

COMPANHIA DE GÁS DA BAHIA

Relatório  
**Administrativo**  
e Social



2008



## Uma história de sucesso

O respeito aos adversários e aos mistérios e imprevistos das águas dos mares são premissas e desafios que renovam a sua energia natural e fomentam ainda mais a vitalidade e o desejo de vitória deste campeão brasileiro, um dos atletas de ponta do universo de maratonas aquáticas em todo o mundo. Um vencedor.

O baiano Allan do Carmo sabe que sua performance na competição depende do esforço de toda uma equipe de profissionais irmanados e perseverantes, e que a vitória é fruto final de um planejamento cuidadoso antes, durante e depois de suas braçadas; não à-toa, cumpre etapas de exaustivos treinamentos com disciplina espartana.

O jovem nadador, que já desponta como 1º lugar do ranking mundial, cultiva o trabalho em parcerias, pois bem conhece a importância do envolvimento criativo, o sabor e o valor de uma conquista em equipe, forjada no suor de cada dia de preparação, em busca do ideal que mira no horizonte: cruzar a faixa de chegada vitorioso, apesar de todas as dificuldades. O atleta olímpico Allan do Carmo é um verdadeiro campeão que engrandece a natação baiana e brasileira.

Este nosso herói das águas, cujo patrocínio muito orgulha a Bahiagás, simboliza o que foi o ano de 2008: cheio de desafios, turbulências econômicas e sociais pelo caminho, porém gratificante devido às vitórias obtidas ao longo da jornada. A cada vigorosa braçada que dá nas competições, além de Allan, saem vitoriosos das maratonas os mesmos valores filosóficos e princípios de gestão praticados no dia-a-dia da Bahiagás: planejamento, perseverança, disciplina, trabalho em conjunto, criatividade e profissionalismo, etapas e metas a serem cumpridas. E muito amor e dedicação, sempre acreditando no que faz.

Por tudo isso, Allan do Carmo é a nossa visão de futuro.

***BAHIAGÁS***

---

Relatório  
**Administrativo**  
e Social  
**2008**



# Sumário

**6** Apresentação  
Mensagem da Diretoria Executiva  
BahiaGás | Perfil

**16** Resultados  
Desempenho Operacional  
Número de Clientes por Segmento  
Volume Comercializado  
Suprimento Garantido  
Desempenho  
Econômico-Financeiro  
Auditoria Externa  
Investimentos

**24** Demonstrações Financeiras  
Para os Exercícios Findos em 31 de  
Dezembro de 2008 e de 2007

**28** Notas Explicativas  
às Demonstrações Financeiras para os  
Exercícios Findos em  
31 de Dezembro de 2008 e de 2007

**42** Parecer  
dos Auditores Independentes

**44** Parecer  
do Conselho Fiscal

**48** Responsabilidade  
BahiaGás Mais Natural, Mais Social  
Investindo no Amanhã  
Futuros Cidadãos  
Incentivo à Ciência  
Fomento à Cultura  
Respeito à Natureza  
Talento e Superação

**66** Parcerias  
Acreditando em ideias

**70** Comprometimento  
Qualificação Profissional

**MENSAGEM DA DIRETORIA EXECUTIVA**

Davidson Magalhães  
*Diretor-Presidente*



José Eduardo Lima Barretto  
*Diretor Técnico-Comercial*



Mauro Alencar  
*Diretor Administrativo-Financeiro*

Ao final de mais um ano da maratona de trabalhos, é com especial orgulho que apresentamos os resultados obtidos em 2008. Nosso paradigma nos remete ao nadador olímpico baiano Allan do Carmo, um exemplo real de como se conquistam objetivos quando se cumprem etapas e metas sem jamais perder de vista o horizonte que nos move.

Cientes de que é preciso expandir para o conjunto do território baiano o uso do gás natural em função da sua importância como indutor de desenvolvimento e atração de investimentos, além de suas vantagens ambientais, a Bahiagás associa-se ao esforço governamental de combate ao modelo de concentração econômica atual, através da inclusão social.

Antes de falarmos dos números alvissareiros neste relatório, é preciso destacar as transformações efetivadas no âmbito interno, as boas práticas adotadas no ambiente corporativo, com geração de valor dentro da empresa e ancoradas nos princípios de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade social e ambiental.

