

Relatório

ASG

2025

sumário

	Apresentação	3
	Mensagem do Presidente	4
01	Grupo JCPM Rumo aos 100 anos	6
02	Ética e Transparência	13
03	Sustentabilidade nos Negócios	22
04	Compromisso e desenvolvimento local	40
05	Liderança	55
	Indicadores ASG	62

Apresentação

GRI 2-1; 2-2; 2-3

Apresentamos a quarta edição do Relatório Ambiental, Social e de Governança do Grupo JCPM, desta vez analisando e demonstrando as realizações e metas de 2025. Para além da chegada aos 90 anos de existência do Grupo, marco alcançado no Brasil por uma empresa a cada dez mil, este documento, cujo modelo de relato se baseia no Global Reporting Initiative (GRI), traz o amadurecimento das equipes nos diversos negócios, em relação às metas internas estabelecidas e seus efeitos sobre a atuação diária.

O Relatório demonstra a trajetória de uma empresa familiar, de capital fechado, que adota as mais modernas condutas e modelos de gestão, visando, sobretudo, ao crescimento sustentável dos negócios e ao equilíbrio entre o lucro e os investimentos que verdadeiramente fazem sentido para a empresa.

Englobando os segmentos imobiliário, de shopping centers, de sistema de comunicação e de compromisso social, os dados apresentados aqui são referentes ao período de janeiro a dezembro de 2025. É importante destacar que algumas iniciativas, sobretudo sociais, podem representar resultados de ações pensadas e estruturadas em períodos anteriores. Um dos fatores mais relevantes para o Grupo ao compilar tais resultados neste relatório é poder analisar os caminhos escolhidos e aprimorar o percurso. E poder dividir isso com o leitor é uma oportunidade de dialogar com a sociedade e seguir construindo uma empresa cada vez mais sólida e forte, rumo aos 100 anos.



Mensagem do Presidente

GRI 2-22

O ano de 2025 foi um marco importante na trajetória do nosso Grupo. Ao lado da sociedade, de nossos parceiros e colaboradores, celebramos 90 anos de história, reforçando o legado construído com base no empreendedorismo, na dedicação ao desenvolvimento regional, na geração de oportunidades e no compromisso social que firmamos desde o início. Revisitamos nossas raízes e olhamos para o futuro cientes dos desafios que estão pela frente, convictos dos alicerces que nos fortalecem.

Ao longo de 2025, avançamos na consolidação de nossos shoppings como hubs de convivência, serviços e experiências, espaços de conexão entre pessoas, negócios e atividades culturais. Na área imobiliária, o ano foi marcado pelo avanço das obras do Projeto Condomínio Praia de Guadalupe e pelo amadurecimento de investimentos em empresariais, sobretudo, nas áreas de influência dos shoppings.

O Sistema de Comunicação, fortemente impactado pelas mudanças cada vez mais velozes dos hábitos de consumo de informação, segue seu propósito de existência de lançar luz sobre os fatos e sobre seus impactos para co-

brar a quem de direito pelas entregas e responsabilidades firmadas com a sociedade. Tudo através de um Sistema de Comunicação político, contudo, não partidário.

A agenda social e ambiental permanece entre as nossas prioridades. Mantemos o compromisso com práticas de gestão eficientes, caminhando com equilíbrio entre o desenvolvimento coletivo e a preservação ambiental.

Em 2025, recebemos a visita de 136 milhões de pessoas nos shoppings e alcançamos 18 milhões de leitores e telespectadores através do Sistema de Comunicação.

Entendemos essa presença como uma oportunidade de promover práticas responsáveis, incentivar o desenvolvimento local e fortalecer vínculos positivos com as comunidades onde atuamos. Seguiremos trabalhando para que os nossos empreendimentos continuem gerando valor econômico, social e ambiental para as regiões em que estamos presentes.

JOÃO CARLOS PAES MENDONÇA

Presidente do Grupo JCPM e do Conselho de Administração

Relatório ASG 2025

Grupo JCPM

Rumo aos **100 anos**

GRI 2-7; 2-9; 2-10; 2-11; 2-12; 2-13; 2-14.

Raízes fortes e olhar firme no futuro

A origem do Grupo JCPM remonta à década de 1930, quando o agricultor Pedro Paes Mendonça decidiu empreender no interior de Sergipe. A iniciativa, que começou de forma simples, por meio de uma mercearia, marcou o início de uma trajetória empresarial construída a partir da visão de oportunidade, da proximidade com os clientes e do compromisso com o desenvolvimento das comunidades.

Ao longo de nove décadas, o empreendimento familiar evoluiu e se transformou em um grupo empresarial com presença forte no Nordeste, atuando nos segmentos de shopping centers, desenvolvimento imobiliário e sistema de comunicação. Paralelamente aos negócios, consolidou uma atuação estruturada em compromisso social, cuja dinâmica é transversal às atividades e orientada para a geração de valor compartilhado.

Com 3.212 empregos diretos, mantém como princípio a contribuição para o desenvolvimento econômico e social das regiões onde está presente, um olhar sensível para o entorno e a busca de uma convivência harmoniosa com o meio ambiente. A valorização das relações com clientes, parceiros e colaboradores, marco desde os primeiros passos do negócio, permanece até hoje como um dos pilares da cultura organizacional.

Em 2025, o Grupo realizou um resgate simbólico da sua origem, ao reconstruir a mercearia fundada por Pedro Paes Mendonça no mesmo imóvel onde tudo começou. O simbolismo do espaço e a conexão com a comunidade fizeram surgir um novo ponto de desenvolvimento do empreendedorismo na região. O espaço foi transformado em um ambiente voltado ao incentivo dos pequenos negócios, acolhendo empreendedores e reafirmando o compromisso histórico com a geração de oportunidades e o desenvolvimento local.

Ao olhar para o futuro e para a proximidade de seu centenário, o Grupo JCPM reforça sua estratégia de crescimento responsável, sustentada pela solidez da trajetória, pela gestão de longo prazo e pela contribuição para o desenvolvimento das regiões onde está presente.



Orgulho de ser nordestino:

estado de espírito que virou slogan

Entre os grandes marcos das iniciativas do Grupo JCPM, a disseminação de campanhas e de posicionamentos sempre tiveram lugar de destaque. Muito disso se deve ao fato de que, majoritariamente, tinham como objetivo estreitar o relacionamento com o cliente, em vez de elevar vendas pontuais. O slogan Orgulho de Ser Nordestino foi retomado em 2025, décadas depois de expressar a essência da marca Bompreço, no setor supermercadista, onde foi criado.

A frase nasceu de uma conversa entre o publicitário Jairo Lima e o presidente da empresa, João Carlos Paes Mendonça. Questionado se ele se sentia desprestigiado por ser do Nordeste, respondeu ao interlocutor: “Não sinto, tenho muito orgulho de ser nordestino”. Assim, surgiu a frase que rompeu as barreiras da rede,

ganhou as ruas e até hoje está presente nas conversas quando as pessoas precisam expressar a nobreza do seu sentimento sobre o Nordeste, região do País hoje com quase 60 milhões de habitantes e ambiente central dos empreendimentos do Grupo JCPM desde o seu surgimento, na década de 1930.

É nessa região que os shoppings da JCPM registraram um fluxo de 136 milhões de visitas em 2025 e outros 18 milhões de leitores que acessaram as notícias do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação por mês. O conhecimento da região e da identidade local sempre foi um diferencial frente a outras marcas. O domínio da cultura nordestina é visto como uma das fortalezas da marca e reforça sua estratégia de investir nos estados localizados nessa parte do Brasil.

O GRUPO

Shoppings

Localizados nos principais centros econômicos do Nordeste, o Grupo está presente no Recife, em Fortaleza, em Salvador e em Aracaju, com 11 empreendimentos, alguns deles considerados entre os maiores do País.

Entre suas características, estão qualidade do atendimento, relacionamento com a sociedade, e um mix sempre atualizado e conectado com as principais demandas dos clientes.

630 mil m²
de área bruta locável

503,9 mil m²
de ABL própria



136 milhões
de visitas em 2025

+3 mil
lojistas parceiros

O GRUPO

Imobiliário

Responsável pelo desenvolvimento de projetos *greenfield*, atua nas construções, ampliações e reformas dos empreendimentos do Grupo. A área imobiliária é também reconhecida pela

modernidade de suas construções. Trabalha na formação de parcerias com incorporadoras para a implantação de novos empreendimentos, além de investimentos na modalidade *built to suit*.

1.286.305 m²
construídos ao
longo dos anos

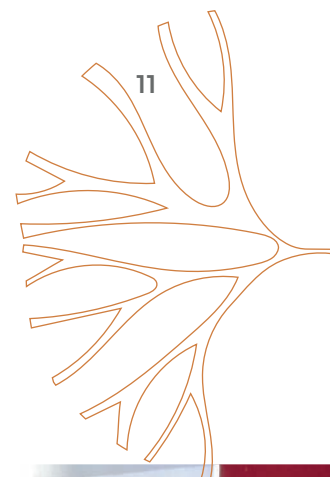


4 shoppings construídos e ampliados

(RioMar Recife, RioMar Fortaleza, RioMar Kennedy e RioMar Aracaju)

4 empresariais construídos





O GRUPO

Sistema de Comunicação

Parte integrante do Grupo desde 1987, o Sistema Jornal do Commercio é composto por jornal digital (Jornal do Commercio), cuja circulação iniciou em 1909, uma rádio (Rádio Jornal), o Portal JC Online e uma TV (TV Jornal), sendo considerado o maior conglomerado do setor no Estado e um dos maiores da região Nordeste. Prioriza assuntos relacionados ao Estado, em defesa da sociedade.



Ação Social

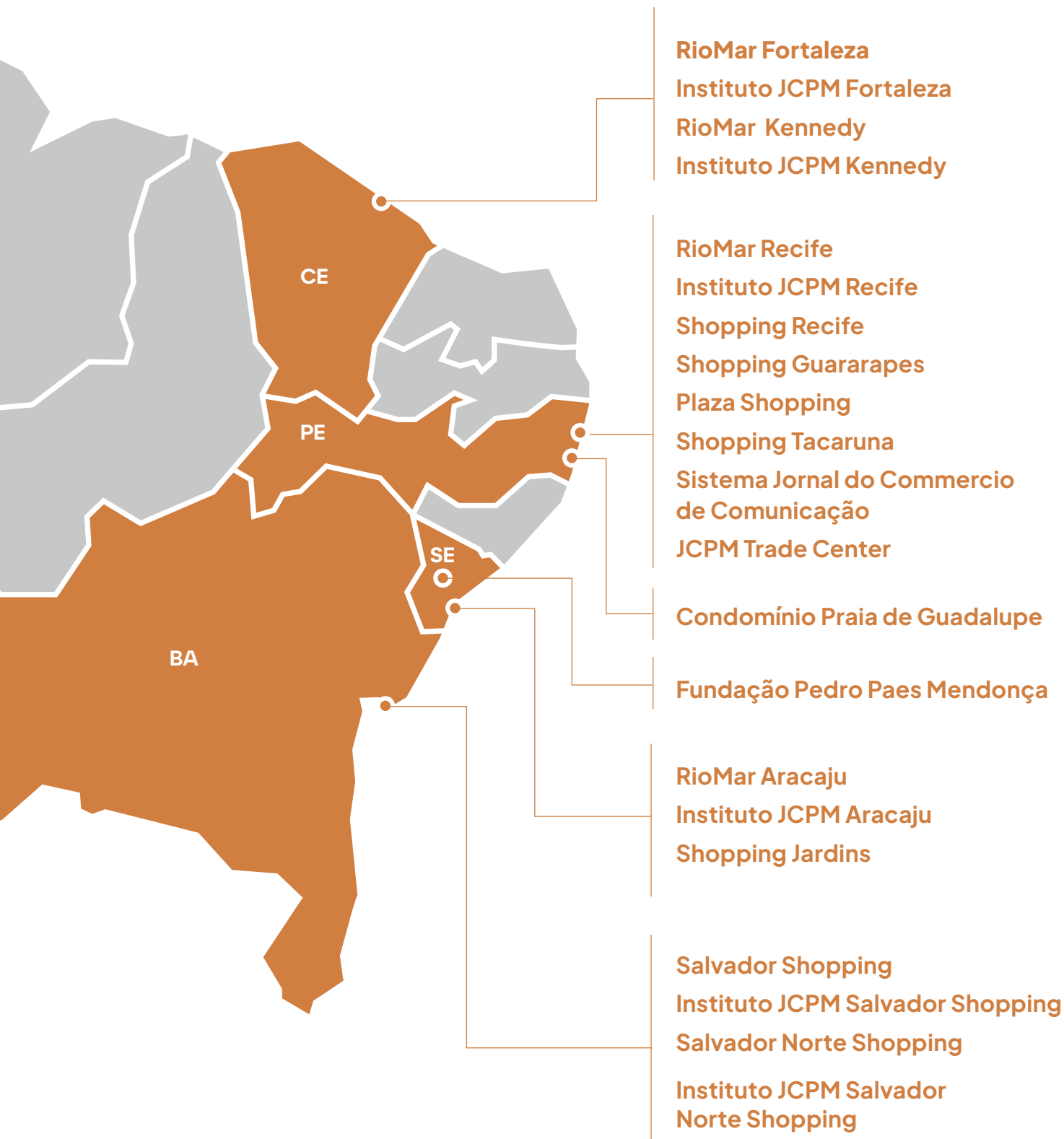
Com presença transversal nas empresas do Grupo, a área é conduzida por duas iniciativas: o Instituto João Carlos Paes Mendonça de Compromisso Social (IJCPM) e a Fundação Pedro Paes Mendonça (FPPM). O IJCPM tem seis unidades em quatro cidades, e a FPPM é focada nos moradores da Serra do Machado e povoados vizinhos, onde a qualidade de vida e desenvolvimento das pessoas é o grande foco.



