



# RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2021





# Sumário

## CAPÍTULO 1

<b>INTRODUÇÃO</b> . . . . .	<b>3</b>
Dedicatória . . . . .	4
Mensagem da Liderança . . . . .	5
Sobre o Relatório . . . . .	7

## CAPÍTULO 2

<b>A ANCAR IVANHOE</b> . . . . .	<b>11</b>
Quem somos . . . . .	12
Nossa história . . . . .	14
Nossos shoppings . . . . .	15
Destaques de 2021 . . . . .	17
Prêmios e Reconhecimento . . . . .	18
Combate à Covid-19 . . . . .	19

## CAPÍTULO 3

<b>ÉTICA E GOVERNANÇA CORPORATIVA</b> . . . . .	<b>22</b>
Estrutura de governança . . . . .	23
Ética e combate à corrupção . . . . .	25
Gestão de risco . . . . .	28

## CAPÍTULO 4

<b>DESEMPENHO</b> . . . . .	<b>31</b>
Cenário Setorial . . . . .	32
Desempenho Operacional . . . . .	33
Desempenho Econômico-Financeiro . . . . .	37

## CAPÍTULO 5

<b>PESSOAS</b> . . . . .	<b>41</b>
Nossa gente . . . . .	42
Lojistas . . . . .	53
Cadeia de fornecedores . . . . .	55
Clientes . . . . .	56
Investidores . . . . .	57
Impacto nas comunidades . . . . .	58

## CAPÍTULO 6

<b>PLANETA</b> . . . . .	<b>63</b>
Gestão ambiental . . . . .	64
Água . . . . .	67
Energia . . . . .	69
Mudanças climáticas . . . . .	70
Resíduos . . . . .	71

## CAPÍTULO 7

<b>ANEXOS</b> . . . . .	<b>79</b>
-------------------------	-----------



# INTRODUÇÃO

# Dedicatória

*Os últimos anos têm sido profundamente transformadores para todos nós. Em 2021, continuamos vivendo sob os efeitos da pandemia da Covid-19 e seus impactos.*

*Nesse período, repensamos nossa forma de atuação e buscamos novas maneiras de gerar valor para acionistas, lojistas e colaboradores, mas também para as comunidades onde estamos inseridos e a sociedade como um todo. Apenas uma coisa não mudou: **nossa missão de fazer a diferença e transformar para melhor tudo aquilo em que estamos envolvidos.***

*Por isso, aproveitamos este espaço para agradecer ao engajamento e dedicação de todos aqueles que nos apoiam nessa jornada — especialmente aos colaboradores. **Graças a vocês, continuamos nos transformando e fazendo cada vez mais a diferença.***



# Mensagem da Liderança

GRI 102-14 / 102-51

**OLHANDO PARA O FUTURO.** É assim que temos o orgulho de completar, agora em 2022, data da publicação deste relatório, 50 anos de uma trajetória repleta de parcerias de sucesso com lojistas e milhares de momentos encantadores compartilhados com nossos consumidores e colaboradores, além de centenas de projetos que fizeram a diferença nas comunidades onde estamos presentes. São estes tantos anos de história que nos respaldam para ir além e assumir um compromisso com as futuras gerações. Com essa mensagem, apresentamos o primeiro Relatório de Sustentabilidade da Ancar Ivanhoe.

Neste relatório, vamos detalhar os pilares da nossa empresa, fundada pela família Carvalho, quando o Dr. Sérgio Carvalho, através de um gesto ousado, deixou o ramo financeiro, com a venda do Banco Andrade Arnauld, e investiu no Conjunto Nacional, em Brasília (DF), passando a atuar em uma indústria pioneira no país: a de shopping centers.

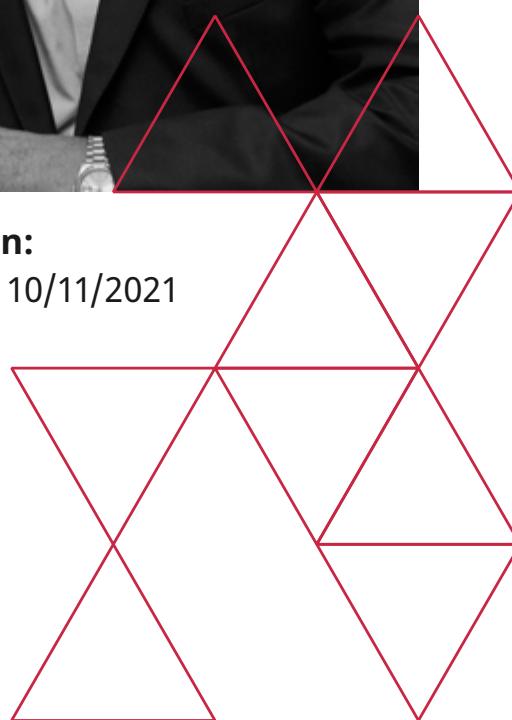
Como legado, ficou o senso de Responsabilidade Social. Desde os tempos de atuação no mercado financeiro até as atividades ligadas ao setor de shopping centers, os valores da família sempre estiveram presentes na rotina da empresa de maneira genuína. Muito antes do termo sustentabilidade fazer parte do vocabulário recorrente dos investidores e empresários, já praticávamos nossas atividades considerando como parte presente na vida da sociedade, engajando os moradores das proximidades dos empreendimentos e gerando valor por meio de projetos sociais.



Para nós, cada shopping center é uma plataforma de desenvolvimento social e nosso compromisso é contribuir para a melhoria da qualidade de vida das comunidades onde atuamos.



In memorian:  
28/05/1938 - 10/11/2021



Neste ano, nossa história fica marcada pela irreparável perda do **Dr. Sérgio Carvalho**, em novembro de 2021, mas com a certeza de que ele nos deixou um importante legado baseado em valores sólidos para a companhia.

A partir de seu exemplo, continuamos investindo em projetos sociais, com o envolvimento direto de nossos diretores, colaboradores e parceiros em diversas ações voluntárias e ambientais, através do desenvolvimento de iniciativas como Telhado Verde, projetos de reciclagem e de compostagem. Ao longo do último ano, continuamos avançando na jornada ESG (Ambiental, Social e de Governança, na sigla em inglês) na companhia.

Com a visão voltada para nosso impacto na sociedade, o contexto da pandemia da Covid-19 trouxe desafios sem precedentes para o negócio, exigindo agilidade na tomada de decisão e a priorização da segurança e bem-estar de todas as pessoas.

Também aumentamos nosso impacto positivo por meio do relacionamento próximo com colaboradores. Nesse sentido, em 2021, lançamos nosso Programa de Diversidade e Inclusão, buscando criar uma companhia em que, cada vez mais, as pessoas se sintam respeitadas e pertencentes a um espaço propício ao desenvolvimento.

Na retomada da economia, a presença e o calor do público nos mostraram que nossos shoppings são, além de locais de consumo e entretenimento, polos de socialização, de encontros, de aprendizagem e, acima de tudo, de relacionamentos que geram valor.

Seguimos, assim, construindo uma empresa comprometida com a própria história e convidamos você a conhecer como estamos construindo as bases para um futuro cada vez mais sustentável.

## Boa leitura!

Evandro Ferrer - CEO

# Sobre o Relatório

GRI 102-42 / 102-50 / 102-51 / 102-53 / 102-54

**É COM SATISFAÇÃO** que compartilhamos com você o primeiro Relatório de Sustentabilidade da Ancar Ivanhoe, fruto de nosso compromisso com a transparência do negócio e do diálogo com os públicos de relacionamento.

Neste relatório, buscamos mostrar como nossos shoppings fazem a diferença para lojistas, consumidores, comunidades, fornecedores e colaboradores, ao mesmo tempo em que buscamos alternativas que mitiguem impactos negativos ao meio ambiente.

Ao longo das próximas páginas, trazemos as informações sociais, ambientais, financeiras e operacionais de nosso negócio, no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2021. Os dados apresentados aqui contemplam tanto os shoppings dos quais somos proprietários quanto aqueles que gerimos.

O Relatório foi elaborado com base nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), em linha com as melhores práticas do mercado, em sua versão GRI Standards, a mais recente e utilizada no mundo todo para o reporte de sustentabilidade.

Para definir o escopo do relatório, nos baseamos em um estudo de materialidade, realizado em 2021, com o objetivo de definir os temas que mais têm relevância para o negócio e para nossos stakeholders.

A partir dos temas materiais, escolhemos os indicadores GRI a serem reportados no Relatório. No início de cada capítulo, apontamos quais indicadores estão sendo abordados, por meio da sigla **GRI**, e no Índice de Conteúdo GRI (página 81) explicamos o conteúdo de cada indicador, sinalizando a página em que são reportados.



Em caso de dúvidas, sugestões ou comentários sobre este relatório, favor entrar em contato no e-mail: **esg@ancar.com.br** ou pelo telefone: **+55 21 3525-5413**.

# Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Em 2015, a Organização das Nações Unidas (ONU) estabeleceu 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) com o propósito de engajar governos, empresas e organizações de todo o mundo em prol de metas como a erradicação da pobreza, o combate às mudanças do clima e a preservação dos recursos naturais, até 2030.

Desde então, os ODS se tornaram uma importante ferramenta para o avanço na gestão e no reporte de sustentabilidade empresarial, apoiando as empresas a mapearem onde podem gerar mais valor e mirar seus esforços. Em linha com essa tendência, no Índice de Conteúdo GRI (página 81) apontamos a correlação entre os indicadores GRI e os ODS.

Além disso, em nosso processo de materialidade, apontamos quais os ODS impactados por cada tema material (saiba mais na página 10), o que nos permitiu traçar os objetivos prioritários do negócio:

## ODS PRIORITÁRIOS



# Materialidade

GRI 102-44 / 102-46 / 102-47 / 103-1

Com o objetivo de identificar as questões prioritárias para a sustentabilidade de nosso negócio e definir quais temas orientam o conteúdo do Relatório, realizamos, em 2021, um processo para a construção da nossa matriz de materialidade. Para garantir que o Relatório contemplasse os temas de maior relevância aos stakeholders, o processo de materialidade se baseou nas seguintes etapas:

- Análise do cenário estratégico para a companhia, a partir da seleção dos temas de maior relevância, indicados em iniciativas e diretrizes de mercado para gestão de sustentabilidade;
- Levantamento dos temas considerados materiais para pares e concorrentes;
- Aplicação de uma consulta online, respondida pelos principais públicos de relacionamento da empresa.

## PÚBLICOS CONSULTADOS NA PESQUISA DE MATERIALIDADE

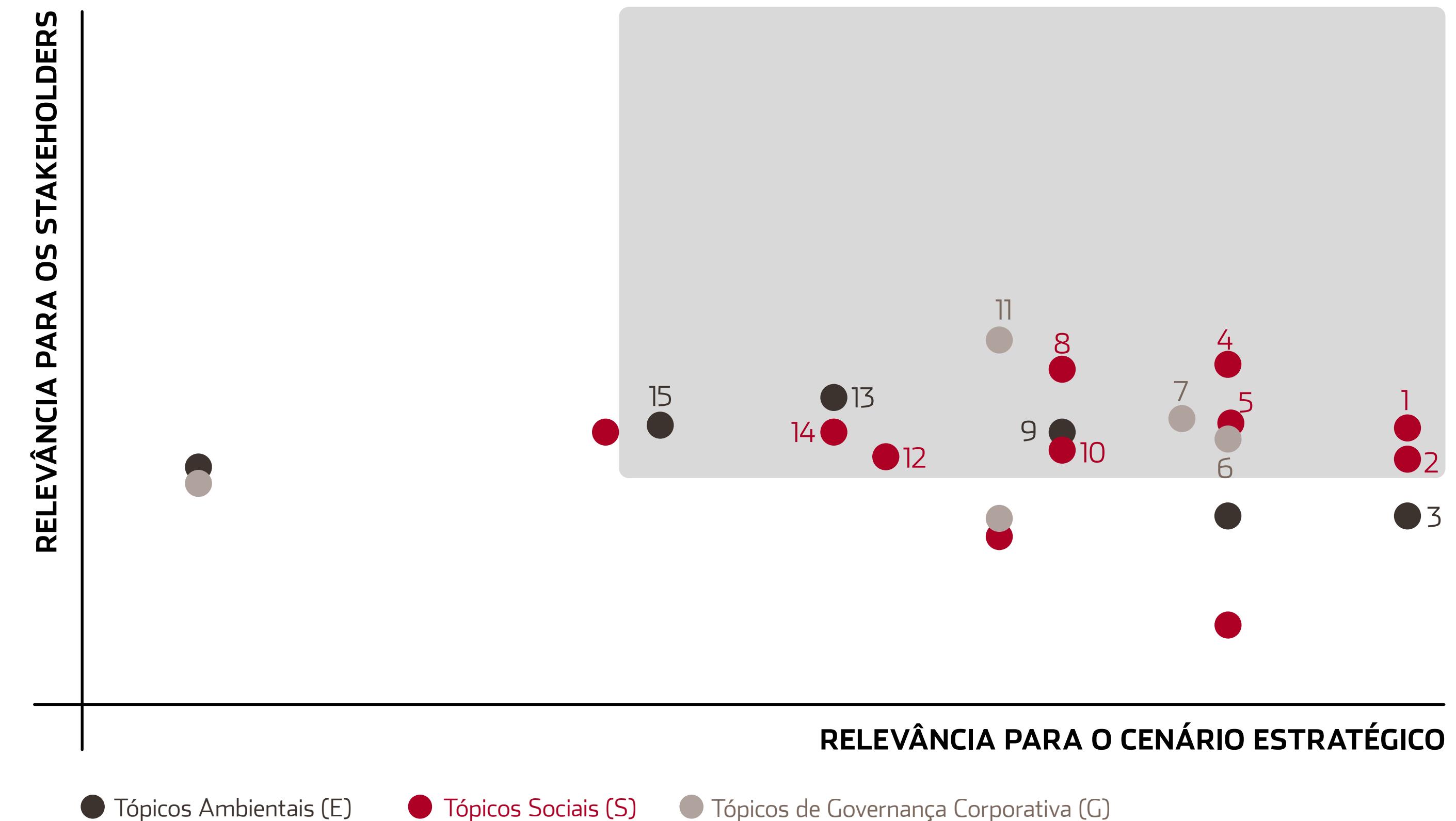
- |  |   |
|--|---|
|  | <b>Acionistas</b>   |
|  | <b>Executivos e conselheiros</b>  |
|  | <b>Lojistas</b>   |
|  | <b>Fornecedores diretos e indiretos</b>   |
|  | <b>ONGs e comunidades</b>   |
|  | <b>Imprensa</b>   |
|  | <b>Bancos e instituições financeiras</b>  |
|  | <b>Colaboradores</b>  |
|  | <b>Associações de empresas do setor</b>   |
|  | <b>Consumidores</b>   |
|  | <b>Proprietários e coproprietários dos shoppings administrados pela Ancar Ivanhoe</b> |

## Matriz de Materialidade

Como resultado, chegamos a 15 tópicos materiais em nossa Matriz de Materialidade, selecionados entre aqueles mais relevantes para os stakeholders e o cenário estratégico:

### ASPECTOS MATERIAIS PRIORITÁRIOS

1. Impacto nas comunidades
2. Boas práticas trabalhistas na cadeia de fornecedores
3. Emissões atmosféricas e mudanças climáticas\*
4. Saúde e Segurança do trabalho
5. Boas práticas trabalhistas na operação
6. Estrutura e boas práticas de gestão de riscos
7. Estrutura de governança de conformidade e integridade
8. Treinamento e educação
9. Gestão do uso de energia
10. Atração e retenção de talentos
11. Ética e combate à corrupção
12. Apoio ao desenvolvimento social
13. Gestão do uso da água
14. Diversidade, igualdade e não discriminação
15. Resíduos



\* O tópico Emissões atmosféricas e mudanças climáticas, por ter máxima relevância no cenário setorial, também foi considerado material.

Os tópicos foram organizados em quatro temas materiais, descritos a seguir:

TEMAS MATERIAIS	ODS
<b>Ética e governança corporativa</b>	
<p>Assegurar uma estrutura de governança e integridade, pautada pela ética, combate à corrupção, mitigar riscos e garantir uma operação responsável e justa.</p> <p><b>Tópicos materiais</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrutura de governança de conformidade e integridade</li> <li>• Estrutura e boas práticas de gestão de riscos</li> <li>• Ética e combate à corrupção</li> </ul> <p><b>Limite</b> Externo: impacto direto em todas as etapas da cadeia. Interno: impacto direto em todas as unidades de negócio.</p>	
<b>Gestão de pessoas</b>	
<p>Promover o desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores, garantir sua segurança e valorizar sua individualidade são ações essenciais para alavancar a retenção de profissionais qualificados, engajando-os na estratégia do negócio.</p> <p><b>Tópicos materiais</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saúde e segurança do trabalho</li> <li>• Treinamento e educação</li> <li>• Boas práticas trabalhistas nas operações</li> <li>• Atração e retenção de talentos</li> <li>• Diversidade, igualdade e não discriminação</li> </ul> <p><b>Limite</b> Externo: impacto direto nos colaboradores. Externo: impacto indireto nas demais etapas da cadeia de valor. Interno: impacto direto em todas as unidades de negócio.</p>	

TEMAS MATERIAIS	ODS
<b>Impacto social positivo</b>	
<p>Estabelecer um bom relacionamento com as comunidades e o poder público, com diálogo aberto com stakeholders, favorece a geração de valor local. Além disso, o relacionamento com fornecedores responsáveis aumenta o impacto positivo na sociedade.</p> <p><b>Tópicos materiais</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoio ao desenvolvimento social</li> <li>• Impacto nas comunidades</li> <li>• Boas práticas trabalhistas na cadeia de fornecedores</li> </ul> <p><b>Limite</b> Externo: impacto direto nos colaboradores, comunidades, governo e fornecedores. Externo: impacto indireto nas demais etapas da cadeia de valor. Interno: impacto direto em todas as unidades de negócio.</p>	 
<b>Shoppings Ecoeficientes</b>	
<p>Ao reduzir o impacto ambiental relacionado ao uso da água e energia e à gestão de resíduos, a Ancar Ivanhoe mitiga riscos legais e de reputação, além de colaborar com a sobrevivência do próprio negócio no longo prazo.</p> <p><b>Tópicos materiais</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestão do uso de água</li> <li>• Gestão do uso de energia</li> <li>• Emissões atmosféricas e mudanças climáticas</li> <li>• Resíduos</li> </ul> <p><b>Limite</b> Externo: impacto direto em todas as etapas da cadeia. Interno: impacto direto em todas as unidades de negócio.</p>	    



# A ANCAR IVANHOE



# Quem somos

GRI 102-1 / 102-3 / 102-4 / 102-5 / 102-6 / 102-7

**COM 50 ANOS DE EXPERIÊNCIA**, a Ancar Ivanhoe é uma das maiores plataformas de shopping centers de capital privado do Brasil. Com sede no Rio de Janeiro (RJ), participamos da gestão de um portfólio de 25 empreendimentos distribuídos nas cinco regiões do país.

É nos nossos corredores que os consumidores vivem experiências únicas e encantadoras e se relacionam conosco a partir do nome e da bandeira de cada um dos shoppings. Através de nossas plataformas digitais, nosso relacionamento com os 5,4 milhões de clientes ultrapassa os limites físicos e proporciona uma jornada fluida e integrada entre o online e o offline.

Com nossos lojistas, estamos focados em estabelecer um relacionamento de credibilidade, oferecendo espaço e serviços que auxiliem na rentabilidade das mais de 4,5 mil lojas instaladas em nossos empreendimentos.

Com um volume anual de 250 milhões de visitas, nossos shoppings são verdadeiros espaços de bem-estar e socialização.

Com um modelo de negócio integrado, realizamos a gestão de 16 shoppings dos quais somos proprietários e de 9 shoppings de propriedade de terceiros, com foco na qualidade e excelência na entrega de resultados. Nossa atuação como administradora de shoppings de terceiros é reconhecida pelo mercado e temos uma gestora de recursos *in house*, a SCAI, que permite oferecer um pacote completo de gestão de empreendimentos e fundos imobiliários.

Ao todo, gerimos mais de 1,1 milhão m<sup>3</sup>, em que supervisionamos todos os aspectos do negócio, incluindo as operações, o atendimento ao cliente, as finanças, pesquisas de mercado, comercialização, marketing, estacionamento, arquitetura e ambiente e tecnologia da informação.

**13**  
CIDADES



**25**  
SHOPPINGS



**+ de 4.000**  
COLABORADORES  
ORGÂNICOS E TERCEIRIZADOS



**5,6**  
MILHÕES DE SEGUIDORES  
NAS REDES SOCIAIS  
(FACEBOOK E INSTAGRAM)



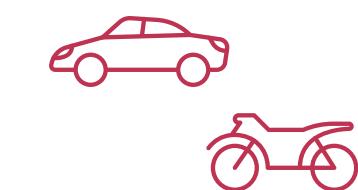
**1,0**  
MILHÃO  
DE M<sup>2</sup> GERIDOS



**250**  
MILHÕES DE VISITAS



**16**  
SHOPPINGS PRÓPRIOS  
TOTAL DE ATIVOS



FLUXO DE  
**47,5**  
MILHÕES DE VEÍCULOS 2019\*  
(R\$ 34,8 milhões em 2021)



R\$ **16,3**  
BILHÕES EM VENDAS EM 2019  
(13,7 bilhões em 2021)

\*Devido à pandemia, os dados de 2021 não refletem a dimensão da companhia em alguns indicadores e, por isso, destacamos os dados de 2019.

# NOSSO DNA

GRI 102-16

## PROpósito

Promover transformações com experiências inspiradoras.

## MISSÃO

Criar uma experiência única e encantadora para consumidores, e rentável para lojistas e empreendedores, por meio de uma equipe feliz e comprometida com os valores da empresa.

## VALORES

**Gente que gosta de gente** - Gostar de gente é nossa essência. Por isso, priorizamos tanto as nossas relações, nossa proximidade, o apoio e a conexão com nossos públicos, sejam nossos consumidores ou quem é de casa. Nós acreditamos que gostar de gente faz com que tenhamos um olhar de cuidado e atenção que valoriza cada indivíduo, porque diversidade é essencial para estarmos em sintonia.

**Movidos por conexões humanas** - Criar conexões verdadeiras com as pessoas é fortalecer laços que são fundamentais para os negócios, para a vida e para a comunidade. Para nós, nossos parceiros, colaboradores, lojistas e visitantes são também amigos. Quando nos conectamos de verdade, evoluímos juntos, transformando e criando experiências únicas em nosso mercado. Acreditamos que cada conquista é consequência das conexões humanas.

**Construir o futuro nos inspira** - Somos inspirados pela transformação. Com nosso espírito inovador, fomos pioneiros ao acreditarmos no potencial dos shopping centers no Brasil. E seguimos com esta energia, sempre pensando em possibilidades para construir o futuro. Para nós, tecnologia é um meio que impulsiona a jornada de experiência, fortalece as conexões humanas e proporciona encanto no dia a dia.

**Atitude faz acontecer** - Nós somos do "ir e fazer". Para nós, a atitude move a vida para frente. Além de ser a natureza do nosso mercado, o dinamismo e a constante transformação são o nosso jeito de agir. Em cada processo, buscamos uma soma entre agilidade, eficiência, assertividade e capricho, sempre com base em novas formas de evoluir.

**Orientados pelo impacto positivo** - O compromisso com a sociedade e o meio ambiente é nosso papel. Sabemos da nossa função social e o impacto positivo que podemos gerar nas comunidades onde estamos. Trazemos este olhar desde o começo. São mais de 50 anos fazendo o bem, mas sabemos que ainda dá para fazer muito mais. Junto aos nossos parceiros, podemos gerar transformações e contribuir para melhorar o todo, para todos!

## PRINCÍPIOS



### APAIXONADOS POR PESSOAS

Humanos | Próximos | Calorosos



### VERSÁTIL

Flexíveis | Mente aberta | Eficientes



### PARCEIROS

Empáticos | Presentes | Incentivadores



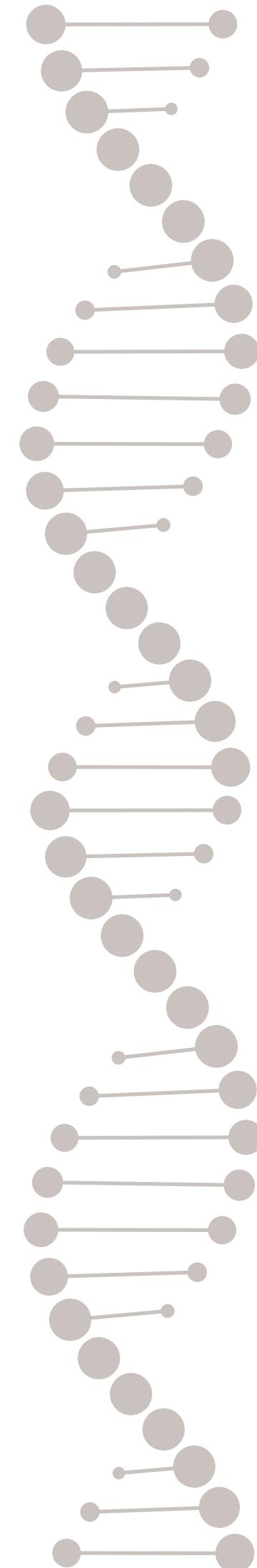
### ENGAJADOS

Focados | Ativos | Transformadores



### INSPIRADORES

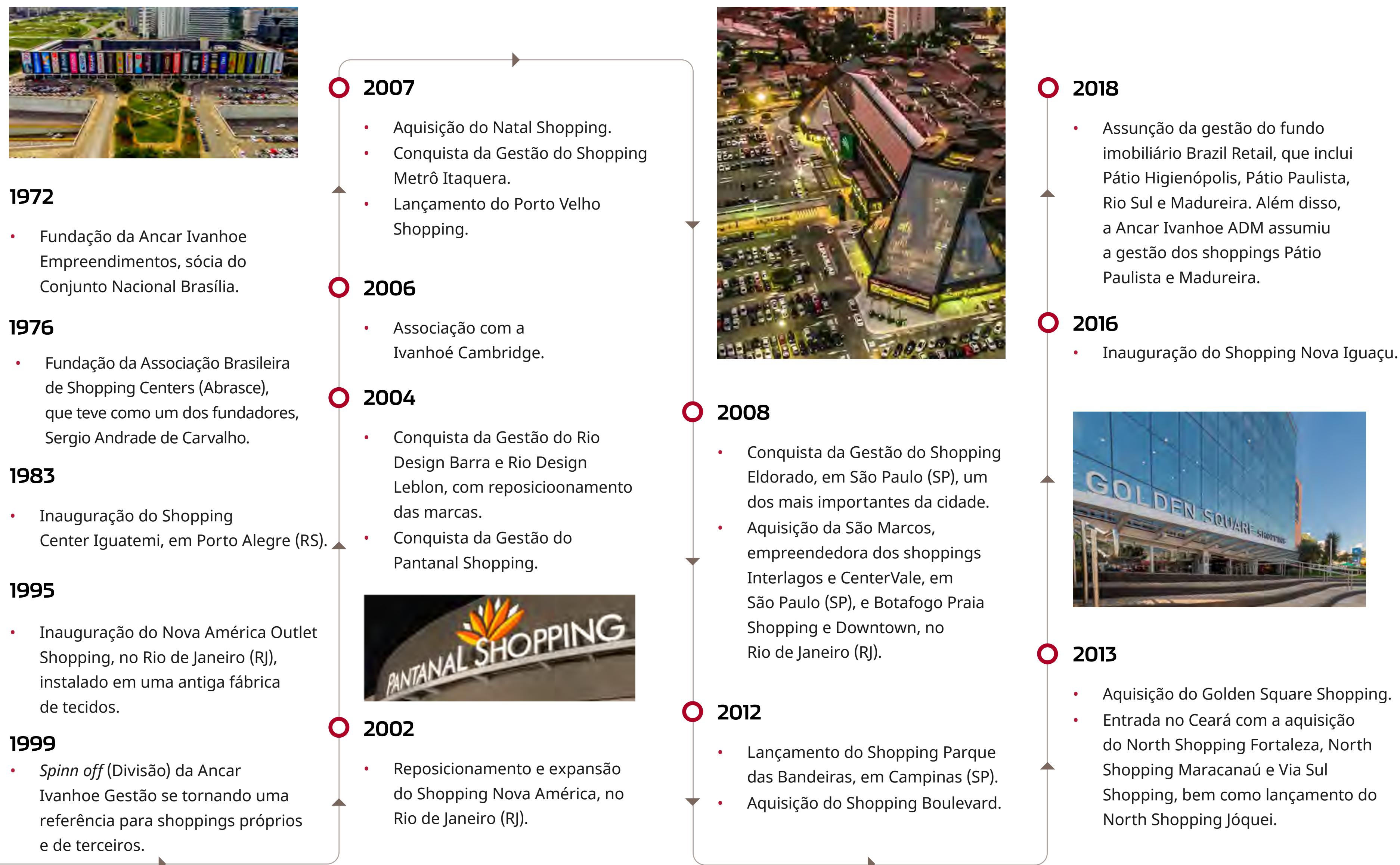
Exploradores | Incansáveis | Corajosos



## Nossa história

Nossa história começa na década de 1970, quando a família Carvalho deixou o ramo financeiro e vendeu o Banco Andrade Arnould para investir no Shopping Conjunto Nacional, em Brasília (DF). O empreendimento foi o primeiro shopping do Centro-Oeste e o segundo do país, desenvolvido pelo arquiteto e urbanista Lúcio Costa, fazendo parte do Plano Piloto de Brasília (DF). Hoje é considerado Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade pela UNESCO.

