

LIBERALIZAÇÃO DO MERCADO DE GÁS NATURAL – Mudança de comercializador

Todos os consumidores de gás natural em Portugal continental podem livremente escolher o seu fornecedor.

Para mudar de comercializador os consumidores devem apenas centrar-se na concretização de três passos fundamentais, adiante descritos de forma resumida.

1. Consultar os comercializadores

Consulte a lista de comercializadores ativos no mercado.
 A ERSE (www.erse.pt) divulga uma lista dos comercializadores ativos no mercado do gás natural.

2. Comparar e escolher

Compare as propostas obtidas. Verifique preços, condições de pagamento, prazos, promoções da oferta e outras.
 Escolha o comercializador que apresentar a oferta que mais lhe convém.

3. Contratar o fornecimento

Celebre o novo contrato de fornecimento de gás natural.
 O comercializador com quem celebrar o novo contrato efetuará tudo o que é necessário na mudança de comercializador.

Importa relembrar, a todos os agentes no mercado, as principais características da mudança de comercializador, nomeadamente:

- A mudança de comercializador é **gratuita** para o consumidor;
- O ponto de **contacto preferencial para cada consumidor é o seu respetivo comercializador** e, na mudança, deverá ser o novo comercializador a assumir esse papel;

- A **mudança de comercializador não implica qualquer alteração da instalação consumidora** (por exemplo, o contador), a menos que o cliente a solicite em simultâneo com o processo de mudança;
- **Não existe um número máximo de mudanças** de comercializador que cada consumidor pode efetuar;
- A **tarifa social** deve ser aplicada por **todos os comercializadores**, incluindo os de mercado;
- O prazo máximo para a mudança é de 3 semanas.
- A ERSE disponibiliza na sua página da internet (www.erse.pt) uma **lista dos comercializadores** que voluntariamente pretenderam aí divulgar os seus contactos comerciais.

Os consumidores que ainda estão a ser fornecidos por um comercializador de último recurso dispõem de um **período transitório até 31 de dezembro de 2017** para escolherem um novo fornecedor de eletricidade.

Estes consumidores deverão ter em atenção aquela data e **tão atempadamente quanto possível** assegurar o fornecimento de energia elétrica por um comercializador em regime de mercado.

Os comercializadores deverão apresentar aos seus potenciais clientes **informação pré contratual** que permita conhecer as características da oferta de fornecimento. Para o efeito foi aprovada pela ERSE uma **ficha contratual padronizada** que resume os principais aspetos do fornecimento de energia. Solicite-a ao comercializador antes de fazer a comparação de ofertas e a sua escolha.

A ERSE disponibiliza ainda, em www.erse.pt, **ferramentas de comparação de preços** e condições de oferta em mercado. Outras entidades disponibilizam instrumentos semelhantes.

Utilize a informação disponível para uma escolha consciente e informada.

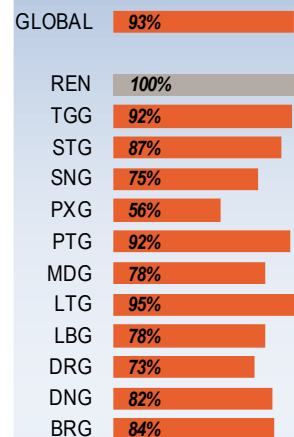


SÍNTESE DO ML

Número de clientes
 886.310 Clientes

Consumo
 3.501 GWh

Peso relativo do ML



Evolução face a mês anterior

18.487 Clientes
 171,4 GWh

Evolução % face a mês anterior

2,1% em clientes
 5,1% em consumo

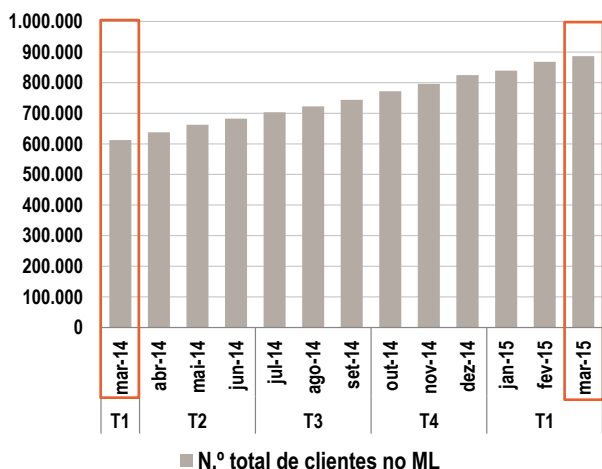
Lista de distribuidoras (ORD)

TGG	Tagusgás
STG	Setgás
SNG	Sonorgás
PXG	Paxgás
PTG	Portgás
MDG	Medigás
LTG	Lusitaniagás
LBG	Lisboagás
DRG	Durienségás
DNG	Dianagás
RRG	Reiragás

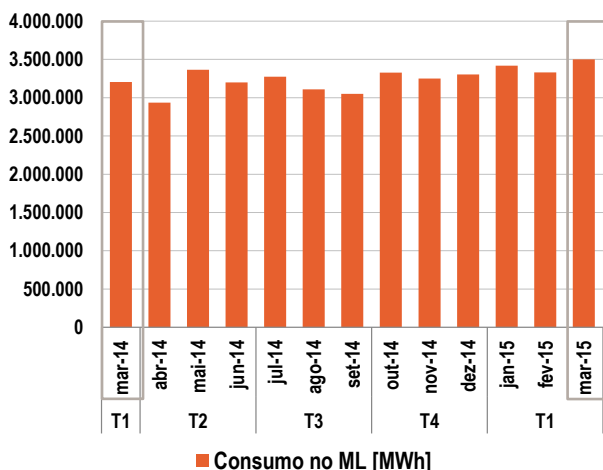
SÍNTESE MENSAL

Nesta análise ao mercado convencional¹ de gás natural salienta-se o facto de, no final de março de 2015 e em termos absolutos, o número acumulado de clientes em atividade no mercado liberalizado ascender a cerca de 886 mil.

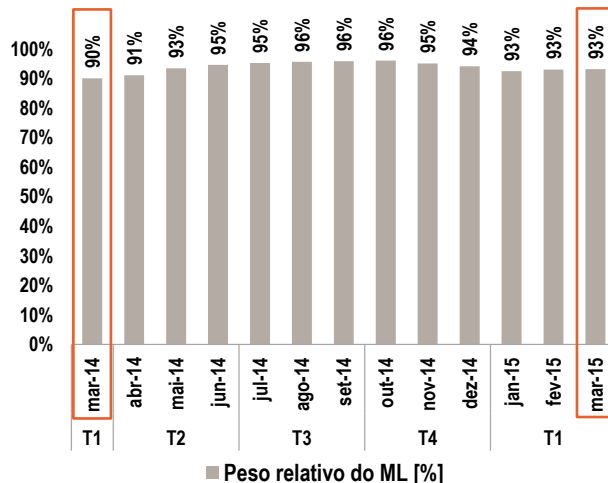
O número de clientes no mercado liberalizado em março de 2015 aumentou cerca de 45% face a março do ano anterior, sendo cerca de 7% superior ao registado em dezembro de 2014. Após um período de aceleração das migrações para o regime de mercado, desde março de 2014 que o crescimento do número de clientes no ML registou uma taxa média mensal de aproximadamente 3,1%.



O consumo atribuído a clientes no ML ascendeu a 3 501 GWh, tendo registado um aumento de cerca de 9% face ao mês homólogo, ou seja, a uma taxa média mensal de cerca de 0,7%. Em relação a dezembro de 2014, registou-se um aumento do consumo em cerca de 6%, cerca de 1,9% em termos mensais.



