

ALIANSCA
SONAE

Relatório de
Sustentabilidade
2020





Índice

1. INTRODUÇÃO	3
Sobre o Relatório	4
Mensagem da Administração	9
2. QUEM SOMOS	12
A Aliança Sonae	13
Adaptação à nova realidade	21
3. NOSSA GERAÇÃO DE VALOR	25
Desempenho	26
Shoppings do Futuro	29
Meio Ambiente	31
Inovação Sustentável	42
4. COMO ATUAMOS	46
Governança Robusta	47
Gestão de Risco	53
Relacionamentos Responsáveis	56
5. FOCO EM PESSOAS	61
Nossas Pessoas	62
Compromisso Social	72
ANEXOS	75
CRÉDITOS	83

Capítulo 1

INTRODUÇÃO



Sobre o Relatório

GRI 102-46 • 102-48 • 102-49 • 102-50 • 102-54 • 102-56

Desejamos boas-vindas ao Relatório de Sustentabilidade da Aliansce Sonae.

Nesta publicação, compartilhamos com você iniciativas, acontecimentos, conquistas e resultados da Companhia durante o último ano fiscal, de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2020.

Ao longo do documento, você encontrará informações sobre como geramos valor à sociedade e ao meio ambiente, em linha com a nossa aspiração:

Ser a melhor empresa de shopping centers do Brasil, oferecer a melhor experiência aos consumidores (lojas, entretenimento, serviço e bem-estar), ter os melhores pontos, ser a melhor parceira dos lojistas, a melhor empresa para se trabalhar e a melhor opção para os investidores, atuando com responsabilidade socioambiental nas comunidades do entorno.

IMPORTANTE

A Aliansce Sonae possui em seu portfólio 39 Shoppings, dos quais 27 são de propriedade e 12 são administrados pela Companhia.

No entanto, o presente relatório refere-se exclusivamente ao desempenho **dos 27 shoppings de propriedade e dos escritórios da Aliansce Sonae** (também referidos aqui como **Holding**).

Esta decisão se deve ao total controle operacional dos empreendimentos supracitados, visando a assertividade dos dados, o melhor acompanhamento de metas e a evolução nos compromissos com a sustentabilidade.



FERRAMENTAS DE LEITURA

Para a construção deste Relatório da Aliansce Sonae, nos orientamos pelas melhores práticas internacionais de reporte da sustentabilidade corporativa, a exemplo da Global Reporting Initiative (GRI). Saiba mais a seguir:

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Ao longo do texto, você encontrará a referência "GRI XXX-X", apontando os indicadores pertinentes a cada trecho. No final do documento, na página 75, está o índice com todos os indicadores GRI reportados no Relatório, assim como a explicação relacionada para cada um deles e as páginas específicas em que se encontram.

SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB)

Nosso relatório também se baseou na diretriz do SASB, trazendo os indicadores direcionados ao setor imobiliário. O conteúdo correspondente está sinalizado com os indicadores "IF-RE-XX" ao longo da publicação e está disponível para consulta na página 80.

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

No infográfico da página 82, você também encontra um mapa com o conteúdo relacionado aos ODS prioritários para a atuação da Aliansce Sonae.

Materialidade

GRI 102-40 • 102-42 • 102-43 • 102-44 • 102-46 • 102-47 • 102-49 • 103-1 • 103-2 • 103-3

Em 2021, realizamos uma pesquisa de contexto para identificar os temas mais importantes para a sustentabilidade do nosso negócio.

O estudo compreendeu detalhadamente nossos **temas materiais**, que são a base de nossa estratégia de sustentabilidade e influenciam as ações, as decisões e o desempenho da Companhia. Tratam-se de importantes aspectos que impactam nossa atuação, tanto de forma positiva quanto negativa, ou que são impactados diretamente por ela, tendo grande potencial para gerar oportunidades ou riscos na operação do negócio.

O processo de pesquisa começou com uma avaliação do cenário atual da Companhia, seguido por uma análise do *benchmark* setorial, na qual buscamos identificar os temas mais relevantes para as empresas do nosso setor. E, na sequência, entrevistamos os diretores, os líderes e o CEO da Companhia, Rafael Sales.



A partir de um consenso entre a visão setorial e a pesquisa realizada com a liderança, definimos os 15 temas materiais da Aliansce Sonae, que foram organizados em três pilares de geração de valor. Além de orientar o reporte dos indicadores, os temas foram abordados e detalhados ao longo de todo o Relatório.

Conheça-os a seguir:

GOVERNANÇA ROBUSTA

- Condução ética e combate à corrupção;
- Estrutura de governança de conformidade e integridade;
- Gestão de risco;
- Liderança diversa e eficiente.

SEGURANÇA E PRIVACIDADE DE DADOS

- Segurança da Informação e privacidade de dados.

GESTÃO COMPROMETIDA

PROTAGONISMO SOCIAL

NOSSAS PESSOAS

- Treinamento e capacitação do time;
- Diversidade, inclusão e não discriminação.

COMPROMISSO SOCIAL

- Melhores práticas na cadeia de valor;
- Compromisso com os Direitos Humanos;
- Promoção e gestão ativa de campanhas sociais.

INFLUÊNCIA POSITIVA SOBRE LOJAS E CLIENTES

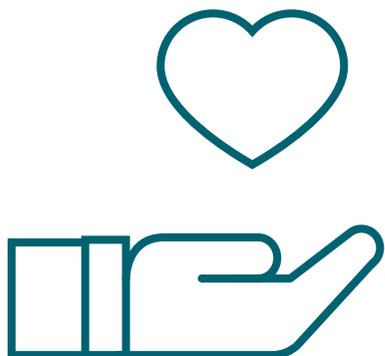
- Gestão de resíduos e diminuição de desperdícios;
- Parcerias sustentáveis.

SHOPPINGS DO FUTURO

- Gestão das emissões atmosféricas e mudanças climáticas;
- Gestão eficiente do uso de energia e da água;
- Fornecedores ambientalmente responsáveis.

POSICIONAMENTO AMBIENTAL RESPONSÁVEL

Para compreender a melhor maneira de alcançarmos nossas estratégias, evoluindo positivamente a cada ano, além de uma visão alicerçada nos pilares da materialidade, também atentamos aos nossos *stakeholders*. Assim, norteados por relações duradouras e de confiança, agimos para gerar valor para esses grupos e públicos de interesse:



Mensagem da Administração

GRI 102-14 • 103-2

É com imenso prazer que apresento a vocês o Relatório de Sustentabilidade da Aliansce Sonae do ano 2020. Um ano único, no qual fomos constantemente desafiados. Pela primeira vez em nossa história, em decorrência da pandemia, fechamos temporariamente nossos 39 shoppings, um evento inesperado, principalmente, porque esses empreendimentos são construídos e concebidos para nunca fecharem.

A chegada da covid-19 também resultou no nascimento do nosso Comitê de Crise, órgão dedicado a compreender e agir diante da nova dinâmica operacional, financeira e social, assim como de seu impacto inicialmente imensurável.

Nesse contexto, estamos genuinamente orgulhosos de como nosso time respondeu aos obstáculos e os superou, encontrando caminhos inovadores para atuar de maneira segura e garantir que consumidores e lojistas se mantivessem conectados durante um período tão difícil. A adversidade reforçou a necessidade de zelarmos por todas as pessoas envolvidas em nosso negócio e por todos os públicos com os quais nos relacionamos.

Em relação aos lojistas, vale ressaltar, seguimos mais parceiros do que nunca. Buscamos medidas de redução de custos e oferecemos descontos sobre aluguéis para ajudar o varejo a atravessar a crise. No período, o montante desse apoio financeiro, concedido aos lojistas pela Aliansce Sonae, é estimado entre R\$ 300 milhões e R\$ 400 milhões em valores de mercado.

E, olhando para nossos colaboradores, mantivemos nossa prioridade: **Gente em primeiro lugar**. Todos os empregos foram mantidos, sem demissão alguma, inclusive postergando desligamentos que estavam previstos anteriormente. Somado a isso, oferecemos todo o suporte financeiro e emocional necessário para que atravessassem a pandemia com segurança em todos os aspectos.

Ao fecharmos e reabrimos nossos shoppings ao longo do ano, sempre cumprimos os protocolos de segurança, chancelados por um hospital de referência no Brasil e baseados na ciência e na tecnologia. Temos a total convicção de que nossos espaços são locais



Rafael Sales, CEO



extremamente seguros, contemplando todas as medidas sanitárias estipuladas pelos órgãos de saúde. Desse modo, para melhor atender a todos os nossos *stakeholders*, estamos continuamente atentos às mudanças e seguimos nos adaptando.

Com essa visão, focada no bem-estar geral, observamos quão essenciais são os shoppings para todos, mesmo quando total ou parcialmente fechados ao público. Da mesma

forma, confirmamos que a nossa estratégia de ser uma plataforma **centrada no consumidor**, atuando com as pessoas certas nos lugares certos e inovando para continuamente atender às demandas do negócio, é o que nos guia por uma trajetória de sucesso tanto presencialmente quanto online.

Deixo aqui o meu agradecimento a todo o time pelo esforço e empenho em seguir buscando resultados com diligência, ao

mesmo tempo que olhavam com cuidado uns para os outros e para os demais *stakeholders* da Companhia.

Estendendo essa atenção para uma esfera ainda mais ampla, em 2020, oficializamos como um dos nossos pilares estratégicos a sustentabilidade, que nos guiará pelos próximos anos rumo ao nosso objetivo de nos tornarmos líderes do setor também nesse quesito.

Priorizamos uma gestão que seja cada vez mais eficiente no consumo de recursos, potencializando os impactos positivos e mitigando os negativos. Para isso, contamos com um Comitê de Sustentabilidade, que norteia as diversas iniciativas nas quais temos avançado, como a elaboração do estudo de pegada de carbono, do nosso inventário de emissões e do estabelecimento de metas de reciclagem para 2021.

Não apenas atentos a todas essas questões de uma operação responsável, trabalhamos pautados por nossos valores, dentre os quais podemos citar a **busca por resultados**, que em 2020 foram surpreendentes: as vendas atingiram quase 70% do valor alcançado

em 2019 e, nas regiões com menores restrições de funcionamento, alguns dos shoppings chegaram a ter desempenho superior na mesma comparação entre períodos. Poucos acreditavam que um desfecho como esse seria possível, porém seguimos confiantes de que prosperaríamos, pois conhecemos a capacidade de adaptação e a resiliência da Aliansce Sonae.

Desde o início da pandemia, um de nossos principais objetivos era reabrir os shoppings com um alto índice de ocupação, de forma a continuar prestando um bom serviço aos consumidores e ofertar experiências completas. Nesse sentido, encerramos o período com uma taxa de ocupação de 95,8%, equivalente àquela com a qual começamos o ano, o que se mostrou reflexo do foco primordial no consumidor, da nossa boa relação com os lojistas e do *know-how* para gerir de forma adequada a *mix* de lojas e serviços e os custos relativos a esse indicador de performance.

No último trimestre de 2020, o *Net Operating Income* (NOI) refletiu tanto a recuperação dos indicadores operacionais quanto o controle de custos, atingindo quase R\$ 200 milhões. A combinação entre boa ocupação com equilíbrio, gestão de

mix e relacionamento comercial com lojistas contribuiu para que apresentássemos uma forte geração de caixa no período.

Com **atitude inovadora**, uma diretriz da Companhia que permeia todo o negócio, investimos em nossa estratégia digital e *omnichannel*, colhendo ótimos frutos em termos de engajamento com lojistas e consumidores em nossas plataformas. Um dos destaques nessa frente foi o Compre Online, disponível em todos os sites e redes sociais dos shoppings do portfólio. Ao final de 2020, tínhamos cerca de 4.500 lojistas cadastrados, oferecendo produtos e serviços nas plataformas digitais. Além disso, tivemos sucesso no relançamento do *marketplace* do Parque D. Pedro em dezembro.

Como planejado, nossa presença *omnichannel* em um *marketplace* foi reforçada por meio da conexão dos lojistas com a ponta final, criando convergência desde a compra, a entrega e os serviços até o pós-consumo e a logística reversa. Ao incentivar a ida do consumidor ao shopping para efetuar uma troca de produto, por exemplo, a margem do lojista é preservada e cria-se também uma oportunidade para trazer novos negócios e novas vendas nas lojas físicas.

Uma vez que conexões e redes são o que nos move, o ano atípico não desacelerou a cadência de nossa contribuição para a sociedade. Em 2020, enquanto a Holding focou suas ações na doação de cestas básicas, máscaras, testes de covid-19, entre outros, atuamos de maneira intensa para apoiar o combate à disseminação da covid-19, com ações que abrangeram comunidades vulneráveis e serviços de saúde nas regiões onde os shoppings estão inseridos.

Conduzimos o período que passou cuidando das pessoas e fortalecendo a cada dia nosso papel como parceiros do negócio. Em meio a conquistas e evolução constante, seguimos para 2021 e os anos que virão absolutamente seguros de nossa capacidade de nos adaptar e reinventar, porque confiamos em nosso processo de tomada de decisão e nas pessoas que fazem a Aliansce Sonae.

Desejo a todos uma excelente leitura.

Rafael Sales, CEO da Aliansce Sonae

Capítulo 2

QUEM SOMOS



A Aliansce Sonae

GRI 102-1 • 102-2 • 102-4 • 102-5 • 102-6 • 102-7 • 103-2

A Aliansce Sonae Shopping Centers S.A. foi criada a partir da fusão entre a Aliansce Shopping Centers e a Sonae Sierra Brasil, em agosto de 2019. Atualmente, é a maior administradora de Shopping Centers do Brasil, com um portfólio que contempla 39 shoppings centers, presentes nas cinco regiões do país.

Somos uma Companhia **full service**, o que significa que atuamos desde o planejamento e desenvolvimento do projeto até o gerenciamento da estrutura e a gestão financeira, comercial, jurídica e operacional de shopping centers.

Nossas principais atividades são as **participações em Shopping Centers** (chamados de "Shoppings Próprios") e a **prestação de serviços no segmento** (para shoppings próprios ou de terceiros que nos contratam), envolvendo planejamento e desenvolvimento, administração, consultoria, comercialização de lojas, *Mall* e Mídia.

Conheça os destaques de nossa operação:



39
Shoppings



R\$ 18 bilhões
Vendas totais 2019



R\$ 932 milhões
Receita Líquida 2019



1.432 mil m²
ABL Administrada



5 milhões
de carros por mês



35 milhões
de pessoas por mês



+7.000
Lojas



R\$ 148 milhões
Resultado de Estacionamento 2019



R\$ 689 milhões
EBITDA 2019



802 mil m²
ABL Própria

Os resultados de 2019 são apresentados aqui por serem mais representativos da atuação da Aliansce Sonae do que os atípicos números referentes ao período de 2020, quando a operação foi severamente impactada pela pandemia do novo coronavírus. Confira os dados de 2020 na página 27.

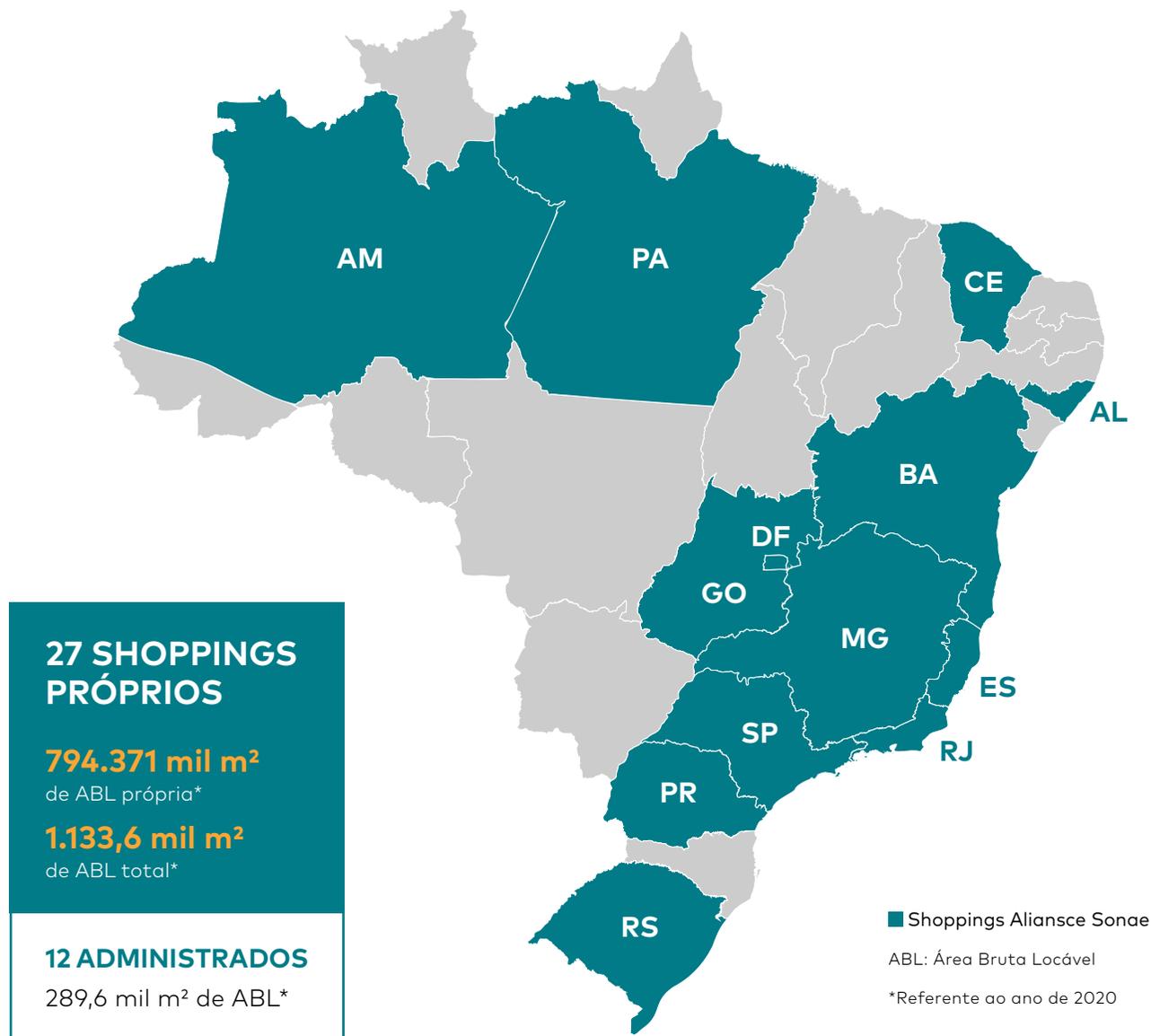
Nossos Shoppings

GRI 102-3 • 102-4 • 102-6 • SASB IF-RE-000.A • SASB IF-RE-000.B • SASB IF-RE-000.C • SASB IF-RE-000.D

Temos um portfólio com capilaridade geográfica diversificada e distribuído de forma equilibrada em escala nacional. Estamos presentes em 12 estados brasileiros e no Distrito Federal. Nossas sedes estão localizadas no Rio de Janeiro (RJ) e em São Paulo (SP).

