



Matriz de materialidade Dr. Zapi Impermeabilizantes

2023



Objetivo do projeto

O objetivo principal deste projeto é a co-construção da **Matriz de Materialidade 2023 da Dr. Zapi Impermeabilizantes**. Esta é uma ferramenta fundamental para guiar estratégias de negócio considerando a visão de sustentabilidade em diversos capitais – econômico, social, humano, ambiental, tecnológico e de governança.

O processo teve o envolvimento e escuta ativa de todas as áreas de negócio (coordenadores, gerentes, diretores), além dos principais grupos de interesse (sócios, clientes, fornecedores, colaboradores, comunidades e meio ambiente).



Conteúdo

Metodologia

Resultados

Dados

Significado de materialidade

Materialidade é um conceito utilizado na área de sustentabilidade e governança corporativa para descrever a importância relativa de um tema ou assunto para uma determinada organização e seus respectivos stakeholders.

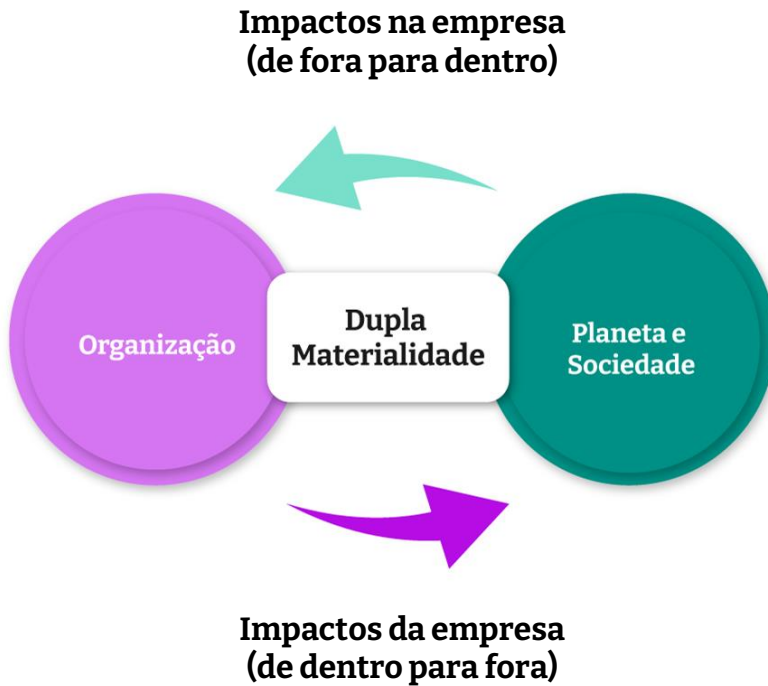
Podem ser considerados stakeholders os acionistas, investidores, lideranças, colaboradores, clientes, fornecedores, reguladores, comunidades locais e meio ambiente em geral.



Dupla materialidade

A dupla materialidade considera que as organizações não apenas são afetadas pelo ambiente externo, como também afetam o ambiente no qual estão inseridas.

Este conceito trabalha fatores de impacto interno e externo, podendo englobar a perspectiva de múltiplos capitais – econômico, social, cultural e ambiental. A consideração de ambas materialidades permite uma avaliação mais abrangente sobre a organização.



Exemplos de temas materiais

Dimensão	Temas materiais	Dupla materialidade
Ambiental	Mudanças climáticas	Emissões da cadeia de valor
Social	Direitos humanos	Bem-estar dos colaboradores
Governança	Práticas anticorrupção	Políticas de gestão



Processo de construção

01

Avaliação de stakeholders

Aplicação do Conscious Business Assessment (CBA®), garantindo consulta a todos os stakeholders da organização com privacidade de dados, taxas amostrais, margem de erro e confiança estatística.

02

Estudo de mercado

Análise de dados públicos sobre as melhores práticas do setor e recomendações das referências de mercado (ex.: SASB e MSCI), além de consulta a especialistas para identificar a relevância dos temas relacionados ao setor de atuação.

