





# O Uso da Materialidade no Setor Elétrico Brasileiro

Abril/2013

**Equipe Responsável pelo Estudo:**

**Letícia Turco Brandão**

**Munir Younes Soares**

**Taís Faria Brandão**

# Sumário

Introdução .....	1
Método de pesquisa e importância da análise .....	4
Classificação das empresas .....	6
Conclusão .....	9
Referências .....	10





# Introdução

## Introdução

---

O processo de materialidade consiste na consulta por parte da empresa a seus principais stakeholders, identificando quais aspectos relacionados a sua atuação são considerados por eles de grande importância, os chamados temas materiais. Esse processo é muito utilizado no desenvolvimento dos relatórios de sustentabilidade. Com ele, a empresa identifica quais assuntos deve tratar com maior dedicação em seu relatório. AA1000 Assurance Standard afirma que o princípio da materialidade é: “a organização relatora deve incluir no seu relatório público informações adequadas sobre seu desempenho sustentável para os seus stakeholders serem capazes de fazer julgamentos, decisões e ações a partir das informações” (AccountAbility, 2003). De acordo com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), um relatório de sustentabilidade de uma organização deve possuir informações de temas e indicadores que reflitam os impactos econômicos, ambientais e sociais significativos da organização ou aqueles que podem influenciar de forma substancial as avaliações e decisões dos stakeholders (GRI 3.0, 2006).

No entanto, a materialidade também deve ser usada para direcionar a estratégia e a gestão de uma empresa. A identificação de temas materiais é essencial para a definição de uma estratégia de sustentabilidade, garantindo perenidade para a empresa e retorno para a sociedade. Por meio da materialidade, as empresas são capazes de incorporar na sua gestão os aspectos considerados prioritários por seus principais stakeholders, permitindo a inserção da perspectiva dos mesmos na governança corporativa e a co-gestão do negócio. Além disso, a materialidade permite à empresa analisar tendências e se antecipar, identificar riscos e oportunidades, alinhar expectativas e gerir seus stakeholders. Assim, o processo de materialidade, se implementado adequadamente, é de grande importância para a gestão empresarial.

Considerando a relevância do processo de materialidade para a gestão e comunicação de uma organização, o presente artigo buscou analisar, a partir de relatórios de sustentabilidade 2011, como as onze empresas do setor de energia que compõem a carteira 2013 do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBOVESPA estruturam seus processos de definição dos temas materiais para a sustentabilidade de suas atividades e para seu reporte, e como isso é comunicado.



Vale destacar que, na prática, muitas empresas utilizam o relatório de sustentabilidade como ferramenta de comunicação ou marketing, inflacionando informações e resultados positivos e deflacionando ou mesmo ocultando dados negativos. Esse fato dificulta a análise por parte do leitor e é considerado uma limitação para este estudo. As informações disponibilizadas nos relatórios muitas vezes não são suficientes para avaliar a gestão de determinados aspectos, principalmente socioambientais, por não refletirem fielmente a realidade. Por essa razão, optamos por focar a análise na definição e comunicação dos temas materiais, e não estendê-la para a avaliação da gestão propriamente dita desses temas.





# Método de pesquisa e Importância da análise



## Método de pesquisa e importância da análise

---

Para realizar este estudo, foram levantadas informações sobre os seguintes aspectos relacionados à materialidade: se a empresa possui processo de materialidade com consulta a stakeholders; se afirma utilizar o processo de materialidade para aprimorar a gestão ou apenas para o reporte; e se apresenta um quadro de metas para esses temas. A apresentação de um quadro de metas ligadas aos temas representa um compromisso claro e formal com os mesmos, que devem ser integrados à gestão para que essas metas sejam cumpridas. Além disso, consiste em um ato de transparência, pois faz com que a empresa se comprometa perante o leitor a cumprir as metas e a apresentar seus resultados no futuro. Dessa forma, apesar de não avaliarmos a gestão em si dos temas materiais, a apresentação desse quadro de metas indica que a empresa possui uma atenção para inserir esses temas na gestão de forma estratégica.

Foram estabelecidos quatro níveis de classificação das empresas em termos de materialidade, de acordo com os aspectos analisados, descritos anteriormente. A tabela abaixo descreve cada nível.

### Níveis de Classificação - Materialidade

	Possui processo de materialidade com consulta a stakeholders?	Utilidade afirmada pela empresa	Apresenta quadro de metas para os temas?
Nível 0 - Sem materialidade	Não	N/A	Não
Nível 1 - Inicial	Sim	Reporte	Não
Nível 2 - Intermediário	Sim	Reporte e Gestão	Não
Nível 3 - Avançado	Sim	Reporte e Gestão	Sim

Adaptado de: Report Comunicação, Materialidade no Brasil, 2012

Com a definição desses níveis, foi possível classificar as empresas analisadas e traçar um panorama acerca do uso da materialidade pelas mesmas.



