



// RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
PAIXÃO PELO NEGÓCIO

10

// ÍNDICE

	MENSAGEM DO PRESIDENTE _____	P. 03
01	PAIXÃO PELO NEGÓCIO _____	P. 04
02	EQUIPA CHAMARTÍN _____	P. 10
03	PROJETOS SUSTENTÁVEIS _____	P. 16
04	DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL _____	P. 20
05	CORPORATE SOLUTIONS _____	P. 36
06	COMPROMISSOS _____	P. 40
	TABELA GRI & NOTAS METODOLÓGICAS _____	P. 44
	INQUÉRITO _____	P. 54

// INTRODUÇÃO

“O Relatório de Sustentabilidade 2010 da Chamartín Imobiliária foi elaborado com base nas Directrizes para a Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade G3, da Global Reporting Initiative e evidencia um nível de aplicação B.

A informação apresentada foi recolhida através de mecanismos internos da empresa, aperfeiçoados ao longo do tempo, não tendo sido submetidos a verificação externa. O período de relato diz respeito ao ano 2010, existindo na maioria dos indicadores informação sobre a evolução do desempenho face a anos anteriores. A informação contida neste documento pretende dar a conhecer as políticas, abordagens de gestão e desempenho económico,

ambiental e social das 3 unidades de negócios da Chamartín no mercado português: Retail, Corporate Solutions e Residencial no período em causa.

O envio de comentários, bem como o pedido de informação adicional poderá ser feito para:

Chamartín Imobiliária SGPS, SA
Direcção de Recursos Humanos e Desenvolvimento Sustentável
 António Carlos Almeida
 R. Mártir S. Sebastião n.º 251 – Afurada
 4400-499 Vila Nova de Gaia
 Email: drh.imobiliaria@chamartin.eu

// MENSAGEM DO PRESIDENTE



Ao nível do apoio à comunidade todos os centros desenvolveram actividades que promovem o desenvolvimento e um bom relacionamento com as populações, bem como uma maior satisfação dos clientes que nos visitam diariamente.

Salienta-se o apoio da Kidzania à empregabilidade local através do estabelecimento de protocolos para receber jovens estudantes para apoio nas suas actividades, a continuação do projecto Orquestra Dolce Vita, a plantação de 9.000 árvores para compensação das emissões de Carbono em colaboração com Quercus e muitos outros projectos de sensibilização.

No negócio Corporate Solutions conseguiu-se de uma forma geral uma melhoria do resultado operacional por via de uma optimização da gestão operacional dos activos.

Também ao nível ambiental o desempenho melhorou no que respeita ao consumo energético, tendo existido ao nível do consumo de água um crescimento anómalo devido a intervenções nos escritórios Arrábida ao nível dos sistemas de refrigeração e na cobertura do edifício.

Os nossos activos continuaram a merecer o reconhecimento do mercado tendo recebido em 2010 alguns prémios dos quais destacamos a atribuição de “Melhor Empreendimento do Ano” ao Dolce Vita Tejo nos Óscares do Imobiliário e de “Melhor Reabilitação Urbana” ao Convento dos Inglesinhos no Salão Imobiliário de Lisboa.

Sempre orientados pelos valores da ética e transparência julgamos estar preparados para responder aos objectivos que procuramos estabelecer com responsabilidade e realismo, tendo em vista a melhoria no longo prazo.

CARLOS CUTILLAS
 PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Numa época em que somos atingidos por um contexto económico-social pouco favorável, orgulhamo-nos dos resultados que apresentamos e que são fruto de uma estratégia de longo prazo tendo em vista a sustentabilidade dos nossos negócios no longo prazo e a melhoria contínua.

O abrandamento do crescimento do sector imobiliário ao nível nacional foi sobretudo sentido pelo negócio residencial tendo levado à desactivação das actividades nesta área, limitando-se em 2010 à finalização de projectos de reabilitação que estavam ainda em curso.

Por outro lado salientamos o desempenho dos Centros Comerciais Dolce Vita que mantiveram bons resultados, com evoluções nas vendas dos operadores de 7% face ao ano anterior e taxas de ocupação de 92%, bem como ao nível ambiental com a manutenção do desempenho ao nível da energia, emissões e consumo de água em patamares semelhantes aos do ano anterior e aumento da reciclagem de resíduos.

01 // PAIXÃO PELO NEGÓCIO

A Chamartín Imobiliária integra um grupo internacional de média dimensão com mais de 60 anos de experiência no sector imobiliário. Em Portugal a sua actividade centra-se na promoção e exploração de activos imobiliários em três áreas de negócio: Centros Comerciais (Retail), Escritórios e Armazéns (Corporate Solutions) e Residencial.



O crescimento da empresa tem sido realizado através de uma estratégia centrada na expansão nacional, com a ambição de ser uma referência, na promoção de projectos sustentáveis de excelência.

Com activos imobiliários em gestão no valor de 1.531 milhões de euros, a Chamartín tem 1.004.647 m² sob gestão. Em 2010 obteve um volume de negócios de 129 milhões de euros.

MISSÃO

Cultivar o primado da competência, segundo padrões elevados de responsabilidade ética, ambiental e social, maximizando valor para os nossos *stakeholders*.

VISÃO

Ser um *player* internacional de referência em projectos imobiliários sustentáveis e de excelência.

VALORES

Solidez | Objectividade | Respeito | Rapidez | Inovação | Ambição | Paixão

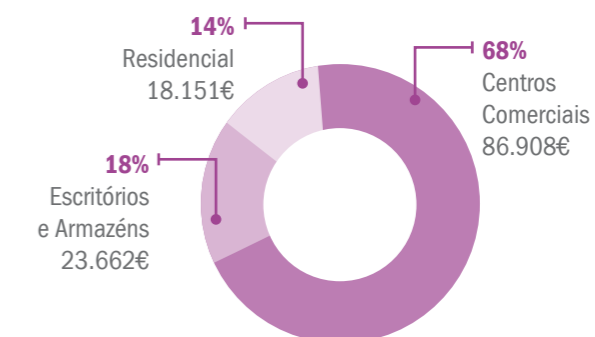
// PAIXÃO PELO NEGÓCIO

// PRINCIPAIS INDICADORES DA NOSSA ACTIVIDADE EM 2010



Gráfico 1

Volume de negócios por área de negócio



// PAIXÃO PELO NEGÓCIO

// IMPACTOS DA NOSSA ACTIVIDADE

Em 2010 o valor económico gerado pela nossa actividade decresceu em cerca de 69%, o que se deveu sobretudo a perdas em ajustamentos de propriedades. Apesar disso, o valor económico que distribuímos ^[1] pelos nossos *stakeholders* decresceu em apenas 20%, reflexo do ligeiro aumento dos custos do capital e dos custos com o pessoal.

Contudo, a nossa responsabilidade não se esgota na criação de valor económico. A nossa actividade contribui, em larga escala, para o desenvolvimento das economias locais, através da criação de emprego, da melhoria das infra-estruturas e acessibilidades da região e da promoção da cultura local. O valor económico gerado ^[2] foi, no ano de 2010, 43.784 mil euros. A variação negativa face a 2009 é explicada pelo ganho líquido de ajustamento das propriedades.

O valor económico distribuído foi de 109,5 milhões de euros. Deste valor total, os custos com colaboradores, no valor de 11,9 milhões euros, decresceu 1,3% face a 2009. Os investimentos na comunidade totalizaram 71 mil euros, tendo decrescido cerca de 30% face a 2009. Os custos operacionais representaram, em 2010, cerca de 50% do valor económico distribuído, enquanto os custos do capital representaram cerca de 40%.

^[1] Valor económico distribuído – demonstra a forma como a Chamartín distribui valor ou riqueza, englobando o somatório dos custos operacionais, custos com pessoal, custos do capital, impostos e investimentos na comunidade.

englobando o somatório dos custos operacionais, custos com pessoal, custos do capital, impostos e investimentos na comunidade.

^[2] Valor económico gerado – reflecte a criação de valor directo da empresa, englobando rendas, vendas, prestação de serviços, ganhos líquidos ajustamento de propriedades e outros proveitos operacionais líquidos.

Gráfico 2

Valor económico distribuído

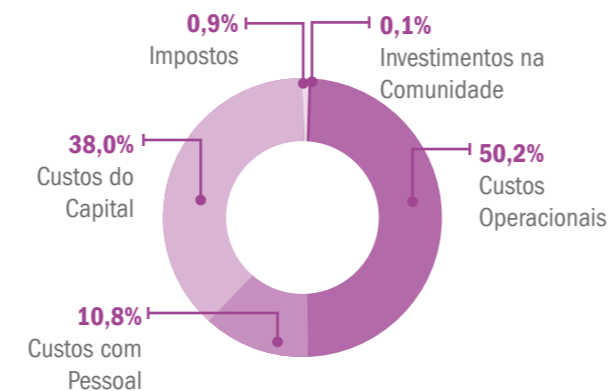
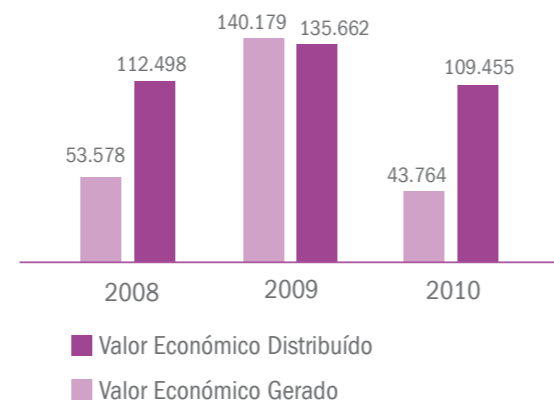


Gráfico 3

Valor económico gerado e distribuído (mil Euros)



CENTROS COMERCIAIS

Esta área de negócio engloba a gestão de 10 Centros Comerciais: **Dolce Vita Tejo, Funchal, Ovar, Coimbra, Porto, Douro, Monumental, Miraflores, Central Park Picoas Plaza.**



Na área de negócio *retail* os principais indicadores de negócio e financeiros de 2010 são, em geral, positivos. O volume de vendas dos operadores nos centros Dolce Vita atingiu os 514,6 milhões de euros, o que representa um crescimento de 7,0% face a 2009. Em termos de taxa de ocupação média, de todo o portefólio Dolce Vita, conseguiu-se manter o mesmo nível do ano anterior (92%).

ESCRITÓRIOS E ARMAZÉNS

Este negócio gerou em 2010 um volume total de rendas de 22,3 milhões de euros. Na globalidade conseguiu-se obter uma melhoria no resultado operacional, por via da optimização da gestão operacional dos activos. Nesta área, salienta-se a venda do Edifício D. Luís I ao Grupo José de Mello e do Armazém de Coina.

2010 Principais Indicadores de Negócio - Retail



2010 Principais Indicadores de Negócio - Corporate



// PAIXÃO PELO NEGÓCIO

RESIDENCIAL

Temos neste ano de desactivação da área de negócio, trabalhado sobretudo na finalização de projectos de reabilitação urbana, contribuindo assim para a revitalização das cidades e para a preservação do património arquitectónico e cultural do país. Nesta área, há que salientar a nomeação do Convento dos Inglesinhos como a “Melhor Reabilitação Urbana”, no Salão Imobiliário de Lisboa – 2010. No ano de 2010 centrámo-nos na comercialização dos produtos acabados e prontos para entrega, tendo atingido o montante de 20,8 milhões de euros em escrituras.

2010 Principais Indicadores de Negócio - Residencial

393.696
m² SOB GESTÃO

16
EDIFÍCIOS EM CARTEIRA

21
MILHÕES DE EUROS EM
ESCRITURAS, MAIS 6% QUE
EM 2009

// RECONHECIMENTO DO MERCADO

Ao longo dos últimos anos os projectos Chamartín têm sido reconhecidos pelo mercado com diversos prémios nacionais e internacionais, nomeadamente:

- Em 2006, o Dolce Vita Coimbra foi considerado o **“Melhor Centro Comercial do Mundo”** e o Projecto The Lake Apartments o **“Melhor Projecto Residencial do Mundo”** - MIPIM Cannes;
- Obtivemos o 19.º lugar no **Great Place to Work** em 2006;
- Em 2007, o Dolce Vita Porto foi considerado o **“Melhor Centro Comercial do Mundo” - ICSC**;

- A distinção como **Best Real-State Company** - Portugal do IPD Europroperty, em 2007 e 2008;
- Em 2008 ficámos em 2.º lugar no **Índice de Responsabilidade Climática** da ACGE;
- O prémio **“Most Innovative Retail & Leisure Concept of the Year Award”**, foi atribuído pela RLI, uma prestigiada revista da área Retail em 2009;
- O Dolce Vita Tejo ganhou Óscares do Imobiliário de **“Melhor Empreendimento do Ano”** e **“Melhor Empreendimento Comercial 2009”**;

// PAIXÃO PELO NEGÓCIO

Em 2010, o Dolce Vita Tejo recebeu os seguintes prémios:

- “Melhor Empreendimento Comercial”** - Atribuído no Salão Imobiliário de Lisboa 2010;
- “Grand Opening, Anniversary, Refurbishment or Extension”** - Atribuído pelo “2010 ICSC SOLAL MARKETING AWARDS”;
- “Most Innovative Retail&Leisure Concept of the Year Award”** - Atribuído pelo “RLI - Retail & Leisure International”;
- “Melhor Empreendimento do Ano”** - Atribuído pelos “Óscares do Imobiliário”;
- “1º prémio de Marketing - Categoria de Centros Comerciais”** - Atribuído por “Prémios Marketeer”;
- Certificação Ambiental (ISO 14001)** em fase de Gestão;
- Certificação de Segurança e Saúde no Trabalho (OSHAS 18001)** em fase de Gestão.

Na área residencial recebemos ainda o prémio de **“Melhor Reabilitação Urbana”**, referente ao projecto de reabilitação do Convento dos Inglesinhos, no Salão Imobiliário de Lisboa 2010.



02 // EQUIPA CHAMARTÍN

No contexto de mercado em que nos encontramos, a confiança e a aposta nos nossos recursos humanos é essencial para o sucesso do negócio. A manutenção da produtividade só é possível garantindo elevados padrões de competitividade das equipas, promovendo a criatividade, a inovação e a criação de oportunidades de desenvolvimento real das suas competências. São estes os desafios que a Política de Sustentabilidade da Chamartín procura promover.



