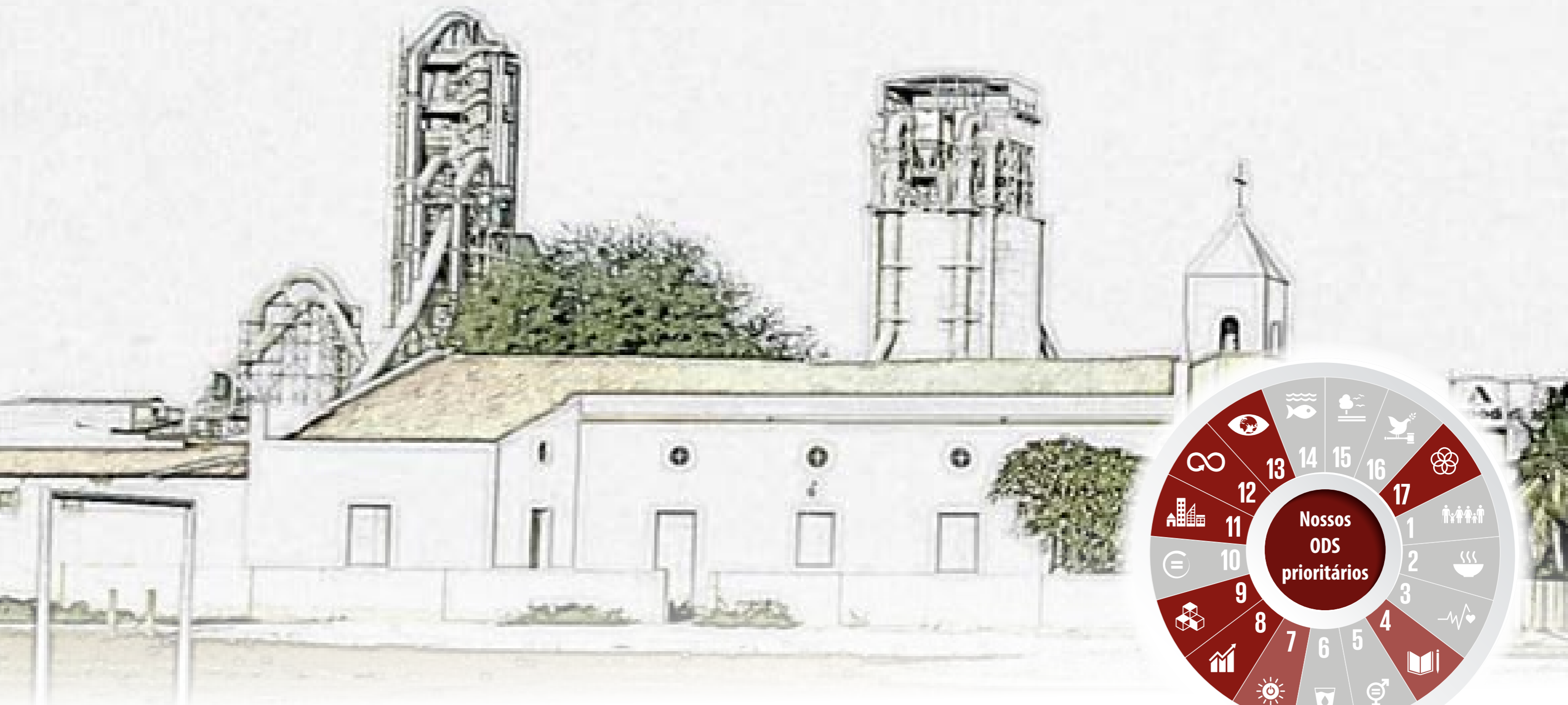


NOSSOS TEMAS MATERIAIS



Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ODS) definem a agenda de sustentabilidade para governos, ONGs e empresas. Na Cimento Apodi, definimos oito ODSs prioritários para os quais acreditamos ter mais impactos, positivos ou negativos. Na mandala à direita, estão indicados os ODSs pelos quais vamos trabalhar para minimizar os impactos negativos e potencializar os positivos.

Cimento Apodi
transformando o futuro

Sumário



Mensagem do nosso presidente



Perfil da Empresa



Como criamos valor para o negócio e para a sociedade



Análise de materialidade



Engajamento com *stakeholders*



Temas materiais, escopo e limites



Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)



1

Mensagem do nosso presidente



Este documento apresenta os resultados consolidados do nosso estudo de materialidade, construído em 2019, como importante passo para continuarmos evoluindo em nossas formas de gestão, tendo sempre em mente que buscamos contribuir para a construção de um mundo melhor e inspirar nossos *stakeholders* nessa direção.

Agradecemos imensamente a todos os colaboradores e parceiros que participaram e contribuíram para a concretização desse trabalho de levantamento e análise. Foi um trabalho a várias mãos e essa colaboração foi de extrema importância.

O objetivo desse processo de materialidade foi identificar os temas materiais relevantes e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) prioritários para a Empresa e para os públicos com os quais nos relacionamos. Nossa ênfase é na criação de valor para o nosso negócio e para a sociedade.

Priorizamos os ODSs considerando o nosso modelo de negócios, as oportunidades e riscos na criação de valor, bem como os temas de maior interesse para as comunidades nas quais estamos inseridos. São eles: Educação de Qualidade (4); Energia Acessível e Limpa (7); Emprego Digno e Crescimento Econômico (8); Indústria, Inovação e Infraestrutura (9); Cidades e Comunidades Sustentáveis (11); Consumo e Produção Responsáveis (12); Combate às Alterações Climáticas (13); Parcerias em Prol das Metas (17).

No capítulo 3 do presente documento – Como criamos valor para o negócio e para a sociedade, explicamos o contexto geral de cada um dos temas priorizados, sua relevância e a nossa contribuição para maximizar o valor gerado para o negócio e para a sociedade.

No capítulo 7 – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), fazemos a correlação dos nossos temas materiais com os ODSs.

Somos uma empresa relativamente jovem, com uma década de estrada, mas já nascemos com as questões de sustentabilidade integradas ao nosso negócio. Queremos ser vistos por nossos clientes e colaboradores como uma organização que está trabalhando para se tornar uma referência regional, conforme pesquisa realizada pela Companhia com cerca de 110 *stakeholders* sobre a percepção deles quanto à *performance* da Empresa em sustentabilidade. Acreditamos que estamos no caminho certo.

Os resultados do levantamento mostram nossa conexão com aquilo que realmente é relevante para o negócio, em termos de desempenho econômico, social, ambiental e de governança corporativa, considerando todas as esferas em que de alguma forma temos possibilidade de inspirar para a construção de um mundo melhor.

Convidamos todos a partilharem conosco dessa jornada de transformação.

Boa leitura!

Atenciosamente,

Emmanuel Mitsou
Diretor-presidente da Cimento Apodi



2

Perfil da Empresa

Quem é a Cimento Apodi?

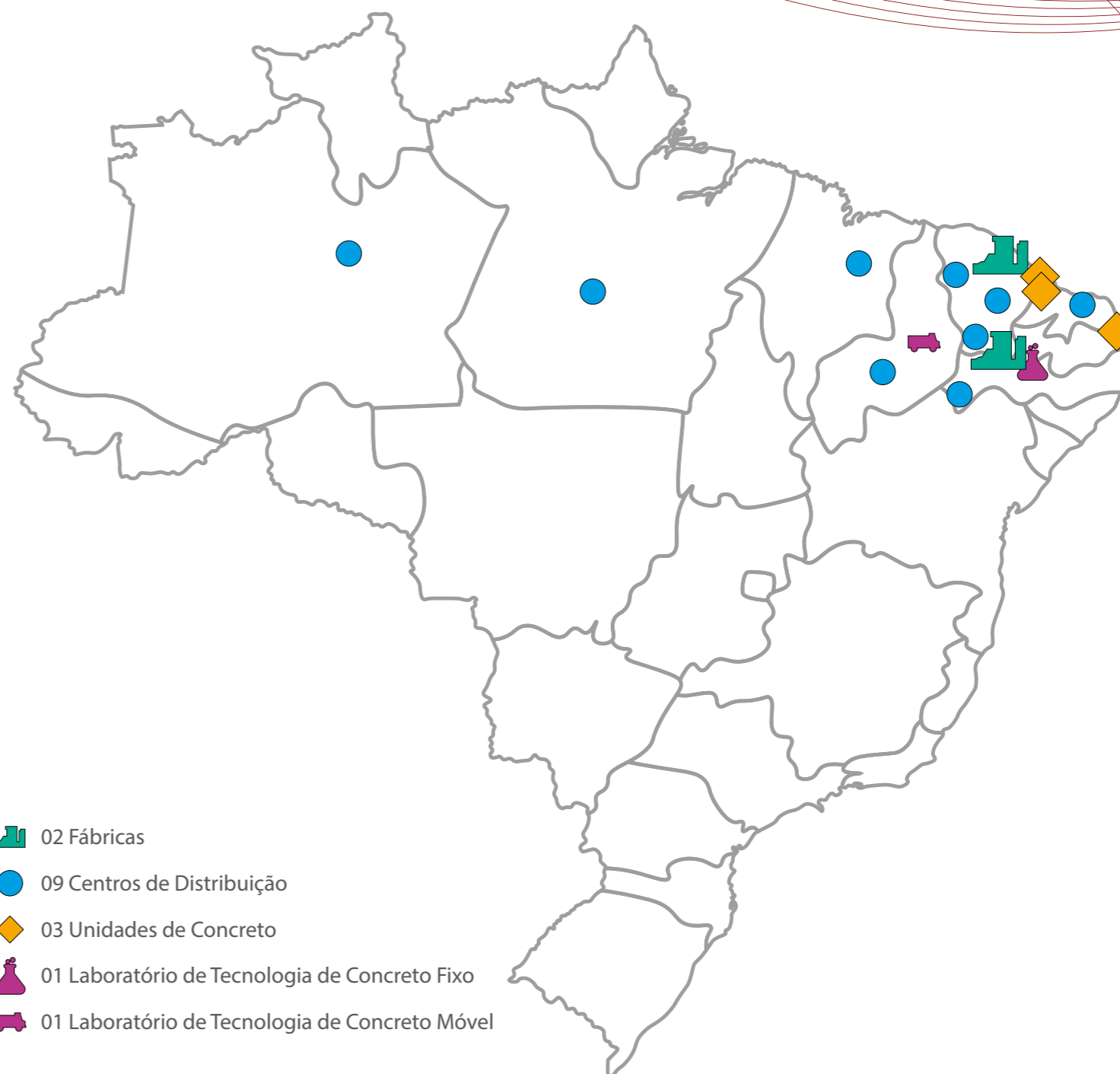
Somos uma jointventure entre dois gigantes do mercado, M.Dias Branco e Titan, com o objetivo de desenvolver a atividade econômica baseada em uma cultura autossuficiente, criando um legado para as futuras gerações.

