



RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2023

SUMÁRIO



03 Compartilhamos horizontes

Sobre o Relatório
Materialidade
Mensagem da liderança
Destaques do ano

09 A Ancar Ivanhoe

Nossa plataforma de experiências
História de ousadia
Presença no Brasil
Modelo de negócios
Diferenciais competitivos
Horizonte ESG Ancar 2030
Diversidade, nossa marca é o respeito

22 Governança responsável

Estrutura de governança
Ética e integridade
Gestão de riscos
Relacionamento com os stakeholders

35 Desempenho dos negócios

Contexto macroeconômico
Resultados econômico-financeiros
Prêmios e reconhecimentos

42 Inspirados pelo futuro

Investimentos e expansões
Inovação e integração
Ancar em transformação

52 Conectados com as pessoas

Gente que gosta de gente
Perfil dos colaboradores
Atração, desenvolvimento e retenção de talentos
Saúde, bem-estar e segurança

64 Compromisso social

Bem Ancar
Legado de solidariedade

77 Responsabilidade ambiental

Combate às mudanças climáticas
Gestão de resíduos
Gestão energética
Água e efluentes

89 Horizontes futuros

COMPARTILHAMOS HORIZONTES



Apresentamos o Relatório de Sustentabilidade da Ancar Ivanhoe 2023, com destaque para os marcos alcançados ao longo do ano que alavancam o desenvolvimento sustentável como um pilar estratégico da companhia.

Fortalecemos os compromissos da nossa Jornada ESG – sigla em inglês para ambiental, social e governança –, com importantes conquistas, entre elas a atualização da materialidade da empresa e o lançamento da agenda de compromissos Horizonte ESG Ancar 2030, alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU). Esses avanços são resultado de um relacionamento próximo e transparente com os nossos *stakeholders* e de um planejamento sólido que conecta os propósitos ESG ao nosso modelo de negócio.

Por meio deste relatório, compartilhamos os resultados, desafios e horizontes na construção de um futuro baseado em nossa essência: o cuidado com as pessoas e com o planeta. Seguimos nessa trajetória junto com todos os públicos: clientes, investidores, colaboradores, lojistas, fornecedores, parceiros de negócio e comunidades, ampliando cada vez mais nossos canais de diálogo e transparência, na missão de construir um futuro que nos inspire.

Desejamos a todos e todas uma boa leitura!

SOBRE O RELATÓRIO

GRI 2-2, 2-3

Em 2023, mais uma vez, elaboramos nosso Relatório em conformidade com as normas da Global Reporting Initiative (GRI) – versão 2021, que estabelece um padrão internacional para relatos de sustentabilidade.

As informações apresentadas abrangem o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2023, e são referentes aos dados consolidados de todas as unidades de negócio e empreendimentos da companhia, incluindo shoppings proprietários, shoppings de terceiros geridos pela empresa e fundos de investimentos.

O relatório reúne dados econômico-financeiros, sociais, ambientais e de governança, organizados a partir dos temas materiais da Ancar Ivanhoe (ver mais na página 06), além de dar destaque à parte das iniciativas de sustentabilidade realizadas pelos shoppings do grupo.

A publicação foi revisada pelo Comitê Executivo e aprovada pelo Comitê ESG, e está disponível em versão PDF (português e inglês) em nosso [Portal de Investidores](#).



Em caso de dúvidas, sugestões ou comentários sobre esta publicação, entre em contato através do e-mail:

✉ esg@ancar.com.br



MATERIALIDADE

GRI 3-1

A Ancar Ivanhoe consolida sua atuação levando em consideração as questões identificadas como mais relevantes para o negócio. Nesse sentido, foi aplicada a metodologia de dupla materialidade, que avalia tanto os impactos financeiros e socioambientais causados pelo negócio, como os aspectos externos que impactam o negócio.

Com o objetivo de fortalecer o engajamento com nossos *stakeholders* e orientar os esforços na integração da sustentabilidade à estratégia da companhia, atualizamos nossa materialidade em 2023, considerando os eixos de análise: impacto socioambiental, impacto financeiro e percepção de relevância. Nesse trabalho foi aplicada a metodologia de dupla materialidade, que avalia os temas nas perspectivas interna e externa.

A construção dessa ferramenta contou com grupos formados por lideranças e profissionais com diferentes atribuições, como empreendedores, investidores, gestores de fundos e analistas, além de colaboradores, consumidores, lojistas, fornecedores, comunidades, organizações parceiras, instituições do terceiro setor e especialistas internos. Esses públicos foram consultados por meio de pesquisa *on-line*, entrevistas e reuniões de trabalho. O processo contou com as seguintes etapas de execução:

1

Definição

Propósito, escopo e ferramentas a serem utilizadas.