Em 2006, a Ancar Ivanhoe aliou sua experiência com a Ivanhoé Cambridge, líder global no setor imobiliário. A partir dessa união, a Ancar Ivanhoe passou a contar, como contribuição da Ivanhoé Cambridge, com acesso a capital de longo prazo e know-how global, empenhada em oferecer aos consumidores e lojistas excelência e inovação em experiência de venda e consumo.



## Nossos shoppings

GRI 102-2 / 102-3 / 102-4

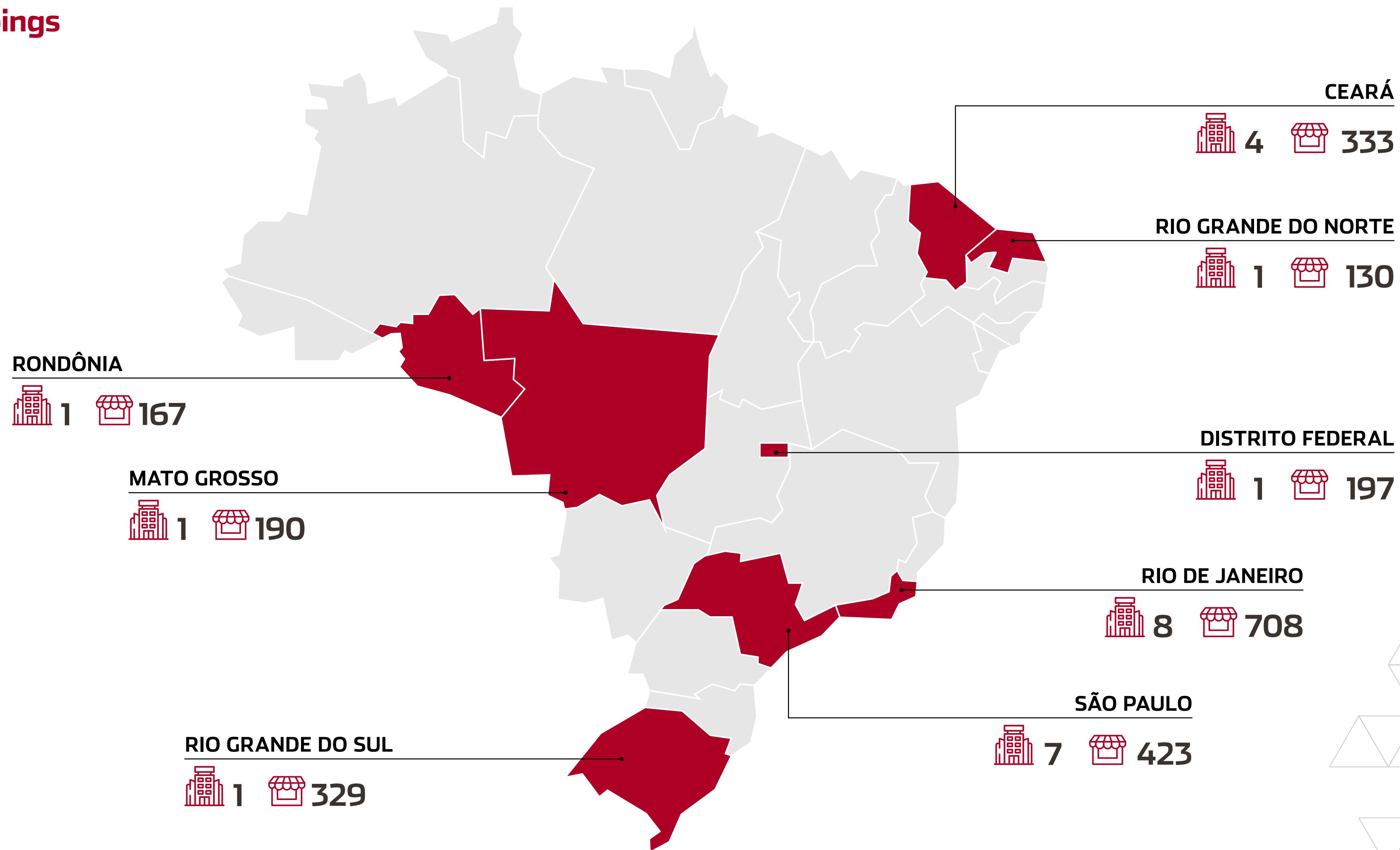
### LEGENDA



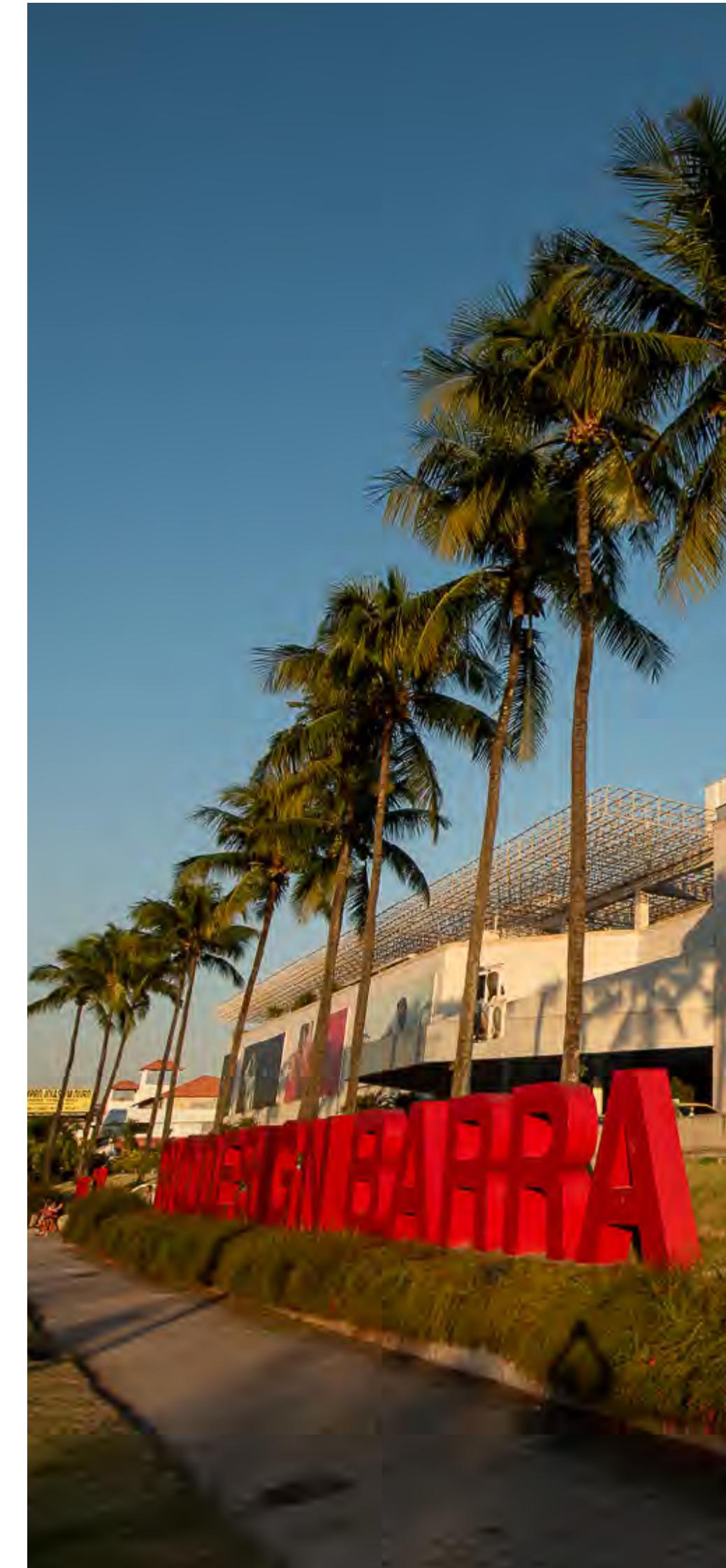
Shoppings



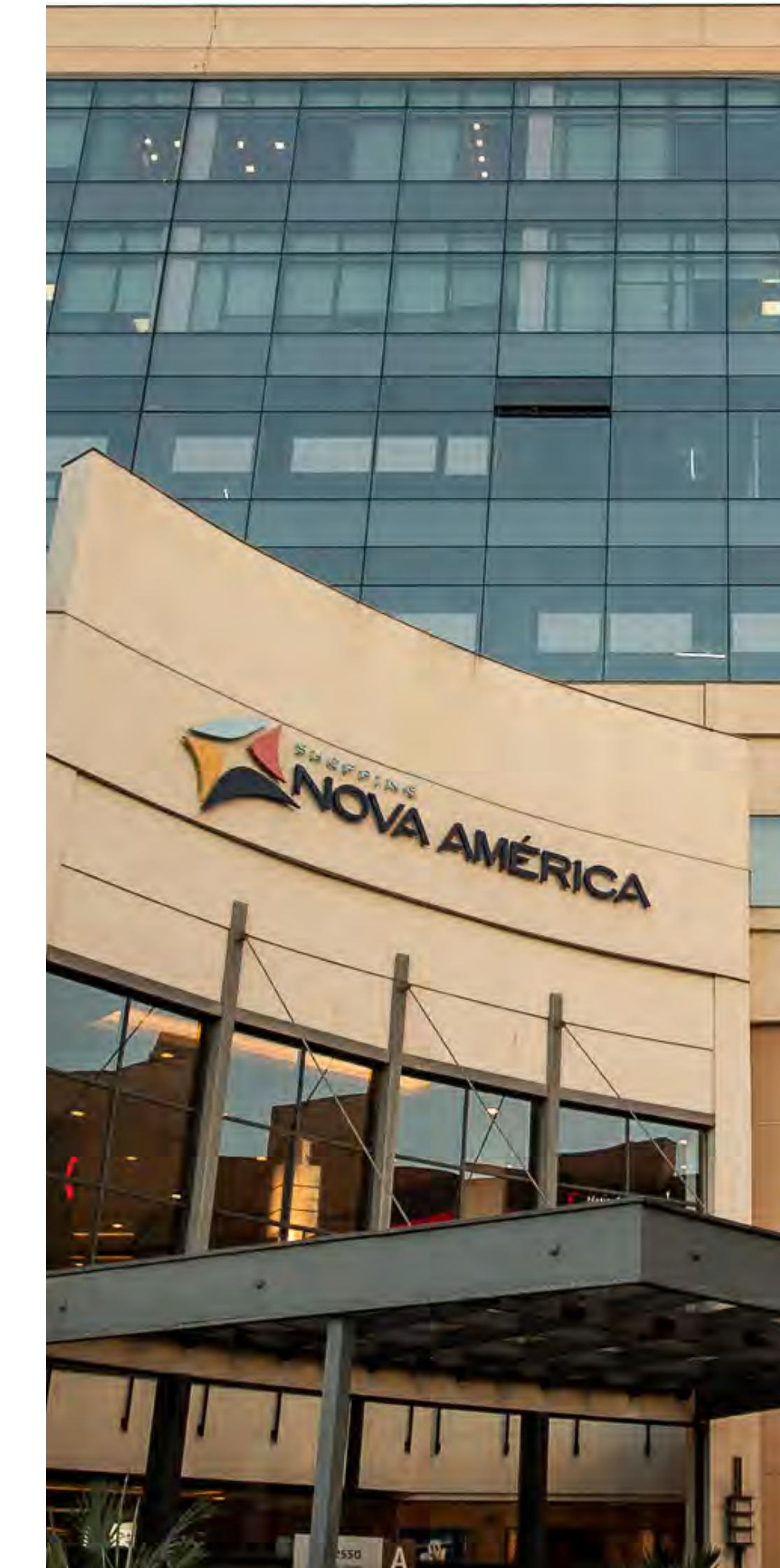
Número de lojas



<b>Shoppings próprios (16 empreendimentos)</b>	<b>Lojas</b>
<b>Brasília (DF)</b>	
Shopping Conjunto Nacional	197
<b>Porto Velho (RO)</b>	
Porto Velho Shopping	167
<b>Cuiabá (MT)</b>	
Pantanal Shopping	190
<b>Porto Alegre (RS)</b>	
Shopping Iguatemi Porto Alegre	329
<b>Fortaleza (CE)</b>	
North Shopping Jóquei	110
North Shopping Fortaleza	149
Via Sul Shopping	74
<b>Natal (RN)</b>	
Natal Shopping	130
<b>Rio de Janeiro (RJ)</b>	
Botafogo Praia Shopping	98
Boulevard Shopping	115
Shopping Nova América	285
Shopping Nova Iguaçu	165
<b>São Bernardo do Campo (SP)</b>	
Golden Square Shopping	126
<b>Campinas (SP)</b>	
Shopping Parque das Bandeiras	132
<b>São Paulo (SP)</b>	
Shopping Interlagos	165
<b>São José dos Campos (SP)</b>	
CenterVale Shopping	189



<b>Shoppings geridos (10 empreendimentos)</b>	<b>Lojas</b>
<b>Fortaleza (CE)</b>	
North Shopping Maracanaú	80
<b>Rio de Janeiro (RJ)</b>	
Madureira Shopping	121
Rio Design Barra	127
Rio Design Leblon	35
RioSul*	283
Shopping Downtown	45
<b>São Paulo (SP)</b>	
Shopping Metrô Itaquera	237
Shopping Eldorado	290
Shopping Pátio Paulista	258
Shopping Higienópolis**	242



\* Gestão parcial

\*\* Ancar Ivanhoe faz apenas a gestão do fundo investimento de participação - FIP

# Destaques de 2021

## Lançamento do Comitê de Transformação Digital

### Campanha Natal Sem Fome

Arrecadamos mais de 170 toneladas de alimentos, batendo a meta de 167 toneladas

## Lançamento do novo Código de Conduta Ética

Visando atualizar e reforçar as diretrizes do tema ética e anticorrupção na companhia



### Reciclagem

Mais de 7.7 toneladas de resíduos reciclados

### Lançamento da Universidade do Lojista

Plataforma de aprendizado contínuo para nossos lojistas

### Plano de Desenvolvimento Individual dos colaboradores

Evolução na gestão de carreiras, com nova metodologia de feedback, a partir de check-ins regulares

### Ação Social

Investimos mais de R\$ 2,1 milhões em 84 instituições parceiras

# Prêmios e Reconhecimento



## PRÊMIO GREAT PLACE TO WORK (GPTW)

Fomos reconhecidos como a 47ª Melhor Empresa Para Trabalhar do Brasil



**Selo de Compromisso Ambiental SBC**  
Golden Square Shopping



**Prêmio ABRASCE 2021**  
Gestão de Projetos Inovadores  
colocação Bronze



# Ancar Ivanhoe na luta contra a Covid-19

**AINDA SOB OS EFEITOS DA PANDEMIA** da Covid-19, que afetou diversos setores da economia mundial, o ano de 2021 registrou novas ondas da doença e exigiu dos órgãos públicos a adoção de medidas de contenção, como o distanciamento social e o fechamento dos shoppings. Para garantir a perpetuidade do negócio e a segurança e bem-estar de todos aqueles que frequentam seus shoppings, entre colaboradores, clientes, lojistas e parceiros, a Ancar Ivanhoe adotou diversas medidas, como protocolos de higienização e reforço na sanitização dos equipamentos.

Para os colaboradores, o modelo de trabalho em home office foi adotado, disponibilizando computadores, notebook, acesso à rede e cadeiras de acessibilidade e ergonomia para o teletrabalho, além de orientações por meio de comunicados sobre a nova atuação de trabalho em casa. Realizamos também adaptações no

ambiente físico dos escritórios, aumentando o distanciamento entre as pessoas.

Como medida protetiva para a reabertura e retorno do público aos nossos shoppings, adotamos todos os protocolos e práticas de segurança sanitária estipulados pelas autoridades. Para instruir os colaboradores nesse processo, elaboramos o Manual de Reabertura das Bases Operacionais e Administrativas, com orientações sobre as medidas de proteção durante o plano de retomada das atividades. Dessa forma, permitimos a continuidade do nosso negócio e a segurança financeira dos lojistas, ao mesmo tempo em que garantimos a segurança física dos nossos clientes.

Em 2021, conquistamos por mais um ano a certificação Clean & Safe do selo Safeguard, do Grupo Bureau Veritas, atestando a adoção dos requisitos legais e boas práticas de prevenção à propagação da Covid-19.



O selo avaliou o compromisso da gestão e a adoção de medidas de segurança, como sinalizações de distanciamento, limpeza e desinfecção dos ambientes físicos e processos de higiene para colaboradores. Além disso, atestou as ações de boas práticas, como o uso de máscaras e medição de temperatura nas entradas dos empreendimentos em que a medida fosse obrigatória.

Para os clientes que não desejavam frequentar os empreendimentos, oferecemos iniciativas multicanais que permitiram a continuidade da rentabilidade dos lojistas durante o período. Por meio do CompraZap, por exemplo, disponibilizamos uma plataforma segura e fácil para impulsionar as vendas através de redes sociais e aplicativos de mensagem.

Os produtos poderiam ser retirados via *drive-thru*, nos estacionamentos de nossos shoppings, ou entregues pelo serviço AncarGo, uma iniciativa em parceria com a

Loggi, uma das maiores *startups* de logística de *delivery* no país.

Com foco na Praça de Alimentação, desenvolvemos o Food Stop em parceria com a Onyo, plataforma que permite a gestão de pedidos de alimentação. Por meio do aplicativo do shopping, o cliente poderia fazer seu pedido e retirar via *drive-thru*, com mais de 100 marcas de restaurantes parceiros.

Ainda nesse contexto, os shoppings Nova América e Eldorado realizaram uma parceria inédita com a Amazon, no Brasil, para criar os primeiros shoppings virtuais dentro da plataforma da varejista online. As lojas dos dois empreendimentos puderam digitalizar seus estoques e ofertar os produtos em páginas exclusivas, com entrega para todo o país.

Por meio de uma parceria com a B2W, outros 18 shoppings passaram a oferecer os produtos dos lojistas nas plataformas *marketplace* da Americanas.com, Submarino e Shoptime, com apoio total de sua infraestrutura digital e logística de entrega.

Para apoiar as comunidades que foram impactadas no contexto da pandemia, intensificamos nossa capacidade de mobilização, apoiando 25 instituições filantrópicas com um total de mais de R\$ 340 mil, o equivalente a 98 toneladas de alimentos não perecíveis direcionados para famílias em vulnerabilidade social no período de isolamento, em sete estados brasileiros (saiba mais sobre nossas ações para apoiar as comunidades na página 58).

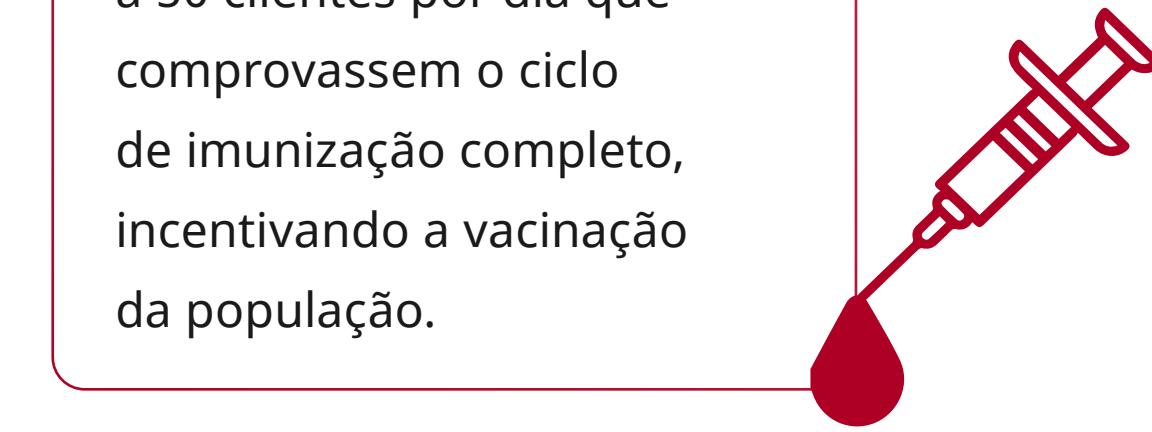
Para apoiar o poder público no combate à pandemia, entramos em contato com as Prefeituras Municipais e com as Secretarias de Saúde dos Estados, onde operamos para disponibilizarmos nossos estacionamentos para o período da campanha anual de vacinação contra o vírus Influenza e Covid-19.

O intuito foi transformar o espaço em um *drive-thru* para que todos pudessem se vacinar sem que precisassem sair de seus carros. A ação aconteceu nos seguintes shoppings: North Shopping Maracanaú,

MAIS DE  
**2 milhões**  
**E TREZENTOS MIL REAIS**  
**DOADOS PARA**  
**INSTITUIÇÕES PARCEIRAS**



**Sua Vacina Vale Muito**  
Entre os dias 25 de agosto e 02 de setembro de 2021, 19 shoppings ofereceram descontos de 90% no valor de ingressos para o cinema a 50 clientes por dia que comprovassem o ciclo de imunização completo, incentivando a vacinação da população.



North Shopping Jóquei, North Shopping Fortaleza, Pantanal Shopping, Nova Iguaçu e Porto Velho Shopping. Vacinamos em torno de 100 mil pessoas.

Para os lojistas, adotamos uma estratégia de renegociação dos contratos e adequação dos instrumentos financeiros, levando em conta a realidade de cada loja e localidade, e dando mais assertividade ao processo. Além disso, fizemos enormes esforços para redução de custos em nossos shoppings, oferecendo aos nossos locatários reduções significativas de encargos de condomínio e taxas de fundos de promoção. Dessa forma, conseguimos mitigar o impacto da saída de lojistas em nosso empreendimento.

No nível corporativo, para preservar a nossa gestão do caixa e saúde financeira, nós reduzimos despesas e adiamos desembolsos de capital, na medida do possível. As iniciativas incluem a redução das despesas gerais e administrativas, e a adequação da estrutura do escritório central para o período da pandemia.