O consumo dos clientes no mercado liberalizado no final de março de 2014 representou cerca de 93% do consumo global (mercado regulado e mercado liberalizado considerados conjuntamente) face a cerca de 90% do mês homólogo.



Os indicadores de mercado demonstram uma ligeira redução da concentração de mercado no primeiro trimestre de 2015 quer em número de clientes quer em consumo quando comparado com o trimestre anterior.

Um dado evolutivo de grande significância para o mercado liberalizado tem sido a evolução da penetração do ML nos diferentes segmentos de clientes. Com efeito, se, em termos globais, o ML representa 93% do consumo total, é significativo notar que todos os fornecimentos a grandes clientes são realizados em regime livre desde março de 2013. No caso dos consumidores industriais esse valor cifra-se em aproximadamente 87% no primeiro trimestre de 2015 e, nos consumidores domésticos, cerca de 60% do consumo.

Assim, a margem de crescimento do ML (em consumos abastecidos) encontra-se resumida ao conjunto de clientes de menores consumos individuais no segmento industrial e aos consumos do segmento de clientes domésticos que ainda se encontram, na sua maioria, nos CURR.

No final de dezembro, 1 050 clientes do segmento não doméstico (com consumo anual superior a 10 000 m³ de gás natural) ainda não haviam escolhido um comercializador em regime de mercado. Estes clientes pertencem ao segmento industrial e, representaram, em março, cerca de 25% do número de clientes e cerca de 13% do consumo desse segmento.

Em termos de relação entre a quota de mercado e o consumo médio dos clientes em carteira, pode verificar-se que a Galp e a EDP apresentam carteiras de clientes com consumos médios por cliente mais próximos das médias de cada segmento de clientes. Os restantes comercializadores apresentam uma situação mais dispersa, com a Gas Natural Fenosa e a Endesa com carteiras de clientes industriais e residenciais que consomem em média muito acima da média do mercado.

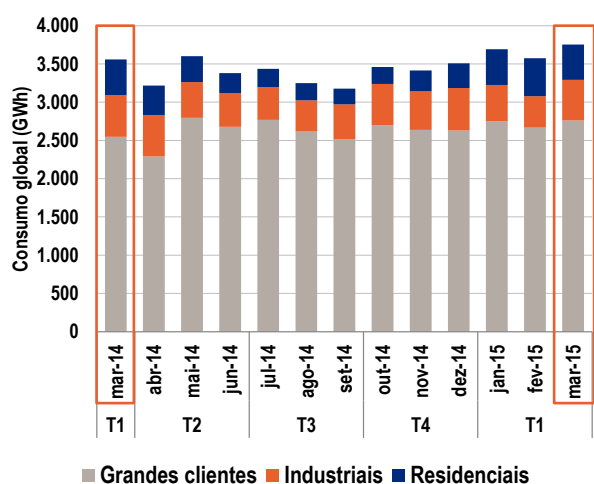
Consumos mensais e mudança de comercializador

¹ Ver definição na secção final do documento.

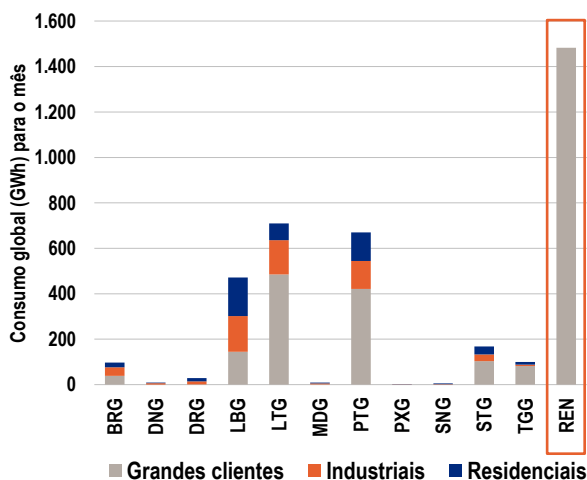
Consumo global no mercado

O consumo mensal global do mês de março foi de cerca de 3 755 GWh, um aumento do consumo de cerca de 5,5% face ao mês homólogo. Este acréscimo deveu-se ao aumento dos consumos no segmento de grandes clientes, de 8,3%, em termos homólogos, acompanhado pela redução de consumo nos segmentos de clientes industriais e residenciais, de 2,2% e 0,8% respetivamente.

Relativamente ao final do trimestre anterior (dezembro de 2014), houve um acréscimo dos consumos em cerca de 7,1% (2,3%, em termos mensais), resultado de um aumento do consumo nos segmentos de grandes clientes e residencial, a uma taxa média mensal de cerca de 1,6% e 12,8%, respetivamente. O consumo do segmento de consumidores industriais diminuiu a uma taxa média mensal de 1,4%.



Em termos de consumos por distribuidoras, a Lusitaniagás e a Portgás são as empresas responsáveis pela distribuição do maior volume de gás natural, representando cerca de 31% e 30%, respetivamente, do consumo global do mercado do mês de março de 2015 (excluindo a rede operada pela REN). A Lisboaagás surge em terceiro lugar, com cerca de 21% da distribuição do consumo global de mercado.



Evolução do ML e do MR

Para o mercado liberalizado observa-se um aumento consolidado em número de clientes, com um crescimento médio mensal de cerca de

3,1% ao longo do período em análise, registando-se um abrandamento em termos mensais. Em termos de consumo, e em média, o consumo decresceu cerca de 0,7% por mês, desde março de 2014.

No mercado regulado houve um decréscimo médio mensal do número de clientes em cerca de 3,5% e do consumo em cerca de 2,7%.

Período	Variação ML face a mês anterior (%)	
	N.º clientes	Consumo
abr-14	4,2%	-8,5%
mai-14	3,8%	14,7%
jun-14	3,0%	-5,0%
jul-14	3,0%	2,4%
ago-14	2,8%	-5,1%
set-14	3,0%	-1,9%
out-14	3,8%	9,1%
nov-14	3,1%	-2,3%
dez-14	3,6%	1,7%
jan-15	1,8%	-3,7%
fev-15	3,4%	-2,3%
mar-15	2,1%	12,7%
Homóloga	44,8%	9,2%

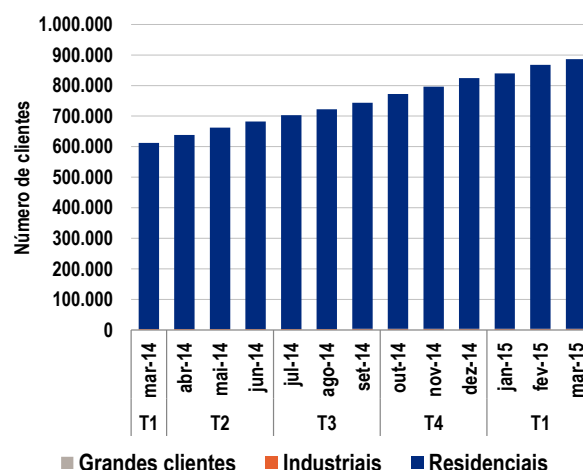
Período	Variação MR face a mês anterior (%)	
	N.º clientes	Consumo (%)
abr-14	-3,0%	-19,4%
mai-14	-2,7%	-17,3%
jun-14	-2,6%	-23,3%
jul-14	-2,9%	-10,3%
ago-14	-2,9%	-13,3%
set-14	-3,0%	-7,8%
out-14	-3,8%	3,8%
nov-14	-3,6%	22,8%
dez-14	-4,5%	23,8%
jan-15	-4,6%	35,5%
fev-15	-4,9%	-10,7%
mar-15	-3,2%	3,2%
Homóloga	-34,7%	-27,9%