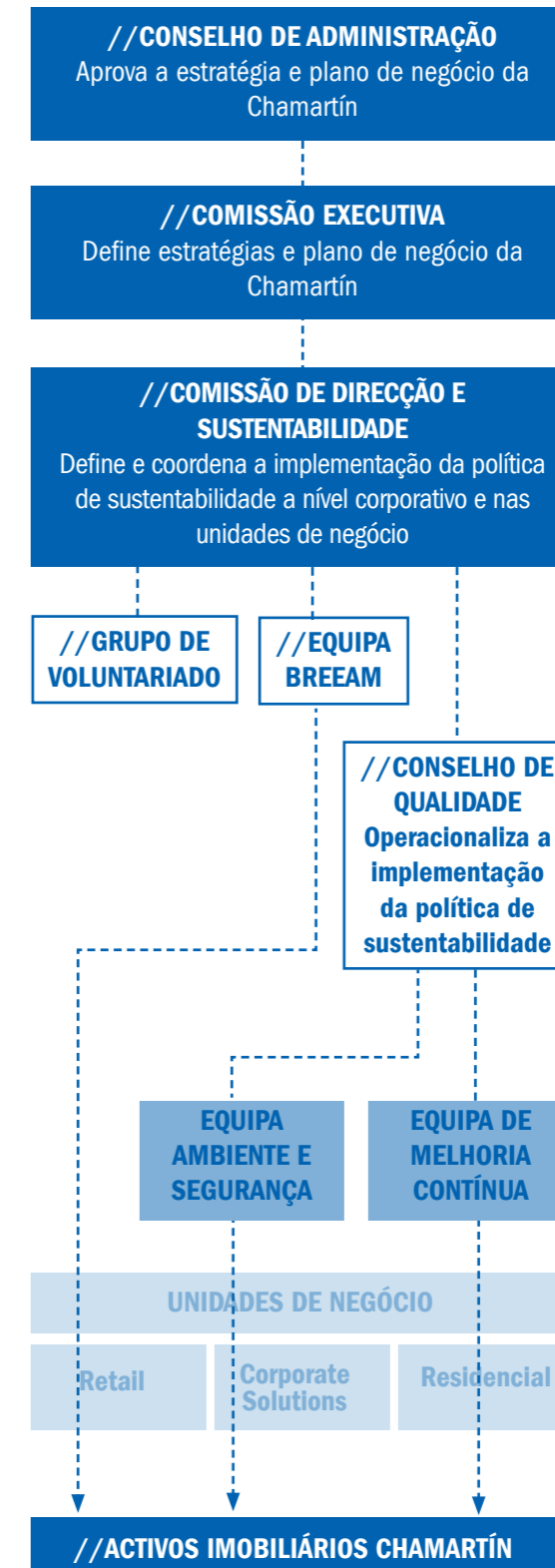
// EQUIPA CHAMARTÍN

// ESTRUTURAS, FUNÇÕES E RESPONSABILIDADES NA GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE

A Chamartín Imobiliária, S.A. é uma *sub-holding* da Chamartín Imobiliária SGPS. No seu capital participam, para além da família fundadora, o fundo de investimento *Morgan Stanley Real State* e a *Caja Castilla - La Mancha*, entre outros

No seu modelo de governo o órgão máximo é o Conselho de Administração, que tem como função a aprovação da estratégia e plano de negócio da empresa, que é definida e proposta pela Comissão Executiva.

O Conselho de Administração apresenta regularmente os resultados e decisões sobre o plano estratégico e de investimentos da empresa aos Accionistas, que por sua vez se pronunciam e transmitem as suas recomendações e orientações ao Conselho de Administração.



// EQUIPA CHAMARTÍN

A concretização da Política de Sustentabilidade é realizada sob a coordenação da Comissão de Direcção e Sustentabilidade, que reporta directamente à Comissão Executiva.

Esta comissão tem como função definir e coordenar a implementação da estratégia e da política de sustentabilidade da empresa, ao nível corporativo e junto das unidades de negócio.

A operacionalização da estratégia é realizada pelo Conselho de Qualidade, que se apoia na Equipa “Ambiente e Segurança” e nas Equipas de “Melhoria Contínua” que disseminam as acções pelas unidades de negócio.

A “Equipa BREEAM” tem como função propor a incorporação de medidas e requisitos deste sistema de certificação ambiental voluntário, acompanhar a sua implementação e monitorizar a melhoria de desempenho proporcionada por estas medidas.



// GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

Pretendemos ser um espaço de realização pessoal e excelência profissional para todos os nossos colaboradores. Investimos em formação profissional, oferecemos condições favoráveis de carreira e promovemos um ambiente de trabalho positivo. É desta forma que a Chamartín procura criar as condições para a motivação contínua do seu capital humano, com o objectivo de acrescentar valor à Sociedade e aos seus Accionistas.

A Política de Recursos Humanos da Chamartín desenvolve-se em torno dos seguintes eixos e modelos, são explicitados ao longo deste capítulo:

- Modelo de formação como suporte do desenvolvimento de competências individuais;
- Modelo de desenvolvimento profissional;
- Modelo de objectivos, avaliação contínua e benefícios;
- Modelo Comunicação.

// EQUIPA CHAMARTÍN

Tabela 1

Gestão de Recursos Humanos

GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS	
EIXOS DE ACTUAÇÃO	PRINCIPAIS ACÇÕES DESENVOLVIDAS EM 2010
Avaliação & Reconhecimento	<ul style="list-style-type: none"> • Análise de objectivos de toda a Organização
Comunicação	<ul style="list-style-type: none"> • Caixa de Sugestões; • Reuniões de Projecto; Equipas de Melhoria • Intranet corporativa/ Newsletter
Benefícios	<ul style="list-style-type: none"> • Seguro de doença aplicável a todos Colaboradores • Programa de vacinação • Cabaz de Natal • Protocolo com entidades bancárias, ginásios e outras entidades



// EQUIPA CHAMARTÍN

// EQUIPA

O contexto no mercado imobiliário obrigou a Chamartín a redimensionar a sua equipa durante o ano de 2010 para os 180 colaboradores em Portugal, menos 5,3% que em 2009. Com uma faixa etária bastante jovem, a equipa é constituída por 53% de mulheres e 47% de homens. 85% dos nossos colaboradores estão vinculados à empresa com contrato permanente. Apenas 13% têm contratos a termo e 2% são trabalhadores independentes.

Relativamente a acidentes de trabalho foram registados 4 durante 2010, o dobro dos registados em 2009, muito embora estes sinistros não tenham dado origem a dias de trabalho perdidos nem óbitos. Registaram-se 12 dias de trabalho perdidos por doença, menos 96% que em 2009. A taxa de absentismo em 2010 foi de 3,34%, 78,6% superior face a 2009.

Entre 2009 e 2010 a rotatividade total variou de -6,7% para 5,3%, o que reflecte sobretudo uma diminuição do número de colaboradores efectivos de 10.

Por faixa etária verificou-se maiores taxas de rotatividade nas faixas etárias dos 45 aos 54 anos e dos 18 aos 34 anos, fruto de um maior número de saídas de colaboradores incluídos nestas faixas etárias.

Gráfico 4
Evolução de números de colaboradores em Portugal

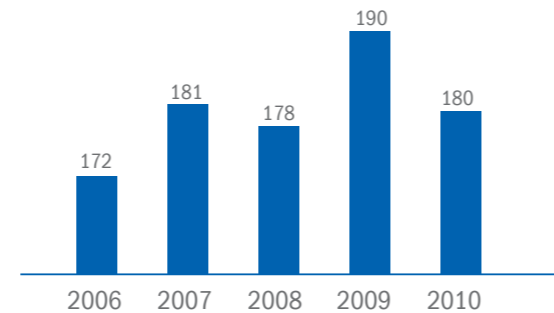


Gráfico 5
Distribuição dos colaboradores por região em Portugal

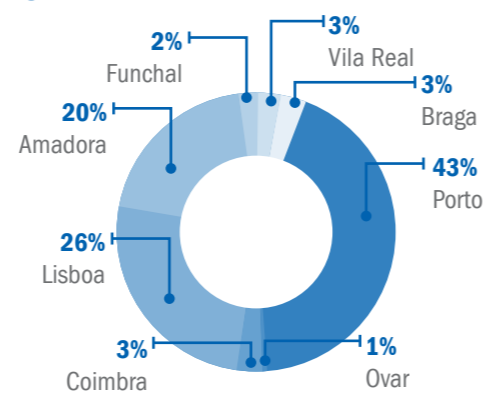
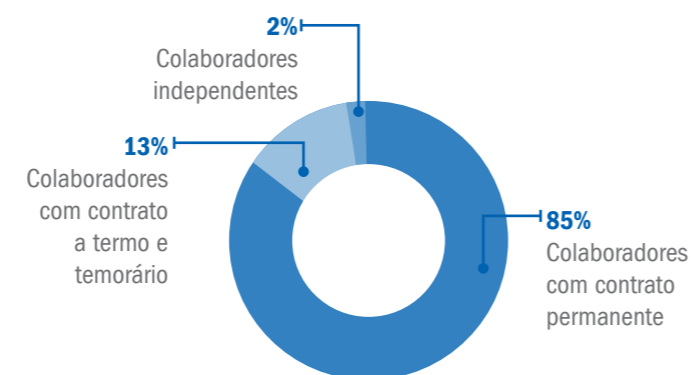


Gráfico 6
N.º de trabalhadores por tipo de contrato - 2010



// FORMAÇÃO

Em 2010 foram realizadas 1.398 horas de formação, registando um decréscimo de 32% face a 2009, fruto da necessidade de reduzir custos devido ao cenário económico global.

Cada colaborador recebeu, em média, 8 horas de formação, menos 31% do que as recebidas em 2009.

A formação ministrada abrangeu, de forma equilibrada, todas as categorias profissionais, mantendo o padrão elevado de qualidade a que nos comprometemos para atingir os nossos objectivos.

Gráfico 7
Evolução do total de horas de formação

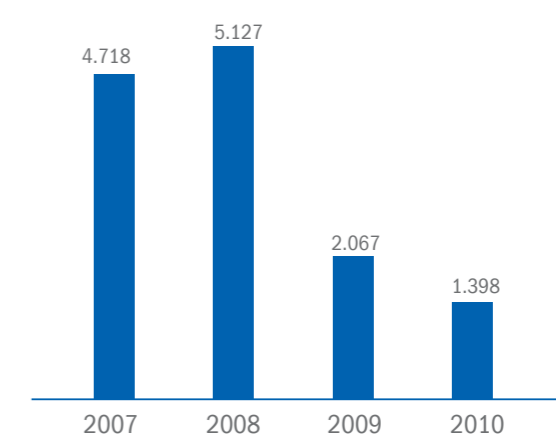


Gráfico 8
Formandos por cargo e área de formação

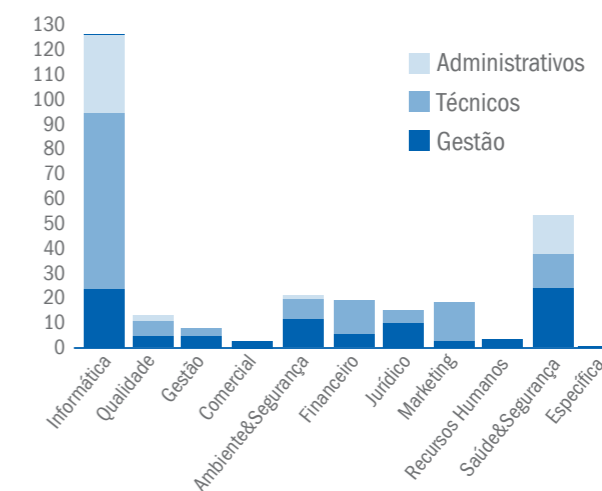
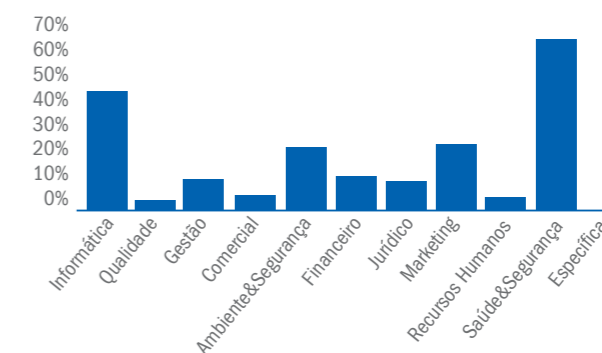


Gráfico 9
Formação por Área de Conhecimento



03 // PROJECTOS SUSTENTÁVEIS

A abordagem de gestão da Chamartín à sustentabilidade passa pela incorporação de boas práticas ambientais e sociais ao longo do ciclo de vida dos nossos projectos imobiliários.



// PROJECTOS SUSTENTÁVEIS

// GESTÃO SUSTENTÁVEL

Além da incorporação de boas práticas ambientais e sociais procuramos também envolver os nossos fornecedores, prestadores de serviço e comunidade na concretização dos nossos valores, e compromissos que estabelecemos para com o desenvolvimento sustentável. Neste capítulo, apresentamos-lhe a forma como preparámos a organização para responder a um modelo de negócio que tem procurado gerir os aspectos ambientais e sociais da nossa actividade empresarial.

Temos como objectivo ser uma referência no mercado europeu de imobiliário sustentável. Para atingir este objectivo assumimos, em 2006, o compromisso de contribuir para o desenvolvimento sustentável através da implementação de uma Política de Sustentabilidade. A tradução dessa Política de Sustentabilidade tem ganho expressão nos projectos imobiliários que temos promovido e gerido. Para além de desenvolvermos projectos competitivos, que procuram garantir o máximo retorno aos nossos accionistas e investidores, temos procurado desenvolver activos imobiliários inovadores, que incorporam requisitos do sistema de certificação ambiental BREEAM, bem como dos normativos ISO 9001, ISO 14001 e OSHAS 18001. A adopção deste *standards* é realizada com o objectivo de garantir:

- A qualidade das operações;
- A saúde, segurança e bem-estar dos utilizadores dos edifícios;
- Uma relação cooperante com as comunidades locais;
- A condução da nossa actividade – desde a fase de projecto à operação, passando pela construção, numa óptica de preservação e responsabilidade pelo ambiente.