Com o suporte de uma gestão eficiente, cada empreendimento é uma plataforma centrada no consumidor, comportando um *mix* de lojas e serviços estrategicamente organizados para atender perfis diversos de clientes e considerar diferentes comportamentos e culturas regionais.

Os **shoppings próprios** são aqueles nos quais detemos participação proprietária, enquanto os **shoppings administrados** são de propriedade de terceiros que nos contratam para a administração.



27 Shoppings Próprios

Shopping	Participação nos ativos (%)*
Rio de Janeiro	
Bangu Shopping	100%
Boulevard Shopping Campos	75,0%
Carioca Shopping	100%
Caxias Shopping	65,0%
Shopping Grande Rio	50,0%
Shopping Leblon	30,0%
Via Parque Shopping	39,2%
Minas Gerais	
Boulevard Shopping Belo Horizonte	70,0%
Uberlândia Shopping	100%
Espirito Santo	
Boulevard Shopping Vila Velha	25,0%
São Paulo	
Boulevard Shopping Bauru	100%
Franca Shopping	76,9%
Parque D. Pedro Shopping	51,0%
Plaza Sul Shopping	90,0%
Santana Parque Shopping	36,7%
Shopping Campo Limpo	20,0%
Shopping Metrópole	100%
Shopping Taboão	92,0%

Shopping	Participação nos ativos (%)*
Distrito Federal	
Boulevard Shopping Brasília	50,0%
Goiás	
Passeio das Águas Shopping	100%
Bahia	
Shopping da Bahia	69,0%
Alagoas	
Parque Shopping Maceió	50,0%
Ceará	
Shopping Parangaba	40,0%
Pará	
Boulevard Shopping Belém	80,0%
Parque Shopping Belém	51,0%
Amazonas	
Manauara Shopping	100%
Paraná	
Boulevard Londrina Shopping	88,6%
Total Portfólio	70,1%

12 Shoppings Administrados

Shopping	
Rio de Janeiro	
Passeio Shopping	
Pátio Alcântara	
Recreio Shopping	
Santa Cruz Shopping	
São Gonçalo Shopping	
Minas Gerais	
Montes Claros Shopping	
São Paulo	
Shopping Praça Nova Araçatuba	
West Plaza Shopping	
Bahia	
Boulevard Shopping Feira de Santana	
Boulevard Shopping Vitória da Conquista	
Parque Shopping Bahia	
Rio Grande do Sul	
Praça Nova Santa Maria	

*Participações referentes ao ano de 2020.

Área Bruta Locável (ABL) própria por empreendimento (m²)	Taxa de Ocupação por empreendimento (%)	
Bangu Shopping	57.974	99,2%
Boulevard Londrina Shopping	42.856	91,4%
Boulevard Shopping Bauru	34.661	94,6%
Boulevard Shopping Belém	31.338	97,6%
Boulevard Shopping Belo Horizonte	29.170	98,3%
Boulevard Shopping Brasília	9.008	98,7%
Boulevard Shopping Campos	20.299	96,2%
Boulevard Shopping Vila Velha	9.467	93,8%
Carioca Shopping	34.695	96,7%
Caxias Shopping	18.248	98,0%
Franca Shopping	14.343	98,5%
Manauara Shopping	47.259	98,9%
Parque D. Pedro Shopping	64.704	96,6%
Parque Shopping Belém	17.406	98,0%
Parque Shopping Maceió	19.607	97,4%
Passeio das Águas Shopping	77.581	87,3%
Plaza Sul Shopping	21.635	91,3%
Santana Parque Shopping	9.739	96,1%
Shopping Campo Limpo	4.520	98,0%
Shopping da Bahia	48.782	97,5%
Shopping Grande Rio	21.081	96,2%
Shopping Leblon	7.964	99,1%
Shopping MetrÓpole	28.712	93,6%
Shopping Parangaba	13.423	95,3%
Shopping Taboão	34.111	99,5%
Uberlândia Shopping	53.426	96,8%
Via Parque Shopping	22.361	94,0%
Total PortfÓlio Área Bruta Locável (ABL)	794.371	

*Valores referentes ao ano de 2020.



Nossos Pilares Estratégicos

Atuamos alinhados aos cinco pilares estratégicos da Companhia:



Ser uma plataforma centrada no consumidor



Ser o líder em shoppings dominantes



Inovar para continuamente atender às demandas do negócio



Ter as pessoas certas nos lugares certos



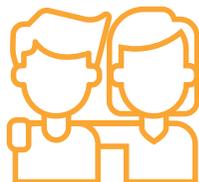
Ser referência em sustentabilidade

Nossos Valores e Comportamentos

GRI 102-16 • 102-26 • 103-2

Nossos valores são fundamentais para combinarmos **alta performance para lojistas e investidores e relevância para os consumidores.**

Ao longo deste Relatório, você encontra ícones relacionando a atuação e os acontecimentos do último ano aos nossos valores. Fique de olho!



GENTE EM PRIMEIRO LUGAR

Ser simples. Respeitar as pessoas e praticar o que falamos. Liderar pelo exemplo. Ser ético.



PARCEIRO DO VAREJO

Apoiar o crescimento do varejo através do compartilhamento de conhecimento e de ferramentas em benefício dos nossos parceiros.



FOCO NO CONSUMIDOR

Oferecer experiências excepcionais, ambientação, *mix* de lojas e conveniência, com excelência de atendimento.



VISÃO DE LONGO PRAZO

Agir no curto prazo com objetivo de construir relações e resultados sustentáveis no longo prazo.



ATITUDE INOVADORA

Inovar com responsabilidade e tolerância ao erro. Transformar os shoppings com a unificação do on e off-line.



BUSCA POR RESULTADOS

Ser eficiente em custos e receitas, promovendo a gestão e operação de bons negócios, com investimentos que façam a diferença.



QUALIDADE DO PRODUTO

Investir continuamente nos nossos shoppings, em termos estruturais (ambiente) e em termos de conteúdo.

Atuação Ética

GRI 102-17 • 103-2 • 406-1

Nossa liderança no mercado de shopping centers nos enche de orgulho, mas também traz grande responsabilidade perante nossos clientes, colaboradores, lojistas, investidores, parceiros de negócio, administração pública e a sociedade em geral. Por isso, todas as relações da Aliansce Sonae são conduzidas pela **ética, transparência e legalidade**.

Nosso Código de Ética e de Conduta foi estruturado em 2019, com a fusão da Sonae Sierra Brasil e Aliansce Shoppings Centers, e revisado em 2020. Anualmente, o documento é amplamente divulgado aos colaboradores, administradores, superintendentes, diretores regionais e gerentes de Shopping Centers da Aliansce Sonae, bem como aos representantes, fornecedores, prestadores de serviço e terceiros a serviço da Companhia.

Para avaliação de cumprimento do Código, da Política Anticorrupção e a responsabilização do colaborador interno ou terceiro, contamos com uma Comissão de Apuração composta por membros eleitos pela diretoria.



A violação dos princípios contidos no documento está sujeita a sanções disciplinares, incluindo a rescisão do contrato de trabalho por justa causa ou, no caso de terceiros, a rescisão motivada do contrato com o consequente rompimento das relações comerciais.

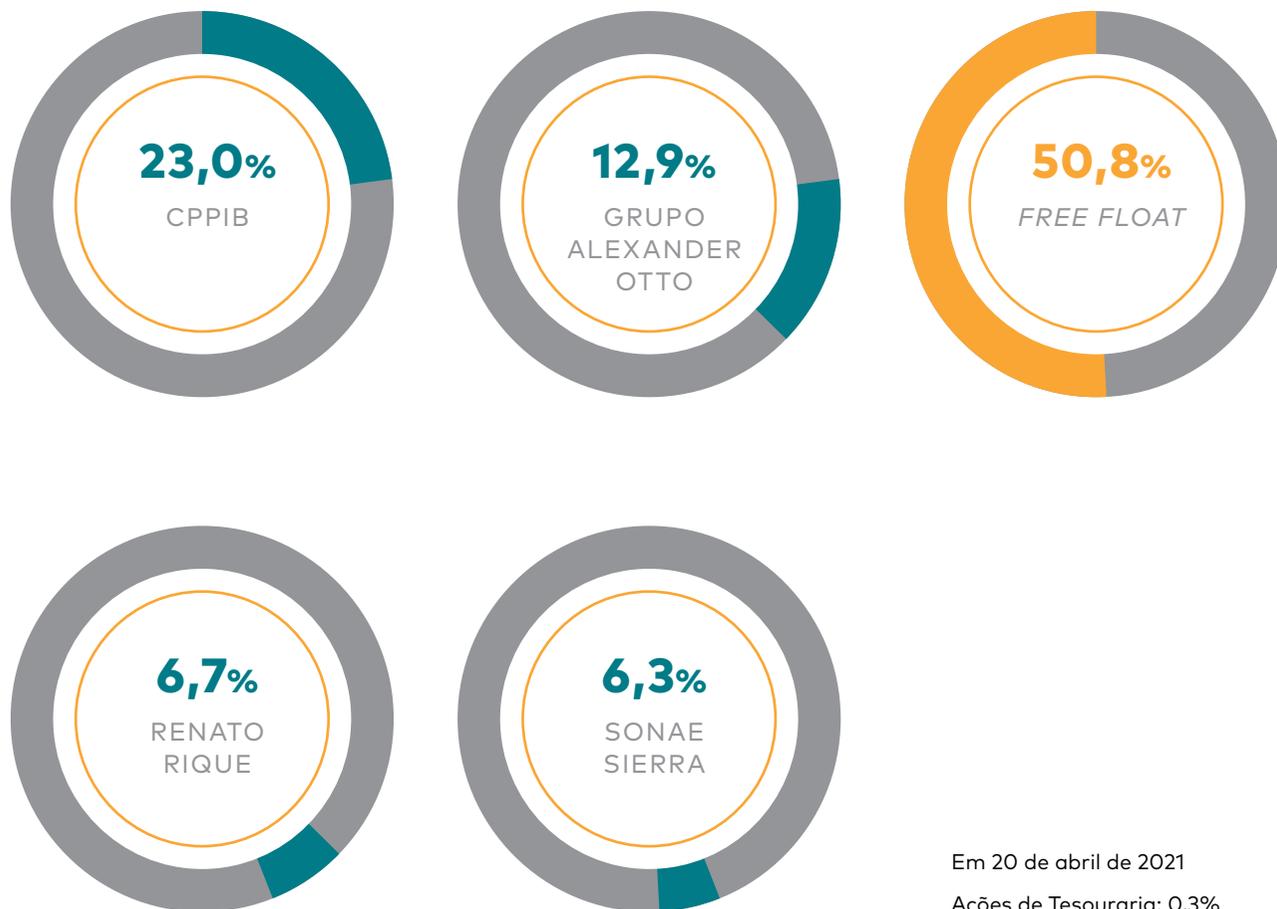


SAIBA MAIS

Confira mais detalhes sobre o nosso Código de Ética e de Conduta em <https://bit.ly/3yQTgt9>

Composição Acionária

Acordo de Acionistas



Em 20 de abril de 2021
Ações de Tesouraria: 0,3%

CONHEÇA OS NOSSOS ACIONISTAS:

RENATO RIQUE

Presidente do Conselho Executivo

Experiência de mais de 40 anos na indústria de shoppings. Fundador da Aliance Shopping Centers.

CPPIB

Canada Pension Plan Investment Board

O maior fundo de pensão canadense, com cerca de C\$ 500 bilhões sob gestão e investimentos em mais de 50 países.

GRUPO ALEXANDER OTTO

ECE: 200 shoppings administrados, localizados em 13 países.

SONAE SIERRA

Proprietária de mais de 40 shoppings, localizados em 11 países, e administradora de mais de 60 shoppings.

Adaptação à nova realidade

GRI 102-30 • 103-3

O ano de 2020 foi marcado pela pandemia da covid-19, colocando à prova toda a sociedade, assim como a resiliência do setor de shopping centers. Foi também o nosso segundo ano de gestão após a fusão, para o qual tínhamos metas de crescimento já definidas, que, dada a urgência por soluções práticas e eficientes contra a crise, precisaram ser revistas.

Apesar do cenário, o ano nos trouxe lições valiosas e o nosso time respondeu de forma rápida e eficiente aos obstáculos que apareceram no caminho. Encontramos soluções inovadoras para operar os shoppings de maneira segura, garantindo que os consumidores se mantivessem conectados aos lojistas durante a fase turbulenta.

Finalizamos o ano com resultados positivos que excederam as expectativas. Trabalhando com resiliência, inovação e humildade, conseguimos:

- 1. Ser ágeis**
- 2. Reduzir custos**
- 3. Mobilizar todo o time**
- 4. Fortalecer a área de inovação**
- 5. Harmonizar processos e políticas**
- 6. Consolidar a estrutura de integração**
- 7. Melhorar a comunicação interna e externa**
- 8. Organizar a estrutura corporativa da Companhia**

Também inauguramos novos escritórios em São Paulo (SP), na Vila Olímpia, e no Rio de Janeiro (RJ), na Barra da Tijuca. Com esse investimento, proporcionamos um ambiente mais integrado, disruptivo, sustentável e humano, além de unificarmos a identidade visual dos escritórios da Companhia.

Medidas frente à pandemia



Visão de longo prazo

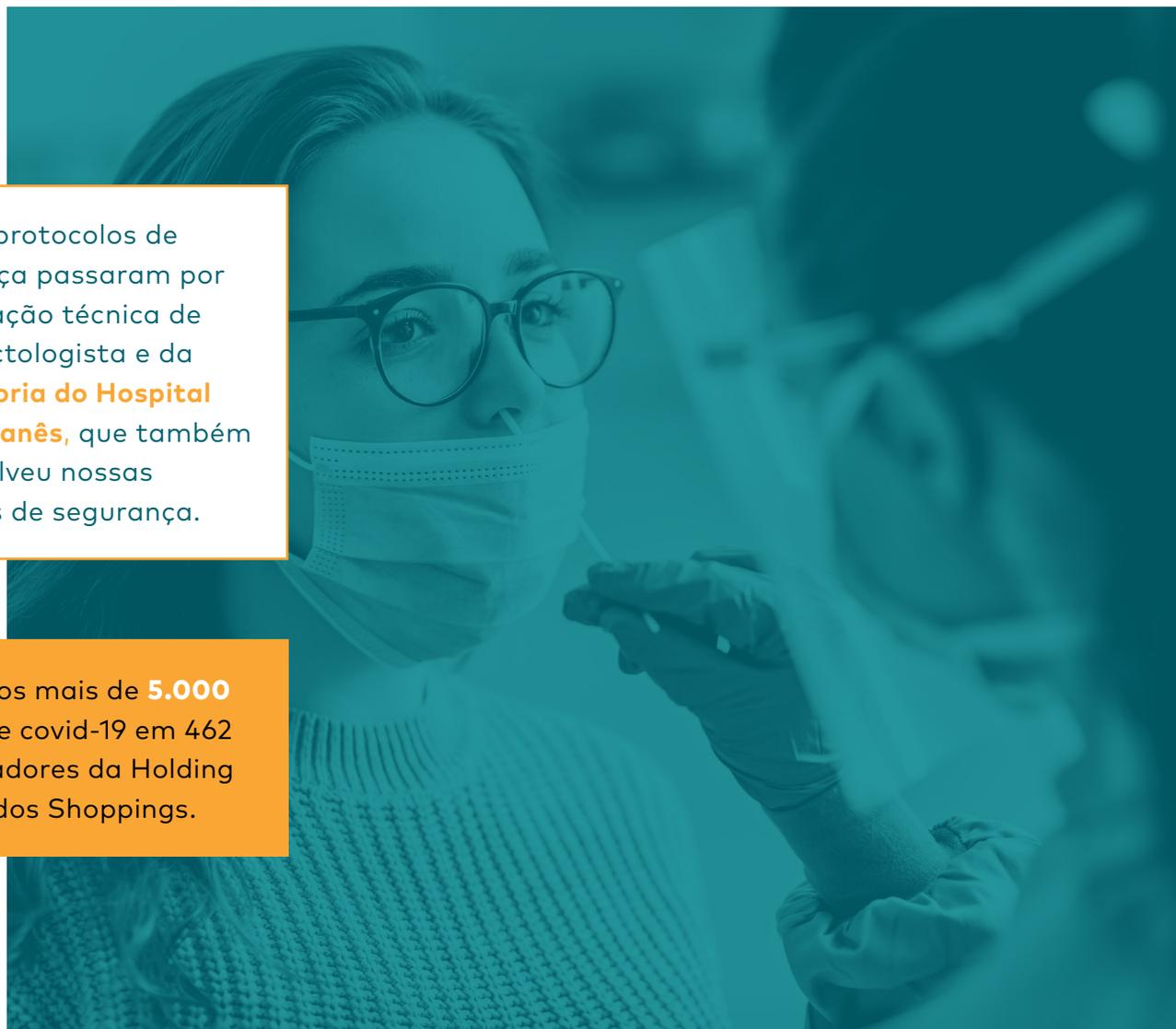
Em 2020, em decorrência da pandemia, tivemos a criação do **Comitê de Crise**, formado por líderes de diversas áreas e responsável por toda a adaptação frente à nova realidade.

No decorrer do ano, o Comitê se reuniu diariamente de forma virtual para discutir as ações emergenciais que a Companhia, pautada em nossos valores e compromissos, deveria tomar. Nesse sentido, visando resiliência e foco nas urgências reveladas, foram priorizadas duas grandes preocupações: a saúde das nossas pessoas e a sustentabilidade do nosso setor.

O time de Gente e Performance (nome dado ao nosso departamento de Recursos Humanos) esteve 100% presente na vida dos colaboradores, apoiando-os individualmente. Assim, nossa primeira decisão referente a eles foi colocar em *home office* todos aqueles que possuem comorbidades, pertencem aos grupos de risco ou que moram com pessoas desses grupos.