## Participação em associações

GRI 102-13

Para apoiar o desenvolvimento sustentável do setor e das comunidades onde estamos presentes, temos atuação ativa em associações e conselhos regionais:

- Associação Brasileira dos Profissionais de Sustentabilidade (ABRAPS)
- Associação Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE)
- ABRASCE - Comitê de Operações
- Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (Alshop)
- Comissão de Sustentabilidade do Conselho Regional de Administração do Rio de Janeiro (CRA RJ)
- Board Junior Achievement Americas
- Presidência do Conselho Diretor Brasil (Marcelo Carvalho)





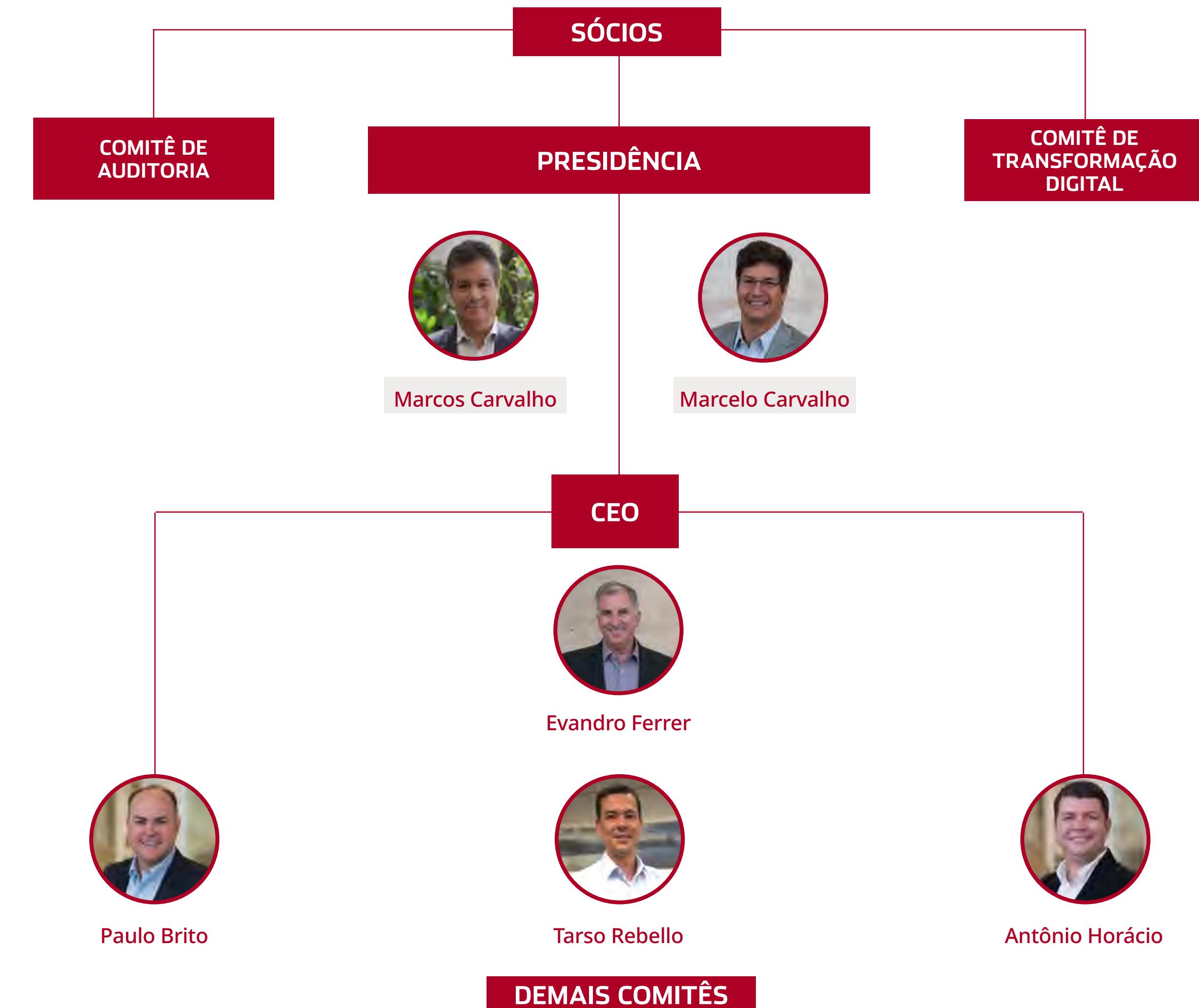
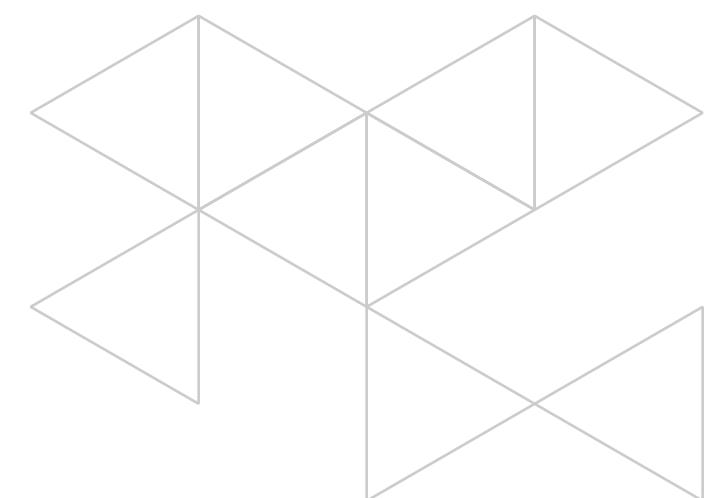
# ÉTICA & GOVERNANÇA CORPORATIVA

# Estrutura de governança

GRI 102-18 / 102-22 / 102-23

A ANCAR IVANHOE é um grupo de sociedades empresárias e fundos de investimentos, que se formou a partir da união de duas empresas: a Ancar Empreendimentos Comerciais e a Ivanhoé Cambridge, subsidiária imobiliária da *Caisse de dépôt et placement du Québec* (cdpq.com), segundo maior fundo de pensão do Canadá.

Somos administrados por uma Presidência e uma Diretoria Executiva, que conta com dois comitês de supervisão: o Comitê de Auditoria e o Comitê de Ética. Além disso, a Administração conta com três comitês de assessoramento: Comitê Executivo, Comitê de Transformação Digital e Comitê de Recursos Humanos.



## COMITÊS RESPONSÁVEIS PELAS DECISÕES SOBRE TEMAS ECONÔMICOS, AMBIENTAIS E SOCIAIS

GRI 102-20

### COMITÊ DE AUDITORIA

- Auxilia a Presidência no cumprimento de suas obrigações e responsabilidades de supervisão relacionadas ao planejamento financeiro, processos de auditoria, relatórios financeiros, sistema de controles e gerenciamento de riscos.

**Atualmente conta com três membros:** Marcos Carvalho, Marcelo Carvalho e Adriano Mantesso (membro Ivanhoe).

### COMITÊ DE ÉTICA

- Tem por finalidade garantir que o Programa de Integridade do Grupo seja cumprido para prevenir corrupção pública e privada, lavagem de dinheiro e demais desvios éticos.

**Conta com uma assessoria da Gerência de Riscos e Compliance e com sete membros efetivos:** Marcos Carvalho, Marcelo Carvalho, Evandro Ferrer, Tarso Rebello, Paulo Brito, Leia Cardoso e Bruno Barbosa.

### COMITÊ EXECUTIVO

- Tem como principais atribuições executar o plano estratégico da companhia e monitoramento da performance em relação a temas financeiros, comerciais e estratégicos. Atualmente conta com os cinco superintendentes regionais, CEO, CFO e o diretor comercial.

**Os 11 membros são:** Antônio Horácio, Carlos de Júlio, Evandro Ferrer, Fernando Marchesi, Hélio Ribeiro, Ilton Nóbrega, Leia Cardoso, Paulo Brito, Paulo Cesar, Sandro Pizzatto e Tarso Rebello.

### COMITÊ DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

- Tem por objetivo acelerar a jornada de transformação digital, com foco na eficiência operacional e nas novas fontes de receitas.

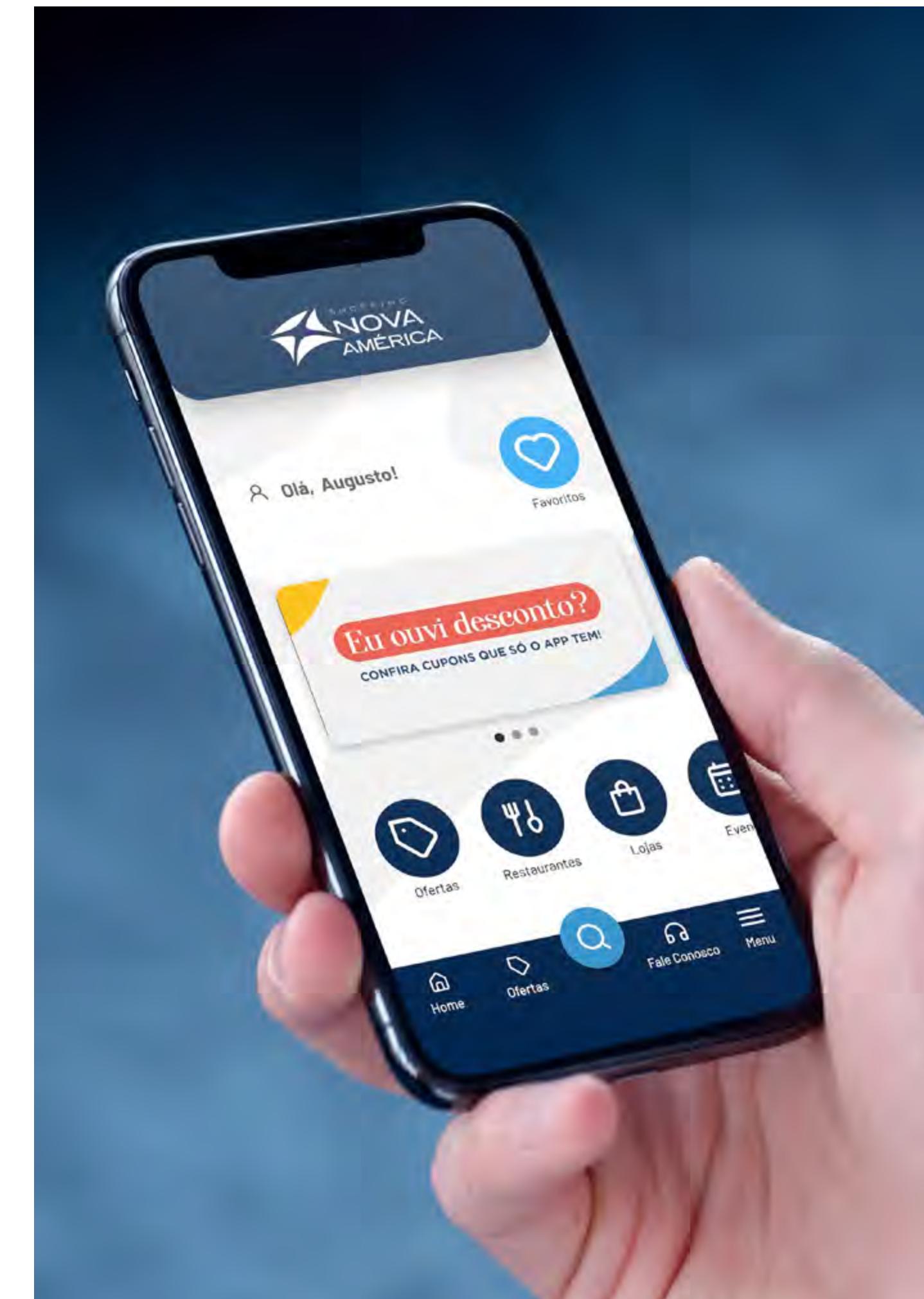
**Membros permanentes da Ancar Ivanhoe:** Marcos Carvalho e Adriano Mantesso.

**Conselheiros externos:** Bel Humberg, Tiago Mello, Andrea Nogueira Ventura e Italo Flammia.

### COMITÊ DE RECURSOS HUMANOS

- As principais atribuições são assessorar o CEO e Copresidentes a acompanhar a evolução da organização frente a desafios estratégicos, analisar políticas salariais e programas de desenvolvimento de colaboradores, propor diretrizes e critérios para programas de remuneração e sucessão da alta gestão.

**Atualmente conta com cinco membros:** Leia Cardoso, Marcos Carvalho, Marcelo Carvalho, Evandro Ferrer, Paulo Brito.



# Ética e combate à corrupção

SOMOS UMA EMPRESA cuja principal característica é o relacionamento. Agimos sempre pautados pela ética e transparência com todos os nossos stakeholders. Sendo assim, atuamos para combater qualquer ato de corrupção e outros desvios que envolvam colaboradores, fornecedores, lojistas, associados ou qualquer outro parceiro, indo além do cumprimento das normas e legislações vigentes para garantir a integridade do negócio.

Para reforçar o tema de ética, combate à corrupção e conformidade em nosso negócio, contamos com uma área de Riscos e *Compliance*, responsável pelo Programa de Integridade da Ancar Ivanhoe.

O departamento de Riscos e *Compliance* tem como principal função fortalecer os valores de ética da companhia e garantir - por meio de campanhas, treinamentos e políticas - que a empresa tenha mecanismos de prevenção, detecção e correção contra quaisquer desvios de conduta.

## PILARES DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE DA ANCAR IVANHOE



### Comprometimento da alta gestão



### Gestão de riscos



### Políticas e procedimentos



### Comunicação e treinamento



### Canal de denúncias e investigações



### Avaliação de riscos em terceiros



### Testes e monitoramento

## Código de Conduta Ética

GRI 102-16

Os valores e diretrizes para a condução de nosso negócio e relacionamentos estão registrados em nosso Código de Conduta Ética, documento aprovado pelo Comitê de Ética, formado pela Alta Administração da companhia.

No dia 9 de dezembro de 2021, dia Internacional Contra a Corrupção, lançamos a nova versão de nosso Código de Conduta Ética, atualizado e simplificado. O documento visa instruir a atuação de todos que se relacionam com a empresa, incluindo colaboradores, parceiros de negócios e clientes, orientando para que estejam em conformidade com os princípios éticos e legislações vigentes.

Entre suas diretrizes, estão:

- orientações quanto às relações interpessoais no ambiente de trabalho;
- o combate ao assédio, violência e discriminação;
- disposições sobre Conflito de Interesses;
- tolerância zero à corrupção, pública ou privada;
- proibição de contribuições políticas;
- proteção dos ativos da empresa.

Além do Código de Conduta Ética, o tema de ética e corrupção também é pautado pela nossa Política Anticorrupção, pela Política de Relatos de Violação do Código de Conduta Ética, Política de Conflito de Interesses e pela Política de Doações e Patrocínios.

O documento completo pode ser acessado em: <https://bit.ly/2tFGWMF>.



## Treinamentos

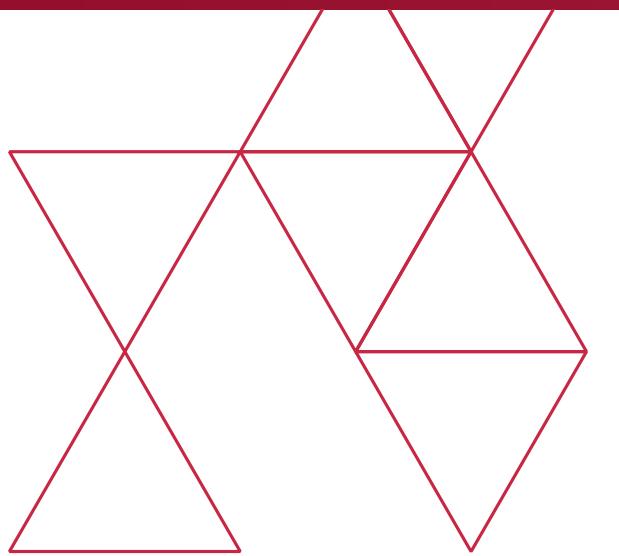
GRI 205-2 / 205-3

Para reforçar a ética e o combate à corrupção entre nossos colaboradores, disponibilizamos uma série de treinamentos sobre o tema.

Na Universidade Ancar Ivanhoe (UAI), os treinamentos da Política Anticorrupção e do Código de Conduta Ética fazem parte da Trilha do Conhecimento Institucional e são obrigatórios para todos os colaboradores.

Eles devem ser realizados anualmente e ter o certificado renovado ao final de cada ciclo. Além disso, os treinamentos do Código de Conduta Ética e Política Anticorrupção são aplicados a todos os novos colaboradores.

**Em 2021, 82% dos colaboradores realizaram os treinamentos.**

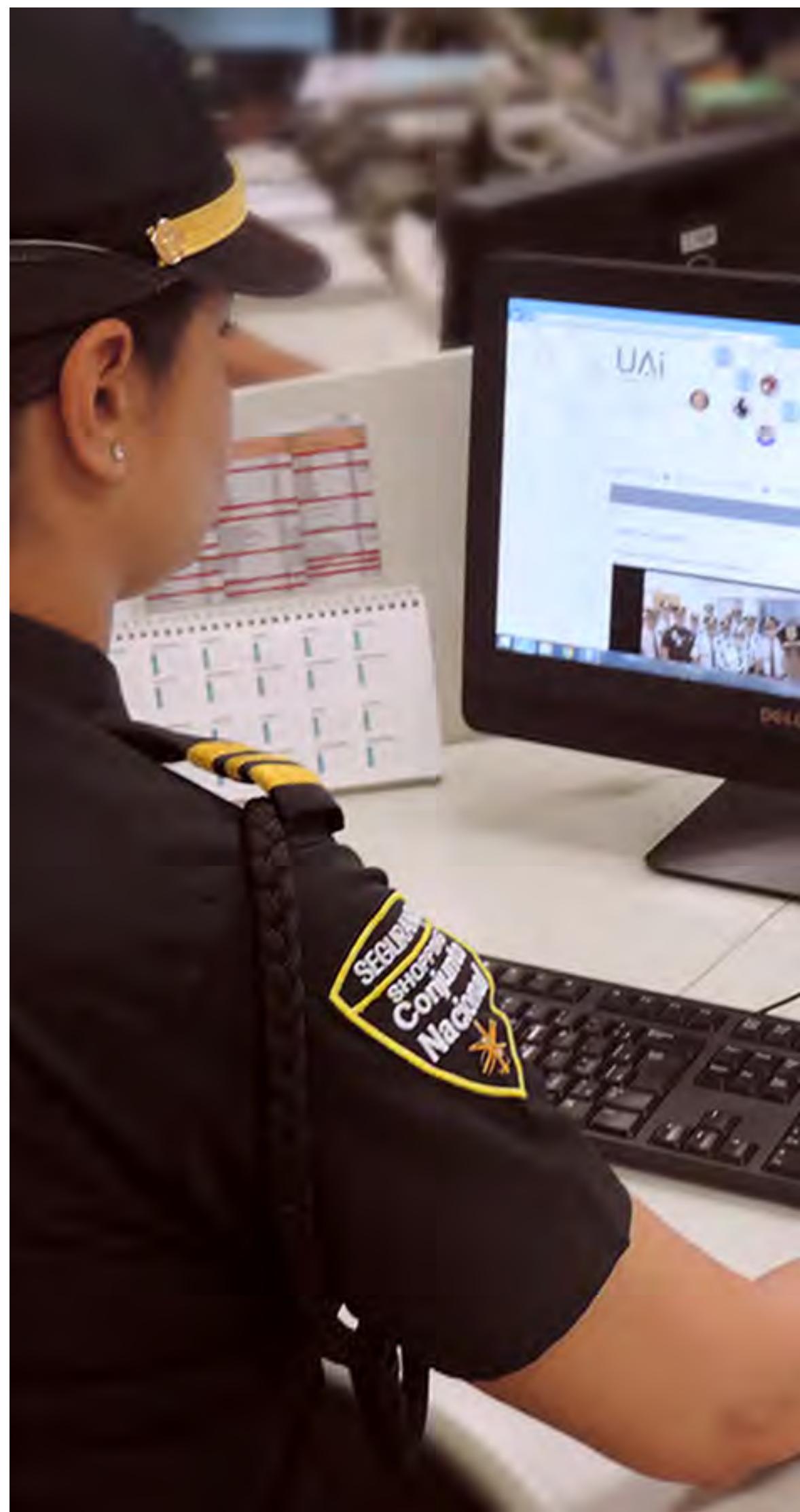


Além destes treinamentos obrigatórios, todos os colaboradores recebem comunicados regulares sobre o tema.

Também dispomos de treinamentos de *Compliance* para parceiros, voltados à nossa cadeia de fornecedores. Ele é realizado online, por vídeo, e ao final o parceiro responde a um questionário sobre o assunto. O treinamento é obrigatório e deve ser realizado para que o parceiro seja mantido em nossa base de fornecedores.

Em 2022, com o objetivo de aumentar o percentual de adesão aos treinamentos, a equipe de Riscos e *Compliance* contará, além das campanhas de conscientização, com monitoramentos constantes, alertas e, em última instância, bloqueios de acesso aos colaboradores que não cumprirem com os treinamentos.

Colaboradores que receberam treinamento anticorrupção por shopping	%
Parque das Bandeiras Shopping	81%
Boulevard Shopping	79%
Botafogo Praia Shopping	75%
Shopping Conjunto Nacional	91%
CenterVale Shopping	92%
Downtown	60%
Holding	87%
Shopping Eldorado	79%
Golden Square Shopping	91%
Madureira Shopping	77%
Natal Shopping	86%
North Shopping Fortaleza	69%
North Shopping Jóquei	54%
North Shopping Maracanaú	80%
Pantanal Shopping	88%
Porto Velho Shopping	52%
Rio Design Barra	73%
Rio Design Leblon	72%
Shopping Metrô Itaquera	92%
Shopping Nova América	85%
Shopping Nova Iguaçu	86%
Shopping Pátio Paulista	80%
Via Sul Shopping	65%
<b>Total</b>	<b>82%</b>



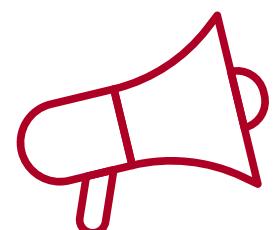
## Canal de transparência

GRI 102-17

Todo colaborador que toma conhecimento de qualquer descumprimento do nosso Código de Conduta Ética, políticas, normas e procedimentos, bem como de qualquer lei, norma ou regulamento governamental, tem o dever de reportar o fato. A omissão em informar sobre qualquer irregularidade também representa uma infração às diretrizes da companhia.

Para receber denúncias de violações ou não conformidades, dispomos de um Canal de Transparência, que funciona 24 horas por dia, 7 dias por semana, com garantia de anonimato e confidencialidade. Nosso Código de Conduta Ética prevê não punição ou não retaliação a quem, de boa-fé, recorrer ao Canal.

Ele pode ser acessado pelo telefone **0800-721-0723** ou pelo site <https://canalconfidencial.com.br/ancarivanhoe/>



O nosso Canal de Transparência também pode ser utilizado por qualquer indivíduo, sejam os parceiros de negócios, clientes ou outras pessoas que identificarem práticas contrárias às nossas diretrizes.

As denúncias são apuradas pelo Departamento de Riscos e *Compliance*, tratadas com total confidencialidade e independência. Os dados são apresentados trimestralmente ao Comitê de Ética, incluindo os percentuais de denúncias procedentes, improcedentes, fora de escopo e inconclusivas. As denúncias consideradas procedentes estão sujeitas a medidas disciplinares previstas no Código de Conduta Ética.



# Gestão de riscos

GRI 102-15

**CONTAMOS COM** o Departamento de Riscos e *Compliance*, que assessorá, em última instância, o Comitê de Auditoria e Riscos. Nas pautas desse Comitê de Supervisão são discutidos temas de acompanhamento de fragilidades de processos, controles e nossa exposição aos riscos.

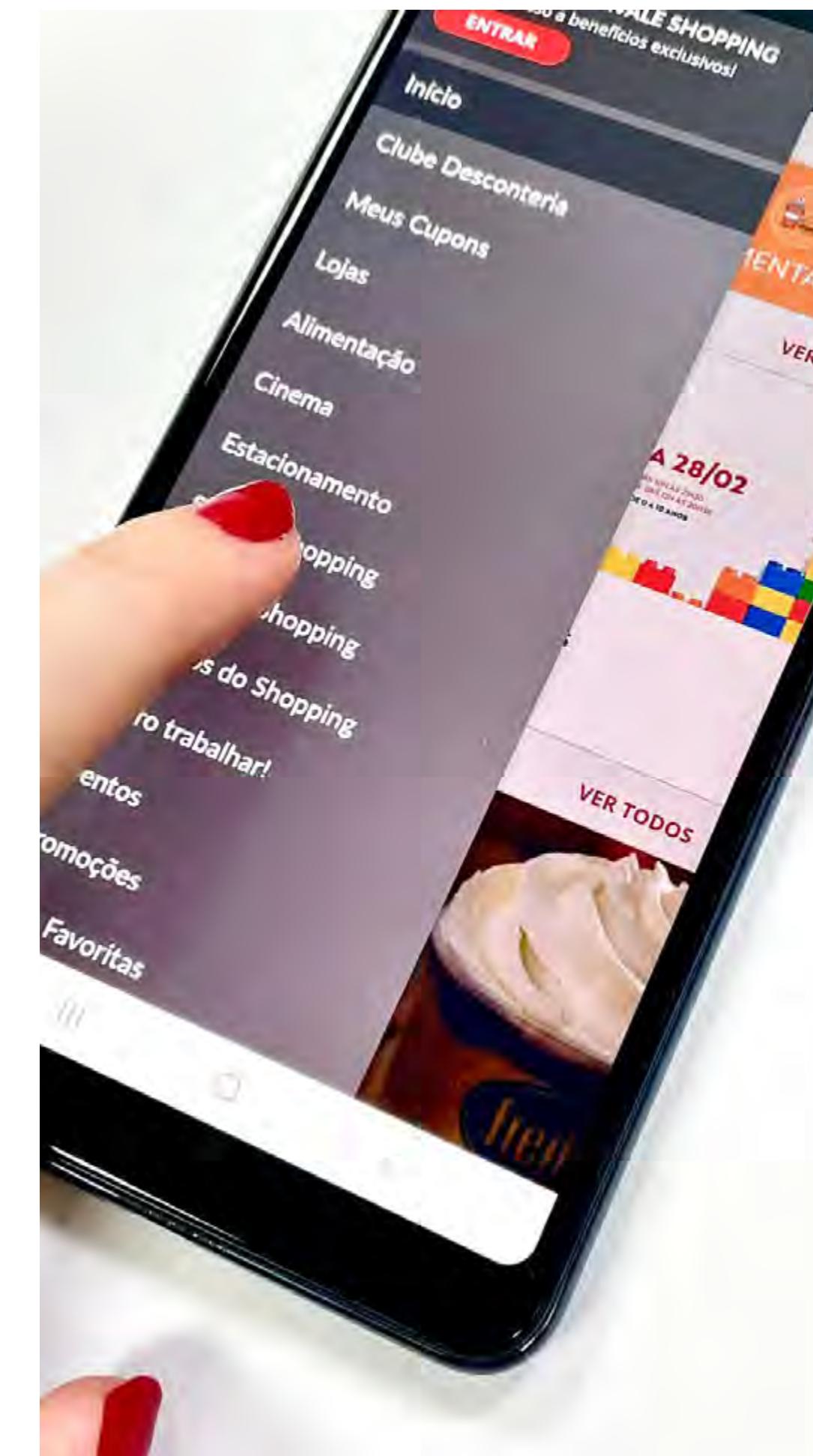
Para os temas de valores éticos e riscos de corrupção, temos o Comitê de Ética, em que discutimos ações de prevenção, detecção e resposta a qualquer desvio ou inconformidade.