SISTEMA DE GESTÃO INTEGRADO E CERTIFICAÇÕES CHAMARTÍN

O nosso Sistema de Gestão Integrado constitui uma ferramenta importante no caminho da sustentabilidade. Baseado nos referenciais ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001, conduz ao aumento da eficácia dos recursos disponíveis e a uma afirmação crescente da qualidade dos produtos comercializados e dos serviços prestados, o que se traduz num clima de maior confiança por parte dos nossos clientes, fornecedores e restantes parceiros de negócio. A implementação da metodologia Six-Sigma tem também permitido alavancar o processo de mudança organizacional em termos de comportamento humano, métodos de trabalho e orientação para o cliente, permitindo reforçar a melhoria contínua da organização.

Certificação ISO 9001 - Actividades de promoção e exploração de espaços imobiliários: habitação, escritórios/armazéns e centros comerciais. Exploração e Gestão do Parque Temático Kidzania: Promoção e Desenvolvimento de Actividades Lúdicas e Educativas.

Certificação ISO 14001 - Prospecção, concepção, projecto e gestão da construção dos centros comerciais Dolce Vita. Gestão dos centros comerciais Dolce Vita Douro, Dolce Vita Porto, Dolce Vita Coimbra, Dolce Vita Ovar, Dolce Vita Funchal e Dolce Vita Tejo. Exploração e Gestão do Parque Temático Kidzania: Promoção e Desenvolvimento de Actividades Lúdicas e Educativas. Actividades desenvolvidas nos nossos escritórios da Arrábida e Tejo.

Certificação OSHAS 18001 - Gestão dos centros comerciais Dolce Vita Douro, Dolce Vita Porto, Dolce Vita Coimbra, Dolce Vita Ovar, Dolce Vita Funchal e Dolce Vita Tejo. Exploração e Gestão do Parque Temático Kidzania: Promoção e Desenvolvimento de Actividades Lúdicas e Educativas. Actividades de comercialização, gestão e suporte desenvolvidas nos nossos escritórios Arrábida e Tejo.

// PROJECTOS SUSTENTÁVEIS

A integração de princípios de sustentabilidade no Modelo de Gestão da Chamartín é concretizada através das suas ferramentas de gestão, que começam na Visão da empresa, passam pelas suas políticas e terminam em metodologias, medidas, planos e acções concretas que nos permitem antecipar riscos, identificar novas oportunidades e melhorar o nosso desempenho nas dimensões económica, social e ambiental.

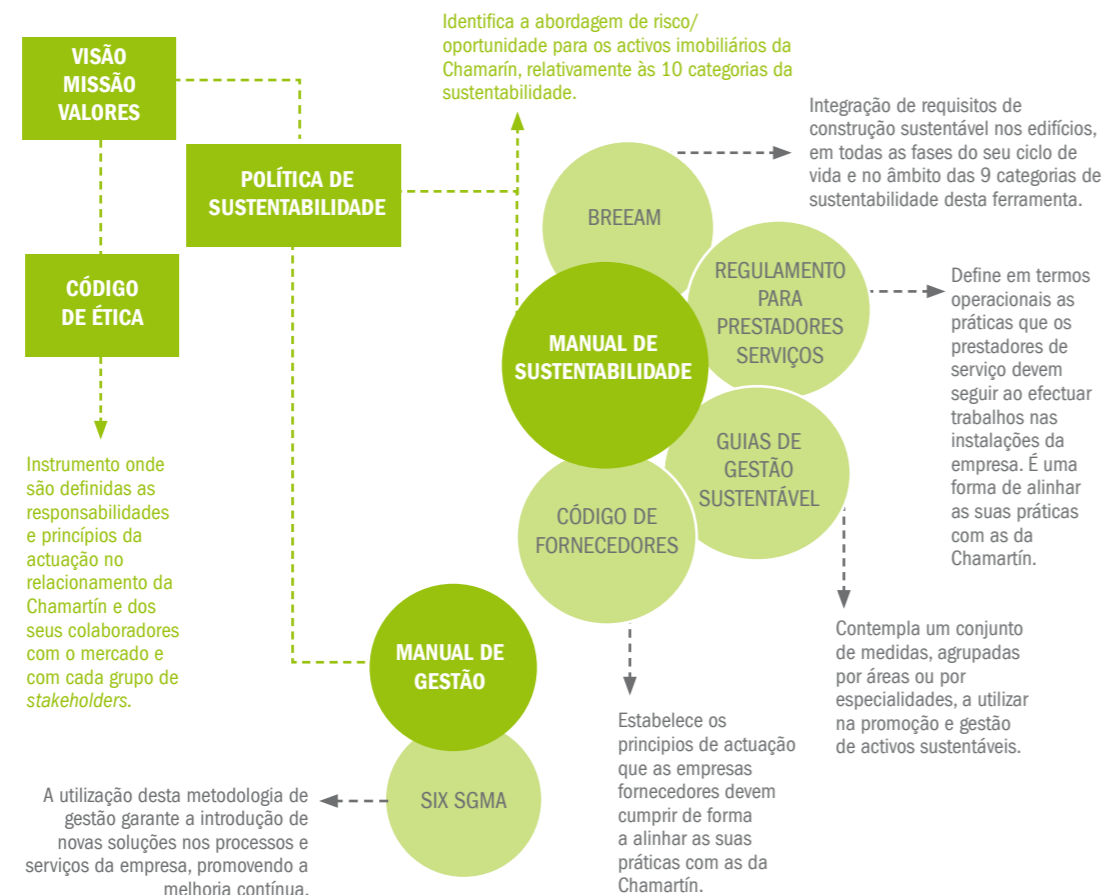
Para que a assunção das responsabilidades sociais e ambientais possa decorrer de forma transversal em todos os nossos projectos, e ser seguida pelos nossos parceiros e fornecedores criámos um conjunto de processos e suportes documentais que nos ajudam a gerir a sustentabilidade:

POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE - Orienta a nossa actuação na área da sustentabilidade.

CÓDIGO DE ÉTICA - Identifica princípios e responsabilidade no relacionamento com os stakeholders.

MANUAL DE GESTÃO - Garante o cumprimento de procedimentos padronizados nos nossos activos.

- **Manual de Sustentabilidade e Guias de Gestão Sustentável** - Permitem o alinhamento dos negócios com a Política de Sustentabilidade.
- **Código de Fornecedores e Regulamento para prestadores de serviços** - Definem práticas alinhadas com os nossos princípios, que fornecedores e prestadores de serviços devem seguir.
- **Auditorias Técnicas de Gestão** - Mecanismo de verificação dos níveis de qualidade de gestão definidos para os centros comerciais Dolce Vita.



// PROJECTOS SUSTENTÁVEIS

// PROJETOS IMOBILIÁRIOS SUSTENTÁVEIS

10 CATEGORIAS DE SUSTENTABILIDADE DA CHAMARTÍN

A promoção de activos sustentáveis é realizada a partir das 10 categorias de sustentabilidade da Chamartín.

Estas resultaram de uma análise aos diversos sistemas internacionais de certificação ambiental de edifícios e das tendências do setor. Após análise da viabilidade económica das soluções disponíveis no mercado, em cada projeto são tomadas medidas dentro das 10 categorias de sustentabilidade que garantem a evolução constante do desempenho sustentável do nosso portefólio.

As 10 categorias de sustentabilidade da Chamartín foram desenvolvidas a partir do normativo BREEAM, um dos mais relevantes sistemas internacionais de certificação ambiental de edifícios.



04 // DOLCE VITA - UMA MARCA SUSTENTÁVEL

O sucesso de cada Dolce Vita significa também o desenvolvimento das regiões onde nos inserimos, pelo desenvolvimento da actividade económica dos nossos operadores, contratação de fornecedores de produtos e serviços locais, e manutenção do emprego directo e indirecto que os nossos centros geram.



// DOLCE VITA - UMA MARCA SUSTENTÁVEL

// PRINCIPAIS INDICADORES DE NEGÓCIO

Com 10 Centros Comerciais em exploração em Portugal e mais 1 em fase de construção, o ano 2010 foi um ano de consolidação da operação da marca Dolce Vita.

Em 2010, o portefólio de centros comerciais em operação abrangeu 447.349 m². No total o tráfego total nos nossos Centros Comerciais foi de 70 milhões de visitantes.

As vendas dos nossos operadores atingiram cerca de 530 milhões de euros.

Com um ano completo de actividade, o Dolce Vita Tejo apresentou um aumento de visitantes de 5% e um volume de vendas na ordem dos 15%. Este Centro Comercial tem sido amplamente reconhecido pelo seu bom desempenho ambiental, tendo sido reconhecido pelo mercado com vários prémios nacionais e internacionais.

No negócio do retail o ano de 2010 ficou também marcado pela intempérie que assolou a Ilha da Madeira, em Fevereiro, situação que afetou fortemente o Dolce Vita Funchal, obrigando ao seu encerramento temporário.

Relativamente ao Dolce Vita Braga, o único centro comercial em promoção da Chamartín, foi adiada a sua abertura para Outubro de 2011, reflexo da actual conjuntura económica.

Principais Indicadores de Negócio em 2010

447.349
m² SOB GESTÃO

70
MILHÕES DE VISITANTES MAIS
+5% QUE EM 2009

54
MILHÕES DE EUROS EM
RENDAS, MAIS 13% QUE
EM 2009

92%
DE TAXA DE OCUPAÇÃO

530
MILHÕES DE EUROS: VENDAS
DOS OPERADORES



// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

// APOIO AOS OPERADORES

Tabela 2
Principais acções desenvolvidas em 2010

ÁREA DE ACTUAÇÃO	PRINCIPAIS ACÇÕES DESENVOLVIDAS EM 2010
Formação	Acções de sensibilização e formação ambiental.
Auditorias	Auditorias técnicas que permitem analisar pontos críticos.
Publicidade	De todo o apoio que prestamos aos operadores, destacamos a cedência gratuita de espaços para efeitos promocionais (suportes tipo cartaz/mupi ou espaço no mall para realização de eventos promocionais). Esta é uma prática que tem vindo a ser adoptada e incentivada como forma de aumentar a notoriedade de algumas marcas, algumas delas com pouca expressão no mercado, melhorando a percepção da sua presença no Centro, bem como da gama de oferta de produtos e promoções disponíveis. Esta prática tem tido um retorno bastante interessante por parte das marcas que normalmente aderem a este tipo de desafio.
Tecnologias	Desenvolvimento de ferramentas de comunicação no Facebook e TV Dolce Vita para comunicação com Clientes e Operadores. Melhoria da Zona de Interação do Site para comunicação dos operadores do Nível de Vendas.

// SATISFAÇÃO DE CLIENTES E DA COMUNIDADE

Visando o reforço da Satisfação dos Clientes foram desenvolvidas as seguintes actividades:

- Seminários de Sustentabilidade;
- Comunicação externa sobre a Política de Sustentabilidade e de apoio à comunidade local;
- Acções de sensibilização ambiental e de segurança em todos os centros comerciais, informando os nossos clientes sobre os benefícios da adopção de comportamentos mais responsáveis;
- Arranque do projecto de implementação de pontos de carregamento para carros eléctricos no Dolce Vita Tejo;
- Plantação de 9000 árvores na Serra do Alvão numa actividade com a Quercus.
- Participação nas iniciativas da Plataforma para a Construção Sustentável, da qual somos membros;
- Continuámos a apoiar a Casa da Música do Porto da qual somos membros fundadores e o Teatro de Vila Real, do qual somos *sponsor*;
- Continuação do envolvimento com a Orquestra Dolce Vita através da Associação Unidos Cabo Verde.



// KIDZANIA

PROMOVE RESPONSABILIDADE SOCIAL E CIDADANIA JUNTO DOS MAIS NOVOS

Com a abertura do DV Tejo a Chamartín disponibilizou a Portugal um projecto inovador e único. Direcionado aos mais jovens, a Kidzania é um parque temático dirigido a crianças dos 3 aos 15 anos. Nesta cidade construída à sua escala, as crianças podem escolher entre mais de 60 profissões diferentes, em réplicas dos estabelecimentos mais representativos de uma cidade real: aeroporto, fábricas, teatro, lojas, circuito automóvel, esquadra de polícia, bombeiros, imprensa, estúdio de TV, estádio entre outros. As actividades são desenhadas para serem simultaneamente divertidas e pedagógicas, com base no conceito de edutainment: educação + entretenimento. Os conteúdos acompanham os programas escolares e procuram ensinar às crianças valores e regras de cidadania, ajudando-as a viver de forma saudável em sociedade.

Através das actividades, a Kidzania suscita nas crianças valores como a independência, a liderança, a auto estima, a criatividade, a cooperação e o espírito de equipa. Integra ainda diversas actividades que fomentam a responsabilidade social e a cidadania através de experiências sobre preservação ambiental, reciclagem, prevenção rodoviária, prevenção de acidentes, energias renováveis, eficiência energética, inovação, entre outros.

Durante o ano de 2010, 1189 crianças visitaram gratuitamente a Kidzania. A oferta destes bilhetes decorreram no âmbito de parcerias estabelecidas com: Programa “Você na TV” - Bruno Miguel,



// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

Fundação Aragão Pinto, Programa “Salvador” (Concretização sonho de Alexandre Costa), Associação Sol, Fundação Luís Figo, Associação Inês Botelho, Imaculada Conceição, Estímulo-Centro de Estudos e a Associação Sorriso Solidário.

KIDZANIA, UMA OPORTUNIDADE DE DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

Ao longo do ano de 2010 desenvolveu protocolos com entidades/instituições de ensino com o objetivo de apoiar e incentivar a empregabilidade da comunidade local. Recebeu alunos do ensino técnico profissional sobretudo das áreas de Turismo, Educação de Infância, Animação Sócio Cultural e Práticas Comerciais, cuja média de idades rondou os 18 anos, e conseguiu a colocação de 10 alunos após conclusão do curso técnico profissional.