03

Consulta à alta gestão

Aplicação de survey para coletar a perspectiva do time de gestão (CEO, diretores, gerentes e coordenadores), trazendo dados para apoiar a priorização dos temas materiais na visão da empresa.

04

Análise integrada

Utilização de algoritmos e técnicas estatísticas para ter um olhar integrado sobre a visão dos stakeholders, referências de mercado, especialistas e time de gestão, para identificar os temas materiais de acordo com seu grau de relevância.



Stakeholders consultados

Foram calculadas as populações de cada público de interesse, garantindo taxas amostrais com 5% margem de erro e 95% grau de confiabilidade dos dados.

Stakeholder	Survey	Respondentes
1 Lideranças	CBA®	10
2 Colaboradores	CBA®	25
3 Clientes	CBA®	65
4 Fornecedores	CBA®	34
5 Comunidade local	CBA®	16
6 Especialistas*	Materialidade	03
7 Time de gestão	Materialidade	13
Total		166



* **Perfil dos especialistas consultados:** profissionais de mercado com experiência em avaliações ESG, sendo consultores, mestres, doutores, pós-doutorados e/ou professores em universidades nacionais e internacionais.

Principais referências do estudo de mercado

Foram consultadas duas principais referências em ESG (SASB e MSCI), e outras empresas do próprio setor (Materiais de construção), totalizando estudo de 6 atores do mercado.



duratex 

Portobello



Critérios de relevância

Relevância para os stakeholders

Colaboradores*

Clientes*

Fornecedores*

Lideranças*

Comunidades*

Especialistas**

Critérios observados via CBA*

- Relevância = Frequência x Urgência
- Frequência: volume de citações
- Grau de urgência: análise de forças, fraquezas, riscos e oportunidades

Relevância para a organização***

CEO**

Diretores**

Gerentes**

Coordenadores**

Critérios observados via survey de materialidade**

- Relevância = Urgência x Visão Estratégica x Prioridades
- Urgência: grau de urgência para os próximos dois anos
- Visão Estratégica: grau de relevância para os próximos dez anos
- Prioridade: seleção de cinco fatores críticos de sucesso



*** Relevância para a organização considera equilíbrio de pesos nas visões do CEO (1/3), dos diretores (1/3) e dos gerentes/coordenadores (1/3).

Classificação dos temas por relevância

- a) **Relevância moderada:** recomenda-se que os temas sejam monitorados e gerenciados pela organização.
- b) **Relevância alta:** além dos anteriores (a), recomenda-se que os temas sejam tratados como prioridade de projetos e iniciativas.
- c) **Relevância muito alta:** além dos anteriores (a) e (b), recomenda-se que sejam definidos indicadores, metas e iniciativas estratégicas para o desenvolvimento destes temas.



Cada tema analisado tem impacto em diferentes stakeholders

Stakeholder	Definição
1. Sócios	Proprietários e/ou investidores da empresa.
2. Gestão	Responsáveis pela administração da empresa.
3. Colaboradores	Funcionários que trabalham na empresa.
4. Clientes	Pessoas que compram produtos/serviços da empresa.
5. Fornecedores	Empresas ou pessoas que prestam serviços para a empresa.
6. Meio ambiente	Recursos naturais e ecossistemas afetados pela empresa.
7. Sociedade	Comunidades, governo e associações afetadas pela empresa.



Cada tema analisado também tem impacto em diferentes capitais

Capital	Definição
1. Econômico	Recursos financeiros da empresa.
2. Social	Conexões e impactos que a empresa tem na sociedade.
3. Humano	Habilidades e conhecimento dos colaboradores da empresa.
4. Governança	Estrutura e processos de tomada de decisão da empresa.
5. Tecnológico	Tecnologias e sistemas utilizados pela empresa.
6. Ambiental	Recursos naturais e ecossistemas utilizados pela empresa.