Em nosso processo de gestão de riscos, acompanhamos os seguintes riscos:



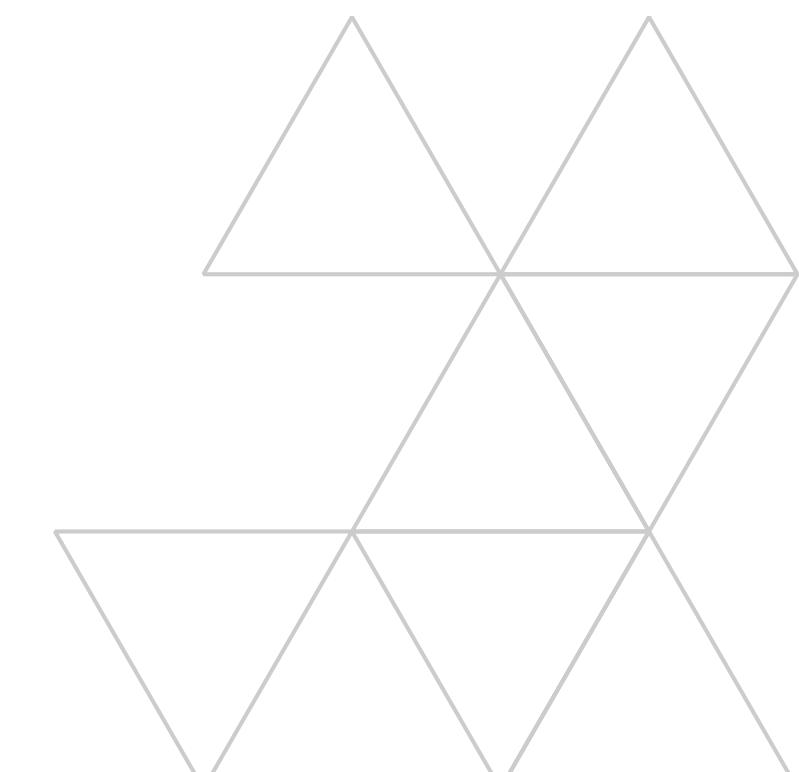
- ▶ **1. Possíveis alterações nos hábitos dos consumidores devido ao aumento de compras online, que poderão impactar negativamente o número de clientes que visitam os shoppings**

**Ações:** Monitoramos permanentemente nosso setor de atuação, incluindo as preferências e os hábitos dos consumidores. Seguimos evoluindo a nossa proposta de valor e modelo de inteligência em gestão de dados com o objetivo de entender mais a fundo o desejo dos clientes e melhorar a experiência dos consumidores. Criamos uma estrutura de Transformação Digital focando em desenvolver soluções inovadoras para consumidores e lojistas. Além disso, acreditamos na vocação dos nossos shoppings como espaços de entretenimento e socialização, oferecendo experiências únicas que não são possíveis de serem replicadas nas compras pela internet.



- ▶ **2. Possível aumento na utilização de aplicativos de mobilidade e transportes alternativos, que poderá impactar negativamente o fluxo de veículos e a receita dos estacionamentos**

**Ações:** Monitoramos constantemente um uso mais inteligente dos espaços temporários, levando a um melhor aproveitamento do estacionamento do shopping e a novas fontes de receitas. Com a utilização de inteligência de dados, trazemos mais previsibilidade para os resultados de eventos, o que melhora a decisão de quais eventos realizar e de que maneira otimizar seus resultados.



► **3. Dificuldade em manter um efetivo plano de sucessão, além de possíveis falhas no desenvolvimento de pessoas e lideranças, impactando a retenção de grandes talentos da companhia**

**Ações:** Revisamos o mapa de sucessão periodicamente, através da metodologia 9box e planos de desenvolvimento individual.



► **4. Interrupção de sistemas de Tecnologia da Informação (TI), incluindo ciberataques.**

**Ações:** Mantemos revisão periódica dos nossos sistemas de TI, garantindo a estabilidade da operação. Além disso, possuímos redundância de dados e servidores, rotinas de backup, controle de acessos aos nossos sistemas, monitoramento contínuo para detecção de vulnerabilidades de segurança, multifator de autenticação, proteção contra *malwares*, vírus e códigos maliciosos e monitoramento em tempo real das redes e nuvens para contenção de ataques em andamento.

► **5. Movimentos de consumo consciente**

**Ações:** Esses movimentos vêm causando cada vez mais pressão sobre grandes cadeias de fornecedores, principalmente em relação aos seus impactos socioambientais, como geração de resíduos e desigualdade social. Entendemos que esse risco pode se configurar como uma oportunidade ao nos posicionarmos de maneira pioneira nas discussões sobre consumo, apoio para produtores/fornecedores locais, fomento à economia circular nas operações dos shoppings e engajamento de lojistas e fornecedores nesses temas, além do apoio a projetos sociais de desenvolvimento local.



► **6. Mudanças Climáticas**

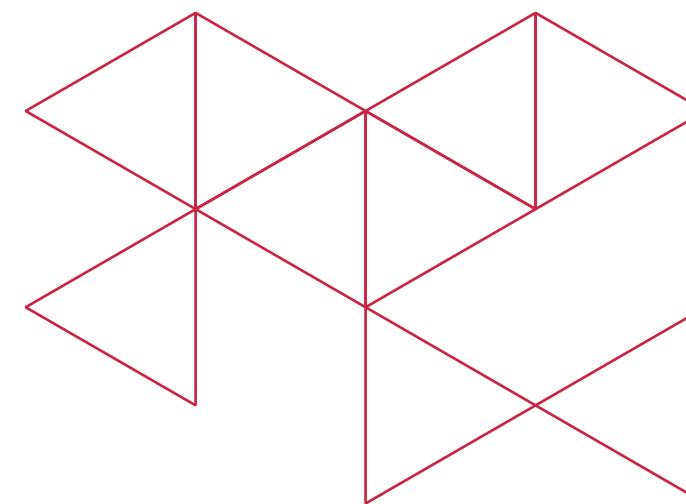
**Ações:** O risco climático é uma realidade confirmada por estudos científicos do Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima (IPCC), da ONU. Toda a sociedade, governos e empresas estão sendo convocados a contribuírem para o controle dos agentes causadores das mudanças climáticas, principalmente com relação à emissão dos gases de efeito estufa. Cada vez mais investidores intensificam as cobranças por soluções e medidas de redução de emissões, e o mercado de shopping centers possui uma parcela de contribuição nessa discussão.

A Ancar Ivanhoe considera o risco climático como tema importante em seu planejamento e operações. Possui ações de controle de emissões, além de medidas de eficiência energética e aquisição de energia proveniente de fontes renováveis para suas operações. Para o próximo ciclo, está em fase de planejamento o aprofundamento da identificação das emissões da companhia, a partir de um inventário de emissões e avaliações baseadas no GHG Protocol.

## ► 7. Incidentes

**Explicação:** Nossos shopping centers são espaços públicos e, portanto, estão sujeitos a incidentes que podem ocorrer em suas instalações e fugir de nosso controle, mesmo com políticas e práticas de mitigação de risco.

Dentre os incidentes aos quais estamos expostos, destacamos o risco de uma abordagem incorreta pelas equipes de shopping em eventos de crise associados à discriminação racial, de gênero, orientação sexual e religiosa. Esses riscos são potencializados quando consideramos o alcance das mídias sociais na disseminação de tais ocorrências, aumentando o dano reputacional.



**Ações:** Nosso time de Operações de shoppings conta com diversos protocolos com relação à conservação e limpeza, manutenção e segurança, com padronização de respostas às emergências, adotando comunicação adequada e planejamento coordenado entre equipes. Contamos com um conjunto vasto de ações que visa sempre evitar a ocorrência de quaisquer tipos de incidentes, mas também rápidas respostas no caso da ocorrência de qualquer acontecimento fortuito.

Para observar o tema de maneira adequada, a Ancar Ivanhoe instituiu uma Gerência de ESG que possui interlocução com todas as áreas da companhia para tratativas sobre o tema. A companhia possui iniciativas de Diversidade e Inclusão, que preveem treinamentos, palestras, campanhas de sensibilização, além de mudança de políticas que visam ao avanço da inclusão na companhia.

Quanto aos riscos reputacionais, relacionados a potenciais incidentes causados envolvendo nossas equipes de shopping (discriminação racial, de gênero, intolerância religiosa), dispomos de treinamentos e reciclagem quanto às melhores práticas de abordagem em eventos de crise.

Corporativamente, a agenda de diversidade também ganha espaço, através de ações

encabeçadas pelo time de Recursos Humanos, com o Manifesto de Compromisso de respeito às minorias e a criação do Comitê de Diversidade e Inclusão. Para o próximo ciclo, planejamos avançar na estruturação de compromissos a serem adotados pela companhia, como metas alinhadas com a agenda ESG e que corroborem com os valores da companhia e temas materiais do mercado.





# DESEMPENHO

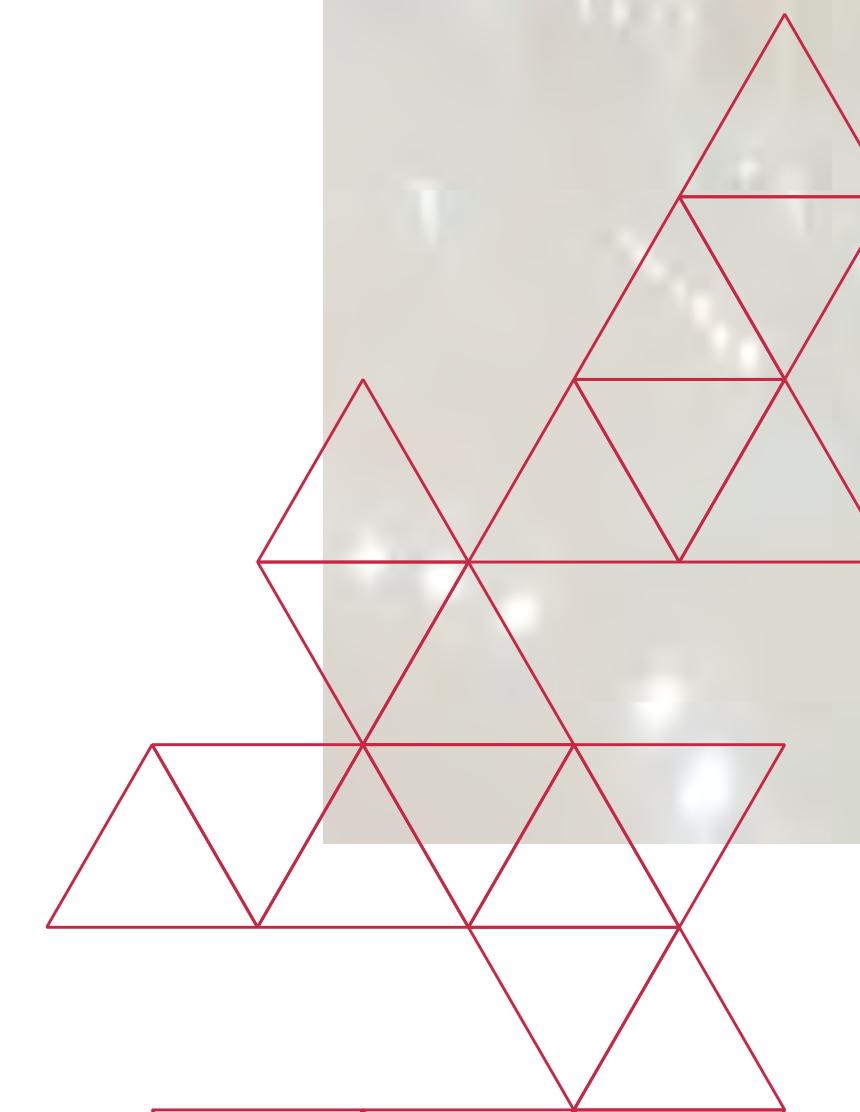


# Cenário setorial

O ANO DE 2021 foi marcado pela continuidade da crise causada pela pandemia da Covid-19. Após uma leve retomada da economia no final de 2020, o primeiro semestre de 2021 registrou uma nova onda da doença e o retorno das restrições de circulação e até, nos casos mais graves, do fechamento dos shoppings em determinadas cidades do país. As medidas foram adotadas de acordo com os índices de cada região e as autoridades locais tinham autonomia para estipular os protocolos sanitários adequados para suas respectivas realidades.

Os shoppings da Ancar Ivanhoe seguiram todos os protocolos orientados pelos órgãos públicos, além de adotar diversas medidas preventivas para garantir a segurança e bem-estar daqueles que frequentavam os empreendimentos, conforme mencionado na página 19.

Todo esse movimento causou grandes impactos no setor, afetando a movimentação de clientes nos shoppings e a cadeia produtiva de diversos setores.



# Desempenho Operacional

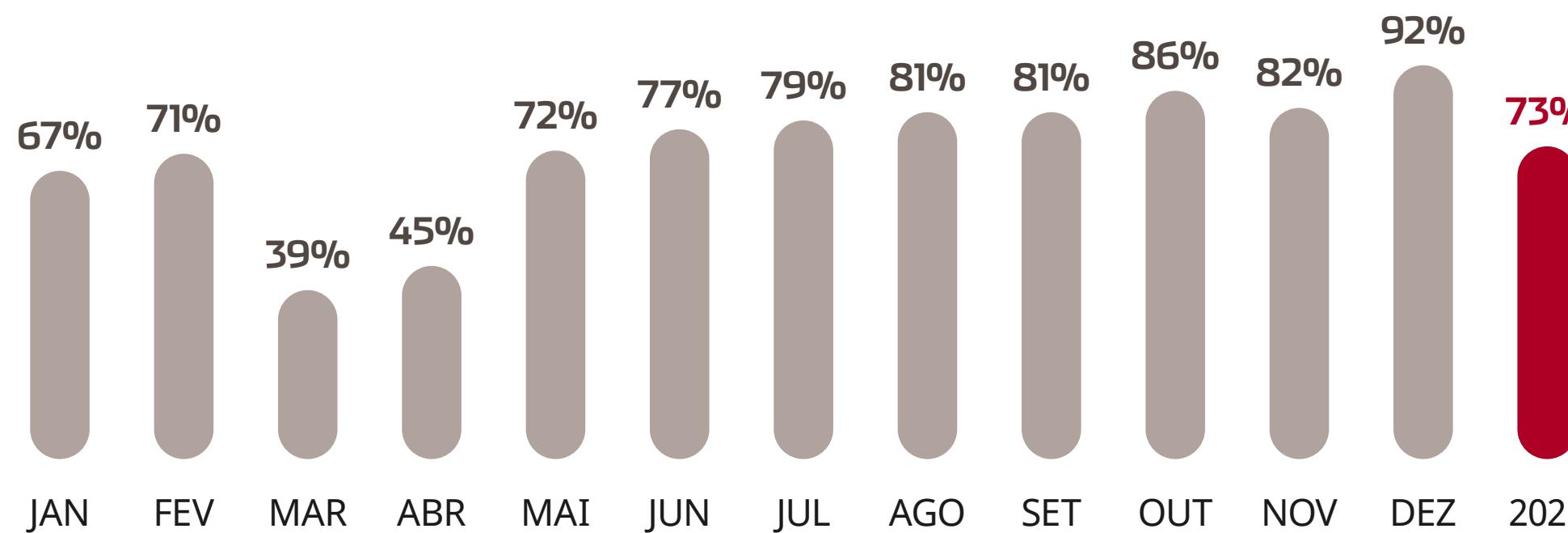
GRI 203-1

**APÓS OS DESAFIOS** enfrentados no início de 2021, em função da pandemia, vimos uma retomada do fluxo e das vendas ao longo do ano, fechando o período em níveis superiores ou muito próximos aos níveis pré-pandemia de 2019.

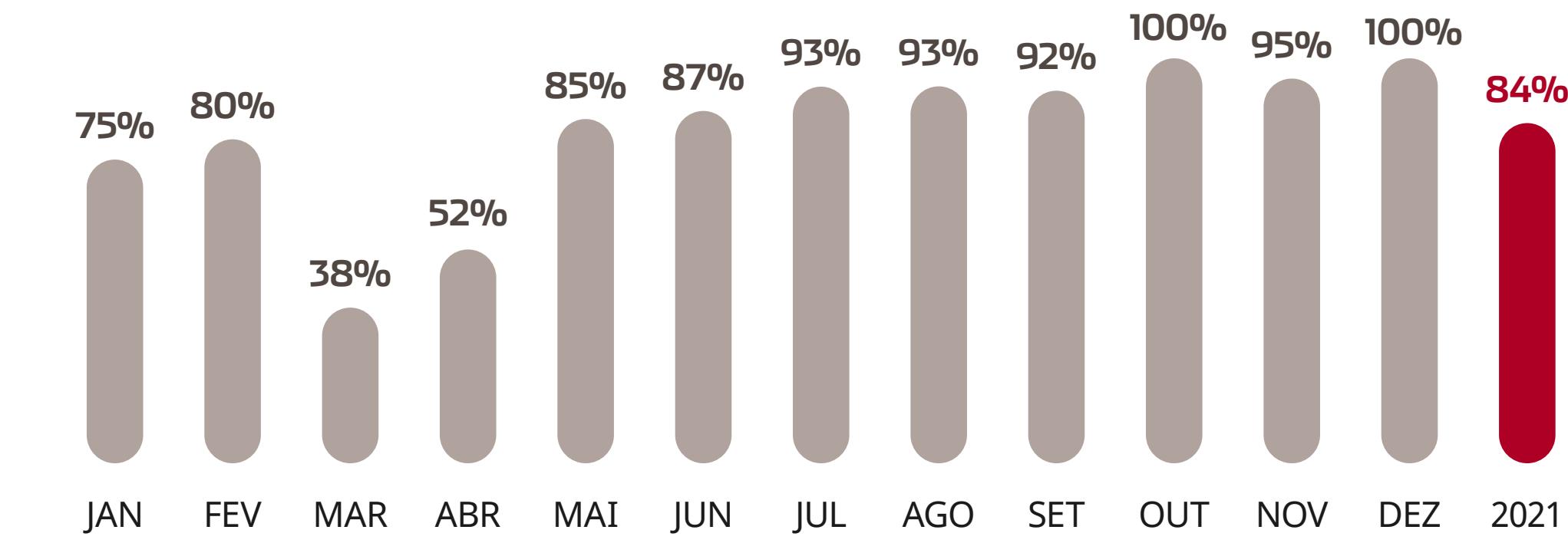
Na tabela a seguir, mostramos a evolução de vendas e fluxo de veículos (como % de 2019) do ecossistema Ancar Ivanhoe ao longo do ano:



EVOLUÇÃO FLUXO VEÍCULOS (% DE 2019)



EVOLUÇÃO VENDAS (% DE 2019)



## Investimentos e expansão

GRI 102-10



Acreditamos que a vocação de um shopping center é proporcionar experiências encantadoras aos consumidores. Por isso, investimos continuamente na melhoria dos empreendimentos do Grupo, com destaque para obras que reforçam o pilar de entretenimento e lazer em nossos shoppings, criando ambientes únicos e inspiradores.

No Shopping Parque das Bandeiras, em Campinas (SP), investimos, em 2021, R\$ 7,8 milhões na criação do espaço **Quintal do Ban**, uma área externa com restaurantes, quiosques, área kids e espaço pet. Por meio desse projeto, além de melhorar os serviços aos consumidores, ampliamos as opções de lazer para a população de Campinas.

No Natal Shopping não foi diferente. Focamos em nossos espaços de alimentação, investindo R\$ 1,4 milhão na integração da Alameda Gourmet com a Praça de Alimentação. O projeto contemplou a integração das áreas com um sistema de escadas rolantes para a comodidade dos clientes.



Já o Pantanal Shopping investiu, em 2021, R\$ 7,8 milhões no Terraço do PAN, espaço gastronômico que é o primeiro *rooftop* da capital, com mais de 1,3 mil m<sup>2</sup>, e conta com mais de dez operações, programação extensa e variada aos finais de semana, além de uma vista privilegiada da cidade. Com o Terraço do PAN, o Pantanal Shopping se consolidou ainda mais como um polo de entretenimento e lazer, complementado pelos espaços Beach Tennis e Arena Gamer, reafirmando o nosso compromisso em proporcionar um ambiente de encontro e compartilhamento de bons momentos.

No Golden Shopping, em São Bernardo do Campo (SP), investimos no Parque Pet Golden, espaço de 530 m<sup>2</sup> de acesso gratuito, destinado para atividades com animais de estimação.

Além disso, o shopping inaugurou o Espaço Sustentável Golden, com uma horta acessível aos clientes e área de descanso 100% alimentada por placas de captação de luz solar. Foram construídas também vagas exclusivas para autistas no estacionamento a fim de receber os pacientes do Hospital Santa Helena, vizinho ao shopping, que atende um número significativo de pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA).



Em Brasília (DF), investimos, em 2021, R\$ 7,8 milhões, de um total de R\$ 12 milhões, no *retrofit* das fachadas do icônico shopping Conjunto Nacional, o primeiro centro comercial da cidade. Assim, no ano em que o empreendimento completou 50 anos, presenteamos a população brasiliense com a revitalização de um dos Patrimônios Históricos e Culturais da Humanidade. A iniciativa, que teve início em 2019, contemplou ainda um projeto de *lift* da marca e a campanha “Conjunto Nacional: Feito de Você”, para celebrar tantos anos de história.



# Desempenho Econômico-Financeiro

Apesar das dificuldades enfrentadas em 2021, por conta do contexto sanitário e econômico nacional, obtivemos excelentes resultados no ano, demonstrando a capacidade de recuperação e resiliência do nosso negócio.

No último trimestre de 2021, com a retomada de vendas e do fluxo de veículos (saiba mais na página 33), observamos também uma retomada do Resultado Operacional Líquido (na sigla em inglês NOI) dos nossos shoppings, atingindo cerca de 96% do patamar registrado no mesmo período em 2019.

Evolução do NOI (% em relação a 2019)

## 25 shoppings

1º Semestre

2º Semestre

2021

68%

97%

83%



# Inovação

A Ancar Ivanhoe busca incansavelmente proporcionar experiências únicas e encantadoras aos seus clientes. Por isso, desde o final de 2020, investimos em uma área de inovação e novos produtos digitais, a Ancar X, com o objetivo de tornar a jornada do consumidor nos shoppings cada vez mais fluida entre o online e o offline.

Em janeiro de 2021, iniciamos diversas pesquisas com os consumidores e lojistas, a fim de descobrir as principais necessidades de clientes e marcas, entender quais pontos da jornada poderiam ser melhorados, fazer uma análise extensa dos dados coletados pelos shoppings e identificar quais aprendizados sobre nossos consumidores poderiam ser valiosos para todo o nosso ecossistema.

Como resultado desse processo, a Ancar X lançou, entre fevereiro e abril, dois produtos-piloto no Shopping Nova América: a **Assistente Virtual** e o **Hub do Lojista**.

Desenvolvemos uma Assistente Virtual que usa inteligência artificial para oferecer informações e serviços aos consumidores, tais como: informações sobre o shopping, dados sobre lojas e restaurantes, oferta de produtos e interação direta com o vendedor da loja. Até dezembro, a assistente virtual já tinha alcançado mais de 315 mil mensagens.

Em novembro, lançamos uma nova versão da assistente virtual no Botafogo Praia Shopping, com a navegação mais fluida e com ainda mais conteúdo. A nova versão será implementada em todos os shoppings da empresa no decorrer de 2022.



Já o Hub do Lojista teve sua primeira versão desenvolvida em 2021 e busca possibilitar a venda de produtos por meio de uma vitrine virtual conectada à Assistente Virtual (tudo orquestrado pela inteligência artificial). Dessa forma, o lojista pode transcender as paredes do shopping e interagir diretamente com o consumidor através do celular, de forma simples e segura. Até o final de 2021, havíamos conectado 95 lojistas no Hub do Lojista do Shopping Nova América.

Em março de 2022, lançaremos a segunda versão do Hub do Lojista, deixando a navegação do usuário mais intuitiva e rápida. Também serão inseridos serviços como: indicadores de performance das ofertas criadas pelos próprios lojistas e fluxo de usuários no shopping. O projeto vai ganhar ainda mais relevância, quando se tornar o principal canal de comunicação dos lojistas com os shoppings, trazendo informações sobre a rotina e dando acesso a informações como inteligência de venda do segmento e do empreendimento como um todo. Futuramente serão inseridas mais camadas de serviços como recrutamento de pessoas, comercial, financeiro, marketing e outros.

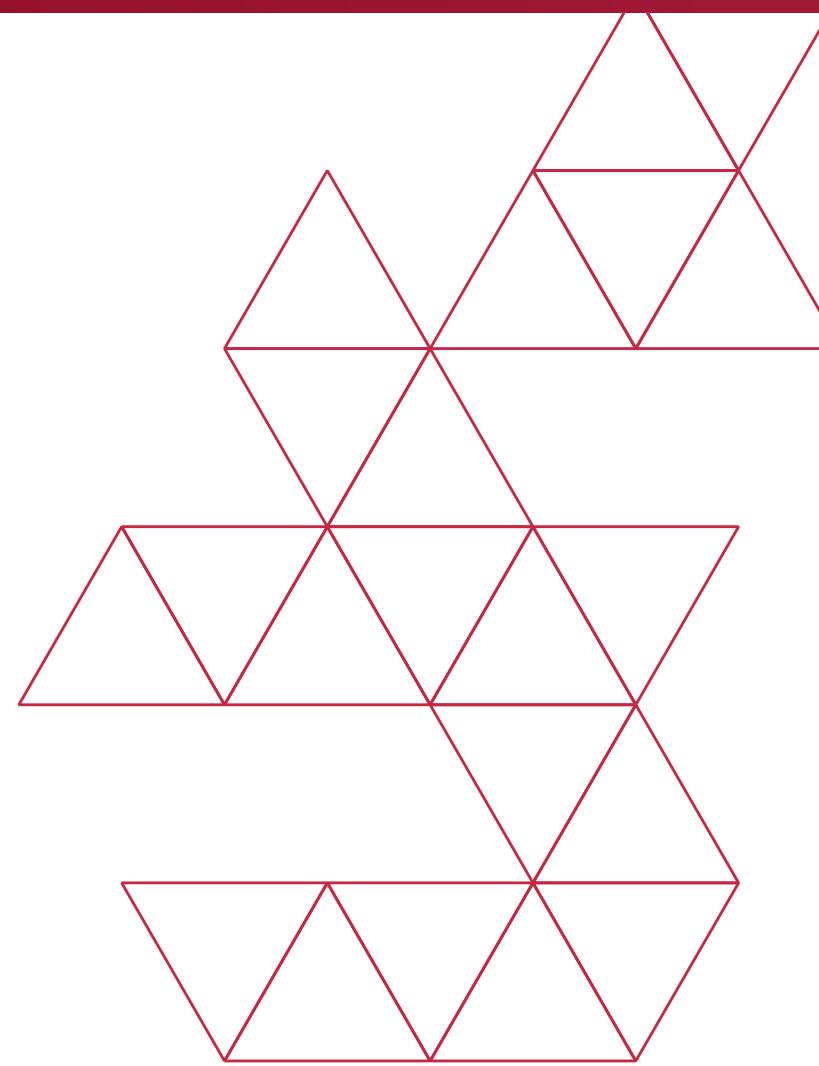


Ao longo de 2021, continuamos focados no desenvolvimento de outras iniciativas, como o App do Cliente, o painel de gestão de todas as plataformas digitais B2B e B2C, a arquitetura de dados e a consolidação do ecossistema de produtos digitais da Ancar Ivanhoe.