Protocolo e estagiários disponibilizados:

- Escola Profissional de Mafra - 33 estagiários do Curso de Educação de infância;
- Escola Braamcamp Freire da Pontinha - 11 estagiários do Curso Técnico Profissional de Turismo;
- Escola Secundária de Caneças - 15 estagiários de Educação de Infância e Técnicas de Práticas Comerciais;
- Escola Gustave Eiffel - 3 estagiários de Manutenção;
- IADE- Escola Superior de design, marketing e publicidade - 1 estagiária de Design;
- ESHT- Escola Superior de Hotelaria e Turismo - 3 estagiários de Curso de Gestão do Lazer e Animação Turística.

// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

// DESEMPENHO AMBIENTAL

Abordagem ao ciclo de vida dos activos

Os resultados obtidos no que respeita ao desempenho ambiental dos nossos projectos resulta sobretudo da abordagem integrada ao ciclo de vida dos activos aplicada em todas as áreas de intervenção. Sabemos que uma atitude pró-activa na fase de projecto, na qual se integrem medidas técnicas e operativas de sustentabilidade irá resultar num impacto positivo nas fases que se seguem, nomeadamente na de operação.

Continuando com a ambição de obter a certificação dos aspectos ambientais, de qualidade e de saúde e segurança no trabalho em todos os nossos activos, em 2010 mantivemos as certificações já existentes e atingimos ainda a certificação do Dolce Vita Tejo e do parque temático Kidzania segundo os referenciais ISO14001 e OSHAS 18001 e ainda segundo o referencial ISO9001 no parque temático Kidzania.

// FASE DE PROJECTO

Práticas BREEAM

Em alguns dos nossos activos, como é o caso do Dolce Vita Tejo e Braga, aplicámos boas práticas de sustentabilidade seguindo parâmetros pré-estabelecidos na ferramenta BREEAM (*Building Research Establishment Environmental Assessment Method*). Para estes centros foi realizada uma pré-avaliação do projecto segundo o BREEAM, que irá permitir bons desempenhos durante a fase de operação dos edifícios. É intenção fazê-lo em todos os novos projetos.

Das boas práticas implementadas nestes centros destacam-se:

- Escolha de materiais mais sustentáveis (durabilidade, potencial de reciclagem e de reutilização...);
- Sistema de gestão técnica centralizada do edifício;
- Existência de sistemas energéticos eficientes, como co-geração, elevadores e escadas rolantes eficientes, etc.
- Aproveitamento da iluminação natural;
- Sistemas de Ventilação e bombagem de caudal variável;
- Aplicação de torneiras eficientes com temporizador;
- Aplicação de contadores parciais de monitorização do consumo de água;
- Medidas de mobilidade sustentável.

// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

Arquitetura bioclimática

O Dolce Vita Funchal teve na base do seu conceito a Arquitectura Bioclimática. Assim todo o projecto foi concebido de forma a responder às condições climáticas do local e necessidades de conforto do utilizador.

As principais características do projecto são: funcionamento com um sistema de ventilação natural assistida, maximização da iluminação natural e o controlo solar de clarabóias existentes na cobertura do edifício.

// FASE DE CONSTRUÇÃO

Na fase de construção garantimos que as boas práticas ambientais em obra sejam cumpridas, nomeadamente através da sensibilização a 100% dos encarregados e de uma monitorização efectiva dos impactes causados.

Actualmente o único activo em construção é o Dolce Vita Braga, que se encontra certificado pela norma ISO 14001 desde 2009, estando prevista a sua abertura para o 1.º semestre de 2012.

Destacamos o cumprimento dos objectivos e metas estabelecidos desde o início da obra, nomeadamente a recolha de derrames após detecção em 1,37 horas e 96,8% de valorização de resíduos de construção, sendo que em 2010 a taxa de valorização foi de 99,9%.

// FASE DE OPERAÇÃO

Continuámos também com o programa de auditorias técnicas de gestão, existente desde 2007, e que desempenha um papel fundamental de monitorização e aplicação de melhorias técnicas e operacionais nos centros comerciais que gerimos. Este é constituído por auditorias realizadas por auditores externos e por auditorias internas mensais. As classificações obtidas nas auditorias foram superiores à meta estabelecida para o ano 2010 (80%) em todos os centros comerciais, excepto no Dolce Vita Tejo (77%), no entanto este centro só esteve integrado no programa no 2.º semestre do ano, devido à fase de arranque do mesmo.

As auditorias resultaram num conjunto de melhorias integradas em planos de acção correctivos, das quais destacamos:

- Reforço da limpeza de pavimentos (*mall*, parques estacionamento), escadas rolantes, clarabóias, sanitários;
- Sensibilização e formação a Prestadores de Serviços (Ambiente e Segurança e Saúde no Trabalho);
- Melhoria da gestão resíduos;
- Finalização de trabalhos em curso para melhoria das infra-estruturas;
- Melhoria de sinalética em parques estacionamento.

Índice de desempenho de gestão global

89,1%
(FACE À META DE 80%)



// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

// DESEMPENHO AMBIENTAL NOS DOLCE VITA

Eficiência energética

Nos centros comerciais a energia é um dos recursos que implica maiores impactes e por isso necessita de uma gestão mais pormenorizada e eficiente. Em projeto são tidas em consideração as opções que irão conduzir a uma maior eficiência e durante a operação mantêm-se procedimentos para que a performance seja otimizada.

Alguns exemplos de medidas que os nossos projetos incluem:

- Gestão centralizada da iluminação e ar condicionado controlando de forma eficiente de acordo com o tráfego e condições climáticas ao longo do ano;
- Utilização de sistemas de iluminação eficientes, conjugados com balastros eletrónicos;
- Existência de cortinas de ar nas entradas evitando perdas de calor;
- Escadas rolantes a funcionar em modo *stand-by* nos períodos de menor afluência de visitantes;
- Outras medidas pontuais instaladas: sistema de co-geração no Dolce Vita Tejo, sistema de ventilação natural assistida no Dolce Vita Funchal.

Entre 2009 e 2010 o consumo total de energia comparável reduziu 1%, bem como a energia utilizada por metro quadrado de área de *mall*. Devido a uma redução do número de convidados nos centros, a energia utilizada por convidado aumentou ligeiramente, cerca de 2%.

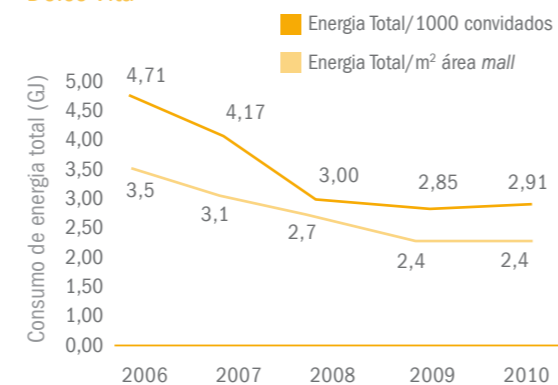
Contudo, a tendência que tem sido verificada nos últimos 5 anos é de uma maior eficiência devido à implementação de medidas nos nossos centros.

O consumo por convidado reduziu 38,2% e por metro quadrado de área de *mall* cerca de 31,6% nos últimos 5 anos.

Tabela 3
Energia (GJ)

	2006	2007	2008	2009	2010
Total comparável	108.065	105.345	108.031	97.723	97.022
Total/1000 convidados	4,71	4,17	3,00	2,85	2,91
Total/m ² área de <i>mall</i>	3,5	3,1	2,7	2,4	2,4

Gráfico 10
Consumo de Energia nos Centros Comerciais Dolce Vita



// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

Por consequência de uma maior eficiência energética, também as emissões de CO₂ associadas ao consumo de energia reduziram.

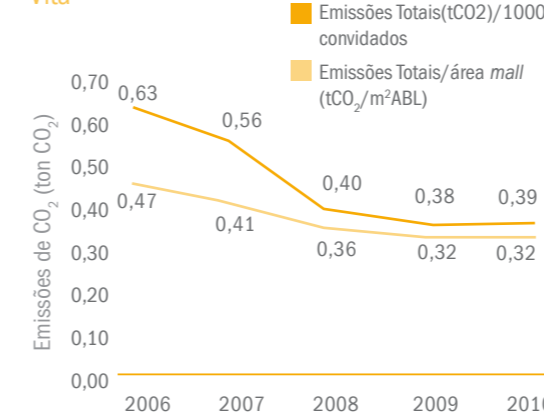
Entre 2009 e 2010 verificou-se uma redução de 1% nas emissões totais comparáveis e nas emissões por metro quadrado de área de *mall*. As emissões por convidado aumentaram 1%, fruto da redução do tráfego nos centros comerciais, verificada em 2010.

Nos últimos 5 anos os dados evidenciam reduções totais de 9,7%, 37,9% nas emissões por convidado e 31,2% por área de *mall*.

Tabela 4
Emissões de CO₂ (ton CO₂)

	2006	2007	2008	2009	2010
Total comparável	14.377	14.062	14.470	13.147	12.983
Total/1000 convidados	0,63	0,56	0,40	0,38	0,39
Total/m ² área de <i>mall</i>	0,47	0,41	0,36	0,32	0,32

Gráfico 11
Consumo de CO₂ nos Centros Comerciais Dolce Vita



Eficiência na utilização da água

A água é outro dos aspectos ambientais em que implementamos medidas de eficiência, nomeadamente:

- Torneiras eficientes e com temporizadores, nos sanitários;
- Sistemas de rega automáticos;
- Rede de colectores, nos parques de estacionamento, para captação de águas contaminadas por óleos e outras substâncias decorrentes de derrames dos veículos;

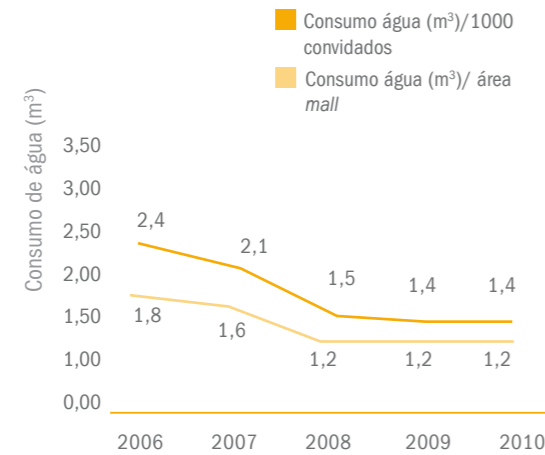
Entre 2009 e 2010 o consumo de água total comparável reduziu cerca de 4,2% o que reflecte a tendência que se tem verificado nos últimos 5 anos. Efectivamente, em 5 anos a redução total foi de 15%. No mesmo período, o consumo por convidado reduziu 41,3% e 14,7% por metro quadrado de área de *mall*. Em termos de eficiência verificam-se valores praticamente constantes de consumo por convidado e por metro quadrado de área de *mall*, face ao ano 2009. Nos últimos 5 anos estes valores reduziram respetivamente 41,3% e 35,0%.

Tabela 5
Consumo de água (m³)

	2006	2007	2008	2009	2010
Total comparável	55.341	53.539	49.679	49.285	47.211
Total/1000 convidados	2,4	2,1	1,5	1,4	1,4
Total/m ² área de <i>mall</i>	1,8	1,6	1,2	1,2	1,2

// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

Gráfico 12
Consumo de Água nos Centros Comerciais Dolce Vita



Produção e valorização de resíduos

No que diz respeito à produção de resíduos, continuámos a promover uma boa gestão de resíduos nos nossos centros, incentivando a redução, separação e valorização dos resíduos produzidos.

Mantivemos as boas práticas já existentes como:

- Separação diferenciada de vários tipos de resíduos nos centros comerciais; Disponibilização de contentores para deposição diferenciada de resíduos nas áreas comuns dos centros, para uso por parte dos convidados;
- Sensibilização dos lojistas para o cumprimento dos procedimentos operacionais de gestão de resíduos, existentes em todos os centros comerciais.

E em 2010 destacamos o início da valorização de resíduos orgânicos no Dolce Vita Porto.

Ao longo do tempo a produção total tem vindo a aumentar, tal como é habitual, devido ao aumento da actividade. O aumento em 2010 foi de 35%.

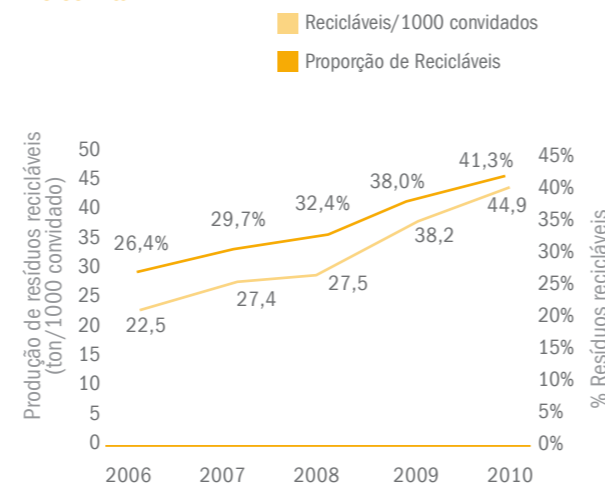
Também a separação de resíduos recicláveis que são posteriormente valorizados aumentou, atingindo 41,3% o que representa um aumento de 3,3 p.p. face ao ano anterior e de 11,8 p.p. nos últimos 5 anos.

Por convidado os resíduos recicláveis têm também vindo a aumentar consecutivamente atingindo 44,9 ton/1000 convidados em 2010, um aumento de 18% face ao ano anterior e quase o dobro em 5 anos.

Tabela 6
Resíduos (t)

	2006	2007	2008	2009	2010
Total comparável	1.954.459	2.332.667	2.892.774	4.328.709	5.838.556
% recicláveis	26,4%	29,7%	32,4%	38,0%	41,3%
Recicláveis/1000 convidados	22,5	27,4	27,5	38,2	44,9

Gráfico 13
Produção de Resíduos nos Centros Comerciais Dolce Vita

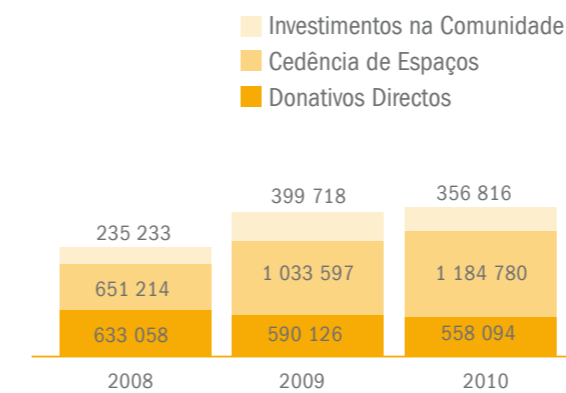


// DOLCE VITA – UMA MARCA SOLIDÁRIA

A Chamartín tem vindo a aumentar progressivamente o seu apoio à comunidade, promovendo o desenvolvimento e bem-estar das comunidades onde os vários Dolce Vita operam.