O ano de 2008 foi especialmente importante para a consolidação de uma Bahiagás mais articulada, organizada e vibrante, mais eficiente e vitoriosa. À semelhança do nosso campeão da maratona aquática, perseverante, disciplinado e organizado, cuidamos de qualificar e motivar ainda mais nossa equipe, na busca incessante da excelência na área de gestão e na adoção de novas e vitoriosas estratégias de mercado.

Pela primeira vez em sua história, resultado de práticas da governança corporativa, a empresa elaborou o Planejamento Estratégico, com ampla contribuição dos colaboradores, consolidando nossa missão e visão para os próximos quatro anos. Efetivamos o regimento interno, criando condições de crescimento profissional dos seus trabalhadores e garantindo a sustentabilidade da empresa. Depois de intensa participação coletiva, finalizou-se em 2008 o Plano de Carreira, Remuneração e Competência, reforçou-se a atuação da Ouvidoria, investiu-se na qualificação e desenvolvimento profissional dos funcionários, contrataram-se novos concursados.

## De olho no futuro

O pioneiro Planejamento Estratégico elaborado em 2008, após vários encontros e debates participativos, envolveu de gestores a colaboradores, e diretoria. Desta maneira, a Bahiagás pode analisar com mais amplitude e eficácia os cenários local, nacional e mundial do mercado de gás natural. E estabeleceu objetivos estratégicos até 2012:

**Missão** Comercializar e distribuir gás natural na Bahia para atendimento aos diversos segmentos de mercado com segurança, rentabilidade, responsabilidade socioambiental e comprometimento com o desenvolvimento do Estado, proporcionando a satisfação dos clientes, acionistas e colaboradores.

**Visão 2012** Ser uma das empresas líderes no segmento de distribuição e comercialização de gás natural no Brasil, referência na qualidade dos serviços e em práticas de gestão, reconhecida pela sociedade como importante vetor de desenvolvimento da Bahia.

**Objetivos Estratégicos** Ampliar a clientela residencial e comercial, interiorizar a distribuição do gás natural, ampliar e otimizar a malha distribuidora; garantir a oferta, implantar o sistema de gestão integrada; reestruturar a gestão de RH e implementar um programa de sustentabilidade.



O crescimento da Bahiagás foi um dos destaques da imprensa nacional em 2008. A Revista Exame Melhores e Maiores situa a Companhia como a 5ª maior empresa do setor energético brasileiro em aumento de vendas no ano e a 33ª maior estatal do país em valor de vendas. A Bahiagás também foi considerada a 4ª melhor empresa em rentabilidade (retorno de investimento obtido no ano de 2008) e a 3ª maior Companhia em riqueza por empregado da Bahia.

Esses números demonstram de maneira muito positiva as políticas e estratégias de ação adotadas pela Bahiagás que, mesmo diante de uma das maiores crises econômicas mundiais, manteve índices crescentes de desenvolvimento.

Os resultados obtidos em 2008 exprimem de forma contundente que estamos no

caminho certo. A receita bruta de 2008 foi 35,2% superior ao exercício de 2007. Fechamos o exercício com uma receita bruta superior a R\$ 1 bilhão. O lucro líquido - R\$ 89,4 milhões - foi 11,2% superior ao registrado no ano anterior. Manteve-se uma posição sólida de caixa, em torno de R\$ 109 milhões, 5,6% superior ao praticado em 2007, o que assegura uma base concreta para os investimentos do próximo ciclo de crescimento.

Os investimentos foram de R\$ 23 milhões, construindo-se 23.268 metros de gasodutos, o dobro do que foi construído em 2007 (11.610 metros). Como resultado de um esforço de alinhamento de mercado, o número de clientes contratados aumentou de 3.300 para 26.000 (residencial), de 65 para 81 (comercial) e de 96 para 120 (automotivo e GNC).



A Bahia é o terceiro estado consumidor de gás natural do Brasil e maior mercado do Nordeste, e a Bahiagás a quarta maior distribuidora do país.

Expandimos a rede de distribuição e comercialização para 17 municípios do Estado. A Bahia é o terceiro estado consumidor de gás natural do Brasil e maior mercado do Nordeste, e a Bahiagás a quarta maior distribuidora do país. Com as obras de implantação do Gasoduto Sudeste-Nordeste (GASENE), abrem-se as portas de novos mercados no Sul e Extremo-Sul do Estado, 45 municípios serão impactados diretamente com a chegada do gás natural. Haverá quatro city-gates, potencializando a economia regional na geração de emprego e renda.