Dessa forma, além de desenvolvermos produtos digitais que possibilitam aos usuários participarem de promoções ou localizarem suas lojas e restaurantes preferidos, atuamos para a construção do chamado “Shopping inteligente”, que é a consolidação de todo o ecossistema dos nossos empreendimentos, orquestrada por inteligência artificial.

São várias tecnologias integradas que proporcionam uma evolução da experiência do consumidor dentro e fora do shopping com o apoio de dados. A inteligência artificial permite que o relacionamento entre shopping e usuários seja cada vez mais personalizada, fluida e integrada.

Além de antecipar os desejos e atender às necessidades dos usuários, o “shopping inteligente” ainda proporciona conhecimento coletivo para todo o ecossistema. Com o Hub do Lojista, por exemplo, as marcas que compõem o mix de lojas passam a ter acesso a informações sobre o público do shopping, como perfil, frequência, tempo de permanência, motivações e interesses, permitindo a construção de estratégias direcionadas para maior conversão em vendas e melhoria no atendimento.



# **Inteligência artificial para o time comercial**

Em 2021, lançamos a Bianca, nossa assistente virtual que responde às dúvidas e demandas do time comercial. Empregando *machine learning*, ela utiliza os dados recebidos para aprimorar, a cada uso, a qualidade da informação que oferece.

O aplicativo da Bianca está disponível para nossos colaboradores nos sistemas iOS e Android, possibilitando que a inteligência artificial interaja, de forma mais direta e proativa, com cada um de nossos usuários. Atualmente, a tecnologia está inserida no processo do time comercial, que a utiliza para negociação com novos lojistas e no comitê semanal com a diretoria. Ao final do ano, tínhamos 250 usuários cadastrados na plataforma, com uma média mensal de 155 usuários ativos e 100 perguntas realizadas por dia.





# PESSOAS

# Nossa gente

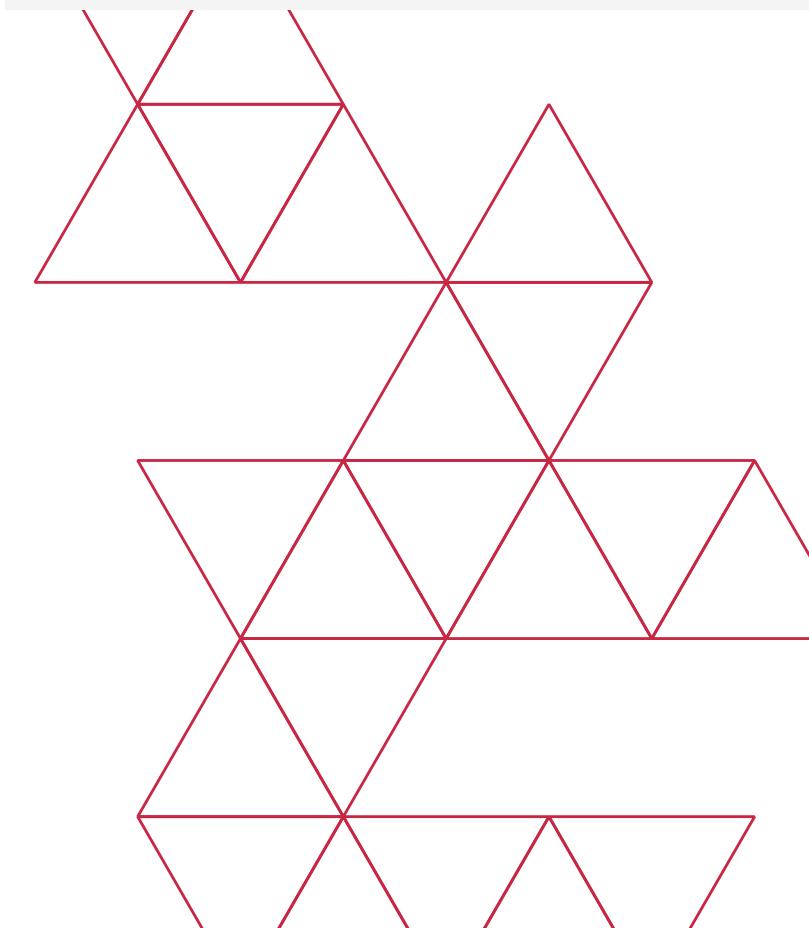
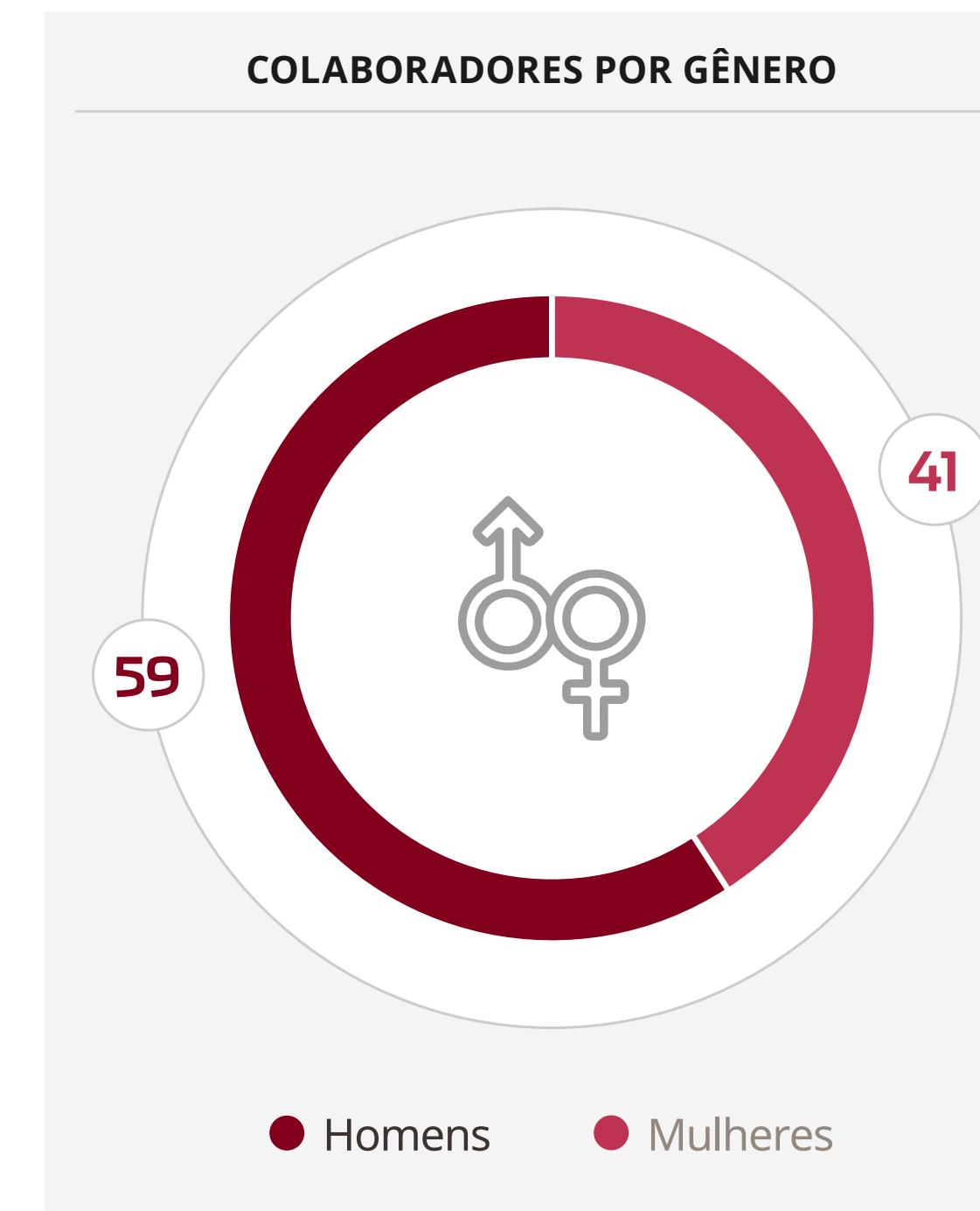
## Perfil

GRI 102-8 / 102-40 / 102-41

**NA ANCAR IVANHOE**, colocamos em prática, no dia a dia de nosso negócio, nosso valor: “Gente que gosta de gente”. É atuando com foco nele que ampliamos o impacto social de nossas ações, seja no público interno ou externo da companhia.

Para atingir esse objetivo, uma peça essencial é o trabalho dedicado de nossos colaboradores.

Contamos com uma equipe de quase 2 mil colaboradoras e colaboradores efetivos e mais de 2 mil terceiros, distribuída em todos os shoppings nos quais temos operação.



Colaboradores por tipo de contrato	Homem	Mulher
Permanente	1.151	741
Temporário	27	67
Terceiros	1.284	881
Subtotais	2.462	1.689
<b>Total</b>	<b>4.151</b>	

Colaboradores por tipo de contrato por região	Permanente	Temporário
Norte	63	5
Nordeste	260	20
Centro-oeste	265	12
Sul - Sudeste	1.304	57
<b>Total</b>	<b>1.986</b>	

Contamos com um modelo de gestão descentralizado, no qual os colaboradores têm voz e dividem com os líderes a responsabilidade. Dessa forma, as decisões são tomadas dentro do ambiente em que ocorre a demanda ou o problema, permitindo uma argumentação mais assertiva e a busca de uma solução mais criativa.

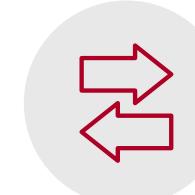
Para estreitar o relacionamento com nossos colaboradores, dispomos de canais de comunicação interna, como a nossa Intranet, por meio dos quais comunicamos todas as informações relevantes sobre a empresa, além de ações voltadas à participação dos colaboradores, como treinamentos, pesquisas, campanhas de comunicação e iniciativas de voluntariado.

Ao longo de 2021, devido à pandemia, intensificamos as relações com os sindicatos, em virtude de acordos específicos que precisaram ser firmados<sup>1</sup>.

Em 2020, com as necessidades de agilidade e adaptabilidade que vieram com a pandemia da Covid-19, desenvolvemos novos pilares para um cultura organizacional voltada à inovação e à gestão de conhecimento:



Diversidade e inclusão



Catalisador de mudança



Metodologia Ágil



Novos modelos de negócio



Cultura orientada para dados



Mindset digital



**Melhores Empresas para Trabalhar™**

**Great Place To Work®**

**BRASIL  
2021**

Como resultado de nossa gestão focada nos colaboradores, estamos há 15 anos no ranking Great Place to Work® (GPTW) (Melhores Lugares para Trabalhar, em inglês), que avalia a percepção dos funcionários e a importância dada às boas práticas de gestão da companhia. Em 2021, alcançamos a **47ª posição no ranking nacional e o 3º lugar no ranking GPTW RJ**, do qual fazemos parte desde 2008.

<sup>1</sup> Oitenta por cento dos nossos colaboradores são cobertos por negociação coletiva.

## Projeto RHENOVA

Ao longo de 2021, buscamos empoderar as lideranças da Ancar Ivanhoe na gestão de seus times por meio do Projeto Rhenova. Para isso, usamos o Sistema ADP, que disponibiliza ferramentas de Gestão de Pessoas para o acompanhamento e gestão em tempo real dos processos de recrutamento e seleção, admissão, integração, avaliação do período de experiência, benefícios, afastamento, férias, ponto e demissão.

O Projeto Rhenova tem como pilares:

- Empoderamento da liderança por meio da autonomia, autogestão e domínio dos conhecimentos;
- Agilidade no atendimento, no retorno à equipe e nos resultados desejados;
- Transparência nos processos, nos dados informados, na condução e na relação com o time.

Durante o ano, todas as lideranças dos shoppings foram treinadas na ferramenta, passando a conduzir os colaboradores ao longo de toda a sua jornada na companhia.



## Atração e retenção de talentos

GRI 401-1

Ao longo de 2021, continuamos focados em atrair novos talentos para a empresa.

Ao serem contratados, os novos colaboradores passam por um treinamento de *onboarding*, no qual são apresentados à companhia e aos seus valores. Dependendo do cargo e da área, o processo de integração pode ser feito de formas diferentes, a partir da interação com os pares, de visitas aos shopping centers ou de cursos online em nossa plataforma de aprendizado. Dessa maneira, garantimos uma cultura alinhada e com os mesmos objetivos.

Total de novos funcionários contratados no ano por faixa etária		
Faixa etária	Número total de contratações	Taxa de contratação (%) <sup>1</sup>
Menos que 30 anos	295	64%
Entre 30 e 50 anos	313	25%
Mais que 50 anos	24	8%

Total de novos funcionários contratados no ano por gênero		
Gênero	Número total de contratações	Taxa de contratação (%)
Masculino	307	26%
Feminino	325	40%

Total de novos funcionários contratados no ano por região		
Região	Número total de contratações	Taxa de contratação (%)
Regional RJ	164	39%
Regional SP	106	34%
Regional NE	106	40%
Regional CO/N	135	21%
Holding	121	33%

<sup>1</sup> Taxa de contratação = número de colaboradores contratados em determinada categoria do ano / número total de colaboradores na categoria.

Rotatividade por Faixa Etária			
Faixa etária	Total ano	Média Mensal	Taxa Anual (%) <sup>2</sup>
Menos que 30 anos	212	4%	46%
Entre 30 e 50 anos	297	2%	24%
Mais que 50 anos	25	1%	9%

Rotatividade por Gênero			
Gênero	Total ano	Média Mensal	Taxa Anual (%)
Masculino	281	2,0%	24%
Feminino	253	2,6%	31%

Rotatividade por Região			
Região	Total ano	Média Mensal	Taxa Anual (%)
Regional RJ	123	2,5%	29%
Regional SP	90	2,4%	29%
Regional NE	94	3,0%	36%
Regional CO/N	142	1,9%	23%
Holding	85	1,9%	23%

<sup>2</sup> Taxa de rotatividade = número de colaboradores desligados em determinada categoria no ano / número total de colaboradores na categoria. A taxa de rotatividade é calculada com base no volume de desligamentos no ano. No período, a taxa de rotatividade média mensal foi de 3%.

## Treinamento e educação

GRI 404-1 / 404-2

Sabemos que a capacitação de nossos colaboradores é um dos principais meios de continuarmos desenvolvendo nossa empresa. Por isso, disponibilizamos uma plataforma online em nossa Intranet, chamada Universidade Ancar Ivanhoe (UAI). Desenvolvida em parceria com a Uol Edtech, ela oferece uma série de cursos e treinamentos aos colaboradores.

Entre os cursos oferecidos na plataforma, estão treinamentos técnicos e capacitações focadas em desenvolver habilidades necessárias para o desempenho das funções dos colaboradores, sejam elas *soft* ou *hard skills*. Em 2021, por exemplo, lançamos na UAI o Programa de Desenvolvimento de Analistas, que aborda os temas de protagonismo, cultura organizacional, conhecimentos sobre o negócio e foco em resultado, com o objetivo de desenvolver esse grupo específico de colaboradores.

Durante a pandemia, a UAI atuou para engajar os colaboradores e familiares por meio de livros

e cursos exclusivos, que foram incluídos na plataforma como uma maneira de potencializar seu conhecimento. Nesse contexto, desenvolvemos também uma área totalmente voltada para o público infantil, chamada Crianças em Casa. Nela, disponibilizamos atividades, livros e vídeos com sugestões de atividade para o período de isolamento social.

Além dos cursos da UAI, oferecemos também cursos de atualização obrigatórios para o desempenho de determinadas funções, como reciclagem para o time de Segurança Patrimonial e treinamento para trabalho em espaço confinado e altura.

Com foco no desenvolvimento de alguns níveis, estabelecemos convênios com instituições de educação como a Universidade de São Paulo (USP), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Ibvmec, PUC, FGV, Fanor, IBMR, ESPM, Lingopass, Aliança Francesa e Conquer, para disponibilizar descontos em cursos livres, MBA e pós-graduações.



### Número médio de horas de treinamento

Por gênero	Média de horas de treinamento
Masculino	29
Feminino	36

Por categoria funcional	Média de horas de treinamento
Operacional	30,66
Analista/Assistente	23,23
Coordenador/Gestor	28,52
Gerente/Superintendente	18,97

## Desenvolvimento dos colaboradores

GRI 404-3

Focados na evolução do nosso time e do nosso negócio, evoluímos em nossa metodologia para medir e promover o desenvolvimento dos colaboradores. Lançamos um sistema de Performance e Desenvolvimento, baseado em diversos check-ins ao longo do ano, nos quais podemos promover feedbacks, corrigir rotas, dividir

responsabilidades, ampliar a aprendizagem e alinhar expectativas.

Como parte desse processo, lançamos em 2021, o Plano de Desenvolvimento Individual (PDI), por meio do qual o colaborador pode estabelecer metas de desenvolvimento, direcionar seu foco e alinhar expectativas com os líderes.

### Porcentagem de funcionários que recebem análises regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira

Por gênero	Porcentagem
Masculino	84%
Feminino	91%
<b>Por categoria funcional</b>	
Operacional	80%
Analista/Assistente	95%
Coordenador/Gestor	95%
Gerente/Superintendente	96%



## Diversidade e Inclusão

GRI 406-1

Na Ancar Ivanhoe, acreditamos que são as nossas diferenças que nos tornam únicos.

Ao buscarmos ter uma equipe diversa, em linha com a própria diversidade da população brasileira, fortalecemos nosso negócio. Por isso, estamos comprometidos com a diversidade, o respeito, a igualdade e o acolhimento.

Para nos posicionar em relação ao tema, lançamos, em 2021, um manifesto no qual assumimos o compromisso de respeitar o direito de sermos igualmente diferentes.  
Assista ao vídeo-manifesto em:



Visando potencializar ainda mais o tema na companhia e engajar os colaboradores, lançamos nosso Grupo de Trabalho de Diversidade e Inclusão. Desenvolvido em parceria com a Consultoria Parangolé do Saber, o grupo conta com 56 colaboradores voluntários, de diferentes áreas e níveis hierárquicos da empresa, para discutir as questões de diversidade e inclusão, a fim de desenvolver ações práticas que avancem nossa gestão.

O Grupo de Trabalho é subdividido em quatro Grupos de Afinidade:

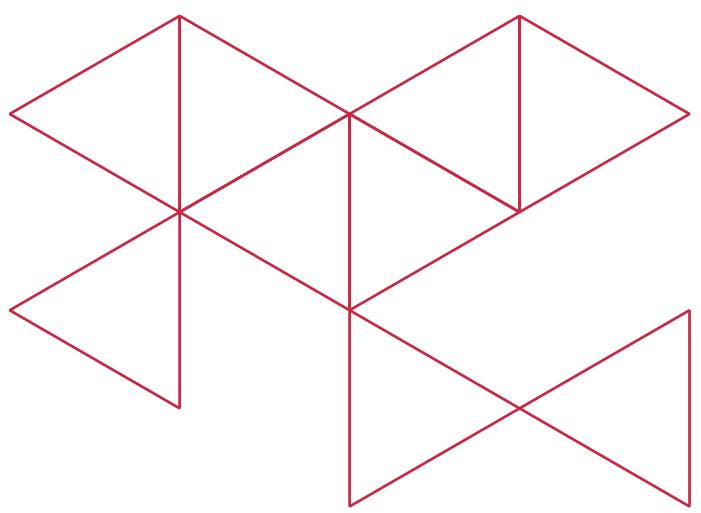
- Grupo Identidade, sobre questões de gênero;
- Grupo Cores, sobre questões LGBTQIA+;
- Grupo Raízes, sobre questões raciais;
- Grupo Luta PCD, sobre questões das Pessoas com Deficiência.



Com o objetivo de tornar os líderes embaixadores internos do projeto, realizamos workshops sobre Colorismo e Pigmentocracia e Liderança Inclusiva voltados para esse público.

Os eventos contaram com a participação de 60 lideranças, entre superintendência, diretoria e gerentes corporativos.

Durante o ano, lançamos também a Academia de Diversidade, com o objetivo de ampliar conhecimento dos colaboradores sobre o tema. Nove cursos foram disponibilizados na Universidade Ancar Ivanhoe (UAI), com tópicos como Cultura e Gestão Inclusiva, Como ser um Líder Inclusivo e Barreiras Invisíveis: os vieses inconscientes.



### Shoppings contra a discriminação

Em 2021, nós tivemos oito casos registrados de discriminação, sendo quatro denúncias realizadas por comunicação interna/externa e quatro pelo Canal de Transparência. Em todos eles, sejam denúncias externas ou internas, as devidas medidas corretivas foram adotadas. Os casos de ocorrência de discriminação nos shoppings são tratados pontualmente pela equipe de comunicação e internamente pelos shoppings envolvidos.

## Indicadores de diversidade

GRI 401-3 / 405-1

### DIVERSIDADE DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA E DOS FUNCIONÁRIOS

Por outros indicadores de diversidade	Porcentagem do quadro de colaboradores
Pessoas Com Deficiência (PCD)	0,70%
Pardos e Negros*	52,17%
Indígenas*	0,38%

\* Os dados foram obtidos por meio de autodeclaração na pesquisa GPTW.

#### Porcentagem de funcionários por categoria funcional e gênero

Categoria	Feminino	Masculino
Operacional	29,8%	70,2%
Analista/Assistente	60,0%	40,0%
Coordenador/Gestor	48,8%	51,2%
Gerente/Superintendente	37,5%	62,5%
Diretoria	0%	100%

#### Porcentagem de funcionários por categoria funcional e idade

Categoria	Menor 30	Entre 30 e 50	Maior 50
Operacional	17,89%	60,31%	21,80%
Analista/Assistente	33,06%	59,72%	7,22%
Coordenador/Gestor	6,20%	81,40%	12,40%
Gerente/Superintendente	0%	82,50%	17,50%
Diretoria	0%	25%	75%

### LICENÇA PARENTAL

#### Número total de funcionários que tiraram licença-maternidade/paternidade no ano

Gênero	Número total
Masculino	8
Feminino	34

#### Número total de funcionários que efetivamente retornaram ao trabalho após a licença-maternidade/paternidade no ano

Gênero	Número total
Masculino	8
Feminino	34

#### Número total de funcionários que deveriam ter retornado ao trabalho após a licença-maternidade/paternidade no ano anterior ao período do relato

Gênero	Número total
Masculino	0
Feminino	12

#### Número total de funcionários que completaram em 2021 12 meses ou mais de seu retorno ao trabalho pós-licença

Gênero	Número total
Masculino	0
Feminino	10

## Saúde e segurança

GRI 403-1 / 403-2 / 403-3 / 403-4 / 403-5 / 403-6 / 403-7 / 403-8 / 403-10

Para garantir a saúde e segurança dos nossos colaboradores, dispomos de sistemas de gestão de saúde e segurança ocupacionais implementados em todos os nossos locais de trabalho e setores, em linha com as Normas Regulamentadoras Nacionais. O sistema abrange 100% de nossos colaboradores.

O sistema de gestão é apoiado tecnicamente, gerenciado pela empresa SOU e tem base em padrões e/ou diretrizes de sistema de gestão reconhecidos, como PPRA, PCMSO, LTCAT, Laudos Obrigatórios de Insalubridade, Periculosidade e PGR.

Asseguramos a qualidade do processo de identificação e gestão dos riscos de incidentes por meio de laudos anuais, como o LTCAT, onde é observada a condição do ambiente, em todos os shoppings e escritório. Todos os laudos possuem um cronograma para adequação de pontos sinalizados como possíveis riscos e, por meio de sua renovação, geramos melhorias contínuas no sistema de gestão da saúde e segurança.

Além disso, realizamos o treinamento de NR10, específico sobre os riscos para pessoas que interajam com instalações elétricas e serviços de eletricidade direta, ou indiretamente.

Para investigar acidentes de trabalho e determinar melhorias e medidas corretivas, temos uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), formada pelos empregados e liderada pelo técnico de segurança em cada unidade, com o objetivo de analisar e atuar na prevenção de acidentes.

No ano avaliado não houve registro de lesões ou mortes. Não realizamos inspeção de lesões relacionadas ao trabalho dos colaboradores e de funcionários terceirizados.

Também não houve registro de morte resultante de problema de saúde relacionado ao trabalho, e houve o caso de uma doença de comunicação obrigatória.

**Todo os laudos e programas confeccionados pela empresa de gestão técnica (SOU) são renovados e publicados anualmente, sendo que as cópias ficam disponíveis no shopping e escritório.**



Os processos para participação e consulta dos colaboradores e terceirizados que atuam em nossas dependências no desenvolvimento, implementação e avaliação do sistema de gestão de saúde e segurança são realizados por meio de comunicados divulgados em nossas plataformas de comunicação interna e nos murais, disponíveis nas áreas comuns dos shoppings. Os líderes e supervisores das equipes operacionais são instruídos a reforçar os temas em preleção feita com o time.

Além disso, realizamos anualmente a SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes), onde são abordados temas de relacionados à saúde, como tabagismo e outros.

## SERVIÇOS DE SAÚDE NO TRABALHO

Serviço	Função
CIPA	Comissão interna para minimizar possíveis situações de risco
PCMSO	Programa de Controle de Medicina de Saúde Ocupacional
LTCAT	Laudo Técnico das Condições do Ambiente de Trabalho
PPRA	Programa de Prevenção de Riscos Ambientais
Laudo Periculosidade	Laudo que identifica as condições perigosas e equipamentos para reduzir o impacto

No caso dos trabalhadores alocados em nossos shoppings, mas sem vínculo trabalhista, como os colaboradores das lojas e restaurantes, seguimos as determinações e decretos locais, para atender às normas. Em 2020 e 2021, seguimos ainda as medidas de prevenção à Covid-19 de acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS) e os decretos locais.

Os terceiros passam por auditoria e precisam apresentar documentação periodicamente às áreas contratantes dos shoppings.

## Benefícios

GRI 401-2

Para cuidar da saúde e bem-estar dos nossos colaboradores, ao mesmo tempo em que valorizamos o seu trabalho, oferecemos, para os efetivos contratados por período integral, planos de saúde e odontológico, seguro de vida, licença-maternidade estendida, licença-paternidade, licença-adoção, e vale-alimentação e/ou refeição.

Aliado aos demais benefícios, oferecemos um Programa de Gestão Parental que conta com uma plataforma de cuidado para mulheres e famílias diversas que é moldada de forma personalizada e aborda temas como planejamento familiar, fertilidade, gravidez, adoção, do puerpério aos primeiros anos da criança, cuja abordagem é extensiva ao colaborador e sua rede de apoio.

Também promovemos ações de qualidade de vida e bem-estar físico e emocional com palestras sobre saúde mental, educação financeira, inteligência emocional e demais temas de saúde.