2

Identificação

Mapeamento de *stakeholders* e refinamento da lista de tópicos.

3

Priorização

Levantamento das perspectivas de impacto e financeira dos executivos, *stakeholders*, especialistas e provedores de capital.

4

Análise

Análise de resultados, elaboração da matriz de materialidade e recomendações (relato e estratégia).

Os temas materiais mais relevantes para nossos *stakeholders* foram organizados em quatro eixos:



Ética e integridade



Gestão de pessoas



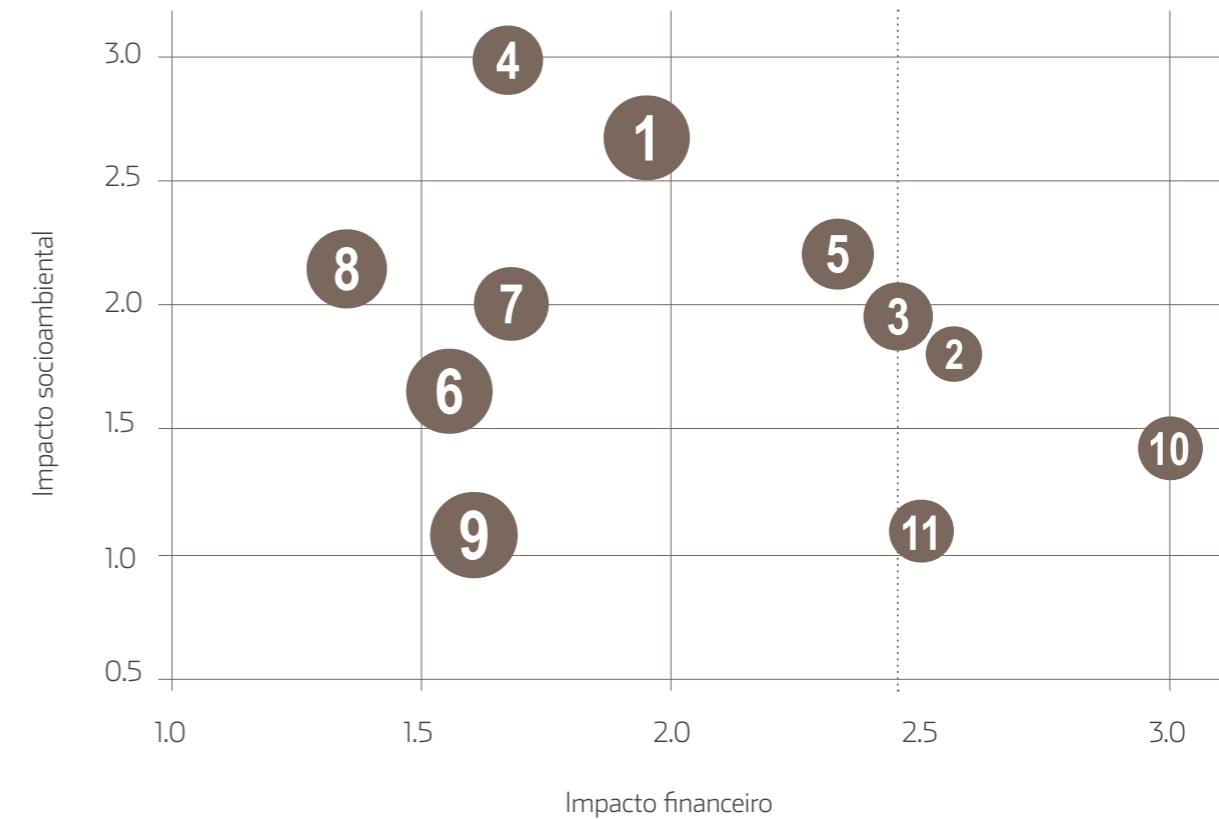
Experiência dos consumidores e relacionamento com os lojistas



Desenvolvimento local e gestão ambiental

Temas materiais da Ancar Ivanhoe GRI 3-2

- 1 Diversidade, inclusão e equidade
- 2 Gestão de resíduos e rejeitos
- 3 Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores
- 4 Transparência e relacionamento com consumidores e lojistas
- 5 Mudanças climáticas
- 6 Saúde, bem-estar e segurança
- 7 Qualidade e segurança do serviço
- 8 Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local
- 9 Ética, integridade e *compliance*
- 10 Eficiência energética
- 11 Gestão de água e efluentes