Conteúdo

Metodologia

Resultados

Dados

Dados gerais do estudo

166

Stakeholders foram consultados e responderam surveys sobre a relação com a Dr. Zapi

279

Comentários realizados pelos stakeholders, analisados e classificados pelo time da Humanizadas

07

Grupos de stakeholder: acionistas, colaboradores, gestão, clientes, fornecedores, meio ambiente e comunidade.

06

Capitais mapeados: econômico, social, humano, ambiental e tecnológico

56

Temas citados pelos stakeholders na aplicação do CBA[®]

63

Temas materiais mapeados no estudo de mercado

31

Temas materiais potenciais selecionados via CBA[®] e mercado

03

Temas materiais classificados com relevância muito alta (prioridade)



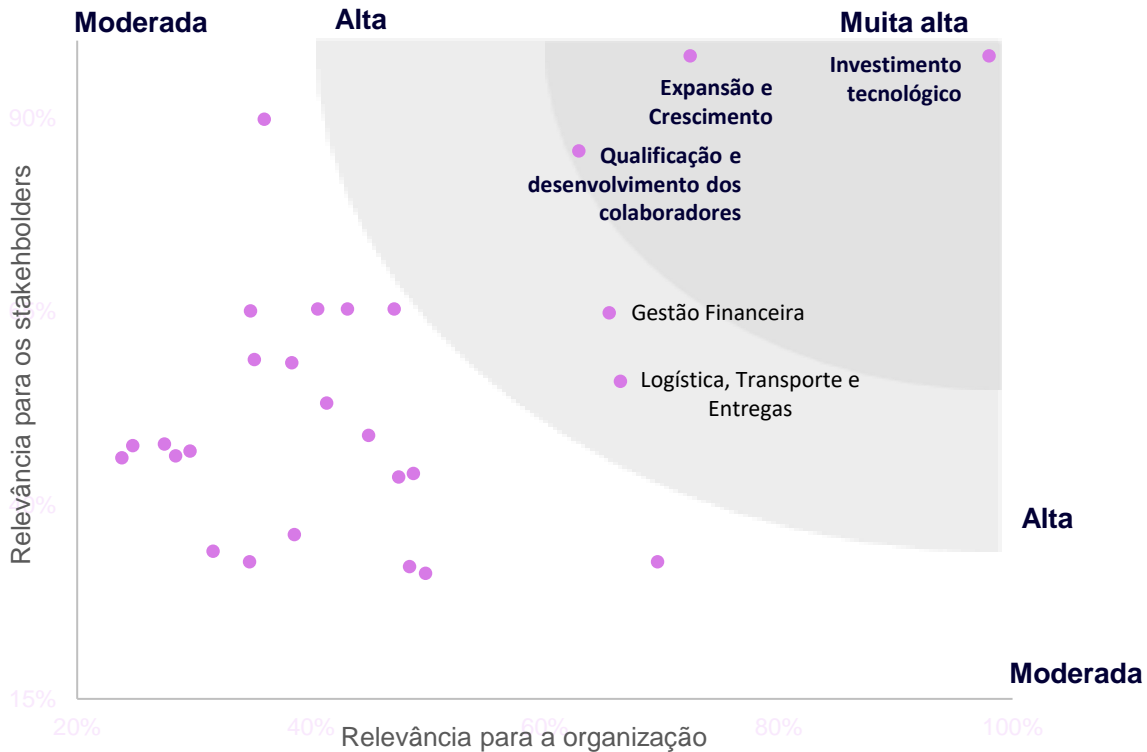
Temas materiais

Dr. Zapi

2023

Resumo da classificação de relevância dos temas materiais:

- **Relevância muito alta:** 03 temas
- **Relevância alta:** 02 temas
- **Relevância moderada:** 26 temas



Temas com relevância muito alta

1. Investimento tecnológico

Investimentos em tecnologias para automatização e melhoria de processos, redução de falhas humanas e melhorias no desempenho da organização.