A filosofia de apoio comunitário da empresa tem estruturado os seus apoios em donativos diretos, cedência de espaço e investimentos na comunidade.

Gráfico 14
Apoios à comunidade (euros)



Para tornar o apoio à comunidade mais eficaz e responder de forma efetiva às necessidades existentes, cada Centro Comercial analisa e define o plano de actividades de envolvimento a desenvolver, bem como os respetivos tipos e montantes.

// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

Gráfico 15
Apoio à comunidade por área de atuação

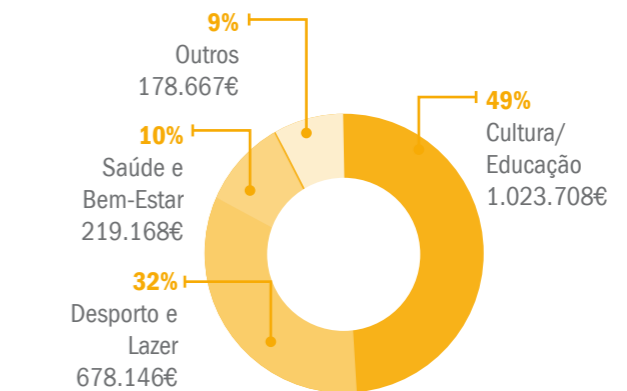
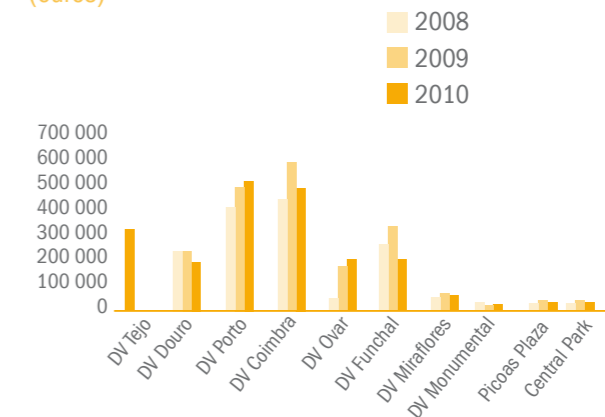


Gráfico 16
Apoios à comunidade por Centro Comercial (euros)



Os apoios à comunidade centram-se sobretudo em iniciativas de promoção da cultura e educação, do desporto e lazer e da saúde e bem-estar dos cidadãos.

// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

RELAÇÕES DE CONFIANÇA

DV Tejo e a Comunidade:

O apoio à comunidade por parte do DV Tejo está muito centrado na Orquestra Geração do bairro Casal da Mira, um projecto de integração social desenvolvido a partir do modelo venezuelano “El Sistema”, que envolve neste momento 62 crianças. A Associação Unidos de Cabo Verde é a entidade responsável por gerir os recursos e mobilizar as crianças, sendo as aulas e todo o processo pedagógico assegurado pelo Conservatório Nacional, um dos parceiros neste projecto. Desenvolvemos com a Associação Unidos de Cabo Verde uma relação de proximidade bastante profícua, que nos leva a apoiar igualmente uma série de iniciativas ao longo do ano, como seja o transporte de crianças de bairros desfavorecidos à praia durante o verão.

A Associação Pressley Ridge é outra associação local com quem temos vindo a construir uma relação próxima, e que se tem consubstanciado através da cedência de espaços no interior do Centro com o intuito de dar a mostrar o seu trabalho de âmbito social. Para além destas associações, tem também sido recorrente o apoio a escolas do concelho da Amadora, através da cedência de espaços para desenvolvimento de exposições levadas a cabo pelos alunos.

DV Douro e a Comunidade

Ao longo do ano de 2010, o Doce Vita Douro deu continuidade à sua forte relação com os agentes que constituem a comunidade que visita e trabalha no Centro Comercial, consolidando desta forma a sua política de sustentabilidade, cada vez mais presente e reconhecida junto

da comunidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. As acções desenvolvidas têm como objectivo informar, alertar e mudar a forma de percepção das questões relacionadas com a sustentabilidade junto dos nossos Operadores, Prestadores de Serviço e Convidados. Para isso contribuíram as várias iniciativas desenvolvidas ao longo do ano de 2010 dirigidas a quem nos visita e a quem trabalha neste universo.

Todas estas acções foram realizadas por forma a garantir o envolvimento da comunidade e o acesso de todos à informação. As iniciativas, no caso dos operadores e fornecedores, visam a formação e a sensibilização numa vertente mais ambiental, que são complementadas com as acções transversais dirigidas aos nossos Convidados que abrangem todas as vertentes da sustentabilidade.

Destas acções há a destacar as conferências de sustentabilidade que são realizadas desde o ano de 2007, assim com as acções de sensibilização ambiental e de cariz social, passando também por acções de formação e sensibilização ao nível da saúde e da solidariedade social, que envolvem entidades publicas e privadas, nomeadamente Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro, UTAD, Governo Civil, Quercus, Associações desportivas, Unidades de Saúde, Agrupamentos de escolas, entre outros, cujo o objectivo comum é o de dar a conhecer o que de melhor se faz nesta região a esse nível.

DV Porto e a Comunidade

O DV Porto assume o papel de “megafone” das causas sociais, catalisando a mensagem de solidariedade, quer da sua área de influência, quer daqueles que estão além fronteiras.

// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

Destaque, em 2010, para o Desfile de moda infantil e para o Dia Internacional da Pessoa com deficiência, promovido pelo Governo Civil do Porto. Este evento especial procurou chamar a atenção para esta causa, mobilizando para a defesa da dignidade e bem-estar das pessoas, bem como proporcionar um dia diferente e inesquecível a algumas dezenas de crianças e jovens.

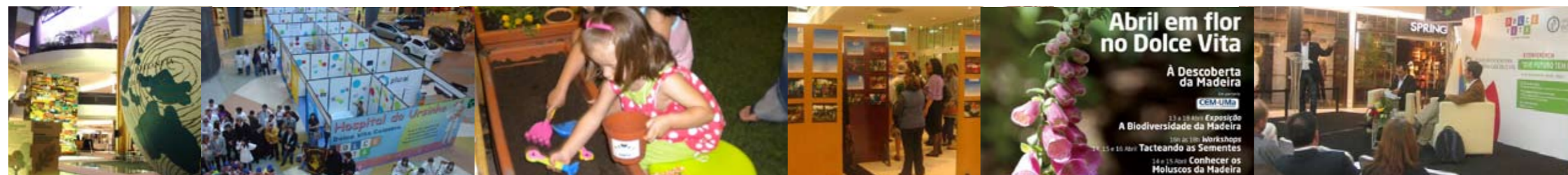
DV Coimbra e a Comunidade

Cumpridos 5 anos de vida, o Dolce Vita Coimbra é um exemplo de integração com a Comunidade Regional, sendo considerado um dos principais *stakeholders* da Cidade de Coimbra. Interpretando a filosofia Dolce Vita, este Centro Comercial desenvolve anualmente inúmeras actividades, em parceria com instituições desta região, destinadas aos mais diversos públicos e sob as mais abrangentes temáticas. Como elemento activo da Cidade, o Dolce Vita Coimbra é um dos Patrocinadores Oficiais da Associação Académica de Coimbra (Organismo Autónomo de Futebol) e Mecenaz Oficial do Jardim Botânico de Coimbra. No âmbito das acções desenvolvidas em prol da comunidade, o Dolce Vita Coimbra apoia dezenas de Instituições de Solidariedade Social acolhendo as suas iniciativas e projectos. Ao nível da educação e sensibilização para causas ligadas à saúde, o Dolce Vita Coimbra apoia regularmente rastreios de saúde para os seus convidados. O Dolce Vita Coimbra assume também uma grande proximidade com a Comunidade Académica da Cidade. Exemplos deste relacionamento são acções desenvolvidas com o Museu da Ciência, com finalistas da Faculdade de Engenharia, através do projecto “Eco-Veículo”, a Semana da Saúde da Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra ou os rastreios da Escola Superior

de Saúde. Ainda no âmbito do ensino, é também de referir o projecto “Back to School” onde os mais velhos puderam ter aulas de música, teatro, literatura e muitas outras temáticas. No apoio aos colaboradores e prestadores de serviço do Dolce Vita Coimbra, é frequente a realização de acções de formação e sensibilização para questões de higiene, ambiente e segurança.

DV Ovar e a Comunidade

No âmbito da política interna do Grupo onde se insere a Marca Dolce Vita, o Dolce Vita Ovar tem vindo a desenvolver ao longo de 4 anos uma estreita relação com a comunidade envolvente, elevando os níveis e integração da população em diversas actividades culturais, desportivas e ligadas à área de saúde e bem-estar que tanto beneficiam os variados públicos. O Dolce Vita Ovar é um dos principais parceiros das actividades promovidas pelos principais órgãos colectivos da cidade e patrocinador de grupos de desporto onde podemos destacar o Ovarense e o grupo de Canoagem de Ovar. Seguindo sempre os seus valores base, o Dolce Vita Ovar apoia várias instituições sem fins lucrativos e favorece a comunicação dos mesmos. Para além destes apoios e parcerias, o Dolce Vita Ovar disponibiliza várias soluções para dinamizar alguns destes organismos de forma a agilizar com eles melhores práticas e mecanismos de divulgação mais dinâmicos e acertivos. Incrementar actividades no concelho é uma prioridade do Centro Comercial, tal como colaborar para uma melhoria das condições e da qualidade de vida na comunidade. Exemplo disto é o aluguer de um autocarro por parte do Centro Comercial para que lojistas e convidados possam deslocar-se gratuitamente dentro da cidade onde os transportes públicos são escassos. Também



// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

disponibilizamos formação aos colaboradores e prestadores de do Dolce Vita Ovar nas áreas de atendimento, segurança, higiene e ambiente.

DV Funchal a Comunidade

Em 2010 o Dolce Vita Funchal voltou a comprovar a sua forte relação com a comunidade regional madeirense. Através das inúmeras actividades que leva a cabo anualmente, é inegável o seu papel de pólo dinamizador de actividades educativas, culturais, lúdicas e desportivas. Mas se, por um lado, o objectivo é criar e promover o bem-estar de todos os convidados que visitam o nosso Centro Comercial, por outro lado pretende-se ir mais além e construir laços com as causas e as instituições de solidariedade social, que caracterizam a sociedade madeirense, proporcionando-lhes verdadeiras relações de parceria e apoio. Anualmente são dezenas as acções desenvolvidas em prol da comunidade com diversas Instituições de Solidariedade Social, entidades públicas e governamentais. Exemplo disso é a parceria com a Associação Casa do Voluntário, que procura acima de tudo divulgar e dinamizar os mais diversos programas de voluntariado e apoiar na angariação de novos membros.

Na área da educação é de salientar o trabalho realizado em conjunto com a Direcção Regional de Educação Especial e Reabilitação na promoção e dinamização do Serviço Técnico de Actividades Ocupacionais que tem a inclusão de pessoas com necessidades especiais como um dos seus principais objectivos. Isto tudo a par das acções constantes que procuram aliciar o interesse cultural nos mais jovens e que vão desde aos ateliers infantis à música, ao teatro e

à dança. Entre as muitas entidades na área da saúde com que o Dolce Vita Funchal colabora, cabe à Delegação Regional da Liga Contra ao Cancro da Mama um lugar de destaque pelo seu importante trabalho de prevenção e rastreio.

Por último, mas não menos importante, o ambiente é evidente na agenda do Dolce Vita Funchal, através de acções como as que são organizadas com o Parque Ecológico do Funchal, por exemplo. A formação ambiental, a par com a de higiene, segurança e saúde no trabalho são também uma constante em acções de sensibilização entre colaboradores, prestadores de serviço e equipa de gestão.

DV Monumental, Central Park, Miraflores e Picoas Plaza

Para os Centros Comerciais Dolce Vita Monumental, Central Park, Miraflores e Picoas Plaza a estratégia de sustentabilidade passou pela parceria com entidades públicas e privadas na área de influencia de cada Centro Comercial. Assim foi possível desenvolver em parceria com a Camara municipal de Lisboa, Associação-E-Nova e outros acções de sensibilização tanto ao nível das energias renováveis como da reciclagem. Continuamos também a apoiar associações e entidades com acções destinadas à comunidade como é o caso da loja da loja da Cruz Vermelha e espaços de solidariedade nos nossos CC's.

“Back to School” – actividades lúdicas para idosos

Em 2010, o Dolce Vita Coimbra deu continuidade ao espaço *Back to School*, onde se realizaram aulas, *workshops*, palestras e exposições para pessoas com mais de 60 anos. Este espaço tem como objetivo promover o desenvolvimento e a ocupação do tempo livre dos seniores, com actividades relacionadas com música, dança, teatro, literatura, artes plásticas, museologia, arte, entre outros. As várias iniciativas foram realizadas em parceria com 2 Universidades Seniores de Coimbra - ANAI e APOSENIOR.

Orquestra Geração Dolce Vita

Desde 2008 que o Dolce Vita Tejo apoia a Orquestra Dolce Vita, proporcionando formação musical a cerca de 250 crianças do Bairro do Casal da Mira na Amadora. Com este projeto, pretende-se promover a integração social de crianças que habitam em zonas mais desfavorecidas, sendo realizado em parceria com a Escola de Música do Conservatório Nacional e a Associação Unidos de Cabo Verde.

“Ajuda-me a Recolher”

Em parceria com a Crioestaminal, foi lançada uma campanha de Natal solidária nos Centros Comerciais Dolce Vita Tejo, Porto e Coimbra, em que se recolheram donativos e se apelou à oferta de artigos que as crianças de 4 maternidades mais necessitam.