MENSAGEM DA LIDERANÇA

GRI 2-22

O ano de 2023 foi marcado pelo fortalecimento do posicionamento da Ancar Ivanhoe em importantes frentes do nosso negócio, tanto na entrega e na relação com o cliente final, como também em melhorias e facilidades na conexão com todos os nossos parceiros e colaboradores. Firmamos o nosso compromisso em promover transformações com experiências inspiradoras por meio da inauguração da Rua do PAN e do Quintal do Jóquei, que não apenas levaram entretenimento e lazer para os shoppings, mas também conferiram ao empreendimento o ambiente ideal para que as pessoas se sintam protegidas e acolhidas.

Além disso, reforçamos nossa conexão com o público infantil através do apoio de nossas mascotes, vencedoras na maior premiação de shopping center, verdadeiras porta-vozes dos empreendimentos sobre temas como sustentabilidade, educação e diversidade para o público da primeira infância. Evoluímos no aspecto digital, oferecendo aos nossos clientes e lojistas uma jornada cada vez mais fluida e harmoniosa para todos. Fortalecemos a nossa relação com nossos parceiros através do Hub do Lojista, uma plataforma que facilita a comunicação entre operadores e empreendimentos e garante mais inteligência e autonomia nas tomadas de decisão.

Consolidamos nossa presença em Minas Gerais com a gestão de um relevante ativo local, representando um passo estratégico que fortaleceu a presença da companhia em novas comunidades e reiterou nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável. Lançamos o Horizonte ESG Ancar 2030, com o objetivo de direcionar os esforços da companhia para garantir o alinhamento da estratégia interna com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

Renovamos nossa Universidade do Lojista, a UAI Lojista, para capacitar nossos parceiros comerciais com ferramentas eficazes para prosperarem em um ambiente competitivo. Por fim, orgulhosamente celebramos um ano com recorde de indicações aos prêmios mais prestigiados do setor, reconhecendo nosso trabalho árduo e dedicação.

Agradecemos a todos e todas que contribuíram para o sucesso alcançado em 2023. Com um time forte e focado, continuamos moldando um futuro mais sustentável, inclusivo e próspero.

Boa leitura!

Forte abraço.

Evandro Ferrer



DESTAQUES DO ANO



ESG

- ▶ Lançamos nossa agenda de compromissos ESG, Horizonte ESG Ancar 2030, com 18 metas a serem alcançadas até 2030.
- ▶ Elaboramos nosso segundo inventário de gases de efeito estufa, seguindo a metodologia do GHG Protocol.
- ▶ Lançamos nosso novo Programa de Integridade.
- ▶ Realizamos nosso primeiro Censo de Diversidade e Inclusão e um workshop sobre antirracismo para todas as lideranças da companhia.



EXPANSÃO DO PORTFÓLIO

- ▶ Assumimos a administração do Minas Shopping, em Belo Horizonte (MG), consolidando nossa presença no estado.



ESPAÇOS DE EXPERIÊNCIAS

- ▶ Para oferecer experiências encantadoras para toda a família e gerar diferenciação no mercado, seguimos consolidando tendências com a ampliação dos espaços de entretenimento e lazer para nossos consumidores. Em 2023, inauguramos cinco novos espaços e iniciamos investimentos em futuras áreas.



DIGITAL

- ▶ Inovamos em nossas campanhas de varejo, integrando inteligência artificial aos nossos produtos digitais, para criar experiências afetivas e personalizadas para os nossos clientes, um marco na jornada *phygital* da companhia.



RECONHECIMENTOS

- ▶ Recebemos 21 indicações do Prêmio Abrasce 2023. Do total de indicações, vencemos oito categorias, um reconhecimento ao nosso trabalho de transformação social e inovação.
- ▶ Pelo 16º ano consecutivo, a Ancar Ivanhoe está no topo da lista das Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil. O ranking, promovido pelo Instituto Great Place To Work (GPTW), elegeu a companhia como a segunda melhor empresa para se trabalhar na categoria Varejo.

SAIBA MAIS NA PÁGINA 43



A ANCAR IVANHOE

GRI 2-1



NOSSA PLATAFORMA DE EXPERIÊNCIAS

Promover transformações com experiências inspiradoras é o propósito da Ancar Ivanhoe. Pioneira no setor, a companhia é proprietária de 17 shopping centers, dos quais realiza a gestão de 15 empreendimentos, e administra outros oito shoppings de terceiros. Engloba também uma terceira unidade de negócio voltada à gestão de fundos de investimentos, realizada pela empresa SCAI Gestora, responsável por gerir mais de R\$ 10,5 bilhões em ativos em 2023.