Produzimos mais de
8 milhões
de toneladas de cimento até hoje

Presente em
13 estados

Empregamos cerca de
700 pessoas
entre diretos e indiretos

Vendemos a mais de
3.500 clientes



Contamos com acionistas fortes, que possuem a qualidade como foco nas suas atividades.



Família Dias Branco. Fundadores e proprietários do Grupo M. Dias Branco. Com 69 anos de história e presença em todo o Brasil, é líder nacional na produção de biscoitos e massas e atualmente é um dos 10 maiores produtores mundiais nesses dois setores. São também investidores nos segmentos de construção e hoteleiro.



Grupo Titan. Produtor de cimento e materiais para construção, com 118 anos de experiência. Baseado na Grécia, o grupo o grupo está presente em mais de 15 países, na Europa, África, América do Norte e América do Sul. Atualmente, emprega 5.400 pessoas no mundo.



A origem do nome Apodi

Nosso nome nasceu em homenagem à “Chapada do Apodi” – localizada entre o Ceará e o Rio Grande do Norte.



Em tupi, Apodi significa FIRMEZA!

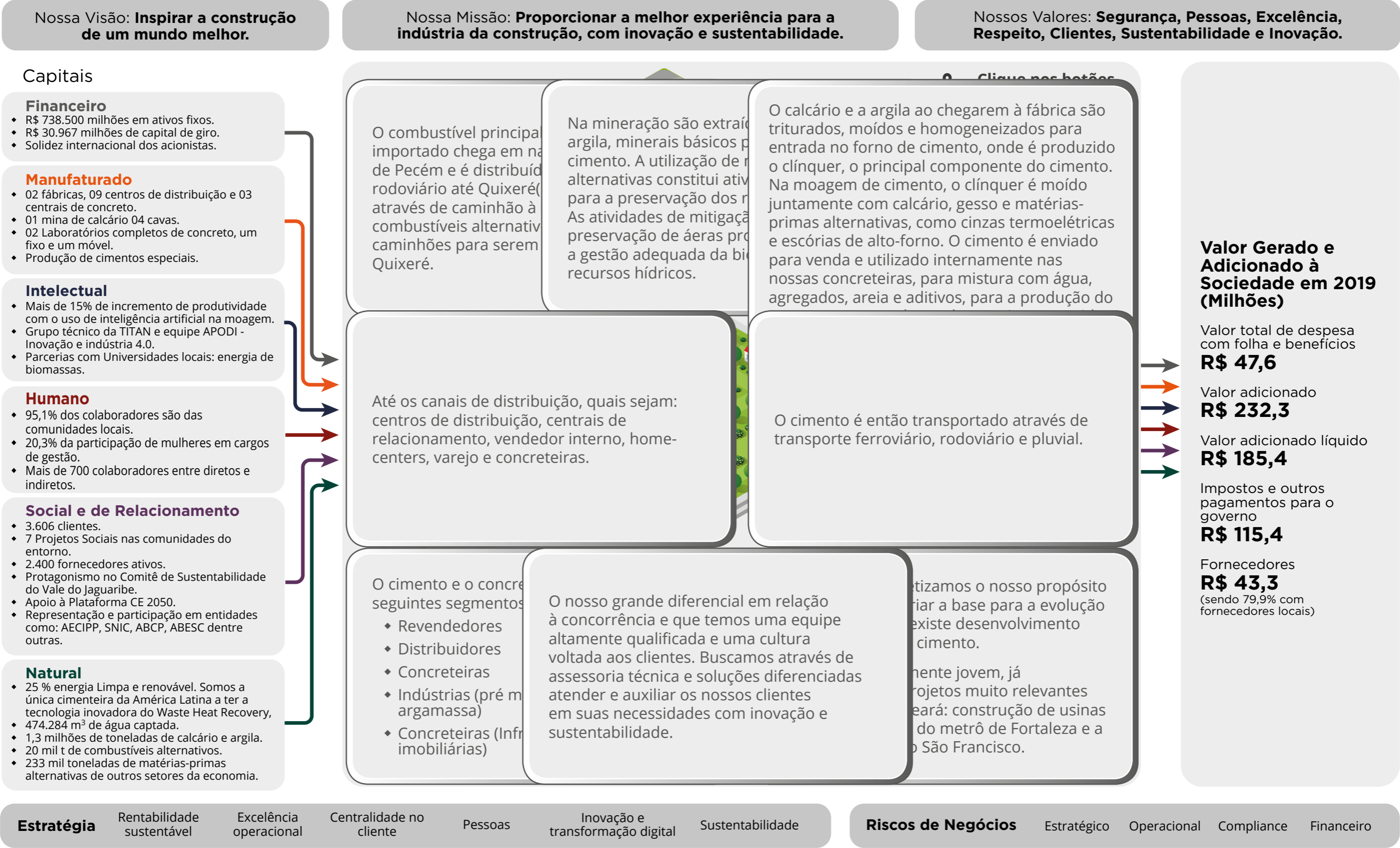




3

Como criamos valor para o negócio e para a sociedade

Modelo de negócios - Criar a base para a evolução humana



Proposta de valor

CULTURA GENUINAMENTE VOLTADA À SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

- ♦ Nível de serviço adequado às necessidades dos clientes.
- ♦ Flexibilidade e proximidade no atendimento.
- ♦ Portfólio de produtos e serviços diferenciados e apoio via assessoria técnica.
- ♦ Versatilidade.
- ♦ Meta de capacitação de 9 mil pedreiros até 2021.
- ♦ Certificação de produtos.
- ♦ Programa de Desenvolvimento Empresarial - PDE

EQUIPE ALTAMENTE CAPACITADA, ENGAJADA E PREPARADA PARA OS DESAFIOS DAS TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS DO SETOR DA CONSTRUÇÃO

- ♦ Clima organizacional harmônico.
- ♦ Desenvolvimento e capacitação contínuos dos profissionais.
- ♦ Lideranças compromissadas.
- ♦ Preocupação e cuidado com a saúde e segurança de colaboradores e terceiros.
- ♦ Políticas de desenvolvimento individual, identificação e retenção do talento.

MARCAS FORTES E ACIONISTAS RELEVANTES NO MERCADO

- ♦ Identidade regional fortalecida.
- ♦ História de tradição.
- ♦ Facilidade na obtenção de crédito devido aos altos padrões de governança corporativa.
- ♦ Solidez financeira.
- ♦ Imagem consolidada.

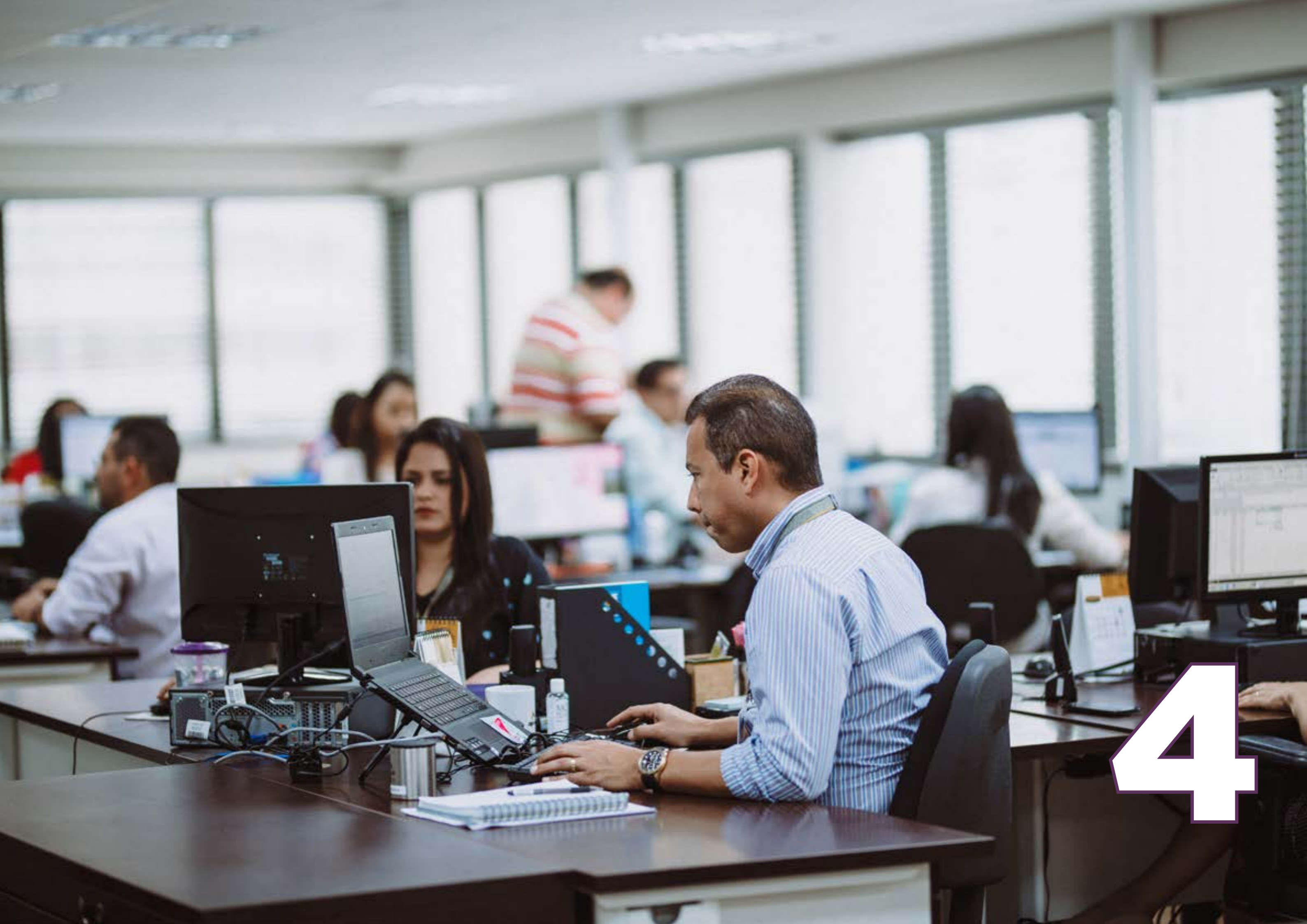
PRODUTOS E SERVIÇOS DE QUALIDADE RECONHECIDA