Investimentos

Participação acionária em negócios de diversos setores.

Presença





Ética e Transparência

GRI 204-1 404-1; 404-2; 416-1

ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

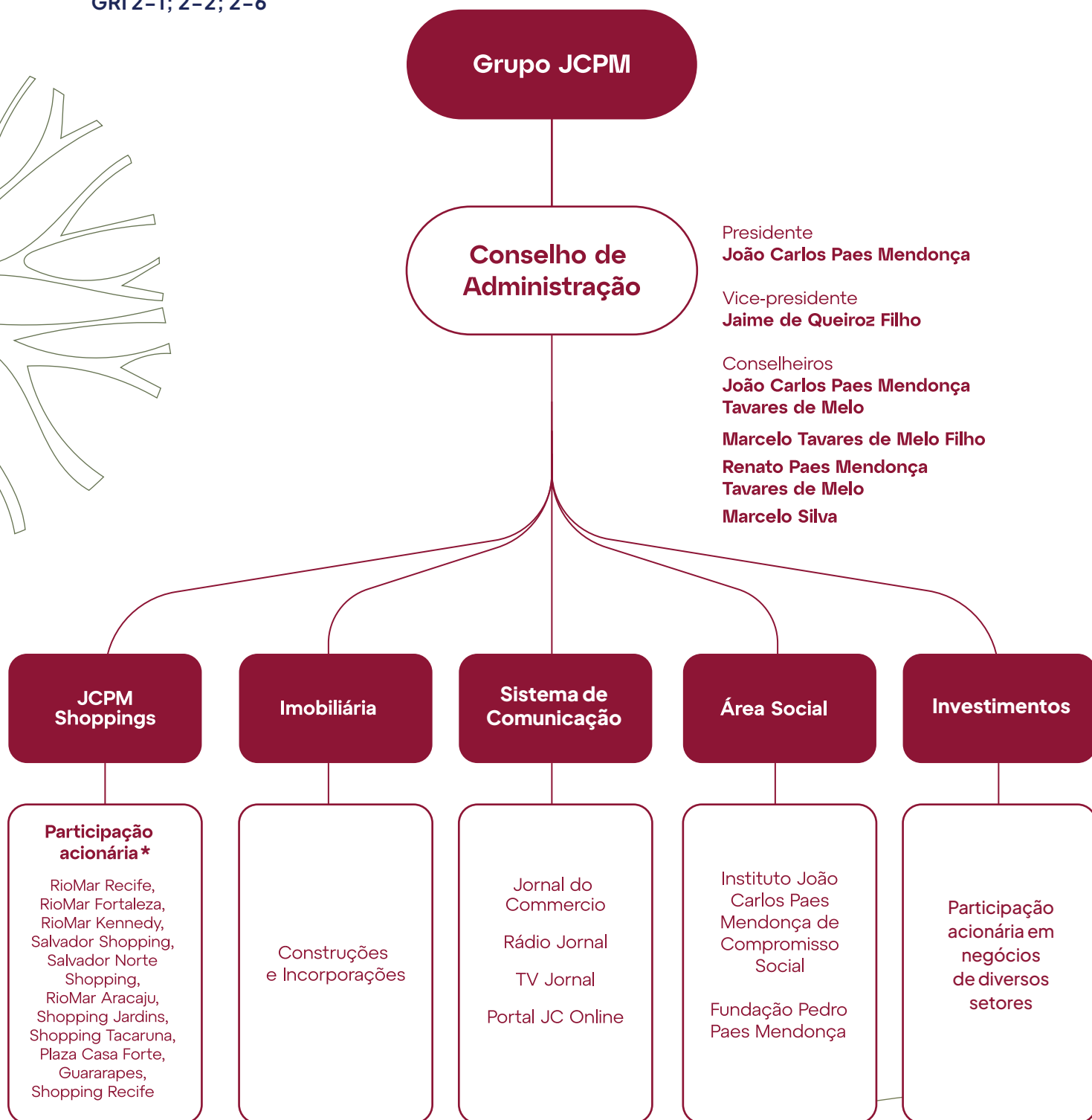
Pilares essenciais para a reputação corporativa

Em um ambiente de negócios cada vez mais orientado por critérios ambientais, sociais e de governança, a ética e a transparência consolidam-se como pilares essenciais para a construção da reputação corporativa. Para o Grupo JCPM, esses valores não apenas acompanham sua trajetória, mas sustentam suas relações com a sociedade, com parceiros, com clientes, com acionistas e com colaboradores.

Ao longo de nove décadas, o Grupo construiu uma história pautada pela coerência entre discurso e prática e pelo compromisso com a clareza em seus processos. Essa postura contribuiu para estabelecer um ativo intangível de grande relevância: o respeito da sociedade. Mais do que reconhecimento, trata-se de confiança conquistada de forma consistente junto a colaboradores, parceiros, clientes e comunidade.

Organograma

GRI 2-1; 2-2; 2-6



(*) Em sete shoppings, o grupo realiza também a gestão.

Uma decisão e muitos ensinamentos

É importante relembrar o ano de 1959 para entender a raiz da transparência e da ética que acompanham a trajetória da empresa. Esse ano marcou a entrada formal de João Carlos Paes Mendonça na sociedade em conjunto com o pai Pedro Paes Mendonça. Então com 20 anos, ele recebeu 25% da empresa, composta pelo Armazém de Aracaju e de Propriá. A operação foi registrada na Junta Comercial de Aracaju, alterando o contrato social da empresa, que passou a se chamar Pedro Paes Mendonça e Cia.

O Grupo JCPM é presidido pelo empresário e principal acionista João Carlos Paes Mendonça. Ele é controlador dos negócios, que se dividem em

cinco áreas: *JCPM Shopping Centers; Imobiliário, Sistema de Comunicação, JCPM Investimentos e Área Social*. A de Shopping Centers aloca os 7 shoppings administrados, cuja gestão é composta por um CEO e quatro diretorias. A empresa também tem participação em outros quatro shoppings (Tacaruna, Guararapes, Plaza Casa Forte e Shopping Recife).

Todas as divisões que compõem a holding JCPM reportam-se ao Conselho de Administração do Grupo, de onde partem as decisões estratégicas, de ampliação, aquisição, reposicionamento, entre outras movimentações no mercado.

1959





Compliance que fortalece a perenidade dos negócios

GRI 2-23 ; 2-25 ; 2-26 ; 2-27

Mesmo sendo uma empresa de origem familiar e de capital fechado, o Grupo mantém uma estrutura de governança e compliance alinhada aos mais elevados padrões de controle e transparência do mercado, com nível de exigência comparável ao de companhias de capital aberto. Esse compromisso se traduz em um ambiente robusto de controles internos — sustentado por estatutos sociais com cláusulas de governança e quóruns qualificados —, de demonstrações financeiras auditadas por empresas independentes, entre as chamadas Big Four, além de processos permanentes de auditoria interna e monitoramento operacional.

Na parte operacional e de controle de qualidade dos serviços, uma equipe de auditores internos exerce papel estratégico na preservação da integridade, da qualidade e da consistência. Mais do que um mecanismo de verificação, trata-se de uma prática contínua de acompanhamento e aprimoramento, capaz

de assegurar que a experiência oferecida a clientes, lojistas e colaboradores esteja alinhada aos padrões de excelência estabelecidos pela organização.

A estrutura própria de auditoria — composta por 4 Coordenadores, 6 encarregados e 30 auditores distribuídos em sete shoppings administrados — reforça o modelo diferenciado. Essa presença recorrente amplia a capacidade de realização de avaliações não programadas, fortalece o efeito surpresa e assegura maior aderência à realidade operacional de cada empreendimento.

Os resultados obtidos estão diretamente vinculados às metas das lideranças operacionais, reforçando a responsabilidade compartilhada pela excelência e pela conformidade. Relatórios bimestrais e acompanhamentos semanais permitem rápida identificação de desvios e implementação de ações corretivas, o que reduz riscos operacionais, financeiros e reputacionais.

Ações contínuas de conscientização sobre a LGPD

A proteção de dados pessoais é tratada pelo Grupo como um compromisso permanente com a segurança das informações. Em 2025, a atuação relacionada à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) foi fortalecida por meio de ações contínuas de capacitação, conscientização e acompanhamento técnico especializado.

Entre as iniciativas realizadas, destaca-se o treinamento sobre conceitos gerais da LGPD, desenvolvido em parceria com a DFA e direcionado às equipes de Marketing e Atendimento dos escritórios e shoppings.

O Grupo também investiu em ações educativas permanentes, com a criação de pílulas de conhecimento, materiais de conscientização e uma cartilha introdutória à LGPD, conteúdos produzidos com apoio técnico especializado. Ao lado

desse processo, foi desenvolvido um guia jurídico voltado à área de Marketing, contemplando aspectos relacionados à propriedade industrial e à proteção de dados.

A governança sobre o tema é reforçada pela atuação contínua do Comitê de Privacidade e Proteção de Dados, que realizou reuniões periódicas ao longo do ano, além de atualizações técnicas direcionadas aos seus integrantes. Internamente, vídeos institucionais sobre LGPD foram divulgados na plataforma corporativa Integra, ampliando o alcance das informações e fortalecendo a cultura de proteção de dados em toda a organização. O Grupo mantém ainda consultoria jurídica especializada permanente para suporte técnico e emissão de pareceres relacionados às demandas da área.

Canal de escuta com controle externo e Código de Conduta acessível

O Grupo mantém um canal de escuta, com gestão terceirizada, para análise de relatos, manifestações e situações que possam estar em desacordo com os preceitos da empresa.

O código de conduta representa outro caminho orientativo, com leitura obrigatória para todos, a fim de equalizar as expectativas e alertar sobre o que é considerado fora do padrão comportamental conforme a cultura e

as condutas da empresa.

Essas duas estruturas de comunicação representam pilares essenciais para a consolidação de uma cultura corporativa baseada na ética, na transparência e na integridade. Mais do que instrumentos formais de governança, os mecanismos fortalecem a confiança entre colaboradores, parceiros, fornecedores, clientes e a sociedade.

Treinamento das pessoas é o caminho para a qualidade dos negócios

A capacitação contínua dos colaboradores é um dos principais vetores para o fortalecimento da cultura organizacional, da inovação e da excelência operacional que tanto marca o nome da empresa. Em 2025, foram realizadas 210 ações de treinamento nos shoppings administrados, com um total de mais de 20 mil horas de capacitação entre as diferentes unidades de shoppings do Grupo e com a participação expressiva de colaboradores de todos os perfis e áreas de atuação. Os dados demonstram um esforço consistente em promover oportunidades de aprendizado contínuo, fortalecendo a formação profissional e incentivando o crescimento interno.