A plataforma de shopping centers da Ancar Ivanhoe abrange 1 milhão de m² de Área Bruta Locável (ABL) e abriga cerca de 4 mil lojas. Esses números consolidam a companhia como uma das maiores empresas de shopping center no Brasil.

Estamos presentes nas cinco regiões do país, oferecendo uma jornada de compras personalizada para 230 milhões de consumidores que frequentam os nossos empreendimentos anualmente. E vamos além. Acreditamos que somos agentes de transformação social e temos o compromisso de contribuir com a melhoria da qualidade de vida das comunidades nas quais estamos presentes.

Com sede no Rio de Janeiro (RJ), contamos com mais de 4,1 mil colaboradores, entre efetivos e terceiros. A companhia se destaca na indústria por liderar processos de inovação, ao mesmo tempo em que promove uma cultura de valorização das pessoas, priorizando relações próximas e transparentes com todos os seus públicos de relacionamento. Oferecemos, ainda, uma gestão integrada, completa e sustentável, que se reflete em experiências marcantes e inspiradoras diariamente para todas as pessoas que visitam nossos shoppings.

O nosso objetivo é construir o shopping do futuro. Conectados às tendências do varejo e às transformações da sociedade, criamos em nossos empreendimentos espaços que oferecem experiências únicas de entretenimento e lazer, e diversificamos nosso *mix* de lojas e serviços, transformando nossos shoppings em verdadeiros centros de bem-estar.

Como reflexo de uma cultura que valoriza o respeito e o acolhimento à diversidade, somos a única empresa do setor que **desde 2008 está na lista das “Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil”**, do Instituto Great Place To Work (GPTW).

25

shoppings em 14 cidades brasileiras

17

shoppings proprietários - 15 sob a gestão da Ancar Ivanhoe

8

shoppings de terceiros administrados

4 mil

lojas

230 mi

de visitas/ano

1 milhão de

m² geridos

+ de 4,1 mil

colaboradores próprios e terceiros

R\$ 17,5 bi

em vendas



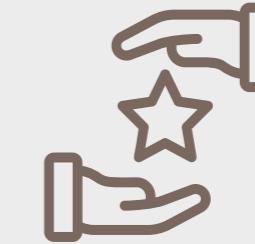
PROpósito

Promover transformações com experiências inspiradoras.



MISSÃO

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



VALORES

Gente que gosta de gente
Movidos por conexões humanas
Construir o futuro nos inspira
Atitude faz acontecer
Orientados pelo impacto positivo

HISTÓRIA DE OUSADIA

Consolidada como uma das líderes da indústria de shopping centers no país, a Ancar Ivanhoe, pionera no setor, iniciou sua história na década de 70, quando a família Carvalho adquire o Conjunto Nacional Brasília, segundo shopping do país.

A trajetória empreendida pela família foi marcada pela ousadia e pelo desenvolvimento de novos mercados, culminando na associação da Ancar com a canadense Ivanhoe Cambridge, em 2006, quando a companhia passou a se chamar Ancar Ivanhoe.

1972**1995****1980**

Nossa história começou no início dos anos 1970, quando a família Carvalho deixa o ramo financeiro e vende o Banco Andrade Arnauld para investir em um novo e promissor mercado que surge no Brasil, como sócia do Conjunto Nacional, em Brasília: a indústria de shopping centers.

A Ancar desbravou novos modelos de negócio e se tornou referência na gestão de ativos de terceiros.

2002**1999**

Em 1995, a antiga fábrica de tecidos Nova América, fechada em 1991, foi transformada no primeiro outlet do Rio de Janeiro.

Reposicionamento e expansão do Shopping Nova América no Rio de Janeiro, trazendo o conceito de *lifestyle* como componente para o mix de lojas com a Rua do Rio.

2004

Conquista da gestão do Pantanal Shopping.

2006

Associação com a Ivanhoe Cambridge, uma união que aliou o melhor da cultura familiar com a experiência da líder global no setor imobiliário no mundo.

Inauguração do primeiro empreendimento da Ancar Ivanhoe na cidade de Campinas, no interior de São Paulo.

2008**2012**

Inauguração do primeiro *greenfield* da companhia com o lançamento do Porto Velho Shopping, primeiro empreendimento do estado de Rondônia.

Inauguração do Shopping Nova Iguaçu, localizado na Baixada Fluminense.