- ♦ Produtos diferenciados, com alto desempenho agregado.
- ♦ Alta eficiência na produção de clínquer e cimento.
- ♦ Marcas de qualidade atestadas por ABNT e ABCP.
- ♦ Produtos especiais para grandes obras.

INOVAÇÃO COMO ALAVANCA DE VALOR E SUSTENTABILIDADE COMO ELEMENTO TRANSVERSAL NA GESTÃO, NAS OPERAÇÕES E NOS NEGÓCIOS

- ♦ Referência regional em sustentabilidade e tecnologia.
- ♦ Sustentabilidade permeia todas as atividades e fases do negócio.
- ♦ Cultura organizacional aberta à inovação.
- ♦ Gestão adequada ao risco, com abertura e apetite aos riscos em todas as áreas da Organização.
- ♦ Parcerias com universidades no desenvolvimento de projetos de inovação.
- ♦ Investimentos em inovação, qualidade e projetos com foco em sustentabilidade.
- ♦ Busca pela autossuficiência energética: tecnologia *Waste Heat Recovery* e projetos de energia eólica e solar.
- ♦ Coprocessamento de resíduos/subprodutos.
- ♦ Manutenção de fornecedores alinhados ao negócio e às crenças da Empresa.





4

Análise de *materialidade*

O estudo de materialidade é um elemento crítico para a construção da nossa estratégia de atuação, pois garante o alinhamento entre as nossas práticas e as expectativas das partes interessadas, gerando valor compartilhado e contribuindo para a promoção da sustentabilidade do ponto de vista da Companhia e da sociedade.

Esta é a nossa primeira matriz de materialidade. Para este processo de determinação dos temas materiais, conduzimos uma avaliação de materialidade. Este projeto iniciou-se no primeiro semestre de 2019, com um grande engajamento das lideranças internas e a condução de dois *workshops* para a determinação da lista inicial de temas materiais. Essa etapa foi conduzida pelas lideranças da Cimento Apodi, com o apoio da presidência. Em setembro de 2019, foi realizada, com o apoio da Combustech, empresa especializada em engenharia e sustentabilidade, uma revisão da lista inicial de temas materiais. Essa revisão contou com análises internas e externas que envolveram as etapas a seguir.

1. Mapeamento de temas materiais

Foram mapeados os temas materiais relevantes para o setor e as megatendências a partir da análise de aproximadamente dez documentos nacionais e internacionais:

Internos

- ♦ Lista inicial de temas materiais segundo a perspectiva das lideranças da Cimento Apodi.
- ♦ Mapeamento dos *stakeholders*.
- ♦ Mídia *clipping*.
- ♦ Mapa de Riscos Estratégicos.
- ♦ Estratégia da empresa.
- ♦ Outros documentos internos, incluindo políticas e procedimentos.

Externos

- ♦ Documentos de megatendências provenientes de: Agência Internacional de Energia, Fórum Econômico Mundial, Mapeamento Tecnológico do Cimento Brasil Visão 2030 e 2050 (documento elaborado pela Associação Brasileira de Cimento Portland e pelo Sindicato Nacional da Indústria de Cimento, com o suporte da Agência Internacional de Energia) e outros documentos setoriais.
- ♦ *Benchmarking* setorial.

2. Registro e priorização dos stakeholders

Foi realizado um registro completo dos *stakeholders*, por meio de reuniões internas e entrevistas com diversos públicos. Em sequência, priorizamos os *stakeholders* junto à Alta Administração da Cimento Apodi, utilizando-se a estrutura AA 1000 SES.

3. Engajamento

3.1 Entrevistas

Para entendimento dos pontos de vista dos nossos *stakeholders* sobre questões relevantes de ESG - *Environmental, Social, Governance* (meio ambiente, social e governança), foram conduzidas entrevistas estruturadas pessoais ou por telefone, com públicos externos e internos, e pesquisa *on-line* com os colaboradores e clientes.

Foram consultados mais de cem *stakeholders*, destacando: clientes, colaboradores, acionistas, financiadores, fornecedores, comunidades, órgãos reguladores, governos, universidades e instituições de pesquisa, associações de classe/setoriais, mídia/imprensa, entidades sindicais de trabalhadores, *think tanks* (influenciadores) e organizações não governamentais.

As entrevistas focaram em conhecimentos específicos em temas emergentes de alta prioridade para a nossa Companhia e/ou questões relevantes de sustentabilidade para os *stakeholders*, sendo realizadas principalmente com representantes de grupos de *stakeholders* e com membros da Alta Administração, incluindo o presidente do Conselho de Administração, presidente, vice-presidente, diretores e lideranças.

3.2. Pesquisas complementares

Em paralelo, desenvolvemos pesquisas complementares internas (análise de imprensa, dos riscos de negócio e da estratégia da Empresa) para avaliar objetivos e metas de longo prazo, riscos e oportunidades.

4. Priorização dos Temas Materiais

Foi realizada a priorização dos temas com base em avaliação estatística dos resultados das etapas anteriores.

Identificamos três graus de importância: temas prioritários, temas de alta relevância e temas de média relevância.

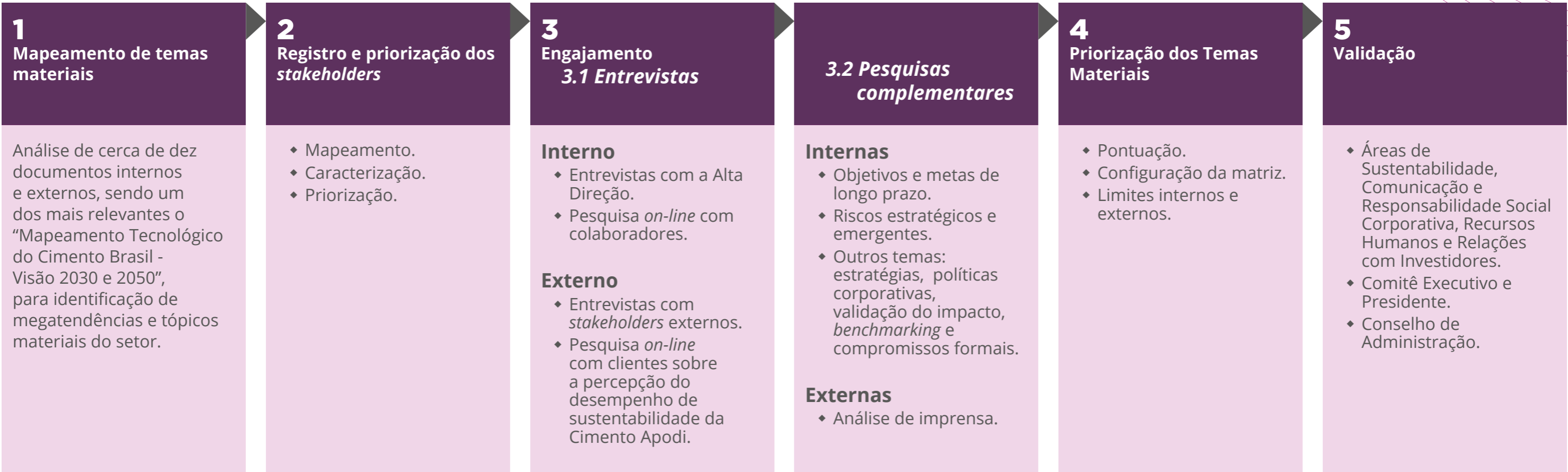
5. Validação

A última etapa do processo envolveu a validação da matriz de materialidade junto às lideranças da Companhia. Também foram definidos os limites internos e externos para cada tema material.

Em última análise, examinamos mais de quarenta questões, incluindo fatores de significativo impacto organizacional, bem como megatendências que afetam a Cimento Apodi. Essas questões se encaixaram dentro de alguns dos 14 temas prioritários e oito temas de alta relevância, apresentados na sequência deste documento.

No processo do estudo de materialidade, foram consultados mais de **100 stakeholders**, envolvendo públicos internos e externos.