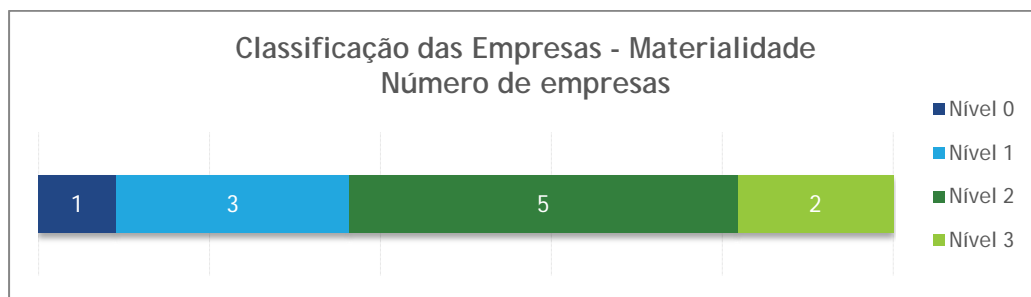


Resultados  
Obtidos

## Classificação das empresas

---

O gráfico a seguir apresenta os resultados da pesquisa.



A partir da análise, obteve-se que apenas uma empresa não apresenta um processo de materialidade em seu relatório, estando, portanto, no nível 0. Três empresas encontram-se no nível 1, pois declaram que a materialidade foi feita com objetivo de direcionar o reporte.

Vale destacar que as dez empresas que apresentam um processo de materialidade realizam uma priorização dos temas materiais, o que é positivo. As partes consultadas podem apresentar inúmeros temas que consideram materiais. A não priorização, entre esses temas, dos que a própria empresa considera mais importantes pode levar a dificuldades para gerir todos de forma satisfatória, trazendo poucos ou nenhum resultado significativo. Essa priorização muitas vezes é mostrada através de uma matriz de materialidade.

Cinco empresas se enquadram no nível 2 - essas empresas realizam consultas a stakeholders e afirmam que a materialidade é utilizada tanto no reporte quanto na gestão, mas não apresentam um quadro com metas para os temas materiais, o que indicaria o possível tratamento dos temas de forma estratégica. Duas dessas empresas, no entanto, afirmam que os temas priorizados possuem metas específicas, o que sugere que estas estão em um estágio avançado em relação às demais, mas por não apresentar um quadro associando essas metas a cada tema, são classificadas no nível 2.

Duas empresas foram classificadas no nível 3, pois apresentam um quadro com metas ligadas aos temas materiais. Uma das empresas apresenta um quadro associando



temas com as metas gerais estratégicas da organização. Isso indica a incorporação desses temas na sua gestão e permite que o leitor identifique claramente a atenção para cada tema. No entanto, para que seja possível realmente administrar esses temas, monitorando seu desempenho, é interessante estabelecer metas mais específicas, como é feito pela outra empresa classificada neste nível.





Conclusão

## Conclusão

---

A partir da análise dos discursos das empresas, em geral, parece haver um bom entendimento acerca da utilidade e importância da materialidade, uma vez que apenas uma empresa aparenta não realizar esse processo e a maioria das empresas que realizam afirma o intuito de aprimorar a gestão. Isso está relacionado ao fato de que a atuação do setor elétrico causa diversos impactos socioambientais, atraindo a atenção da sociedade, instituições não governamentais e mídia, entre outros.

No entanto, as informações disponíveis nos mostra que, apesar desse entendimento, a aplicação da materialidade ainda se dá de forma superficial. As empresas que se encontram no nível 2 devem aprimorar seu uso, comprometendo-se explicitamente a gerir os temas materiais por meio do estabelecimento e apresentação de um quadro de metas estratégicas a eles associadas. Isso garantirá a mitigação de riscos e a identificação de oportunidades de melhorias associadas aos temas, contribuindo para o sucesso do negócio. Além disso, o fato de quatro de onze empresas consideradas referências em melhores práticas de sustentabilidade não considerarem a materialidade uma ferramenta de gestão e uma delas sequer realizar esse processo merece atenção. Essas empresas estão subaproveitando a ferramenta e correm o risco de prejudicar seriamente seu desempenho, uma vez que não incorporam a perspectiva de seus stakeholders e deixam de identificar tendências e exigências da sociedade relacionadas a sua atuação.

Esse cenário mostra que, apesar de algumas empresas se mostrarem avançadas, ainda há necessidade de aprimorar o uso da materialidade. Essa ferramenta é de grande importância não só para a perenidade das empresas do setor, mas também para o bem-estar da sociedade como um todo.



## Referências

---

- AccountAbility. Redefining Materiality - Practice and Public Policy for Effective Corporate Reporting. 2003.
- GRI - Global Reporting Initiative. Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade - versão 3.0. 2006.
- Report Comunicação. Materialidade no Brasil - Como as empresas identificam os temas relevantes. 2012.