2013**2016**

Entrada da Ancar Ivanhoe no Ceará onde, mais tarde, a companhia adquiriu três outros shoppings: North Shopping Fortaleza, North Shopping Maracanaú e Via Sul Shopping.

2018

A gestão de ativos terceiros se torna uma das marcas da Ancar Ivanhoe, coroada com a gestão do Shopping Pátio Paulista e do Madureira Shopping.

2022**2023**

A Ancar Ivanhoe se torna gestora do Minas Shopping, um dos shopping centers mais representativos de Belo Horizonte.

A Ancar Ivanhoe assume a administração de todo o complexo do Parque Shopping Bahia, na cidade de Lauro de Freitas (BA) e adquire ações do Minas Shopping, em Belo Horizonte (MG).

PRESENÇA NO BRASIL¹

Rio Grande do Sul

01 shopping center
298 lojas
+ 21,0 milhões de visitantes

1

São Paulo

06 shopping centers
1.203 lojas
+ 77,3 milhões de visitantes

2

Minas Gerais

01 shopping center
227 lojas
+ 8,5 milhões de visitantes

3

Rio de Janeiro

08 shopping centers
826 lojas
+ 81,1 milhões de visitantes

4

Distrito Federal

01 shopping center
212 lojas
+ 15,1 milhões de visitantes

5

Mato Grosso

01 shopping center
213 lojas
+ 7,0 milhões de visitantes

6

Rondônia

01 shopping center
174 lojas
+ 7,8 milhões de visitantes

7

Bahia

01 shopping center
154 lojas
+ 7,5 milhões de visitantes

8

Ceará

04 shopping centers
459 lojas
+ 21,6 milhões de visitantes

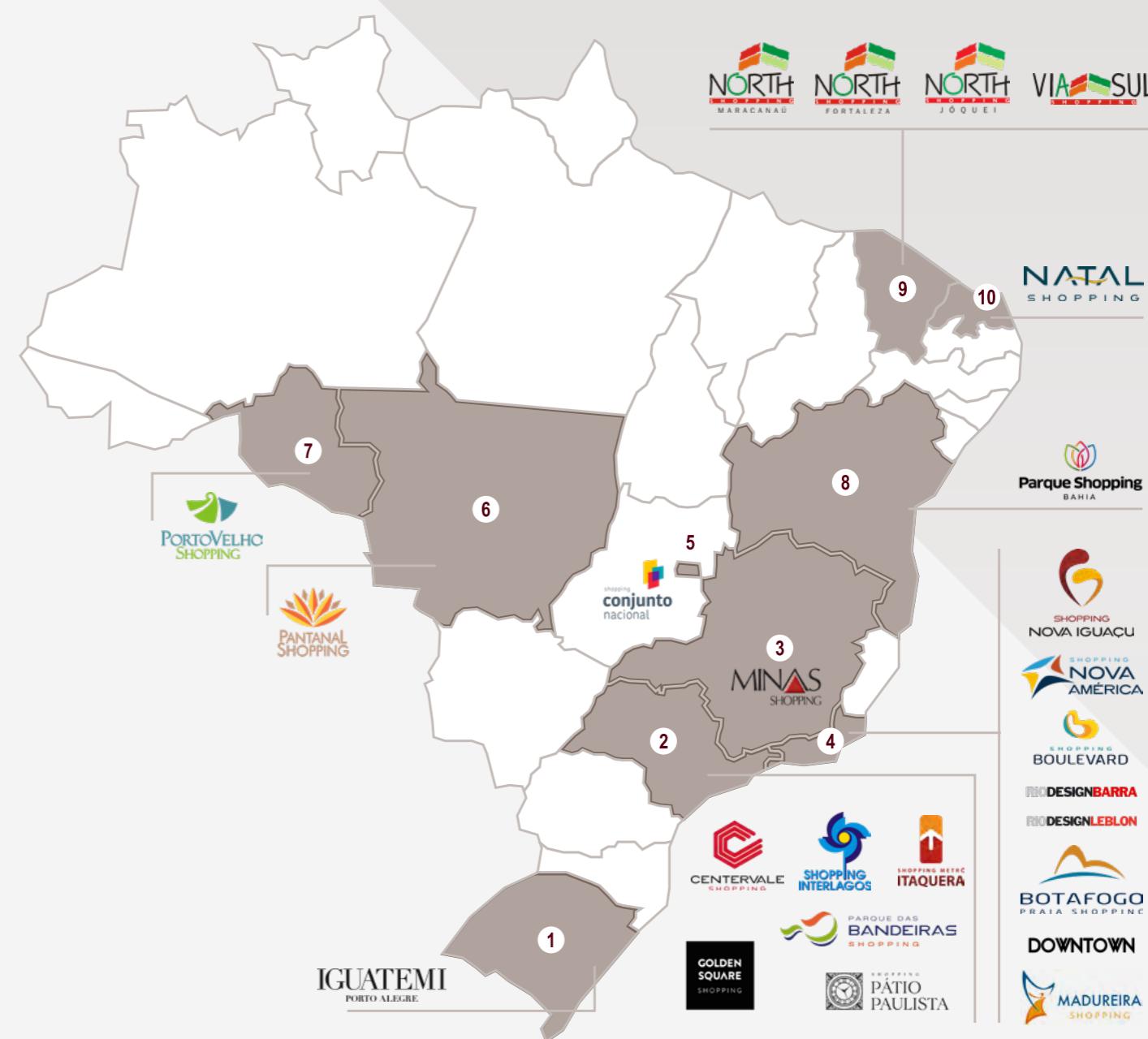
9

Rio Grande do Norte

01 shopping center
139 lojas
+ 6,0 milhões de visitantes

10

1. Dados referentes a 2023.



MODELO DE NEGÓCIOS

GRI 2-6

O nosso modelo de negócio está baseado em soluções flexíveis e adaptáveis aos ciclos do mercado, viabilizando serviços personalizados e eficientes em todas as frentes de atuação: investimentos imobiliários, gestão de ativos (próprios e terceirizados), serviços compartilhados, locação e *marketing*, e gestão de fundos de investimento.

A gestão de fundos de investimento é realizada pela empresa SCAI Gestora de Fundos, responsável pela administração dos veículos de investimentos em shopping centers, tanto próprios como de terceiros. Atualmente, gerimos cerca de R\$ 10,5 bilhões de ativos.

Com essa atuação diversificada, viabilizamos a oferta de um pacote completo de serviços, com foco no cliente e na rentabilidade dos lojistas. Em todos os processos, incorporamos a transformação digital e os pilares ESG, direcionando investimentos em três principais eixos: gestão ágil e simples, consumidor no centro e tecnologia como alavancas do negócio. Permeiam essas linhas de ações uma estratégia de