Nossos protocolos de segurança passaram por averiguação técnica de um infectologista e da **Consultoria do Hospital Sírio Libanês**, que também desenvolveu nossas medidas de segurança.

Aplicamos mais de **5.000** testes de covid-19 em 462 colaboradores da Holding e 4.543 dos Shoppings.



Em seguida, todos os outros colaboradores iniciaram o trabalho remoto. No caso dos que ainda precisavam exercer suas funções presencialmente, dentro dos shoppings, montamos um esquema de revezamento. Todos foram devidamente orientados sobre protocolos de segurança sanitária.

Desse modo, fechamos os shoppings centers em quatro dias, mantendo todo o cuidado necessário em relação às pessoas.

Nenhum colaborador foi destituído durante a pandemia ou por conta dela. E todos os desligamentos que já estavam previstos anteriormente foram postergados para um momento em que a recolocação fosse possível.

Norteados pela ciência e pela tecnologia, fortalecemos ainda mais a nossa comunicação para disseminar informações de segurança sobre a covid-19. Trabalhamos intensamente na produção de vídeos, cartilhas e diversos materiais para divulgação, incluindo veiculação na TV, nos shoppings e nos canais internos da Companhia.

DESTAQUES DAS AÇÕES REFERENTES À COVID-19

- Redução de despesas, sem demissões;
- Redução salarial de cima para baixo, quanto maior o salário, maior a redução, evitando cortes nos salários mais baixos;
- Utilização de shoppings como base de coleta de doações;
- Em parceria com a Rede D'Or, utilizamos os estacionamentos para realização de testes de covid-19 *drive-thru*.

Dentre nossas ações para fortalecer as equipes, fizemos reuniões semanais para unir, motivar e manter todos informados e alinhados sobre as decisões da Aliance Sonae. Além disso, realizamos encontros virtuais com o CEO e profissionais de diferentes áreas para apresentar as estratégias de cada uma.

Por fim, monitoramos os colaboradores infectados em todos os shoppings e escritórios, provendo também apoio psicológico às famílias que perderam seus entes queridos. Temos convicção de que este gesto reforçou a relação de acolhimento que a Aliance Sonae tem com os seus colaboradores e familiares.



AÇÕES SOCIAIS NO COMBATE À COVID-19

GRI 103-3

Em 2020, atuamos de forma intensa para ajudar no combate à disseminação da covid-19, com nossas iniciativas abrangendo comunidades vulneráveis e serviços de saúde nas regiões onde os shoppings do portfólio estão inseridos.

Estes dados compreendem as ações de todos os shoppings da Aliansce Sonae, tanto próprios quanto administrados.



AÇÕES DURANTE A PANDEMIA

- Doação de **35 mil cestas básicas**, destinadas às comunidades vulneráveis nas regiões mais afetadas onde temos nossas atividades;
- Doação de **75 mil máscaras** aos serviços de saúde nos municípios onde estão os shoppings do grupo;
- **60 mil testes** realizados e **30 mil vacinas** para covid-19 aplicadas pelo SUS na população em esquema *drive-thru*;
- Ativação de **60 leitos de UTI** no Hospital Universitário da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ);
- Doação de **700 equipamentos de oxigênio para Manaus (AM)**, em conjunto com o movimento Todos Pela Saúde e a Abrasce.



PESSOAS IMPACTADAS

- Cestas básicas: 105 mil;
- Máscaras cirúrgicas: 75 mil;
- Testes para covid-19: 60 mil;
- Ações nos Shoppings: 60 mil;

Arrecadações e doações de alimentos, máscaras, luvas, álcool gel, produtos de higiene, materiais de limpeza, móveis e roupas.

Total:
300.000*

*Não estão sendo contabilizados leitos de UTI e equipamentos para o funcionamento de cilindros de oxigênio.

Capítulo 3

NOSSA
GERAÇÃO
DE VALOR



Desempenho

GRI 103-3



Busca por resultados

O ano de 2020 foi um período completamente atípico. O fechamento dos shoppings afetou profundamente o setor e representou um enorme desafio, tendo em vista que shoppings são estabelecimentos projetados para nunca fechar. Ainda assim, atuamos com prontidão para buscar o equilíbrio nos custos, reduzindo ao máximo o impacto da pandemia.

Operacional

GRI 203-1 • 204-1



Qualidade do produto

Nossa estratégia baseia-se na contínua avaliação de oportunidades de investimentos e desinvestimentos, projetos de expansão orgânica e administração de shoppings de terceiros, com o objetivo de tornar as experiências do cliente, lojista e colaborador cada vez melhores.

Em 2020, finalizamos a expansão do Shopping Grande Rio, localizado na Baixada Fluminense (RJ), o que representou um investimento de R\$ 1,7 milhão e proporcionou uma melhor infraestrutura aos clientes e lojistas, por meio de melhorias como: sinalização viária, recapeamento asfáltico, adequação do meio fio, da drenagem, revitalização do paisagismo e das calçadas. Além disso, doamos 330 mil mudas de espécies vegetais nativas da região para o município.



Financeiro

GRI 201-1

Mesmo com o cenário conturbado de 2020, obtivemos resultados positivos para a Companhia, demonstrando que percorremos o caminho certo ao cortar custos e auxiliar da melhor forma possível os lojistas.

No último trimestre do ano, com a maior flexibilização para o funcionamento dos shoppings, observamos uma retomada do nível de vendas, atingindo cerca de 86,0% do patamar registrado no mesmo período em 2019. Esse cenário viabilizou uma importante redução nos descontos sobre aluguel concedidos aos lojistas.

Outro destaque importante de 2020 foi a manutenção de robusta liquidez e alavancagem de 1,2x Dívida Líquida/EBITDA.

No ano, a geração de caixa operacional alcançou R\$ 290,8 milhões, número muito expressivo, mesmo diante da maior crise enfrentada pela nossa indústria.

Em 2020:



R\$ 767,2
milhões

Receita Líquida Anual



Custos operacionais
tiveram **queda**
de quase 27%
comparado a 2019

R\$ 991.445.000

Valor Econômico Gerado

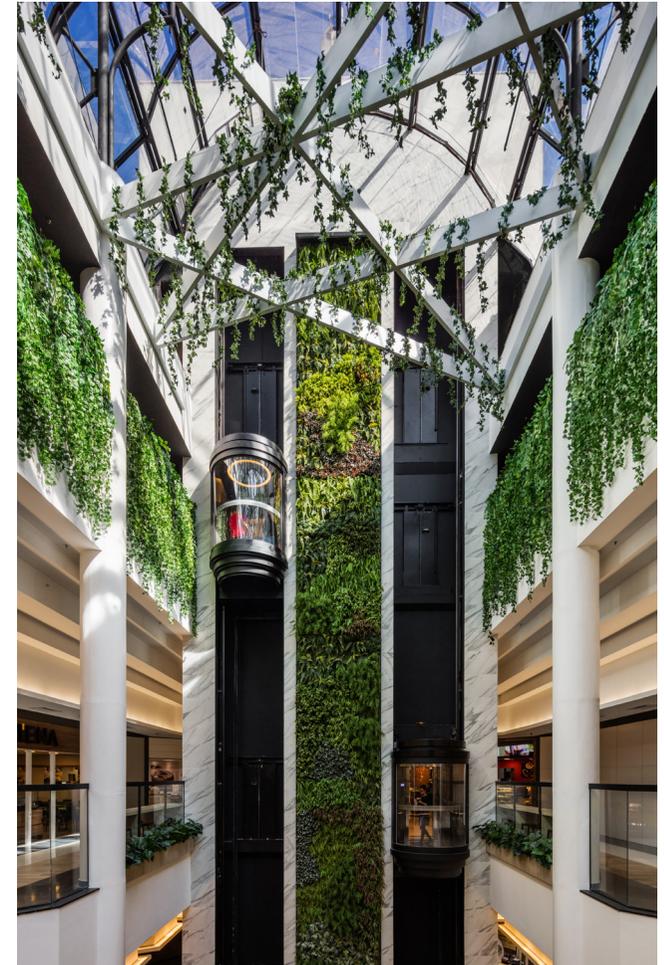
R\$ 805.974.000

Valor Econômico Distribuído

R\$ 185.471.000

Valor Econômico Retido

Análise acima atende aos cálculos estipulados pelo GRI.



PARA MAIS INFORMAÇÕES

e análises aprofundadas sobre os resultados financeiros da Aliansce Sonae, acesse: <https://bit.ly/2UEHt2i>

Reconhecimentos

GRI 103-3

XXI Prêmio Consumidor
Moderno de Excelência
em Serviços ao Cliente,
para o **Caxias Shopping**.

Aliansce Sonae é
reconhecida como a
melhor administradora
de shopping centers
para trabalhar no Brasil,
pela **Overmalls**.

2020 Latin America
Executive Team Rankings
Institutional Investor*

*1º CEO, Rafael Sales

1º Profissional de RI, Daniella Guanabara

3º Time de RI

3º Dia do Analista (Aliansce Day)

Desafios e Oportunidades

GRI 102-15

Acreditamos que nosso principal desafio nos próximos anos está relacionado às experiências de lazer e entretenimento, compreendendo como essa dinâmica acontecerá no pós-pandemia e como poderemos suprir todas as necessidades dos nossos *stakeholders* de maneira saudável e prazerosa.

Dentre as oportunidades, estamos progredindo na direção do *omnichannel*, integrando cada vez mais as experiências online e off-line, assim com a busca pela excelência no tripé da sustentabilidade – ambiental, econômica e social –, influenciando de maneira positiva a cadeia de valor e o setor.

Shoppings do Futuro

GRI 102-29 • 103-1 • 103-2

Nosso conceito de *Future View* está cada vez mais presente em nosso portfólio. Em adição a uma oferta completa de opções de compras, queremos fortalecer a imagem dos nossos shoppings enquanto centros de experiência de lazer e conveniência em serviços. Por meio de soluções sustentáveis, o shopping do futuro já está presente em nossos centros, com maiores espaços dedicados ao ar livre e integrando os mais novos conceitos de *lifestyle*.

A Aliansce Sonae é comprometida com o desenvolvimento sustentável e reforçamos esta responsabilidade em nossa Política de Sustentabilidade, alinhada à aspiração de sermos uma referência no setor de shopping centers.

Estamos engajados em aprimorar tanto nossas matrizes de eficiência energética e hídrica quanto nossa gestão de resíduos, contribuindo para a mitigação das mudanças climáticas e seus efeitos por meio de metas de redução de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), consumo de energia e otimização da infraestrutura dos empreendimentos.



A expansão do Shopping Grande Rio, mencionada na página 26, foi realizada utilizando métodos sustentáveis que priorizaram a adoção de práticas corretas de descarte dos resíduos, materiais sustentáveis e uso racional de água e energia.

Acessibilidade

Essencial em seu propósito, a acessibilidade reflete os valores de inclusão e diversidade da Companhia, alinhados aos objetivos de sustentabilidade da Aliansce Sonae. Dessa maneira, garantir o acesso e convívio de todos, enquanto se zela por sua segurança e integridade física, é mais que uma responsabilidade das organizações, é um direito de todos sem exceção.

Em termos de infraestrutura, todos os nossos shoppings:

- Contam com banheiros exclusivos e adaptados para pessoas com deficiência;
- Fornecem cadeiras de rodas elétricas ou manuais;
- Possuem rampas de acesso e elevadores.

De forma complementar, além de garantir o acesso aos shoppings, também endereçamos o assunto internamente. O engajamento na inclusão de pessoas com deficiência resultou em ações concretas nos shoppings Aliansce Sonae e, hoje, a rede de colaboradores conta com 25 profissionais com deficiência.



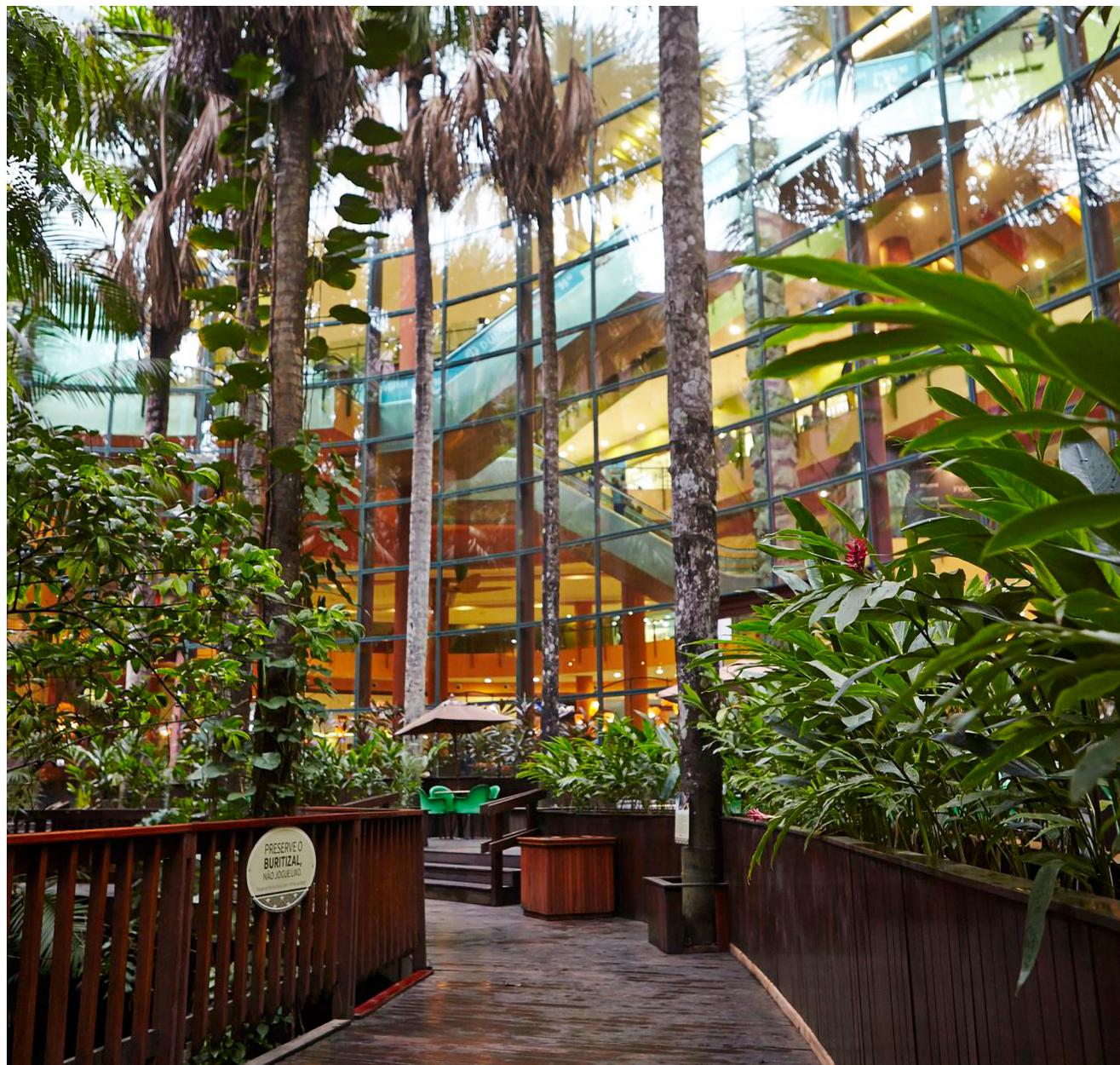
Meio Ambiente

GRI 103-1

Na medida em que a população mundial cresce e as cidades se desenvolvem, a sociedade enfrenta desafios ambientais decorrentes da ocupação humana, que incluem a exaustão dos recursos naturais, a emissão de poluentes, as mudanças climáticas, bem como o impacto sobre ecossistemas como um todo. O enfrentamento a essas questões ambientais, que se inter-relacionam em níveis local, regional e global, exige uma abordagem abrangente, sistemática e coletiva.

Neste capítulo, trazemos informações sobre os temas ambientais materiais da Companhia, resultados de uma avaliação de prioridades (saiba mais na página 6).

Por meio da gestão do uso sustentável dos recursos naturais, atuamos para mitigar ao máximo os impactos ambientais decorrentes de nossas atividades, buscando a eficiência no consumo de água e energia e na prevenção da poluição, principalmente na gestão adequada de resíduos sólidos e nas emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), além de prever o estabelecimento de metas de médio e longo prazo para uma melhoria contínua.





Nesse sentido, contamos com um **Comitê de Sustentabilidade** que norteia nossas ações. Em 2020, avançamos em diversas frentes, a exemplo de evoluir nosso estudo de pegada de carbono e determinar metas de reciclagem para 2021, dentre outras iniciativas.

Inicialmente, contávamos com o monitoramento de indicadores ambientais em condições de operação normal dos shoppings dentro de um ano completo de funcionamento, de janeiro a dezembro. Esse estudo seria base para a construção dos principais objetivos e metas ambientais da Companhia nos próximos anos.

No entanto, as restrições impostas pela pandemia impactaram diretamente os indicadores, caso do número de visitantes, consumo de água e energia, geração de resíduos, emissões de GEE etc. Desta forma, os dados ambientais consolidados em 2020 não são referência para a proposição dos objetivos a longo prazo, tampouco podem ser parâmetros de comparação com os indicadores ambientais do ano de 2019.



SAIBA MAIS

sobre nossa Política de Sustentabilidade na página 55 e acesse nossa Política de Segurança, Saúde e Meio Ambiente completa em <https://bit.ly/3kllKqV>

Alguns dos shoppings estão próximos a áreas de interesse histórico, como patrimônios tombados, ou de interesse natural, como reservas ecológicas ou áreas de proteção ambiental (APA). Nestes casos, os empreendimentos contam com programas para investir na limpeza das áreas, no plantio de espécies arbóreas nativas e avaliações de órgãos governamentais.