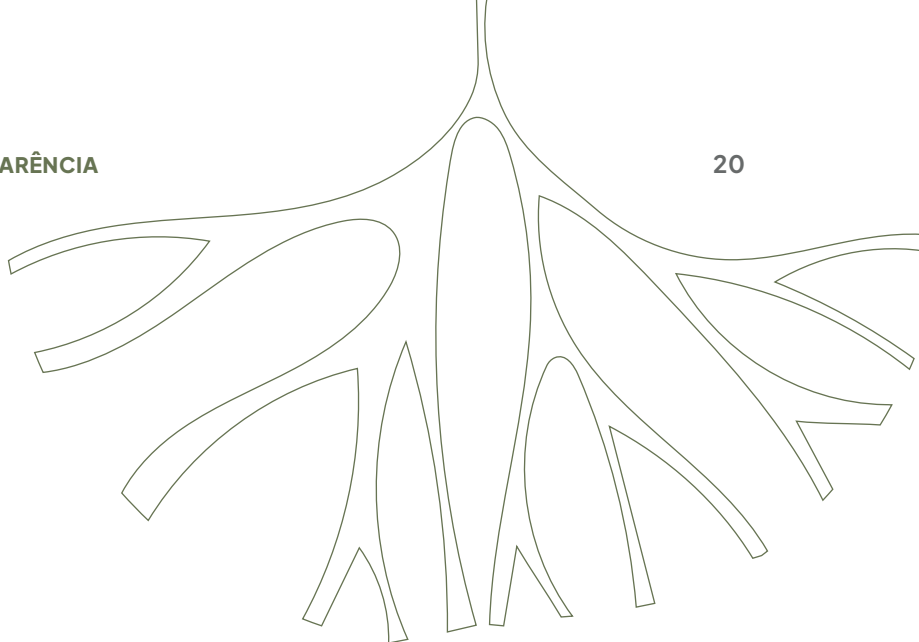
O volume de participações em treinamentos também evidencia o alcance das iniciativas, com milhares de registros de colaboradores presentes nas capacitações ao longo do ano, reflexo

de uma cultura voltada ao compartilhamento de conhecimento e à valorização das pessoas.

Além disso, os programas de aperfeiçoamento contemplaram 23% do quadro em ações voltadas ao desenvolvimento de competências, o que reafirma o compromisso da empresa com a evolução profissional de suas equipes.

Mais do que números, os indicadores reforçam uma visão estratégica de longo prazo: investir em pessoas significa fortalecer a sustentabilidade do negócio, estimular ambientes mais colaborativos e preparar profissionais cada vez mais alinhados aos valores, à ética e aos objetivos da organização. Nesse contexto, a aprendizagem contínua se consolida como parte essencial da jornada dos colaboradores e do compromisso da empresa com o desenvolvimento humano e institucional.





Equipes especializadas impulsionam a agenda de sustentabilidade

GRI 2-22

Parte fundamental da estrutura de gestão do Grupo JCPM está no compartilhamento de valores e responsabilidades entre as equipes em todos os níveis. Na gestão da sustentabilidade, o modelo que adotamos prevê, além de uma gerência corporativa conectada à alta liderança, equipes dedicadas à agenda ASG atuando localmente nos empreendimentos. Esse modelo, único entre os shoppings do mercado, permite alinhamento entre a operação e as diretrizes de sustentabilidade valorizadas e definidas pela empresa.

Na dinamicidade dos shoppings, essa atuação favorece a aplicação consistente dos protocolos, a conformidade regulatória e a eficiência dos processos, ao mesmo tempo em que avalia continuamente os riscos e oportunidades.

Esse modelo estimula a efetivação dos temas materiais do Grupo, especialmente a Transformação em Rede e o Desenvolvimento Integrado. Isso se reflete, por exemplo, no fortalecimento da economia local: cerca de 80% da

cadeia de suprimentos é composta por empresas com sede nos estados de atuação do Grupo, e aproximadamente 70% dos valores investidos em serviços e produtos pelos shoppings são destinados a esses fornecedores.

Além de monitorar indicadores, as equipes atuam como referência técnica e cultural através da sensibilização e do engajamento de lojistas, fornecedores, colaboradores e parceiros, assegurando que metas e padrões ASG orientem as escolhas cotidianas.

Assim, times focados garantem que as prioridades da agenda ASG não sejam relativizadas diante das demandas do dia a dia, mantendo coerência entre discurso, prática e resultados. A sustentabilidade deixa de ser um compromisso abstrato e passa a ser uma prática integrada à tomada de decisão. Isso consolida a cultura organizacional e, protege resultados e reputação, além de reafirmar os valores que orientam a atuação do Grupo JCPM no longo prazo.

Premiações 2025

Salvador Shopping

TOP OF MIND SALVADOR
Shopping mais lembrado pelo público

PRÊMIO ABRASCE
Prata (Tecnologia Aplicada à Operação)

EXPERIENCE AWARDS
Certificação em experiência do cliente (NPS)

RioMar Aracaju

RECONHECIMENTO DO MPF
Apoio à causa animal

PRÊMIO ABRASCE
Prata (Sustentabilidade/ESG)

Salvador Norte Shopping

RENOVAÇÃO DOS SELOS DIVERSIDADE ÉTNICO-RACIAL E DIVERSIDADE LGBT+
(Prefeitura de Salvador)

RioMar Recife

PRÊMIO ABRASCE
2 Pratas e 1 Bronze

MARCAS PREFERIDAS
Shopping preferido dos pernambucanos

Shopping Jardins

RECONHECIMENTO DO MPF
Apoio à causa animal

SELO ODS 2025

PRÊMIO ABRASCE
Prata e Bronze

RioMar Fortaleza

PRÊMIO ABRASCE
Destaque do Ano + Ouro (ESG)

EXPERIENCE AWARDS
Selo Cliente Recomenda

RECONHECIMENTO 18º FÓRUMA IEP DE SUSTENTABILIDADE

Sistema de comunicação

1º Lugar Nacional no Prêmio SBOT de Jornalismo 2025

1º lugar no II Prêmio Nacional de Jornalismo do Poder Judiciário (categoria regional - promovido pelo STF)

3º lugar no Prêmio Inaldo Sampaio de Jornalismo, do TCE, com a série "Vida na Favela"

Prêmio Boehringer Ingelheim de Jornalismo

Prêmio Einstein Mais Admirados da Imprensa de Saúde, Ciência e Bem-Estar (categorias Nordeste e Nacional)



Sustentabilidade nos negócios

GRI 3-1; 3-2; 3-3; 302-1; 303-3; 305-1; 305-2; 305-3; 306-3; 306-4; 306-5



Sustentabilidade, para o Grupo JCPM, é resultado de uma visão de longo prazo que integra desenvolvimento econômico, responsabilidade ambiental e transformação social. Mais do que reduzir impactos, a estratégia busca gerar valor compartilhado, fortalecendo territórios, impulsionando cadeias produtivas locais e promovendo soluções capazes de contribuir para os desafios contemporâneos das cidades e da sociedade.

Essa atuação se traduz em iniciativas que unem inovação, eficiência operacional e preservação dos recursos naturais. Da regeneração ambiental de áreas

urbanas à ampliação do uso de energia renovável, da eletrificação das operações ao fortalecimento da economia circular por meio da inclusão de cooperativas, o Grupo consolida um modelo de gestão que entende a sustentabilidade como parte estruturante do negócio.

Ao mesmo tempo, o compromisso ambiental também se conecta à educação, à conscientização e ao engajamento das comunidades. Compartilhar experiências, estimular novas práticas e criar espaços de aprendizado coletivo são caminhos para ampliar o impacto positivo e fortalecer uma cultura de cuidado com o meio ambiente.

Matriz de Materialidade

Em 2022, com a publicação do primeiro Relatório ASG, uma ampla escuta revelou a Matriz de Materialidade do Grupo JCPM. Rumo aos 100 anos de atuação, muitos dos pontos prioritários convergiram para o que já era prioridade há décadas. A partir dessa escuta e análise estratégica, o Grupo

reforçaram-se algumas diretrizes, sobretudo na área social e ambiental, com iniciativas capazes de gerar impacto positivo nos territórios de atuação, fortalecendo-se a governança pautadas pela ética, pela diversidade e pelo desenvolvimento sustentável.

Temas prioritários para a estratégia ASG do Grupo JCPM

GRI 2-22; 2-23; 2-24

Desenvolvimento integrado



- Geração de oportunidades de emprego e renda
- Fortalecimento das economias locais
- Estímulo a negócios e empreendedores
- Desenvolvimento sustentável das regiões
- Criação de valor financeiro no longo prazo

Transformação em rede



- Fortalecimento da governança corporativa
- Relacionamento com diferentes públicos
- Ética e transparência nos negócios
- Atuação social e reputação institucional
- Digitalização, monitoramento e gestão de riscos

Mudanças climáticas e impactos socioambientais



- Mitigação de externalidades ambientais
- Potencialização dos impactos sociais das operações
- Estratégia alinhada à baixa emissão de carbono
- Gestão eficiente de recursos naturais e combustíveis
- Controle de resíduos e emissões de GEE

Cultura ASG e diversidade, equidade e inclusão



- Promoção da cultura ASG
- Sensibilização e educação para sustentabilidade
- Diversidade, equidade e inclusão
- Engajamento de colaboradores e públicos diversos



Floresta urbana: um ativo para a sociedade

No RioMar Recife, essa diretriz ganhou forma por meio do Projeto Floresta Urbana, iniciativa que transformou uma antiga área degradada em um espaço de regeneração ambiental, convivência e preservação da biodiversidade em pleno ambiente urbano.

Mais do que uma ação paisagística, o projeto representa uma solução ambiental capaz de contribuir para a captura de carbono, a proteção de ecossistemas e a melhoria da relação entre cidade e natureza. A iniciativa reforça o entendimento de que grandes empreendimentos também podem exercer um papel relevante na adaptação climática e na construção de cidades mais resilientes.

Implantado na área do entorno do empreendimento, o projeto teve início ainda na fase de construção do shopping, a partir da recuperação de um antigo aterro industrial convertido em uma área verde de 2,53 hectares. Ao longo de 13 anos, foram plantadas 686 mudas de 64 espécies nativas da Mata Atlântica, formando-se uma floresta integrada ao manguezal vizinho e consolidando-se um corredor ecológico em pleno ambiente urbano. A iniciativa demonstra que

o desenvolvimento econômico pode coexistir com a regeneração ambiental quando há planejamento, investimento e compromisso institucional.

Em 2025, o projeto ganhou destaque internacional ao ser apresentado na COP30, levando os resultados de um inventário florestal inédito, realizado em parceria com o Instituto Bioma Brasil. O estudo comprovou a evolução da área, hoje com 75% de cobertura vegetal, árvores de até 15 metros de altura e estoque estimado de aproximadamente 30 toneladas de carbono, o que reforça o papel do empreendimento na mitigação dos efeitos das mudanças climáticas.

Além dos ganhos ambientais, a iniciativa promove benefícios sociais relevantes. A conservação do manguezal protege um ecossistema essencial à subsistência de famílias ligadas à pesca artesanal e à coleta de mariscos: isso fortalece a segurança alimentar e a economia local. Programas de educação ambiental e ações de limpeza do território também mobilizam moradores, estudantes e parceiros institucionais, transformando a área em espaço de aprendizado e sensibilização sobre sustentabilidade.



Eficiência operacional e agenda climática

GRI SÉRIE 305

A agenda de energia e clima tem avançado de forma consistente, com a combinação de eficiência operacional, redução de emissões e ampliação do uso de fontes renováveis nas operações. Em 2025, os sete shoppings administrados emitiram conjuntamente 19.621 tCO₂e (toneladas). O resultado foi calculado com base na metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol. Desse total, 50% das emissões estão relacionadas ao consumo de energia elétrica (Escopo 2), 19%, ao Escopo 1 e 31%, à destinação final de resíduos (Escopo 3).

A principal estratégia de mitigação climática adotada pelo Grupo está associada à transição para uma matriz energética mais limpa. Desde 2022, 100% da energia elétrica consumida nas operações foi proveniente de fontes renováveis certificadas por meio de I-REC, garantindo-se a neutralização do Escopo 2 e reforçando-se o compromisso corporativo com a descarbonização das operações.