Caracterização do ML

Repartição por tipo de clientes

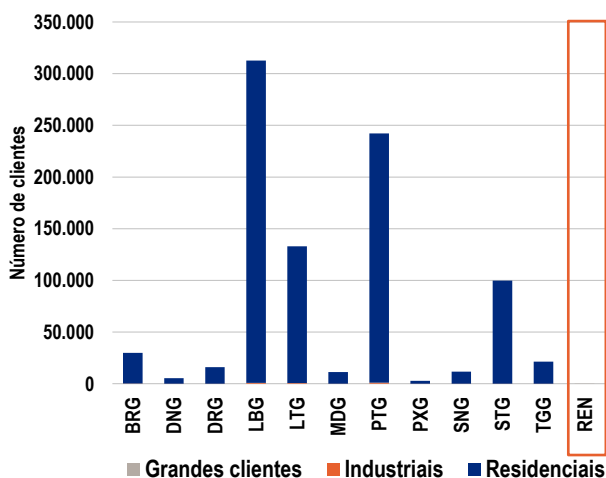
A grande maioria do mercado liberalizado do gás natural, em número de clientes, concentra-se no segmento dos clientes residenciais, que representa mais de 99,6% do total de clientes no mercado liberalizado, sendo seguido pelo segmento de clientes industriais, que representa cerca de 0,4% do número global de clientes neste mercado.

O primeiro trimestre de 2015 mantém a tendência de crescimento do número de clientes que optaram por ser fornecidos no mercado liberalizado. O crescimento médio mensal do número de clientes em mercado livre foi cerca de 3,1% desde março de 2014.



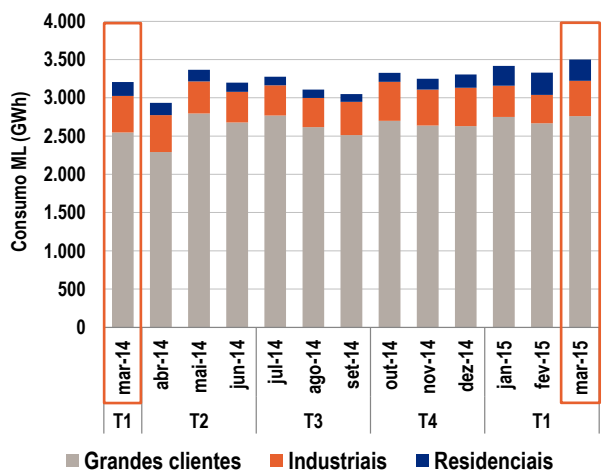
Durante o último ano, observa-se um crescimento expressivo do número de clientes residenciais (45%). Os segmentos de clientes industriais e de grandes clientes também cresceram, respetivamente, em cerca de 4,4% e de 43,4% em termos homólogos.

Na repartição do número de clientes do ML por empresa distribuidora, a Lisboaagás é a empresa com maior número de clientes no mercado liberalizado, seguida pela Portgás, sendo que pelo menos 99,7% dos seus clientes em mercado liberalizado são do segmento residencial.



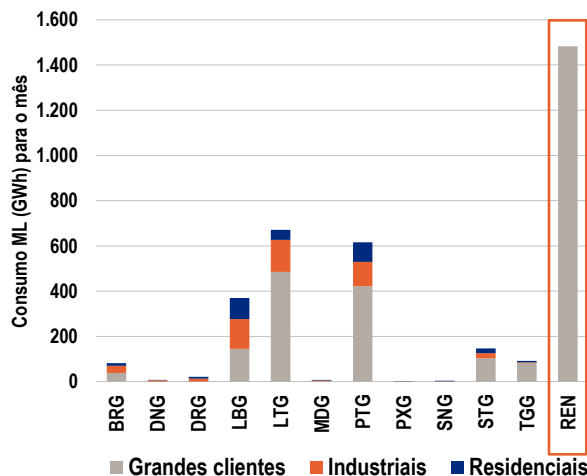
O mês de março de 2015, face a março do ano anterior, registou um aumento do mercado liberalizado em consumo, em 9,2%, que decorre do aumento em cerca de 8,3% face ao período homólogo verificada no segmento de grandes clientes (aumento médio mensal de 0,7%). Tal como no segmento de grandes consumidores, o segmento de residenciais verificou um aumento de 53% (cerca de 3,6% em taxa média mensal) em termos homólogos. Já o segmento de clientes industriais sofreu uma ligeira redução de 3,0% (cerca de 0,2% em taxa média mensal) face a março de 2014.

No primeiro trimestre de 2015, face a dezembro de 2014, assistiu-se a um aumento do consumo em termos mensais, nomeadamente de 17,2% e 1,6% nos segmentos residencial e de grandes clientes, respectivamente. Quanto ao segmento de clientes industriais assistiu-se a uma diminuição do consumo em termos mensais de 2,7%.



Relativamente a consumos por empresa distribuidora, a Lusitaniagás é a empresa que apresenta maiores valores de consumo reportado ao mercado liberalizado, sendo que cerca de 72% corresponde a consumos do segmento dos grandes clientes e 21% a consumos do

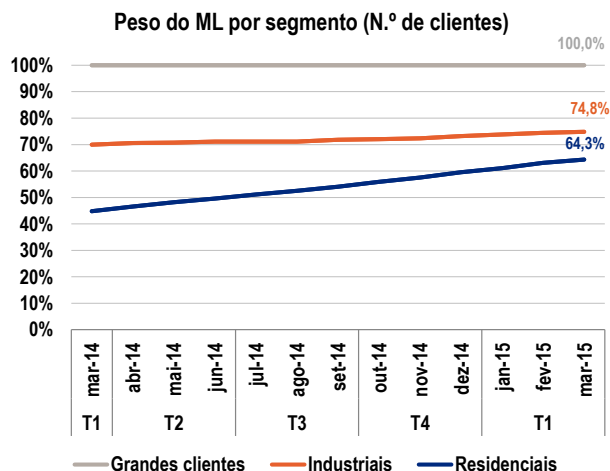
segmento de clientes industriais. Em seguida, a Portgás tem uma estrutura de consumos em que 68% corresponde a consumos do segmento dos grandes clientes e 18% a consumos do segmento de clientes industriais. A Lisboaagás apresenta uma estrutura de consumos distinta das duas anteriores, já que o peso dos grandes clientes representa 40%, com os clientes industriais a representar quase 36%.



Peso do mercado liberalizado

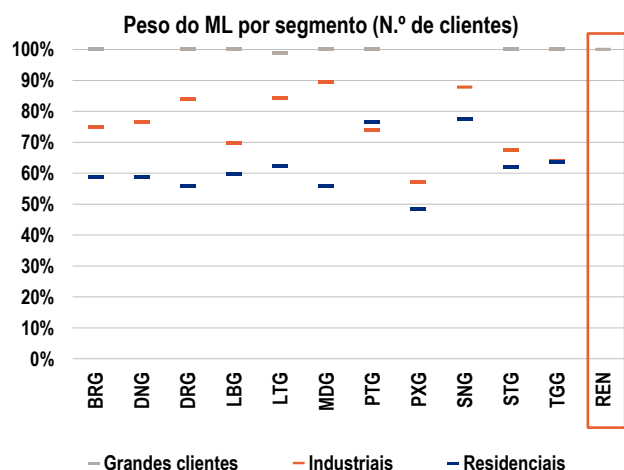
O mercado liberalizado no primeiro trimestre de 2015 cresceu em número de clientes em todos os segmentos, sendo que a totalidade dos clientes do segmento de grandes clientes se encontra no mercado liberalizado desde março de 2013.

A penetração do mercado liberalizado no segmento residencial foi cerca de 64% em dezembro, um incremento de 20 p.p. face ao mês homólogo, o que representa uma variação de cerca de 1,6 p.p. em base mensal. No trimestre (janeiro a março de 2015), o andamento foi inferior (1,6 p.p. por mês). Quanto ao número de clientes industriais (75%) o seu crescimento foi de cerca de 4,9 p.p. entre março de 2014 e março de 2015, ou seja, 0,4 p.p. em termos mensais, abaixo do crescimento médio no trimestre em análise (0,5 p.p.).