Natal solidário

No Natal de 2010, o Dolce Vita Porto sensibilizou os seus visitantes a juntarem-se à causa da luta contra o cancro. Ao efetuar compras neste centro comercial, os clientes foram convidados a embrulhar os presentes em papel personalizado, ilustrados com desenhos realizados por crianças em tratamento no IPO de Porto e Lisboa.

Exposições solidárias

Para sensibilizar a sociedade para a importância do voluntariado e do trabalho das Instituições de Solidariedade Social, o Dolce Vita Funchal promoveu uma exposição fotográfica “2010, Um Desafio ao Voluntariado” que, em parceria com a Casa do Voluntário, divulgou o trabalho de 44 IPSS. Promoveu ainda uma exposição com trabalhos de vários artistas convidados, em que o montante angariado com a venda dos mesmo reverteu a favor do Centro de Apoio ao Sem Abrigo.

Oferta de donativos à Associação Unidos de Cabo Verde

A Associação Unidos de Cabo Verde, implementada há 20 anos no Concelho da Amadora, desempenhando funções de apoio social, económico e cultural à população local, na maior parte das vezes portadores de diversos problemas sociais graves. Associação Unidos de Cabo Verde recebeu uma prenda, ou melhor, muitas prendas inesperadas (brinquedos, roupa, acessórios para bebé, etc.).



// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

Protocolo Dolce Vita/HPP Saúde para Rastreios e Palestras de saúde

A Chamartín estabeleceu uma parceria com o Grupo HPP Saúde, para a realização de Testes/Rastreio gratuitos e de palestras de saúde realizadas por especialistas nos vários Centros Comerciais Dolce Vita. Em 2010, no âmbito deste protocolo foram realizados vários rastreios de nutrição e hidratação, cardiovasculares, hipertensão arterial, respiratórios e de obesidade. As palestras desenvolvidas recaíram sobre as seguintes temáticas: “Alimentação Saudável”, “Gripe H1N1”, “Alergologia”, “Como deixar de fumar” e “Stress Laboral”.

Sensibilização e rastreios de arritmia cardíaca

No âmbito da campanha “Bate, bate coração”, foram realizadas acções de sensibilização e rastreios às arritmias cardíacas, para assinalar o Dia Mundial do Ritmo Cardíaco. Médicos, enfermeiros e técnicos ensinaram os visitantes dos Dolce Vita Tejo, Coimbra e Porto a medir a sua pulsação e a sentirem o seu ritmo. “Hospital Ursinho” – sensibilização de crianças Para explicar aos mais novos as actividades correntes de um hospital, o Dolce Vita Coimbra criou o “Hospital Ursinho”, em que se simulou o funcionamento de um hospital dedicado aos bonecos das crianças. Esta iniciativa foi desenvolvida em parceria com a Faculdade de Medicina de Coimbra.

Ciclo de debates em Saúde

O Dolce Vita Coimbra promoveu também debates mensais com temas distintos na área da saúde, gratuitos e abertos à participação de todos os convidados, com dinamização de diferentes oradores.

“Semana do Ambiente” - educação ambiental

No âmbito da Semana do Ambiente entre 28 de maio e 7 de Junho, foram realizadas várias actividades no Dolce Vita Porto, com o objetivo de sensibilizar os seus visitantes para atitudes mais amigas do ambiente. Nesta semana, realizaram-se exposições e *workshops* alusivos aos temas da poupança de água, compostagem caseira e da reciclagem.

Plantação de 9.000 árvores

No seguimento do projeto de compensação das emissões de carbono no Dolce Vita Tejo e do Plano de Redução e Compensação de Emissões de Carbono da empresa, que tem vindo a ser aplicado desde 2007, foi ainda celebrado um protocolo com a Quercus para apoiar a reforestação da Serra do Alvão no distrito de Vila Real. No âmbito desta iniciativa foram realizadas, no mês de março, várias acções de reforestação enquadradas no projeto “Criar Bosques”. No total, foram plantadas 9 mil árvores nesta região.

// DOLCE VITA – UMA MARCA SUSTENTÁVEL

Exposições alusivas ao ambiente

Com o objetivo de sensibilizar a comunidade para a preservação do ambiente, o Dolce Vita Funchal promoveu várias exposições alusivas a este tema, destacando-se:

- “A Biodiversidade Madeirense” - para dar a conhecer a riqueza da biodiversidade da Madeira, em parceria com o Centro de Estudos da Macaronésia (CEM) da Universidade da Madeira;
- “O futuro do nosso clima: O Homem e a Atmosfera” - para sensibilizar e dar a conhecer as melhores soluções para combater as alterações climáticas, em parceria com a Associação Portuguesa de Engenharia do Ambiente;
- “Eco-arte” - exposição de peças de mobiliário feitas com material reciclado e/ou reutilizado.

“Quinzena dos Resíduos”

De 25 de Outubro a 7 de Novembro, o Dolce Vita Ovar promoveu a Quinzena dos Resíduos, onde se desenvolveram as seguintes iniciativas:

- Presença de um camião no parque de estacionamento onde se explicou aos visitantes o circuito dos resíduos urbanos potencialmente recicláveis, ensinando-se também a melhor forma de separar estes resíduos e a depositá-los nos Ecopontos;
- Exposição da “Associação Amigos do Cáster” sobre resíduos - impactes no ambiente,

formas de minimização, reutilização e informação dos melhores tratamentos e locais de recolha;

- Ateliers com diversas aplicações de resíduos, nomeadamente: puff's com garrafas PET, papel reciclado, etc.
- Exposições com roupa, jogos e elementos decorativos feitos com materiais recicláveis;
- Exposição de trabalhos realizados pelas crianças e jovens que participaram no Atelier de Verão: “Aquarelas de Verão Para Ser Cool...”.

Programa de Reciclagem de Rolhas de Cortiça

Através da disponibilização de depósitos para rolhas de cortiça nos centros comerciais, a Chamartín Imobiliária associou-se à Quercus no programa GREEN CORK - Programa de Reciclagem de Rolhas de Cortiça. Esta iniciativa visa a transformação das rolhas usadas noutros produtos, bem como contribuir para o financiamento de parte do Programa “Criar Bosques, Conservar a Biodiversidade”.

Concurso de Presépios de materiais reciclados

Com o objectivo de promover a reutilização de resíduos, o Dolce Vita Douro promoveu um concurso de Presépios elaborados com materiais reciclados.



05 // CORPORATE SOLUTIONS

Na unidade Corporate Solutions temos por objetivo conquistar os nossos clientes gerindo os seus espaços de forma a ir de encontro às suas necessidades. Em 2010, e com o objectivo de internalizar a gestão dos condomínios dos edifícios propriedade da Chamartín Imobiliária, foi criada a RUN Corporate Property Management. Nesse mesmo ano foi incorporada a gestão do Miraflores Office Center, Duque d' Ávila 185 e Edifício Pessoa.



// CORPORATE SOLUTIONS

Este projecto tem tido um *feedback* muito positivo por parte dos nossos clientes pois permitiu uma aproximação à realidade que os mesmos vivem nos imóveis. Deste modo, aumentou não só a nossa capacidade de resposta junto dos clientes mas também o facto de podermos ser mais preventivos relativamente a situações recorrentes.

Actualmente o nosso portfólio integra 31 activos, dos quais 19 escritórios, 4 armazéns, 7 lojas e 1 parque empresarial misto. Este representa uma área bruta locável (ABL) sob gestão de mais de 170 mil metros quadrados (-9% que em 2009), num total de 193 contratos de arrendamento relativos a 162 inquilinos. Em 2010 salienta-se a venda do Edifício D. Luís I e do Armazém de Coima. As taxas de ocupação dos espaços têm sido muito variáveis, fruto do contexto económico do mercado imobiliário. Em 2010, 4 edifícios mantiveram taxas de ocupação de 100%, 6 edifícios aumentaram ou mantiveram as taxas de ocupação que tinham em 2009 e 8 reduziram a sua ocupação.

Na gestão destes activos a nossa preocupação baseia-se em implementar medidas que promovam a eficiência dos espaços, nomeadamente no que respeita à energia e água consumida, conforto acústico e térmico e boa qualidade do ar.

Para conseguir bons ambientes de trabalho e de utilização, implementamos as seguintes medidas:

- Implementação de equipamentos eficientes;
- Monitorização regular de consumos;
- Análises regulares à qualidade do ar interior;
- Nos equipamentos de ar condicionados privilegiamos o uso de gases refrigerantes com menor impacte ambiental;
- Disponibilização de contentores para recolha selectiva de resíduos, para os utilizadores;
- Recolha de resíduos específicos, como: toners, tinteiros, pilhas e outros.

Portfólio em 2010:

359
MILHÕES EUROS EM
ACTIVOS

22,3
MILHÕES EUROS EM RENDAS

170.214
m² ABL SOB GESTÃO

193
CONTRATOS DE
ARRENDAMENTO

256.934
TRÁFEGO ANUAL TOTAL



// CORPORATE SOLUTIONS

Em 2010 salienta-se a continuação do processo de certificação energética dos activos de escritórios detidos pela Chamartín Imobiliária.

Este processo implicou, a nível global, um investimento de cerca de 200 mil euros aos quais acrescerá o valor da emissão dos respectivos certificados energéticos (cerca de 100 mil euros).

Escritórios Chamartín

Os escritórios sede da Chamartín são também geridos através do negócio Corporate Solutions, os seus resultados ilustram o desempenho dos activos que gerimos. A redução do consumo de energia nos escritórios foi de 17% entre 2009 e 2010. As reduções foram um pouco mais significativas nos escritórios Arrábida, com 21% face a 7% dos Escritórios Tejo.

Nos últimos 5 anos a redução global atingiu 36,2%. Por colaborador atingiu-se 13,6 GJ de consumo, o que representa uma redução de 19,3% entre 2009 e 2010.

Tabela 7
Consumo de energia ^[3] (GJ)

	Espaço	2006	2007	2008	2009	2010
Total	Escritórios Tejo	752	1.008	775	462	430
	Escritórios Arrábida	1.335	1.461	1.254	1.137	901
	Total	2.087	2.469	2.029	1.564	1.331
Total/ colaborador	Escritórios Tejo	15,7	21,0	19,9	15,9	13,9
	Escritórios Arrábida	14,7	17,0	15,9	16,7	13,4
	Total	15,0	18,4	17,2	16,8	13,6

Gráfico 17
Consumo de energia nos escritórios Chamartín - Arrábida e Tejo (GJ/colaborador)



A par com a redução do consumo de electricidade estão as emissões de CO₂ que se cifraram em 1,84 tCO₂e por colaborador, registando uma redução de 19,3% face ao ano anterior.

Tabela 8
Emissões de CO₂ (t CO₂e)

	Espaço	2006	2007	2008	2009	2010
Total	Escritórios Tejo	102	136	105	63	58
	Escritórios Arrábida	181	198	170	149	122
	Total	282	334	274	212	180
Total/ colaborador	Escritórios Tejo	2,12	2,84	2,69	2,16	1,88
	Escritórios Arrábida	1,98	2,30	2,15	2,26	1,82
	Total	2,03	2,49	2,33	2,23	1,84

^[3] Neste indicador apenas está a ser contabilizado o consumo de electricidade dos escritórios.

// CORPORATE SOLUTIONS

Gráfico 18
Emissões de CO₂ nos escritórios Chamartín - Arrábida e Tejo (tCO₂e/colaborador)



Nos escritórios Arrábida o aumento significativo no consumo de água deveu-se sobretudo a duas intervenções realizadas ao nível das áreas comuns do edifício, uma ao nível do sistema de refrigeração e outra que consistiu num teste de estanquidade à cobertura do edifício. Contabilizando apenas os consumos das áreas de escritório, o aumento do consumo por colaborador em 2010 foi de 0,3% e por metro quadrado de área foi de 1,1%.

Relativamente aos escritórios Tejo, durante o ano 2010 a Chamartín passou a dividir o espaço do edifício com mais um inquilino pelo que não é possível discriminar os consumos entre as duas entidades, daí não serem apresentados resultados relativos a este escritório.

Tabela 9
Consumo de água (m³)

	Espaço	2006	2007	2008	2009	2010
Total	Escritórios Arrábida	1.330	1.485	2.373	1.350	2.211
Total/ colaborador	Escritórios Arrábida	14,62	17,29	30,04	20,45	33,00

Gráfico 19
Consumo de água nos escritórios Arrábida



Tabela 10
Consumo de papel (kg)

	Espaço	2009	2010
Total/ colaborador	Escritórios Arrábida	30,86	20,36
	Escritórios Tejo	37,00	20,86
	Total	32,74	20,78

No que concerne aos consumos de papel a redução foi notória com 36,5% face a 2009. Neste caso os escritórios Tejo tiveram uma actuação mais efectiva, com uma redução superior de um ano para o outro. Nos últimos 5 anos verificou-se uma redução global de 60%.