Mesmo diante do crescimento de 12,5% no consumo de energia elétrica

em relação ao ano anterior, como reflexo da ampliação da demanda operacional e do avanço da eletrificação de equipamentos e veículos, o Grupo manteve sua estratégia de compensação ambiental e fortalecimento da matriz energética renovável. O movimento demonstra uma visão integrada da transição energética, em que o aumento do consumo elétrico está diretamente relacionado à substituição gradual de ativos movidos a combustíveis fósseis.

Um destaque do Escopo 3, em que estão as demais emissões indiretas da cadeia de valor, é o fortalecimento da reciclabilidade nas operações, que representa um esforço coletivo relevante, com metas desafiadoras e potencial de até 61% de redução das emissões, além de gerar impacto social positivo e valorização da economia circular.

Entre as prioridades para os próximos anos, estão o reforço da eletrificação, a manutenção das certificações de energia renovável, a ampliação da mensuração do Escopo 3 e o investimento contínuo em soluções de baixo carbono.

Mobilidade elétrica a serviço da operação sustentável

Como parte da agenda de eficiência operacional e redução de emissões, os shoppings do Grupo JCPM vêm ampliando o uso de veículos elétricos em suas operações, em uma iniciativa construída em parceria com fornecedores estratégicos. 2025 encerrou com 66% dos veículos movidos à eletricidade. A meta para 2026 é de 80%, com previsão de totalidade até 2027. A adoção dessa solução partiu também do estímulo da companhia para que empresas terceirizadas incorporassem alternativas de mobilidade baseadas em fontes não fósseis, impulsionando a cadeia de valor a promover práticas mais sustentáveis.

A substituição gradual da frota convencional por modelos elétricos contribui diretamente para a redução do consumo de combustíveis fósseis e para a melhoria dos indicadores ambientais da operação. Em 2025, a eletrificação dos veículos representou uma redução de 10 mil litros no consumo de combustíveis, o que reforça o impacto concreto da medida no desempenho energético dos empreendimentos.

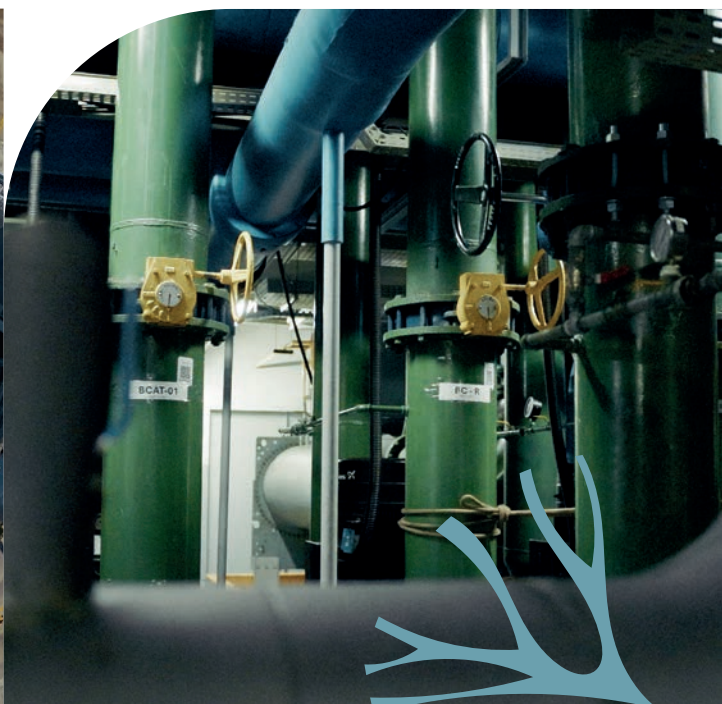
Além dos ganhos ambientais, a mudança trouxe benefícios perceptíveis à rotina dos colaboradores. A troca dos equipamentos por modelos elétricos proporcionou maior conforto operacional, especialmente pela redução significativa do ruído durante o uso, e se refletiu também em menor nível de estresse, favorecendo um ambiente de trabalho mais silencioso e ergonomicamente mais adequado.



A experiência demonstra como a inovação sustentável pode gerar ganhos compartilhados: ao mesmo tempo em que reduz impactos ambientais, qualifica as condições de trabalho e estimula parceiros a avançarem em soluções alinhadas à transição energética.

EMISSÕES GEE TOTAIS (tCO ₂ e)	
Escopo 1	3.684
Escopo 2	9.790*
Escopo 3	6.147
TOTAL	19.621

*Neutralização de 100% do escopo 2 por compra de certificados I-REC



Resiliência hídrica de seus empreendimentos

GRI SÉRIE 303

Em 2025, a captação de água nos sete empreendimentos administrados totalizou 1.163 megalitros e manteve relativa estabilidade em relação aos 1.210 megalitros registrados no ano anterior. A redução de 3,88% evidencia a consolidação de um patamar de consumo operado sob rígidos critérios de ecoeficiência.

Esse desempenho é sustentado por soluções estruturais integradas à infraestrutura dos empreendimentos, que promovem a eficiência e garantem o conforto para nossos clientes. Entre elas, destacam-se os sistemas de descargas a vácuo, que ampliam a eficiência do descarte sanitário e reduzem significativamente a demanda por água potável. Além disso, as Centrais de Água Gelada (CAG), responsáveis pela otimização energética da climatização,

contribuem indiretamente para a eficiência hídrica operacional. Em seu processo de resfriamento, parte da água é dissipada por evaporação, reduzindo o volume destinado à rede pública de esgoto, reduzindo a carga para essas infraestruturas.

Com o olhar para os próximos ciclos, o objetivo é elevar a maturidade da gestão de indicadores ambientais relativos aos recursos hídricos. As equipes operacionais já atuam no aprimoramento dos sistemas internos de monitoramento e no avanço dos estudos de viabilidade técnica para diversificação das fontes de captação. Além disso, busca-se a implantação de Estações de Produção de Água de Reuso (EPARs), reforçando-se o compromisso do Grupo com a circularidade da água e com a resiliência hídrica de seus empreendimentos.

Cooperativas, reciclagem e valor compartilhado

A gestão de resíduos do Grupo JCPM tem avançado de forma consistente ao longo dos últimos anos e consolida um modelo que alia desempenho ambiental, desenvolvimento social e fortalecimento da economia circular. Em 2025, os sete shoppings do Grupo registraram índice geral de reciclabilidade de 25%, mantendo a estabilidade operacional nos últimos cinco anos, mesmo diante do aumento de aproximadamente 1% na geração total de resíduos em relação ao ano anterior.

Mais do que buscar apenas indicadores elevados, o Grupo optou por uma estratégia que prioriza a inclusão produtiva das cooperativas de reciclagem em toda a cadeia de gestão dos resíduos. Atualmente, 75% dos resíduos recicláveis são geridos por cooperativas parceiras. Isso reforça um modelo de atuação que compreende a sustentabilidade também como vetor de transformação social.

Essa escolha metodológica impacta diretamente os indicadores de reciclabilidade quando comparados a cenários que utilizam processos altamente mecanizados ou modelos centralizados de triagem. Ainda assim, o Grupo entende que o ganho social ge-

rado pela inclusão das cooperativas representa um valor estratégico e alinhado ao seu compromisso ASG. Ao inserir cooperativas no processo, o sistema promove geração de renda, desenvolvimento técnico, melhoria da infraestrutura operacional e fortalecimento das cadeias locais de reciclagem.

Em 2025, estima-se que a comercialização de 2.352 toneladas de materiais recicláveis tenha proporcionado arrecadação de aproximadamente R\$ 1,6 milhão para as cooperativas parceiras, equivalendo uma renda per capita de R\$ 2.773 por integrante da ação nos shoppings. O modelo adotado também prioriza a reinserção dos materiais na cadeia de valor, ampliando os impactos positivos da circularidade e reduzindo a destinação para aterros.

As metas estabelecidas para os próximos anos consideram as particularidades de cada território e operação, com respeito aos diferentes contextos regionais e níveis de maturidade das cooperativas locais. A projeção consolidada para 2026 indica potencial de crescimento do índice médio de reciclabilidade em até 12 pontos percentuais. Para o ano seguinte, a ideia é chegar a 62% de índice em determinados negócios.



Se dentro das lojas dos shoppings o foco está em embalar mercadorias, por trás desse universo, existe um contingente que atua para direcionar de forma correta os resíduos gerados. Entre as 168 pessoas das 5 cooperativas atuantes nos empreendimentos da JCPM, está José Carlos, integrante da CARE, em Sergipe, que encerrou 2025 comemorando com outros 51 colegas de atividade as melhorias realizadas no período.

E a celebração se estendeu por uma conquista pessoal: ele tirou, pela primeira vez, a carteira de motorista para conduzir o veículo no trabalho.

“Conseguimos comprar prensa nova, fazer a cobertura do galpão, protegendo melhor o material, e hoje temos duas motos de transporte para auxiliar no deslocamento no shopping”.

José Carlos, integrante da CARE



Mídia digital: ganho de receita e redução de descarte

A ampliação dos espaços de mídia digital nos shoppings do Grupo JCPM reforça uma estratégia alinhada à inovação, à eficiência operacional e à redução de impactos ambientais. Em 2025, as mídias digitais passaram a representar 47,73%, com indicativo de que já superaram a receita dos espaços físicos no primeiro semestre de 2026, evidência do potencial econômico crescente desse formato e de sua consolidação como plataforma relevante para anunciantes e marcas.

Além do desempenho comercial, a expansão dos ativos digitais contribui diretamente para a diminuição do consumo de materiais utilizados em campanhas físicas, como papel, PVC, lonas e adesivos. Em um único equipamento digital, é possível veicular diferentes campanhas ao longo de 30 dias sem a necessidade de impressões recorrentes. Isso reduz significativamente a geração de resíduos sólidos e o descarte de materiais de difícil reciclagem.

Esse movimento fortalece a gestão ambiental da operação ao diminuir a circulação de insumos descartáveis, reduzir a demanda por processos gráficos e contribuir indiretamente para a mitigação de emissões associadas à produção, ao transporte e à destinação desses materiais. A digitalização também amplia a flexibilidade comercial dos espaços publicitários, permitindo maior dinamismo na ocupação dos ativos e potencializando receitas com múltiplas inserções em um mesmo ambiente.

No segmento de comunicação, esse avanço também se reflete na transfor-

mação do Jornal do Commercio, que, desde 2023, deixou de circular em formato impresso e passou a operar integralmente como mídia digital. A mudança representou uma redução relevante das emissões associadas ao processo industrial de impressão e logística de distribuição, uma prova do compromisso do Grupo com soluções de comunicação mais eficientes e alinhadas aos desafios ambientais contemporâneos.



Sustentabilidade e integração à natureza

O ano de 2025 representou um importante marco para o desenvolvimento do Condomínio Praia de Guadalupe, ressaltando o pacto com um modelo de ocupação sustentável, integrado à paisagem natural e orientado para a valorização do território. Entre os destaques do período, estão a conclusão da Capela Nossa Senhora de Guadalupe, o início das obras do Casas Altas — nova etapa do empreendimento composta por apartamentos de alto padrão concebidos para ampliar a conexão entre arquitetura e natureza —, além da licença de operação do píer.

Inserido em uma área de Mata Atlântica no litoral sul de Pernambuco, o projeto avança ao preservar cerca de 70% da área verde total do complexo e priorizar baixa densidade construtiva, integração paisagística e soluções capazes de minimizar impactos ambientais.

O empreendimento incorpora soluções sustentáveis e operacionais voltadas à eficiência, ao conforto e à conservação ambiental. Entre os diferenciais, estão o saneamento 100% implantado, o abastecimento de água integralmente realizado pela Companhia Estadual e as redes subterrâneas de energia, dados e voz. Esses recursos mitigam impactos visuais e promovem maior integração com a paisagem natural. Toda a energia utilizada será proveniente de fontes renováveis, uma demonstração do compromisso do projeto com uma operação de menor impacto ambiental. Outro destaque é o amplo uso de madeira engenheirada, solução construtiva que alia sofisticação, eficiência e sustentabilidade e contribui para a redução da pegada de carbono da obra e para uma arquitetura mais integrada ao entorno natural.





+100 mil tampinhas de plástico

e uma comunidade inteira mobilizada em Serra do Machado, interior de Sergipe e berço do Grupo.

