11.253
Industrial	833.541	872.712	972.268	977.584	998.465	1.050.770	1.056.515
Cogeração	36.149	36.558	36.047	47.696	44.224	46.433	38.978
GNC Industrial	28.145	31.797	33.853	33.968	23.877	-	-
GNC Veicular	13.728	15.891	14.906	15.698	17.500	16.919	17.821
GNV	151.404	154.120	148.278	141.172	148.500	171.261	198.752
Geração Elétrica	1.384.543	1.807.803	1.999.460	1.645.207	2.030.284	1.999.165	2.151.006
Autoprodutor	-	-	79.772	1.332.744	1.436.821	1.531.264	1.674.180
Total	2.447.510	2.918.881	3.284.584	4.194.069	4.699.671	4.815.812	5.137.252

Tabela 7 – CRESCIMENTO PERCENTUAL EM CINCO ANOS (2013-2017)

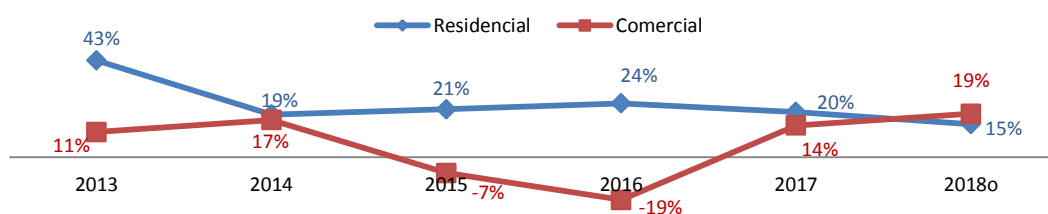
Tipo de Cliente	2013	2017	Var. %
Mercado Convencional	1.123.930	1.302.313	16%
Não convencional	1.807.803	3.530.429	95%
Total	2.931.733	4.832.742	65%

Segmentos Residencial e Comercial

Os níveis de crescimento do consumo em m³/dia no segmento residencial tem sido inferiores ao crescimento verificado em 2013, quando a Companhia aumentou em 43% o consumo deste segmento em comparação ao ano anterior.

A média de crescimento do consumo de GN no mercado residencial no período 2013-2017 foi de aproximadamente 21%. No gráfico, a curva com as taxas de crescimento do segmento residencial referentes ao período 2014-2018 aponta para uma redução da média de consumo deste setor em 2018, com base no MPA apurado em Julho deste ano.

Gráfico 1 CRESCIMENTO DO CONSUMO DE GN (2013-2017)

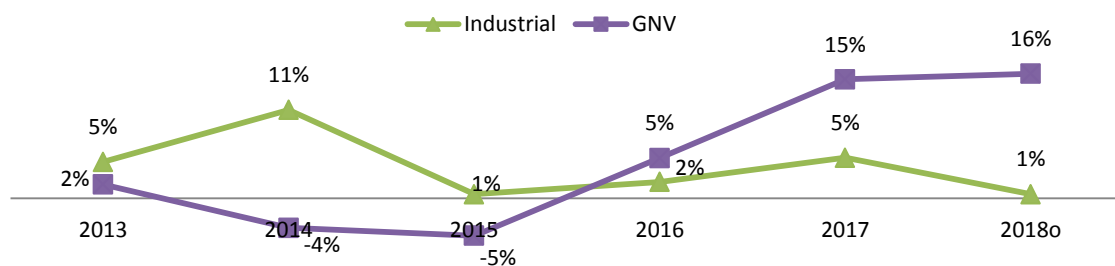


O segmento comercial, por outro lado, que sofreu variação negativa no consumo no período 2015-2016, recuperou-se em 2017 com um crescimento de 14% em relação ao ano anterior e, com base no MPA apurado em julho deste ano, o resultado de 2018 deve superar a média diária conseguida em 2017.

Segmento Industrial e Veicular

Nos últimos cinco anos, o consumo médio de GN em m³/dia do segmento industrial apresentou crescimento em níveis abaixo de 5%, tendo, contudo, obtido no ano de 2014 um resultado atípico ao da série estudada, quando o consumo médio diário cresceu em 11% em relação ao ano anterior.

Gráfico 2 CRESCIMENTO DO CONSUMO DE GN E GNV (2013-2017)



Os dados apurados junto à GCVI, relativos ao consumo de 2018 indicam que com base nos resultados de janeiro a junho do ano corrente, acredita-se que a média de consumo diário dos clientes industriais ficará na casa dos 1.056.515 m³/dia, o que corresponde a um crescimento de apenas 1,0% em relação ao ano anterior.