Sequência do processo de materialidade



1. Mapeamento de temas materiais

		Estratégia						Riscos de Negócios				Impactos ambientais, sociais, de governança e econômicos (ASGE) na cadeia de valor			
	Capitais	Rentabilidade sustentável	Excelência operacional	Centralidade no cliente	Pessoas	Inovação e transformação digital	Sustentabilidade	Estratégico	Operacional	Compliance	Financeiro	Fornecedor	Cimento Apodi	Cliente	Sociedade
Governança															
Conformidade Legal, Governança, Transparência e Riscos Regulatórios	5				◆		◆			◆		G	G	G	G
Engajamento e Relacionamento com as Partes Interessadas	5			◆	◆		◆	◆	◆			AS	AS	AS	AS
Responsabilidade Social Corporativa	5	◆		◆	◆		◆	◆	◆	◆		ASGE	AS	AS	AS
Econômicos															
Satisfação de Clientes	5			◆				◆						E	
Inovação	3					◆			◆		◆	ASE	ASE	AE	SE
Cadeia de Valor Sustentável	1	◆	◆				◆	◆	◆	◆	◆	ASGE			SE
Criação de Valor para o Negócio e para a Sociedade	1	◆					◆	◆	◆	◆	◆	ASGE	ASGE	ASGE	ASGE
Excelência Operacional	2		◆				◆		◆			AE	AE	AE	
Transporte e Logística	2			◆					◆		◆	ASE		ASE	
Sociais															
Desenvolvimento de Carreira/Retenção	4				◆		◆	◆	◆				SE		SE
Saúde e Segurança Ocupacional	4				◆		◆		◆	◆		ASE	ASE		
Direitos Humanos	4				◆		◆		◆	◆		AS			AS
Desenvolvimento Local	5				◆		◆								ASE
Equilíbrio entre Trabalho e Qualidade de Vida	4				◆		◆		◆				S		S
Ambientais															
Combustíveis e Matérias-Primas Alternativos	6		◆				◆		◆			S AGE	S AGE		ASE
Emissões de CO2 e Mudanças Climáticas	6		◆					◆	◆		◆	AE			AE
Gestão de Recursos Hídricos	6		◆				◆		◆				A S	A S	AS
Qualidade do Ar	6		◆		◆		◆		◆				A		AS
Eficiência Energética	6		◆				◆		◆				AE A	AE A	
Impactos Físicos das Mudanças Climáticas	1		◆				◆		◆			AE	AE	AE	AE
Economia Circular	6		◆				◆		◆			AE	AE	AE	AE
Biodiversidade e Serviços Ecossistêmicos	6		◆				◆						A	A	

Capitais

1. Financeiro

2. Manufaturado

3. Intelectual

4. Humano

5. Social e de relacionamento

6. Natural



Impactos

A. Ambiental

S. Social

G. Governança

E. Econômico

ASGE. Impacto positivo - maximização das oportunidades

ASGE. Impacto negativo - redução dos riscos



2. Registro e priorização dos stakeholders





5

Engajamento com stakeholders

Entendemos que é de suma importância manter o diálogo e o bom relacionamento com nossas partes interessadas. Por essa razão, buscamos desenvolver uma relação baseada na cooperação mútua e na participação para a construção da confiança entre as partes.

Diante dessa premissa, possuímos canais estruturados de comunicação e diálogo com os colaboradores e demais públicos de relacionamento.

No segundo semestre de 2019, durante o processo de avaliação de materialidade, remapeamos os nossos *stakeholders*. Esse exercício mostrou, como resultado, 14 grupos de interesse.

	Clientes		Governos
	Colaboradores		Universidades e instituições de pesquisa
	Acionistas		Associações de classe/setoriais
	Financiadores		Mídia/imprensa
	Fornecedores		Entidades sindicais de trabalhadores
	Comunidades		Think tanks (Influenciadores)
	Órgãos reguladores		Organizações não governamentais




Identificamos nossos *stakeholders* com base nos cinco critérios propostos pelo padrão AA1000SES:





- ♦ **Dependência:** grupos ou indivíduos que são direta ou indiretamente dependentes das atividades, produtos ou serviços da organização e que têm desempenho associado, ou que a organização é dependente para operar.
- ♦ **Responsabilidade:** grupos ou indivíduos perante os quais a organização tem ou, no futuro, pode ter, responsabilidades comerciais, operacionais ou éticas/morais.
- ♦ **Tensão:** grupos ou indivíduos que precisam de atenção imediata da organização em relação às questões financeiras, econômicas, sociais ou ambientais mais amplas.
- ♦ **Influência:** grupos ou indivíduos que podem ter um impacto na estratégia ou no processo de decisão.
- ♦ **Perspectivas diversas:** grupos ou indivíduos que trazem novas perspectivas para situações específicas ou ajudam a identificar novas oportunidades que, de outra forma, passariam despercebidas ou não seriam reconhecidas.








Tratamos de uma grande variedade de assuntos com os nossos *stakeholders*, entre os quais se destacam os levantamentos:

- ♦ Dos temas materiais.
- ♦ Dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável mais relevantes para a Cimento Apodi e para as nossas partes interessadas.
- ♦ Da percepção do desempenho de sustentabilidade da Cimento Apodi pelos *stakeholders* externos, lideranças, clientes e colaboradores.
- ♦ Dos temas prioritários de sustentabilidade para serem incorporados na nossa estratégia dos próximos 10 anos.

Na sequência, listamos os principais tópicos e preocupações levantadas.

Grupo de stakeholders	Quem são	Principais áreas/departamentos responsáveis pelo engajamento	Formas e canais de engajamento	Frequência	Principais ações em 2019	Tendência e resultado das ações
Clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Profissionais de obras; ♦ Consumidores finais; ♦ Construtoras ♦ Órgãos governamentais de estradas e rodagem (DER, DNIT, etc.); ♦ Petrobrás; ♦ Home centers; ♦ Engenheiros; ♦ Projetistas; ♦ Arquitetos; ♦ Balconistas; ♦ Aplicadores de piso; ♦ Laboratórios de concreto; e ♦ Consultores. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Comercial; ♦ Unidade de Relacionamento com o Cliente - URC; ♦ Departamento de Produção e Assessoria Técnica; ♦ Marketing; ♦ Comitê de Produto; ♦ Qualidade; e ♦ Logística. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Facebook; ♦ Instagram; ♦ LinkedIn; ♦ Unidade de Relacionamento com o Cliente (URC); ♦ SAC; e ♦ Assessoria Técnica. 	Permanente.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Congresso IBRACON (Instituto Brasileiro do Concreto). ♦ Curso de Pavimentos de Concreto. ♦ Participação no evento “Cidades”, com a palestra “Oficina de Soluções Econômicas e Sustentáveis para Vias Urbanas e Prefeituras”. ♦ Palestra na Companhia Cearense de Transportes Metropolitanos (Metrofor), sobre tipos de cimento. ♦ Projeto “Mestres do Conhecimento”, que capacitou 5.722 pedreiros. ♦ Participação no “Prêmio da Construção” (anual). ♦ Apresentação do Plano de Mídia (anual). ♦ <i>Experience Day</i> - camarote durante jogos estaduais, proporcionando ao cliente a experiência de participar de jogos dos times Ceará e Fortaleza. ♦ Programa de Desenvolvimento Empresarial - PDE, voltado para os clientes ♦ InovaConstruir-CE 	Positiva
Colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Liderança; e ♦ Colaboradores internos. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Recursos Humanos; e ♦ Lideranças. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Diálogos de Saúde e Segurança; ♦ Rede de comunicação interna Cimento Apodi; ♦ Fale com a Cimento Apodi (canal de ouvidoria); ♦ Campanhas motivacionais e de segurança; ♦ Reuniões periódicas; ♦ Relatório de Sustentabilidade; ♦ Website: www.cimentoapodi.com.br; ♦ Workplace (rede social corporativa); ♦ LinkedIn; ♦ Treinamentos internos; ♦ Comemorações de finais de ano; e ♦ Curso de idiomas. 	Permanente.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Programa de Desenvolvimento de Líderes (PDL). ♦ Curso de idiomas para colaboradores. ♦ Pesquisa de engajamento. ♦ Comemoração dos aniversariantes do mês. ♦ Implantação da rede social corporativa, <i>Workplace</i>, para 100% dos colaboradores. ♦ Instalação de TVs corporativas em todas as unidades. 	Positiva
Acionistas 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Auditoria externa; ♦ Auditoria interna; ♦ Conselho de Administração e Diretoria. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Diretoria. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Reuniões de Conselho; e ♦ Reuniões de Resultados. 	Trimestral; Mensal.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Apresentação dos resultados e validação dos investimentos. 	Positiva

Grupo de stakeholders	Quem são	Principais áreas/departamentos responsáveis pelo engajamento	Formas e canais de engajamento	Frequência	Principais ações em 2019	Tendência e resultado das ações
Financiadores 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Agentes financiadores. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Financeiro; ♦ Contabilidade; ♦ Fiscal e ♦ Lideranças. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Reportes financeiros; e ♦ Reportes contábeis com reuniões. 	Anual.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Apresentação de resultados e projeções de futuros investimentos. 	Positiva
Fornecedores 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Prestadores de serviços portuários; ♦ Fornecedores de biomassa; ♦ Fornecedores de matérias-primas, combustíveis e embalagens; ♦ Fornecedores de transporte (FTL e cabotagem); ♦ Caminhoneiros; ♦ Empresas terceiras; ♦ Operadores logísticos; ♦ Empresas de consultoria e treinamento; ♦ Fornecedores de cinzas e escória; ♦ Fornecedores de sistemas de comunicação; e ♦ Fornecedores de equipamentos. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Suprimentos; ♦ Logística; ♦ Marketing; ♦ RH; ♦ Lideranças; ♦ Administrativo; e ♦ Industrial. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Banco doc; ♦ Eventos; ♦ Reuniões; e ♦ Treinamentos. 	Permanente; Anual; e Diária.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Comemoração do Dia do Caminhoneiro. 	Neutra
Comunidades 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Comunidades vizinhas às unidades fabris de Quixeré e Pecém, bem como comunidades vizinhas às concreteiras e centros de distribuição. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Sustentabilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Comitê empresa-comunidade; ♦ Projetos sociais; ♦ WhatsApp; ♦ Facebook; e ♦ Associação das Empresas do Complexo Industrial e Portuário do Pecém (AECIPP). 	Trimestral; e Permanente.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Duas reuniões do Comitê Empresa-Comunidade; ♦ Repasse de recurso financeiro para três projetos: música, capoeira e fortalecimento da associação comunitária; ♦ Mutirões na comunidade, envolvendo Empresa, comunidade e prefeitura. 	Positiva
Órgãos Reguladores 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Ministério Público; ♦ Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT); ♦ Polícia Rodoviária Federal (PRF); ♦ Superintendência Estadual de Meio Ambiente (Semace); ♦ Fisco; ♦ Fiscalização do trabalho; ♦ Sindicatos de trabalhadores; ♦ Exército; ♦ Polícia Federal; ♦ Órgãos municipais de meio ambiente; ♦ Política Militar; e ♦ Corpo de Bombeiros. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Meio Ambiente; ♦ Saúde e Segurança; ♦ Setor Contábil; ♦ Recursos Humanos; e ♦ Liderança. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Relatórios ambientais; e ♦ Reuniões. 	Anual; Trimestral; e Permanente.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Relatório anual de monitoramento ambiental das unidades. 	Positiva