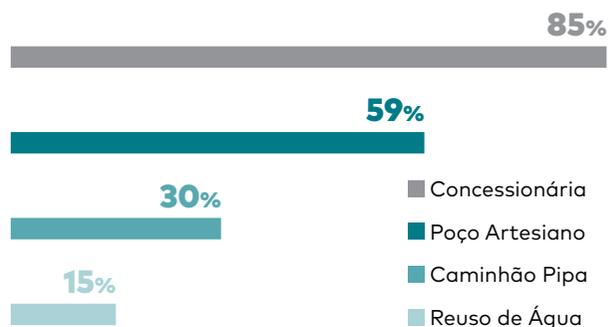
Água

GRI 103-1 • 303-1 • 303-3 • 303-5 • IF-RE-140a.1 • IF-RE-140a.2 • IF-RE-140a.3 • IF-RE-140a.4



O acesso à água potável é essencial para a vida e o bem-estar, sendo reconhecido pelas Nações Unidas como um direito humano. E, ainda que seja um recurso natural renovável, é também finito e deve ter sua disponibilidade preservada. Com essa visão, todos os 27 shoppings da Aliansce Sonae prezam pela utilização responsável da água, com monitoramento constante do seu consumo.

Fontes de consumo



85% dos shoppings utilizam mais de um sistema de captação de água, evitando sobrecarregar uma só fonte do recurso.

Onde utilizamos água



Irrigação



Sistema de combate a incêndios



Lojas



Ar-condicionado



Consumo humano e higiene



Limpeza

Para a redução do consumo e aumento na eficiência do uso de água dos reservatórios municipais, os shoppings buscam utilizar fontes alternativas, como a retirada de água de poço artesiano, captação da água da chuva e utilização de água de reúso.

Todos os shoppings contam com equipamentos ecoeficientes para a redução do consumo de água, como torneiras com temporizador de fechamento, mictórios ecológicos e válvulas de redução de vazão nas descargas sanitárias. O Manauara Shopping, por sua vez, tem descargas com sistema à vácuo.

Diariamente são feitas rondas nos pontos de consumo para verificação de eventuais avarias nas torneiras, chuveiros e sistemas de irrigação, além de leitura periódica dos hidrômetros para identificação de possíveis vazamentos.

Também atuamos para multiplicar e disseminar atitudes mais eficientes no consumo de recursos em nossa cadeia de valor. Os funcionários de limpeza e manutenção, por exemplo, são treinados para dar preferência para a utilização de produtos e opções que requerem menos água.



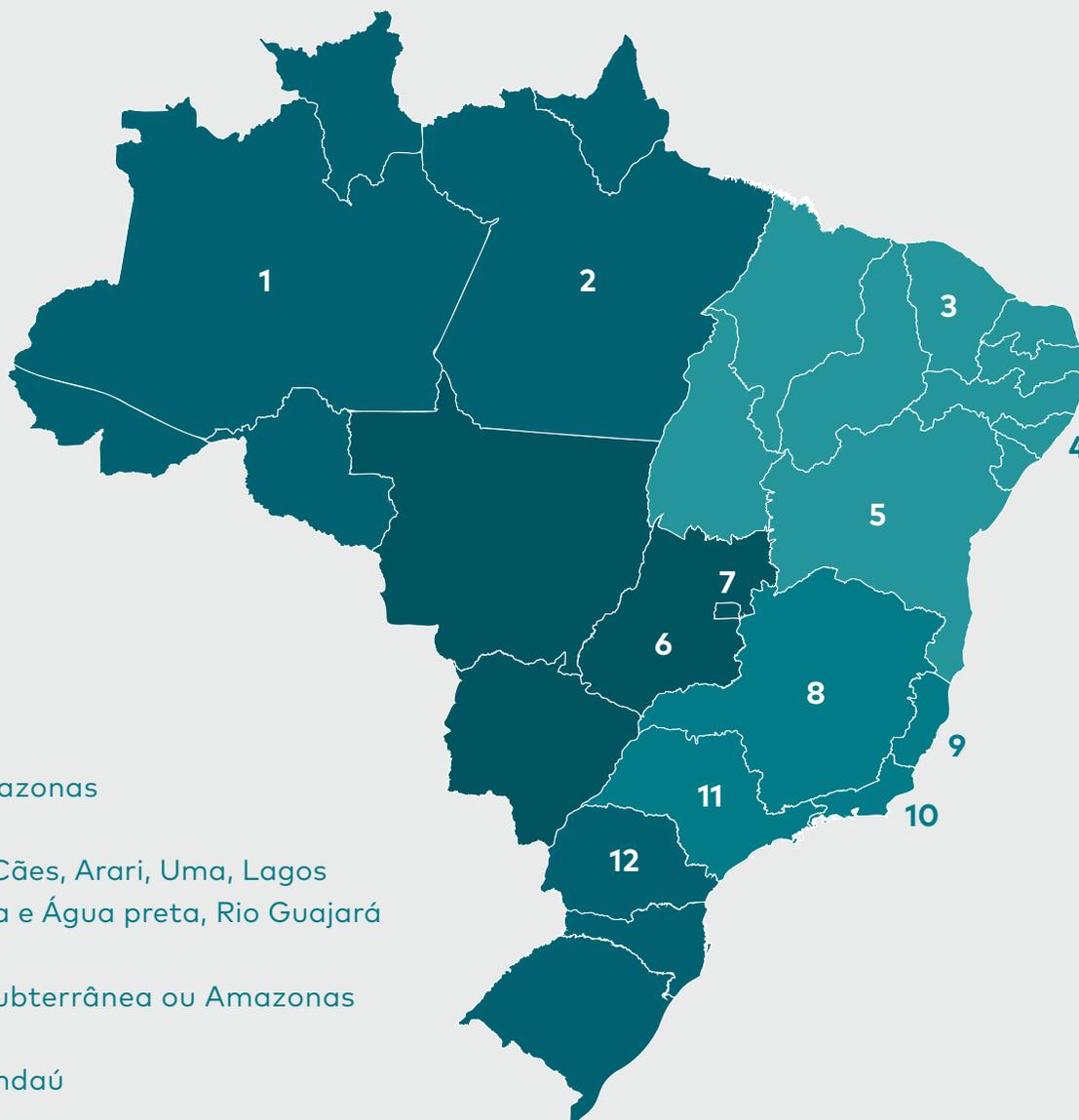
1.467,5 megalitros*
Consumo de água em 2020

2.736,5 megalitros
Consumo de água em 2019

Os lojistas são sensibilizados através de ações de conscientização, enquanto os consumidores são engajados em campanhas nas redes sociais e nas comunicações visuais dos shoppings, que incluem, por exemplo, avisos sobre economia de água nas torneiras e descargas dos sanitários.

*Conforme foi contextualizado anteriormente, os volumes de consumo de água entre os anos de 2019 e 2020 não são comparáveis em virtude do funcionamento atípico dos shoppings, que permaneceram fechados ou com restrição de horário de abertura ao público em função da pandemia da covid-19.

Rios e reservatórios de origem da água utilizada em nossos shoppings



1. Rio Amazonas
2. Val de Cães, Arari, Uma, Lagos Bolonha e Água preta, Rio Guajará
3. Água subterrânea ou Amazonas
4. Rio Mundaú

37% dos Shoppings (10) estão em áreas de estresse hídrico. No entanto, em 2020, não houve desabastecimento de água em nenhum dos 10 shoppings.

5. Rio Paraguaçu, Rio Joanes e Rio Jacuípe
6. Rio Meia Ponte
7. Reservatório Santa Maria
8. Rio Araguari, Rio das Velhas
9. Bacia do Rio Jucu
10. BH Pavuna, São João de Meriti, Rio Guandu, Paraíba do Sul e Pirai (transposição)
11. Cantareira, Guarapiranga, Rio Tamanduateí, BH Médio Tietê, BH Sapucaí Grande
12. Rio Tibagi

Efluentes

GRI 303-2

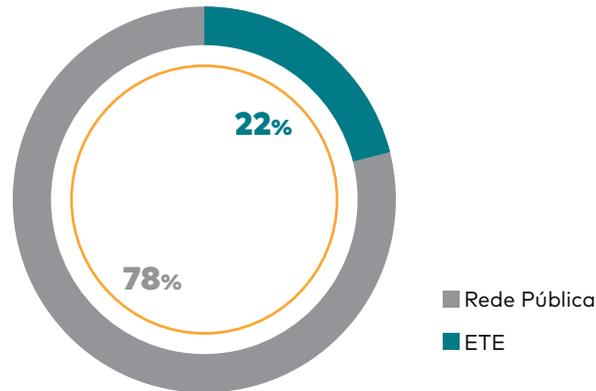
A maioria dos empreendimentos da Aliansce Sonae faz o descarte de seus efluentes na rede pública. Ainda assim, nos casos em que não há rede pública disponível, conta-se com Estações de Tratamento de Efluentes (ETEs) próprias, garantindo então que 100% dos efluentes da Companhia sejam tratados.

Possuímos estações de tratamento com sistema aeróbico e anaeróbico, além de algumas que contam também com ultrafiltração por osmose reversa, aumentando o aproveitamento da água tratada em torres de resfriamento no sistema de ar-condicionado.

Nos shopping centers, o potencial de reúso da água tratada pode chegar em até 60%, no uso das descargas sanitárias, nas atividades de limpeza, irrigação e em torres de resfriamento. Esse reúso, por sua vez, reduz o volume final descartado na rede pública.



Descarte de Efluentes



Energia

GRI 103-1 • 302-1 • 302-2 • 302-3 • 302-4 • 304-1 • SASB IF-RE-130a.1 • IF-RE-130a.2 • IF-RE-130a.3 • IF-RE-130a.5 • IF-RE-450a.2

O consumo de energia faz parte de nossa estratégia de gestão de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), que inclui o compromisso com a utilização de energias renováveis e a busca pela eficiência. Nossos principais pontos de consumo, mensalmente monitorados, são: sistema de ar-condicionado, iluminação, lojas, funcionamento de equipamentos como elevadores, escadas rolantes etc.

Atualmente, 98% dos shoppings compram energia renovável – eólica, hidrelétrica ou solar – do Mercado Livre de Energia. Pelo fato de possuímos um consumo previsível nos shoppings, e para não ficarmos expostos às oscilações de preço no mercado de curto prazo, priorizamos operar dentro dessa opção e compramos a energia elétrica que consumimos com, no mínimo, dois anos de antecedência.

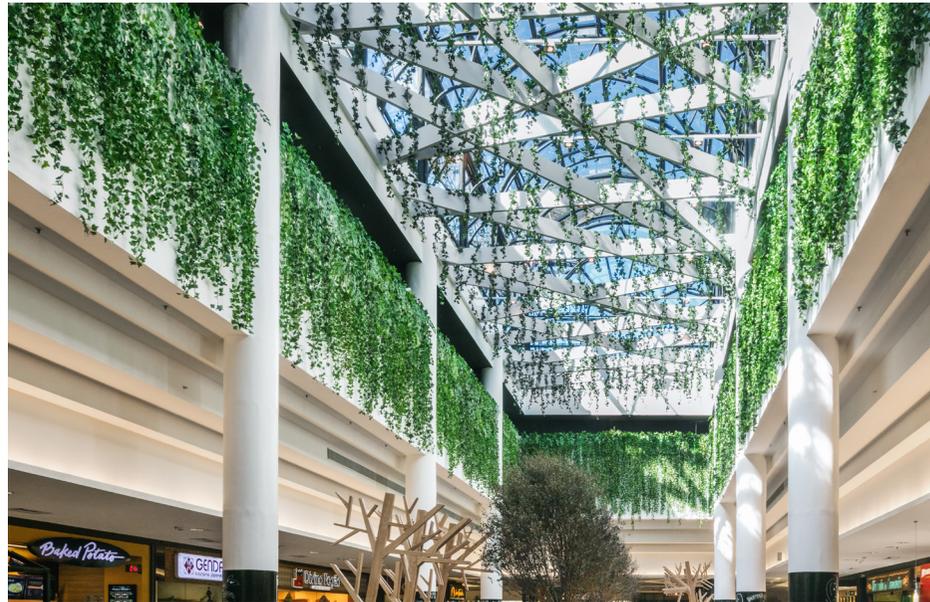
Ainda como forma de reduzir o consumo, investimos na instalação de 100% de lâmpadas de LED em todos os shoppings. Em média, as lâmpadas de LED são 80% e 30% mais econômicas do que as incandescentes e fluorescentes, respectivamente.

235.250,01 MWh*

Consumo de energia em 2020

323.426,43 MWh

Consumo de energia em 2019



78%
DA ENERGIA
CONSUMIDA
É RENOVÁVEL

Em 2020, devido ao fechamento e restrição nos horários de funcionamento dos shoppings, foi necessário vender o excedente do volume de energia comprado no Mercado Livre.

*Os consumos de energia entre os anos de 2019 e 2020 não são comparáveis em virtude do funcionamento atípico dos shoppings, que permaneceram fechados ou com restrição de horário de abertura ao público em função da pandemia da covid-19.



0,12 MWh/m²

Intensidade energética em 2020

0,16 MWh/m²

Intensidade energética em 2019

As taxas de intensidade energética definem o consumo de energia no contexto de uma métrica específica da organização. Essas proporções expressam a energia elétrica (em MWh) consumida pela área construída (excluindo áreas de lojas com ligação direta na concessionária).

A abordagem estratégica da Companhia, com processos operacionais para integrar a gestão da energia nas análises de investimentos, atuais ou futuros, ocorre por meio de um comitê de energia elétrica que se reúne semanalmente para definição de metas.

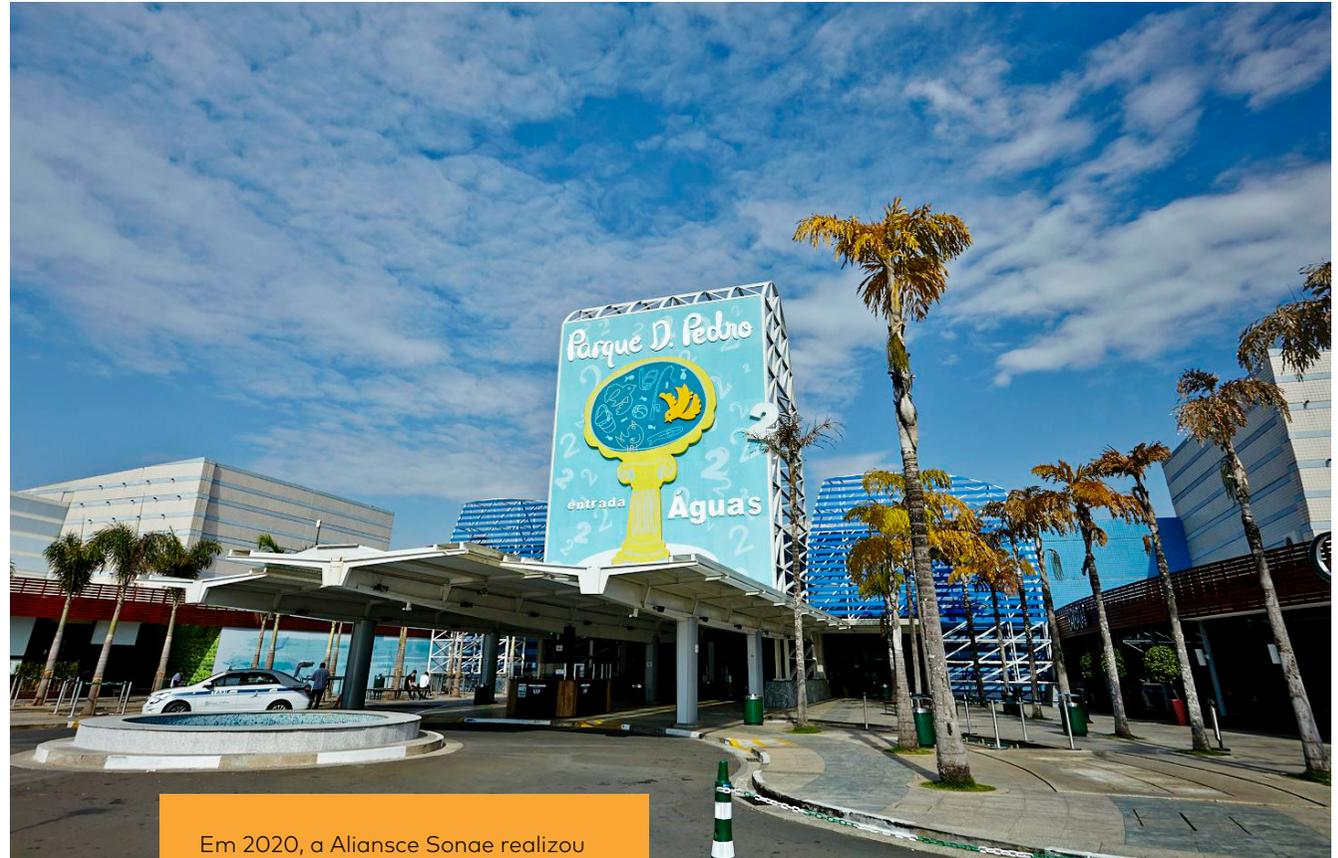
Emissões

GRI 103-1 • 201-2 • 305-1 • 305-2 • 305-3

As emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) são um dos principais contribuintes para as mudanças climáticas e impactam diretamente os ecossistemas, a qualidade do ar e a saúde humana, trazendo riscos financeiros, regulatórios e reputacionais para negócios de qualquer natureza.

Nos shoppings da Aliansce Sonae, as principais fontes de emissão são:

- **Escopo 1 (emissões diretas):** consumo de combustível fóssil e gás para cogeração de energia elétrica, gás refrigerante no sistema de ar-condicionado e consumo de diesel para geradores de emergência e operação de Estação de Tratamento de Efluentes.
- **Escopo 2 (emissões indiretas):** consumo de energia elétrica comprada.
- **Escopo 3 (outras emissões indiretas):** geração de resíduos sólidos, efluentes destinados para tratamento pela rede municipal, deslocamento de funcionários e transporte de materiais.



Em 2020, a Aliansce Sonae realizou o inventário de GEE referente às atividades de dois shopping centers: Parque D. Pedro Shopping e Shopping Taboão. No segundo semestre de 2021, a Companhia concluirá o inventário de todos os shoppings de propriedade. A realização do inventário das operações é a concretização da busca por iniciativas de mitigação ou adaptação às mudanças climáticas.

EMISSÕES

Dados referentes ao Parque D. Pedro Shopping e Shopping Taboão:

Escopo 1	1.662,29 tCO₂e
Escopo 2	1.070,85 tCO₂e
Escopo 3	3.472,02 tCO₂e

Resíduos

GRI 103-1 • 306-3 • 306-4 • 306-5

Além de instalações e equipamentos para gerir seletivamente os resíduos em seus shoppings, a Aliansce Sonae busca continuamente pela conformidade legal no tema, atuando com licenças ambientais válidas e com planos de gerenciamento de resíduos sólidos (PGRS) vigentes.