Alguns eventos contribuíram para a queda do consumo industrial no primeiro semestre de 2018, a saber: O “Apagão” de energia ocorrido em 21/03/18 que acarretou redução de aproximadamente 130.000 m³ entre o previsto e o realizado para o dia em questão. Além disso, o resultado do Industrial foi impactado negativamente pela greve nacional dos caminhoneiros, ocorrida nas duas últimas semanas do mês de maio, período no qual houve redução de aproximadamente 25% no volume. Em junho de 2018, houve ainda uma parada não programada para manutenção da Petroquímica Suape: parcial em 18, 19, 20 e 26.06 e integral de 21 a 25/06.

No segmento veicular, por outro lado, apesar dos resultados negativos verificados no período 2014-2015, quando o consumo de GNV caiu aos níveis de 4% e 5% respectivamente, os resultados observados graficamente apontam para uma tendência ascendente das taxas de crescimento no consumo deste segmento, considerando o período 2016-2018, com base no MPA apurado em Julho/2018.

Número de clientes

A Copergás registrou nos últimos dez anos um crescimento significativo do seu número total de clientes, passando de 618 unidades consumidoras em 2007 para 31.087 ao final de 2017. A maior parte desse crescimento é devida primeiramente ao segmento residencial que registrou uma variação positiva da ordem de 6.586% nos últimos dez anos e, em segundo, ao segmento comercial, com um crescimento de 2.353% no mesmo período.

Tabela 8 – COMPARAÇÃO DO NÚMERO DE CLIENTES ATENDIDOS EM 2007 x 2017

Tipo de Cliente	2007	2017	Var. %
Residencial	457	30.554	6586%
Comercial	15	368	2353%
Industrial	79	91	15%

Tipo de Cliente	2007	2017	Var. %
Cogeração	1	1	0%
GNC Industrial	-	1	
GNC Veicular	-	1	
GNV	65	69	6%
Geração Elétrica	1	1	0%
Autoprodutor	-	1	
	618	31.087	4930%

Numa análise dos últimos cinco anos compreendidos no período de 2013 a 2017, verifica-se uma variação relevante da carteira total de clientes, que registrava em 2013 um total de 12.934 consumidores e passou para 31.087 unidades em 2017, o que representa um crescimento global de 140% em cinco anos, sendo a média anual de crescimento na faixa dos 25%.

A tabela a seguir detalha os resultados em unidades por segmento de clientes no período de 2012 a 2018, considerando o MPA apurado em julho/2018.

Tabela 9 - NÚMERO DE CLIENTES ATENDIDOS

Tipo de Cliente	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018o
Residencial	10.089	12.613	15.885	20.065	25.084	30.554	33.904
Comercial	76	147	174	215	278	368	456
Industrial	95	94	91	93	90	91	91
Cogeração	1	1	1	1	1	1	1
GNC Industrial	3	8	8	8	-	1	-
GNC Veicular	1	2	2	2	1	1	1
GNV	70	68	63	71	68	69	67
Geração Elétrica	1	1	1	1	1	1	1
Autoprodutor	-	-	-	1	1	1	1
	10.336	12.934	16.225	20.457	25.524	31.087	34.522

A tabela a seguir detalha as variações percentuais obtidas a cada ano por segmento de clientes dentro do período compreendido entre 2013 e 2018o.

Tabela 10 – VARIAÇÃO PERCENTUAL DA CARTEIRA DE CLIENTES NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS (2013-2017)

Tipo de Cliente	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Residencial		25%	26%	26%	25%	22%
Comercial		93%	18%	24%	29%	32%
Industrial		-1%	-3%	2%	-3%	1%
Cogeração		0%	0%	0%	0%	0%
GNC Industrial		167%	0%	0%	-88%	0%
GNC Veicular		100%	0%	0%	-50%	0%
GNV		-3%	-7%	13%	-4%	1%
Geração Elétrica		0%	0%	0%	0%	0%
Autoprodutor					0%	0%
		25%	25%	26%	25%	22%

Segmento Industrial

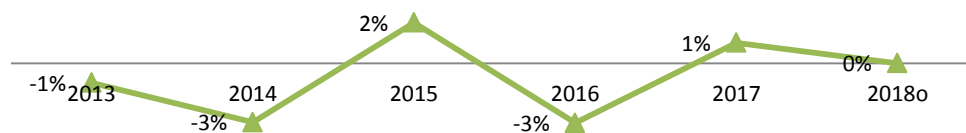
Nos últimos cinco anos (2013-2017), apesar de numa perspectiva global verificarmos que houve crescimento no conjunto dos segmentos de clientes, é importante destacar que a parte dos consumidores industriais de GN – segmento este que representa o maior volume dentro do faturamento da Companhia – registrou uma queda no total de unidades que compõem a carteira.