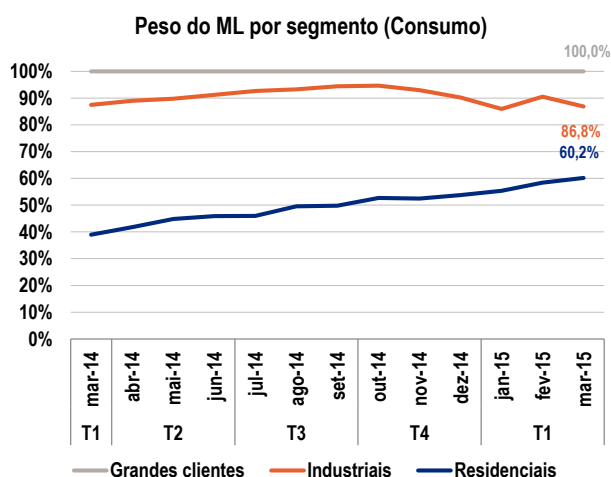
O peso relativo do número de clientes no mercado liberalizado por empresa distribuidora reflete, desde logo, a situação referida anteriormente de que todos os grandes clientes se encontram no mercado liberalizado. No segmento dos clientes industriais, a

importância do mercado liberalizado por distribuidora varia entre cerca de 57%, na Paxgás, e 90%, na Medigás, sendo que, à exceção da Paxgás, pelo menos 64% dos clientes em cada rede já se encontra no mercado liberalizado. Para o segmento de clientes residenciais, a penetração do mercado liberalizado varia entre 48% (Paxgás) e 78% (Sonorgás).



Em março de 2015, observa-se um crescimento do ML em consumo no segmento de clientes residenciais e um decréscimo no segmento de industriais face ao período homólogo.

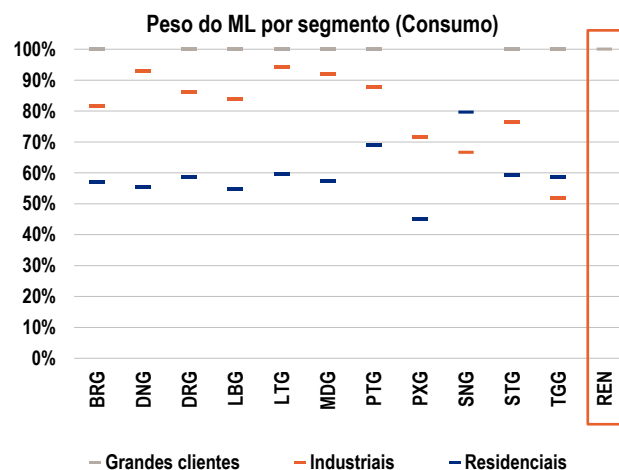
O peso relativo do ML no segmento de clientes industriais foi superior a 86% no final de março de 2015. Este segmento decresceu 0,7 p.p. em termos anuais, a uma média de 0,1 p.p. por mês. No primeiro trimestre de 2015, a expressão do mercado liberalizado neste segmento diminuiu, em cerca de 1,1 p.p. em termos mensais.



De salientar que o peso do mercado livre no segmento dos clientes residenciais tem vindo a aumentar de forma sustentada desde dezembro de 2012, atingindo em março de 2015 cerca de 60% do consumo global deste segmento. O crescimento do consumo no segmento foi de cerca de 21 p.p. em março de 2015 quando comparado com mesmo mês do ano anterior, cerca de 1,8 p.p. em média mensal.

O crescimento no trimestre em análise (janeiro a março de 2015) foi cerca de 2,2 p.p. por mês.

Quanto ao peso do consumo no mercado liberalizado por empresa distribuidora, todos os consumos de grandes clientes se encontram no mercado liberalizado, tal como anteriormente referido.



O peso do consumo no mercado liberalizado no segmento dos clientes industriais é mais variável por distribuidora, tendo oscilado, em março de 2015, entre 52% (Tagusgás) e 94% (Lusitãniagás).

Ainda em março, a penetração do mercado liberalizado no segmento de clientes residenciais variou entre 45% (Paxgás) e 80% (Sonorgás).

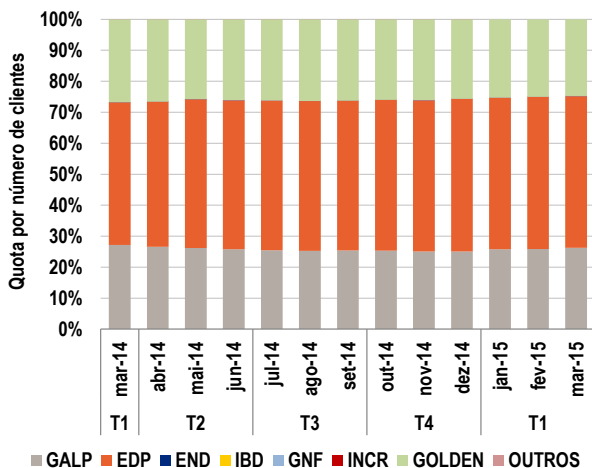
Quotas de mercado

Quotas de mercado globais

A repartição do número de clientes no mercado liberalizado pelas carteiras dos comercializadores no primeiro trimestre de 2015 mantém a EDP como o principal operador do mercado em número de clientes (49%, em março), com uma perda de 0,3 p.p. no trimestre. A EDP manteve a terceira posição em termos de consumo abastecido (12,5%), com um aumento de 2,5 p.p. face a dezembro de 2014.

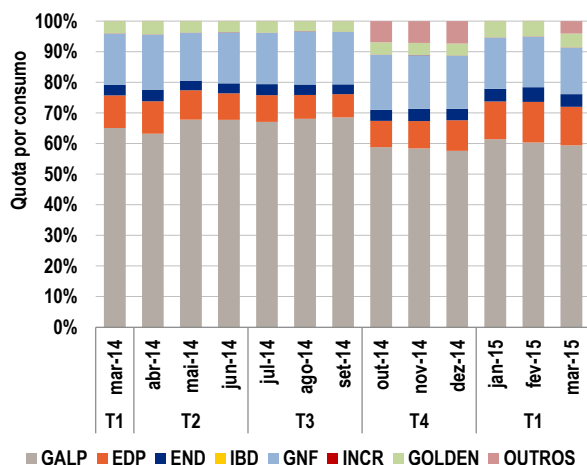
A Galp manteve a sua posição dominante em consumos (59%, em março), tendo obtido um ganho de 1,8 p.p. durante o trimestre. Em número de clientes, a Galp aumentou a sua quota (26%), num acréscimo de 1,2 p.p. no trimestre, passando a ocupar o segundo lugar em número de clientes.

Neste resumo informativo, a designação "Outros" inclui a Sonatrach, a Digalgas, Cepsa e Gás do Mário.



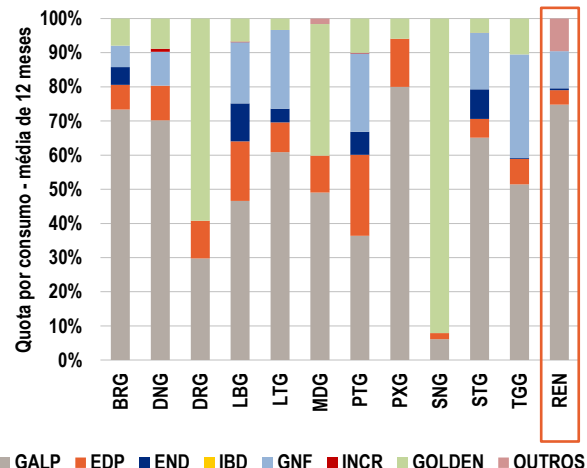
A Goldenergy figura em terceiro lugar em número de clientes, sendo que viu a sua quota (25%) diminuir em 0,9 p.p. no trimestre.