Em nosso portfólio, nove shoppings fazem a gestão de resíduos de acordo com os parâmetros da norma ISO 14001:2015 e 18 shoppings seguem um programa de gestão de resíduos ambientalmente adequado e estruturado da coleta seletiva até a destinação final. Nesse sentido, o programa prevê quatro etapas de desenvolvimento, pelas quais os shoppings devem evoluir até atingir o estágio mais avançado na adoção de boas práticas socioambientais:

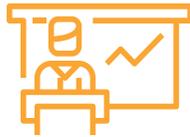
Em 2020, as visitas e treinamentos presenciais para a implementação do programa nos shoppings foram adaptados para o formato virtual.



1. Adequação de instalações e infraestrutura necessária.



2. Adoção de melhores práticas de gestão e capacitação do público interno.



3. Sensibilização e participação do lojista.



4. Impacto positivo do cliente e consumidor final.

TAXA DE RECICLAGEM

Referente aos 27 shoppings de propriedade.

2019	42,2%
2020	41,9%

A taxa foi mantida semelhante a do ano anterior, o que consideramos um excelente resultado em função da redução do número de colaboradores envolvidos na gestão de resíduos no período em que o funcionamento do shopping foi impactado pela pandemia da covid-19.

Resíduos gerados



19.626

toneladas de **resíduos gerados**.

Entre estes:

Tipo de resíduo gerado	Quantidade (ton)
Perigosos	
Pilhas/Baterias	2,31
Lâmpadas	0,79
E-lixo	5,46
Material contaminado diverso/ambulatorial	5,24
Não perigosos	
Recicláveis	8.263,75
Não recicláveis	11.348,00

Resíduos reciclados



8.264

toneladas de resíduos **enviados para reciclagem** (fora do local)

Tipo de resíduo gerado	Quantidade (ton)
Papel/papelão	3.535,60
Plástico/isopor	397,93
Metal	86,95
Óleo Vegetal	167,35
Vidro	143,03
Orgânicos	2.160,96
Madeira	138,15
Alumínio e sucata	58,50
Tetra Pack	5,71
Resíduos de Const. Civil	594,19
Lodo ETE	276,10
Outros	699,28

Resíduos destinados para o descarte



11.362

toneladas de resíduos **destinados para descarte**.

Método de descarte	Quantidade (ton)	
	Perigosos	Não perigosos
Incinerados (sem recuperação de energia)	5,24	220,98
Destinados a aterros	3,59	11.127,0
Outras operações de disposição	4,96	-

Inovação Sustentável

GRI 103-1



Atitude inovadora

Permeando toda a Companhia e seu portfólio de shoppings, a **atitude inovadora** é um dos valores da Aliansce Sonae, que se fortaleceu ainda mais em 2020.

A inovação considera um horizonte de longo prazo e está diretamente relacionada à preservação do ecossistema e, portanto, à sustentabilidade.

Com o impacto gerado pela pandemia no setor e o fechamento dos shoppings, interrompemos brevemente nosso principal canal de contato com o consumidor final, as lojas físicas. Contudo, para contornar esse obstáculo e reaproximar os consumidores e lojistas, criamos soluções inovadoras dentro das nossas próprias plataformas digitais.

Há dois anos, contamos com a área de Inovação e *Omnichannel*, dedicada especificamente a coordenar e conduzir todos os projetos relacionados à inovação.



Saiba mais sobre o PEG na página 45.

Frente ao cenário apresentado em 2020, sua atuação mostrou-se indispensável à Aliansce Sonae.

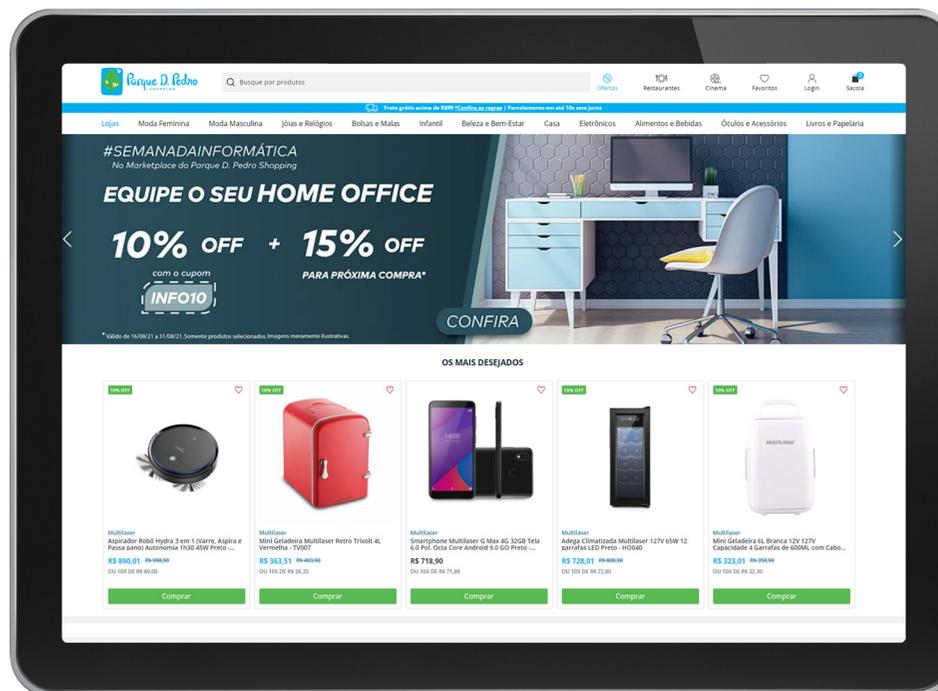
Conheça, a seguir, os projetos e ações de inovação em destaque:

SMART SITE

Os sites da Aliance Sonae são controlados por uma plataforma única, replicando, sem a necessidade de *download*, a experiência de um aplicativo. Ao proporcionar uma jornada mais fluída de navegação, essa tecnologia nos ajuda a melhorar a experiência de consumo e otimizar o tempo do cliente.

COMPRE ONLINE

Em 2020, incluímos dentro do nosso *Smart Site* a funcionalidade **Compre Online**, que conecta o usuário diretamente com o varejista, facilitando e agilizando o processo de compra por meio de canais digitais, como WhatsApp, *e-commerce*, *drive-thru* e *delivery*, para programar entregas, tirar dúvidas, entre outras tarefas. Esse projeto, que estava programado para ficar pronto em 2021, foi finalizado em apenas três semanas.



EM 2020

Tivemos **4.466** lojistas cadastrados no **Compre Online**

e **1.316.274** clientes utilizando os canais de contato com os lojistas.

MARKETPLACE: PARQUE D. PEDRO SHOPPING

Em 2020, relançamos o *marketplace* do Parque D. Pedro Shopping, aproveitando o engajamento dos lojistas pela ferramenta criada do *Compre Online*. Nosso foco é manter a atratividade dos shoppings para o consumidor final e apoiar os nossos varejistas na jornada rumo ao *omnichannel*.

BEGREEN - FAZENDAS URBANAS

Em 2020, investimos na BeGreen Empresas, dedicada ao desenvolvimento de fazendas urbanas com produção de hortaliças orgânicas. O projeto tem como premissas o cultivo e a produção sustentável de hortaliças, sem prejudicar o meio ambiente. Com sistema inovador de cultivo em consórcio com a criação de peixes, o objetivo é reconectar as pessoas com a origem dos alimentos saudáveis e sem agrotóxicos.

Os complexos desenvolvidos também possuem uma loja para venda dos produtos cultivados no local, feira de alimentos orgânicos, além de atividades para a conscientização de crianças e jovens em uma experiência inovadora. No final de 2020, já tínhamos duas fazendas operando nos shoppings Boulevard Belo Horizonte, em Minas Gerais, e Via Parque, no Rio de Janeiro.



Fazenda urbana BeGreen

PEG - HUB DELIVERY, LOCKERS, DRIVE-THRU, MARKETPLACES

O PEG tem como objetivo tornar nossos shoppings *hubs* logísticos com uso de tecnologia de ponta para conectar plataformas de venda e retirada.

Os clientes se comunicam diretamente com os lojistas, compram e marcam a retirada diretamente pelo PEG.

O PEG do Parque D. Pedro ocupa 1.400 m² de área de estacionamento, integrando os ambientes físico e digital do shopping. Nesse ecossistema, o cliente que comprou via Shopping Digital do Parque D. Pedro tem um espaço exclusivo e sem cobrança de estacionamento para retirada por *drive-thru* ou via *lockers*, armários inteligentes com acesso por identificação digital. O espaço está disponível para que os lojistas utilizem em suas vendas online ou por WhatsApp.

O sistema conta também com provadores para que os clientes possam experimentar os produtos que adquiriram. E, caso queiram efetuar a troca ou a devolução, a logística reversa pode ser feita diretamente no espaço, que seguirá os horários de funcionamento do shopping.

DOCUSIGN

Em 2020, adotamos a ferramenta de assinatura eletrônica, DocuSign. Desta forma, fomos capazes de economizar 75.348 folhas impressas de junho a dezembro de 2020, além de garantir eficiência, agilidade, segurança, controle do desperdício e redução na geração de resíduos.



IARA 360, O SUPERAPP DA ALIANSC E SONAE

Pensada como uma assistente de dados, a Iara cresceu e, por meio da nova tecnologia, se tornou o *superapp* da Companhia.

Seu principal objetivo é ser um *hub* de serviços e funcionalidades, concentrando o maior número de informações possíveis em um mesmo ambiente.

Tudo isso para possibilitar que os colaboradores acessem os indicadores com maior facilidade, trazendo agilidade e produtividade para o dia a dia e centralizando serviços internos com linguagem natural e humanizada.

Capítulo 4

COMO ATUAMOS



Governança Robusta

GRI 102-16 • 103-1 • 103-2

A Aliansce Sonae adota as melhores práticas de governança e norteia sua gestão com base no Código das Melhores Práticas, documento do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). Seguindo essas medidas, em 2020, o processo de auditoria interna foi transferido à Diretoria Jurídica, que tem mais independência para avaliar e supervisionar as apurações e investigações.

Conflitos de interesse

GRI 102-25

Tomamos decisões de negócios com base no melhor interesse da Aliansce Sonae, sempre equilibrando-as com os interesses de nossos colaboradores, lojistas, parceiros, investidores e demais grupos de interesse. É nosso compromisso tomar decisões objetivas e imparciais, com base em critérios técnicos, excluindo interesses pessoais ou financeiros que possam afetar nosso julgamento.



Para isso, temos uma **Política de Transações com Partes Relacionadas**, que deve ser observada sempre que a Companhia executa alguma transação com parte relacionada, conforme definições previstas na própria política, e a **Norma de Prevenção de Conflitos de Interesse**, que é aplicável a toda a Companhia e aborda as situações mais comuns no surgimento de conflitos de interesse.

A Companhia negocia suas ações no **Novo Mercado da B3 S.A.** – Brasil, Bolsa, Balcão, segmento que contempla o conjunto de companhias aderentes, voluntariamente, aos melhores padrões de governança corporativa adicionais às que são exigidas pela legislação brasileira.

Estrutura

GRI 102-18 • 102-22

A governança da Aliansce Sonae é composta por um Conselho de Administração, os Comitês do Conselho e uma Diretoria.

Nosso mais alto órgão de governança, o Conselho de Administração, desempenha um papel fundamental de suporte e validação de propósitos, valores e estratégias desenvolvidas e aprovadas pela Diretoria Executiva.



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Renato Feitosa Rique
Presidente

Peter Ballon
Conselheiro

Marcela Drigo
Conselheira

Fernando Maria Guedes M. A. de Oliveira
Conselheiro

Volker Kraft
Conselheiro

Luiz Alves Paes de Barros
Conselheiro Independente

Alexandre Silveira Dias
Conselheiro Independente

COMITÊS DO CONSELHO

Comitê de Auditoria

Comitê de Investimentos

Comitê de Inovação e Transformação Digital

Comitê de Ética/ESG

Comitê de Remuneração

OUTROS COMITÊS

Comitê de Crise

Comitê de Proteção de Dados

Comitê de Apuração

Comissão de Sustentabilidade

Comitê de Gente e Incentivos



DIRETORIA

Rafael Sales
(Diretor Presidente)

Carlos Alberto Correa
(Diretor Financeiro)

Daniella Guanabara
(Diretora de Relações com Investidores)

José Manuel Baeta Tomas
(Diretor de Integração)

Leandro Rocha Franco Lopes
(Diretor de Operações)

Mario João Alves de Oliveira
(Diretor de Desenvolvimento e M&A)

Mauro Junqueira
(Diretor de Investimentos)

Paula Guimarães Fonseca
(Diretora Jurídica)

Renata Correa Labruna
(Diretora de Gente e Performance)

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRI 102-22 • 102-24

Está sob responsabilidade do Conselho de Administração a formulação e o monitoramento da implantação das políticas gerais de negócios, incluindo a estratégia de longo prazo, a designação e a supervisão da gestão dos Diretores da Companhia, além da contratação dos auditores independentes.

De acordo com nosso Estatuto Social, o Conselho de Administração deve ter no mínimo cinco membros e no máximo sete.

Os conselheiros são eleitos em Assembleia Geral Ordinária de acionistas, com mandato unificado de um ano, sendo este período compreendido entre duas Assembleias Gerais Ordinárias. Eles podem ser reeleitos e destituídos a qualquer momento por seus acionistas reunidos em Assembleia Geral. Dois dos sete membros devem ser independentes e os outros cinco são indicados pelos controladores da seguinte forma:

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO

- (i) Dois membros (e respectivos suplentes) nomeados pela CPPIB.
- (ii) Um membro (e respectivo suplente) nomeado por Renato Rique.
- (iii) Um membro (e respectivo suplente) nomeado pela Sonae Sierra.
- (iv) Um membro (e respectivo suplente) nomeado por Grupo Alexander Otto.

COMITÊS

GRI 102-31 • 102-32

COMITÊ DE ÉTICA & ESG (AMBIENTAL, SOCIAL E GOVERNANÇA)

Tem como objetivo o monitoramento do funcionamento de todo o sistema de ética e ESG da Companhia, pelo acompanhamento da evolução das melhores práticas nacionais e internacionais relacionadas ao meio ambiente, aos aspectos sociais e à governança corporativa, assim como pela propositura de ajustes e evoluções, sempre que julgar necessário, nos sistemas que regem tais práticas.

COMISSÃO DE SUSTENTABILIDADE

GRI 102-32

Direcionando um olhar mais atento às nossas prioridades, em 2020, passamos por um processo intenso de revisão de estratégias, a partir do qual o tema sustentabilidade entrou como um dos pilares estratégicos da Companhia.

Com isso, além do Comitê Ética e ESG, nasceu a Comissão de Sustentabilidade, formada por cinco diretores executivos, responsáveis pela análise de todas as questões e estratégias relacionadas aos temas Ambientais, Sociais e de Governança.



COMITÊ DE INVESTIMENTOS

Avalia as propostas da Diretoria sobre investimentos necessários ao desenvolvimento de negócios que dependam da aprovação do Conselho de Administração, exceto aquelas que sejam de competência do Comitê de Inovação e Transformação Digital, incluindo, mas não limitando-se à aquisição de imóveis, investimentos em novas sociedades, compra de ações de sociedades ou qualquer outro tipo de investimento que se destine ao desenvolvimento de novos empreendimentos ou expansão daqueles já existentes.

COMITÊ DE REMUNERAÇÃO

Propõe ao Conselho de Administração as políticas, diretrizes, estratégias e programas de remuneração dos administradores e quaisquer outros assuntos correlatos, cuja aprovação dependa de deliberação do Conselho de Administração.

COMITÊ DE AUDITORIA

Assessora o Conselho de Administração, supervisionando a qualidade e integridade dos relatórios financeiros, a aderência às normas legais, estatutárias e regulatórias, bem como a adequação dos processos relativos à gestão de riscos e as atividades dos auditores independentes.

COMITÊ DE INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Assessora o Conselho de Administração sobre a definição da estratégia de inovação e transformação digital, analisando e recomendando iniciativas, pesquisas e ações no âmbito de atuação. Além disso, tem como responsabilidade integrar todas as áreas da Companhia.

Política de Remuneração

GRI 102-35

A política de remuneração da Aliansce Sonae tem como objetivo alinhar as expectativas dos administradores e colaboradores aos interesses dos acionistas e aos objetivos da Companhia, além de atrair e reter profissionais de qualidade.

REMUNERAÇÃO DOS DIRETORES

- Remuneração fixa mensal
- Bônus anuais
- Incentivos atrelados a ações

REMUNERAÇÃO DOS MEMBROS DO CONSELHO

- Remuneração fixa mensal
- Bônus anuais

REMUNERAÇÃO DO CONSELHO FISCAL

- Remuneração fixa mensal

Bônus anuais: alinhados ao desempenho dos profissionais e resultados operacionais e financeiros, planos de negócio e objetivos da Companhia.

Observação: a Companhia não remunera seus executivos por participação em comitês.

Liderando pelo Exemplo

GRI 102-16 • 103-1 • 103-2

Nossa dedicação e exemplo vêm da mais alta liderança para a base da Companhia. Acreditamos que é pelo exemplo que se lidera com primor e, para mantermos o diálogo entre líderes e colaboradores sempre aberto, promovemos diversos encontros com a liderança, sendo a Convenção de Liderança o principal entre eles.



Equidade de Gênero na Alta Liderança

GRI 103-1 • 405-1

Faz parte dos objetivos da Companhia progredir continuamente na gestão dos colaboradores, oferecendo as melhores condições de trabalho, saúde e segurança, e criando oportunidades de crescimento pessoal e profissional, em um ambiente no qual todos se orgulhem de fazer parte.

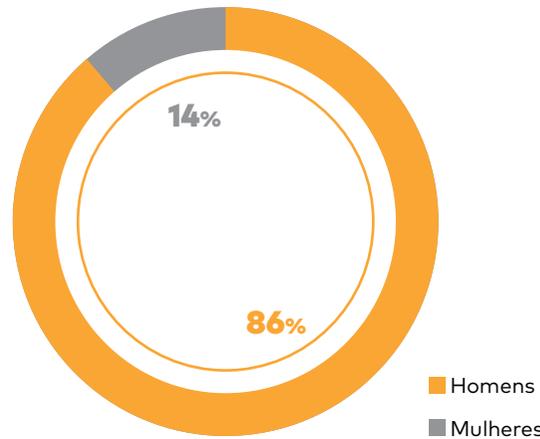
Somos engajados na promoção da equidade de gênero e caminhamos para uma inclusão feminina cada vez maior, do topo da pirâmide à base.