Grupo de stakeholders	Quem são	Principais áreas/departamentos responsáveis pelo engajamento	Formas e canais de engajamento	Frequência	Principais ações em 2019	Tendência e resultado das ações
Governos 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Governo do Ceará; ♦ Prefeitura de Quixeré (CE); ♦ Prefeituras da Região do Vale do Jaguaribe; e ♦ Prefeituras de Caucaia (CE) e Eusébio (CE). 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Lideranças; ♦ Sustentabilidade; e ♦ Relações Institucionais. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Associação das Empresas do Complexo Industrial e Portuário do Pecém (AECIPP); e ♦ Comitê de Sustentabilidade do Vale do Jaguaribe. 	Mensal; e Trimestral.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ I Workshop de Responsabilidade Social; ♦ Reuniões; e ♦ 4 reuniões do Comitê de Sustentabilidade do Vale do Jaguaribe. 	Positiva
Universidades e Instituições de Pesquisa 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT); ♦ Institutos de pesquisa; e ♦ Instituições de ensino superior. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Sustentabilidade; ♦ Relações Institucionais; ♦ Lideranças; e ♦ Industrial. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Projetos comuns; e ♦ Programas de estagiários e menor aprendiz. 	Trimestral; e Permanente.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Projeto de Inteligência Artificial - Pecém; ♦ Projeto Academia Social; ♦ Visitas Técnicas; e ♦ Curso de Operadores de Processos Industriais. 	Positiva
Associações de Classe/Setoriais 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Associações e entidades, nacionais e regionais, ligadas ou com atuação no setor de construção civil. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Marketing; ♦ Sustentabilidade; ♦ Relações Institucionais; ♦ Lideranças; ♦ Industrial; e ♦ Qualidade. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Reuniões setoriais. 	Anual; e Permanente.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Convenção do Instituto Brasileiro do Concreto (IBRACON); ♦ Comitês do Sindicato Nacional da Indústria do Cimento (SNIC); e Associação Brasileira de Cimento Portland (ABCP). 	Positiva
Mídia/Imprensa 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Imprensa. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ <i>Clipping</i>; ♦ Envio de pautas; e ♦ <i>Fact sheets</i>. 	Diário.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Inserção espontânea da marca na mídia, representando um público de 183.109.325 pessoas impactadas e valoração de R\$ 23.413.224,79. 	Positiva
Entidades Sindicais de Trabalhadores 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Ceará; e ♦ Sindicatos dos trabalhadores nas indústrias de cimento, cal e gesso. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Recursos Humanos. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Reuniões de negociação sindical; ♦ <i>E-mail</i>. 	Anual; e Permanente.		Positiva
Think Tanks (Influenciadores) 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Profissionais da construção. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Marketing e Lideranças. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Consultor comercial; e ♦ Marketing. 	Permanente.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Campanha “Eu uso”. ♦ ‘Mestres do Conhecimento’ (profissionais da construção) 	Positiva
Organizações Não Governamentais 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ ONG “Unidos para o Progresso”. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Sustentabilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Comitê de Sustentabilidade do Vale do Jaguaribe; e ♦ Programa de Voluntariado. 	Trimestral; e Anual.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Capacitação dos Voluntários da Cimento Apodi. 	Positiva



6

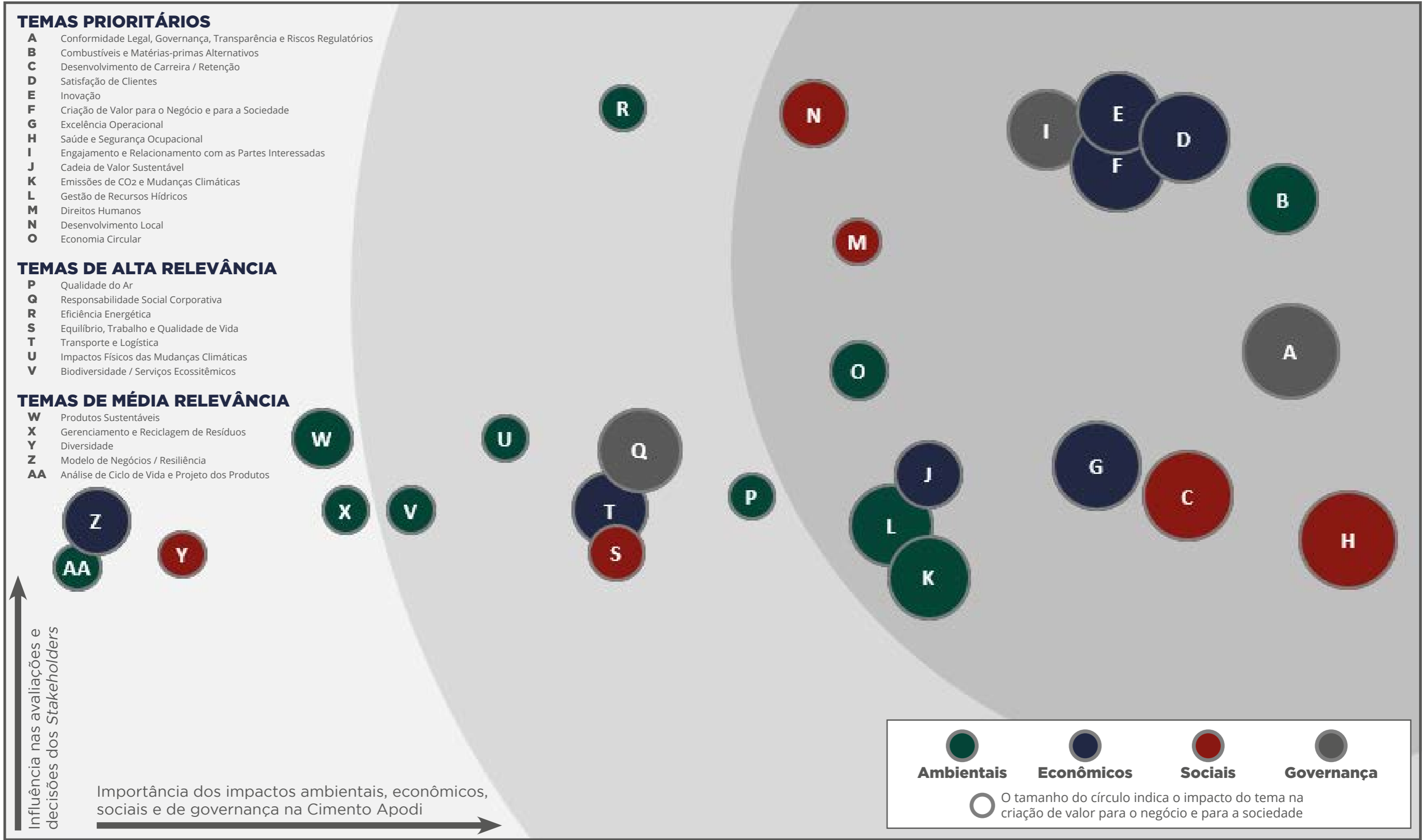
Temas materiais, escopo e limites








Os temas materiais identificados em nossa avaliação de materialidade foram categorizados em quatro pilares: **Governança, Econômico, Social e Ambiental.**









 Governança	 Econômico	 Social	 Ambiental
Conformidade Legal, Governança, Transparência e Riscos Regulatórios	Satisfação de Clientes	Desenvolvimento de Carreira/Retenção	Combustíveis e Matérias-Primas Alternativos
Engajamento e Relacionamento com as Partes Interessadas	Inovação	Saúde e Segurança Ocupacional	Emissões de CO2 e Mudanças Climáticas
Responsabilidade Social Corporativa	Cadeia de Valor Sustentável	Direitos Humanos	Gestão de Recursos Hídricos
	Criação de Valor para o Negócio e para a Sociedade	Desenvolvimento Local	Economia Circular
	Excelência Operacional	Equilíbrio entre Trabalho e Qualidade de Vida	Qualidade do Ar
	Transporte e Logística		Eficiência Energética
			Impactos Físicos das Mudanças Climáticas
			Biodiversidade e Serviços Ecossistêmicos








Matriz de materialidade da Cimento Apodi - GRI [102-47], IIRC e SASB

O principal resultado do nosso processo de avaliação da materialidade foi a definição de um conjunto de “questões materiais” estratégicas para a sustentabilidade da Cimento Apodi. Nós mapeamos essas questões materiais em uma matriz de materialidade. O eixo vertical corresponde à influência nas avaliações e decisões dos *stakeholders* e o eixo horizontal diz respeito à importância dos impactos ambientais, econômicos e sociais na Companhia.