Tabela 11 – QUANTITATIVO DE CLIENTES INDUSTRIAIS 2012-2018

Tipo de Cliente	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018o
Industrial	95	94	91	93	90	91	91

Em 2012, o total de clientes no segmento Industrial era de 95 (noventa e cinco) indústrias. Nos dois anos seguintes, 2013 e 2014, perdemos quatro clientes industriais, totalizando ao final de 2014, o total de 91 clientes neste segmento. Em 2015 houve uma recuperação neste quantitativo chegando ao número de 93 indústrias, porém, em 2016, caímos para o total de 90 unidades de consumidores industriais de GN.

Gráfico 3 VARIAÇÃO PERCENTUAL DA QUANTIDADE DE CLIENTES INDUSTRIAIS (2013-2018)



Quando se detalha a variabilidade obtida em cada ano dentro do horizonte considerado, observa-se que ocorreu uma variação negativa na carteira de clientes de GN do segmento Industrial, tendo sido essa variação, todavia, positiva somente em 2015.

No ano 2017, entretanto, houve o acréscimo de uma unidade industrial à base de clientes, o que ainda não representa, contudo, uma recuperação dos níveis de crescimento verificados em períodos anteriores como aconteceu no intervalo de 2006 a 2012.

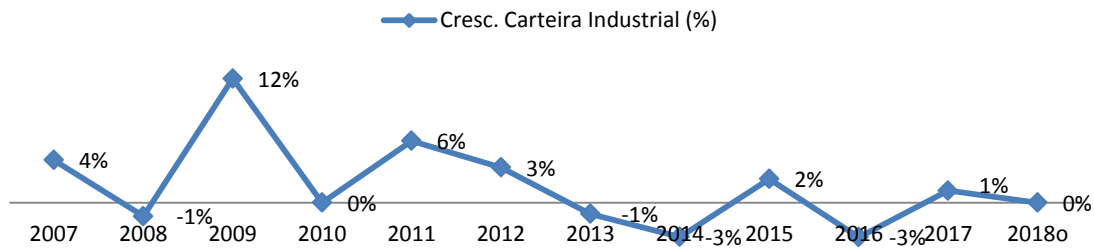
Tabela 12 – QUANTITATIVO DE CLIENTES INDUSTRIAIS 2006-2012

Tipo de Cliente	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Var. % ²
Industrial	76	79	78	87	87	92	95	25%

Observa-se ainda que um decréscimo do número de clientes industriais começou a ocorrer a partir do ano 2013, havendo uma modesta recuperação em 2015 em relação ao ano imediatamente anterior, e reduzindo novamente em 2016.

Gráfico 4 - VARIAÇÃO PERCENTUAL DA QUANTIDADE DE CLIENTES INDUSTRIAIS (2007-2018)

² Variação percentual em seis anos.

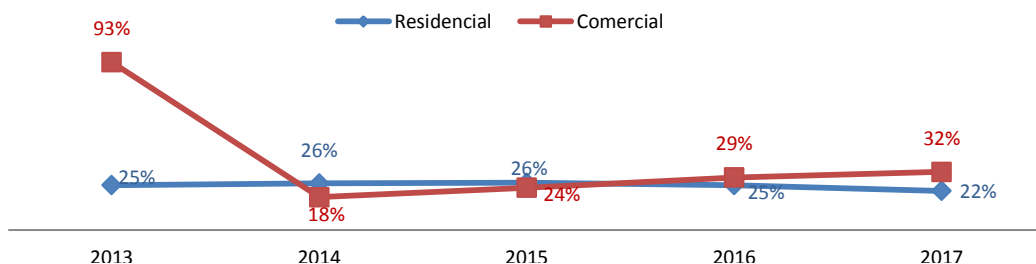


O movimento de sobe e desce observado no quantitativo de clientes da carteira industrial refletem, provavelmente, a falta de metas específicas de captação de novos clientes industriais dentro do horizonte considerado. Aspecto este, que se constitui como um ponto fraco sob o ponto de vista de uma análise SWOT.

Segmentos Residencial e Comercial

Numa análise gráfica dos resultados obtidos no período de 2013 a 2017, observa que os níveis de crescimento do segmento comercial e do residencial se deram em sentidos distintos. Enquanto no segmento comercial o crescimento se dá em níveis maiores a cada ano, desde 2014, o segmento residencial tem apresentado níveis descendentes de crescimento nesse mesmo período.