A nossa responsabilidade torna-se ainda mais relevante diante dos contextos social e ambiental em que atuamos. Em 2008, a Bahiagás investiu em projetos de inclusão social que vão transformar a realidade de muita gente. Foram investidos no total R\$ 1,420 milhão em ações importantes,





“O nosso desafio será manter o ritmo das realizações de 2008, pois teremos em 2009 um ano de metas ainda mais desafiadoras, resultantes dos projetos inovadores empreendidos, que garantiram disponibilidade de gás suficiente para batermos os recordes nas vendas: 4,3 milhões de m<sup>3</sup> / dia.”



Davidson Magalhães  
*Diretor-Presidente*

como o Edital Público, Carnaval de Salvador, além da manutenção de projetos educacionais, como o Centro de Educação Infantil Nossa Senhora da Misericórdia, no Bairro da Paz, que atende 100 crianças de 3 a 6 anos em tempo integral.

Em 2008, a Bahiagás ganhou o I Prêmio Petrobras Top Gás, na categoria de Responsabilidade Social com o projeto “Caminhos para a autossustentabilidade: educação ambiental, formação para a cidadania e capacitação profissional” que bem reflete a filosofia da empresa. O projeto beneficia diretamente mil pessoas e mais de 11 mil habitantes das comunidades da área da Dutovia Pólo de Camaçari-Aratu.

A empresa apoiou projetos que estimularam estudantes e pesquisadores à reflexão sobre a importância do gás natural. O Prêmio Bahiagás de Inovação, a Conferência da Indústria do Gás Natural e o Seminário Nacional de Energia e Ambiente foram marcos educacionais em 2008. Mais de 400 participantes tiveram acesso ao even-



to que contou com 53 trabalhos inscritos, sendo 17 selecionados. Ao todo, foram investidos R\$ 250 mil de incentivo à produção de pesquisa científica.

No ano passado, a Companhia de Gás da Bahia concentrou esforços na gestão e na adoção de nova estratégia de mercado, visando o crescimento nos segmentos residencial, comercial e veicular. Para enfrentar o cenário internacional de incerteza, estabelecido no segundo semestre do ano, e que acabou afetando a atividade industrial no Estado, a Bahiagás adotou políticas específicas de incentivo ao consumo e de flexibilização de preços. Ganhamos competitividade diante de outros energéticos e mantivemos o potencial de expansão.

A empresa intensificou ações mercadológicas e de comunicação, dando maior visibilidade à marca Bahiagás e às vantagens técnicas, econômicas e ambientais do uso do gás como fonte de energia.



“A integração das malhas de gasodutos do Sudeste e do Nordeste, através do GASENE, é um marco para o país, pois é o primeiro empreendimento de infraestrutura de transporte de gás natural. Estamos com grandes perspectivas de distribuir o nosso produto para um número ainda maior de clientes.”



José Eduardo Lima Barretto  
*Diretor Técnico-Comercial*





De olho no talento e nas necessidades dos atletas amadores baianos, para que aprimorem suas performances, apoiamos três campeões: o nadador de maratonas aquáticas Allan do Carmo, campeão no Pan-americano de 2007, quarto do ranking mundial em 2008; a para-atleta Verônica Almeida, 1º lugar do ranking nacional de natação para-olímpica e primeira brasileira a ganhar medalha de bronze em para-olimpíadas (Pequim-2008); e a judoca Maira Almeida, 15 anos, uma das grandes promessas do esporte baiano.

A maratona de trabalho e dedicação prossegue em 2009. Levar o gás natural a todo o território do Estado é a nossa contribuição ao esforço do governador Jaques Wagner, na construção de uma Bahia de todos nós.

