



Copergás

Companhia
Pernambucana
de Gás

**ESTRATÉGIA DE LONGO
PRAZO -
ELP 2022-2026**

Dezembro, 2021.

Sumário

1. DADOS GERAIS DA EMPRESA.....	3
2. APRESENTAÇÃO DA COPERGÁS.....	4
3. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL	4
4. ANÁLISE DO AMBIENTE	5
4.1 Mercado de gás natural	6
5. OBJETIVOS E METAS ESTRATÉGICOS:.....	8
6. ANÁLISE DE RISCOS:.....	10
7. FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO PARA O ATINGIMENTO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	11

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 Governo do Estado de Pernambuco
Acionistas	Mitsui Gás e Energia do Brasil Ltda Gaspetro Gás S.A. - 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) . Segundo o Art. 3º do Estatuto Social da Copergás, a Companhia tem por objeto:
Objeto Social	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. 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.
Tempo de Atividade	Diretor-Presidente: André Campos Diretor Técnico-Comercial: Fabrício Bomtempo Diretor Administrativo-Financeiro: Luciano Guimarães



2. APRESENTAÇÃO DA COPERGÁS

A COPERGÁS - Companhia Pernambucana de Gás - é uma empresa de economia mista com capital fechado que tem como sócios o Governo do Estado de Pernambuco, Petrobras Gás S.A. – Gaspetro e a Mitsui Gás e Energia do Brasil Ltda. Foi criada pela Lei Estadual 10.656/1991 e outorgada pelo Contrato de Concessão assinado em 05/11/1992.

A Companhia tem por objeto social a produção, aquisição, armazenamento, distribuição, comercialização de gás combustível e a prestação de serviços correlatos. É, portanto, responsável pela distribuição de gás natural em todo o Estado de Pernambuco, sendo de sua responsabilidade a exploração dos serviços de distribuição de gás, por meio de canalizações, a todo e qualquer consumidor ou segmentos industrial, comercial, veicular e residencial, para toda e qualquer utilização ou finalidade.

A Distribuidora atende 28 municípios e finalizou 2020 com 932 km de extensão de rede no estado de Pernambuco, e conquistou 52.223 clientes dentre os segmentos comercial, residencial, veicular e industrial. Este último é o setor que representa 75% do volume comercializado de gás natural no estado. No segmento comercial, a Copergás é a distribuidora do Nordeste que possui a maior carteira de clientes.

3. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL

A Copergás, focada no compromisso da consecução dos seus objetivos alinhados às políticas públicas do Estado, orienta suas atividades segundo um conjunto de direcionamentos de ordem estratégica, definidos por meio de seu planejamento plurianual, a saber: a Missão, a Visão, os Valores e os Objetivos Globais priorizados para um horizonte de cinco anos, conforme descritos a seguir.

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

4. ANÁLISE DO AMBIENTE

O mercado de comercialização, transporte e distribuição de gás natural canalizado está passando por fortes modificações com objetivo de aumentar a concorrência entre os vendedores do gás natural e, por consequência, estimular a redução de preços ao consumidor final, bem como, a ampliação da utilização da infraestrutura de gasodutos de transporte.

Essa alteração visa atrair mais empresas, gerar mais investimentos e concorrência, desenvolvendo o que se intitula de Novo Mercado de Gás.

Vale destacar que tais modificações precisam ser acompanhadas por alteração regulatória tanto no âmbito federal, quanto das agências de regulação estaduais.

Nesse contexto, foi aprovada no Congresso Nacional e sancionada pela Presidência da República a Lei 14.134/2021 (Nova Lei do Gás) que estabelece um novo marco legal para o setor e tem como principais objetivos:

- Estimular a entrada de novos fornecedores de gás natural e evitar a concentração de mercado nas mãos de poucas empresas;
- Tornar o setor de transporte mais transparente;

- Promover a competitividade na comercialização de gás natural, especialmente para o consumidor industrial;
- Reduzir os preços do gás natural, do combustível e da energia elétrica no país;

Outro desafio é o surgimento de uma legislação tributária que permita que a molécula de gás flua, sendo esta uma condição essencial para concretizar esse novo mercado que se apresenta mais dinâmico, complexo e desafiador.

Independente do mercado de gás, outro aspecto regulatório importante que impacta todos os negócios que lidam com dados da pessoa natural é a Lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD), que já vem impactando diretamente a gestão e o tratamento de dados pessoais.

4.1 Mercado de gás natural

Nos últimos anos, o consumo de gás natural vem crescendo em diversos setores da atividade econômica, em função das suas características fundamentais de (i) segurança, (ii) confiabilidade do fornecimento contínuo, (iii) contribuição para preservação do meio ambiente, e (iv) economia.

