



ANÁLISE DE ATENDIMENTO ÀS METAS DO PLANO DE NEGÓCIOS E DA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

Publicação: 2023
Ano de referência: 2022

SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS	3
1. ANÁLISE E ACOMPANHAMENTO DOS RESULTADOS.....	4
2. ANÁLISE DOS INDICADORES.....	6
2.1. Faturamento Bruto.....	6
2.2. Índice de Satisfação do Cliente	8
2.2.1. Net Promoter Score (NPS).....	8
2.2.2. Índice de Avaliação do Atendimento ao Cliente (AAC)	9
2.2.3. Índice de Avaliação da Experiência do Cliente (AEC)	10
2.3. CUSTO DE MANUTENÇÃO OPERACIONAL	11
2.4. PRODUTIVIDADE DA DIGITALIZAÇÃO	12
2.5. ACESSOS AO DIÁRIO OFICIAL	12
2.6. TICKET MÉDIO NAS LOJAS DA CEPE (FÍSICAS E VIRTUAL).....	13
CONCLUSÃO.....	14

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Em atenção ao art. 23º, § 2º, da Lei das Estatais (Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016), a Companhia Editora de Pernambuco — Cepe vem por meio deste documento tornar público a mensuração do atendimento às metas e resultados estabelecidos no Plano de Negócios (PNG) 2022 e da Estratégia de Longo Prazo (ELP) 2022-2026.

Informamos, para os devidos fins, que a análise dos dados contida neste documento foi devidamente aprovada em reunião do Conselho de Administração, cumprindo assim os preceitos estabelecidos na lei supracitada.

1. ANÁLISE E ACOMPANHAMENTO DOS RESULTADOS

A Companhia Editora de Pernambuco – Cepe tem investido, nos últimos anos, em recursos direcionados ao aprimoramento da gestão empresarial e das boas práticas de governança, além de se adequar às legislações pertinentes. Em 2022, a Companhia reuniu esforços para a revisão de seu planejamento estratégico e, em paralelo, retomar e readequar suas atividades no que se pode chamar de um cenário econômico pós-pandêmico.

No presente documento, serão apresentados os resultados obtidos no último exercício relativo aos indicadores estratégicos prioritários da Cepe. Esclarecemos também que, assim como já exposto na versão anterior deste documento, esses indicadores foram estabelecidos, juntamente com suas respectivas metas e tetos a serem alcançados durante o período de 2022 a 2026, a fim de priorizarmos o monitoramento do desempenho da companhia sob quatro aspectos que consideramos fundamentais. São eles:



Na perspectiva da suficiência de caixa, consideramos os números relacionados tanto ao que a Companhia arrecada quanto ao que ela gasta, ou seja, busca-se monitorar o equilíbrio e o avanço dos resultados para a saúde financeira da empresa. Já na produtividade operacional, espera-se enxergar os principais resultados da operação da Cepe e o seu crescimento.

Na terceira perspectiva, o olhar é direcionado para o cliente da Companhia e como está o seu nível de satisfação, frente aos serviços prestados no exercício. E, por fim, no desempenho comercial, são visualizados os resultados numéricos das vendas realizadas em um ou mais segmentos, selecionados pela gestão da Cepe para monitoramento dentro do ciclo de avaliação.

Essas quatro perspectivas listadas são de extrema relevância e possuem relação direta entre si. Por conta disso, são monitoradas pela empresa. No ciclo de avaliação em foco, os resultados obtidos foram mensurados por meio dos indicadores estratégicos prioritários, constantes em seu Plano de Negócios:

- Faturamento bruto;
- Custo de manutenção operacional;
- Índice de produtividade da digitalização;
- Acessos ao Diário Oficial;
- Índice de satisfação dos clientes;
- Ticket médio nas lojas físicas e virtual da Cepe.

Na próxima seção deste documento, serão discutidos os resultados individuais desses indicadores e os pontos relevantes registrados no decorrer do exercício.

2. ANÁLISE DOS INDICADORES

Neste tópico, será explanada a análise de cada um dos indicadores estratégicos prioritários. Após dois anos de pandemia, e sua consequente e inevitável redução de serviços ofertados e queda na demanda dos segmentos, a perspectiva da Companhia voltava-se para uma retomada econômica, de investimentos e de projetos. Em linhas gerais, deu-se continuidade às atividades de forma a ampliar o faturamento dos demais segmentos de atuação (para descentralizar mais a receita) e de aumentar cada vez a capacidade produtiva dos segmentos digitais (para acompanhar o crescimento da demanda). Como previsto e abordado no Plano de Negócios 2022 e Estratégia de Longo Prazo 2022-2026, houve um redirecionamento, nos últimos dois anos, de prioridades da gestão, alinhando as iniciativas em andamento.