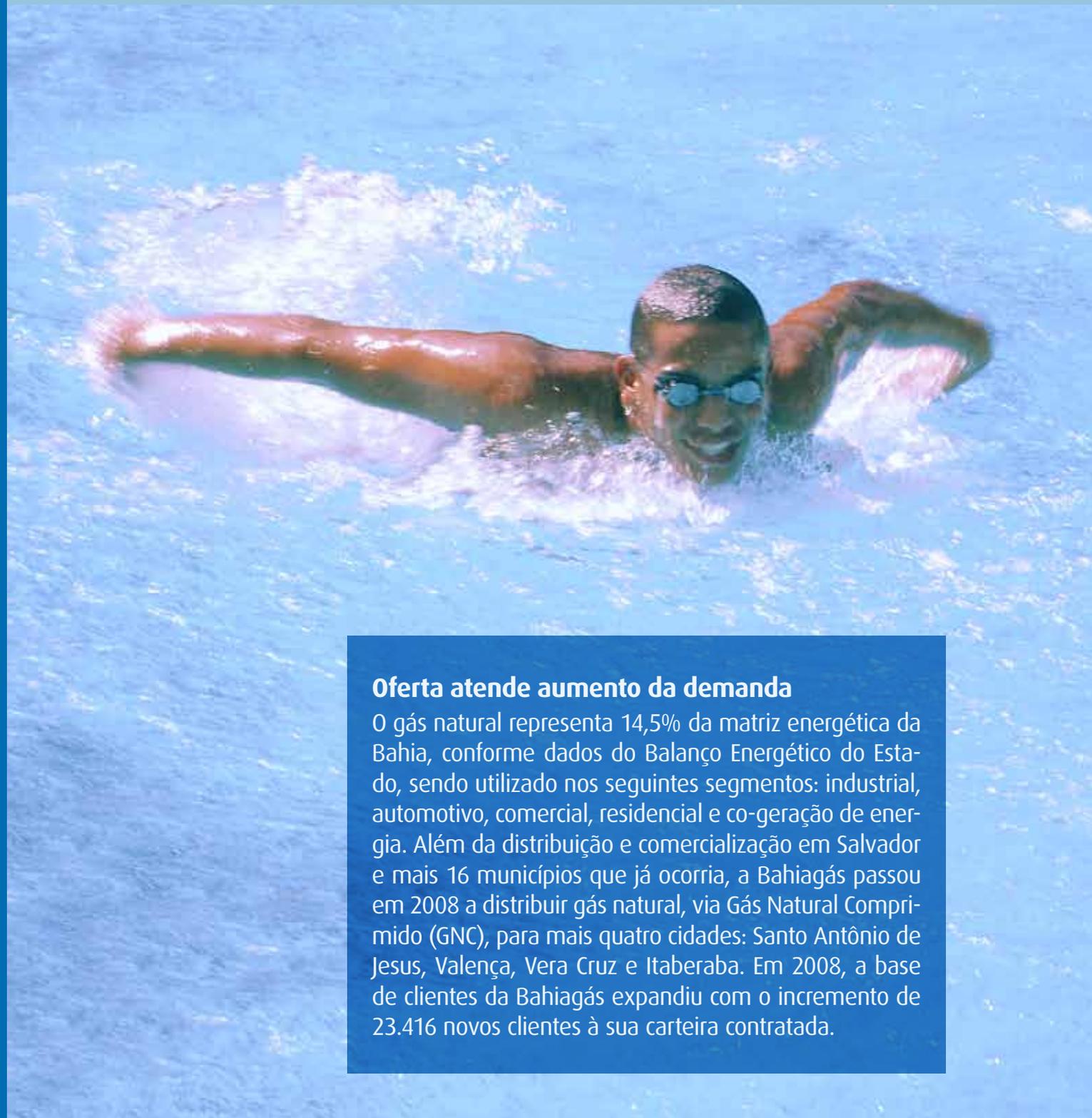
Boa leitura.

**Diretoria Executiva**  
**Dezembro de 2008**

“O difícil não é planejar.  
O difícil é começar a planejar.  
A Bahiagás se empenhou  
e está no caminho certo.  
É um marco para nossa empresa.  
O ato de planejar é você se  
antecipar aos cenários.  
Nós estamos fazendo isso.  
Teremos um horizonte de 4 anos  
para enxergarmos o futuro.”

Mauro Alencar  
*Diretor Administrativo-Financeiro*





### **Oferta atende aumento da demanda**

O gás natural representa 14,5% da matriz energética da Bahia, conforme dados do Balanço Energético do Estado, sendo utilizado nos seguintes segmentos: industrial, automotivo, comercial, residencial e co-geração de energia. Além da distribuição e comercialização em Salvador e mais 16 municípios que já ocorria, a Bahiagás passou em 2008 a distribuir gás natural, via Gás Natural Comprimido (GNC), para mais quatro cidades: Santo Antônio de Jesus, Valença, Vera Cruz e Itaberaba. Em 2008, a base de clientes da Bahiagás expandiu com o incremento de 23.416 novos clientes à sua carteira contratada.