Atualmente, a Copergás tem expandido sua rede de distribuição de gás natural para o interior do Estado, com 932 km de rede e presença em 25 municípios no final do ano de 2020.

O Plano de Negócios 2021 e o Orçamento preveem investimentos de R\$370 milhões entre 2021-2025, e a interiorização do gás natural em parceria com a Golar Power. A Copergás está construindo redes locais de distribuição nas cidades de Petrolina e Garanhuns. Essas redes serão abastecidas com gás natural oriundo de unidades de regaseificação que serão construídas pela Golar Power em cada uma das cidades citadas anteriormente. O Gás Natural Liquefeito (GNL) chegará às plantas de regaseificação por transporte rodoviário, em carretas equipadas com tanques criogênicos, que serão abastecidos no Terminal de Suape.

Em 2020, a pandemia do COVID-19 impactou fortemente o mercado e, ainda assim, a Copergás apresentou resultado satisfatório ao final de 2020. Para 2021, a



Companhia está atuando para expandir sua rede para levar o gás natural de forma segura e com qualidade para seus clientes.

Visando atrair a concorrência no suprimento de gás natural e como consequência melhores preços de gás a ser transmitidos aos usuários pernambucanos, a Copergás realizou sua segunda chamada pública para aquisição de gás natural e obteve 18 propostas de 8 fornecedores que culminou com a Shell Energy do Brasil Gás Ltda como vencedora para fornecimento nos anos de 2022 e 2023.

4.2 Análise Ambiental

Para compreender o cenário que a Copergás está inserida, foi preciso usar um método importante para uma boa elaboração de um planejamento estratégico: a Matriz SWOT. Esta ferramenta tem por objetivo analisar as informações das variáveis interna e externa da Companhia em seus pontos fortes e fracos; e oportunidades e ameaças.

No intuito de ter a análise do ambiente como uma das bases da estratégia corporativa da Copergás, a técnica foi aplicada com diretores e gestores para poder compreender os múltiplos fatores que, em conjunto, influenciarão os rumos da empresa, bem como o mercado de gás natural nos próximos anos. Os resultados desta análise foram úteis para fundamentar as decisões relativas à Estratégia de Longo Prazo (ELP) da Companhia, tendo em vista que a ELP compreende o horizonte de cinco anos e, por esta razão, está sujeita a um ambiente de incertezas.

O resultado da matriz SWOT é demonstrado pela figura 1 sintetizando as contribuições que caracterizam a Companhia na percepção dos gestores, tanto no ambiente interno como no externo.