Alunos do Centro de Educação Básica Auxiliadora Paes Mendonça (CEBAPM) e a comunidade em geral se uniram em torno de uma atividade que, além de educativa, gerou um sentimento de coletividade, inserção na sustentabilidade e construção coletiva, ao resultar em um mural que sempre lembrará à comunidade sua capacidade de realizar grandes transformações em conjunto.

O que era resíduo capaz de ficar no meio ambiente mais de 100 anos se decompondo virou arte, resultado de oficinas, trabalho em equipe e contribuição.



Visitas guiadas compartilham experiências

No RioMar Recife, compartilhar experiências bem-sucedidas em sustentabilidade é parte do compromisso de ampliar a consciência ambiental e estimular práticas transformadoras na sociedade. Mais do que adotar soluções internas, o empreendimento entende que dividir conhecimento é essencial para inspirar novas atitudes e fortalecer a preservação dos recursos naturais. Com esse propósito, o programa Visitas Guiadas transforma o shopping em um espaço de aprendizado, diálogo e troca sobre sustentabilidade.

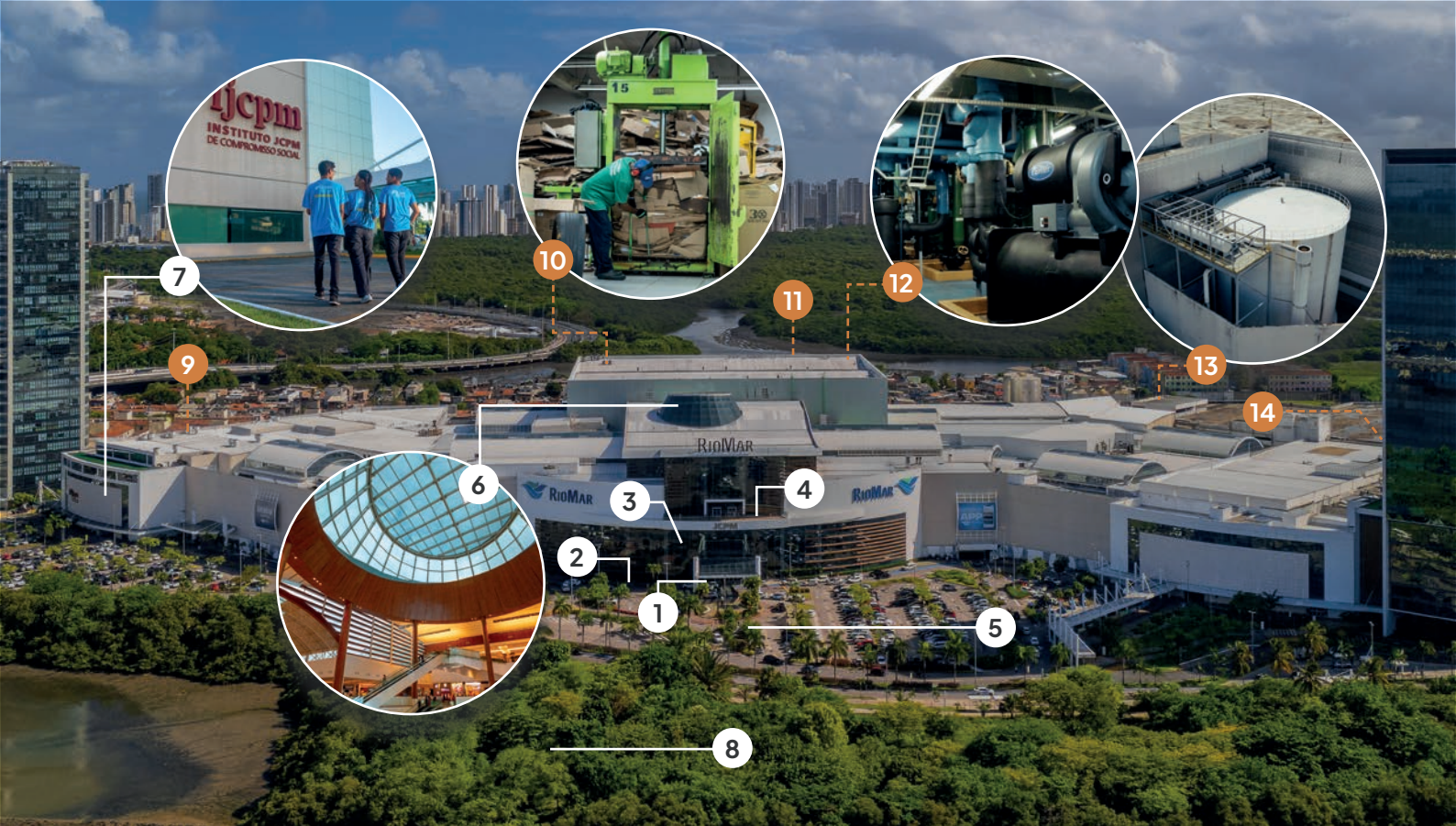
A iniciativa apresenta ao público ações concretas implementadas pelo empreendimento, permitindo-lhe conhecer de perto práticas de reciclagem, tecnologias de baixo impacto e neutralidade, gestão de resíduos e preservação ambiental, além de áreas operacionais

que normalmente não fazem parte do repertório dos visitantes.

Ao abrir seus bastidores para estudantes, educadores, instituições e comunidade, o RioMar promove uma vivência prática que aproxima conceitos ambientais do cotidiano e mostra como grandes empresas podem contribuir para o uso responsável dos recursos naturais. Em 2025, 38% dos participantes das visitas guiadas eram de instituições de ensino.

Outro diferencial da iniciativa está no protagonismo social. Em 2025, as visitas foram coordenadas pela equipe socioambiental do empreendimento, com participação de jovens aprendizes. A disseminação dessas práticas contribui para formar cidadãos mais conscientes e para consolidar uma cultura coletiva de cuidado com o meio ambiente.





Elementos situados na perspectiva frontal da imagem

1 Entrada Principal do Shopping

- Apresentação dos coletores de bitucas de cigarro como prática de logística reversa e reaproveitamento de resíduos

2 Piso Térreo

- Modelo construtivo sustentável: longevidade do empreendimento e eficiência no uso de recursos naturais
- Sistema Piso Frio: tecnologia de aproveitamento da água gelada sob o piso, redução da carga térmica e do consumo de energia e conforto sem “jatos de ar”

3 Praça de Eventos 1 – Piso L1

- Iluminação natural, conforto acústico e eficiência energética
- Estruturas “esponjosas” (discos e sancas) para conforto acústico

4 Varanda

- Saídas de ar como parte do sistema de climatização
- Controle de temperatura, umidade, pureza do ar e CO₂

5 Área Externa (Palmetum)

- Explicação sobre paisagismo sustentável, harmonização com o entorno (Preservação da biodiversidade)
- Coleção de palmeiras raras

6 Domos de Vidro com tecnologia Low-E

7 IJCPM

8 Floresta Urbana





Elementos situados na perspectiva de trás

- 9 Estacionamento Térreo**

 - Destaque ao bicicletário (≈200 vagas)
- 10 Central de Reciclagem**

 - Ponto de Entrega Voluntária para recicláveis: logística reversa
- 11 Central de Vácuo**

 - Explicação sobre o sistema e benefícios do esgoto a vácuo
- 12 Central de Água Gelada**
- 13 Tanque de Captação**

 - Coleta e reutilização de água da chuva, com demonstração de etapas de filtragem
- 14 Espaço de Convivência SESC**

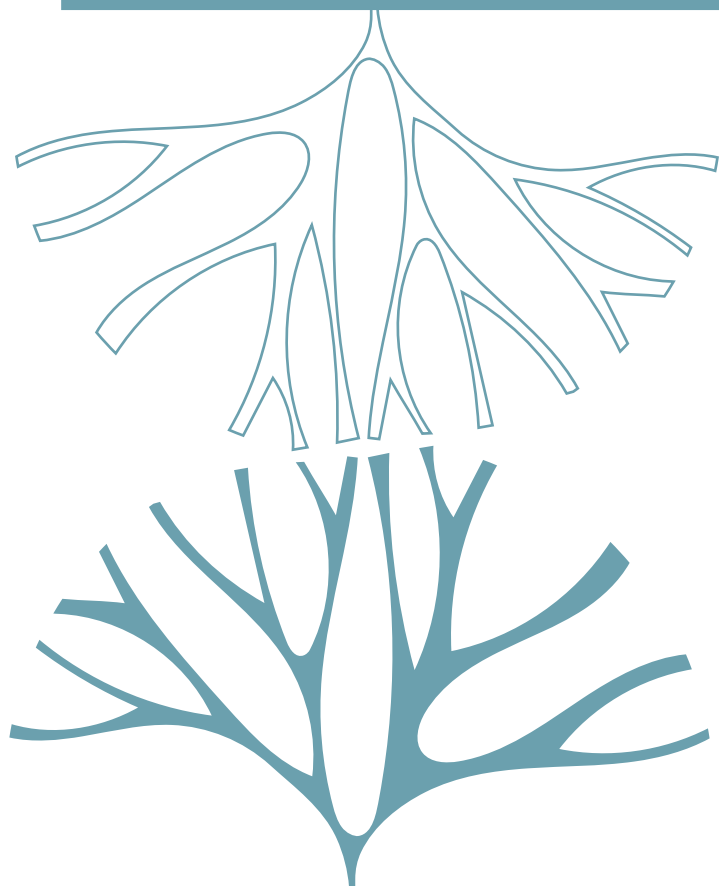
 - Shoppings com restaurante do Sesc para atender comerciários



I-REC com 100% de energia renovável



Primeiro shopping da América Latina com Selo de Alta Qualidade Ambiental



Experiência do cliente

Para além de aprimorar a operação, o Grupo JCPM adota a inovação como aliada da experiência do consumidor e da eficiência ambiental, como demonstra a automação do sistema de estacionamento. Com foco em praticidade, conforto e agilidade, os empreendimentos passaram a utilizar a tecnologia LPR (*License Plate Recognition*) de reconhecimento de leitura de placas, para otimizar a circulação de veículos e melhorar a fluidez do tráfego nas áreas de acesso.

O sistema implantado em empreendimentos no Recife, em Fortaleza e em Salvador também permite ao cliente localizar com precisão o veículo estacionado por meio de totens de consulta, bastando informar a placa do automóvel. Além disso, a digitalização do processo reduz deslocamentos desnecessários dentro do shopping, já que o pagamento pode ser realizado remotamente, sem a necessidade de tickets físicos ou ida aos terminais de autoatendimento.

A tecnologia desenvolvida pela WPS utiliza o sistema LPR, que realiza o reconhecimento automático das placas por meio de câmeras especiais e permite maior controle e eficiência operacional a partir da captação e do processamento de imagens.

Com isso, os clientes podem efetuar o pagamento via QR Code, aplicativo do shopping ou digitando a placa nos terminais de autoatendimento. A liberação da saída ocorre automaticamente quando o veículo se aproxima da cancela, o que dispensa a retirada ou aproximação de tickets.



Os empreendimentos também oferecem a opção de adesão ao Acesso Expresso, funcionalidade integrada ao aplicativo dos shoppings. Após o cadastro da placa e do cartão de pagamento, o sistema identifica automaticamente o veículo na entrada e na saída, tornando a experiência ainda mais fluida e contribuindo para a redução do uso de papel, já que toda a operação ocorre de forma digital.

Circuito da Folia une impacto social, cultura e sustentabilidade

Em fevereiro e março, o Grupo JCPM fortaleceu seu compromisso com o desenvolvimento social, a valorização cultural e a sustentabilidade durante o Carnaval de Salvador com a realização do Circuito da Folia, no Salvador Shopping. A iniciativa transformou o empreendimento em um hub de experiências, serviços e geração de renda, integrando afroempreendedorismo, economia criativa e práticas ambientais alinhadas às diretrizes de eventos mais sustentáveis promovidas pelo Grupo.

A ação reuniu mais de 30 mulheres empreendedoras parceiras do Instituto JCPM de Compromisso Social (IJCPM), que atuaram nos espaços de customização e beleza, realizaram cerca de 1,5 mil atendimentos e geraram receita de R\$ 178,7 mil ao longo de 11 dias. O projeto contou ainda com a participação de lojistas parceiros, ampliando o impacto positivo da iniciativa e fortalecendo o ecossistema local de empreendedorismo.