Em termos de consumo, a Gás Natural Fenosa encontra-se na segunda posição, com uma quota de 15% em março de 2015, correspondente a uma redução de 2,2 p.p. face a dezembro de 2014.



As quotas das restantes empresas representam, em termos de número de clientes, um valor residual do mercado liberalizado de gás natural (cerca de 0,03%), enquanto em consumo representam cerca de 12,8%.

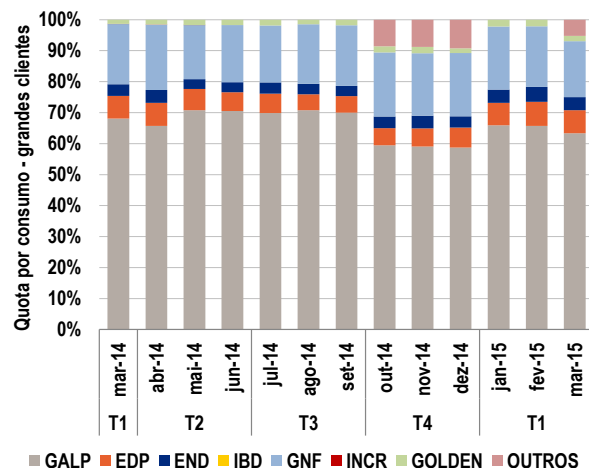
Quanto à situação por operador de rede de distribuição, a Galp detém grande parte da quota de consumo na maioria das distribuidoras, aparecendo a Gás Natural Fenosa frequentemente como o segundo comercializador responsável pelo gás natural distribuído pelos ORD, tendo a EDP passado a ocupar o terceiro lugar na maioria das redes. Nas redes de distribuição da Sonorgás e da Duriensegás, a Goldenergy é o comercializador de gás natural com maior representatividade.



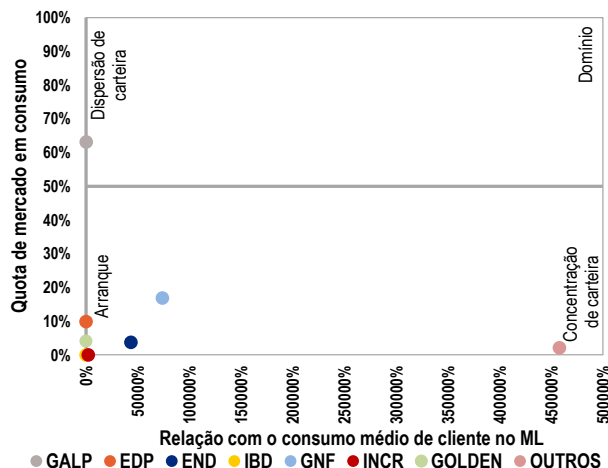
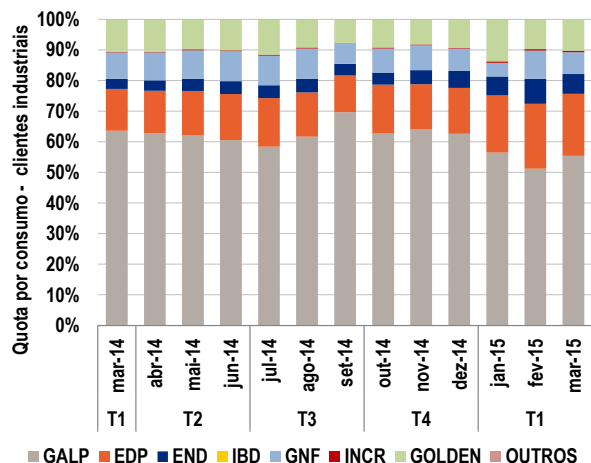
Quotas de mercado por segmento

A evolução das quotas de mercado por segmento explicita a aposta efetuada por cada comercializador em termos do seu foco comercial.

No segmento de grandes clientes, a maioria dos comercializadores efetuam fornecimentos de energia. O segmento é liderado pela Galp (63%), que registou um aumento de quota de 4,6 p.p. no trimestre. A EDP (7,4%) viu a sua quota retomar ligeiramente, em 0,9 p.p.. A Gas Natural Fenosa (18%), segundo operador de mercado, diminuiu a sua quota em 2,3 p.p. no trimestre. Já a Endesa (4,2%) registou um acréscimo de 0,6 p.p., tal como a Goldenergy (1,7%) que registou um aumento de 0,2 p.p. Na quota dos comercializadores agrupados na categoria «Outros» verificou-se um decréscimo de quota de 4,0 p.p. do de dezembro de 2014 para o primeiro trimestre de 2015.

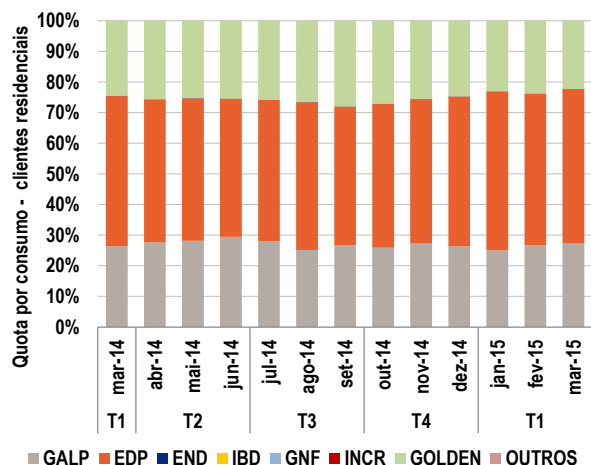


No caso do segmento de clientes industriais, o principal comercializador é também a Galp (55%), comercializador que viu a sua quota decrescer em cerca de 7,2 p.p. no trimestre. Já o segundo comercializador, EDP (20%), aumentou a sua quota em 5,3 p.p.. A Goldenergy (10,3%) e a Endesa (6,4%) viram subir as suas quotas de 0,9 p.p. e a Gas Natural Fenosa (7,1%) diminuiu em 0,2 p.p. Também a Incrygas (0,5%) viu a sua quota subir em 0,3 p.p..



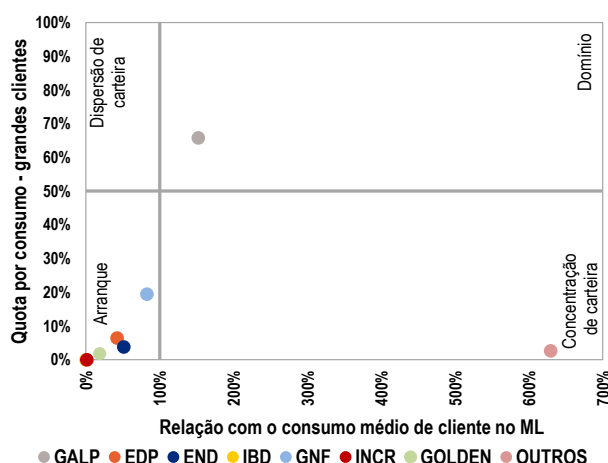
Relativamente ao segmento residencial, a EDP (50%), líder neste segmento, teve um acréscimo de 1,5 p.p. no trimestre. A Goldenergy (22%), mercê de uma redução de quota de 2,4 p.p., perdeu a segunda posição em consumo para a Galp (27%), que aumentou 0,8 p.p..