Cimento APODI – Nossos Temas Materiais		Detalhamento
Temas Prioritários		
 A. Conformidade Legal, Governança, Transparência e Riscos Regulatórios	<p>Contempla práticas de divulgação de informações, desenvolvimento de políticas e outros materiais, aprimoramento de processos e ações de conscientização, para <i>stakeholders</i>, mercado e sociedade em geral, abrangendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Alinhamento às legislações e normas legais e esclarecimentos sobre casos de eventuais descumprimentos. ♦ Processo decisório transparente e eficiente na Companhia. ♦ Transparência e integridade dos colaboradores, em todos os níveis. ♦ Gestão de riscos relacionados aos negócios, riscos operacionais, riscos regulatórios, riscos socioambientais e riscos associados à corrupção. ♦ Estímulo ao livre mercado, sem monopólios e problemas de confiança e fixação de preços. ♦ Gerenciamento de crises, visando o menor dano possível aos ativos, às operações, aos resultados e à imagem da Empresa. 	
 B. Combustíveis e Matérias-primas Alternativos	<p>Utilização de combustíveis e matérias-primas alternativos e reutilização de subprodutos, com base nos preceitos da economia circular, a fim de assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.</p>	
 C. Desenvolvimento de Carreira / Retenção	<p>Políticas, práticas e mecanismos que permitam:</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Atrair e reter colaboradores qualificados. ♦ Desenvolver ações de capacitação e engajamento do time interno. ♦ Enfatizar aspectos de diversidade e não discriminação. 	
 D. Satisfação de Clientes	<p>Estratégias, iniciativas e mecanismos que busquem:</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Proporcionar a melhor experiência e o melhor atendimento aos clientes. ♦ Estimular o relacionamento de longo prazo com os clientes. ♦ Assegurar altos níveis de qualidade dos produtos. ♦ Identificar possíveis riscos ou aspectos negativos relacionados aos produtos e serviços. ♦ Garantir a privacidade de dados. ♦ Incrementar a inovação e a sustentabilidade na indústria da construção. 	
 E. Inovação	<p>Desenvolvimento de novas estratégias, produtos, serviços, processos e mecanismos que permitam à Empresa reduzir seus impactos negativos, potencializar seus impactos positivos, aumentar receitas, diminuir custos ou conquistar vantagem competitiva no mercado.</p>	
 F. Criação de Valor para o Negócio e para a Sociedade	<p>Compreende:</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Todo o valor gerado e distribuído pela Empresa para os seus <i>stakeholders</i> e para a sociedade. ♦ Todas as estratégias definidas para maximizar a rentabilidade da Organização e para contribuir para a sua estabilidade operacional e para a perenidade do negócio. 	
 G. Excelência Operacional	<p>Políticas e iniciativas ambientais e de produção que busquem estabelecer e fixar padrões de funcionamento adequados e fomentar as melhores práticas nas operações e no processo produtivo.</p>	


Cimento APODI – Nossos Temas Materiais		Detalhamento
Temas Prioritários		
	H. Saúde e Segurança Ocupacional	Práticas e iniciativas que assegurem, na medida do possível, saúde, segurança e integridade física e psicológica dos colaboradores, contratados e fornecedores da Empresa.
	I. Engajamento e Relacionamento com as Partes Interessadas	Estratégias, iniciativas e mecanismos para estabelecer e manter um diálogo aberto com as partes interessadas, entender suas expectativas e desenvolver ou participar de atividades mutuamente benéficas (ganha-ganha).
	J. Cadeia de Valor Sustentável	Desenvolvimento de estratégias que garantam a maximização das oportunidades de negócios na cadeia de valor, assim como a redução de riscos sociais, ambientais e legais relacionados aos fornecedores que impliquem em descontinuidade das operações
	K. Emissões de CO2 e Mudanças Climáticas	<p>Estratégias, projetos e ações para:</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Medir, monitorar e reduzir a “pegada de carbono” na área industrial e agrícola da Empresa. ♦ Mitigar e/ou realizar adaptações relativas aos riscos e às consequências decorrentes das mudanças climáticas. ♦ Viabilizar oportunidades de acesso a mercados que valorizem produtos que sejam oriundos de processos produtivos com menos emissões de CO2.
	L. Gestão de Recursos Hídricos	<p>Práticas, projetos e mecanismos que permitam à Companhia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Utilizar recursos hídricos de maneira mais racional e eficiente. ♦ Identificar e gerenciar os riscos relacionados ao uso da água em suas operações e atividades.
	M. Direitos Humanos	Estratégias e iniciativas para promover e garantir o respeito aos direitos humanos entre os <i>stakeholders</i> da Empresa, em toda a sua cadeia de valor.
	N. Desenvolvimento Local	<p>Estratégias, iniciativas e práticas que englobem:</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Gestão dos riscos e impactos das atividades da Empresa nas comunidades em que está presente. ♦ Incentivo ao desenvolvimento local. ♦ Desenvolvimento e manutenção de boas relações com as comunidades do entorno.
	O. Economia Circular	<p>Estratégias, iniciativas e mecanismos que permitam:</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Reduzir o desperdício durante o ciclo de vida dos produtos. ♦ Identificar e implantar oportunidades de substituição de matérias-primas. ♦ Efetuar o reaproveitamento de subprodutos. ♦ Reciclagem de RCC (Resíduo de Construção Civil).

Cimento APODI – Nossos Temas Materiais		Detalhamento
Temas de Alta Relevância		
	P. Qualidade do Ar	Procedimentos e práticas que permitam à Empresa medir, monitorar, mitigar, reduzir, controlar e comunicar as emissões atmosféricas não relacionadas aos GEE (Gases de Efeito Estufa) gerados pelas suas operações.
	Q. Responsabilidade Social Corporativa	É a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da Empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona.
	R. Eficiência Energética	Estratégias, projetos e investimentos que possibilitem à Companhia: <ul style="list-style-type: none"> ♦ Reduzir os riscos associados à disponibilidade e à produção de energia. ♦ Estimular e estabelecer um uso mais racional e eficiente da energia, nas atividades da Empresa e em toda a sua cadeia de valor. ♦ Conduzir estudos e desenvolver e/ou implantar opções de energias alternativas.
	S. Equilíbrio, Trabalho e Qualidade de Vida	Iniciativas e práticas organizacionais que contribuam para o equilíbrio entre vida profissional e vida pessoal dos colaboradores da Organização.
	T. Transporte e Logística	Estratégias, projetos e práticas que garantam: <ul style="list-style-type: none"> ♦ Gestão racional e eficiente das atividades de transporte e logística. ♦ Mitigação dos riscos envolvidos nessas atividades.
	U. Impactos Físicos das Mudanças Climáticas	Estratégias, projetos e iniciativas abrangendo: <ul style="list-style-type: none"> ♦ Adaptação e resiliência às mudanças climáticas. ♦ Identificação de oportunidades relacionadas ao tema. ♦ Construção de parcerias, com outras empresas, governos e comunidade acadêmica, para o desenvolvimento de projetos ligados ao assunto.
	V. Biodiversidade / Serviços Ecossistêmicos	Políticas, projetos e iniciativas para identificação, mapeamento, prevenção, mitigação, correção e compensação dos impactos gerados nos ecossistemas em torno das operações da Empresa.

Escopo e limites

Os limites de cada tema em relação à nossa cadeia de valor são indicados na tabela a seguir. Dessa forma indicamos se o relato cobre os impactos internos (nas nossas próprias operações) e externos (nas operações dos fornecedores, nas operações de nossos clientes e/ou na sociedade em geral).

Temas Materiais		Limite dentro da Cimento Apodi	Limite fora da Cimento Apodi			Indicadores GRI / Estruturas	Estruturas				
			Fornecedores	Clientes	Sociedade		1	2	3	4	5
Temas Prioritários											
	A. Conformidade Legal, Governança, Transparência e Riscos Regulatórios	✓	✓	✓	✓	102-16; 102-17; 205-1; 205-2; 205-3; 206-1; 307-1; 415-1; 419-1.		✓	✓	✓	✓
	B. Combustíveis e Matérias-primas Alternativos	✓	✓		✓		✓			✓	
	C. Desenvolvimento de Carreira / Retenção	✓				202-1; 202-2; 401-1; 401-2; 401-3; 404-1; 404-2; 404-3.	✓		✓		
	D. Satisfação de Clientes	✓		✓							
	E. Inovação	✓	✓	✓	✓						✓
	F. Criação de Valor para o Negócio e para a Sociedade	✓	✓	✓	✓	201-1.			✓		
	G. Excelência Operacional	✓		✓			✓	✓		✓	
	H. Saúde e Segurança Ocupacional	✓	✓			403-1; 403-2; 403-3; 403-4.			✓	✓	✓
	I. Engajamento e Relacionamento com as Partes Interessadas	✓	✓	✓	✓		✓			✓	
	J. Cadeia de Valor Sustentável	✓	✓	✓	✓	204-1; 308-1; 308-2, 406-1; 407-1; 408-1; 409-1; 410-1; 411-1; 412-1; 412-2; 412-3; 414-1; 414-2.	✓		✓		
	K. Emissões de CO2 e Mudanças Climáticas	✓	✓	✓	✓	201-1.	✓		✓	✓	✓

Temas Materiais		Limite dentro da Cimento Apodi	Limite fora da Cimento Apodi			Indicadores GRI / Estruturas	Estruturas				
			Fornecedores	Clientes	Sociedade		1	2	3	4	5
Temas Prioritários											
	L. Gestão de Recursos Hídricos					303-1; 303-2; 303-3; 306-1; 306-5.					
	M. Direitos Humanos										
	N. Desenvolvimento Local					413-1; 413-2.					
	O. Economia Circular										
Temas de Alta Relevância											
	P. Qualidade do Ar					305-7.					
	Q. Responsabilidade Social Corporativa										
	R. Eficiência Energética										
	S. Equilíbrio, Trabalho e Qualidade de Vida										
	T. Transporte e Logística					308-1; 308-2, 403-1; 403-2; 403-3; 403-4.					
	U. Impactos Físicos das Mudanças Climáticas					201-2.					
	V. Biodiversidade / Serviços Ecossistêmicos					304-1; 304-2; 304-3; 304-4					