# NÚMERO DE CLIENTES POR SEGMENTO

Segmentos	Clientes Contratados		
	Até 2007	2008 <sup>(1)</sup>	Total
Industrial	106	0	106
Automotivo	90	20	110
Termelétrico	1	0	1
Comercial	65	16	81
Residencial <sup>(2) (3)</sup>	3.286	23.375	26.661
GNC <sup>(4)</sup>	6	4	10
<b>Total</b>	<b>3.554</b>	<b>23.415</b>	<b>26.969</b>

(1) Base: Dezembro

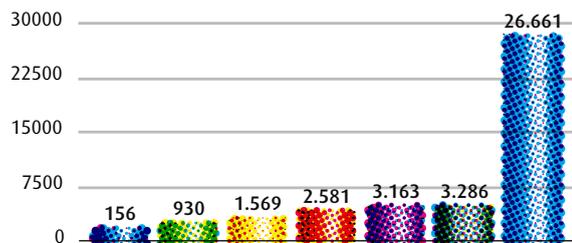
(2) Número de domicílios:

(3) Inclui Contratos, Termos de Acordo e Carta de Intenção

(4) Segmento de Gás Comprimido - Pontos de Compressão

Este crescimento foi resultado de uma política mais agressiva de comercialização, aliada à forte expansão imobiliária verificada no Estado, e ainda dos investimentos efetuados, notadamente na implantação e adensamento de gasodutos.

Evolução do Número de domicílios Contratados pela Bahiagás



O volume total comercializado em 2008 foi de 1,27 bilhão m<sup>3</sup>, correspondendo a um volume médio anual de 3,47 milhões m<sup>3</sup>/dia. O volume de gás natural fornecido em 2008 aumentou em 3,4% em relação ao ano passado. Por conta da crise econômica mundial, a Bahiagás perdeu, no último bimestre de 2008, mais de 40% das vendas de gás natural. Houve uma grande redução da atividade industrial no Estado, com retração, principalmente, dos setores químico/ petroquímico e de transformação.







A cada vigorosa braçada que dá nas competições, além de Allan do Carmo, saem vitoriosos das maratonas os mesmos valores filosóficos e princípios de gestão praticados no dia-a-dia da Bahiagás



Disseminar a prática da responsabilidade social é um dos objetivos mais importantes da Companhia de Gás da Bahia, como forma de criar uma cultura dentro do próprio ambiente de trabalho. Entender a comunidade à qual se pertence é fundamental para infundir qualidade às ações que uma companhia abraça. A Bahiagás, durante o ano de 2008, apoiou diversos projetos que proporcionaram ao cidadão melhores condições de vida no território baiano.

A partir de ações propostas no primeiro Planejamento Estratégico da Bahiagás, realizado em 2008, a adoção da Governança Corporativa e a aplicação dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2008, foi possível entender melhor o cenário e planejar os atuais e futuros investimentos nas áreas social, cultural e esportiva.

Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial oferecem à empresa uma ferramenta de inevitável auxílio no processo de incorporação de responsabilidade social. Mais do que um autodiagnóstico, estes indicadores também têm um papel fundamental no sentido de trazer para a pauta da empresa mais clareza das perspectivas sociais e ambientais relacionadas a seu negócio, resultando na produção de um balanço social consistente, fruto de um sistema de gestão repensado, que contempla as perspectivas do desenvolvimento sustentável.



As ações e critérios de apoio a projetos culturais, esportivo e de inclusão social foram melhorados e ampliados, com o lançamento do selo “Mais Natural, Mais Social”, referência à proposta da empresa em atuar de forma mais destacada junto à sociedade, agregando mais valores culturais e sociais à marca.



Como reforço midiático, a Companhia investiu em ações de comunicação externa e interna, promovendo o diálogo com diversos públicos e reforçando os benefícios do gás natural e sua ação não-poluente. Na esfera externa, buscou a consolidação da imagem corporativa intensificando ações de divulgação do negócio. Internamente, através de variadas mídias -intranet, com informativos eletrônicos; jornal impresso “+ Natural” e a realização de eventos de integração entre os colaboradores.

Os critérios mais relevantes para o apoio da empresa foram atender a grupos que pudessem desenvolver trabalhos sociais e culturais com profunda identificação com os valores históricos, sociais e econômicos da Bahia. Noutros, revelou-se o potencial de talentos esportistas que difundiriam a imagem da Companhia.