Numa ótica global do mercado livre de gás natural, a destacada liderança da Galp (63% em consumo) faz-se com uma carteira de clientes com consumos médios por cliente com mais do dobro da média de todo o mercado.



A Gas Natural Fenosa (17%), segundo operador do mercado, tem uma carteira fortemente concentrada, com uma reduzida quota de mercado em número de clientes, compensada pela elevada dimensão em consumo médio dos seus clientes (bastante acima da média global). Numa estratégia oposta, a EDP (10%) tem uma carteira de clientes com consumo abaixo da média global.

No caso do segmento de grandes clientes, os valores apurados sugerem uma forte relação entre consumo médio e quota de mercado, o que pode traduzir a ideia de que, num segmento pequeno em número de clientes, a capacidade de captar os de maior consumo médio é determinante para a expressão do comercializador no segmento.



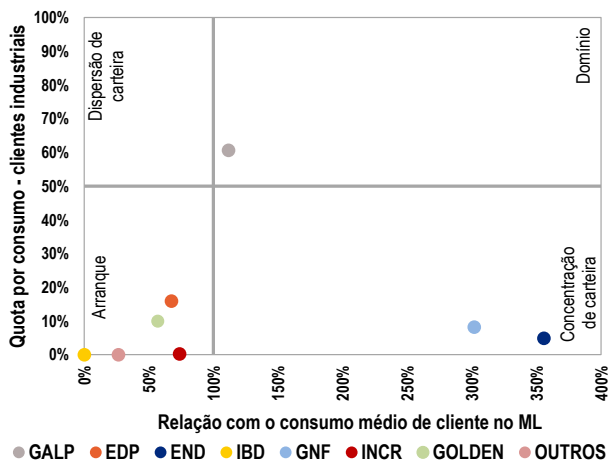
Abordagem de mercado

A relação entre a quota de mercado obtida por cada comercializador e o respetivo consumo médio por cliente da carteira, quando comparado com o consumo médio (de todos os clientes do mercado ou de um segmento), pode ser encarado com uma forma de caracterizar a abordagem que é efetuada ao mercado. Assim, comercializadores com uma elevada quota de mercado assente em clientes com consumo médio abaixo da média apostam numa estratégia de dispersão da sua carteira, sucedendo o inverso com comercializadores com baixa quota e uma carteira de clientes com consumo médio acima da média do mercado ou segmento. As figuras seguintes procuram explicitar essa relação para os diferentes comercializadores a atuar no mercado português de gás natural, em valores médios para os últimos doze meses.

Neste segmento, a Galp (66% em consumo) é claramente dominante, detendo a maior quota de mercado e a carteira de clientes com maior consumo médio individual. Segue-se a Gas Natural Fenosa (20%), acompanhada pela EDP (6%), com quotas distantes da líder do segmento e um consumo médio da carteira abaixo da média do segmento, em especial na EDP.

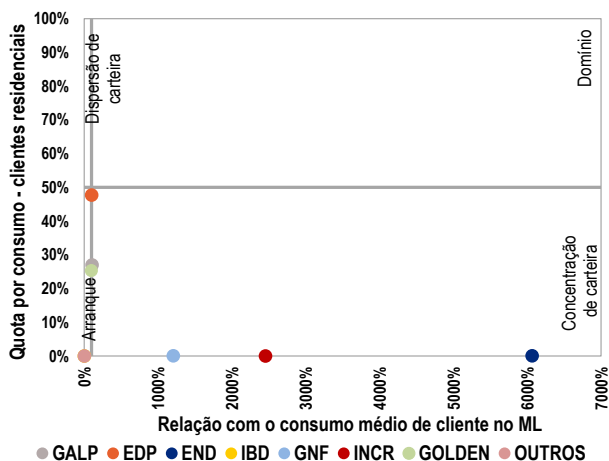
Já no caso dos clientes industriais, atendendo a que este segmento é mais alargado em número de consumidores que o segmento de grandes

clientes (mais de onze vezes), as relações entre a quota de mercado e o consumo médio de carteira são menos diretas.



A Galp (61% em consumo) é líder do segmento com um consumo médio individual da carteira muito próximo da média do segmento, seguida pela EDP (16%), também com consumo perto da média. Há dois agentes (Gas Natural Fenosa e Endesa) com quotas de mercado inferiores, mas que ostentam consumos médios das carteiras cerca de três vezes o consumo médio do segmento. Tal circunstância parece fazer inferir que a liderança do segmento é sustentada numa estratégia de dispersão da carteira de clientes quanto a número.

Por fim, no caso de clientes residenciais, segmento que inclui pequenos negócios, a significativa dimensão em número determina que as carteiras mais expressivas apresentem consumos médios em torno da média de consumo do segmento (efeito estatístico de agregação de um número elevado de clientes), o que se verifica para os três principais comercializadores, em termos de consumo abastecido, a EDP (48%), a Galp (27%) e a Goldenenergy (25%), em que o consumo médio não se afasta mais de 4% da média do segmento.

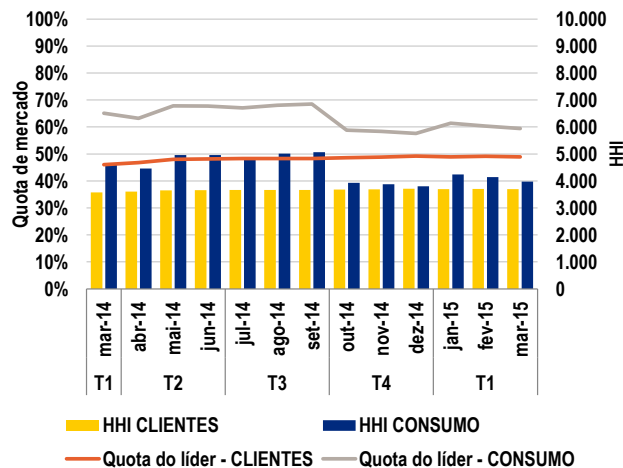


De realçar ainda a existência neste segmento de carteiras de comercializadores com consumos médios mais de 30 vezes superiores à média do segmento (Incrygas e Endesa), facto que indicia a

abordagem preferencial a clientes do subsegmento de pequenos negócios.

Concentração de mercado

A concentração de mercado no ML é aqui aferida pela utilização de três indicadores: o índice HHI² e o valor da quota do principal operador de mercado, avaliado quer pelo número de clientes, quer pelo consumo.



O valor dos indicadores de mercado demonstra que a concentração da estrutura do mercado liberalizado em número de clientes diminuiu no primeiro trimestre de 2015 face ao anterior, tal como em consumo.

² Ver definição e forma de cálculo na secção final do documento.

Resumo estatístico

O anexo estatístico apresentado cobre a generalidade dos dados utilizados na elaboração do resumo informativo mensal nas suas diferentes secções.

A totalidade da informação disponibilizada tem a sua origem na informação remetida à ERSE pelo operador da rede de transporte de gás natural (REN Gasodutos), enquanto entidade que operacionaliza a mudança de comercializador.