Estruturas:

- 1) Sistema de KPIs ambientais e sociais - Titan. Para maiores informações, consulte: <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/advanced/429595>
- 2) UNGC TenP, COP
- 3) UNCTAD Guidance, Selected core indicator
- 4) GCCA Charter
- 5) SASB 2014 Construction Materials Sector



7

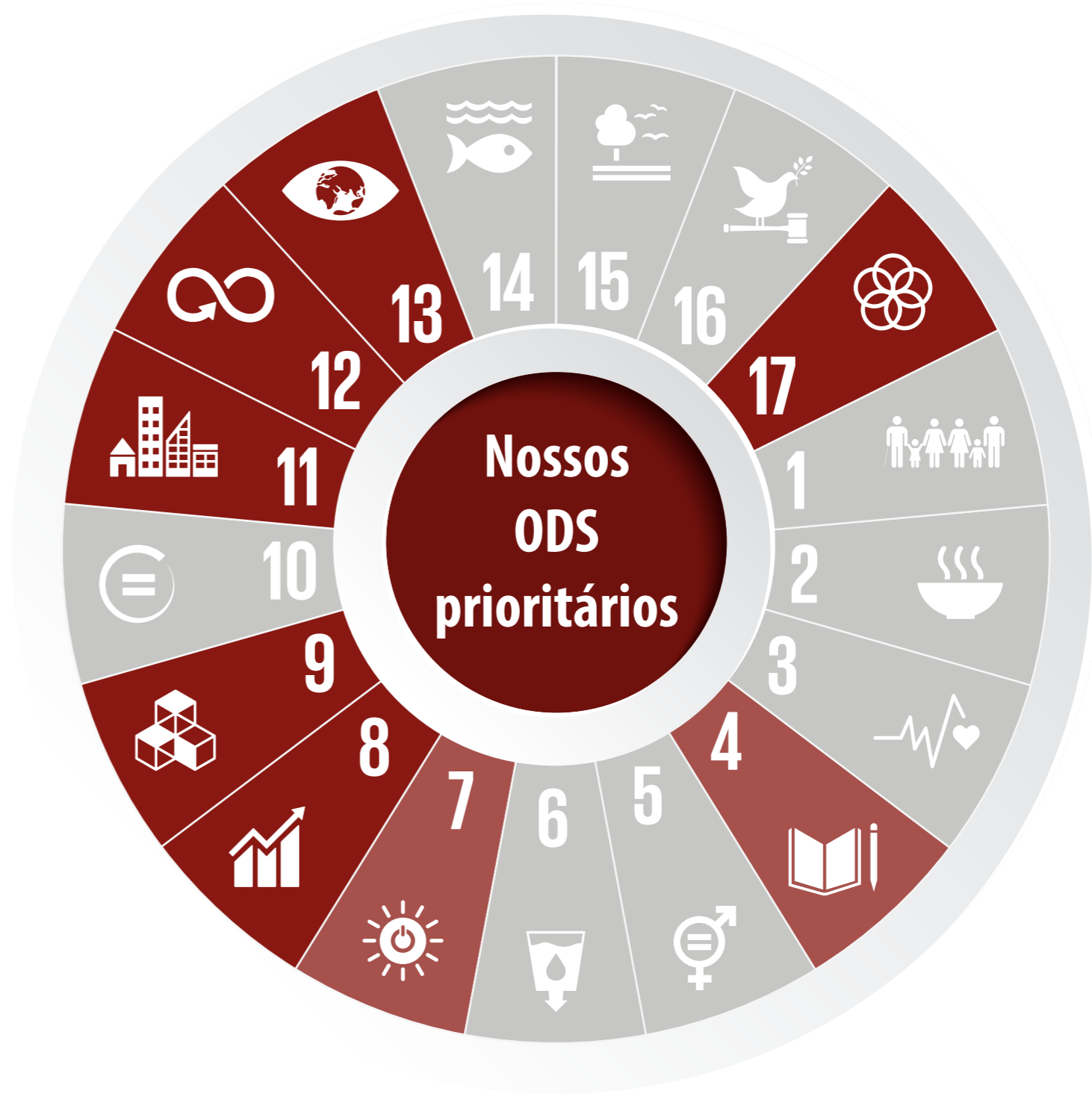
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

Em 25 de setembro de 2015, os países membros das Nações Unidas adotaram um conjunto de metas para acabar com a pobreza, proteger o planeta, e assegurar a prosperidade para todos como parte de uma nova agenda de desenvolvimento.

Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), detalhados em 169 metas, serão direcionadores até 2030 para as ações dos governos, setor privado, sociedade civil, indivíduos e as partes interessadas para promover progresso em um esforço conjunto.



Como empresa privada, atendendo ao chamado global dos 193 países membros das Nações Unidas para agir e contribuir para ambientes que ofereçam maiores oportunidades e melhores condições de vida para todos, fizemos um exercício de priorização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável sobre os quais a Cimento Apodi, dado o seu modelo de negócio, pode impactar diretamente e, por outro lado, contribuir de maneira mais efetiva.




















LEGENDA: As cores desta mandala representam a priorização dos objetivos de desenvolvimento junto aos nossos *stakeholders* e pela alta direção da APODI.

Vermelho escuro: ODS prioritários.

Vermelho claro: ODS relevantes.

Cinza: ODS não priorizados pelo negócio e pela sociedade.

Temas materiais e correlação com os ODS

																	
Governança																	
Conformidade Legal, Governança, Transparência e Riscos Regulatórios								◆								◆	◆
Engajamento e Relacionamento com as Partes Interessadas				◆					◆		◆						◆
Responsabilidade Social Corporativa								◆	◆		◆						
Econômicos																	
Satisfação de Clientes								◆	◆		◆						
Inovação							◆	◆	◆		◆	◆					◆
Cadeia de Valor Sustentável								◆	◆		◆						
Criação de Valor para o Negócio e para a Sociedade								◆	◆		◆						◆
Excelência Operacional							◆	◆				◆					
Transporte e Logística			◆					◆					◆				
Sociais																	
Desenvolvimento de Carreira/Retenção				◆				◆									
Saúde e Segurança Ocupacional								◆			◆						
Direitos Humanos								◆									◆
Desenvolvimento Local	◆			◆	◆	◆		◆	◆		◆	◆			◆		◆
Equilíbrio entre Trabalho e Qualidade de Vida								◆									
Ambientais																	
Combustíveis e Matérias-Primas Alternativos											◆	◆	◆		◆		◆
Emissões de CO2 e Mudanças Climáticas													◆				◆
Gestão de Recursos Hídricos						◆									◆		◆
Qualidade do Ar								◆			◆	◆					
Eficiência Energética							◆				◆	◆	◆				
Impactos Físicos das Mudanças Climáticas									◆		◆		◆				
Economia Circular											◆	◆	◆				
Biodiversidade e Serviços Ecossistêmicos						◆									◆		◆

Como as nossas iniciativas, na Cimento Apodi, contribuem para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:



9.4 9.5

- Fornecimento de produtos essenciais para o desenvolvimento da sociedade. Contribuição para a qualidade de vida e para o acesso ao direito à moradia.
- Economia circular: reaproveitamento de subprodutos e desenvolvimento de produtos com menores teores de carbono. Utilização de cinzas e escórias da unidade de Pecém (CE) no nosso processo produtivo.
- Investimento em pesquisa e desenvolvimento, para o fornecimento de produtos e serviços mais eficientes aos nossos clientes.
- Treinamento de profissionais da construção, para a utilização cada vez melhor dos nossos produtos.
- Aprimoramento de nossos processos e sistemas, para reduzir perdas e ineficiências ocorridas na cadeia de construção.



7.3

- Utilização de energia limpa e tecnologias inovadoras em nossas unidades industriais. Somos a única empresa da América Latina a usar a tecnologia *Waste Heat Recovery* (WHR).
- Estudos e avaliação de uso de alternativas energéticas, como energia eólica, energia solar e outras opções.
- Nossa fábrica de Quixeré (CE) conta com elevados índices de eficiência energética.



11.2 11.6

- Desenvolvimento de parcerias público-privadas para a viabilização de uma solução sustentável para o uso de combustível derivado de resíduos sólidos urbanos (CDRU) em nossos fornos de cimento. Contribuição para o desenvolvimento de solução para aterros municipais. Posição de liderança no Comitê de Sustentabilidade do Vale do Jaguaribe e participação relevante na Plataforma Ceará 2050.



8.5 8.8

- Fortalecimento e atualização das competências técnicas e comportamentais dos nossos colaboradores.
- Priorização de contratação e capacitação de mão de obra local, incluindo trabalhadores rurais, contribuindo para o desenvolvimento profissional dessas pessoas.
- Promoção de um ambiente saudável e seguro para os nossos colaboradores.
- Contribuição para a melhoria das condições de saúde e segurança em transporte e logística.
- Estímulo à adoção, pelos nossos fornecedores, de práticas alinhadas às diretrizes de direitos humanos nos negócios.
- Desenvolvimento e consolidação de cadeias produtivas locais. Exemplo: projeto Mulheres Empreendedoras.



13.2

Apoio ao desenvolvimento e lançamento do “*Roadmap Tecnológico do Cimento*”, pela Associação Brasileira de Cimento Portland (ABCP) e o Sindicato Nacional da Indústria do Cimento (SNIC), em colaboração com a Agência Internacional de Energia (IEA), o IFC do Banco Mundial e o WBCSD.

Na parte de redução de emissões de gases de efeito estufa, as principais recomendações do documento são:

- Utilização de combustíveis e matérias-primas alternativos na produção de cimento.
- Utilização de matérias-primas alternativas de baixo carbono na composição do cimento, tais como: *filler* de calcário, escórias, cinzas e pozzolanas.
- Otimização da eficiência energética e térmica nas fábricas.