digitalização e inteligência de dados, que nos permite aprimorar o conhecimento sobre nossos públicos e desenvolver produtos inovadores.

Com criatividade, cada marca de shopping center do grupo está focada em criar relações de confiança com os seus *stakeholders*, e desenvolver soluções personalizadas com o objetivo de atender às diversas necessidades das operações. Atrelado a isso, temos como pilar do negócio a implementação de iniciativas alinhadas às diretrizes de ESG, bem como aos princípios e práticas de sustentabilidade, contribuindo localmente com as metas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU).



DIFERENCIAIS COMPETITIVOS



Nosso portfólio de shopping centers, com presença em regiões estratégicas e ativos localizados nas principais capitais brasileiras, é diverso e versátil, condições que favorecem a inovação, a criatividade e a adaptação às transformações do mercado e da sociedade.



Temos um ecossistema robusto e integrado e oferecemos serviços de ponta a ponta para a indústria do varejo. Nossa gestão é acessível a todos os nossos stakeholders, pautada em nosso valor central: gente que gosta de gente.



Atualizamos constantemente nossa oferta de valor para que os consumidores vivenciem experiências encantadoras, inovando na criação de espaços de experiência e serviços que geram acolhimento, pertencimento e bem-estar.



A sustentabilidade faz parte dos nossos valores e está integrada ao modelo de negócio. Atuamos fortemente como agentes de desenvolvimento social, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida nas comunidades nas quais estamos presentes, além das práticas ambientais que resultam em eficiência operacional e na preservação dos recursos naturais.



Nossa inovação é orientada para a aplicação prática, com o objetivo de melhorar a experiência do cliente e integrar a jornada de compras físicas aos ambientes digitais.





Horizonte ESG Ancar 2030

Entendemos a sustentabilidade como um pilar estratégico para a companhia. Por isso, desde a nossa origem, incorporamos as premissas ambientais, sociais e de governança no dia a dia do negócio. Nos últimos anos, avançamos na estruturação da governança e de processos corporativos, que resultaram no Horizonte ESG Ancar 2030, a nossa agenda de compromissos ESG para o futuro mais sustentável da companhia, alicerçada em três pilares: identificação e mitigação de riscos, inovação para perenidade do negócio e construção de narrativa.