06 // COMPROMISSOS

O desenvolvimento da Chamartín tem em vista o cumprimento dos seguintes objectivos económicos, ambientais e sociais:



// COMPROMISSOS

COMPROMISSOS ASSUMIDOS EM 2010	CUMPRIMENTO
Sensibilização ambiental a 80% dos colaboradores directos	META NÃO CUMPRIDA Apenas 22,5% dos colaboradores com formação
Sensibilização em segurança e saúde no trabalho a 80% dos colaboradores directos	META CUMPRIDA 80,9% dos colaboradores com formação
Realização de 2 Programas de saúde e bem-estar do trabalho para colaboradores	META CUMPRIDA Foram realizados os programas: <i>Check-up</i> de saúde individual e a Campanha de vacinação da Gripe Sazonal
Participação em Sugestões de Melhoria de Segurança e Saúde no Trabalho (1 sugestão /30 colaboradores)	META CUMPRIDA Recebidas 1,6 sugestões / 30 colaboradores
Redução do consumo de papel em 5% nos Escritórios Tejo e Arrábida	META CUMPRIDA Reduzimos o consumo de papel nos escritórios Tejo em 43,6% e Arrábida em 34%
Reduzir o consumo de água em: - 1% no DV Douro, DV Porto e DV Coimbra - Manter o consumo de 2009 no DV Ovar e DV Funchal - Reduzir 1,5% nos escritórios da Arrábida	META CUMPRIDA nos DV Douro (-3%), Coimbra (-6,5%) e Funchal (-12%) META NÃO CUMPRIDA nos DV Porto (+8,6%), Ovar (+1,9%) e Escritórios Arrábida (+62,6%)
Reduzir o consumo de energia em: - Reduzir 1% no DV Coimbra - Manter o consumo de 2009 no DV Douro, DV Porto, DV Ovar e DV Funchal - 1,5% nos escritórios Arrábida e Tejo	META CUMPRIDA nos DV Coimbra (-2,6%) e Funchal (-15,1%) e Escritórios de Arrábida (-21,5%) e Tejo (-17,5%) META NÃO CUMPRIDA nos DV Douro (+2,8%), Porto (+5%) e Ovar (+8,1%)
Indicative BREEAM Rating	META CUMPRIDA
Obtenção da Certificação Ambiental (ISO 14001) no DV Tejo e Kidzania	META CUMPRIDA
Obtenção da Certificação SST (OHSAS 18001) no DV Tejo e Kidzania	META CUMPRIDA
Proporção dos Resíduos Totais em: - DV Douro - 40% - DV Coimbra - 30% - DV Porto - 43% - DV Ovar - 35% - DV Funchal - 40% - DV Tejo - 56%	META CUMPRIDA nos DV Coimbra (30,8%), Porto (55,3%), Ovar (40,9%) e Funchal (41,7%) META NÃO CUMPRIDA nos DV Douro (39,3%) e Tejo (33,1%)

// COMPROMISSOS

(cont.) COMPROMISSOS ASSUMIDOS EM 2010	(cont.) CUMPRIMENTO
Índice de Desempenho da Auditoria Técnica de Gestão de 85% (ambiental e SST)	META CUMPRIDA nos DV Coimbra, Ovar e Tejo ao nível ambiental e nos DV Coimbra, Ovar e Funchal ao nível de SST META NÃO CUMPRIDA nos DV Douro, Porto e Funchal ao nível ambiental e DV Douro, Porto e Tejo ao nível de SST
Acções de Sensibilização ambiental para 30% dos operadores por centro comercial e 30% dos prestadores de serviço por centro comercial	META CUMPRIDA nos DV Douro, Coimbra, Porto, Funchal, Ovar (prestadores de serviços) e Tejo (prestadores de serviços) META NÃO CUMPRIDA nos DV Ovar (operadores) e Tejo (operadores)
Acções de Sensibilização em SST para 15% dos operadores por centro comercial e 15% dos prestadores de serviço por centro comercial	META CUMPRIDA nos DV Douro, Coimbra, Porto, Funchal, Ovar e Tejo (prestadores de serviços) META NÃO CUMPRIDA no DV Tejo (operadores)
3 Acções de Sensibilização Ambiental para Convidados por centro comercial	META CUMPRIDA
1 Acção de Sensibilização de Segurança e Saúde no Trabalho para Convidados por centro comercial	META CUMPRIDA
No DV Braga: Recolha dos Derrames, em 3 horas	META CUMPRIDA Recolha de derrames em 1,37 horas
No DV Braga: Atingir uma proporção de 75% de Valorização dos Resíduos de Construção	META CUMPRIDA 99,9% de valorização dos resíduos de construção
No DV Braga: Realização de acções de Sensibilização Ambiental para 100% dos Encarregados	META CUMPRIDA Foram realizadas acções de Sensibilização Ambiental a 100% dos Encarregados

// COMPROMISSOS

// COMPROMISSOS PARA 2011
Sensibilização ambiental a 75% da Equipa Ambiente e Segurança
Sensibilização em segurança e saúde no trabalho a 75% dos colaboradores directos
Realização de 2 Programas de saúde e bem-estar do trabalho para colaboradores
Participação em Sugestões de Melhoria de Segurança e Saúde no Trabalho (1 sugestão / 30 colaboradores)
Redução do consumo de papel em 3% nos Escritórios Tejo e Arrábida
Consumo de água: - Manter o consumo no DV Douro, DV Coimbra, DV Ovar, DV Funchal, DV Tejo - Aumentar em 1,5% o consumo no DV Porto - Reduzir em 2% o consumo na Kidzania - Reduzir em 1,0% o consumo nos escritórios Arrábida
Consumo de energia: - Manter o consumo no DV Douro, DV Porto, DV Coimbra, DV Ovar, DV Funchal - Reduzir em 2% o consumo no DV Tejo - Reduzir em 2% o consumo na Kidzania - Reduzir em 1,0% o consumo nos escritórios Arrábida e Tejo
Obter proporção dos Resíduos Totais Reciclados: - DV Douro - 35,0% - DV Coimbra - 30,0% - DV Porto - 50,0% - DV Ovar - 37,5% - DV Funchal - 40,0% - DV Tejo - 33,0%
Índice de Desempenho da Auditoria Técnica de Gestão de 85% no âmbito ambiental e de SST
Acções de Sensibilização ambiental para 30% dos operadores por centro comercial e 30% dos colaboradores dos prestadores de serviço por centro comercial
Acções de Sensibilização em SST para 15% dos operadores por centro comercial e 15% dos prestadores de serviço por centro comercial
Realização de 3 Acções de Sensibilização Ambiental para Convidados por centro comercial
Realização de 1 Acção de Sensibilização de Segurança e Saúde no Trabalho para Convidados por centro comercial
No DV Braga: Recolha dos Derrames, em 3 horas
No DV Braga: Atingir uma proporção de 75% de Valorização dos Resíduos de Construção
No DV Braga: Realização de acções de Sensibilização Ambiental para 100% dos Encarregados
Na Kidzania: Realização de acções de Sensibilização Ambiental para 80% dos Monitores e 30% dos Colaboradores dos Prestadores de Serviços
Na Kidzania: Realização de acções de Sensibilização em SST para 80% dos Monitores e 15% dos Colaboradores dos Prestadores de Serviços

// TABELA GRI & NOTAS
METODOLÓGICAS

// TABELA GRI

ESTRATÉGIA E ANÁLISE		Observações Página
1.1	Declaração da pessoa com o maior poder de decisão na organização sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e a sua estratégia	3
1.2	Descrição dos principais impactes, riscos e oportunidades, relacionados com a actividade da empresa	6-8, 19

PERFIL ORGANIZACIONAL		Observações Página
2.1	Denominação da organização relatora	28
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços.	7-8
2.3	Estrutura operacional da organização, incluindo principais departamentos, empresas em funcionamento, empresas participadas e joint ventures	11, 12
2.4	Localização da sede social da empresa	28
2.5	Países em que está presente e nome daqueles com operações significativamente relevantes para as questões de sustentabilidade abordadas no relatório	7
2.6	Tipo e natureza jurídico-legal de propriedade	28
2.7	Mercados abrangidos	6-7
2.8	Dimensão da organização relatora, incluindo número de funcionários, vendas líquidas e quantidade de produtos disponibilizados e serviços prestados	5-8
2.9	Principais alterações que tenham ocorrido, durante o período abrangido pelo relatório, referentes à dimensão, à estrutura organizacional ou à estrutura accionista	11, 53
2.10	Prémios recebidos durante o período a que se refere o relatório	8-9

PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO		Observações Página
3.1	Período abrangido para as informações apresentadas no relatório	2
3.2	Data do último relatório publicado	53
3.3	Ciclo de publicação de relatórios	53
3.4	Pessoa(s) a ser(em) contactada(s) para esclarecimentos referentes ao relatório ou ao seu conteúdo, incluindo o endereço electrónico e o site da internet	2
3.5	Processo para a definição do conteúdo do relatório, incluindo: o processo para determinar a relevância, a definição de questões prioritárias no âmbito do relatório e a identificação das partes interessadas que sejam potenciais utilizadoras do relatório	53
3.6	Limites do relatório (países ou regiões, produtos ou serviços, departamentos, instalações, joint ventures ou empresas participadas, bem como outras limitações de âmbito específico)	2
3.7	Refira quaisquer limitações específicas relativas ao âmbito e ao limite do relatório	53
3.8	Base de elaboração do relatório no que se refere a joint ventures, empresas participadas, parcialmente controladas, instalações arrendadas, operações subcontratadas e outras situações que possam afectar significativamente a comparabilidade entre períodos distintos ou com relatórios de outras organizações	2
3.9	Técnicas de medição de dados e as bases de cálculo, incluindo hipóteses e técnicas subjacentes às estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e de outras informações contidas no relatório	53

//TABELA GRI

PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO		Observações	Página
3.10	Explicação do efeito de quaisquer reformulações de informações existentes em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações (por ex., fusões/aquisições, mudança do período ou ano base, natureza do negócio, métodos de medição)	53	
3.11	Alterações significativas, em relação a relatórios anteriores, no âmbito, limite ou métodos de medição aplicados	53	
3.12	Tabela que identifica o local das informações-padrão no relatório	44-52	
3.13	Política e prática corrente relativa à procura de um processo independente de garantia de fiabilidade para o relatório. Se não for incluída no relatório de garantia de fiabilidade que acompanha o relatório de sustentabilidade, explique o âmbito e a base de qualquer verificação independente que se tenha realizado, assim como a natureza da relação existente entre a organização e o(s) auditor(es)	Não existiu	
GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENVOLVIMENTO		Observações	Página
4.1	Estrutura de governança da organização, incluindo comissões subordinadas ao órgão de governança hierarquicamente mais elevado e com responsabilidade por tarefas específicas, tais como a definição da estratégia ou a supervisão da organização	11	
4.2	Indicar se o Presidente do órgão de governança hierarquicamente mais elevado é, simultaneamente, um director executivo (e, nesse caso, quais as suas funções no âmbito da gestão da organização e as razões para esta composição).	11	
4.3	Indicar, no caso de organizações com uma estrutura de administração unitária, o número de membros do órgão de governança hierarquicamente mais elevado que são independentes e/ou os membros não-executivos	11	
4.4	Mecanismos que permitam a accionistas e funcionários transmitir recomendações ou orientações ao órgão de governança hierarquicamente mais elevado	11	
4.5	Relação entre a remuneração dos membros do órgão de governança hierarquicamente mais elevado, dos directores de topo e dos executivos (incluindo acordos de tomada de decisão) e o desempenho da organização (incluindo o desempenho social e ambiental)	ND	
4.6	Processos ao dispor do órgão de governança hierarquicamente mais elevado para evitar a ocorrência de conflitos de interesse	18	
4.7	Processo para a determinação das qualificações e competências exigidas aos membros do órgão de governança hierarquicamente mais elevado para definir a estratégia da organização relativamente às questões ligadas ao desempenho económico, ambiental e social	ND	
4.8	O desenvolvimento interno de declarações de princípios ou de missão, códigos de conduta e princípios considerados relevantes para o desempenho económico, ambiental e social, assim como a fase de implementação	18	
4.9	Processos do órgão de governança, hierarquicamente mais elevado, para supervisionar a forma como a organização efectua a identificação e a gestão do desempenho económico, ambiental e social, a identificação e a gestão de riscos e oportunidades relevantes, bem como a adesão ou conformidade com as normas internacionalmente aceites, códigos de conduta e princípios	11, 17	

//TABELA GRI

GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENVOLVIMENTO		Observações	Página
4.10	Processos para a avaliação do desempenho do órgão de governança hierarquicamente mais elevado, especialmente em relação ao desempenho económico, ambiental e social	ND	
4.11	Explicação sobre se o princípio da precaução é abordado pela organização e de que forma	R&C	
4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas, desenvolvidas externamente, de carácter económico, ambiental e social, que a organização subscreve ou defende	18	
4.13	Participação significativa em associações (tais como associações industriais) e/ou organizações de defesa nacionais/internacionais, em que a organização: detém posições nos órgãos de governança; participa em projectos e comissões; contribui com financiamentos substanciais, que ultrapassam as obrigações normais dos participantes; encara a participação como estratégica	ND	
4.14	Relação dos grupos que constituem as partes interessadas envolvidas pela organização	10, 30	
4.15	Base para a identificação e selecção das partes interessadas a serem envolvidas	53	
4.16	Abordagens utilizadas para envolver as partes interessadas, incluindo a frequência do envolvimento, por tipo e por grupos, das partes interessadas	11, 13, 22	
4.17	Principais questões e preocupações identificadas através do envolvimento das partes interessadas e as medidas adoptadas pela organização no tratamento das mesmas, nomeadamente através dos relatórios	19	
Abordagem de Gestão e Indicadores de Desempenho Económicos			
Desempenho Económico			
EC1	Valor económico directo gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de funcionários, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos a investidores e governos	6	
EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as actividades da organização, devido às alterações climáticas	26-27, 38-39	
EC3	Cobertura das obrigações referentes ao plano de benefícios definidos pela organização	NA	
EC4	Apoio financeiro significativo recebido do governo	Não existiu	
Presença no Mercado			
EC5	Rácio entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, nas unidades operacionais importantes	ND	
EC6	Políticas, práticas e proporção de custos com fornecedores locais, em unidades operacionais importantes	22	
EC7	Procedimentos para a contratação local e proporção de cargos de gestão de topo ocupado por indivíduos provenientes da comunidade local, nas unidades operacionais mais importantes	14	
Impactes Económicos Indirectos			
EC8	Desenvolvimento e impacto dos investimentos em infra-estruturas e serviços que visam essencialmente o benefício público através de envolvimento comercial, em géneros ou pro bono	29-35	
EC9	Descrição e análise dos Impactes Económicos Indirectos mais significativos, incluindo a sua extensão	7	