Mais informações sobre o *Roadmap Tecnológico do Cimento*, acesse o [link](https://abcp.org.br/wp-content/uploads/2019/11/Roadmap_Tecnologico_Cimento_Brasil_Book-1.pdf) abaixo:

https://abcp.org.br/wp-content/uploads/2019/11/Roadmap_Tecnologico_Cimento_Brasil_Book-1.pdf

- Desenvolvimento de iniciativas alinhadas aos estudos Visão Brasil 2030 e Visão Brasil 2050.
- Otimização em transporte e logística, priorizando modais com menores emissões de carbono.



17.6 17.7

- Construção ou fortalecimento de parcerias, com foco em engajamento e desenvolvimento e/ou ampliação de projetos.



12.2

- Produção de cimentos compostos com cinzas, escórias, *filler* de calcário e pozolanas. Uso, em nossas unidades, de subprodutos gerados no complexo de Pecém (CE).
- Utilização de matérias-primas alternativas em nosso processo produtivo. Investimento em pesquisa e inovação, para aumentar o uso de matérias-primas alternativas.
- Contribuição para o aumento da reciclagem dos resíduos da construção civil.
- Monitoramento da biodiversidade e dos ecossistemas no entorno de nossas operações. Desenvolvimento de planos de ação e gestão de melhorias.
- Consumo e uso sustentáveis dos recursos hídricos.
- Treinamento dos colaboradores em relação à importância da conservação da biodiversidade e à utilização sustentável dos recursos hídricos.

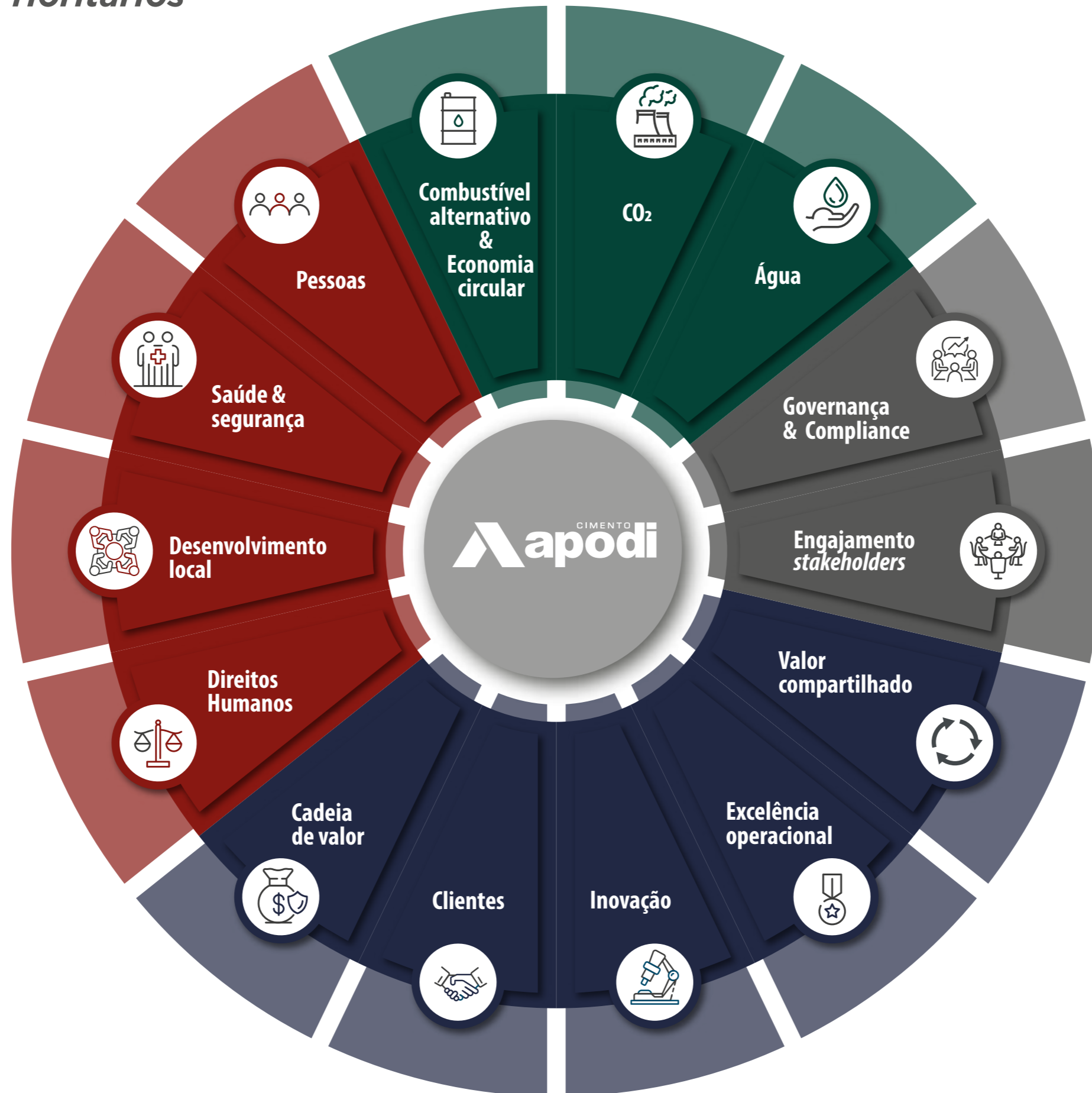


4.4

- Temos a educação como um dos principais pilares de nossas iniciativas sociais. Ênfase no desenvolvimento e na capacitação da população local. Trabalho em parceria com as comunidades, para o robustecimento de nossa licença social para operar.

Temas Materiais Prioritários

Para cada tema prioritário, foram definidos indicadores-chave de desempenho, para que possamos acompanhar a nossa evolução no tema e os ODSs impactados.



Clique nos ícones dos temas da mandala para acessar as sinergias com os ODS

Clique nas sinergias para fechá-las

KPIs AMBIENTAIS	
CÓDIGO TITAN	DESCRIÇÃO
EP06	Resíduo reciclado externamente - todos os negócios
EP07	Consumo de água - todos os negócios
EP16	Consumo térmico total - todos os negócios
EP17	Consumo elétrico total - todos os negócios
EP18	Emissões CO ₂ brutas diretas - negócio cimento
EP19	Emissões CO ₂ líquidas diretas - negócio cimento
EP20	Emissões CO ₂ indiretas - negócio cimento
EP21	% Substituição térmica combustíveis alternativos - negócio cimento
EP22	% Substituição térmica biomassas - negócio cimento
EP23	Fator clínquer / cimento - negócio cimento
EP24	Consumo térmico total - negócio cimento
EP25	Consumo Térmico total de combustíveis alternativos - negócio cimento
EP26	Consumo elétrico total - negócio cimento
EP27	Consumo total de Matérias-Primas - negócio cimento
EP28	% Matérias-Primas alternativas - negócio cimento
EP29	Consumo de água total - negócio cimento
EP31	Emissões de material particulado - negócio cimento
EP32	Emissões de NOx - negócio cimento
EP33	Emissões de SOx - negócio cimento
EP36	% Substituição térmica combustíveis alternativos - todos os negócios
EP37	% Substituição térmica biomassas - todos os negócios
EP 40	Investimentos em meio ambiente - todos os negócios

KPIs SOCIAIS	
CÓDIGO TITAN	DESCRIÇÃO
SP-01	Fatalidades colaboradores - todos os negócios
SP-02	Taxa de Fatalidades colaboradores - todos os negócios
SP-03	Fatalidades contratados - todos os negócios
SP-05	Acidentes com perda de tempo de colaboradores- todos os negócios
SP-06	Taxa de Frequência colaboradores - todos os negócios
SP-07	Dias perdidos colaboradores - todos os negócios
SP-08	Taxa de Gravidade colaboradores - todos os negócios
SP-09	Acidentes com perda de tempo contratados - negócio cimento
SP-10	Taxa de Frequência contratados - negócio cimento
SP-15	<i>Turnover</i> colaboradores (%) - todos os negócios
SP-16	Colaboradores que deixaram a organização - todos os negócios
SP-17	Novas contratações (%) - todos os negócios
SP-18	Novas contratações - todos os negócios
SP-19	Novas contratações por faixa etária - todos os negócios
SP-43	Estagiários - todos os negócios
SP-45	% gastos locais - todos os negócios

OUTROS KPIS DE GESTÃO	
TEMA	DESCRIÇÃO
Governança e <i>Compliance</i>	Número de denúncias de não conformidades recebidas via Canal Ético Percentual de colaboradores treinados nas políticas de <i>Compliance</i>
Engajamento <i>stakeholders</i>	Número de reclamações Número de beneficiados nos projetos sociais
Inovação	Inteligência Artificial % Economia de energias % Ganhos gerais financeiros e não financeiros
Direitos Humanos	% Fornecedores críticos em avaliação de direitos humanos

Expediente

CIMENTO APODI

**Av. Dom Luíz 807 – 9º e 10º andares
Meireles – Fortaleza – Ceará – Brasil
CEP – 60160-230**

A elaboração deste estudo de materialidade é resultado do esforço de **toda a equipe da Cimento Apodi**. Dúvidas, questionamentos e solicitações de informações adicionais relacionadas a este relatório podem ser realizadas pelo e-mail sustentabilidade@cimentoapodi.com.br.

CRÉDITOS

Coordenação geral

Gerência de Sustentabilidade - Maurício Ferreira

Suporte

Cybelle Borges
Rosineide Matoso

Materialidade e Avaliação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, GCCA Charter, ten P COP, UNCTAD e SASB

Combustech - Patrícia Monteiro Montenegro

Design e Diagramação

RXMG - Rener Cançado

Revisão

Eduardo Souza Dantas