É importante salientar que apesar de delinear um novo planejamento estratégico, a Cepe optou, em 2022, por manter os indicadores já monitorados anteriormente. O principal motivo disso foi o fato de que eles representavam bem as dimensões que deveriam ser monitoradas, e que por conta ainda dos impactos da pandemia da covid-19, não foi possível obter o resultado esperado em anos anteriores.

2.1. Faturamento bruto

Iniciamos nossa análise pelo faturamento bruto da Companhia em 2022, indicador que reflete o valor bruto auferido pela Cepe, decorrente da venda de seus produtos e serviços, sem quaisquer outras deduções.

Como pode ser observado na tabela abaixo, o faturamento real em 2022 foi de aproximadamente 2% da meta projetada no nosso Plano de Negócios 2022-2026 para o exercício.

Meta 2022	Real 2022	Desvio
R\$ 52,2 milhões	R\$ 53,5 milhões	(1,3 milhão)

Em uma breve análise comparativa ao ano anterior, cujo incremento do faturamento foi de 25% da meta prevista para 2021, o percentual de apenas 2% acima da meta, em 2022, pode parecer pouco. Cabe ressaltar, no entanto, que a meta desenhada para 2022 previa um faturamento de quase R\$ 12 milhões a mais se comparado ao exercício de 2021, cuja projeção foi de R\$ 40,5 milhões.

É notório que a pandemia da covid-19 prejudicou o desempenho da empresa durante o período mais avassalador da doença. Esperava-se uma retomada em todos os aspectos (econômico, estrutural, comercial e operacional) nos anos seguintes, o que não se evidenciou inteiramente. Em 2022, por exemplo, mesmo reiniciando vários

projetos paralisados durante a pandemia, a empresa vivenciou a escassez e a alta de produtos e matérias-primas primordiais para o desenvolvimento de suas atividades. É o caso da celulose, item essencial e mais importante para a Companhia.

Para obtermos uma análise mais detalhada dos números desse indicador, serão demonstrados os resultados por atividade desenvolvida, seguidos por uma comparação dos resultados obtidos entre os exercícios 2021 e 2022, conforme tabela abaixo:

SEGMENTO	FATURAMENTO 2022	FATURAMENTO 2021	% VARIAÇÃO EM RELAÇÃO A 2021
Publicação	R\$ 29 milhões	R\$ 33,3 milhões	-13%
Digitalização	R\$ 21 milhões	R\$ 15,5 milhões	+35%
Serviços gráficos	R\$ 1,7 milhão	R\$ 936 mil	+84%
Revista	R\$ 100 mil	R\$ 87,1 mil	+15%
Livros	R\$ 1 milhão	R\$ 672,1 mil	+53%
Suplemento	R\$ 122,4 mil	R\$ 127,3 mil	-4%
Certificação Digital	R\$ 4,9mil	R\$ 6,7 mil	-25%

Como evidenciado nos números acima, em 2022, nas atividades executadas pela empresa, tais como digitalização, serviços gráficos e publicações de livros, a Cepe teve um faturamento bruto um pouco maior do que no ano anterior.

O segmento de digitalização, atualmente a segunda maior receita da Companhia, apresentou uma variação positiva de 35%, em comparação ao ano de 2021. Assim como em 2021, esse aumento indica um incremento na demanda por esse tipo de serviço, alinhado, principalmente, a uma tendência mundial marcada pelos avanços tecnológicos e maior necessidade dos serviços digitais.

Já no segmento de serviços gráficos e venda de livros, a empresa registrou um aumento no faturamento de 84% e 53%, respectivamente, em relação ao exercício anterior. Por outro lado, nesse mesmo período, as publicações no Diário Oficial do Estado, principal fonte de receita da empresa, apresentaram uma variação negativa de 13% em 2022. O faturamento do Diário Oficial foi impactado, principalmente, pela Lei Federal nº 13.818/2019, que dispensou a publicação nos Diários Oficiais dos balanços anuais e demais atos societários das empresas SAs.

Por sua vez, a atividade de certificação digital, que no exercício anterior apresentou um crescimento de 294%, registrou uma queda de 25% no faturamento de 2022, o que a mantém ainda com baixa representatividade nas vendas da empresa, e que nos leva a crer que pode ter havido um aumento de ofertas de preços mais atrativos nesse segmento.