No eixo ambiental, o projeto incorporou práticas alinhadas ao Guia de Eventos Sustentáveis do Grupo JCPM, iniciativa que orienta fornecedores,

parceiros e equipes na adoção de soluções voltadas à redução de impactos ambientais, gestão adequada de resíduos, incentivo à circularidade e promoção da conscientização socioambiental nos eventos realizados pelos empreendimentos.

Durante o Circuito, cerca de 90 quilos de resíduos têxteis gerados na customização de abadás foram coletados e destinados à reutilização, em parceria com o Centro de Economia Solidária (CESOL), um estímulo a cadeias produtivas sustentáveis e a iniciativas de reaproveitamento de materiais. A programação contou, ainda, com jovens do IJCPM na atuação como agentes ambientais e na promoção de ações de educação ambiental e engajamento do público, além do apoio de cooperativa parceira na gestão dos resíduos gerados durante o evento.

A iniciativa reforça a estratégia do Grupo JCPM de transformar seus empreendimentos em plataformas de impacto positivo, através da conexão entre cultura, inclusão produtiva, educação e sustentabilidade como experiências relevantes para a sociedade.





RioMar Recife amplia vocação como hub de negócios, cultura e experiências

Mais do que um centro de compras, o RioMar Recife consolida sua atuação como plataforma de conexão entre negócios, cultura, entretenimento e desenvolvimento urbano. Em linha com a estratégia do Grupo JCPM de transformar seus empreendimentos em espaços multifuncionais e integrados à dinâmica das cidades, o shopping investe em uma nova área de eventos, a RioMar Eventos, voltada à realização de encontros corporativos, feiras, congressos, experiências culturais e iniciativas de grande circulação de público. Com 2.330 m² de área total, o ambiente contempla ampla área de exposição, no formato plenária, com capacidade para até 800 pessoas, e, no formato de feiras, recebe até 1.400 pessoas. Também há salas de apoio multifuncionais, com aporte de R\$ 16 milhões.

O projeto reforça o posicionamento do Recife como um importante polo do turismo de negócios no Nordeste, impulsionado pela localização estratégica da cidade, infraestrutura aeroportuária, rede hoteleira e capacidade de

atrair eventos de diferentes segmentos econômicos. Nesse contexto, o novo espaço surge como uma resposta à crescente demanda por ambientes versáteis, tecnologicamente preparados e capazes de proporcionar experiências completas aos participantes.

O ambiente foi concebido para integrar conveniência, acessibilidade, serviços e hospitalidade em um único local, potencializando a experiência de organizadores, expositores e visitantes. A proposta amplia a capacidade do empreendimento de sediar eventos de pequeno e médio porte, em direção à consagração do papel do shopping como vetor de desenvolvimento econômico, geração de fluxo qualificado e estímulo à economia criativa.

A iniciativa também dialoga com a vocação cultural já sedimentada do RioMar Recife, que, ao longo dos anos, tornou-se palco de shows, exposições, festivais, ações educativas e experiências que passaram a integrar o calendário da cidade. Com mais de 100 eventos realizados anualmente, o empreendimento vem ampliando sua contribuição para a democratização do acesso à cultura e para a ocupação qualificada dos espaços urbanos.



Compromisso e desenvolvimento local

GRI 203-1; 203-2; 413-1



FPPM: Desenvolvimento humano e fortalecimento comunitário como legado social

A atuação da Fundação Pedro Paes Mendonça representa um dos principais pilares do compromisso social do Grupo JCPM com o desenvolvimento sustentável das comunidades do povoado Serra do Machado e regiões vizinhas. Com uma atuação estruturada e de longo prazo, a Fundação desenvolve iniciativas voltadas ao acolhimento social, educação, saúde, geração de renda, moradia e promoção cultural, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e para o fortalecimento do desenvolvimento local.

O acolhimento aos idosos, iniciativa que deu origem ao trabalho social da Fundação, permanece como uma das bases da atuação institucional e reflete o compromisso com o cuidado, a dignidade e a valorização das pessoas. Ao longo dos anos, as ações foram ampliadas para outras frentes estratégicas e consolidaram uma atuação integrada

VALOR INVESTIDO

R\$ 10.044.045,25

SAÚDE

6.978
atendimentos

EDUCAÇÃO

268
alunos
matriculados
em 2025

12
jovens apoiados
com bolsas para
universitários

ACOLHIMENTO AOS IDOSOS

29
idosos com algum
vínculo com o lar

24
idosos em
regime de moradia

GERAÇÃO DE RENDA

49
empreendedores
envolvidos em ações
relacionadas

11
feiras
comerciais

voltada à promoção do desenvolvimento humano e comunitário.

Na área de educação, a Fundação mantém projetos de incentivo à formação acadêmica e ao acesso ao ensino superior, considerados fundamentais para ampliar oportunidades e transformar trajetórias de vida. Os resultados alcançados demonstram a relevância desse investimento social: mais de 200 pessoas já ingressaram na universidade

por meio das iniciativas desenvolvidas, enquanto, em 2025, 54 estudantes seguiram cursando graduação em diferentes áreas do conhecimento.

Os projetos de saúde, geração de renda e moradia complementam a atuação social da instituição, além de impulsionar o fortalecimento das comunidades atendidas e a promoção de condições mais sustentáveis de desenvolvimento.

Wi-Fi gratuito em áreas públicas

A praça central do povoado de Serra do Machado passou a contar com Wi-Fi gratuito. A iniciativa, custeada integralmente pela Fundação, foi norteadada por duas vertentes: para fomentar o empreendedorismo — já que nesse local acontecem as feiras de comercialização do artesanato, e o uso da rede de internet é importante na concretização da venda — e os encontros da população para uso de internet, gerando interação e convivência.

Escola inclusiva e desenvolvimento humano nas comunidades

A atuação educacional da Fundação Pedro Paes Mendonça tem papel estratégico no crescimento intelectual e social das comunidades atendidas. Por meio do Centro de Educação Básica Auxiliadora Paes Mendonça, com ensino integral da educação infantil ao 9º ano, é possível acompanhar e apoiar crianças e jovens no início da sua trajetória educacional, sempre de forma integrada às demais áreas, como saúde, nutrição, cidadania e sustentabilidade.

Em 2025, a escola contabilizou 268 alunos matriculados, entre eles 17 estudantes com questões relacionadas à neurodivergência, sinal do compromisso da instituição com uma educação mais inclusiva, acolhedora e adaptada às diferentes necessidades de aprendizagem. A atuação pedagógica busca

estimular o desenvolvimento cognitivo, emocional e social das crianças, em busca da construção de trajetórias educacionais mais equitativas.

Diante do número de crianças, a estrutura de profissionais precisou se adaptar à demanda, com pessoas que acompanham integralmente o desenvolvimento do aluno neurodivergente. Para além dessa assistência diária, dois convênios com clínicas com médicos especializados são acionados para orientações, laudos, entre outras necessidades específicas dos estudantes.

Fundada em 2006, a escola completará 20 anos em 2026, consolidando uma trajetória marcada pela valoriza-

ção da educação como ferramenta de transformação social e fortalecimento comunitário. Ao longo desse período, a Fundação ampliou sua atuação educacional também por meio de projetos de incentivo à formação acadêmica e ao acesso ao ensino superior.

Os resultados demonstram a relevância desse investimento social de longo prazo. Mais de 200 pessoas já ingressaram na universidade a partir dos projetos desenvolvidos pela Fundação e, em 2025, 54 estudantes permaneceram cursando graduação em diferentes áreas do conhecimento, o que gerou novas perspectivas profissionais e oportunidades de desenvolvimento para as comunidades da região.



Censo: diagnóstico social é base para ações de impacto

Ao longo de 2025, a Fundação Pedro Paes Mendonça fortaleceu sua atuação territorial por meio da 2ª Pesquisa Sociodemográfica, iniciativa estratégica para orientar ações sociais alinhadas às necessidades reais das comunidades. O levantamento mobilizou 10 recenseadores locais, entrevistou aproximadamente 1.400 moradores e visitou 580 residências, alcançando 92% das casas aptas à participação.

Mais do que reunir indicadores, a pesquisa amplia a capacidade de planejamento da Fundação e permite direcionar investimentos sociais de forma mais eficiente e alinhada às transformações observadas no território. Os dados revelam uma população majoritariamente feminina (56,8%), parda (56%) e com envelhecimento crescente: 31% dos moradores têm mais de 60 anos, índice dez pontos percentuais superior ao registrado em 2018.

O levantamento também identificou avanços importantes em infraestrutura e conectividade. Atualmente, 96% das residências dispõem de acesso à água, 99% contam com energia elétrica e 70% têm internet em casa, crescimento significativo em relação aos 40% registrados em 2018. A percepção de segurança também aumentou, com 91% dos entrevistados afirmando considerarem suas casas seguras.

Na área da saúde, destacam-se os índices de hipertensão (27%), dores crônicas (31%) e diabetes (10%), além de dados relacionados à automedicação,



saúde mental e acompanhamento de casos neuroatípicos nas famílias. Já no campo educacional, 36% da população completou o ensino médio e 10% cursam ou concluíram o ensino superior. Entre os jovens, metade já realizou o Enem e 26% afirmam cursar faculdade, principalmente nas áreas de saúde e humanas.

A pesquisa também apontou desafios relevantes, como o aumento do índice de pessoas não alfabetizadas, atualmente em 14%, reforçando a importância de ações contínuas voltadas à educação, saúde preventiva e desenvolvimento comunitário.



Terra do crochê

Reconhecida pela tradição transmitida entre gerações, Serra do Machado recebeu o título de Terra do Crochê, o que consolida o trabalho das artesãs e artesãos locais como parte importante da identidade cultural e da economia da comunidade. Hoje, 56,8% das artesãs da região atuam com a produção em crochê no desenvolvimento de peças comercializadas em suas próprias resi-

dências e também em espaços temporários disponibilizados nos shoppings do Grupo JCPM. A iniciativa contribui para ampliar a geração de renda, valorizar os saberes tradicionais e fortalecer o empreendedorismo feminino, promovendo visibilidade para a produção artesanal e incentivando a preservação de uma prática cultural que atravessa gerações.



Capacitação e oportunidades para as novas gerações no IJCPM

O Instituto João Carlos Paes Mendonça de Compromisso Social (IJCPM) segue transformando histórias — e números — em oportunidades concretas para jovens de 14 a 24 anos, de comunidades do entorno dos empreendimentos do Grupo JCPM no Nordeste. Ao longo de 2025, as seis unidades do IJCPM somaram 9 mil atendimentos, em uma trilha de desenvolvimento guiada pelos eixos: Cidadania e Comunidade; Tecnologia; Empregabilidade, Empreendedorismo e Geração de Renda; e Formação Profissional.

Ao todo, foram 387 atividades realizadas ao longo do ano, além de iniciativas complementares que ajudam a desenvolver competências socioemocionais e empreendedoras. Para manter a operação das unidades, o or-

IJCPM EM 2025

R\$ 8.358.596
milhões investidos

9 mil atendimentos realizados

1.172 jovens inseridos no mercado de trabalho

387 formações e atividades

çamento executado em 2025 totalizou R\$8,35 milhões.

Os resultados aparecem de forma direta na vida de quem participa: 1.172 jovens conquistaram uma vaga no mercado formal de trabalho. Nas salas de aula e nos laboratórios, o engajamento também se destacou — 85% dos participantes concluíram suas formações, reflexo do interesse e a conexão com os conteúdos oferecidos.

Já com a formação pré-universitária, 53 jovens ingressaram em universidades públicas. A agenda de tecnologia ganhou força, com 75 formações voltadas a habilidades digitais.

Fundado em 2007 na cidade do Recife onde mantém operações no RioMar Recife, o IJCPM expandiu sua

atuação regional ao longo dos anos para Aracaju (Shopping Jardins), Fortaleza (RioMar Fortaleza e RioMar Kennedy) e Salvador (Salvador Shopping e Salvador Norte Shopping). Ao longo de 18 anos de história, a instituição já contabiliza 85.590 atendimentos realizados.