A companhia mantém a confidencialidade das informações pessoais relacionadas à saúde dos colaboradores com base na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), garantindo que não sejam utilizadas para tratamento favorável ou desfavorável dos trabalhadores.

# Lojistas

GRI 102-43

**ENTRE OS OBJETIVOS** de nosso modelo de negócios está aumentar a rentabilidade dos lojistas, oferecendo um espaço e infraestrutura adequados para que conduzam suas atividades. Em 2021, lançamos novas ferramentas que dão maior acesso ao conhecimento e autonomia na gestão de seus negócios.

## Universidade do Lojista

Em setembro de 2021, lançamos, no modelo de projeto-piloto, a Universidade do Lojista, uma plataforma virtual que oferece cursos de capacitação para lojistas em 21 shoppings do Grupo. A iniciativa oferece um conteúdo acessível e multicanal, com foco na inovação e no aprendizado de novas habilidades, em linha com um mundo em constante transformação.

Dentre os conteúdos oferecidos na plataforma estão os cursos do programa SAPIÊNCIA, da UOL Edtech, que abrange temas como adaptação a novos modelos de

trabalho, liderança inspiradora, priorização e autogestão, comunicação eficiente, colaboração, diversidade e inclusão e inteligência emocional.

**Ao todo, são mais de 130 cursos disponíveis aos lojistas.**

Os conteúdos podem ser acessados por celular, tablet e computador, oferecendo uma experiência de aprendizagem 100% digital. Utilizamos a mesma plataforma da Universidade Ancar Ivanhoe (UAI), voltada aos colaboradores.

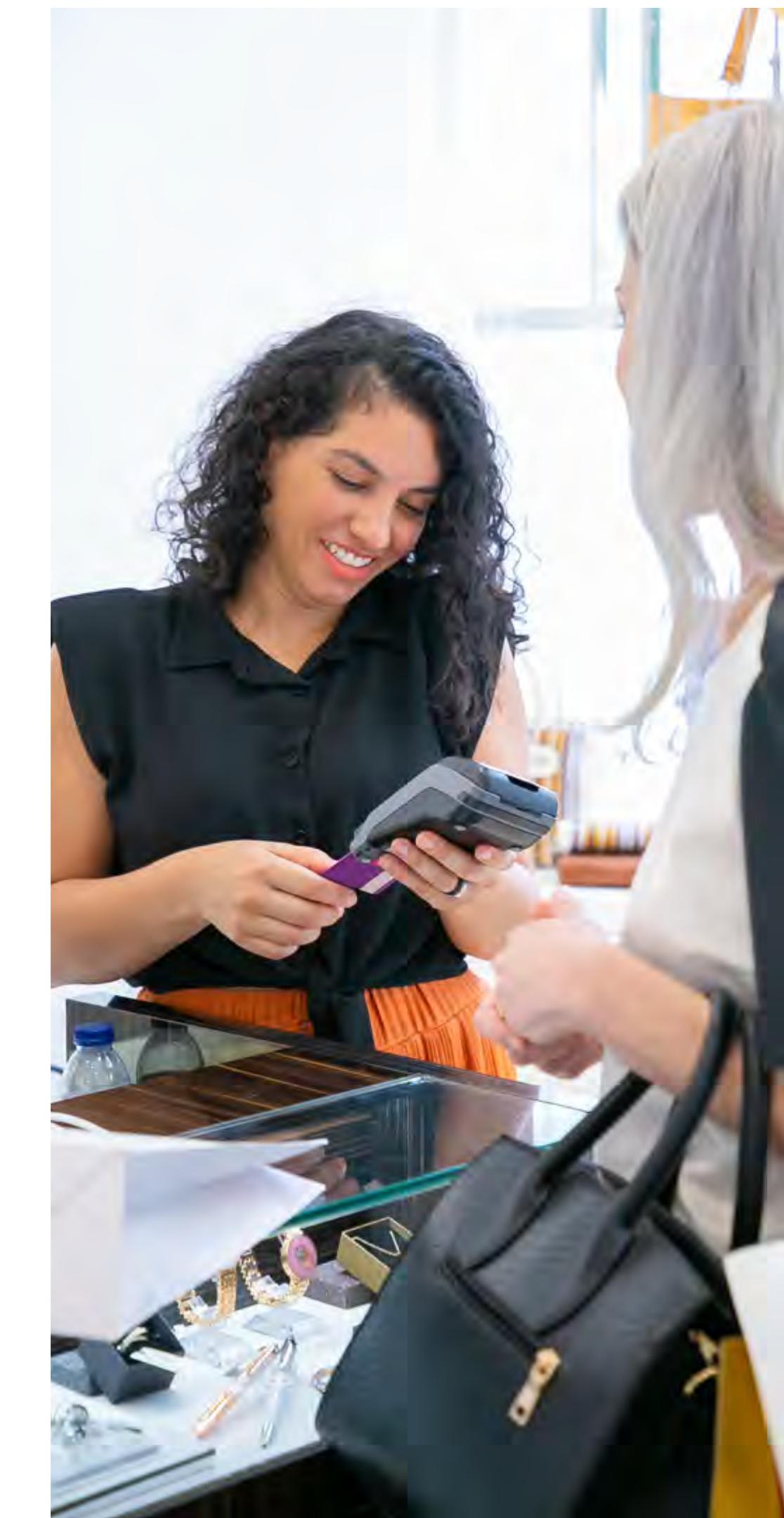
A iniciativa foi planejada como resposta a uma pesquisa realizada em 2021 para mapear as necessidades, dores e expectativas de nossos lojistas, com mais de 600 respondentes. Em 2021, a Universidade do Lojista foi implementada no formato de projeto-piloto,

envolvendo apenas os gerentes de lojas dos shoppings do Nordeste. Foram mais de 50 participantes e 1.500 logins na plataforma.

Nesse momento, mapeamos a adesão e engajamento do lojista, avaliando em cada etapa as boas práticas e possíveis pontos de melhoria, para, em 2022, fazer a expansão para todo o Brasil.

No momento de lançamento da plataforma, promovemos um Webinar sobre Transformação no Varejo, com a STARTSE, durante o qual registramos mais de 4 mil inscritos e cerca de 15% de engajamento ao vivo.

Por meio dessa iniciativa, buscamos proporcionar o compartilhamento de conhecimento com base nas reais necessidades dos lojistas, preparando-os para os desafios da transformação digital e dos novos comportamentos do consumidor, em um momento tão sensível quanto o pós-pandemia.



## Projeto e-Sat

O E-sat é um software de leitura de vendas que permite a Ancar Ivanhoe e ao lojista ter informações consolidadas em menor tempo e de forma segura. Com essas informações, a ferramenta entrega relatórios e insights de Inteligência de Vendas que auxiliam na gestão e na tomada de decisão. Com ela, por exemplo, é possível identificar dias e horários com maior potencial de venda, o ticket médio da loja, comparado ao do shopping e do seu respectivo segmento, e acompanhar as formas de pagamento mais utilizadas, entre inúmeras funcionalidades.

Os dados coletados nas lojas são criptografados e tratados de maneira sigilosa e segura.

Ao final de 2021, tínhamos mais de 2.100 lojas plugadas à base de dados, que correspondem a 77% do total de lojistas presentes na plataforma Ancar Ivanhoe.



# Cadeia de fornecedores

GRI 102-9 / 204-1 / 408-01 / 409-01

**EM 2021, NO CSC DA ANCAR IVANHOE,** contamos com 3.126 empresas em nossa base de fornecedores, para as quais pagamos mais de R\$ 558,400 milhões. Estes números contemplam os shoppings e entidades atendidas pelo CSC da Ancar Ivanhoe<sup>3</sup>.

Na Ancar Ivanhoe, sabemos que, ao estabelecer relacionamentos sustentáveis com nossa cadeia de fornecimento, podemos ampliar o impacto positivo na sociedade. Por isso, buscamos impulsionar as relações trabalhistas em toda a cadeia.

Nosso Código de Conduta Ética proíbe a utilização ou simples apoio ao trabalho escravo, infantil ou qualquer outra prática ilegal. Nesse sentido, prestadores de serviço considerados de risco pelo Departamento de Riscos e *Compliance* passam por avaliação de integridade (*due diligence*) no momento da homologação do cadastro, reduzindo o risco de contratarmos prestadores com histórico negativo sobre qualquer aspecto de integridade. O processo inclui pesquisas em listas de empresas penalizadas por emprego de trabalho análogo à escravidão e trabalho infantil.

Na prestação de serviços diretos aos shoppings com alocação de mão de obra, todos os trabalhadores são validados pelo gestor do contrato, inclusive com a certificação do pagamento de INSS, mitigando a possibilidade de termos nossas operações e fornecedores sob risco de ocorrência de trabalho infantil, trabalho forçado ou análogo à escravidão, e também garantindo que os terceirizados recebam os valores legais de seus contratantes.

Outra forma de gerarmos valor a partir do relacionamento com a cadeia de fornecimento é fazer negócio com fornecedores locais. Em 2021, 67% das compras que nossos shoppings realizaram foram feitas com fornecedores com registro do CNPJ no mesmo município onde o empreendimento está localizado, gerando renda para as comunidades e dinamizando a economia local.

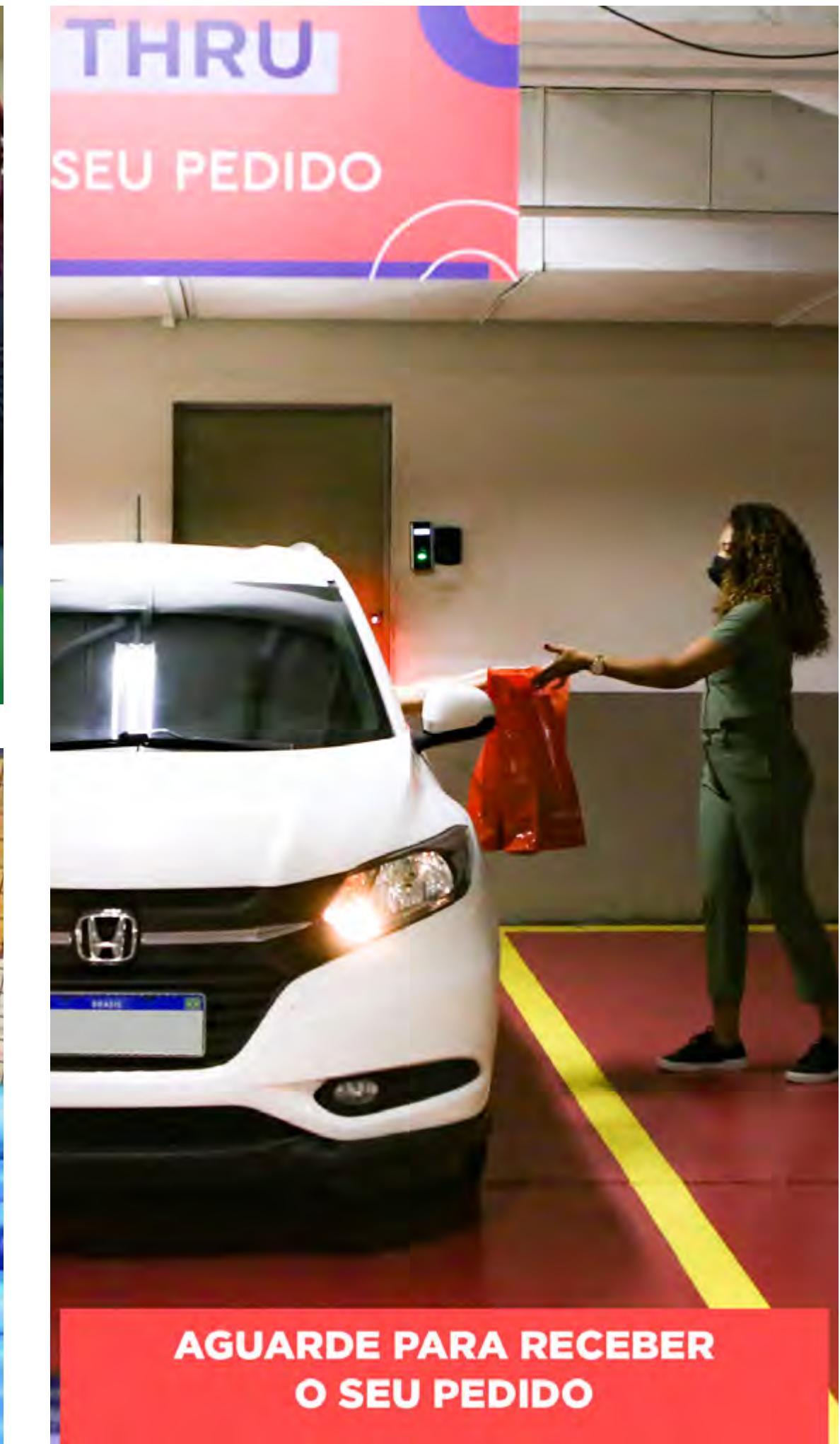
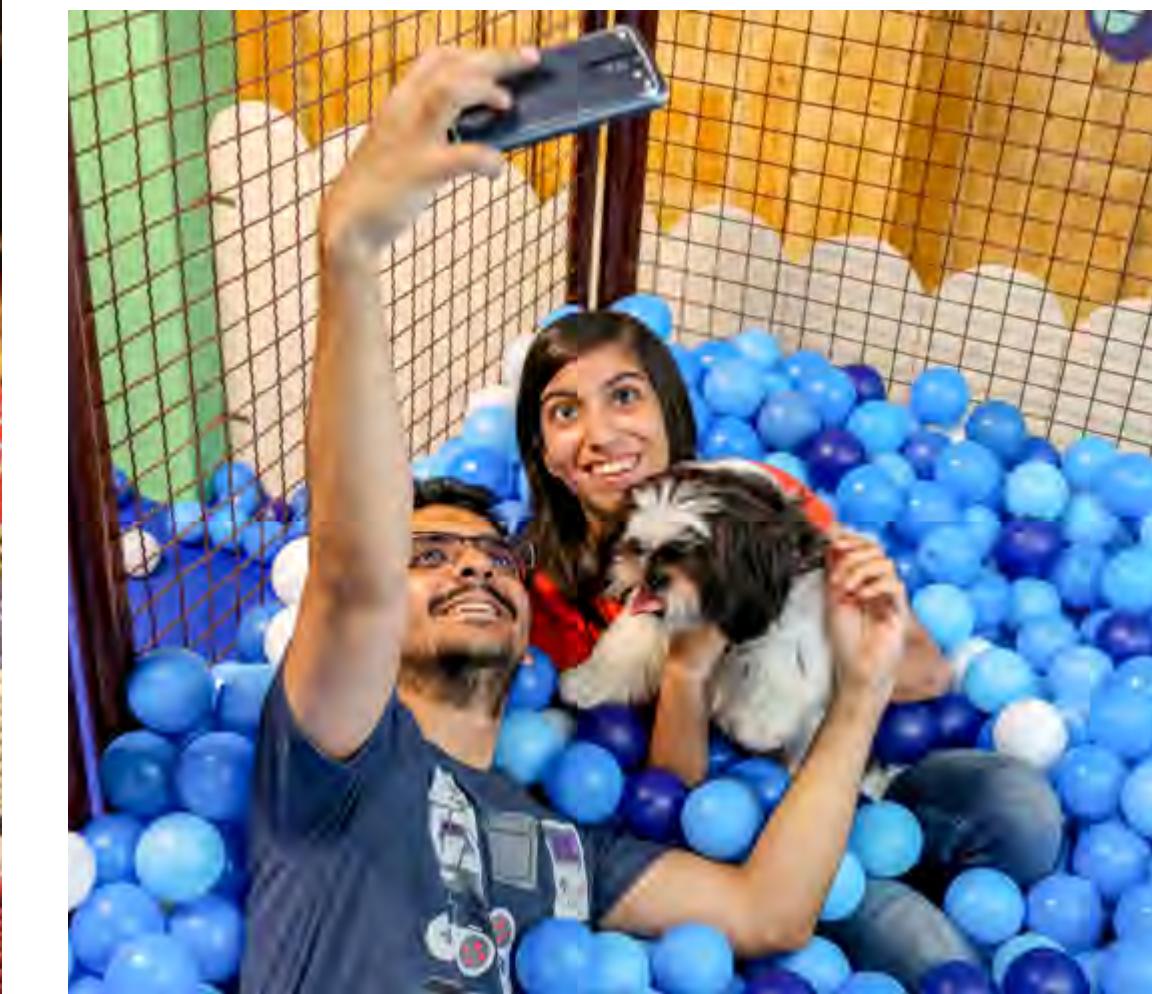
<sup>3</sup> Não estão contemplados os shoppings Eldorado, Interlagos, Iguatemi Porto Alegre, CenterVale e Pantanal, além dos pagamentos realizados em moeda estrangeira, por serem pouco representativos.



# Cientes

GRI 102-40

**CONTAMOS COM** o Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) em todos os nossos shoppings, ou seja, Ouvidoria, Fale Conosco, Redes Sociais, Site da Ancar Ivanhoe, e-mail e pesquisas de mercado.



# Investidores

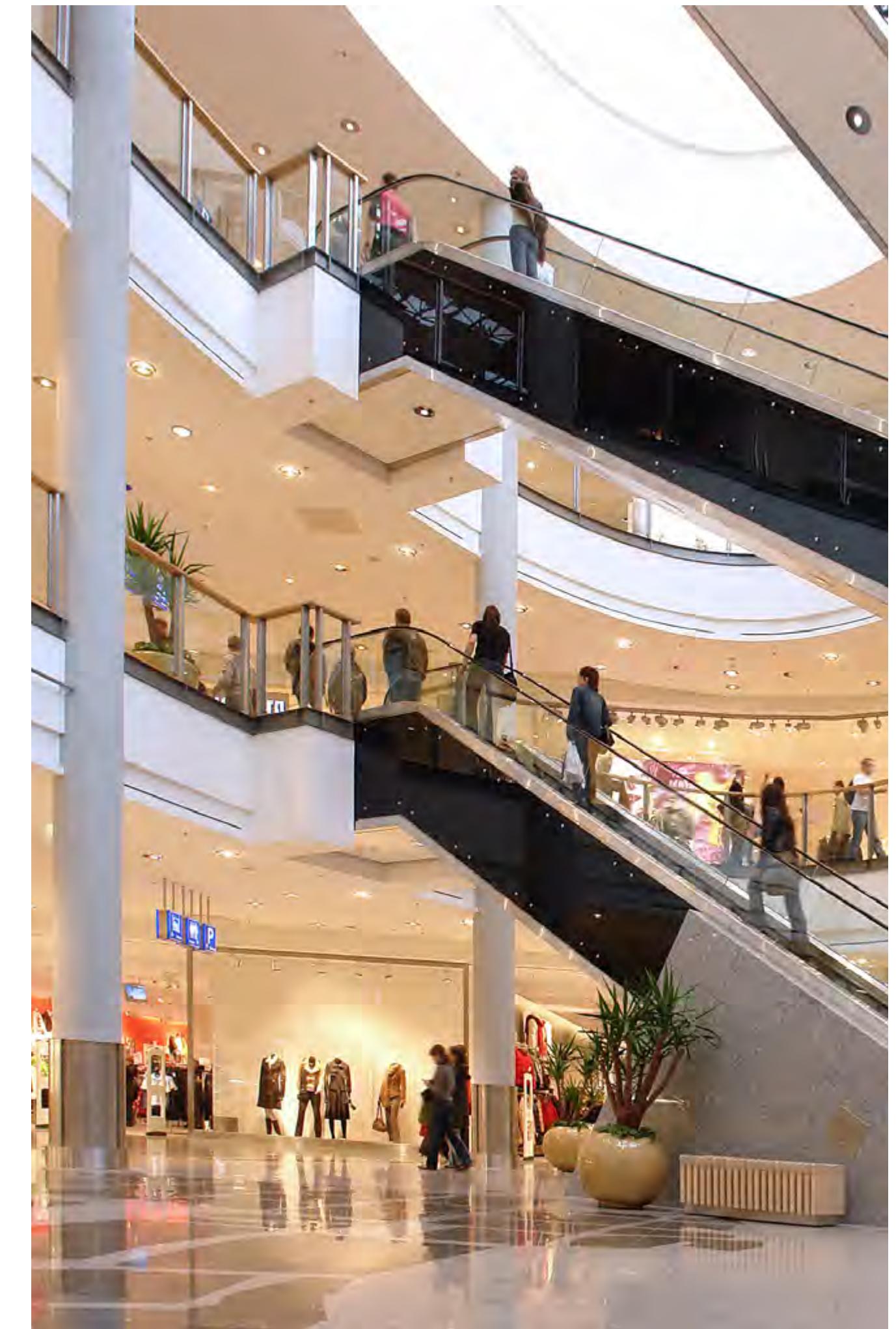
GRI 102-40

A Ancar Ivanhoe se destaca ao longo de sua história pelo relacionamento transparente e sólido com seus investidores.

Contamos com dois investidores estratégicos em nosso negócio: a Ivanhoé Cambridge e a Família Carvalho, descendentes do fundador da Ancar Empreendimentos Comerciais. Além destes, mantemos relações com mais de 40 investidores, entre investidores institucionais, fundos de investimento e famílias.

O relacionamento próximo com os investidores é essencial para definirmos, de maneira clara e objetiva, a estratégia de alocação de capital, a evolução comercial, os grandes investimentos (infraestrutura e grandes locações), aquisições e vendas, além de avaliarmos os resultados financeiros da companhia.

Para isso, contamos com uma área dedicada de Relações com Investidores e realizamos reuniões trimestrais com os investidores institucionais, a partir do envio de relatórios mensais e trimestrais. Além disso, realizamos reuniões mensais com a Ivanhoe, a acionista principal do negócio.



# Impacto nas comunidades

GRI 102-40 / 203-2 / 413-1

NA ANCAR IVANHOE, acreditamos no poder que cada shopping tem para ser um instrumento de desenvolvimento social e assumimos, desde a nossa fundação, o compromisso de contribuir para a melhoria da qualidade de vida nas comunidades onde estamos presentes. Com esse objetivo, investimos em projetos sociais com apoio financeiro e com a participação de nossos diretores, colaboradores e parceiros em ações de voluntariado.

Em 2021, investimos mais de R\$ 3,4 milhões em 84 instituições parceiras.

## Natal sem Fome

Desde 2017, temos uma parceria com a ONG Ação da Cidadania, apoiando ativamente a campanha Natal Sem Fome. Todos os anos, na época do Natal, utilizamos a capacidade mobilizadora de nossos shoppings e nos transformamos em ponto de arrecadação de alimentos não perecíveis. A campanha é uma das maiores mobilizações solidárias da sociedade civil no Brasil, que ocorre desde 1994 e já ajudou mais de 20 milhões de pessoas no país.

Em 2021, a campanha aconteceu entre os dias 19 de novembro e 30 de dezembro e arrecadamos mais de 170 toneladas de alimentos, batendo a meta de 167 toneladas. Para mobilizar clientes e lojistas, realizamos nos shoppings a campanha “Neste Natal, dê asas à solidariedade”, com totens digitais, físicos, banners e mega banners, além da ação de Voluntários da ONG Ação da Cidadania.



Neste ano, também recebemos contribuições digitais por meio de QR Codes espalhados nos shoppings. Cada empreendimento teve seu próprio link, para que fosse possível contabilizar as doações de cada local.

Além da arrecadação, desenvolvemos outras ações para aumentar o engajamento de lojistas, parceiros e consumidores. A Loja Beija-Flor, por exemplo, criada em parceria com a ONG, permitiu que os clientes adquirissem produtos com o mote da

campanha, cujo valor das vendas foi revertido integralmente para a instituição.

Nos shoppings, incentivamos o Troco Solidário, permitindo que os clientes doassem a quantia excedente do pagamento do estacionamento e do brinde da campanha promocional para a iniciativa. As lojas também puderam participar com a Tag da Solidariedade, por meio da qual peças selecionadas tiveram parte do valor revertido em alimentos para o Natal Sem Fome.

## Junior Achievement / Dia do Bem

Somos parceiros da Junior Achievement, uma associação educativa sem fins lucrativos que treina jovens e adolescentes por meio de programas de empreendedorismo, educação financeira e preparação para o mercado de trabalho.

Apoiamos a ONG na unidade do Rio de Janeiro (RJ) desde 1999, através de apoio financeiro e de voluntariado de sócios, diretores e executivos.

Atualmente, Marcelo Carvalho, copresidente da Ancar Ivanhoe e fundador da unidade carioca, atua na presidência do Conselho Diretor da Junior Achievement Brasil e é membro do Conselho da JA Américas. Ao todo, mais de 5,4 milhões de jovens, com o apoio de mais de 189 mil voluntários, já foram beneficiados em todo o Brasil.

Anualmente, realizamos, em parceria com a Junior Achievement, o Dia do Bem, data em que nossos colaboradores se unem em prol de uma causa social por meio de projetos de voluntariado. Nessas iniciativas, buscamos levar os voluntários

para falar com alunos de instituições públicas sobre temas como ética, mercado de trabalho, evasão escolar e *design thinking*.

Em 2021, realizamos a *live* “O Futuro do trabalho”, que contou com a condução do presidente Marcelo Carvalho, de Bárbara Barbosa, do Conjunto Nacional de Brasília, e Davi Gomes, do Madureira Shopping. Mais de mil jovens participaram do evento de forma online.

Após a transmissão da *live*, o tema O Futuro do Trabalho foi transformado em um projeto de mentoria, com a participação de jovens que demonstraram interesse com a conclusão do evento. As mentorias ocorreram em três grandes datas: 4, 18 e 25 de novembro, com duração de duas horas cada. Cada voluntário recebeu a indicação de um jovem e pôde compartilhar com ele suas experiências, seguindo a metodologia construída e disponibilizada pela Junior Achievement. No total, em 2021 foram realizadas 63 mentorias.





## Plantando o Amanhã

Em 1995, quando inauguramos o Shopping Nova América, no Rio de Janeiro (RJ), demos início ao projeto Plantando o Amanhã. O projeto nasceu com foco na educação infantil para crianças das comunidades do entorno e veio evoluindo e se transformando conforme as demandas e necessidades da sociedade.

O Plantando o Amanhã é hoje a maior das quatro unidades da Rede Cruzada, que tem como missão fortalecer a jornada da educação de crianças e adolescentes sob uma perspectiva integral e humanista, transbordando para suas famílias e comunidades, para atuarem em prol de suas próprias escolhas de vida e do bem coletivo.