O Horizonte ESG Ancar 2030 busca agregar valor para todo o ecossistema e assegurar a proteção da companhia por meio da mitigação de riscos e da mensuração dos impactos das operações.

A agenda de compromissos ESG da Ancar está alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU e foi baseada em diagnósticos e estudos setoriais realizados pela Gerência de ESG e validada pelo Comitê ESG. Focada em quatro pilares – conservação do planeta; transformação social; gente que gosta de gente; e governança e integridade –, inclui compromissos e metas que devem orientar as tomadas de decisão da empresa, sendo válidas para todas as áreas da Ancar Ivanhoe.

A partir de quatro pilares, o **Horizonte ESG Ancar 2030 se desdobra em 18 metas**, que valorizam a força de trabalho, a ética nos negócios, o respeito ao meio ambiente e o uso de recursos naturais e a transformação social das comunidades.

PILAR HORIZONTE ESG
ANCAR IVANHOE 2030

METAS

ODS

CONSERVAÇÃO DO PLANETA	<ul style="list-style-type: none"> Atingir a compostagem de 30% dos resíduos orgânicos gerados nas operações de nossos shoppings e sede administrativa. Destinar para reciclagem 60% dos resíduos recicláveis, incluindo compostagem dos nossos shoppings e sedes administrativas. Impactar 100% dos lojistas nas boas práticas de gestão de resíduos. Investir em inovação aberta com foco na diminuição gradativa de resíduos enviados para aterros. Utilização de 99% de energia elétrica proveniente de fonte renovável até 2030. Reducir o consumo de energia (ar-condicionado e comum) dos shoppings em 5%. Reducir o consumo de água (ar-condicionado e comum) em 5%. Investimento constante em tecnologia e infraestrutura com foco em eficiência energética. 100% dos shoppings com reúso de água. Reducir o impacto das emissões de GEE na operação da companhia, a partir da elaboração de inventário de emissões de GEE. Treinamento e sensibilização de 100% da força de trabalho no tema mudanças climáticas. 	12	13
		7	6
		15	
TRANSFORMAÇÃO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> Impactar positivamente 10 mil jovens através de iniciativas de inclusão social, capacitação profissional e acesso à empregabilidade. Realizar <i>due diligence</i> ESG em 100% dos fornecedores críticos nos aspectos ESG. 	8	9
GENTE QUE GOSTA DA GENTE	<ul style="list-style-type: none"> Até 2030, ter pelo menos 35% das posições de liderança <i>C-level</i> e Gerências <i>seniores</i> ocupadas por mulheres, exceto Copresidência. Até 2030, ter pelo menos 30% das posições de liderança ocupadas por pessoas autodeclaradas negras, excluindo Copresidência. 	5	
GOVERNANÇA E INTEGRIDADE	<ul style="list-style-type: none"> Aprimorar o sistema de gestão com a formação de um Conselho de Administração/Conselho Consultivo com a presença de acionistas e conselheiros externos independentes. Implementar metas ESG como premissas da remuneração variável da Diretoria (gestão de resíduos / diversidade e inclusão / emissões de GEE). Implementar até 2025 o portfólio de riscos operacionais, estratégicos e ESG em todas as áreas corporativas e operacionais. 	16	

GOVERNANÇA ESG GRI 2-14

O Comitê ESG, implementado desde 2022 e formado por representantes do mais alto grau de governança da Ancar Ivanhoe, é responsável por analisar e aprovar os temas materiais da empresa, assim como assessorar os acionistas no desenvolvimento, implementação e gestão da estratégia ESG. Esse Comitê reporta aos acionistas, de forma independente, em linha com as boas práticas de governança corporativa.

Temas como diversidade e inclusão, governança climática e investimentos socioambientais são tratados como meta na construção de valor para a companhia, colaboradores, sócios, acionistas e sociedade em geral.

Em nossos shoppings, os Comitês de Sustentabilidade são os órgãos encarregados de acompanhar e implementar programas, monitorar indicadores e adequar as operações para o atendimento das metas estabelecidas na agenda ESG. Além disso, cada Comitê alinha diretrizes e expectativas com a área de ESG de forma contínua, observando a estratégia macro da companhia nesse tema.

NOVAS POLÍTICAS COM FOCO EM ESG

Estabelecemos diretrizes que orientam a companhia rumo a uma atuação sinérgica nos temas relacionados à agenda ESG, contribuindo para a sustentabilidade do negócio. Em 2023, estruturamos cinco novas políticas, entre elas a **Política de ESG**, que estabelece orientações e a adoção das melhores práticas de gestão ambiental, social e de governança, considerando a preservação da vida e do meio ambiente.