Capacitação e oportunidades para as novas gerações no IJCPM

Acreditar e persistir são verbos da vida de Siddhartha Feliciano. Morador de Brasília Teimosa, comunidade da Zona Sul do Recife, ainda criança, ele já cultivava o desejo de ser médico, ao acompanhar sua mãe, agente comunitária de saúde, no trabalho. “Eu ficava observando a rotina

de uma unidade básica de saúde e a carência da população por assistência médica de qualidade”, conta.

Em 2017, então com 16 anos, ele encontrou no curso pré-universitário oferecido pelo Instituto JCPM um caminho para correr atrás do seu sonho.



“Além de uma formação preparatória de qualidade, lá [no Instituto] encontrei muita gente que acreditou no meu potencial, sonhou junto comigo e me fez acreditar em mim mesmo”, relembra.



Foram cinco anos realizando a prova do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), principal porta de entrada para o ensino superior no Brasil, até conquistar a nota para ingressar, finalmente, no curso de Medicina, em 2025. “Ao longo desse percurso, obtive índices para ingressar em outras concorridas graduações, mas, com o apoio da equipe do IJCPM, segui firme no meu propósito”, conta o estudante.

Atualmente, Siddhartha atua como mentor educacional no IJCPM, conciliando a atividade pedagógica com

a graduação em Medicina. A função tem uma carga horária compatível com seus estudos e ajuda a arcar com os custos diários da vida universitária, como transporte, alimentação e material. “A maior recompensa em ser mentor é poder devolver à sociedade a oportunidade que me foi dada, auxiliando outros jovens cheios de sonhos a trilhar seus caminhos com disciplina e persistência”, considera o futuro médico, que planeja seguir carreira como cirurgião geral, para atuar em urgência e emergência.

Movimento Acolher é iniciativa de impacto coletivo



O RioMar Recife consolidou, em 2025, uma iniciativa pioneira de impacto social voltada à proteção de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social. Mais do que uma resposta operacional a um desafio urbano complexo, o Movimento Acolher representou uma mudança de cultura na forma como o empreendimento se relaciona com o território e com as comunidades do entorno.

Localizado entre os bairros do Pina e de Brasília Teimosa, o shopping passou a orientar sua conduta por uma abordagem estruturada de acolhimento, escuta ativa e articulação com a rede de proteção social, substituindo práticas tradicionais centradas no afastamento. Formalizado no segundo semestre de 2024, o projeto se solidificou a partir de uma intervenção iniciada anos antes em parceria com a ONG O Pequeno Nazareno, o Instituto JCPM de Compromisso Social e órgãos públicos.

O trabalho é conduzido por assistentes sociais presentes diariamente no empreendimento, responsáveis pelo acolhimento, criação de vínculo, visitas domiciliares, encaminhamento à rede socioassistencial e acompanhamento das famílias por até dois anos. Além disso, envolve capacitação contínua de colaboradores e lojistas, fortalecendo a compreensão de que crianças em situação de vulnerabilidade devem ser tratadas como sujeitos de direito.

Os resultados demonstram a efetividade da metodologia. Após mais de 1.500 abordagens realizadas desde o início da atividade estruturada, o fluxo diário de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade no shopping caiu de cerca de 15 a 18 casos por dia para apenas dois ou três, uma redução superior a 80%. Em 2025, foram registradas 343 abordagens, 248 encaminhamentos e 183 atendimentos sociais.

O impacto do Movimento Acolher ultrapassa os limites físicos do shopping. As ações alcançam famílias em comunidades como Pina, Brasília Teimosa, Afogados e Joana Bezerra, na promoção de acesso à documentação, retorno à escola, encaminhamento para atividades esportivas e culturais, qualificação profissional e inclusão produtiva. Ao longo da execução, 21 jovens foram inseridos em programas de Jovem Aprendiz e familiares também passaram a acessar oportunidades de emprego e formação.

A iniciativa também ampliou o debate público sobre os direitos da infância por meio de campanhas de conscientização sobre combate ao trabalho infantil e à exploração sexual de crianças e adolescentes, transformando o shopping em espaço de mobilização social e educação cidadã.

O reconhecimento institucional do projeto culminou, em 2025, no lançamento do Guia de Atendimento e Encaminhamento de Crianças e

Adolescentes em Situação de Vulnerabilidade em Shoppings no Recife, desenvolvido em parceria com órgãos públicos, universidades e Conselhos Tutelares. O documento sistematiza uma metodologia replicável e reforça o posicionamento do RioMar Recife como referência nacional em práticas de acolhimento e responsabilidade social no setor de shopping centers.



Salvador Shopping Azul

Ao longo de 2025, o Salvador Shopping consolidou uma atuação contínua e estruturada voltada à inclusão da neurodiversidade, transformando o empreendimento em um espaço de pertencimento para pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA) e suas famílias. Iniciativas como o Abril Azul, o Noel Azul e as 12 edições da Hora Silenciosa promoveram experiências acessíveis, acolhedoras e seguras, com impacto em mais de 1,2 mil pessoas ao longo do ano.

Entre os destaques, o Abril Azul reuniu, no Espaço Acolher, atendimentos especializados, atividades pedagógicas e serviços gratuitos, além de parcerias com o poder público para emissão de documentos e garantia de direitos, para ampliar o cuidado com as pessoas e seus familiares. A programação também incluiu ações voltadas ao bem-estar de mães, pais e cuidadores, com o objetivo de valorizar a rede de apoio.

A Hora Silenciosa se consagrou como um dos principais pilares do projeto. Ao promover a redução de estímulos

sensoriais em uma operação integrada entre equipes e lojistas, garantiu mais conforto, segurança e qualidade na experiência do público neurodivergente.

De forma permanente, o Salvador Shopping avançou na adaptação de sua infraestrutura, com a implementação de vagas exclusivas de estacionamento para pessoas com TEA, disponibilização de abafadores de ruído e mesas reservadas na praça de alimentação, potencializando a acessibilidade em toda a jornada do cliente.



Shoppings como plataformas de impacto social

Com o propósito de diversificar oportunidades de geração de renda e de dar visibilidade a ações que promovem transformação social, os sete shoppings administrados pelo Grupo JCPM passaram a sediar, em 2025, o Quiosque Social. A iniciativa, até então existente em três empreendimentos (RioMar Recife, RioMar Fortaleza e RioMar Kennedy), expandiu-se para mais quatro shoppings, com a possibilidade de impactar 84 entidades a cada ano.

O programa disponibiliza, de forma totalmente gratuita, espaços nos empreendimentos para que instituições sociais apresentem seus projetos, comercializem produtos e aumentem o alcance de suas causas junto ao público. Toda a renda obtida com as vendas é integralmente revertida para as organizações participantes, contribuindo para a sustentabilidade de suas ações.

O projeto é idealizado pelo Instituto João Carlos Paes Mendonça de Compromisso Social (IJCPM) em parceria com os shoppings. A proposta transforma os shoppings em uma vitrine permanente de impacto social e aproxima os clientes de projetos e negócios que promovem inclusão produtiva, empreendedorismo e fortalecimento comunitário.

Além dos quiosques, espaços temporários distribuídos no mall também representam uma importante frente de impulsionamento da economia local e da inclusão produtiva. Em 2025, os empreendimentos sediaram ações voltadas à geração de renda, valorização da cultura local e estímulo ao empreendedorismo social, beneficiando diretamente mais de 140 pessoas empreendedoras e 42 instituições sociais por meio de feiras, quiosques e lojas



Entre as ações apoiadas, estiveram projetos como ExpoPreta, Camarim Carnaval, Artesanato de Talentos, Feira Serra do Machado e operações sociais desenvolvidas em parceria com organizações locais nos estados de Pernambuco, Bahia, Ceará e Sergipe. Somadas, as iniciativas geraram mais de R\$ 2,1 milhões em receitas ao longo do ano.

Entre os destaques, estão as Lojas Sociais em Salvador, responsáveis por mais de R\$ 879 mil em vendas; os projetos de empreendedorismo social no Recife, que ultrapassaram R\$ 468 mil; além das operações sociais em Fortaleza, com cerca de R\$ 431 mil movimentados. Em Aracaju, ações como a Feira Serra do Machado, Casa Negra Luz e Feira de Orgânicos também incrementaram a economia local, gerando mais de R\$ 325 mil em comercialização de produtos e serviços.

A iniciativa reforça o posicionamento de utilizar os empreendimentos como plataformas de desenvolvimento econômico e social, potencializando oportunidades de geração de renda, desenvolvimento comunitário e valorização de negócios de impacto nos territórios onde atua.



Estimativa de Geração Potencial de Renda para Parceiros Sociais 2015 - 2025

2015 - 2025		
PERÍODO	UNIDADE	VENDAS
2015-2025	Recife	R\$ 2.945.712,17
2017-2025	Salvador	R\$ 6.889.470,27
2019-2025	Fortaleza	R\$ 2.663.169,73
2022-2025	Aracaju	R\$ 1.159.049,53
TOTAL		R\$ 13.657.401,70

Campanhas de adoção de animais reconhecidas pelo MPSE

Em Aracaju, os shoppings têm um calendário recorrente de ações, articulando parcerias com ONGs, universidades, secretarias municipais e estaduais — a exemplo das iniciativas conduzidas pela Secretaria do Meio Ambiente (SEMA) e Secretaria Municipal de Saúde, que atuam em programas como o Aju Animal e Sup Animal. Essas campanhas seguem protocolos rigorosos de bem-estar, disponibilizando animais para adoção previamente vermifugados, castrados e vacinados. Em 2025, foram cerca de 400 animais adotados.

As ações contam, em média, com a disponibilização de cerca de 20 animais por campanha quando conduzidas por ONGs, podendo alcançar aproximadamente 70 animais nas edições realizadas em parceria com programas governamentais.

Através do projeto 'Adoção de Estimação', o RioMar Aracaju, em 2025, promoveu 14 campanhas, resultando em 287 animais adotados — uma média de 21 adoções por ação. No Shopping Jardins, iniciativas como o 'Amigo Pet' realizou 11 ações no ano passado, que resultaram em 137 adoções, com a participação de instituições parceiras. Dentro do primeiro trimestre de 2026, o empreendimento já contabiliza 26 adoções, com uma média de 9 animais adotados. Por conta das campanhas realizadas mensalmente, os dois empreendimentos foram condecorados pelo Ministério Público Federal (MPF) e o Ministério Público de Sergipe (MPSE).



GRI 2-7; 204-1; 401-1; 404-1

Liderança





No Grupo JCPM, entendemos que a sustentabilidade do negócio se fortalece por meio das pessoas que constroem, diariamente, nossa forma de atuar. Em 2025, seguimos avançando na consolidação de ambientes de trabalho mais colaborativos, inclusivos, valorizando o desenvolvimento profissional e o engajamento das equipes.



PESSOAS

Lideranças construídas com oportunidade e desenvolvimento

O tempo de permanência dos colaboradores no Grupo JCPM demonstra uma relação consistente de continuidade e retenção profissional. Em 2025, 48% do quadro funcional registrava mais de cinco anos de empresa, indicador que reflete a capacidade de manter vínculos duradouros e promover ambientes de trabalho estáveis.

Entre os 3.212 colaboradores, 27% atuam na companhia entre cinco e dez anos, enquanto 14% acumulam entre dez e quinze anos de trajetória profissional na organização.

Os dados também evidenciam longos ciclos de permanência, incluindo profissionais com mais de 20, 30 e até 35 anos de atuação, o que reforça a construção de relações pautadas pela confiança, pelo desenvolvimento contínuo e pela valorização das pessoas.

Na análise por gênero, há equilíbrio na distribuição do tempo de permanência entre homens e mulheres, com maior concentração nas faixas de até dez anos de empresa. Entre as mulheres, 21% somam menos de cinco anos de atuação e 12% entre cinco e dez anos. Já entre os homens, esses percentuais correspondem a 31% e 15%, respectivamente.

Desde 2022, o Grupo adota as pesquisas de clima como uma ferramenta estratégica para o acompanhamento do clima organizacional e para a identificação de oportunidades de melhoria nos processos de gestão de pessoas. Essa prática fortalece a escuta ativa, orienta a tomada de decisão e contribui para o aprimoramento contínuo do ambiente de trabalho.