43%
Mulheres

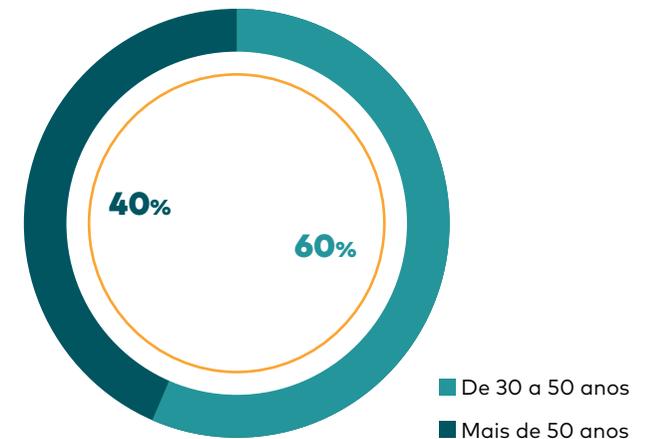
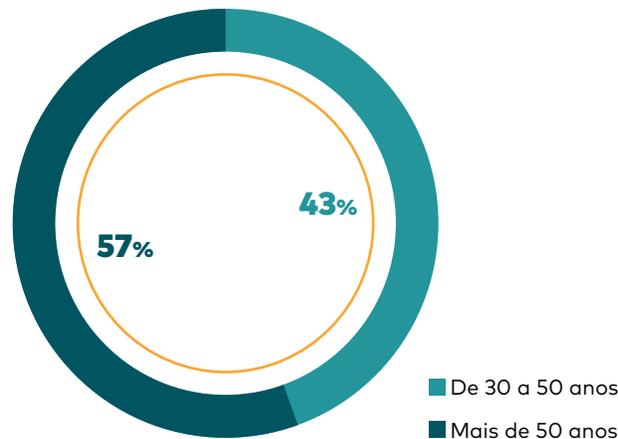
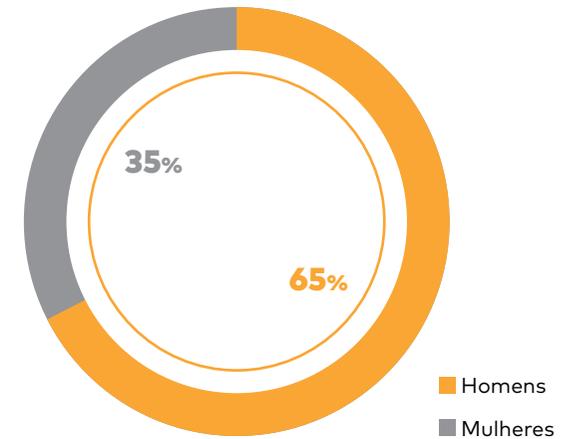
57%
Homens

A participação de mulheres em cargos de liderança da Aliansce Sonae é de **43%**, acima da média do varejo, segundo pesquisa realizada pela Korn Ferry, e temos muito orgulho disso!

Conselho de Administração



Diretoria



Gestão de Risco

GRI 102-11 • 102-29 • 102-30 • 102-31 • 102-32 • 103-2

Para o gerenciamento de risco, contamos com o **Comitê de Auditoria**, responsável por assessorar o Conselho de Administração, supervisionar a qualidade e a integridade dos relatórios financeiros, a aderência às normas legais, estatutárias e regulatórias, bem como **avaliar e monitorar as exposições de risco da Companhia** e as atividades dos auditores independentes.

Para riscos relacionados aos temas Ambiental, Social e Governança (ESG), a responsabilidade pela orientação de estratégias e ações é do **Comitê de Ética & ESG**.

Medidas Anticorrupção

GRI 102-16 • 103-1 • 103-2

A Companhia e todas as organizações por ela contratadas, direta ou indiretamente, ou das quais participa, estão e devem estar **comprometidas com o combate à corrupção** e com o Código de Ética e Conduta da Aliansce Sonae, que inclui a prevenção à lavagem de dinheiro.

Nossa Política Anticorrupção tem por objetivo assegurar o cumprimento das leis nacionais (Lei 12.846/2013, Código Penal Brasileiro, lei de improbidade e outras normas e regulamentos nacionais) e demais diretrizes estabelecidas em tal política por todos os colaboradores, administradores, superintendentes, diretores regionais, gerentes de Shopping Centers e representantes da Aliansce Sonae, sejam colaboradores próprios ou terceirizados.

Para avaliação de situações de descumprimento do Código e da Política Anticorrupção, e a responsabilização do colaborador interno ou terceiro, contamos com uma **Comissão de Apuração**, composta por membros eleitos pela diretoria.



GRI 205-1

As operações que avaliamos como **vulneráveis a atos de corrupção** estão relacionadas, principalmente, às prestadoras de serviços com participação de agentes públicos e sociedade/funcionários.

Não permitimos nem toleramos qualquer prática antiética ou qualquer forma de suborno ou corrupção, seja no setor público ou privado.

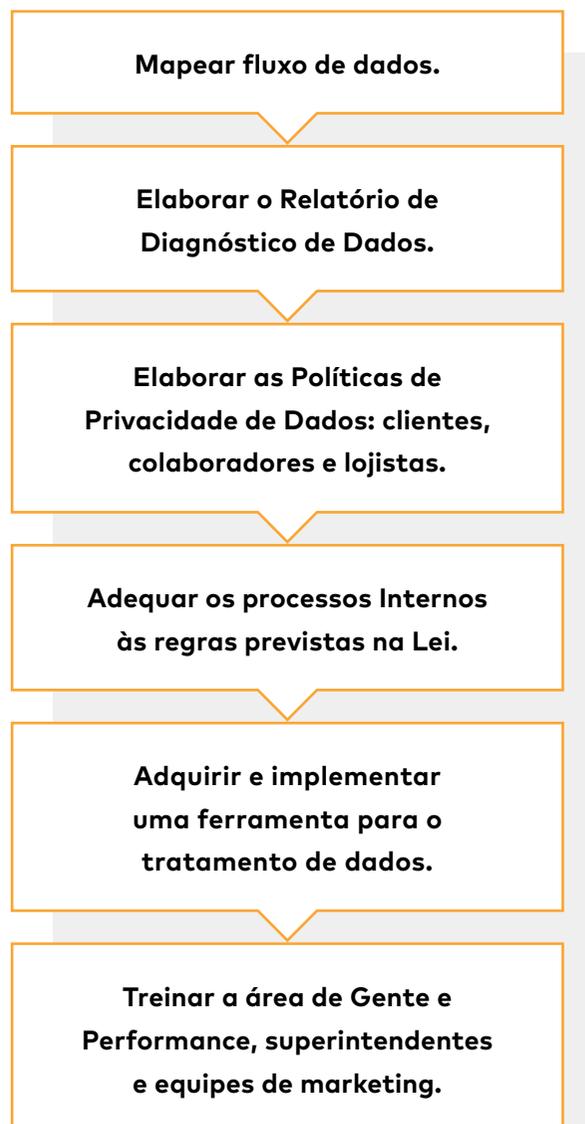
LGPD

GRI 102-16 • 103-1

Em 2020, nos adequamos à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018, LGDP), uma legislação criada para a proteção e privacidade de consumidores e cidadãos, capaz de garantir maior transparência na relação entre pessoa física e jurídica.

Estamos comprometidos em manter a privacidade e proteção de dados pessoais obtidos no curso de nossas atividades empresariais, cumprindo as leis e regulamentações aplicáveis sobre tratamento de dados pessoais, incluindo dados sensíveis.

Nosso processo de adequação à Lei se deu da seguinte maneira:



Foi criado, assim, o **Comitê de Proteção de Dados**, responsável pelo monitoramento, controle e atualização da Política de Proteção de Dados, além de definir e propor a estrutura de governança para assuntos de privacidade e proteção de dados, analisar relatórios sobre ocorrências relacionadas ao assunto e acompanhar iniciativas relacionadas à temática.

Desde que nossa Política de Governança e Proteção de Dados foi publicada em 13 de novembro de 2020, ocorreram as seguintes atualizações:

- Política de Privacidade de Clientes, com última atualização em 25/05/2021;
- Política de Privacidade de Locatários, com última atualização em 25/05/2021;
- Política de Privacidade para Colaboradores, com última atualização em 25/05/2021.

Política de Sustentabilidade

Nossa Política de Sustentabilidade existe desde 2019 e traduz o nosso compromisso com o tema, firmando um pacto com a ética nos negócios, o desenvolvimento das comunidades no entorno dos empreendimentos, o uso adequado de recursos naturais e a preservação do meio ambiente.

Nossos valores socioambientais baseiam-se nos princípios de ESG (Ambiental, Social e Governança):

AMBIENTAL

Maximizar o aproveitamento dos recursos naturais, investindo no consumo eficiente de água e energia, realizando a gestão adequada dos resíduos e monitorando a emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE) de cada um dos nossos shoppings.

SOCIAL

Investir na educação em todas as suas formas, colocando a nossa capilaridade e poder difusor à disposição do bem-estar da população, com o objetivo de transformar a realidade das comunidades onde atuamos, permitindo que elas possam se inserir com dignidade na sociedade brasileira.

GOVERNANÇA

Manter relações com as Partes Interessadas (*stakeholders*) baseadas na ética, transparência e legalidade, a fim de legitimar os resultados financeiros. Progredir continuamente na gestão dos colaboradores, oferecendo as melhores condições de trabalho, saúde e segurança, criando oportunidades de crescimento pessoal e profissional, em um ambiente do qual todos se orgulhem de fazer parte.



LEIA

a nossa Política de Sustentabilidade completa em:
<https://www.alianscesonae.com.br/sustentabilidade/>

Relacionamentos Responsáveis

GRI 102-10 • 103-1 • 103-3 • 201-1

A Aliansce Sonae compreende que o crescimento sustentável tem como base o bom relacionamento com todos os *stakeholders*, principalmente nossos fornecedores, parceiros e clientes.

A Companhia tem uma cultura corporativa focada na combinação entre alta performance para lojistas e investidores e relevância para os consumidores, por meio de iniciativas que fortalecem essas relações.

Consumidores

GRI 103-2



Foco no consumidor

Satisfazer os consumidores é uma das nossas prioridades. Nossos esforços se concretizam quando temos a certeza de garantir a melhor experiência possível entre os consumidores finais e os nossos empreendimentos.

Em cada shopping contamos com um *mix* de lojas estrategicamente organizado para atender perfis específicos, considerando comportamentos, regiões e culturas.

Ser uma empresa centrada no consumidor é um dos nossos pilares estratégicos. Os projetos e iniciativas implementados pela Aliansce Sonae têm o objetivo de estarem presentes na jornada do cliente, dentro e fora do shopping, de forma fluida e integrando os ambientes online e off-line. O resultado é um processo contínuo

de experiências de consumo marcantes, convenientes e relevantes.

Para além da relação comercial, colocamos a capilaridade e o poder difusor dos nossos shoppings à disposição do bem-estar da população, com uma oferta qualificada de serviços essenciais para o dia a dia, como escolas, universidades, centros médicos, entretenimento, projetos culturais e socioeducativos, transformando a realidade das comunidades onde atuamos.

Nossas práticas são amplamente divulgadas em nossos canais digitais, redes sociais, em mídias de *Mall* (modalidade de anúncios veiculados dentro dos shopping centers), eventos, sistema de atendimento ao cliente (SAC), campanhas e assessoria de imprensa, mantendo uma relação próxima com nossos consumidores.

Lojistas

GRI 102-9 • SASB IF-RE-410a.3



Parceiro do Varejo

A Aliansce Sonae é a maior administradora de shopping centers do Brasil, com mais de 7.000 lojistas no portfólio. São mais de 40 anos de expertise, desde o surgimento das empresas originárias, sob a administração de um time de executivos qualificados e experientes, o que torna a Companhia a parceira ideal para varejistas e incorporadoras.

A área de comercialização da Companhia aplica todo o seu *know-how* no segmento para planejar e levar para cada empreendimento as melhores recomendações para contribuir com a performance do lojista, como análise de dados de fluxo comercial, consultorias e palestras com especialistas da indústria.

Em 2020, com o fechamento temporário dos shoppings, tomamos proativamente medidas para proteger as atividades

comerciais, preservar os contratos e manter postos de trabalho dos nossos lojistas, com a prorrogação de vencimentos e a negociação de dívidas.

Além disso, criamos soluções para facilitar as vendas remotas no ambiente online e as entregas com *hubs* logísticos, para complementar a experiência no shopping center físico e dar aos lojistas a oportunidade de realizar vendas adicionais, especialmente durante a pandemia.

Com proximidade, atenção às tendências de mercado e suporte da tecnologia aliado a uma gestão eficiente, garantimos a satisfação dos lojistas dentro dos nossos shoppings, estabelecemos relações de longo prazo e, conseqüentemente, proporcionamos uma excelente experiência aos consumidores.

Nos meses de retomada, a Companhia fez o monitoramento do faturamento das lojas para poder cobrá-los de acordo com o valor que receberam. O montante de apoio financeiro, que inclui descontos concedido pela Aliansce Sonae aos lojistas nesse período, figura entre **R\$ 300 e R\$ 400 milhões.**

SUPOORTE AOS LOJISTAS DURANTE A PANDEMIA

Em 2020, o cenário gerou uma preocupação ainda maior com a sociedade como um todo. Dentro do nosso ecossistema, olhamos principalmente para os lojistas e nos vimos no dever de apoiá-los nessa jornada tão desafiadora, mitigando ao máximo o impacto do fechamento dos shoppings. Constatamos o resultado desse árduo trabalho ao final do ano, quando registramos uma taxa de ocupação de 95,8%.

Destaques das ações da Aliansce Sonae para mitigar os impactos da pandemia aos lojistas:

ESTRATÉGIAS

Monitoramento de leis locais, ações judiciais e do impacto do fechamento em contratos financeiros.

Fundo de promoção isento nos meses em que os shoppings estavam fechados.

Aluguel postergado para pagamento em vários meses.

Renegociação de honorários.

Ações do Sindicato e Associação de Lojistas.

Linha de crédito a lojistas e cartas aos lojistas.

Desconto nos condomínios e congelamento de dívidas.

Ajuizamento de ações do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) em 11 municípios.

Apoio da área de Recursos Humanos nos aspectos trabalhistas da pandemia.

SUORTE NAS VENDAS E APROXIMAÇÃO COM O CLIENTE FINAL

Criação de *Marketplaces*.

Criação da PEG (*Hub Logístico*).

Criação dos *Lockers*.

Smart Site – Compre Online.

Instalação de *Drive-Thru* para retirada de mercadorias.

Entregadores fornecidos pela Companhia.

Parceria com iFood para tornar os shoppings *hub* (pontos de retirada de pedidos).

Fornecedores

GRI 102-9 • 204-1 • 409-1

As parcerias realizadas com os fornecedores concentram-se, principalmente, na prestação de serviços para a operação dos shoppings, obras de expansão, reformas das sedes, dentre outros. E, fomentando a mão de obra local, a Aliansce Sonae prioriza a contratação de fornecedores de regiões próximas aos seus shoppings.

Em relação ao ano de 2019, tivemos um aumento no número de fornecedores da área de Marketing em 2020, devido à necessidade de maior divulgação de informações referentes à pandemia e aos protocolos de segurança. Nesse sentido, observamos um crescimento no escopo de trabalho da assessoria de imprensa, por exemplo, acarretando aumento no orçamento e a contratação de novos fornecedores para o monitoramento de menções na mídia e nas redes sociais, além de pesquisa de tendências.

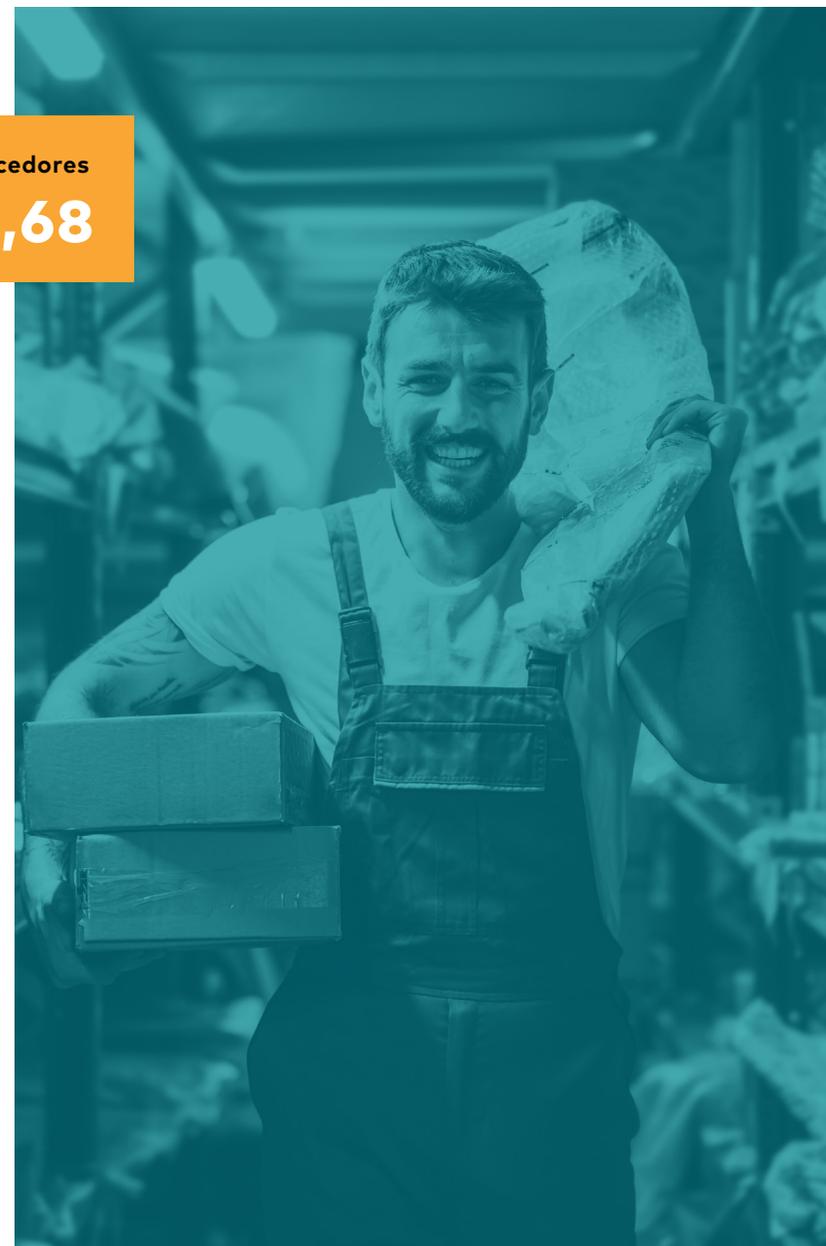
Valor pago em contratos com fornecedores

R\$ 1.461.511.348,68

8.775
fornecedores
em 2020

8.771 nacionais
4 internacionais

62,48%
Produtos e Serviços
adquiridos localmente,
com base nos endereços
de cada Shopping



SELEÇÃO E AVALIAÇÃO DOS FORNECEDORES

GRI 409-1

Somos atentos à sustentabilidade na nossa cadeia de fornecedores. Nosso objetivo como Companhia é instituir gradativamente uma opção por produtos e serviços mais sustentáveis alinhados aos nossos valores, com estabelecimento de metas crescentes de aquisição e contratação, observando com razoabilidade e proporcionalidade a viabilidade econômica e a oferta disponível no mercado.