O primeiro passo para a seleção foi elaborar um Edital Público que pudesse atender tanto aos objetivos definidos pela empresa, quanto oferecer oportunidade àqueles que procurassem dar continuidade a projetos estruturantes e que envolvessem a participação da comunidade. Durante dois meses, mais de 200 projetos foram inscritos e 17 foram selecionados.

Colaboradores da Bahiagás visitam o Centro de Educação Infantil Nossa Senhora da Misericórdia





**Comercializar e distribuir gás natural na Bahia para atendimento aos diversos segmentos de mercado com segurança, rentabilidade, responsabilidade socioambiental e comprometimento com o desenvolvimento do Estado, proporcionando a satisfação dos clientes, acionistas e colaboradores.**



## **EXPEDIENTE**

**Coordenação Geral  
do Relatório Bahiagás 2008:**  
Gerência de Comunicação  
Sônia Maria Haas

**Descritivo Financeiro:**  
Gerência de Controle Financeiro  
Luciano Lisboa

Fotos:

**Agência A Tarde**  
Capa, 04 e 46-47 – Lúcio Távora  
62 – Sebastião Bisneto

**Almir Bindilatti** 06, 10, 12, 13

**Danilo Sanches** 65

**Fábio Marconi**  
13, 48, 52, 56, 57, 58, 63, 64

**Francisco Sales** 2, 12, 75 e 76

**Luciano Carcará** 58 e 59

**Mara Mercia** 16

**Waldyr Gomes** 53

**Arquivo Família Macedo** 59

**Arquivo Bahiagás**  
09, 10, 11, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22,  
23, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 34, 35, 36,  
38, 41, 42, 43, 49, 52, 53, 54, 55, 58,  
60, 61, 62, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73

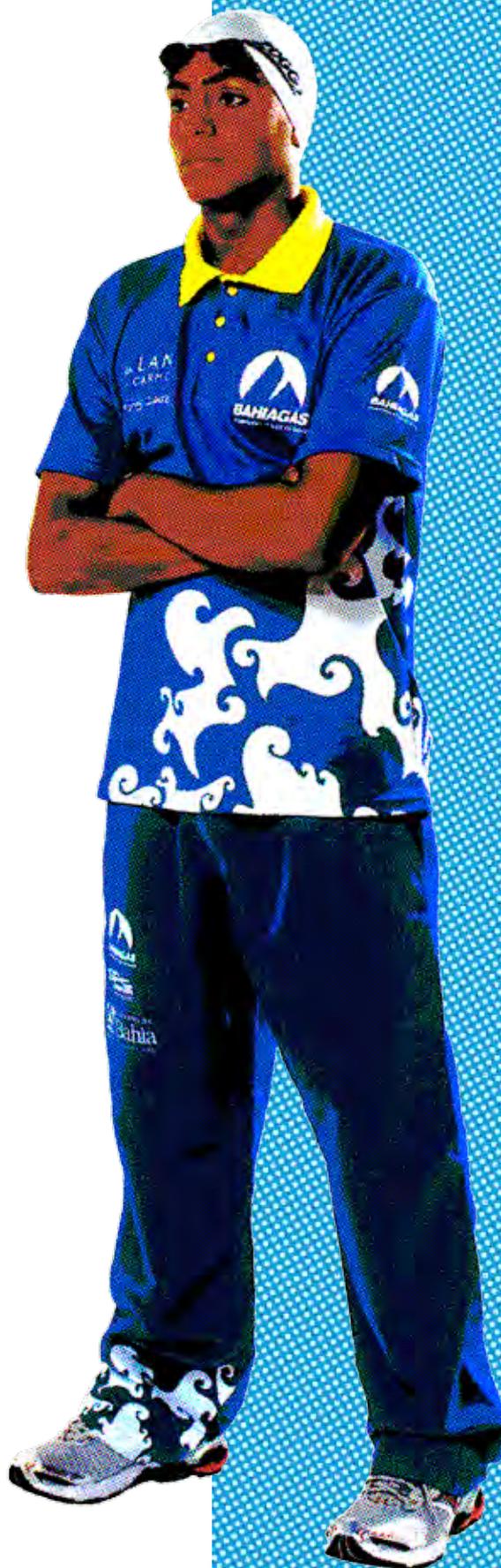
**Impressão:**  
Editora Santa Bárbara

**Tiragem:**  
1.000 Exemplares

**Realização:**  
Quanta Comunicação



COMPANHIA DE GÁS DA BAHIA



COMPANHIA DE GÁS DA BAHIA