2. Expansão e crescimento

Ações e estratégias para viabilizar o crescimento da organização. Pode se dar por meio da abertura de filiais, adição de franqueados, fusão ou aquisição de outro negócio, desenvolvimento de novos produtos com a ampliação dos mercados atendidos, etc.

3. Qualificação e desenvolvimento dos colaboradores

Processo contínuo de preparação, aprendizado e aperfeiçoamento, com resultados vistos, principalmente, no longo prazo. Através do aprimoramento de competências técnicas (hard skills) e comportamentais (soft skills), funcionário e empresa constroem conhecimentos sólidos e duradouros.

Stakeholder chave

Gestão

Sócios e Acionistas

Colaboradores

Capitais associados

Tecnológico

Econômico

Humano



Temas com relevância alta

4. Gestão Financeira

Processos, métodos e ações que permitem à empresa controlar, analisar e planejar suas atividades financeiras. Envolve a compreensão das principais questões financeiras que impactam a empresa e seus stakeholders, identificando e priorizando aspectos relevantes para o sucesso sustentável do negócio.

Stakeholder chave

Gestão

Capitais associados

Econômico

5. Logística, transporte e entregas

Abrange todos os processos relacionados ao planejamento, execução e controle eficiente do fluxo de materiais, produtos e informações ao longo da cadeia de suprimentos. Envolve a gestão de estoque, planejamento de transportes, sistemas de informação, etc.

Gestão / Fornecedores

Econômico



Frequência dos temas materiais por stakeholder

Quantidade de temas classificados como relevância muito alta, alta ou moderada na perspectiva de sete stakeholders – colaboradores, sócios e acionistas, clientes, meio ambiente, gestão, fornecedores e sociedade.

Stakeholder	Relevância muito alta	Relevância alta	Relevância moderada
Sócios	1	0	0
Colaboradores	1	0	6
Clientes	0	0	4
Fornecedores	0	1	2
Gestão	1	1	10
Meio Ambiente	0	0	4
Sociedade	0	0	1



Frequência alta



Frequência moderada



Frequência baixa

Frequência dos temas por capital

Quantidade de temas classificados como relevância muito alta, alta ou moderada na perspectiva de seis capitais – social, econômico, ambiental, humano, governança e tecnológico.

Capital	Relevância muito alta	Relevância alta	Relevância moderada
Social	0	0	6
Econômico	1	2	7
Ambiental	0	0	7
Humano	1	0	7
Governança	0	0	2
Tecnológico	1	0	0



Frequência alta



Frequência moderada



Frequência baixa

Síntese das análises

01

Matriz de Materialidade

O fato de não existir temas na extrema direita embaixo ou extrema esquerda em cima significa que nada que é muito importante para um público é ignorado pelo outro.

02

Prioridades estratégicas

O fato de termos três com relevância muito alta (prioridades), e dois temas com relevância alta, significa que foi possível realmente trazer senso de prioridade e urgência aos temas mapeados e avaliados.

03

Stakeholders e capitais

Todos os stakeholders são impactados em diferentes graus de relevância, com destaque para gestão, colaboradores, sócios e fornecedores. Destaque também para os capitais econômico, humano e tecnológico.



Conteúdo



Metodologia

Resultados

Dados

Dados de formação da matriz

Parte 1 de 2

#	Tema	Visão da organização	Visão dos stakeholders
1	Investimento tecnológico	98%	98%
2	Expansão e Crescimento	72%	98%
3	Qualificação e desenvolvimento dos colaboradores	63%	86%
4	Gestão Financeira	66%	65%
5	Logística, transporte e entregas	66%	56%
6	Organização e Padronização de Processos	36%	90%
7	Portfólio e Inovação de Produtos e Serviços	47%	65%
8	Bem-estar e Saúde dos Colaboradores	43%	65%
9	Capacidade de Mudança e Melhoria	41%	65%
10	Engajamento dos colaboradores	70%	33%
11	Impacto Ambiental	35%	65%
12	Qualidade e Segurança do Produto	38%	58%
13	Qualificação da Liderança	45%	49%
14	Relação com clientes	41%	53%
15	Remuneração, Benefícios e PLR	49%	44%
16	Influência e referência da marca no mercado	48%	44%
17	Análise de concorrência	35%	59%
18	Precificação e acessibilidade dos produtos	48%	32%
19	Parcerias Estratégicas	50%	31%
20	Colaboração	39%	36%