Por meio de parcerias com escolas de vôlei, judô e futebol, são trabalhadas há quase dez anos, as dimensões motoras, interacionais, socializadoras e cognitivas. Ao longo de 2021, esse trabalho foi aprofundado por meio de diálogos com os núcleos social, de saúde e

pedagógico sobre como potencializar e mobilizar mais crianças e adolescentes para que se tornem protagonistas de suas vidas. O resultado foi a estruturação do contraturno escolar sob a perspectiva integral (motoria, cognitiva, social, socioemocional e cultural), que acaba por privilegiar o desenvolvimento das competências socioemocionais.

**Um total de R\$ 2,48 milhões foram investidos. O projeto atendeu diariamente quase 500 beneficiários diretos:**

- i) Educação Infantil: 170 crianças de 1 a 4 anos**
- ii) Contraturno: 280 crianças e adolescentes, de 6 a 17 anos.**

## Centro Social São Vicente e Arraiá d'Ajuda

Em 2020, o Shopping Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense (RJ), passou a apoiar o empreendimento Centro Social São Vicente, que trabalha, há mais de 60 anos, oferecendo assistência a famílias por meio da educação e assistência social. Atualmente sua atuação conta com programas educacionais, culturais e sociais.

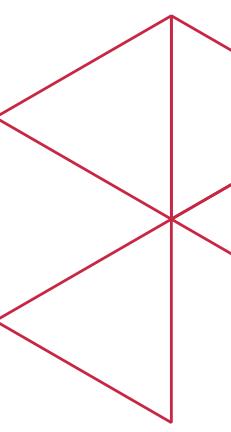
Em 2021, a instituição recebeu R\$ 150 mil dos sócios do shopping, valor que beneficiou os seguintes grupos e projetos:

- Apoio mensal a **275 crianças**, de 2 a 5 anos, nas atividades da creche;
- **250 famílias** com atendimento de segurança alimentar;
- **79 adolescentes e jovens** de 12 a 20 anos com o projeto Include, de robótica;
- **145 mulheres** acima de 18 anos no Programa Patronato Abraçando o Futuro, de capacitação profissional;
- **100 adolescentes, jovens e adultos**, acima de 16 anos, com o Projeto de Cinema em parceria com EncontrArte Audiovisual;
- Distribuição de **409 cestas básicas** entre os meses de maio e julho de 2021.



Além desses, para fomentar a arrecadação em prol da instituição, ajudamos na construção do Projeto Ateliê d'Ajuda, um espaço colaborativo de trabalho artesanal e associativo, que visa realizar capacitações e ajudar a escoar os produtos de 46 mulheres artesãs.

Pelo quarto ano consecutivo, o Shopping Nova Iguaçu recebeu o Arraiá d'Ajuda, uma festa solidária que faz parte do calendário de eventos da cidade de Nova Iguaçu (RJ). Todas as doações foram revertidas para o Centro Social São Vicente, para o desenvolvimento das crianças acolhidas e apoio a seus familiares.



## Jardim Ipiranga

Em 2011, o Shopping Iguatemi fez a doação da Escola de Educação Infantil Jardim Ipiranga para a comunidade Vila Ipiranga, em Porto Alegre (RS). Viabilizada por meio de convênio com a Secretaria Municipal de Educação, a escola hoje atende mais de 120 crianças da região, com educação básica complementar de crianças de zero a 5 anos e 11 meses. Em 2021, investimos um total de R\$ 350,9 mil no projeto, que inclui um valor de R\$ 93 mil para a ampliação da creche.



## Marcelinas

Desde 2010, o Shopping Porto Velho apoia financeiramente a creche Santa Marcelina, localizada em Porto Velho (RO) e voltada para educação complementar de crianças de 1 ano e 8 meses a 5 anos, beneficiando 431 crianças da comunidade e filhos de colaboradores.

O projeto se baseia no conceito de formação integral do ser humano, que busca o desenvolvimento de seus aspectos cognitivos, afetivos, psicomotores, religiosos, morais e sociais.

Nossos investimentos são realizados tanto em estrutura física quanto em campanhas de conscientização, para mobilizar a população sobre as possibilidades de ajuda para a creche e para instituições ligadas às Irmãs de Santa Marcelina, como Hospital e Escola.

Em 2021, a Ancar Ivanhoe investiu R\$ 480 mil no projeto.

## CAMPANHA #FLUXOLIVRE

Em 2021, nossos shoppings foram utilizados, pela primeira vez, como ponto de coleta para a campanha #fluxolivre, que busca contribuir para diminuir os impactos da falta de acesso a produtos de higiene íntima feminina no país. O objetivo foi arrecadar doações para apoiar mulheres em situação de pobreza menstrual, que não têm dinheiro para arcar com os custos dos artigos de higiene íntima.

Em São Paulo (SP), a campanha beneficiou 1.500 jovens e adultas em situação de vulnerabilidade social da zona sul da cidade. Em 2021, investimos R\$ 5 mil na campanha.



# PLANETA

# Gestão ambiental

GRI 102-11 / 307-1

**DESDE OS PRIMEIROS ANOS** da companhia, buscamos crescer de forma consciente, sempre atentos aos nossos impactos sociais e ambientais. Fazemos isso porque acreditamos que shoppings aderentes a um processo estratégico de sustentabilidade, ou seja, que executem suas operações de maneira a ter uma perenidade nos negócios e, consequentemente, gerar retorno aos acionistas e à sociedade em geral, proporcionam valor para seus públicos de relacionamento, sejam eles lojistas, consumidores, colaboradores ou as comunidades.

Mitigamos nossos impactos ambientais tendo em vista o princípio da precaução, alinhados com o artigo 225 da Constituição Brasileira, que diz: “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.”

Desde 2018, dispomos de uma Política de Sustentabilidade que reforça nossa posição de respeito ao meio ambiente, destacando nossa capacidade de gerar valor, por meio de programas ambientais, de educação e de envolvimento com as comunidades locais.

Nossos shoppings possuem Comitês de Sustentabilidade, responsáveis por desenvolver ações e iniciativas que contribuem para a melhoria dos indicadores de meio ambiente locais, liderados pelo Gerente de Operações de cada empreendimento.

Atualmente, contamos com Comitês implantados nos seguintes shoppings: Botafogo, Nova América, Rio Design Leblon, Rio Design Barra, Madureira, Bandeiras, Eldorado, Conjunto Nacional, Pantanal, Porto Velho, North Shopping Fortaleza, Maracanaú e Jóquei. Nos demais empreendimentos, os Comitês se encontram em fase de implantação.



Acompanhamos nosso impacto ambiental por meio de indicadores que medem, por exemplo, a geração de resíduos e o consumo de água e energia elétrica de nossos shoppings. Para mitigar esses impactos e evoluir ao longo do tempo, dispomos de compromissos e metas dentro de cada um desses temas.

Um público importante para nos ajudar a reduzir o impacto ambiental de nossos empreendimentos são os lojistas, pois eles usam parte importante da infraestrutura que dispomos nos shopping centers.



A fim de engajá-los nos temas das boas práticas ambientais, em 2018, realizamos uma parceria com o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) para a elaboração de três Cartilhas de Sustentabilidade, voltadas aos temas de resíduos, eficiência energética e economia de água.

O objetivo do material é conscientizar sobre a importância do tema e incentivá-los a adotar ações de ecoeficiência. As cartilhas foram divulgadas por meio de ações em nossos empreendimentos e compartilhadas no Portal do Lojista.

Visando reduzir o impacto ambiental de lojistas e colaboradores, contratamos, em 13 shoppings, uma consultoria especializada em educação ambiental para orientar esses públicos quanto aos procedimentos, benefícios e melhores práticas de coleta seletiva e descarte de resíduos. Já treinamos mais de 3.500 lojistas e 600 colaboradores nesses empreendimentos, tirando dúvidas sobre a legislação de descarte de lixo e promovendo

uma visão maior dos impactos ambientais inerentes ao processo.

Trimestralmente, a consultoria emite um relatório com os resultados do programa. Os shoppings beneficiados conseguem performance entre 20% e 30% superior nos índices de reciclagem, com a participação mais ativa dos lojistas e colaboradores.





Além dessas ações, realizamos diversas iniciativas para conscientizar colaboradores e clientes sobre o tema, incluindo:

- Mais de 50 palestras para comunidades, lojistas e colaboradores, divulgando nossos projetos e ações sustentáveis. Foram mais de 1.500 participantes em todos os shoppings, disseminando os conceitos de preservação do meio ambiente;
- Disponibilizamos espaços em nossas feiras para os parceiros exporem seus produtos e divulgarem projetos sustentáveis;
- Promovemos exposições para divulgação de boas práticas dos shoppings e seus parceiros;
- Nossos shoppings são convidados por parceiros públicos e privados, como prefeituras, universidades e ONGs, para exporem os seus projetos e ações sustentáveis em eventos;
- Participamos de campanhas mundiais como a Hora do Planeta WWF, um movimento voluntário de sensibilização para as questões de mudanças climáticas. O movimento consiste em todas as pessoas desligarem as luzes dos seus prédios e edifícios, por uma hora;
- Visitas de estudantes e membros das comunidades a nossos projetos. Em 2021 foram mais de 4.000 visitantes, entre estudantes de escolas públicas e privadas, ONGs e público em geral;
- Utilizamos espaços vagos para a criação de lojas sustentáveis, onde divulgamos nossos projetos e fazemos palestras para diversos públicos como lojistas, estudantes, entre outros. Já são nove shoppings com a iniciativa;
- **Ecocharger:** os shoppings Parque das Bandeiras, Rio Design Barra, Center Vale Shopping, Golden Square, Shopping Patio Paulista, Shopping Eldorado, Shopping Conjunto Nacional e Natal Shopping possuem *ecochargers* em sua garagem, voltados para abastecer carros elétricos, que provocam menos impacto no ambiente;
- **Bicicletários:** em todos os nossos shoppings, dispomos de bicicletários para os ciclistas estacionarem suas bicicletas, gerando menos impacto ambiental do que se utilizassem carros para se locomover;
- Em 14 shoppings, usamos os tapumes de lojas vagas para divulgar aos públicos os nossos projetos sustentáveis, além de incentivar a cultura de preservação ambiental da companhia.

# Água

GRI 303-1 / 303-3

UM DOS IMPACTOS AMBIENTAIS de nossos empreendimentos acontece no consumo de água, que é utilizada para abastecer as lojas, banheiros, ar-condicionado e irrigação, além de ser consumida por clientes e colaboradores.

A água é fornecida pela concessionária responsável pelo abastecimento local, por carro pipa ou através de poços subterrâneos, a depender do local onde o shopping está instalado. A última modalidade acontece quando existem lençóis freáticos no terreno do empreendimento, outorgados perante os órgãos regulamentadores.

Em 2021, nossos shoppings consumiram um total de 2.121,95 megalitros de água, sendo 531,7 megalitros de poços subterrâneos e 1.599,9 megalitros das companhias de abastecimento. O total é 12% superior ao consumido no ano anterior, devido ao fechamento dos empreendimentos causado pela pandemia durante o período, e 29% menor frente a 2019.



Para reduzir nosso consumo de água e mitigar nosso impacto ambiental, dispomos de uma série de iniciativas, como:

- **Águas pluviais:** armazenamento de águas pluviais exteriores no terreno do shopping e reproveitamento como água de reúso.  
**Shoppings implantados:** Nova Iguaçu.  
**Economia hídrica:** 9.625m<sup>3</sup> no ano, 27% a mais do que em 2020.
- **Mictórios a seco:** substituindo os aparelhos tradicionais, funcionam praticamente sem água.  
**Shoppings implantados:** 13 shoppings.  
**Economia hídrica:** 24.750 m<sup>3</sup> no ano, 7,7% a mais do que em 2020.
- **Purga de torres de resfriamento:** para a operação da Central de Água Gelada (CAG) é necessário descartar parte da água de condensação, a fim de diminuir a concentração de minerais no sistema. Passamos a armazenar em reservatórios e reutilizar essa água em sanitários, mictórios e irrigação dos jardins.

**Shoppings implantados:** 6.

**Economia hídrica:** 10.000 m<sup>3</sup> ao ano.

**Equipamentos para redução de vazão:** utilização de redutores de vazão e arejadores para pias e descargas, a fim de reduzir o consumo hídrico.

**Shoppings implantados:** 24.

**Torneiras temporizadas ou automáticas:** reduzindo o desperdício de água.

**Shoppings implantados:** 22.

Além disso, costumamos trabalhar por meio de campanhas educativas e cartilhas informativas com o objetivo de interagir com consumidores e lojistas, a fim de reduzir seu consumo.

Retirada de água por shopping	Volume (megalitros)		
	2019	2020	2021
Parque das Bandeiras	97,82	60,16	50,49
Golden Square	45,87	24,63	33,55
Center Vale	121,66	69,81	77,40
Itaquera	153,81	114,93	118,05
Pátio Paulista	135,04	77,09	68,19
Eldorado	267,20	197,94	197,46
Pantanal Shopping	98,57	65,01	72,62
Porto Velho	148,97	81,05	98,76
Conjunto Nacional	98,08	66,92	74,33
North Shopping Fortaleza	50,81	32,82	44,78
North Shopping Jóquei	71,57	52,52	65,20
Natal	91,87	48,84	84,97
North Shopping Maracanaú	18,77	12,85	14,82
Vila Sul Shopping	42,24	29,80	56,54
Botafogo Praia	43,65	27,86	27,00
Madureira	79,15	53,83	55,84
Nova Iguaçu	122,74	65,78	101,83
Boulevard	72,11	47,64	51,99
Nova América	316,41	216,03	238,94
Rio Design Barra	107,31	54,26	78,98
Rio Design Leblon	20,41	13,97	17,02
Iguatemi Porto Alegre	170,36	109,33	98,60
Rio Sul	346,12	216,16	215,76
Interlagos	114,82	72,45	69,21
Pátio Higienópolis	117,62	63,63	77,46
Downtown	41,84	25,07	32,18
<b>Total</b>	<b>2.994,80</b>	<b>1.900,34</b>	<b>2.121,95</b>



## Descarte de água

GRI 303-5

O descarte de água em nossos empreendimentos acontece por meio de duas modalidades. Na primeira, o município é responsável pelo direcionamento do esgoto bruto para suas estações de tratamento, antes do descarte no meio ambiente. Já nos casos em que a concessionária local não faz o tratamento, o shopping é responsável por fazer o tratamento antes do descarte no meio ambiente. Nesses casos, possuímos uma empresa e laudos periódicos para monitorar o efluente gerado sob nossa responsabilidade.

No Brasil, as concessionárias não possuem a prática de fazer a medição do volume na saída de esgoto. O modelo de faturamento é feito com base em um percentual pré-determinado do volume de água fornecido pela concessionária. Dessa forma, os empreendimentos não têm como medir o volume descartado com assertividade.

Em alguns empreendimentos, possuímos estações de tratamento de esgoto (ETE) que permitem o tratamento e a reutilização do esgoto como água de reúso, utilizada em sanitários, mictórios, sistema de água condensada e irrigação. O projeto está instalado em seis shoppings e permite a economia de 215.000 m<sup>3</sup> de água ao ano.

# Energia

GRI 102-44 / 302-1 / 302-3/ 302-4

**A FIM DE MITIGAR** o impacto causado pelo consumo de energia de nossos empreendimentos, todos os nossos shoppings consomem energia do mercado livre. Com isso, conseguimos tanto um benefício financeiro, causado pelo menor custo de compra e pela previsibilidade na elaboração dos orçamentos anuais das unidades, quanto um benefício ambiental, pois podemos escolher, sempre que possível, adquirir energia de fontes renováveis.

Em 2021, consumimos um total de 1.124.296,28 GJ de energia em nossos shoppings, sendo 14% vindos de combustíveis não renováveis e 86% vindos da eletricidade.

Do montante de eletricidade consumida, 72% tiveram origem em fontes renováveis, totalizando 21 empreendimentos na modalidade.

Como resultado, em 2021, tivemos uma intensidade energética de 203 kwh/m<sup>2</sup> de área atendida em nossa operação. Não são consideradas as áreas de estacionamento, as demais áreas e lojas abastecidas diretamente pela concessionária.

Para melhorar a eficiência energética dos shoppings, em 2021, realizamos uma série de iniciativas para reduzir o consumo no local:

- **Projetos de iluminação LED:** realizamos o *retrofit* e projetos de substituição de lâmpadas tradicionais, como vapor metálico e fluorescentes, por LED. Ao todo, já são mais 80 mil lâmpadas LED instaladas.

**Shoppings implantados:** 22

**Economia energética:** Mais de 12,3 GWh ao ano.

Consumo de energia	2019	2020	2021
<b>Consumo de combustíveis não renováveis (GJ)</b>			
Gás natural encanado e seco (de 5 shoppings)	223.023,65	117.957,94	153.597,04
Diesel (de 23 shoppings)	2.374,98	1.288,09	3.012,32
Total	225.398,64	119.246,03	156.609,36
<b>Consumo de eletricidade (GJ)</b>			
Total consumido	1.235.010,54	856.968,81	967.686,91
<b>Consumo total de energia (GJ)</b>			
Total consumido	1.460.409,18	976.214,84	1.124.296,28

- **Auditoria energética do sistema de ar-condicionado:** revisão de funcionamento do sistema de ar-condicionado nos quesitos:

- Horário de funcionamento dos equipamentos;
- Ajuste das lógicas de automação;
- Instalação de sensores de temperatura e CO<sub>2</sub>, com definição de limites operacionais, para melhor controle de temperatura;
- Instalação de inversores de frequência em motores de equipamentos de climatização,

otimizando velocidade e consumo de energia.

• **Shoppings implantados:** 11

• **Automação predial para ajuste do horário de iluminação:** por meio de automação predial, implantamos o controle de horário de funcionamento dos circuitos de iluminação, reduzindo o consumo energético dos empreendimentos.

**Shoppings implantados:** 11

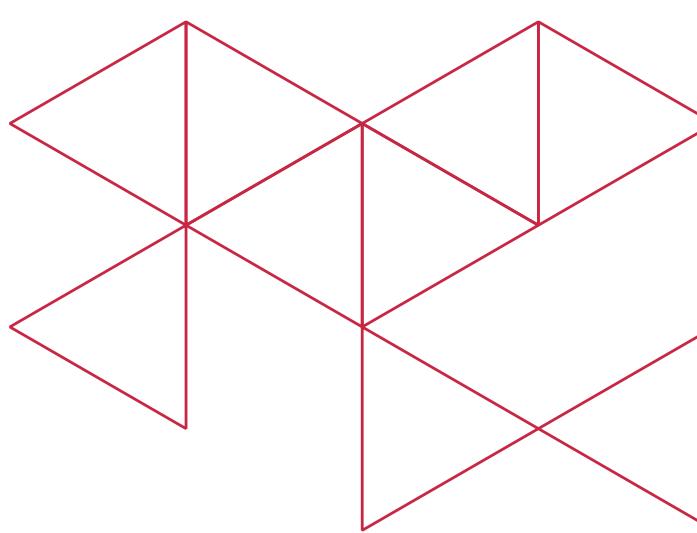
- Sensor de presença em áreas técnicas:** utilização de sensores de presença para iluminação em áreas técnicas, obtendo uma redução de consumo nos períodos com baixo fluxo de colaboradores.

**Shoppings implantados:** 21

- Inversor de frequência em escadas rolantes:** para períodos de baixo fluxo de pessoas, os inversores de frequência otimizam o funcionamento de escadas rolantes, reduzindo o consumo energético.

**Shoppings implantados:** 8

- Projetos luminotécnicos:** elaboração de projetos luminotécnicos para utilização de luminárias mais eficientes e lâmpadas de menor consumo nos empreendimentos.



**Consumo total de energia por shopping (GJ)**

	2019	2020	2021
Parque das Bandeiras	74.101,25	43.349,64	51.342,30
Golden Square	46.998,21	28.919,66	33.396,94
Center Vale	78.533,67	45.268,21	45.636,12
Itaquera	68.274,61	48.660,10	52.576,85
Pátio Paulista	63.384,39	43.833,39	48.370,24
Eldorado	131.832,73	90.202,60	110.121,73
Pantanal Shopping	54.922,32	35.367,27	42.509,59
Porto Velho	53.992,08	36.895,10	45.574,14
Conjunto Nacional	16.874,24	12.666,41	14.561,84
North Shopping Fortaleza	31.993,60	22.239,30	24.123,23
North Shopping Joquei	47.735,37	26.384,32	29.801,96
Natal	40.095,46	27.622,08	34.757,59
North Shopping Maracana	22.338,84	14.572,89	17.035,04
Vila Sul Shopping	17.877,71	10.675,35	12.450,56
Botafogo Praia	38.034,44	23.176,32	24.492,41
Madureira	18.851,62	13.148,30	14.726,03
Nova Iguaçu	87.891,51	58.701,82	79.087,59
Boulevard	45.370,33	28.884,62	33.271,09
Nova America	126.027,08	97.753,19	101.127,09
Rio Design Barra	49.544,73	35.522,60	40.144,19
Rio Design Leblon	11.101,71	9.152,61	9.763,29
Iguatemi Porto Alegre	105.029,55	71.984,91	89.040,27
Rio Sul	86.165,36	64.201,62	69.980,12
Interlagos	49.828,90	28.162,77	36.258,87
Pátio Higienópolis	87.847,43	54.795,01	59.706,24
Downtown	5.762,03	4.074,76	4.440,99
<b>TOTAL</b>	<b>1.460.409,18</b>	<b>976.214,84</b>	<b>1.124.296,28</b>



## Mudanças climáticas

GRI 305-1 / 305-2 / 305-3 / 305-4 / 305-5

A Ancar Ivanhoe entende a importância da gestão da emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE) proveniente de suas operações. Nesse sentido, a companhia iniciou estudos pontuais das emissões de dois dos seus shoppings e, a partir das iniciativas que fazem parte da jornada de ESG da empresa, planeja estender o inventário para os demais equipamentos nos próximos anos, além do corporativo.

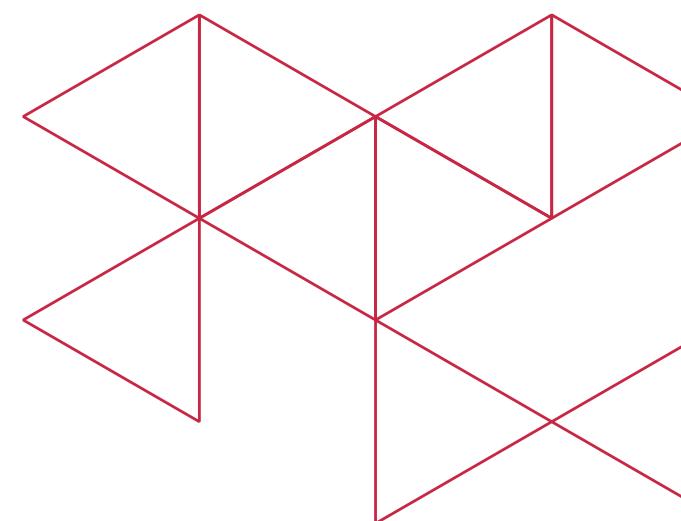
# Resíduos

GRI 306-1 / 306-2 / 306-3 / 306-4 / 306-5

## ATUALMENTE, TEMOS COLETA SELETIVA

implantada em todos os shoppings, utilizando empresas especializadas e licenciadas por órgão ambiental para destinação. Monitoramos os dados pelo Sistema Nacional de Informações sobre a Gestão dos Resíduos Sólidos (SINIR).

Por consequência, nossos principais impactos causados relacionados à geração de resíduos referem-se aos resíduos não-recicláveis ou os que não possuem viabilidade econômica para tal, que são destinados ao aterro sanitário. Esses resíduos são gerados nas praças de alimentação, lojas e áreas comuns.



### Resíduos não-perigosos gerados

Tipo de Resíduo	Peso (em toneladas)
Orgânico	19.831,60
Papelão	3.951,7
Alumínio	62,5
Plásticos	440,0
Eletrônico	10,9
Óleo de cozinha usado	766,0
Cápsulas de café	15,1
Vidros	127,4
Papel	10,9
Madeira	15,9
Outros Metais (Inox - Cobre)	0,9
Isopor	1,1
Papel Branco e Arquivo Misto	48
Plástico Filme	36
Caliça - Resíduos Inertes	21,9
Outros recicláveis	439,7
<b>Total</b>	<b>25.779,6</b>



### Resíduos perigosos gerados

Tipo de Resíduo	Peso (em toneladas)
Resíduo Biológico	3,5
Lâmpadas Fluorescentes	18,6
Pilhas e Baterias	4,1
<b>Total</b>	<b>26,2</b>

### Destinação dos resíduos

Tipo de Resíduo/Destinação	Peso Total (em toneladas)
Resíduos perigosos incinerados	3,6
Resíduos perigosos destinados a aterro	19,3
Resíduos não-perigosos enviados para reciclagem	7.639,80
Resíduos não-perigosos destinados a aterro	18.618,80
<b>Total</b>	<b>26.281,50</b>

Em 2021, a pandemia diminuiu o volume de resíduos enviados para reciclagem em relação aos anos anteriores, pois os shoppings permaneceram fechados entre quatro e seis meses.

Para unir a mitigação dos impactos ambientais à geração de benefícios sociais, no Shopping Eldorado, North Shopping Maracanaú e Pantanal Shopping, atuamos na área de reciclagem com cooperativas de catadores. Dessa forma, além de reciclarmos nosso resíduo, podemos contribuir com mais de 35 famílias em situação de vulnerabilidade social.

Além disso, contamos com uma série de iniciativas de circularidade, descritas ao longo das próximas páginas.

#### Índice de reciclagem Shoppings Ancar Ivanhoe

Ano	2018	2019	2020*	2021
% reciclagem	22,9	28,2	21,2	30,01

Diferença em relação ao ano anterior em %

23% -25% 42%

\* Em 2020, os shoppings ficaram fechados durante meses, o que diminuiu o índice de reciclagem.

Resíduos por shopping			
Shopping	Resíduos gerados	Resíduos recuperados	Resíduos enviados para disposição final
Parque das Bandeiras	574,4	235,3	339,1
Golden Square	519,4	117,7	401,7
Center Vale	934,5	230,0	704,3
Itaquera	1.589,0	236,0	1.353,0
Pátio Paulista	1.371,7	331,4	1.040,3
Eldorado	1.836,6	1.395,2	440,4
Pantanal Shopping	718,6	191,2	527,0
Porto Velho	510,8	181,6	328,5
Conjunto Nacional	942,6	383,9	558,6
North Shopping Fortaleza	441,2	129,9	311,3
North Shopping Jóquei	289,6	105,5	184,0
Natal	416,4	75,7	340,8
North Shopping Maracanaú	211,6	67,9	143,7
Vila Sul Shopping	228,6	56,8	171,8
Botafogo Praia	416,5	110,9	305,5
Madureira	585,9	184,5	400,9
Nova Iguaçu	1.007,4	232,2	775,1
Boulevard	536,8	157,7	379,0
Nova América	1.883,1	756,2	1.126,7
Rio Design Barra	986,4	325,3	661,1
Rio Design Leblon	218,6	29,6	188,9
Iguatemi Porto Alegre	1.732,9	814,0	918,7
Rio Sul	2.054,1	317,8	1.736
Interlagos	2.371,0	213,0	2.158,2
Pátio Higienópolis	974,73	699,5	275,2
Downtown	291,0	61,0	2849,0
<b>TOTAL</b>	<b>26.262,43</b>	<b>7.639,80</b>	<b>18.618,80</b>



## Telhado Verde

Desde 2012, investimos na construção de Telhados Verdes em nossos empreendimentos, locais onde o material orgânico gerado diariamente nas praças de alimentação dos shoppings são compostados e transformados em adubo para uma horta de frutas, legumes e hortaliças. O projeto iniciou no telhado do Shopping Eldorado, em São Paulo (SP), e desde então se espalhou pelos shoppings Nova América e Botafogo Praia Shopping, no Rio de Janeiro (RJ), Pátio Paulista e Shopping Metrô Itaquera, em São Paulo (SP), e Pantanal Shopping, no Mato Grosso (MT).