2.2. Índice de Satisfação do Cliente

O índice de satisfação dos clientes foi apontado como um dos indicadores prioritários cujo monitoramento seria necessário e de extrema relevância, justamente por compreendermos que este ocupa um importante destaque para a consecução dos objetivos estratégicos da Cepe, tendo sido acompanhado, pela primeira vez, em 2021.

Ao longo de 2022, a Companhia realizou pesquisas de satisfação para avaliar todos os seus produtos e serviços utilizando a metodologia Net Promoter Score (NPS), como veremos a seguir.

2.2.1. Net Promoter Score (NPS)

A Net Promoter Score (NPS) consiste numa poderosa ferramenta de pesquisa e classificação do nível de satisfação do cliente com a experiência que tiveram com a empresa. Criado em 2003 por Fred Reichheld, consultor da Bain & Company, na Harvard Business Review (revista de publicações da Universidade de Harvard), o NPS é descoberto através da pergunta “definitiva”: de 0 a 10, qual a chance de você recomendar a nossa empresa para seus amigos?

Apesar de se comportar de maneira distinta em cada mercado, de um modo geral, o NPS pode ser classificado como excelente (76 a 100), muito bom (51 a 75), regular (1 a 50) e ruim (0 a -100). Para o cálculo, deve-se subtrair a quantidade percentual (%) de promotores (nota 9 ou 10) pela quantidade percentual de detratores (clientes que deram nota de 0 a 6); no caso dos clientes que deram nota 7 ou 8, são considerados neutros.

NPS Cepe	83,7
Produtos/Serviços	NPS
NPS Cepe Editora (Assinaturas)	81,3
NPS Cepe Digital	Sem dados
NPS Cepe Gráfica	90,0
NPS Cepe Editora (Livros)	83,8
NPS Cepe Editora (Periódicos)	84,2
NPS Diário Oficial do Estado	68,8
NPS Cepe Doc	Sem dados

Em comparação a 2021, o NPS geral da Cepe cresceu 22%. Excluindo os serviços que não tiveram indicadores computados (Cepe Digital e Cepe Doc), praticamente todos os outros produtos oferecidos pela Cepe tiveram crescimento na avaliação, em especial as assinaturas da Revista Continente e Jornal Literário Pernambuco: o NPS de 2022 foi 52% acima do de 2021. Os investimentos feitos no atendimento ao cliente, os esforços na preparação dos periódicos e a antecipação da entrega dos arquivos pelas redações certamente tiveram impacto neste resultado.

O único produto que apresentou redução no NPS foram os livros da Cepe Editora: 83,8, em 2022, contra 91,7, em 2021. Ainda assim, considera-se um resultado positivo nesta área de atuação, já que a nota final está acima de 75.

Assim, dos seis segmentos apurados em 2022, tivemos cinco deles no patamar de excelência, com pontuação entre 76 a 100. Apenas um dos segmentos, o Diário Oficial, foi classificado como “muito bom”. Ainda que apresente qualidade bastante positiva, é fato que precisamos continuar melhorando o produto e identificar eventuais falhas, para que consigamos atingir, nas próximas pesquisas, a excelência desse tipo de serviço, que representa o principal faturamento da empresa.

2.2.2. Índice de Avaliação do Atendimento ao Cliente (AAC)

O Índice de Avaliação do Atendimento ao Cliente foi desenvolvido pelas equipes de Marketing e Comercial da Cepe com o principal propósito de mensurar, de forma quantitativa, como nossos clientes avaliam sua experiência com os canais de comunicação da Companhia.

Para essa apuração, foram elementos da avaliação os seguintes canais de atendimento: presencial, e-mail, telefone, chat e formulários “Fale Conosco” — estando esses dois últimos disponíveis no site oficial da Cepe. Cabe destacar que o Whatsapp é uma ferramenta que está em processo de institucionalização, considerando a sua importância para as comunicações nos dias atuais.

Os clientes que se disponibilizaram a responder às perguntas avaliaram apenas os canais sinalizados como utilizados no processo. As respostas podiam variar entre nota 1 (péssimo) e nota 5 (excelente).