Em 2025, como parte desse compromisso, foi realizada a Pesquisa Focal, com o tema Liderança, nos sete shoppings de administração direta, para aprofundamento da análise sobre práticas de liderança e seu impacto no engajamento e no desenvolvimento das equipes.

PESSOAS

Turnover abaixo do mercado em todos os segmentos de atuação

A retenção de talentos é um dos fatores que mais impactam a produtividade, a eficiência operacional e a sustentabilidade dos negócios no longo prazo. Altos índices de turnover geram custos diretos e indiretos relacionados a desligamentos, recrutamento, seleção, treinamento e adaptação de novos colaboradores, além de influenciarem o clima organizacional, a continuidade dos processos e a preservação do conhecimento interno. O turnover médio das empresas do Grupo é de 16,11%, excetuando a obra do Projeto Praia de Guadalupe, por ser uma formação cujas contratações e desligamentos acontecem por etapas dentro da própria característica construtiva.

Em segmentos intensivos em atendimento e experiência do cliente, como o setor de shopping centers, a estabi-

lidade das equipes também contribui para relações mais consistentes com lojistas, parceiros e consumidores. Analisando apenas esse setor, cujos dados são referentes aos sete empreendimentos administrados, o indicador é de 20,85%.

No Brasil, a rotatividade no mercado de trabalho segue elevada. Segundo dados do do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), a média nacional de turnover em 2024 foi de 51,3%, enquanto estimativas de mercado apontam para um índice de aproximadamente 56% em 2025.

Quanto menor for o indicador, mais estável e conectada às estratégias de valorização das pessoas, desenvolvimento profissional e fortalecimento da cultura corporativa é a empresa.

PESSOAS

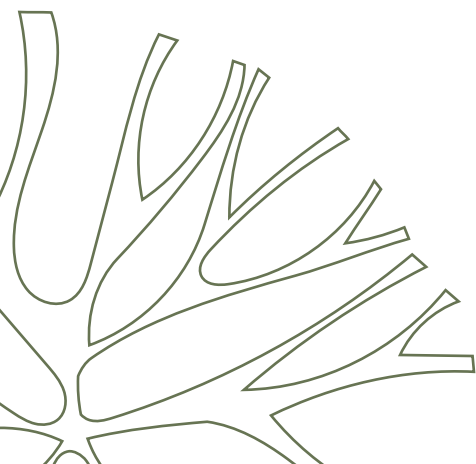
Lideranças femininas são 51%

No Brasil, as mulheres ocupam cerca de 32,2% dos cargos de liderança. No topo da hierarquia, em que estão as posições de maior poder decisório, o avanço é mais lento: a representatividade gira em torno de 17% a 18%.

Apesar de o indicador ainda ser desafiador, há perspectivas de que, nos próximos anos, as empresas tenham mais mulheres como lideranças.

Nos shoppings do Grupo JCPM, a presença feminina em posições de gestão supera o cenário nacional e reforça a evolução da companhia na promoção da equidade de gênero. Considerando os cargos a partir da coordenação, as mulheres representam 51% dos postos, com 112 profissionais, enquanto os homens correspondem a 49%, com 108 profissionais.

Analisadas apenas as coordenações, o gênero feminino representa 60%, um indicativo das possibilidades de, no futuro, mais gestoras estarem à frente de posições de maior influência e responsabilidade.



PARCERIA

Força para a cadeia produtiva local

GRI 204-1

O fortalecimento das economias locais integra a estratégia de desenvolvimento sustentável do Grupo JCPM e reflete o compromisso da companhia com a geração de valor compartilhado nos territórios onde atua. Em 2025, 59% do total destinado a fornecedores foi direcionado a empresas sediadas em Pernambuco, Bahia, Ceará e Sergipe. Atualmente, 5.001 fornecedores locais atendem às operações da companhia, incluindo a totalidade das distribuidoras estaduais de energia dos estados em que o Grupo está presente.

A redução percentual da participação local em relação ao ano anterior — de 66% para 59% — está associada, principalmente, à ampliação de contratos corporativos centralizados, como pla-

nos de saúde e benefícios, segmentos cuja oferta se concentra estruturalmente no eixo Rio-São Paulo. Ainda assim, em termos absolutos, os investimentos direcionados à economia regional cresceram 23% no período, evidenciando a ampliação do volume de recursos destinados ao fortalecimento do tecido produtivo local.

Embora tenha sido registrada redução de 4,5% no número de fornecedores locais únicos, o ticket médio por fornecedor apresentou crescimento de 29%, movimento que pode indicar maior amadurecimento e profissionalização da base parceira, com relações comerciais mais estruturadas, longevas e de maior capacidade de entrega.

PARCERIA

CESAR no Recife é grande exemplo de desenvolvimento de parceiros

Uma das empresas ícones do Grupo foi o Bompreço, rede de supermercados que marcou uma geração entre os anos 1960 e 2000, período em que esteve sob a liderança do empresário João Carlos Paes Mendonça. Com sua atuação no Nordeste, foi considerada a terceira maior rede do setor no país e implantou, ao longo de sua trajetória, tecnologias e sistemas que se tornaram referência no varejo.

Ainda na década de 1990, a rede já praticava um modelo semelhante ao que hoje é conhecido como inovação aberta, ao lançar para o mercado de tecnologia desafios operacionais que demandavam soluções inovadoras.

A relação entre profissionais da área de TI e o Grupo se consolidou de

tal forma que a empresa esteve entre as primeiras do mercado a realizar aporte financeiro para o surgimento do Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (CESAR). Sempre com o objetivo de melhorar a experiência do cliente e solucionar desafios operacionais, o Bompreço apresentava as demandas, e os times se organizavam para desenvolver soluções posteriormente implementadas na rede, que, nos anos 1990, já se aproximava da marca de 100 lojas.

A Neurotech, por exemplo, surgiu a partir de um grupo de trabalho criado para reformular os sistemas do supermercado e se consolidou como um dos grandes destaques do polo tecnológico de Pernambuco.

CADERNO DE INDICADORES

RELATÓRIO ASG 2025 – GRUPO JCPM

GRI 2-7: Total Empregados

GRI 405-1: Diversidade nos órgãos de governança e de empregados

*Considera todos os negócios

Diversidade de empregados no Grupo JCPM

Por cargos	2025				Total
	Homens	%	Mulheres	%	
Presidência	2	100%	0	0%	2
Membros CA	5	100%	0	0%	5
Diretoria	12	80%	3	20%	15
Gerência	36	56%	28	44%	64
Coordenação	53	40%	81	60%	134
Especialistas	183	74%	64	26%	247
Analistas	411	53%	367	47%	778
Técnicos	113	88%	15	12%	128
Assistentes	109	50%	108	50%	217
Auxiliares	903	61%	578	39%	1.481
Jovem aprendiz	52	37%	89	63%	141
Total	1.879	58%	1.333	42%	3.212

GRI 401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados

Rotatividade

	Homens	%	Mulheres	%
Total de colaboradores	1.879	58%	1.333	42%
Contratações (A)	487	64%	274	36%
Demissões (B)	404	60%	264	40%
Rotatividade (A;B) %	23,71		20,18	

Informação adicional: Tempo de permanência na empresa

Faixas	Feminino	Masculino	Total	Total (%)
Menos de 5 anos	689	983	1.672	52,1%
De 5 a 10 anos de empresa	393	469	862	26,8%
De 10 a 15 anos de empresa	174	289	463	14,4%
De 15 a 20 anos de empresa	49	89	138	4,3%
De 20 a 25 anos de empresa	17	25	42	1,3%
De 25 a 30 anos de empresa	6	14	20	0,6%
De 30 a 35 anos de empresa	4	8	12	0,4%
Mais de 35 anos de empresa	1	2	3	0,1%

AMBIENTAL

*Considerando os sete shoppings de administração direta

Energia e Combustíveis

GRI 302-1

Consumo total de energia elétrica (GJ) GRI 302-1	2025
Total de energia elétrica comprada no mercado livre	764.807,41
Consumo de energia das lojas nos shoppings	401.780,91
Total de energia elétrica consumida na operação (mil GJ) *	363,03

*Desconsiderando o consumo de energia repassado às lojas

Consumo total de combustíveis (GJ) GRI 302-1	2025
Gasolina	1.294
Diesel	1.361
Total de energia consumida por combustíveis (mil GJ)	2,65

ÁGUA

Captação

GRI 303-3

Captação de água por fonte e qualidade (Megalitros)	2025	
	Água doce (sólidos dissolvidos totais ≤ 1 g/L)	Outros tipos de água (sólidos dissolvidos totais > 1 g/L)
Captação de água da chuva (superficial)	6	50
Captação de poços (subterrânea)	171	11
Fornecimento de caminhão-pipa	258	2
Fornecimento da distribuidora local de água	665	0
Total água captada	1.100	63

Emissões

GRI 305-1, 2, 3

Emissões GEE Totais (tCO₂e)

Escopo 1	3.684
Escopo 2	9.790
Escopo 3	6.147
Total*	19.621

* As Emissões de Escopo 2 apresentadas na tabela seguem a abordagem baseada na localização. Pela abordagem baseada na escolha de compra, a aquisição de certificados I-REC equivalentes a 100% do consumo de energia elétrica zera as emissões líquidas de Escopo 2, resultando em um total líquido de 9.831 tCO₂e em 2025

RESÍDUOS

Geração total de resíduos

GRI 306-3

Total de resíduos gerados (Toneladas)

Resíduos perigosos	Resíduos não perigosos	TOTAL
8	12.837	12.845

Resíduos não destinados para disposição final

GRI 306-4

Total resíduos destinados para métodos de tratamento – Recicláveis (Toneladas)	Em Toneladas		
	Total perigosos	Total não perigosos	TOTAL
Compostagem	0	296	296
Coprocessamento	2	37	39
Reciclagem via cooperativas	0	2.352	2.352
Reciclagem via outros parceiros	0	263	263
Reciclagem de óleo vegetal	0	177	177
Reutilização	0	1	1
Outros métodos de tratamento	4	23	27
Total de resíduos destinados para métodos de tratamento	6	3.149	3.155

Composição dos resíduos destinados para métodos de tratamento	Em Toneladas
Alumínio	28
Metais e sucata ferrosa	41
Papel e papelão	2.073
Plástico	163
Vidro	40
Óleo vegetal	177
Têxteis	29
Lonas e banners	1
Eletroeletrônicos	17
Pilhas e baterias	4
Óleo lubrificante	0
Orgânicos	330
Madeira	4
Resíduos contaminados/EPIs	3
Lâmpadas	2
Resíduo de construção civil RCC	67
Resíduo caixa de gordura	151
Outros	25
Total de resíduos destinados para métodos de tratamento	3.155

Resíduos destinados para disposição final

GRI 306-5

Total de resíduos destinados para disposição final	Em Toneladas	
	Total perigosos	Total não perigosos
Aterro sanitário	1	9.688
Incineração (com ou sem aproveitamento energético)	0	0
Outros métodos de disposição final	1	0
Total de resíduos destinados para disposição final	2	9.688

Ficha Técnica

Coordenação Geral:

Diretoria de Comunicação
Diretoria de Desenvolvimento Social
Gerência de Sustentabilidade

Conteúdo e Consultoria:

Arrudeia Sustentabilidade
[Adécio Vasconcelos]

Projeto Gráfico:

TumTum Design

Imagens:

Adois Audiovisual
Bancos de Imagens dos Shopping IJCPM e FPPM
Heudes Régis
Luiz Santa Cruz
Vinícius Lubambo

Revisão:

Rita Kramer

Nossos sites

Sede Grupo JCPM

www.jcpm.com.br

SJCC

<https://jc.ne10.uol.com.br>

FPPM

www.fppm.com.br

IJCPM

www.ijcpm.com.br

RioMar Fortaleza

www.riomarfortaleza.com.br

RioMar Kennedy

www.riomarkennedy.com.br

RioMar Recife

www.riomarrecife.com.br

Shopping Recife

www.shoppingrecife.com.br

Shopping Guararapes

www.shopping-guararapes.com

Plaza Shopping

www.plazacasaforte.com.br

Shopping Tacaruna

www.shoppingtacaruna.com.br

RioMar Aracaju

www.riomamaracaju.com.br

Shopping Jardins

www.shoppingjardins.com.br

Salvador Shopping

www.salvadorshopping.com.br

Salvador Norte Shopping

www.salvadornorteshopping.com.br