Nosso Código de Ética e Conduta proíbe a contratação de fornecedores que apresentem qualquer risco de utilização de mão de obra infantil ou trabalho análogo ao escravo em seus processos.

Gerimos nossa cadeia de valor de acordo com as melhores práticas, como:

- Salários justos;
- Código de Ética e Conduta para Fornecedores;
- Auditorias com fornecedores;
- Política de Sustentabilidade.

PROGRAMA DE COMPLIANCE E AGENTES PÚBLICOS

GRI 205-1

Em 2020, começamos um projeto piloto com a área de Engenharia para auditoria dos fornecedores que têm contato com órgãos públicos, em nome da Companhia ou de seus shoppings. Até o final de 2021, a Companhia irá expandir essa avaliação para 100% desses fornecedores.

Capítulo 5

FOCO EM PESSOAS

GRI 103-1 • 103-3



Nossas Pessoas

GRI 102-8 • 103-1 • 405-1



Gente em primeiro lugar

Somos simples, respeitamos as pessoas e praticamos o que falamos, liderando sempre pelo exemplo de maneira ética.

Um dos propósitos da Aliance Sonae é criar experiências de aprendizagem e desenvolvimento para seus líderes e respectivos times, além de promover iniciativas que suportem e fortaleçam a cultura e os valores da Companhia.

Nossa área de **Gente e Performance** é dedicada a aprimorar as práticas de gestão de capital humano e apoiar a Companhia no desenvolvimento de um modelo de alta performance, baseado em meritocracia e metas desafiadoras e alcançáveis.

Prezamos por uma comunicação próxima, clara e transparente com os nossos colaboradores.



Possuímos duas plataformas que visam manter o time todo integrado:

CONNECTA Portal colaborativo

YAMMER Rede social corporativa

Através delas compartilhamos informações de cada área, acontecimentos importantes da Companhia e datas comemorativas.

GENTE E PERFORMANCE DURANTE A PANDEMIA

Mitigamos ao máximo os impactos da pandemia entre os nossos colaboradores. Em 2020, trabalhamos incansavelmente com uma comunicação interna voltada à conscientização dos protocolos de segurança sanitária.

Nosso plano de contingência incluiu testes de covid-19 para todos os colaboradores. No total, **mais de 5.000 testes foram realizados.**

E como parte da iniciativa *Work Balance*, também realizamos diversas *lives* com profissionais de saúde para garantir apoio emocional e promover o bem-estar mental junto aos nossos colaboradores.

2.174 colaboradores



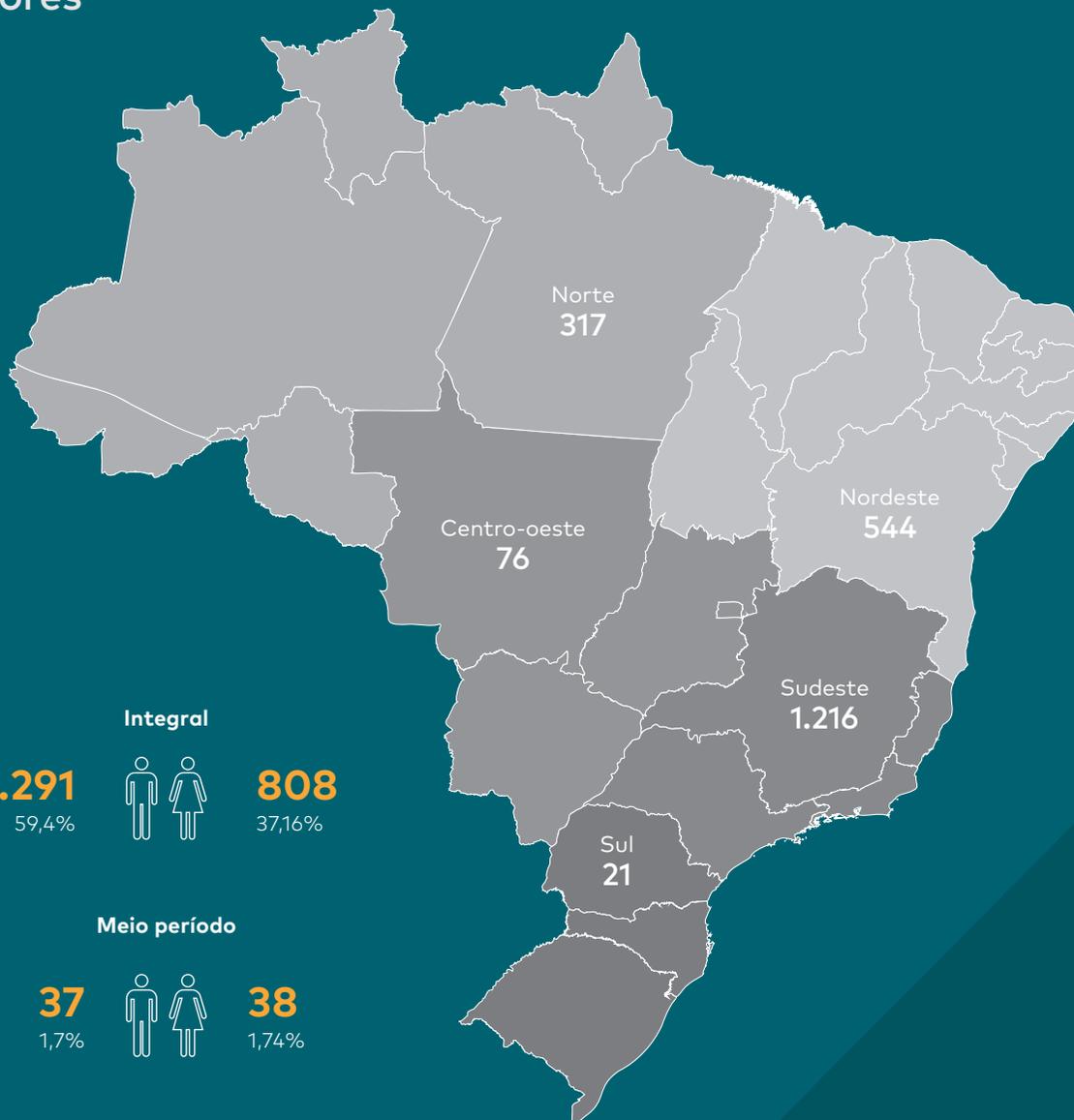
1.328

61%



846

39%



Integral

1.291

59,4%



808

37,16%

Meio período

37

1,7%



38

1,74%

Os **2.174** possuem contratos permanentes.

Colaboradores **Temporários contratados apenas pelos shoppings** em 2020:

1.284

830

65%



454

35%

96% (2.087)

dos colaboradores são cobertos por **acordos de negociação coletiva**.

Os 4% restantes referem-se a estatutários e aprendizes.

Observação: Exclui estagiários, estatutários e afastados por doença acima do prazo legal.

Diversidade e Inclusão

GRI 103-1 • 103-3 • 414-1

A pluralidade enriquece as organizações e as relações, gera valor e inovação, cria conexões e fortalece as redes. Em um mundo muitas vezes pautado pelas diferenças, é fundamental implementar ações corporativas que conscientizem, incentivem o respeito e promovam a diversidade. Esse caminho da inclusão é o que norteia nossas ações.

Um ambiente corporativo de excelência deve ser pautado pela valorização da diversidade, de acordo com as seis dimensões da diversidade primária: idade, etnia, gênero, habilidades e qualidades físicas, raça e orientação sexual.

Em 2020, focamos na construção da nossa **Política de Diversidade e Inclusão**, que foi oficialmente instituída no início de 2021.

O documento pauta o respeito, a integridade humana e os aspectos individuais de cada pessoa, garantindo igualdade para todos os colaboradores, sejam eles internos ou terceiros, em todos os ambientes, escritórios e shoppings, tanto na ocasião de seu ingresso quanto ao longo de sua trajetória e desenvolvimento na Companhia.



EQUIDADE, NOSSO COMPROMISSO

No aspecto social, nossa prioridade é a equidade de gênero, priorizando a inclusão feminina.

Considerando apenas os 359 colaboradores da Holding – 204 mulheres e 155 homens –, elas são **56,8%** do total.

Lançamos, ainda, o **Glossário de Diversidade e Inclusão** com o objetivo de transmitir diversos conceitos relacionados ao tema. Ao todo, elencamos 17 ações referentes à Diversidade para serem realizadas em curto prazo, a exemplo de palestras para os colaboradores e a inclusão da sustentabilidade na descrição das funções de todos os colaboradores que participem desse processo diretamente, entre outras iniciativas. Nesse sentido, nossa prioridade no aspecto social é a equidade de gênero, priorizando a inclusão feminina.

Confira as ações:

1. Aumentar o percentual de mulheres e negros no quadro de colaboradores, em especial em cargos de Liderança.
2. Incluir a Política de Sustentabilidade nos programas regulares de integração e desenvolvimento dos colaboradores.
3. Criar a Política de Inclusão e Diversidade.
4. Redigir um programa específico sobre diversidade e igualdade de gênero.
5. Realizar palestras para os colaboradores sobre igualdade de gênero e diversidade no ambiente de trabalho.
6. Monitorar o percentual de permanência na empresa após licença parental.
7. Promover capacitação ao menos para os níveis de coordenação, gerência e diretoria para estimular o engajamento em aos seguintes temas da sustentabilidade empresarial: governança corporativa, aspectos sociais, aspectos ambientais, diversidade, direitos humanos, compliance e combate à corrupção.
8. Criar grupo de trabalho para acompanhar as práticas de diversidade dentro da Companhia – incluir esse tema nas atribuições da área de Sustentabilidade.
9. Elaborar programa de voluntariado e disseminar a prática entre os shoppings.
10. Tornar-se signatária formal de compromissos voluntários relacionados a promoção dos direitos humanos e a responsabilidade socioambiental.
11. Incluir a sustentabilidade na descrição das funções de todos os colaboradores que participem desse processo diretamente (operações e marketing da Holding e dos shoppings).
12. Vincular metas socioambientais ao bônus dos executivos.
13. Criar mecanismos de divulgação da Política Ambiental interna e externamente.
14. Divulgar dados referentes à sustentabilidade para a força de trabalho.
15. Oferecer treinamentos sobre oportunidades de liderança para todos os colaboradores.
16. Concluir a avaliação do Conselho de Administração.
17. Criar mecanismos para o engajamento dos membros do Conselho de Administração da Companhia nos temas sociais e ambientais, visando sua conscientização sobre a importância dessas questões.

LICENÇA MATERNIDADE E PATERNIDADE

GRI 401-3



Número total de colaboradores com direito a tirar licença maternidade/paternidade*	
1.321	844
Número total de colaboradores que tiraram licença maternidade/paternidade em 2020	
28	41
Número total de colaboradores que retornaram em 2020 ao trabalho depois do término da licença maternidade/paternidade	
28	40
Número total de colaboradores que retornaram ao trabalho em 2020 depois do término da licença maternidade/paternidade e continuaram empregados doze meses após seu retorno ao trabalho	
11	13
Taxas de retorno ao trabalho de colaboradores que tiraram licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero	
100%	100%

*Os nove colaboradores que não foram contabilizados são estatutários.



Desenvolvimento

GRI 404-1 • 404-2 • 404-3 • 410-1 • 412-1 • 412-2

Para analisar o desempenho dos colaboradores e propor ações de desenvolvimento, a Aliansce Sonae realiza anualmente uma Avaliação de Desempenho, aplicável para todos até o nível de coordenação.

Visando alinhar as metas de organização e as metas de colaboradores, além de monitorar a evolução individual, a Companhia estabeleceu o processo de avaliação de

desempenho em sistema específico, que contém as etapas de autoavaliação, avaliação de gestores e *feedback*, que define o Plano de Desenvolvimento Individual.

Os demais colaboradores são avaliados por meio de metas corporativas específicas de suas respectivas áreas de negócio. E nos shoppings, a liderança é avaliada por meio do quadro de metas.

TREINAMENTOS

Ao longo de 2020, 100% da liderança orgânica dos shoppings (supervisores, coordenadores e chefes de segurança) recebeu treinamento sobre as políticas e procedimentos da organização relativos aos Direitos Humanos e sua aplicação na segurança.

Média de horas de treinamento



PLATAFORMA DE DESENVOLVIMENTO

ENSINO A DISTÂNCIA (EAD):

Contamos com uma plataforma online robusta para o ensino a distância, oferecendo uma série de cursos gratuitos e certificados para todos os colaboradores (Holding e shoppings). A iniciativa proporciona oportunidades de desenvolvimento de habilidades essenciais para o crescimento profissional e pessoal. Em 2020, tivemos um engajamento altíssimo na plataforma EAD.

AVALIAÇÃO DA LIDERANÇA

Anualmente, são definidas metas para a alta liderança da Aliansce Sonae, tendo em vista os desafios e objetivos estratégicos do ciclo vigente.

No final desse período, é avaliado e apresentado junto ao Comitê de Remuneração o desempenho de cada Diretor Estatutário, incluindo o presidente, a partir da análise do alcance das metas acordadas previamente.

Durante o ano, por conta da pandemia, tivemos que reorganizar as metas e os objetivos dos diretores, pois o gerenciamento da crise se tornou prioridade para toda a Alta Liderança. Além disso, em 2020, foi estabelecido que todos os colaboradores de todas as categorias funcionais tenham como meta individual o alcance da sustentabilidade do nosso negócio.

ENCONTRO VIRTUAL DE LIDERANÇAS

Realizamos todos os anos a Convenção de Lideranças. Este encontro no estado da Bahia tem como objetivo proporcionar momentos de reflexão e autoconhecimento, fortalecendo nossos valores, nossas práticas de liderança e a cultura corporativa.

Em 2020, no entanto, tivemos que adaptá-lo para uma versão virtual, que denominamos **Encontro Virtual de Lideranças**. O programa aconteceu ao longo de dois dias e contou com a participação de 265 líderes, entre Diretores, Superintendentes e Gerentes da Holding e dos shoppings.



ENCONTRO VIRTUAL
DE LIDERANÇAS
ALIANSCÉ SONAE

Atração e Retenção

A Aliansce Sonae oferece aos seus colaboradores benefícios diversos, como assistência médica, vale-refeição, vale-alimentação, vale-transporte e seguro de vida.

A política de desenvolvimento de Recursos Humanos e treinamento da Companhia consiste em ações empresariais que visam ampliar, desenvolver e aperfeiçoar as habilidades do colaborador para o seu crescimento profissional, tais como cursos de inglês, graduação e pós-graduação.

PROGRAMA DE COACHING GERENCIAL

Designado para líderes identificados no processo de gestão de talentos, apoiados por profissionais qualificados no mercado.

REMUNERAÇÃO

GRI 102-36

Nosso sistema de remuneração para colaboradores é composto de faixas de renda numa escala vertical, combinadas com pontos salariais na horizontal, permitindo promoções e aumentos por mérito.

A tabela salarial é aprovada junto ao Conselho de Administração e sua concepção contou com apoio de uma consultoria especializada.

A Companhia tem realizado o Programa de Participação nos Resultados para todos os colaboradores que estiveram trabalhando ao longo do ano, incluindo os desligados. A participação anual nos lucros e resultados é implementada mediante Acordo Coletivo de Trabalho com os sindicatos representativos das categorias profissionais e está condicionada à obtenção de um resultado mínimo de EBITDA.

PROGRAMA DE METAS

Visa reconhecer e recompensar os colaboradores com base no seu desempenho, promovendo a meritocracia, autonomia e foco na estratégia do negócio. O programa é composto por metas corporativas e metas específicas.

PROGRAMA DE ESTÁGIO

Em 2020, a Companhia aprimorou o Programa de Estágio, que passou a contar com divulgação dos processos seletivos no Portal de Carreiras Aliansce Sonae.

Nosso programa de estágio tem como objetivo a atração, o desenvolvimento e a retenção de talentos, dando sustentabilidade ao negócio na medida que formamos profissionais com o nosso DNA. Ele atende todas as áreas de negócio e os shoppings, com processo de seleção estruturado em três etapas: inscrições com envio de vídeo de apresentação, dinâmica virtual e entrevistas com gestores.

BENEFÍCIOS OFERECIDOS PELA ALIANSCE SONAE

Assistência médica, vale-refeição, vale-transporte, vale-alimentação, assistência odontológica e seguro de vida, sendo os três primeiros comuns a todos os colaboradores.

NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE DOS COLABORADORES

GRI 401-1



			Menos que 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Mais que 50 anos	Sudeste	Norte	Nordeste	Sul	Centro-Oeste
Contratados	157	165	153	162	7	218	31	55	4	14
Taxa de contratação	7,59%	7,22%	7,04%	7,45%	0,32%	10,02%	1,42%	2,52%	0,18%	0,64%
Desligados	192	185	147	199	31	229	36	72	2	38
Taxa de rotatividade	8,83%	8,51%	6,76%	9,15%	1,42%	10,53%	1,65%	3,31%	0,09%	1,74%

Foram considerados Celetistas, Estatutários e Aprendizes

RECRUTAMENTO INTERNO

GRI 401-1

Para uma jornada mais completa, valorizamos nossos colaboradores e a importância da transição pelas áreas dentro da Companhia e dos shoppings. Assim, priorizamos a análise e recrutamento dos colaboradores que já atuam na Aliansce Sonae, oferecendo a oportunidade de se descobrirem em outros cargos. Esse recrutamento é feito via Painel de Vagas, um canal exclusivo de contato com os colaboradores, onde as vagas são publicadas antes de serem divulgadas para o público externo.