Na última avaliação do AAC realizada pela Cepe, o índice geral manteve-se praticamente estável em comparação a 2021: 4,1 contra 4,56 em 2022, conforme visualizado na tabela a seguir:

ITEM	ÍNDICE
AAC	4,56
Telefone	4,50
E-mail	4,60
WhatsApp	4,50
Atendimento Presencial	Sem avaliação
Chat	Sem avaliação
Fale Conosco	Sem avaliação

2.2.3. Índice de Avaliação da Experiência do Cliente (AEC)

A Avaliação da Experiência do Cliente (AEC) preocupa-se em identificar como está a percepção geral da relação do usuário da Cepe. Os departamentos de Marketing e Comercial da Cepe definiram alguns itens de observação no processo de compra/contratação dos produtos e serviços da empresa. Os respondentes precisaram avaliar todos esses itens selecionados. As respostas podiam variar entre nota 1 (péssimo) e nota 5 (excelente).

ITEM	ÍNDICE
Organização do ambiente	4,75
Limpeza do ambiente	4,61
Prazo de entrega do produto/serviço	4,60
Educação e simpatia do atendimento	4,60
Facilidade para finalizar a compra/contratação	4,56
Tempo de resposta do contato	4,54
Qualidade do produto/serviço recebido	4,45
Clareza na comunicação recebida	4,43
Preço do produto / Valor do serviço	4,15
AEC	4,52

O AEC teve uma queda de cinco centésimos em relação a 2021, que finalizou o ano com a pontuação 4,57. Seguimos dentro da faixa de avaliação considerada como “muito bom”. Porém, é preciso nos atentarmos à redução da nota do item “Preço/Valor”, por exemplo, que caiu um décimo. Também é importante pontuar a melhora na pontuação do item “Prazo”, que havia recebido a pior avaliação em 2021 (3,83). Sua nota final cresceu 20% em 2022.

2.3. CUSTO DE MANUTENÇÃO OPERACIONAL

Este indicador representa o montante referente ao custo dispendido com manutenção operacional no exercício. Assim como os demais indicadores, ele possui relação direta com os objetivos estratégicos selecionados pela Cepe para o período em análise.

Diferente dos indicadores apresentados até o momento, este, por possuir a polaridade “quanto menor, melhor”, possui tetos estabelecidos. No ano de 2022, registrou resultado negativo, tendo ficado 2,3% acima do teto para o exercício, conforme planilha abaixo:

Teto 2022	Real 2022	Desvio
R\$ 650,9 Mil	R\$ 666,06 Mil	(R\$ 15.460)

Analisando de forma detalhada, temos o percentual do impacto de cada item em relação ao total do custo total de manutenção operacional da empresa, como observado abaixo:

ÍTEM	% 2022	% 2021
Contrato	42%	42%
Peças	15%	9%
Serviços	12%	19%
Clicks	30%	30%

Em comparação a 2021, os custos com itens “Contrato” e “Clicks” se mantiveram estáveis em 2022, e continuaram representando os maiores impactos nos custos de manutenção operacional da Companhia. Registramos, no entanto, um percentual maior, no último exercício, com o item “Peças”, ao passo que houve uma pequena redução no item “Serviços”.

Importante destacar que a expansão da atividade editorial da empresa, especialmente na área de edição literária, com elevado volume de títulos lançados, impôs a aplicação de recursos financeiros relevantes. A medida gerou custos de

produção gráfica e despesas operacionais excepcionais. A perspectiva é que, nos próximos anos, consigamos dirimir os gastos com a expansão dos trabalhos e serviços de digitalização e diminuição desses custos.

2.4. PRODUTIVIDADE DA DIGITALIZAÇÃO

Este indicado é utilizado para apurar a eficácia de produtividade do setor responsável pelo serviço de digitalizações da Cepe. Como pode ser verificado na tabela abaixo, assim como em anos anteriores, atendemos, mais uma vez, a todas as requisições de demanda. O objetivo e compromisso com nossos clientes são refletidos no atingimento da meta, atendendo 100% dos pedidos de digitalizações no prazo estipulado.

Meta 2022	Real 2022	Desvio
100%	100%	0%

Em 2022, a empresa registrou um incremento de 35% no faturamento desse serviço em relação ao exercício anterior, crescimento este projetado em anos anteriores. Em termos de quantidade de digitalizações, houve um aumento de 82%, chegando à ordem de 25,5 milhões de digitalizações. Não à toa, trata-se da segunda atividade de maior lucratividade para a Companhia, com faturamento bruto em 2022 de R\$ 21 milhões.

Cabe destacar que boa parte desse faturamento decorreu da execução do projeto de gestão documental no Ministério Público de Pernambuco (MPPE) e de digitalização dos documentos das unidades prisionais de Pernambuco. Além dessas iniciativas, também foram executados serviços de gestão documental com a Prefeitura da Cidade do Recife (PCR).