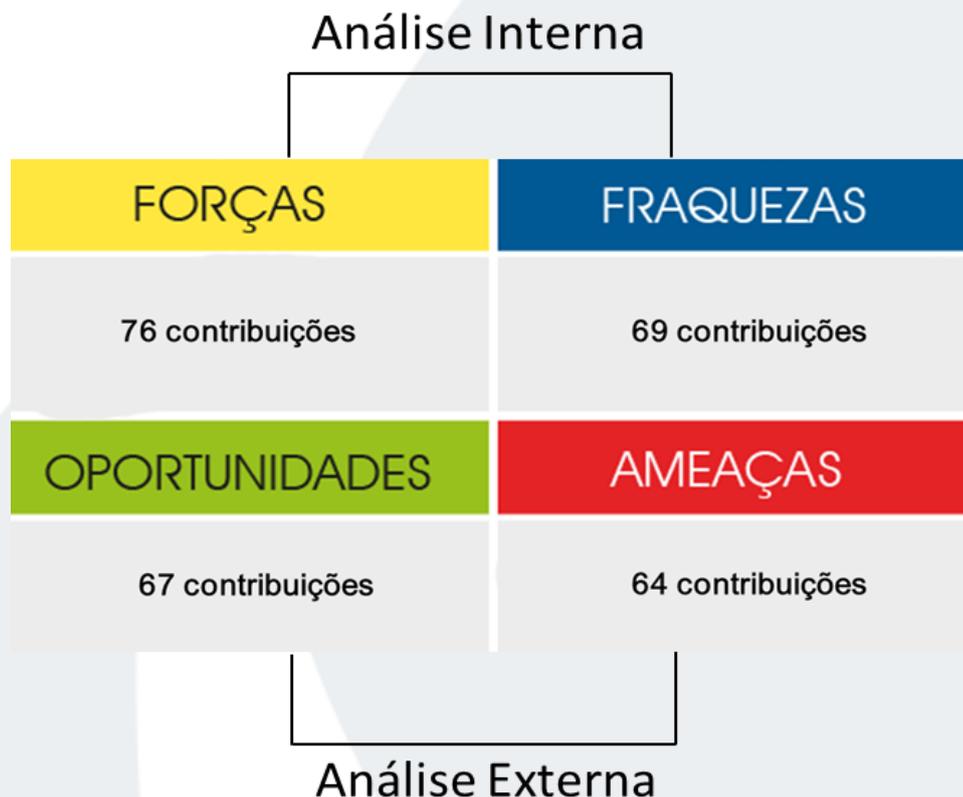


Figura 1 - Resumo da pesquisa de Análise SWOT

Depois de uma análise criteriosa das contribuições da liderança, montou-se Matriz SWOT para a Copergás. Com essa ferramenta, a Companhia desenvolverá os pontos fortes para ressaltá-los e em relação aos pontos fracos, agirá para controlar ou superá-los. Sobre o ambiente externo a Copergás deve acompanhar periodicamente para aproveitar as oportunidades e evitar as ameaças, quando possível, ou enfrentá-las para minimizar as consequências

5. OBJETIVOS E METAS ESTRATÉGICOS:

Com base na análise de ambiente, revisitamos o mapa estratégico da COPERGÁS, e ajustamos os objetivos estratégicos de longo prazo e indicadores para responder as fraquezas, contornar as ameaças, maximizar as forças e consolidar o aproveitamento das oportunidades identificadas na Análise SWOT. Assim, foram estabelecidos 9 (nove) objetivos estratégicos para o período 2021-2025, sintetizados no Mapa Estratégico abaixo:



Figura 2 - Mapa Estratégico

Desta forma, cada objetivo tem sua meta para atingir a visão.

Dimensão Estratégica	OBJETIVO	INDICADOR/META
FINANCEIRO, RESULTADO E GESTÃO	Gerar valor de forma sustentável.	EBITDA
	Garantir o investimento.	Custeio
	Buscar aplicação dos mecanismos tarifários do contrato de concessão.	Milhões
	Aprimorar as práticas de Governança, Gestão de riscos e conformidade.	Realizar 100% da margem concedida
CLIENTES E MERCADO	Desenvolver o Mercado fortalecendo a marca e imagem.	MGAP – Gestão de Ativos
		Adequação à LGPD
	Expandir infraestrutura de distribuição.	Revisão da Matriz de Risco
PROCESSOS INTERNOS	Atuar com segurança e responsabilidade socioambiental.	MM m ³ /dia
	Fortalecer a cultura da inovação e eficiência operacional.	Municípios atendidos
APRENDIZADO E CRESCIMENTO	Desenvolver cultura para resultados.	Usuários
	Desenvolver competências essenciais para atingir a estratégia.	Nível de conhecimento > %

Tabela 1 - Indicadores

6. ANÁLISE DE RISCOS:

Analisando as ameaças encontradas na matriz SWOT e relacionando-as com os objetivos estratégicos, alguns riscos foram identificados.

OBJETIVO	ANÁLISE	RISCOS
Expandir infraestrutura de distribuição.	Instabilidade jurídica e regulatória.	Atraso no processo de revisão tarifária.
Buscar aplicação dos mecanismos tarifários do contrato de concessão.		
Gerar valor de forma sustentável.		Perda de capacidade de investimento.
Aprimorar as práticas de Governança, Gestão de riscos e conformidade.		
Desenvolver o Mercado fortalecendo a marca e imagem.	Crise econômica;	Afetar os níveis de consumo.
	Nível de Conhecimento da Empresa.	Desconfiança, baixa credibilidade.
Garantir o investimento.	Licenciamento de obras.	Atraso na execução das obras.
	Custo de gás;	Preços que podem afetar a comercialização.
	Estrutura organizacional (Adequação)	Perda de eficiência.
Desenvolver competências essenciais para atingir a estratégia.	Desenvolvimento de Lideranças;	
Atuar com segurança e responsabilidade socioambiental.	Interferência de agentes externos na RDGN	Risco a vida e perdas financeiras.
	Taxa de acidentes	
Fortalecer a cultura da inovação e eficiência operacional.	Eficiência dos processos;	Perda de eficiência e crescimento do custo.
Desenvolver cultura para resultados.		

Tabela 2 - Análise de Riscos

7. FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO PARA O ATINGIMENTO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Para cada um dos objetivos estratégicos de longo prazo definidos elaborar seu respectivo plano de ação, que deve contemplar:

- (i) Lista de ações e atividades a serem executadas;
- (ii) Data de início e fim previsto para cada ação ou atividade;
- (iii) Diretoria responsável pela execução de cada ação e o nome(s) do seu respectivo líder no desdobramento da Ação;
- (iv) Mitigação dos riscos previstos por meio dos planos de contingência.

Ação	Início	Fim
Expandir a RDGN em xx km	Janeiro/21?	Dezembro/21?
Diretoria: GERE?		
Mitigação dos riscos:		





Secretaria de
Desenvolvimento
Econômico



ESTADO DE
PERNAMBUCO
15 de Novembro de 1888