Dados de caracterização geral

Principais valores de caracterização do ML e do MR

Mês	N.º de clientes ML	Consumo ML [GWh]	Peso relativo ML
mar-14	612.268	3.205,9	90,1%
abr-14	638.025	2.934,9	91,2%
mai-14	662.132	3.365,9	93,5%
jun-14	682.247	3.199,1	94,7%
jul-14	703.047	3.275,3	95,3%
ago-14	722.556	3.108,7	95,7%
set-14	743.898	3.049,0	95,9%
out-14	772.165	3.327,0	96,1%
nov-14	796.059	3.249,2	95,2%
dez-14	824.593	3.304,0	94,2%
jan-15	839.452	3.418,0	92,5%
fev-15	867.823	3.329,4	93,1%
mar-15	886.310	3.500,9	93,2%

Mês	N.º de clientes MR	Consumo MR [GWh]
mar-14	751.332	352,1
abr-14	728.754	283,6
mai-14	709.201	234,5
jun-14	690.599	179,9
jul-14	670.505	161,3
ago-14	651.066	139,8
set-14	631.335	128,9
out-14	607.426	133,8
nov-14	585.440	164,3
dez-14	568.930	203,3
jan-15	533.394	275,5
fev-15	507.188	246,1
mar-15	490.978	253,9

Principais valores de caracterização do ML e do MR, por ORD

ORD/ORT	N.º de clientes ML	Consumo ML [GWh]	Peso relativo ML
BRG	29.884	81,4	83,7%
DNG	5.379	7,4	82,3%
DRG	16.164	21,3	73,1%
LBG	312.684	369,4	78,3%
LTG	132.892	671,2	94,6%
MDG	11.293	7,2	78,3%
PTG	242.167	616,0	91,9%
PXG	2.869	1,2	55,8%
SNG	11.701	4,1	74,9%
STG	99.883	146,9	87,4%
TGG	21.376	91,8	92,3%
REN	18	1.483,0	100,0%

ORD/ORT	N.º de clientes MR	Consumo MR [GWh]
BRG	20.917	15,9
DNG	3.764	1,6
DRG	12.734	7,8
LBG	210.388	102,5
LTG	79.838	38,7
MDG	8.903	2,0
PTG	74.537	54,1
PXG	3.054	0,9
SNG	3.369	1,4
STG	61.218	21,2
TGG	12.256	7,7
REN	0	0,0

Número de clientes em mercado livre

Mês	Grandes clientes	Cientes industriais	Cientes residenciais	TOTAL
mar-14	251	2.983	609.034	612.268
abr-14	261	3.031	634.733	638.025
mai-14	264	3.053	658.815	662.132
jun-14	263	3.078	678.906	682.247
jul-14	264	3.105	699.678	703.047
ago-14	262	3.118	719.176	722.556
set-14	263	3.158	740.477	743.898
out-14	263	3.161	768.741	772.165
nov-14	264	3.173	792.622	796.059
dez-14	264	3.205	821.124	824.593
jan-15	355	3.061	836.036	839.452
fev-15	357	3.097	864.369	867.823
mar-15	360	3.115	882.835	886.310

Consumo (MWh) de clientes no mercado livre

Mês	Grandes clientes	Cientes industriais	Cientes residenciais	TOTAL
mar-14	2.548.707	475.777	181.434	3.205.918
abr-14	2.291.303	483.003	160.603	2.934.909
mai-14	2.796.675	417.180	151.997	3.365.853
jun-14	2.677.402	402.102	119.609	3.199.113
jul-14	2.768.837	395.664	110.819	3.275.319
ago-14	2.616.004	382.312	110.345	3.108.661
set-14	2.512.870	434.066	102.066	3.049.002
out-14	2.700.602	509.396	116.967	3.326.965
nov-14	2.637.217	469.888	142.128	3.249.232
dez-14	2.630.277	501.056	172.697	3.304.030
jan-15	2.751.230	408.256	258.477	3.417.963
fev-15	2.668.157	370.364	290.927	3.329.449
mar-15	2.761.074	461.939	277.881	3.500.894

Dados de quotas de mercado

Quotas de mercado em número de clientes

Mês	GALP	EDP	END	IBD	GNF	INCR	GOLDEN	OUTROS
mar-14	27,2%	46,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	26,8%	0,0%
abr-14	26,6%	46,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	26,6%	0,0%
mai-14	26,2%	48,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,8%	0,0%
jun-14	25,8%	48,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	26,1%	0,0%
jul-14	25,5%	48,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	26,2%	0,0%
ago-14	25,3%	48,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	26,4%	0,0%
set-14	25,4%	48,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	26,2%	0,0%
out-14	25,3%	48,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	26,0%	0,0%
nov-14	25,1%	48,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	26,1%	0,0%
dez-14	25,1%	49,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,7%	0,0%
jan-15	25,8%	48,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,3%	0,0%
fev-15	25,8%	49,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%
mar-15	26,3%	48,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	24,8%	0,0%

Quotas de mercado em consumo abastecido

Mês	GALP	EDP	END	IBD	GNF	INCR	GOLDEN	OUTROS
mar-14	65,1%	10,6%	3,5%	0,0%	16,7%	0,1%	4,0%	0,0%
abr-14	63,2%	10,6%	3,8%	0,0%	18,0%	0,1%	4,4%	0,0%
mai-14	67,8%	9,6%	3,2%	0,0%	15,6%	0,1%	3,8%	0,0%
jun-14	67,7%	8,7%	3,2%	0,0%	16,7%	0,0%	3,7%	0,0%
jul-14	67,1%	8,7%	3,6%	0,0%	16,7%	0,0%	3,8%	0,0%
ago-14	68,0%	7,8%	3,4%	0,0%	17,4%	0,0%	3,3%	0,0%
set-14	68,5%	7,6%	3,2%	0,0%	17,1%	0,0%	3,5%	0,0%
out-14	58,8%	8,6%	3,7%	0,0%	18,0%	0,0%	4,0%	6,9%
nov-14	58,4%	9,0%	4,0%	0,0%	17,6%	0,0%	3,9%	7,1%
dez-14	57,6%	10,0%	3,7%	0,0%	17,4%	0,0%	3,9%	7,4%
jan-15	61,4%	12,4%	4,1%	0,0%	16,7%	0,1%	5,3%	0,0%
fev-15	60,3%	13,2%	4,8%	0,0%	16,5%	0,1%	5,1%	0,0%
mar-15	59,4%	12,5%	4,2%	0,0%	15,2%	0,1%	4,5%	4,1%

Quotas de mercado em consumo abastecido, por ORD - média de 12 meses

ORD	GALP	EDP	END	IBD	GNF	INCR	GOLDEN	OUTROS
BRG	73,4%	7,2%	5,2%	0,0%	6,3%	0,0%	7,9%	0,0%
DNG	70,2%	10,1%	0,0%	0,0%	9,9%	0,9%	8,8%	0,0%
DRG	29,7%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	59,2%	0,0%
LBG	46,6%	17,5%	11,1%	0,0%	17,9%	0,2%	6,8%	0,0%
LTG	60,9%	8,7%	4,0%	0,0%	23,0%	0,0%	3,4%	0,0%
MDG	49,0%	10,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	38,5%	1,6%
PTG	36,4%	23,7%	6,7%	0,0%	22,9%	0,2%	10,1%	0,0%
PXG	80,0%	14,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%	0,0%
SNG	6,1%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	92,1%	0,0%
STG	65,1%	5,4%	8,7%	0,0%	16,5%	0,0%	4,2%	0,0%
TGG	51,4%	7,5%	0,2%	0,0%	30,4%	0,0%	10,5%	0,0%
REN	74,8%	4,2%	0,5%	0,0%	10,9%	0,0%	0,0%	9,6%

Quotas de mercado em consumo abastecido - grandes clientes

Mês	GALP	EDP	END	IBD	GNF	INCR	GOLDEN	OUTROS
mar-14	68,1%	7,3%	3,7%	0,0%	19,5%	0,0%	1,4%	0,0%
abr-14	65,7%	7,4%	4,1%	0,0%	21,1%	0,1%	1,6%	0,0%
mai-14	70,8%	6,8%	3,2%	0,0%	17,4%	0,0%	1,7%	0,0%
jun-14	70,5%	6,1%	3,2%	0,0%	18,5%	0,0%	1,7%	0,0%
jul-14	69,9%	6,2%	3,6%	0,0%	18,4%	0,0%	1,8%	0,0%
ago-14	70,8%	5,1%	3,4%	0,0%	19,3%	0,0%	1,4%	0,0%
set-14	70,0%	5,3%	3,3%	0,0%	19,6%	0,0%	1,8%	0,0%
out-14	59,5%	5,5%	3,8%	0,0%	20,7%	0,0%	2,0%	8,6%
nov-14	59,1%	5,9%	4,1%	0,0%	20,2%	0,0%	2,0%	8,8%
dez-14	58,7%	6,5%	3,6%	0,0%	20,4%	0,0%	1,5%	9,3%
jan-15	65,9%	7,3%	4,2%	0,0%	20,4%	0,0%	2,2%	0,0%
fev-15	65,7%	7,7%	4,8%	0,0%	19,6%	0,0%	2,1%	0,0%
mar-15	63,3%	7,4%	4,2%	0,0%	18,1%	0,0%	1,7%	5,2%