2.5. ACESSOS AO DIÁRIO OFICIAL

O acompanhamento deste indicador é de fundamental importância para a estratégia corporativa da Cepe, já que ele tem relação direta com a confecção e publicação dos atos oficiais do Estado de Pernambuco, que foram objeto de sua criação, por meio da Lei Estadual nº 6.065 de 1967. Além disso, essa atividade ainda representa a maior parcela do faturamento da Companhia.

Neste indicador, de forma geral, é refletido o número de acessos à página do Diário Oficial. Durante o ano de 2022, mantivemos a meta projetada para o exercício. Segue o quadro demonstrativo do número de acessos:

Meta 2022	Real 2022	Desvio
1,3 milhão de acessos	1,3 milhão de acessos	0%

2.6. TICKET MÉDIO NAS LOJAS DA CEPE (FÍSICAS E VIRTUAL)

O acompanhamento do ticket médio tem o objetivo de informar o valor médio das vendas por cliente. Isso viabiliza um planejamento eficaz, sendo possível avaliar o quantitativo de vendas e o potencial de compras dos nossos consumidores. Abaixo, segue o resultado apurado:

Meta 2022	Real 2022	Desvio
R\$ 71,2	R\$ 78	(R\$ 6,8)

Em relação ao exercício de 2021, registramos um aumento do ticket médio nas nossas lojas físicas de 35%. O ticket subiu para R\$ 74,62, considerando um universo de mais de 5.159 vendas efetuadas ao longo de 2022 (uma média de quase 430 vendas por mês). Já o ticket médio da nossa loja virtual foi de R\$ 84,70, diante das quase 2.611 vendas realizadas em 2022. O valor do frete das compras foi desconsiderado desse cálculo.

Salientamos que, no ano analisado, houve um aumento no número de lançamentos de livros da Editora. Também identificamos um aumento nos insumos e custos de terceiros. Por conta disso, os livros seguiram para os clientes com o preço de capa mais alto. Essa informação contribui para o entendimento do aumento do ticket médio.

CONCLUSÃO

É crucial considerarmos que, mesmo retomando alguns projetos paralisados por conta da pandemia, o cenário econômico brasileiro ainda é instável, impactando no poder de compra do consumidor/cliente. Mesmo assim, apenas em 2022, comercializamos 31.387 livros, o que representa um crescimento de 0,72% em relação a 2021.

Conseguimos também incrementar nosso faturamento no segmento de serviços gráficos, livros e publicações. A Cepe Gráfica realizou mais de 180 trabalhos para clientes particulares, atingindo uma média de aproximadamente 16 serviços por mês, além dos apoios gráficos e produção própria de livros e revistas da Cepe Editora.

Analisando de forma geral os indicadores estratégicos prioritários da empresa e os resultados obtidos, podemos afirmar que, apesar de tímido, o faturamento bruto da empresa foi ainda superior ao projetado para 2022 em nosso Plano de Negócios: aproximadamente 2%. É fato, no entanto, que tivemos um aumento de despesas operacionais da Companhia, devido à alta no valor da celulose e nos custos de manutenção das máquinas e equipamentos do parque gráfico.

Reforçando informações já divulgadas em nossa Carta Anual de 2022, a Cepe foi fortemente impactada pela Lei Federal nº 13.818/2019, que dispensou a publicação, nos Diários Oficiais, dos balanços anuais e demais atos societários das empresas Sociedades por Ações (S.As). A queda no faturamento desse segmento (variação negativa de 13% em comparação a 2021), portanto, não nos parece pontual, levando-nos a crer que voltará a ocorrer nos próximos exercícios. Além de tentarmos competir com outros veículos de divulgação, com preços mais atrativos e captação de novos clientes, a perspectiva é que, nos próximos anos, consigamos dirimir esses prejuízos com a expansão dos trabalhos e serviços de digitalização, atualmente o segundo maior faturamento da Cepe, que registrou, em 2022, uma variação positiva de 35%.

Reitaremos que, nos últimos anos, a Cepe tem se aprimorado e reconhecido a importância de outras premissas que antes não eram tão evidentes na empresa. Uma delas é o monitoramento da opinião de nossos clientes, que volta a integrar nossos indicadores prioritários. Para 2023, estaremos focados em aprimorar nossos serviços, em manter a excelência do atendimento e em otimizar nossos processos, para que possamos retomar, de forma mais efetiva, as ações e projetos ainda pendentes, possibilitando, assim, a superação das metas traçadas e a sustentabilidade de nossas atividades.