//TABELA GRI

GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENVOLVIMENTO		Observações Página
Abordagem de Gestão e Indicadores de Desempenho Ambiental		
Matérias-primas		
EN1	Discriminação das matérias-primas, por peso ou por volume	NR
EN2	Porcentagem das matérias-primas utilizadas que são provenientes de reciclagem	NR
Energia		
EN3	Discriminação do consumo directo de energia, por fonte de energia primária	26, 38
EN4	Discriminação do consumo indirecto de energia, por fonte primária	26, 38
EN5	Total de poupança de energia devido a melhorias na conservação e na eficiência	26, 38
EN6	Iniciativas para fornecer produtos e serviços baseados na eficiência energética ou nas energias renováveis, e reduções no consumo de energia em resultado dessas iniciativas	24-26, 37-38
EN7	Iniciativas para reduzir o consumo indirecto de energia e objectivos alcançados	24-26, 37-38
Água		
EN8	Consumo total de água, por fonte	27-28
EN9	Fontes hídricas significativamente afectadas pelo consumo de água	NR
EN10	Porcentagem e volume total de água reciclada e reutilizada	Não existe
Biodiversidade		
EN11	Localização e dimensão dos terrenos pertencentes, arrendados ou administrados pela organização em áreas protegidas ou de elevado valor para a biodiversidade, ou adjacente às mesmas	Não existem
EN12	Descrição dos impactes significativos de actividades, produtos e serviços sobre áreas protegidas ou de elevado valor para a biodiversidade	Não existem
EN13	Habitats protegidos ou recuperados	ND
EN14	Estratégias e programas, atuais e futuros, de gestão de impactes na biodiversidade	ND
EN15	Número de espécies, na Lista Vermelha da IUCN e na lista nacional de conservação das espécies, com habitats em áreas afectadas por operações, discriminadas por nível de risco de extinção	ND
Emissões, efluentes e resíduos		
EN16	Totalidade das emissões de gases causadores do efeito de estufa, por peso	27, 38-39
EN17	Outras emissões relevantes e indirectas de gases com efeito de estufa, por peso	ND
EN18	Iniciativas para reduzir as emissões de gases com efeito de estufa, assim como reduções alcançadas	24-27, 38-39
EN19	Emissão de substâncias destruidoras da camada de ozono, por peso	ND
EN20	NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e por peso	ND
EN21	Descarga total de água, por qualidade e destino	ND
EN22	Quantidade total de resíduos, por tipo e método utilizado no fim de linha	28
EN23	Número e volume total de descargas significativas	ND

//TABELA GRI

GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENVOLVIMENTO		Observações Página
Abordagem de Gestão e Indicadores de Desempenho Ambiental		
Emissões, efluentes e resíduos		
EN24	Peso dos resíduos transportados, importados, exportados ou tratados, considerados perigosos nos termos da Convenção de Basileia – Anexos I, II, III e VIII, e percentagem de resíduos transportados por navio, a nível internacional	NR
EN25	Identificar a dimensão, o estatuto de protecção e valor para a biodiversidade dos recursos hídricos e respectivos habitats, afectados de forma significativa pelas descargas de água e escoamento superficial	NR
Produtos e Serviços		
EN26	Iniciativas para mitigar os impactes ambientais de produtos e serviços e o grau de redução do impacte	24-28
EN27	Porcentagem recuperada de produtos vendidos e respectivas embalagens, por categoria	NA
Conformidade		
EN28	Montantes envolvidos no pagamento de coimas significativas e o número total de sanções não-monetárias por incumprimento das leis e regulamentos ambientais	ND
Transportes		
EN29	Impactes ambientais significativos, resultantes do transporte de produtos e outros bens ou matérias-primas utilizados nas operações da organização, bem como o transporte de funcionários	ND
Geral		
EN30	Total de custos e investimentos com a protecção ambiental, por tipo	38
Abordagem de Gestão e Indicadores de Desempenho Social – Práticas laborais e trabalho condigno		
Emprego		
LA1	Discrimine a mão-de-obra total, por tipo de emprego, por contrato de trabalho e por região	14
LA2	Discrimine o número total funcionários e respectiva taxa de rotatividade, por faixa etária, por género e por região	14
LA3	Benefícios assegurados aos funcionários a tempo inteiro que não são concedidos a funcionários temporários ou a tempo parcial	NA
Relação entre funcionários e administração		
LA4	Porcentagem de funcionários abrangidos por acordos de negociação colectiva	NR
LA5	Prazos mínimos para aviso prévio em relação a mudanças operacionais, incluindo se essa questão é mencionada nos acordos de negociação colectiva	De acordo com a lei
Segurança e saúde no trabalho		
LA6	Porcentagem da totalidade da mão-de-obra representada em comissões formais de segurança e saúde, que ajudam no acompanhamento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional	12
LA7	Porcentagens de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e óbitos relacionados com o trabalho, por região	14

//TABELA GRI

GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENVOLVIMENTO		Observações	Página
Abordagem de Gestão e Indicadores de Desempenho Social – Práticas laborais e trabalho condigno			
Segurança e saúde no trabalho			
LA8	Programas de educação, formação, aconselhamento, prevenção e controlo de risco, em curso, para garantir assistência aos funcionários, às suas famílias ou aos membros da comunidade afectados por doenças graves	15	
LA9	Tópicos relativos a saúde e segurança, abrangidos por acordos formais com sindicatos	NR	
Formação e educação			
LA10	Média de horas de formação, por ano, por funcionário, discriminadas por categoria de funcionário	15	
LA11	Programas para a gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários e para a gestão de carreira	23, 30	
LA12	Percentagem de funcionários que recebem, regularmente, análises de desempenho e de desenvolvimento da carreira	13	
Diversidade e Igualdade de Oportunidades			
LA13	Composição dos órgãos de governança e discriminação dos funcionários por categoria, de acordo com o género, a faixa etária, as minorias e outros indicadores de diversidade	14	
LA14	Discriminação do rácio do salário-base de homens e mulheres, por categoria	ND	
Abordagem de Gestão e Indicadores de Desempenho Social – Direitos Humanos			
Práticas de investimento e aquisições			
HR1	Percentagem e número total de acordos de investimento significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos	ND	
HR2	Percentagem dos principais fornecedores e empresas contratadas que foram submetidos a avaliações relativas a direitos humanos	ND	
HR3	Número total de horas de formação em políticas e procedimentos relativos a aspectos dos direitos humanos relevantes para as operações, incluindo a percentagem de funcionários que beneficiaram de formação	22	
Não discriminação			
HR4	Número total de casos de discriminação e acções tomadas	Não existiram	
Liberdade de associação e acordos de negociação colectiva			
HR5	Casos em que exista um risco significativo de impedimento ao livre exercício da liberdade de associação e realização de acordos de negociação colectiva, e medidas que contribuam para a sua eliminação	NR	
Trabalho infantil			
HR6	Casos em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho infantil, e medidas que contribuam para a sua eliminação	NR	
Trabalho forçado e escravo			
HR7	Casos em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou escravo, e medidas que contribuam para a sua eliminação	NR	

//TABELA GRI

GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENVOLVIMENTO		Observações	Página
Abordagem de Gestão e Indicadores de Desempenho Social – Direitos Humanos			
Práticas de Segurança			
HR8	Percentagem do pessoal de segurança submetido a formação nas políticas ou procedimentos da organização, relativos aos direitos humanos, e que são relevantes para as operações	18	
Direitos dos Indígenas			
HR9	Número total de Incidentes que envolvam a violação dos direitos dos povos indígenas e acções tomadas	NA	
Abordagem de Gestão e Indicadores de Desempenho Social – Sociedade			
Comunidade			
S01	Natureza, âmbito e eficácia de programas e práticas para avaliar e gerir os impactes das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída	18-19, 29	
Corrupção			
S02	Percentagem e número total de unidades de negócio alvo de análise de riscos para prevenir a corrupção	ND	
S03	Percentagem de funcionários que tenham efetuado formação nas políticas e práticas de anticorrupção da organização	ND	
S04	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	ND	
Políticas públicas			
S05	Participação na elaboração de políticas públicas e lobbies	ND	
S06	Valor total das contribuições financeiras ou em espécie a partidos políticos, políticos ou a instituições relacionadas, discriminadas por país	ND	
Concorrência desleal			
S07	Número total de acções judiciais por concorrência desleal, antitrust e práticas de monopólio, bem como os seus resultados	ND	
Conformidade			
S08	Indique o número total de multas e sanções não-monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos	ND	
Abordagem de Gestão e Indicadores de Desempenho Social – Responsabilidade pelo Produto			
Saúde e Segurança do cliente			
PR1	Indique os ciclos de vida dos produtos e serviços em que os impactes de saúde e segurança são avaliados com o objectivo de efectuar melhorias, bem como a percentagem das principais categorias de produtos e serviços sujeitas a tais procedimentos	17	
PR2	Refira o número total de incidentes resultantes da não-conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos aos impactes, na saúde e segurança, dos produtos e serviços durante o respetivo ciclo de vida, discriminado por tipo de resultado	ND	

//TABELA GRI

GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENVOLVIMENTO		Observações Página
Abordagem de Gestão e Indicadores de Desempenho Social – Responsabilidade pelo Produto		
Rotulagem de produtos e serviços		
PR3	Indique o tipo de procedimentos para informação e rotulagem dos produtos e serviços, bem como a percentagem dos principais produtos e serviços sujeitos a tais requisitos	NR
PR4	Indique o número total de incidentes resultantes da não-conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos à informação e rotulagem de produtos e serviços, discriminados por tipo de resultado	NR
PR5	Procedimentos relacionados com a satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que meçam a satisfação do cliente	ND
Comunicações de marketing		
PR6	Programas de adesão a leis, normas e códigos voluntários relacionados com comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio	Não existem
PR7	Indique o número total de incidentes resultantes da não-conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado	NR
Privacidade dos clientes		
PR8	Número total de reclamações registadas relativas à violação da privacidade de clientes	Não existem
Conformidade		
PR9	Indique o número total de multas e sanções não-monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos	ND

LEGENDA:
 ND - Não disponível | NA - Não aplicável | NR - Não relevante | R&C - Relatório & Contas

//NOTAS METODOLÓGICAS

A Chamartín publica anualmente o seu relatório de Sustentabilidade, encontrando-se disponível no site da empresa.

// CONSIDERAÇÕES RELATIVAS À APRESENTAÇÃO DE DADOS AMBIENTAIS, SOCIAIS E ECONÓMICOS

Os dados apresentados neste relatório têm por base os sistemas de informação da empresa, as normas internacionais de contabilidade, a legislação do direito do trabalho e do ambiente, bem como os princípios de conduta voluntariamente adoptados pela empresa.

Indicadores Ambientais

Foram utilizadas as seguintes conversões de unidades e fontes de informação de factores utilizados.

Gasóleo	PCI (GJ/ton)	43,31	Agência Portuguesa do Ambiente
	Densidade (Ton/m ³)	0,837	Agência Portuguesa do Ambiente
	Factor Emissão CO ₂ (Kg CO ₂ /GJ)	74,1	Agência Portuguesa do Ambiente
Gás Natural	PCI (GJ/1000 m ³)	38,74	Agência Portuguesa do Ambiente
	Factor Emissão CO ₂ (Kg CO ₂ /GJ)	56,10	Agência Portuguesa do Ambiente
Electricidade	Factor Emissão CO ₂ (Kg CO ₂ /KWh)	0,487	Carbono Zero
	1 KWh = 0,0036 GJ		Agência Internacional de Energia

// ALTERAÇÕES VERIFICADAS EM RELAÇÃO AO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE ANTERIOR

Os dados de desempenho reportam-se ao portfólio de activos em Portugal, da empresa no ano 2010.

Em alguns dos indicadores ambientais o âmbito dos dados apresentados é encurtado, visto não existirem por enquanto metodologias adequadas para recolha dos mesmos indicadores em todas as unidades de negócio.

Este ano não são apresentados dados ambientais dos Edifícios geridos pela área Corporate por não terem sido alvo de monitorização e registo durante o ano.

//BASE PARA IDENTIFICAÇÃO DO CONTEÚDO DO RELATÓRIO

O conteúdo do relatório foi definido de acordo com uma análise interna, com base no *know-how* da empresa e do feedback recebido das principais partes interessadas durante a actividade das diferentes áreas de negócio e ainda com base na percepção dos temas de sustentabilidade relevantes para o sector.

// INQUÉRITO

Como teve conhecimento do Relatório de Sustentabilidade 2010?

- A empresa enviou-me
 Quando visitei a empresa
 Outro

Já conhecia os Relatórios de Sustentabilidade anteriores?

- Sim
 Não

A que grupo de *stakeholders* pertence?

- Investidores Meios de Comunicação Social
 Fornecedores Autoridades Governamentais
 Operadores Colaboradores
 Convidados Comunidade Local

Concorda que o Relatório aborda todos os assuntos relevantes referentes à actividade da Chamartín Imobiliária?

- Concordo plenamente Discordo
 Concordo Discordo Plenamente

Concorda que o Relatório de Sustentabilidade 2008 aborda todos os assuntos relevantes referentes à actividade da Chamartín Imobiliária?

- Concordo plenamente Discordo
 Concordo Discordo Plenamente

Se desejar pode indicar assuntos que gostaria de ver no Relatório:

Por favor classifique os seguintes aspetos do Relatório de Sustentabilidade:

- Conteúdo escrito 1 2 3 4
Apresentação gráfica 1 2 3 4
Dimensão 1 2 3 4

Escala: 1 Excelente; 2 Bom; 3 Suficiente; 4 Mediocre

Até que ponto considera que os dados apresentados são suficientes para avaliar o desempenho da empresa:

A forma como a empresa desenvolve o negócio

- Completamente Até certo ponto
 De forma alguma

Relação com investidores e financiadores

- Completamente Até certo ponto
 De forma alguma

Relação com colaboradores

- Completamente Até certo ponto
 De forma alguma

Relação com operadores

- Completamente Até certo ponto
 De forma alguma

Relação com visitantes

- Completamente Até certo ponto
 De forma alguma

Relação com as comunidades locais

- Completamente Até certo ponto
 De forma alguma

Relação com as autoridades governamentais

- Completamente Até certo ponto
 De forma alguma

Comunicação

- Completamente Até certo ponto
 De forma alguma

Por favor deixe os seus comentários ou sugestões:

A sua opinião é importante para a Chamartín, por favor preencha o questionário, e envie-o para o e-mail: drh.imobiliaria@Chamartin.eu

FICHA TÉCNICA

EDIÇÃO: Chamarín Imobiliária
CONSULTORIA: Sustentare, Lda
DESIGN: Sustentare, Lda
FOTOGRAFIAS: Arquivo Chamartín



CHAMARTÍN
RUA MÁRTIR S. SEBASTIÃO, 251 AFURADA
4400-499 VILA NOVA DE GAIA

T: +351 227 719 400 | F: +351 227 719 402

WWW.CHAMARTINIMOBILIÁRIA.COM
WWW.CHAMARTINIMOBILIARIA.COM/SUSTENTABILIDADE