Nesses shoppings, os resíduos recicláveis e orgânicos são separados e seguem para unidades de tratamento específicas. As sobras de alimentos são tratadas e recebem microrganismos que decompõem a matéria orgânica, retiram o odor e a transformam em um material rico em nutrientes, usado na horta, no telhado do empreendimento.



Atualmente, o Shopping Eldorado composta cerca de 60 toneladas de lixo orgânico gerado em suas praças de alimentação. A horta ocupa 6 mil m<sup>2</sup> e produz 40 mil unidades de mais de 30 tipos diferentes de hortaliças e verduras – tais como alface crespa, alface americana, rúcula, abobrinha, couve, salsa, tomate, pimenta, cebolinha, berinjela e chás – que são entregues aos funcionários e projetos sociais.

Em 2020, foi implantado o método de hidroponia, com capacidade de produção de 50 hortaliças por mês, além da irrigação desenvolvida pela equipe de manutenção do shopping.

**Desde sua implantação, o Telhado Verde já recebeu mais de 15.000 visitantes.**

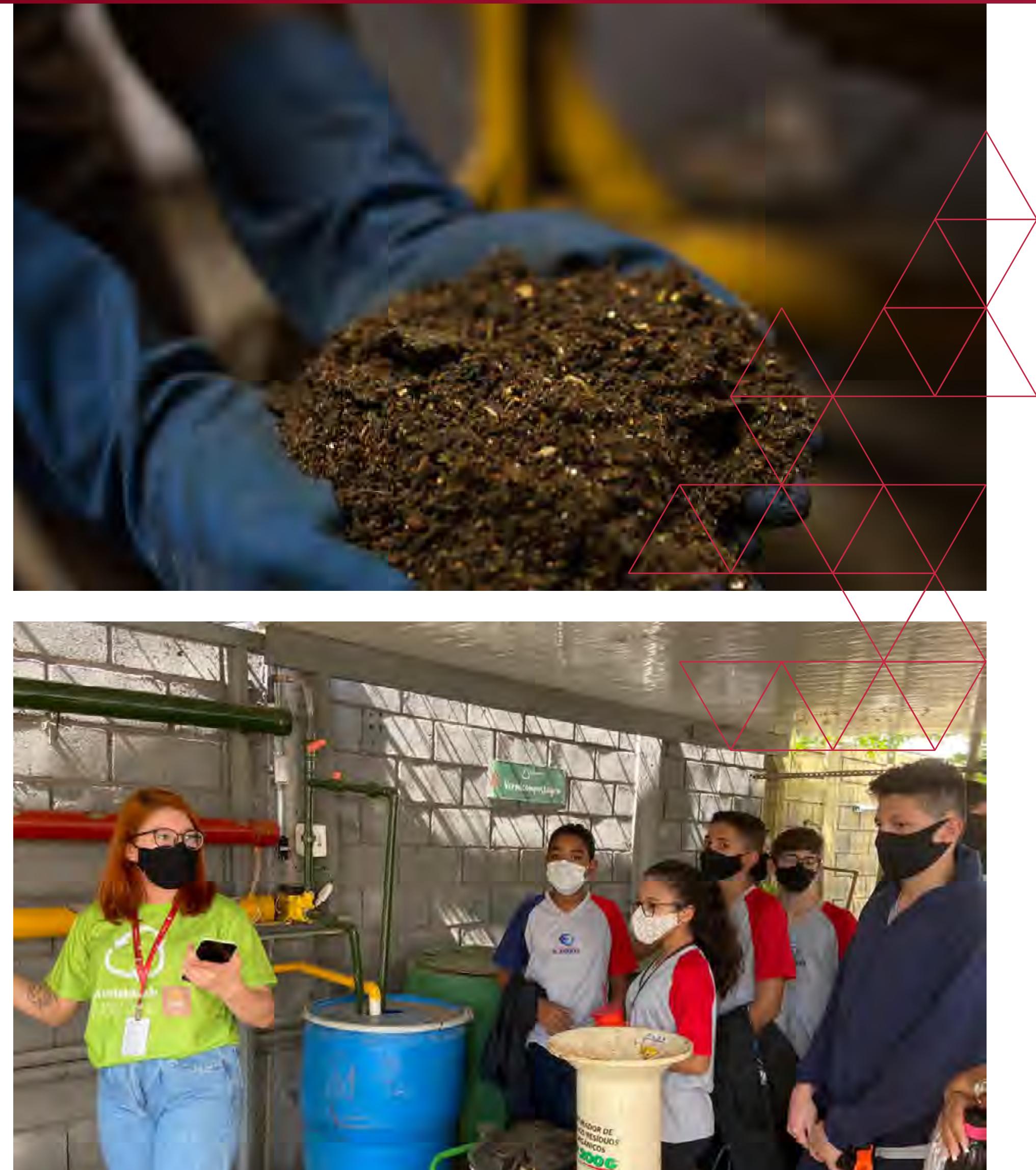
Desta forma, o projeto envolve o meio ambiente, a economia e o social, reduzindo significativamente a quantidade de lixo que seria enviada ao aterro sanitário. Além disso, a horta instalada no telhado ameniza a temperatura interna do empreendimento, reduzindo o consumo de energia e evitando o desperdício de água utilizada nos equipamentos de refrigeração de ar.

## Horta Orgânica

Em seis shoppings em que não há espaço disponível nos telhados, também dedicamos parte do terreno para a plantação de hortas orgânicas. Gerido pela equipe dos shoppings, o projeto não é voltado apenas para dar destinação correta ao lixo orgânico, mas ele também serve como um trabalho de conscientização ambiental que envolve clientes, lojistas e, principalmente, os colaboradores.

Todos os anos, realizamos quatro colheitas e nossos colaboradores são presenteados com frutas, legumes e verduras frescas, resultado de seu próprio trabalho. Aumentamos, assim, o engajamento e o sentimento de pertencimento.





## Compostagem

Por meio de parcerias com restaurantes, a sobra de comida das praças de alimentação é transformada em compostagem, que pode ser usada no adubo dos telhados verdes, hortas orgânicas ou qualquer outro tipo de plantação. Dessa forma, damos o destino ecologicamente correto ao lixo orgânico gerado diariamente nos nossos shoppings.

Em nossos empreendimentos, realizamos quatro tipos de compostagem: natural com cal e carvão, acelerada com composteira, compostagem externa e vermicompostagem.

No Natal Shopping, realizamos a compostagem em parceria com a Universidade Federal do Rio Grande do Norte, enviando parte do resíduo orgânico gerado na praça de alimentação para ser compostado na instituição. A Universidade utiliza o adubo gerado em seus jardins e hortas e na própria escola agrícola da instituição, para pesquisa e desenvolvimento das aulas. Além disso, o adubo é doado para clientes e lojistas na loja sustentável do empreendimento. Em 2021, reciclamos mais de seis toneladas de resíduos orgânicos para a Universidade e

doamos mais de 80 mini embalagens do produto para nossos clientes e lojistas.

Já no North Shopping Fortaleza, realizamos uma parceria similar com a Universidade Federal do Ceará, na qual doamos o adubo produzido para ser usado nos jardins e áreas verdes da instituição. O composto é usado também nas aulas de agronomia da Universidade. Em 2021 doamos mais de meia tonelada de composto. A universidade também auxilia o shopping com a indicação das melhores práticas de manejo e desenvolvimento do processo de compostagem.

Ainda no North Shopping Fortaleza, criamos o projeto Raízes do Northão, que tem o objetivo de levar um pedaço da nossa horta, feita com a tecnologia de compostagem que o shopping desenvolve em sua área de estacionamento, para instituições parceiras e condomínios vizinhos. Dessa forma, engajamos as comunidades e disseminamos o conceito de preservação do meio ambiente. Em 2021, a parceria desenvolveu-se com Instituto dos Cegos, o abrigo de idosos Olavo Billac e dois condomínios próximos ao shopping, impactando mais de 100 pessoas.

## Coleta Seletiva

Todos os nossos shoppings dispõem de coleta seletiva de lixo. Além disso, contamos com diversos pontos de coleta para tipos específicos de resíduos:

- **Cápsula de café:** 11 shoppings dispõem de pontos para coletar as cápsulas de café descartadas pelos clientes, levando para serem desmontadas e recicladas. Em 2021 reciclamos mais de 15 toneladas desse resíduo, um crescimento de 36% em relação ao ano anterior.
- **Lixo eletrônico:** em 11 shoppings, os consumidores podem descartar de forma apropriada seus equipamentos eletrônicos, como mouses, CPU, monitores e celulares, que são enviados para destinação correta. O lixo eletrônico não pode ser descartado em aterro sanitário por conter metais pesados, altamente tóxicos e poluentes ao meio ambiente. Em 2021, reciclamos mais de dez toneladas desse resíduo em 18 shoppings.

- **Óleo de cozinha:** dez shoppings possuem pontos de coleta para o óleo descartado pelos clientes.

- **Pilhas, baterias e lâmpadas:** as lâmpadas, pilhas e baterias são consideradas resíduos perigosos pela norma NBR 1004 e, portanto, precisam ser destinadas corretamente ao final de sua vida útil. Temos pontos de coleta instalados em 100% dos nossos shoppings.

- **Tampinhas plásticas:** em quatro shoppings do Rio de Janeiro (Nova America, Boulevard, Botafogo e Nova Iguaçu) temos uma parceria com a ONG Rio Ecopets; e em dois shoppings em São Paulo (Golden e Bandeiras) temos uma parceria com a ONG Ecopatas, para as quais criamos pontos de coleta de tampinhas plásticas. Com os recursos gerados pela venda desse material, as ONGs realizam a castração de animais de rua. Um total de oito toneladas de tampinhas plásticas foi coletado nos seis shoppings, resultando em mais de 150

atendimento de cuidados veterinários para pessoas de baixa renda.

No Shopping Conjunto Nacional, em Brasília (DF), realizamos a reciclagem de tampinhas plásticas por meio de uma parceria com o projeto Integração Estrela, que ampara mais de 150 crianças carentes em Brasília.

- **Tapume ecoponto:** centrais de reciclagem para diversos resíduos instaladas em 14 shoppings, onde usamos um tapume de loja vaga para chamar a atenção do nosso público para a importância da iniciativa. Como resultado, crescemos em 32% nosso índice de reciclagem nos últimos três anos.

- **Reciclagem de livros:** iniciamos em 2021 o incentivo para reciclagem de livros no Boulevard Rio Shopping e no Shopping Conjunto Nacional. Nos dois empreendimentos já arrecadamos quase uma tonelada de livros, os quais serão reciclados.



## Reciclagem de ossos e coprocessamento (Shopping Eldorado)

No shopping Eldorado, em São Paulo (SP), introduzimos duas novas formas para a destinação correta dos nossos resíduos, em substituição ao envio para aterros sanitário:

- **Reciclagem de ossos bovinos:** é comum que ossos bovinos sejam encontrados nos resíduos dos shoppings por conta da operação das lojas de alimentação. Nesse sentido, firmamos uma parceria com uma empresa que produz alimentação animal por meio do reaproveitamento desse resíduo. Em 2021, enviamos mais de duas toneladas de ossos para essa companhia.
- **Coprocessamento:** amplamente empregado na Europa, Estados Unidos e Japão há quase 40 anos, o coprocessamento é utilizado no Brasil desde o início da década de 90. Por meio dele enviamos os resíduos para um parceiro que usa o material em substituição parcial ao combustível para alimentar a chama dos fornos que transformam calcário e argila em clínquer, matéria-prima do cimento. A queima se realiza em condições estritamente controladas, de acordo com a Política Nacional de Resíduos Sólidos, aprovada em 2010. Iniciamos o processo em 2021 e deixamos de enviar para o aterro sanitário mais de 118 toneladas de resíduos no ano.





## Fábrica de vela e sabão

Em dez shoppings (Botafogo, Nova América, Bandeiras, Center Vale, Eldorado, Pantanal, Porto Velho, North Shopping Fortaleza, Via Sul e Natal), transformamos mensalmente o óleo gerado nas praças de alimentação e doado pelos clientes, em barras de sabão e velas aromatizadas para doação a lojistas e clientes, evitando o descarte de óleo no meio ambiente, a contaminação da rede de esgoto e a proliferação de pragas.

Anualmente, mais de cinco mil litros de óleo são transformados em oito mil barras de

sabão e velas. Se este óleo fosse destinado irregularmente, poderia poluir até 20 milhões de litros de água limpa.

No Natal Shopping, fizemos uma parceria com a Associação Julieta de Barros, que apoia idosos em situação de vulnerabilidade social, na qual doamos parte do óleo de cozinha coletado para que a associação venda e reverta em renda. Em 2021, doamos mais de 400 litros de óleo para a instituição, beneficiando mais de 15 famílias.

## Limpeza mais sustentável

Também dispomos de iniciativas para reduzir o uso e o descarte de embalagens de químicos de limpeza em nossos empreendimentos. As soluções Orbio e Fitti Clean, utilizadas em cinco shoppings, são tecnologias que ionizam a água, transformando-a em uma solução de limpeza que tem impacto químico reduzido.

Como consequência, em 2021, deixamos de lançar em nossa rede de esgoto aproximadamente 2.500 litros de produtos químicos como detergente e limpadores multiuso.

Em 17 shoppings, dispomos também de uma tecnologia chamada Fitti Ozone, que produz o gás ozônio por meio de descarga elétrica em placa cerâmica. Ao misturar o produto com a água, geramos uma solução desinfetante para lavagem dos banheiros e áreas críticas, laudada pela UNICAMP-SP, até três mil vezes mais rápida e eficaz que o cloro. Ela também não necessita de embalagens e evita emissão de gases poluentes do transporte.

Como o ozônio permanece na água por somente 25 minutos, o impacto ambiental químico é reduzido em sua totalidade. Em 2021 deixamos de lançar em nossa rede de esgoto aproximadamente, 1.260 litros de desinfetantes.





# ANEXOS





# Entidades incluídas nas demonstrações financeiras

GRI 102-45

## Consolidado Ancar Ivanhoe ADM

NE Tech Ltda.
Ancar Ivanhoe Serviços Compartilhados Ltda.
Ancar House Publicidade e Propaganda Ltda.
Ancar Nordeste Estacionamentos Ltda.
Espaço Ancar Intermediação Ltda.
Ancar Centro Oeste Estacionamentos Ltda.
Ancar Ivanhoe Administradora de Shopping Centers Ltda.
Ancar São Paulo Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.
Ancar Ivanhoe Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.
Ancar Rio de Janeiro Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.
Ancar Nordeste Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.
Ancar Centro-Oeste Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.
SCAI Gestora de Recursos Ltda.
Ancar Parking Estacionamentos Ltda
Ancar Gestão de Empreendimentos Ltda.
Ancar Administradora de Shopping Centers Ltda.

## Combinado Grupo Ancar Ivanhoe

NE Tech Ltda.
Ancar Ivanhoe Serviços Compartilhados Ltda.
Ancar House Publicidade e Propaganda Ltda.
Ancar Nordeste Estacionamentos Ltda.
Espaço Ancar Intermediação Ltda.
Ancar Centro Oeste Estacionamentos Ltda.
Ancar Ivanhoe Administradora de Shopping Centers Ltda.
Ancar São Paulo Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.
Ancar Ivanhoe Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.
Ancar Rio de Janeiro Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.
Ancar Nordeste Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.
Ancar Centro-Oeste Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.
SCAI Gestora de Recursos Ltda.
Ancar Parking Estacionamentos Ltda
Ancar Gestão de Empreendimentos Ltda.
Ancar Administradora de Shopping Centers Ltda.

## Combinado Grupo Ancar Ivanhoe

Ancar Gestão de Empreendimentos Ltda.
Ancar Administradora de Shopping Centers Ltda.
SM DWT Administradora Ltda.
Ancar IC S.A.
SN Shopping S.A.
São Marcos Empreendimentos Imobiliários S.A.
Porto Velho Shopping S.A.
SPE Mônaco Participações S.A.
Nai Campinas Participações S.A.
SPE Fortaleza Shopping S.A.
SPE Andrios Empreendimentos Imobiliários S.A.
Canbra Belo Horizonte Shopping Centers S.A.
Sbbrast Participações S.A.
CE Shopping S.A.
CL Empreendimentos e Participações S.A.
BG Ancar Empreendimentos Imobiliários S.A.

## Combinado Grupo Ancar Ivanhoe

CB Shopping S.A.
Brita Incorporações Imobiliárias S.A.
Rocha Incorporações Imobiliárias S.A.
Parque das Bandeiras Incorporações Imobiliárias S.A.
SPE San Martin Shopping S.A.
Ancar Ivanhoe Nova Iguaçu S.A.
Country Shopping S.A.
Fundo de investimento Imobiliário - FII Ancar
Nova Ancar Shopping S.A.
Ancar Vita Empreendimentos S.A.
SPE Ancar Newsub S.A.
Nova América Incorporações Imobiliárias S.A.
Ancar Ivanhoe Downtown S.A.



# Índice GRI

GRI 102-55

Norma GRI	Conteúdos	Status	ODS
<b>GRI 102: Conteúdos Gerais 2016</b>			
<b>Perfil Organizacional</b>			
102-1	Nome da organização	Página 12	
102-2	Principais atividades, marcas, produtos e/ou serviços	Página 15	
102-3	Localização da sede	Páginas 86	
102-4	Número de países em que a organização opera	Páginas 12 e 15	
102-5	Tipo e natureza jurídica da propriedade	Página 12	
102-6	Mercados atendidos	Página 12	
102-7	Porte da organização	Página 12	
102-8	Informações sobre empregados e outros trabalhadores	Página 42	
102-9	Cadeia de fornecedores	Página 55	
102-10	Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não houve mudança significativa na organização e na cadeia de fornecedores.	
102-11	Princípio ou abordagem da precaução	Página 64	
102-12	Iniciativas externas	A companhia não se compromete com carta ou iniciativa externa.	
102-13	Participação em associações	Página 21	17
<b>Estratégia</b>			
102-14	Declaração do mais alto executivo	Página 5	
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	Página 28	16
<b>Ética e integridade</b>			
102-16	Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	Páginas 13 e 25	16
102-17	Mecanismos para orientações e preocupações referentes à ética	Página 27	16
<b>Governança</b>			
102-18	Estrutura de governança	Página 23	16



Norma GRI	Conteúdos	Status	ODS
102-20	Responsabilidade de cargos e funções de nível executivo por tópicos econômicos, ambientais e sociais	Página 24	
102-22	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	Página 23	
102-23	Presidente do mais alto órgão de governança	Página 23	
<b>Engajamento de stakeholder</b>			
102-40	Lista de grupos de stakeholders	Página 8	
102-41	Acordos de negociação coletiva	Página 42	
102-42	Identificação e seleção de stakeholders	Em 2021 engajamos nossos públicos em busca de um relacionamento cada vez mais próximo e gerador de desenvolvimento sustentável. Esses públicos foram definidos com base em nossas relações estratégicas, institucionais e de mercado, levando em consideração a sustentabilidade do negócio.	
102-43	Abordagem para engajamento de stakeholders	Página 53	
102-44	Principais preocupações e tópicos levantados	Página 8	
<b>Prática de relato</b>			
102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	Página 80	
102-46	Definição do conteúdo do relatório e dos Limites de tópicos	Página 8	
102-47	Lista de tópicos materiais	Página 8	
102-48	Reformulações de informações		
102-49	Alterações no relato		
102-50	Período coberto pelo relatório	Página 7	
102-51	Data do relatório mais recente	Página 7	
102-52	Ciclo de emissão de relatórios	Anual	
102-53	Contato para perguntas sobre o relatório	Página 7	
102-54	Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Página 7	
102-55	Sumário de conteúdo da GRI	Página 81	
102-56	Verificação externa	A companhia não busca verificação externa para o relatório.	
<b>GRI 103: Formas de Gestão</b>			
103-1	Explicação do tópico material e seu Limite	Página 8	
103-2	Forma de gestão e seus componentes		
103-3	Avaliação da forma de gestão		



Norma GRI	Conteúdos	Status	ODS
<b>GRI 203: Impactos econômicos indiretos</b>			
203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Página 33	
203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	Página 58	2 e 4
<b>GRI 204: Práticas de compra</b>			
204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	Página 55	12
<b>GRI 205: Combate à corrupção</b>			
205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	A companhia não realiza esse tipo de avaliação.	16
205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Página 26	16
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Página 26. Em 2021, não identificamos nenhum caso ou suspeita de corrupção em nossa operação.	16
<b>GRI 206: Concorrência desleal</b>			
206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de trustee e monopólio	Não ocorreram ações judiciais por concorrência desleal no período coberto pelo Relatório.	
<b>GRI 302: Energia</b>			
302-1	Consumo de energia dentro da organização	Página 69. Para o cálculo do consumo energético dos combustíveis consumidos, foram usados os fatores de conversão da Empresa de Pesquisa Energética (EPE).	7
302-3	Intensidade energética	Página 69. A métrica utilizada para o cálculo é o consumo de energia elétrica dividido pela área atendida de energia [Consumo total de energia elétrica] / (Área construída) - (Área de estacionamento coberto) - (ABL) + Área de lojas atendidas por energia fornecida pelo shopping].	7
302-4	Redução do consumo de energia	O cálculo de intensidade foi feito a partir do volume de energia recebido pela concessionária (energia externa). Não foi considerada a energia a partir da geração interna a gás nem utilizado nenhum fator de conversão para tal volume energético.	7
<b>GRI 303: Águas e efluentes</b>			
303-1	Interações com a água como um recurso compartilhado	As principais fontes de água estão descritas na página 67. Não realizamos estudos sobre o impacto de nosso consumo de água devido ao baixo impacto nos reservatórios dos municípios.	6
303-3	Captação de água	Página 67	6
303-5	Consumo de água	Página 68	6



Norma GRI	Conteúdos	Status	ODS
<b>GRI 305: Emissões</b>			
305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Página 70	13
305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Página 70	13
305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Página 70	13
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 70	13
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 70	13
<b>GRI 306: Resíduos</b>			
306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Página 71	12
306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Página 71	12
306-3	Resíduos gerados	Página 71	12
306-4	Resíduos não destinados para disposição final	Página 71	12
306-5	Resíduos destinados para disposição final	Página 71	12
<b>GRI 307: Conformidade ambiental</b>			
307-1	Não conformidade com leis e regulamentos ambientais	Página 64	
<b>GRI 401: Emprego</b>			
401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	Página 45	8
401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	Além dos programas descritos na página 52, oferecemos também programas de apoio à transição para apoiar a empregabilidade e a gestão do fim de carreira resultantes da aposentadoria ou da demissão através de: Indenização por tempo de casa e idade de acordo com convenções coletivas e com a legislação vigente; Auxílio no processo de recolocação durante o período de pandemia; Outplacement para desligados em cargos estratégicos.	3 e 8
401-3	Licença-maternidade/paternidade	Página 50	3 e 8
<b>GRI 403: Saúde e segurança do trabalho</b>			
403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página 51	3 e 8
403-2	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	Página 51	3 e 8
403-3	Serviços de saúde do trabalho	Página 51	3 e 8
403-4	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	Página 51	3 e 8
403-5	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	Página 51	3, 4 e 8



Norma GRI	Conteúdos	Status	ODS
403-6	Promoção da saúde do trabalhador	Página 51	3 e 8
403-7	Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	Página 51	3 e 8
403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página 51	3 e 8
403-10	Doenças profissionais	Página 51	3 e 8
<b>GRI 404: Capacitação e educação</b>			
404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Página 46	4 e 10
404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Página 46	4 e 10
404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Página 47	8 e 10
<b>GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades</b>			
405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	Página 50	5 e 10
<b>GRI 406: Não discriminação</b>			
406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Página 48	8
<b>GRI 408: Trabalho infantil</b>			
408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Página 55	8
<b>GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo</b>			
409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Página 55	8
<b>GRI 413: Comunidades locais</b>			
413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Página 58. A companhia se engaja com as comunidades por meio de projetos sociais.	8 e 9
413-2	Operações com impactos negativos significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais	Não temos conhecimento de operações com estes impactos.	8 e 9
<b>GRI 414: Avaliação social dos fornecedores</b>			
414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Não fazemos a seleção de novos fornecedores com base em critérios sociais.	8 e 9
414-2	Impactos sociais negativos da cadeia de fornecimento e as medidas adotadas	Não realizamos a análise dos impactos sociais de nossa cadeia de fornecimento.	8 e 9



# Créditos

ESTA PUBLICAÇÃO É DE RESPONSABILIDADE DA GERÊNCIA DE RELACIONAMENTO COM INVESTIDORES DA ANCAR IVANHOE.

**Head de Relacionamento com Investidores  
e Planejamento Financeiro:**

Felipe Gadelha

**Gerente de ESG:**

Alexandre Santos

**Grupo de Trabalho - Relatório de Sustentabilidade:**

Bia Fernandes, Bruno Barbosa, Caroline Pereira,  
Francisco Paulo, Jaqueline Bazani, Marcelo Mourão.

**Consultoria GRI, coordenação editorial  
e gestão de projetos:**

Ricca Sustentabilidade

**Revisão:**

Ricca Sustentabilidade

**Projeto gráfico e diagramação:**

Ricca Sustentabilidade

**Fotos:**

Acervo da Ancar Ivanhoe  
Adobe Stock

**Informações corporativas:**

GRI 102-3 / 102-53

Sede Ancar Ivanhoe

Avenida das Américas, 7777

Shopping Rio Design Barra - Barra da Tijuca

CEP: 22793-081 - Rio de Janeiro (RJ) - Brasil

Contato

E-mail: [esg@ancar.com.br](mailto:esg@ancar.com.br)

Telefone: +55 21 3525-5413

Site: [www.ancar.com.br](http://www.ancar.com.br)