Frequência alta



Frequência moderada



Frequência baixa

Dados de formação da matriz

Parte 2 de 2

#	Tema	Visão da organização	Visão dos stakeholders
21	Gestão de legislações e regulações ambientais	30%	47%
22	Cadeia de Suprimentos	28%	46%
23	Oportunidades em construção verde/sustentável	27%	48%
24	Mudanças climáticas e descarbonização	25%	48%
25	Variações de mercado	35%	33%
26	Emissões e resíduos tóxicos	24%	46%
27	Espaço de trabalho	32%	34%
28	Equidade, Diversidade e Inclusão	30%	36%
29	Ética e Transparência	28%	35%
30	Responsabilidade Social e Relação com a Comunidade	27%	31%
31	Biodiversidade	22%	30%
32	Resiliência	35%	16%



Frequência alta



Frequência moderada



Frequência baixa

Dados de correlação

Parte 1 de 2

#	Tema	Capital	Stakeholder
1	Investimento tecnológico	Tecnológico	Gestão
2	Expansão e Crescimento	Econômico	Sócios e Acionistas
3	Qualificação e desenvolvimento dos colaboradores	Humano	Colaboradores
4	Gestão Financeira	Econômico	Gestão
5	Logística, transporte e entregas	Econômico	Fornecedores
6	Organização e Padronização de Processos	Humano	Gestão
7	Portfólio e Inovação de Produtos e Serviços	Econômico	Clientes
8	Bem-estar e Saúde dos Colaboradores	Humano	Colaboradores
9	Capacidade de Mudança e Melhoria	Humano	Gestão
10	Engajamento dos colaboradores	Humano	Colaboradores
11	Impacto Ambiental	Ambiental	Meio ambiente
12	Qualidade e Segurança do Produto	Econômico / Social	Clientes
13	Qualificação da Liderança	Humano	Gestão
14	Relação com clientes	Econômico / Social	Clientes
15	Remuneração, Benefícios e PLR	Social	Colaboradores
16	Influência e referência da marca no mercado	Governança	Gestão



Frequência alta



Frequência moderada




Frequência baixa

Dados de correlação


Parte 2 de 2

#	Tema	Capital	Stakeholder
17	Análise de concorrência	Econômico	Gestão
18	Precificação e acessibilidade dos produtos	Social	Clientes
19	Parcerias Estratégicas	Econômico	Fornecedores
20	Colaboração	Humano	Colaboradores
21	Gestão de legislações e regulações ambientais	Ambiental	Gestão
22	Cadeia de Suprimentos	Ambiental	Fornecedores
23	Oportunidades em construção verde/sustentável	Ambiental	Gestão
24	Mudanças climáticas e descarbonização	Ambiental	Meio ambiente
25	Variações de mercado	Econômico	Gestão
26	Emissões e resíduos tóxicos	Ambiental	Meio ambiente
27	Espaço de trabalho	Humano	Colaboradores
28	Equidade, Diversidade e Inclusão	Social	Colaboradores
29	Ética e Transparência	Governança	Todos
30	Responsabilidade Social e Relação com a Comunidade	Social	Sociedade
31	Biodiversidade	Ambiental	Meio ambiente
32	Resiliência	Econômico	Todos



 Frequência alta

 Frequência moderada

 Frequência baixa



humanizadas

Inteligência de Dados Multi Stakeholders