OUTPLACEMENT PARA EXECUTIVOS (GERENTES E DIRETORES)

GRI 404-2

Programa conduzido por consultoria especializada com o objetivo de apoiar o profissional desde o processo de desligamento da empresa até a sua recolocação, dando suporte durante a transição e proporcionando uma revisão da carreira.

Saúde e Segurança do Trabalho

GRI 410-1

Zelar pela segurança e a integridade física das nossas pessoas é nossa prioridade. Por isso, adotamos um conjunto de soluções integradas de Saúde e Segurança do Trabalho (SST):

- Obtenção de documentação legal das instalações dos nossos shoppings e escritórios, como o Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros;
- Atendimento a outros regulamentos aplicáveis, como as Normas Regulamentadoras (NR), que consistem em direitos e deveres a serem cumpridos pelos empregadores e pelos colaboradores a fim de garantir o trabalho seguro e sadio, prevenindo a ocorrência de doenças e acidentes de trabalho;
- Investimentos constantes na conscientização, capacitação e qualificação com treinamentos periódicos aos colaboradores para a adoção de comportamentos e condutas seguras;
- Promoção de um ambiente seguro, melhorando continuamente as condições físicas das instalações;
- Ações práticas, a exemplo de simulados de emergência, campanhas de vacinação e semana de prevenção de acidentes, bem como processos e procedimentos operacionais para orientar os colaboradores a realizarem suas tarefas de forma segura.



Os shoppings Aliansce Sonae dispõem de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) adequados para seus colaboradores e fiscalizam a sua utilização também por terceirizados. Além disso aplica medidas administrativas, como treinamentos e conscientizações, e de engenharia, a exemplo de medidas de proteção coletiva que os shoppings adotam para proteção dos colaboradores.

Contamos também com Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPA), designadas entre nossos colaboradores. Além disso, os riscos de doenças e acidentes de trabalho são levantados por meio de análises qualitativas e quantitativas para elaboração do Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA). Nos casos dos perigos que podem levar a doenças ocupacionais, são realizados exames complementares de monitoramento de níveis biológicos e consultas médicas periódicas, definidas no Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO).

Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) e Equipamentos de Proteção Coletiva (EPCs) são disponibilizados para minimizar os perigos e riscos envolvidos nas atividades laborais.

A Aliansce Sonae conta ainda em seu portfólio com oito empreendimentos com sistema de gestão certificado de saúde e segurança ocupacional, baseado nos requisitos da norma ISO 45.001.

Institucionalizando nosso compromisso, também temos nossa Política de Segurança, Saúde e Meio Ambiente, já mencionada na página 32, que integra esses temas.



CONFIRA

o documento em <https://bit.ly/3kllKqV>.

Compromisso Social

GRI 103-1 • 103-3

Nossos investimentos sociais são direcionados a três áreas temáticas fundamentais para o desenvolvimento e a valorização dos territórios impactados: **cultura, esporte e educação.**

Nosso objetivo é transformar a realidade das comunidades onde atuamos, potencializando sua inclusão na sociedade brasileira. Como promotores de mudanças na estrutura socioeconômica dos municípios nos quais são construídos, os shoppings centers são responsáveis por participar e apoiar estratégias alternativas para o desenvolvimento local.

Por isso, temos como missão social investir na educação em todas as suas formas, colocando nossa capilaridade e poder de difusão à disposição do bem-estar da população. Da mesma forma, atuamos para fomentar a cultura e o esporte, que acreditamos serem verdadeiros agentes de transformação da cidadania.



Além dos projetos sociais, os shoppings da Aliance Sonae, cientes de sua influência e capacidade de mobilização, realizam campanhas de doação por todo o Brasil, arrecadando materiais diversos em prol das comunidades e incentivando seus clientes e lojistas a participarem.

Nossos colaboradores são incentivados a contribuir como **voluntários** para os projetos patrocinados pela Companhia.

Parcerias e apoios

Time Brasil

Somos apoiadores oficiais do Time Brasil, o ponto de encontro entre atletas e torcedores, que vibram juntos, formando um único time apaixonado pelo esporte. A parceria com o Time Brasil nasceu durante os Jogos Olímpicos Rio 2016, patrocinado pela Companhia, com o objetivo de promover a importância do esporte para todos. A equipe representa uma nação formada por mais de 200 milhões de torcedores.

Instituto Reação

Desde 2016, patrocinamos a organização sem fins lucrativos que promove o desenvolvimento humano e a inclusão social por meio do esporte e da educação. Prevê ações educativas e recreativas ligadas aos shoppings do grupo, além de apoio às ações e eventos internos do Reação.

ArtRio Educação

Parceria que deu início, em 2019, ao projeto inédito História da Arte, Olhar e Descoberta, com foco na democratização da arte e do conhecimento.

Instituto Criança

Especificamente nos empreendimentos do Rio de Janeiro, foi firmada uma parceria com o Instituto da Criança, organização social que apoia várias instituições no Estado. 11 shoppings realizaram três campanhas corporativas ao longo do ano – Agasalhos, Dia das Crianças e Natal.

Instituto IRIS

O Instituto de Responsabilidade e Investimento Social é uma organização da sociedade civil que tem como proposta social a promoção gratuita da educação, ética, paz, cidadania, direitos humanos e democracia. Promove a geração de oportunidades de crescimento social de crianças e adolescentes, em conjunto com a escola, a família e a comunidade. O IRIS é parceiro da Aliance Sonae e atua em oito shoppings da Companhia, com ações voltadas a responsabilidade social.



Também contamos com projetos direcionados em alguns dos nossos shoppings, caso de hortas livres de agrotóxicos, que têm sua produção doada para instituições beneficentes dos municípios. Em parte dessa produção, os resíduos orgânicos deixados na praça de alimentação são transformados em adubo para o cultivo de verduras, hortaliças e legumes.



CAMPANHAS DE CONSCIENTIZAÇÃO

Em 2020, diversas questões sociais fundamentais tiveram espaço e foram contempladas em ações de conscientização nos shoppings: o Dia Mundial da Conscientização do Autismo, o Dia Mundial da Água, o Dia da Árvore, o Dia Internacional da Síndrome de Down, o Dia Internacional da Mulher, o Janeiro Branco (Campanha pela Saúde Mental e Emocional), o Outubro Rosa, o Setembro Amarelo e o Dia Mundial da Conservação da Natureza.

PROJETOS SOCIAIS

Foram realizados cerca de 235 projetos sociais nos shoppings, impactando mais de 700 mil pessoas em todo o País*.

*Dados referentes às ações de todos os shoppings, incluindo os administrados pela Aliance Sonae.

ANEXOS

Sumário de conteúdo GRI

GRI 102-55

GRI Standards

Norma GRI	Conteúdo	Tema material
Conteúdos Gerais		
GRI 102: Conteúdos Gerais 2016	102-1 Nome da organização	Pág. 13
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	Pág. 13
	102-3 Localização da sede da organização	Pág. 14
	102-4 Local de operações	Págs. 13 e 14
	102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	Aliansce Sonae Shopping Centers S.A.
	102-6 Mercados atendidos	Págs. 13 e 14
	102-7 Porte da organização	Pág. 13
	102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	Pág. 62
	102-9 Cadeia de fornecedores	Págs. 57 e 59
	102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Pág. 56
	102-11 Princípio ou abordagem da precaução	Contamos com a gestão de riscos para prevenir e mitigar impactos negativos. Saiba mais na pág. 53.
	102-12 Iniciativas externas	Os compromissos externos da Companhia serão decididos em 2021.
	102-13 Participação em associações	Pág. 8
	102-14 Declaração do mais alto executivo	Pág. 9
	102-15 Principais impactos, riscos e oportunidades	Pág. 28
	102-16 Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	Págs. 18, 47, 51, 53 e 54
	102-17 Mecanismos para orientações e preocupações referentes à ética	Pág. 19

Norma GRI	Conteúdo	Tema material
GRI 102: Conteúdos Gerais 2016	102-18 Estrutura de governança	Pág. 48
	102-22 Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	Págs. 48 e 49
	102-24 Seleção e nomeação para o mais alto órgão de governança	Pág. 49
	102-25 Conflitos de interesse	Pág. 47
	102-26 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na definição de propósito, valores e estratégia	Pág. 18
	102-28 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Não houve em 2020. Será implementado em 2022, pois a Política de Avaliação de Conselheiro está em processo de elaboração.
	102-29 Identificação e gestão de impactos econômicos, ambientais e sociais	Pág. 29 e 53
	102-30 Eficácia dos processos de gestão de risco	Pág. 21 e 53
	102-32 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Págs. 49 e 53
	102-35 Políticas de remuneração	Pág. 51
	102-36 Processo para determinação da remuneração	Pág. 68
	102-40 Lista de grupos de stakeholders	Pág. 6
	102-41 Acordos de negociação coletiva	Todos os colaboradores, exceto estagiários e aprendizes, são cobertos por acordos de negociação coletiva, o que equivale a 96% do total de colaboradores.
	102-42 Identificação e seleção de stakeholders	Pág. 6
	102-43 Abordagem para engajamento de stakeholders	Pág. 6
102-44 Principais preocupações e tópicos levantados	Pág. 6	
102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	<ul style="list-style-type: none"> • Acapurana Participações S.A., • Norte Shopping Belém S.A., • Fundo de Investimento Imobiliário Shopping Parque D. Pedro, • Fundo de Investimento Imobiliário Parque D. Pedro Shopping Center • RRSPE Empreendimentos e Participações Ltda. • SDT3 Centro Comercial Ltda. • Tarsila Empreendimentos e Participações Ltda. • Tissiano Empreendimentos e Participações S.A. • Vértico Bauru Empreend. Imob. S.A. • Vivaldi Empreendimentos e Participações S.A. <p>Confira nossas demonstrações financeiras em https://bit.ly/3wRQbbS</p>	

Norma GRI	Conteúdo	Tema material
GRI 102: Conteúdos Gerais 2016	102-46 Definição do conteúdo do relatório e dos Limites de tópicos	Págs. 4 e 6
	102-47 Lista de tópicos materiais	Pág. 6
	102-48 Reformulações de informações	Pág. 4
	102-49 Alterações no relato	Págs. 4 e 6
	102-50 Período coberto pelo relatório	1º de janeiro a 31 de dezembro de 2020.
	102-51 Data do relatório mais recente	2019
	102-52 Ciclo de emissão de relatórios	Anual
	102-53 Contato para perguntas sobre o relatório	Dúvidas, sugestões ou questionamentos relativos a este Relatório podem ser feitos pelo Canal de Ética da Aliansce Sonae no telefone 0800-648-63-27. A ligação é gratuita e o serviço está disponível sete dias por semana, 24 horas por dia.
	102-54 Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Pág. 4
	102-55 Sumário de conteúdo da GRI	Pág. 75
	102-56 Verificação externa	O relatório não passou por verificação externa.
	103-1 Explicação do tópico material e seu Limite	Págs. 6, 29, 31, 33, 37, 39, 40, 42, 47, 51, 52, 53, 54, 56, 61, 62, 64 e 72
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	Págs. 6, 9, 13, 18, 19, 29, 47, 51, 53 e 56
	103-3 Avaliação da forma de gestão	Págs. 6, 21, 24, 26, 28, 56, 61, 64 e 72
Conteúdos Econômicos		
GRI 201: Desempenho Econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	Págs. 27 e 56
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Pág. 26
GRI 204: Práticas de Compra 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	Págs. 26 e 59
GRI 205: Combate à Corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Págs. 53 e 60
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Em 2020, não houve treinamento, uma vez que os esforços estavam voltados para as ações de prevenção e combate à pandemia da covid-19.
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não houve nenhum caso de corrupção em 2020.

Norma GRI	Conteúdo	Tema material
Conteúdos Ambientais		
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	Pág. 37
	302-3 Intensidade energética	Pág. 37
	302-4 Redução do consumo de energia	Pág. 37
GRI 303: Água e Efluentes 2018	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	Pág. 33
	303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	Pág. 36
	303-3 Captação de água	Pág. 33
	303-5 Consumo de água	Pág. 33
GRI 305: Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 39
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Pág. 39
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 39
GRI 306: Resíduos 2020	306-3 Resíduos gerados	Pág. 40
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	Pág. 40
	306-5 Resíduos destinados para disposição final	Pág. 40
Conteúdos Sociais		
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	Pág. 69
	401-3 Licença maternidade/paternidade	Pág. 66
GRI 404: Capacitação e Educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Pág. 66
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Pág. 66
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Pág. 66
GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	Págs. 52 e 62
GRI 406: Não Discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Pág. 19

Norma GRI	Conteúdo	Tema material
GRI 408: Trabalho Infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Não há. A Companhia, todavia, formaliza cláusulas contratuais vetando a prática, possui canal de denúncias e faz o acompanhamento das atividades dos fornecedores.
GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Não há. A Companhia, todavia, formaliza cláusulas contratuais vetando a prática, possui canal de denúncias e faz o acompanhamento das atividades dos fornecedores.
GRI 410: Práticas de Segurança 2016	410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	Págs. 66 e 70
GRI 411: Direitos de Povos Indígenas 2016	411-1 Casos de violação de direitos de povos indígenas	Não há. A Companhia, todavia, formaliza cláusulas contratuais vetando a prática, possui canal de denúncias e faz o acompanhamento das atividades dos fornecedores.
GRI 412: Avaliação em Direitos Humanos 2016	412-2 Capacitação de empregados em políticas ou procedimentos de direitos humanos	Pág. 66
GRI 418: Privacidade do Cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	Em 2020, não houve queixas ou reclamações relacionadas à violação de privacidade de dados. A Companhia tem um canal de DPO (<i>Data Protection Office</i>), no qual os titulares dos dados podem exercer seus direitos, pedindo exclusão da base ou esclarecimento a respeito da obtenção dos dados guardados.

Tabela SASB

SASB		
Tópico	Métrica	
Conteúdos Gerais		
Gerenciamento de energia	IF-RE-130a.1 Dados percentuais do consumo de energia da área bruta total do seu portfólio	Pág. 37
	IF-RE-130a.2 (1) Total de energia consumido por área de portfólio (2) A porcentagem consumida e registrada no quadro de eletricidade, e (3) A porcentagem de energia renovável consumida	Pág. 37
	IF-RE-130a.3 Variação percentual comparativa do consumo de energia total do portfólio	Pág. 37
	IF-RE-130a.4 Porcentagem elegível do portfólio que (1) tem classificação de energia e (2) é certificada pela ENERGY STAR	Não temos empreendimentos com certificação Energy Star.
	IF-RE-130a.5 Descrição de como são integradas as considerações da gestão de energia à análise de investimento e às estratégias operacionais da entidade	Pág. 37
Gerenciamento de água	IF-RE-140a.1 Dados percentuais da retirada de água (1) da área total do portfólio e (2) das propriedades do portfólio presentes em regiões que apresentam escassez de água	Pág. 33
	IF-RE-140a.2 (1) Total de água retirada, em metros cúbicos, da área total do portfólio (2) o percentual de água retirada nas regiões com média (40 a 80%) de escassez de água e/ou muita (>80%) escassez de água	Pág. 33
	IF-RE-140a.3 Percentual comparativo da retirada de água do portfólio	Pág. 33
	IF-RE-140a.4 Descrição da gestão de riscos relacionados à água e como são feitas as estratégias para mitigação de riscos	Pág. 33
	IF-RE-410a.1 (1) Porcentagem de novos arrendamentos que contêm cláusulas de recuperação de custos para melhorias de capital relacionadas à eficiência de recursos e (2) área de piso alugada, por propriedade do portfólio	Ainda não inserimos cláusulas de recuperação nos contratos.

Tópico	Métrica	
Gestão dos impactos da sustentabilidade dos inquilinos	IF-RE-410a.1 (1) Porcentagem de novos arrendamentos que contêm cláusulas de recuperação de custos para melhorias de capital relacionadas à eficiência de recursos e (2) área de piso alugada, por propriedade do portfólio	Ainda não inserimos cláusulas de recuperação nos contratos.
	IF-RE-410a.2 Porcentagem de inquilinos que estão, separadamente, monitorando (1) eletricidade da rede consumo e (2) retiradas de água, por propriedade do portfólio	<p>1. Monitoram separadamente eletricidade 0% a 2% - 6 Empreendimentos; 2% a 4% - 9 Empreendimentos; 4% a 6% - 7 Empreendimentos; 6% a 9% - 2 Empreendimentos; 100% - 2 Empreendimentos.</p> <p>2. Nenhum inquilino monitora separadamente retiradas de água.</p>
	IF-RE-410a.3 Discussão da abordagem para medição, incentivo e melhora dos impactos dos inquilinos	Compartilhamos conhecimentos ecoeficientes e os incentivamos com ações que visam a redução dos impactos ambientais, como aplicação de iluminação de LED.
Adaptação às mudanças climáticas	IF-RE-450a.1 Total de propriedades localizadas em áreas de inundação que apresentam esta característica há 100 anos	Boulevard Shopping Campos; Bangu Shopping; Carioca Shopping; Caxias Shopping; Boulevard Shopping; Vila Velha; Boulevard Shopping Belém; Shopping da Bahia; Shopping Metrôpole; Shopping Taboão.
	IF-RE-450a.2 Descrição de análise de riscos relacionado às mudanças climáticas, grau de exposição sistemática do portfólio e estratégias para mitigar riscos	Pág. 37
Métricas da operação	IF-RE-000.A Número de ativos do portfólio	Pág. 14
	IF-RE-000.B Área locável por ativo do portfólio	Pág. 14
	IF-RE-000.C Porcentagem de ativos gerenciados indiretamente do portfólio	Pág. 14
	IF-RE-000.D Taxa média de ocupação por ativo do portfólio	Pág. 14

Mapa de ODS



Págs. 52, 64, 65 e 66



Págs. 26, 27, 62, 63, 66, 67, 68 e 69



Págs. 72, 73 e 74



Págs. 29, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 44, 53, 55, 59 e 60



Págs. 7, 29, 31, e 39



Págs. 19 e 53

Créditos

COORDENAÇÃO

Aliansce Sonae

PROJETO EDITORIAL E REDAÇÃO

Ricca Sustentabilidade

PROJETO GRÁFICO E DESIGN

Ricca Sustentabilidade