Gráfico 5 CRESCIMENTO DA CARTEIRA DE CLIENTES RESIDENCIAIS E COMERCIAIS 2013-2017



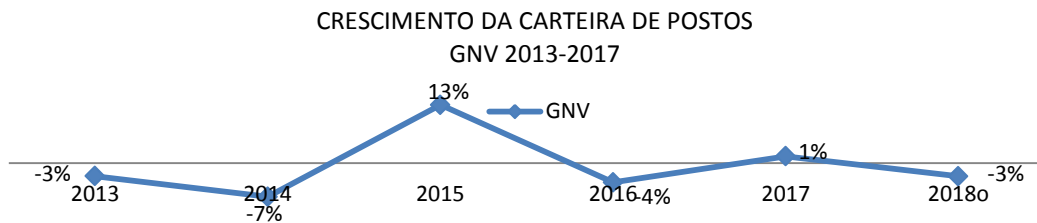
Segmento Veicular (GNV)

A análise do quantitativo de clientes mostrou que a carteira de postos de combustíveis tem crescido desde o ano 2016, o que representa, na verdade, uma ampliação da oferta para o cliente final, e não, por si só, um fator gerador de aumento de consumo, tendo em vista que este depende necessariamente das ações de estímulo a conversão das frotas de veículos para o GNV.

Tabela 13 – QUANTIDADE DE POSTOS GNV

Tipo de Cliente	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018o
GNV	70	68	63	71	68	69	67

Um fenômeno interessante verificado neste segmento é o comportamento inverso entre as variáveis “Número de Postos GNV” e “Consumo de GNV”, pois, os resultados dos últimos anos mostram que embora a carteira de postos GNV tenha reduzido, o consumo de GNV tem aumentado, aumento que certamente se deu em razão das políticas implementadas pela Copergás para conversão de veículos para uso do gás.



O gráfico com as taxas de variação no número de postos com GVN não indicam crescimento desta carteira. Em vez disso, verifica-se que apenas em 2015 houve, de fato, uma variação positiva neste quantitativo, enquanto os anos anteriores (2013-2014), assim como os anos subsequentes continuam decrescentes em relação a 2015.

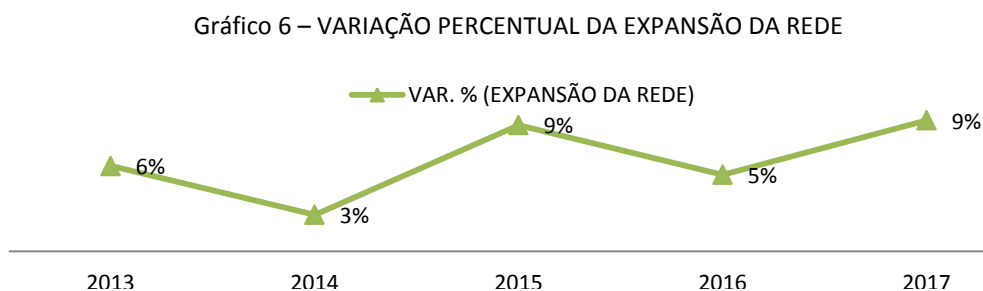
O comportamento decrescente da carteira de postos GNV pode ser entendido como um ponto fraco da empresa sob o ponto de vista de praça, numa visão mercadológica. Pois, as ações de estímulo ao consumo de GNV devem ser necessariamente acompanhadas por iniciativas de ampliação dos canais de distribuição, para evitar problemas de falta de disponibilidade do produto, ou seja, de demanda não atendida ou mal atendida, que geraria sérios prejuízos de imagem à Companhia.

Extensão da rede

Tabela 14 – EXTENSÃO DA REDE NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

INDICADOR	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Extensão da Rede (Km)	555	588	603	656	691	754
Var. %		6%	3%	9%	5%	9%

Não há um comportamento previsível de crescimento da rede, no sentido de estabelecer a que nível ou a que taxa de crescimento espera-se para a rede se expanda anualmente. Quando os percentuais de variação são disponibilizados graficamente, esse fenômeno fica mais visível.



O movimento de sobe e desce observado no gráfico referente aos resultados da expansão da rede pode estar associado à falta de uma meta específica e de longo prazo para este indicador. Uma medida importante a ser tomada para evitar esse tipo de movimento nos resultados de extensão da rede seria a definição clara do percentual de crescimento esperado para o final do ciclo plurianual e o seu desdobramento em metas específicas para cada ano dentro deste ciclo.

Outra relação que interessa estabelecer é que a expansão da rede precisa gerar retorno para empresa no médio e longo prazo, isto significa que esta expansão precisa ser seguida pelo crescimento do número de clientes, sobretudo, os clientes industriais, tendo em vista o aproveitamento do ativo instalado.