Quotas de mercado em consumo abastecido - clientes industriais

Mês	GALP	EDP	END	IBD	GNF	INCR	GOLDEN	OUTROS
mar-14	63,6%	13,7%	3,3%	0,0%	8,6%	0,2%	10,6%	0,0%
abr-14	62,8%	13,8%	3,4%	0,0%	9,1%	0,2%	10,6%	0,0%
mai-14	62,2%	14,4%	4,0%	0,0%	9,3%	0,3%	9,8%	0,0%
jun-14	60,5%	15,0%	4,2%	0,0%	9,8%	0,3%	10,1%	0,0%
jul-14	58,4%	15,8%	4,2%	0,0%	9,7%	0,3%	11,5%	0,0%
ago-14	61,7%	14,5%	4,5%	0,0%	9,8%	0,3%	9,2%	0,0%
set-14	69,6%	12,0%	3,8%	0,0%	6,8%	0,1%	7,7%	0,0%
out-14	62,7%	16,0%	3,9%	0,0%	7,9%	0,3%	9,2%	0,0%
nov-14	64,0%	14,8%	4,6%	0,0%	8,1%	0,2%	8,2%	0,0%
dez-14	62,6%	15,0%	5,5%	0,0%	7,4%	0,2%	9,4%	0,0%
jan-15	56,5%	18,7%	6,2%	0,0%	4,5%	0,5%	13,7%	0,0%
fev-15	51,2%	21,2%	8,1%	0,0%	9,2%	0,4%	9,8%	0,0%
mar-15	55,4%	20,3%	6,4%	0,0%	7,1%	0,5%	10,3%	0,0%

Quotas de mercado em consumo abastecido - clientes residenciais

Mês	GALP	EDP	END	IBD	GNF	INCR	GOLDEN	OUTROS
mar-14	26,3%	49,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	24,5%	0,0%
abr-14	27,6%	46,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,7%	0,0%
mai-14	28,2%	46,5%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	25,2%	0,0%
jun-14	29,4%	45,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,5%	0,0%
jul-14	28,0%	46,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,9%	0,0%
ago-14	25,1%	48,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	26,6%	0,0%
set-14	26,6%	45,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	28,0%	0,0%
out-14	25,9%	46,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	27,2%	0,0%
nov-14	27,2%	47,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,6%	0,0%
dez-14	26,4%	48,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	24,7%	0,0%
jan-15	25,0%	51,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	23,1%	0,0%
fev-15	26,7%	49,4%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	23,8%	0,0%
mar-15	27,2%	50,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	22,3%	0,0%

Variações no número de clientes e consumo

Período	Variação ML	
	N.º clientes	Consumo (GWh)
abr-14	25.757	-271,0
mai-14	24.107	430,9
jun-14	20.115	-166,7
jul-14	20.800	76,2
ago-14	19.509	-166,7
set-14	21.342	-59,7
out-14	28.266	278,0
nov-14	23.894	-77,7
dez-14	28.534	54,8
jan-15	14.859	-123,1
fev-15	28.371	-74,7
mar-15	18.487	394,7
Homóloga	274.041	295,0

Período	Variação MR	
	N.º clientes	Consumo (GWh)
abr-14	-22.578	-68,5
mai-14	-19.553	-49,1
jun-14	-18.602	-54,5
jul-14	-20.094	-18,6
ago-14	-19.439	-21,5
set-14	-19.731	-11,0
out-14	-23.909	4,9
nov-14	-21.986	30,5
dez-14	-26.510	39,0
jan-15	-25.536	72,2
fev-15	-26.206	-29,4
mar-15	-16.210	7,8
Homóloga	-260.354	-98,2

Siglas, referências e definições

Siglas utilizadas

ORD – operador da rede de distribuição; corresponde à entidade detentora de concessão ou licença de distribuição de gás natural, de âmbito regional ou local.

HHI – corresponde à sigla da expressão anglo-saxónica Herfindhal Hirschman Index – índice de concentração de mercado com o mesmo nome.

ML – mercado liberalizado; corresponde à parcela do mercado de contratação de gás natural em que a parcela de energia é livremente negociada entre as partes.

MR – mercado regulado; corresponde à parcela do mercado de contratação de gás natural em que se aplicam tarifas publicadas pela ERSE.

Identificação das siglas dos ORD

TGG – Tagusgás
STG – Setgás
SNG – Sonorgás
PXG – Paxgás
PTG – Portgás
MDG – Medigás
LTG – Lusitaniagás
LBG – LisboaGás
DRG – Duriensegás
DNG – Dianagás
BRG - Beiragás

Identificação das siglas dos comercializadores em mercado

Galp – grupo Galp
EDP – grupo EDP
END – Endesa Gás
IBD – Iberdrola Gás
GNF – grupo Gas Natural Fenosa
INCR – Incrygas
GOLDEN - Goldenergy

Referências

Para mais informações sobre o funcionamento do mercado liberalizado podem ser consultadas as seguintes referências:

Escolha de comercializador

<http://www.erse.pt/pt/gasnatural/liberalizacaodosector/escolhadecomercializador/Paginas/default.aspx>

Gestor da mudança de comercializador

<http://www.ren.pt/vPT/Gas/GestorMudancaComercializ/Paginas/GestorMudancaComercializ.aspx>

Lista de comercializadores na página Web da ERSE:

<http://www.erse.pt/pt/gasnatural/agentesdosector/comercializadores/Paginas/default.aspx>

Definições

Mercado convencional

O mercado convencional corresponde à parcela do setor do gás natural que não se destina a fornecimentos aos grandes centros eletroprodutores.

Grandes clientes

Os grandes clientes correspondem ao conjunto de clientes com consumo anual superior a 1 milhão de m³ (n) de gás natural. Tipicamente, podem ser clientes com instalações consumidoras ligadas a redes de transporte ou distribuição, em alta ou média pressão de fornecimento. Em média cada grande cliente representa cerca de 5.800 MWh de consumo anual, o equivalente ao consumo de aproximadamente 18.000 clientes residenciais.

Industriais

Os consumidores industriais correspondem ao conjunto de clientes com consumo anual superior 10.000 m³ (n) e inferior a 1 milhão de m³ (n) de gás natural. Em média cada consumidor industrial representa cerca de 140 MWh de consumo anual, o equivalente ao consumo de aproximadamente 440 clientes residenciais.

Residenciais

Os consumidores no segmento residencial correspondem ao conjunto de clientes com consumo anual de gás natural inferior ou igual a 10.000 m³ (n). São clientes com as respetivas instalações consumidoras tipicamente ligadas às redes de distribuição em baixa pressão. Incluem clientes residenciais e pequenos negócios. Em média cada consumidor residencial representa cerca de 0,3 MWh de consumo anual.

Índice de concentração HHI

O índice de concentração de mercado HHI é calculado pela soma do quadrado das quotas de mercado de todos os agentes. Neste documento são utilizadas as quotas de mercado considerando o volume de energia fornecido por cada comercializador no ML.