Mudanças climáticas:

Estabelece o direcionamento estratégico da Ancar Ivanhoe voltado a uma operação eficiente e resiliente, que contribua para uma economia de baixo carbono, por meio da redução da emissão de gases de efeito estufa (GEE).



Diversidade e inclusão:

Traz princípios e diretrizes de atuação e governança para a promoção de um ambiente cada vez mais inclusivo e plural, pautado no respeito, na equidade e na valorização da diversidade humana e cultural, considerando ações que inibam todas as formas de discriminação.



Sustentabilidade para eventos:

Orienta o planejamento, a organização e a realização de eventos da Ancar Ivanhoe, considerando os princípios de sustentabilidade e a avaliação de impactos.



Responsabilidade social:

Orienta práticas e o desempenho da Ancar Ivanhoe direcionados à produção de benefícios positivos para o negócio e para o bem-estar dos colaboradores e da sociedade, bem como do desenvolvimento sustentável.

O HORIZONTE ESG JÁ COMEÇOU

Iniciativas que visam ao cumprimento das metas da agenda ESG até 2030 já estão em curso. Em 2023, avançamos em nosso *roadmap* de descarbonização, com a elaboração de mais um inventário de emissão de gases de efeito estufa, seguindo a metodologia do GHG Protocol.

Reafirmamos nosso compromisso com a diversidade e a inclusão, promovendo atualizações no Comitê de Diversidade e na Política de Diversidade e Inclusão (ver mais na página 20). Além disso, realizamos o primeiro Censo de Diversidade e Inclusão, com o intuito de conhecer a nossa demografia e endereçar de forma estratégica as ações rumo a um ambiente mais diverso, igualitário e inclusivo. Também promovemos o workshop antirracista para mais de 400 lideranças da companhia, cujo objetivo foi o letramento, possibilitando a esses líderes atuarem como embaixadores do tema em todos os shoppings da plataforma.



Em 2023, avançamos em nosso *roadmap* de descarbonização, com a elaboração de mais um inventário de emissão de gases de efeito estufa, seguindo a metodologia do GHG Protocol.

PERCEPÇÃO ESG

Em 2023, realizamos duas Pesquisas de Percepção ESG. Participaram da iniciativa mais de 68 mil consumidores de 19 shoppings da rede. Entre as ações mais valorizadas pelos nossos clientes, em ordem de prioridade, estão: as práticas ambientais, de responsabilidade social e de diversidade; a promoção da acessibilidade; e o combate às mudanças climáticas.

A pesquisa contribui para orientar o planejamento da companhia e para que cada shopping aprofunde o conhecimento sobre o comportamento de seus públicos em relação às práticas ESG, e implementem melhorias nos processos.

Diversidade, nossa marca é o respeito

GRI 3-3

Temos a premissa de acolher e respeitar o direito de sermos igualmente diferentes, princípio expressado em nosso Manifesto pela Diversidade. Buscamos envolver todos os nossos colaboradores, lojistas, parceiros e comunidades nesse movimento, com o objetivo de promover mudanças culturais e comportamentais, bem como práticas que garantam a representatividade, o respeito e a inclusão de pessoas diversas. Com esse horizonte, trabalhamos para tornar nossos shoppings cada vez mais acessíveis e acolhedores, oferecendo oportunidades para que todos possam vivenciar experiências inspiradoras.

Nossa Jornada da Diversidade conta com uma governança robusta, estruturada por meio do Comitê de Diversidade, do Programa de Diversidade e Inclusão e da Política de Diversidade, lançada em 2023. A gestão do tema é realizada pelo Comitê de Diversidade, responsável por deliberar, gerenciar e monitorar as iniciativas da área, garantindo a difusão e a evolução de uma cultura inclusiva.

O Comitê atua com foco em quatro grupos de afinidade: gênero (mulheres), raça (raízes), comunidade LGBTQIAPN+ (cores) e pessoas com deficiência (luta). Atualmente, o órgão é composto por 60 colaboradores de diversas áreas e níveis hierárquicos.

JORNADA DA DIVERSIDADE ANCAR IVANHOE

A nossa Política de Diversidade endereça também iniciativas específicas como: a formalização e divulgação dos compromissos para toda a cadeia de valor da companhia; a capacitação das lideranças e demais níveis profissionais, com o objetivo de eliminar estereótipos, vieses inconscientes e a discriminação; a diversificação das fontes de recrutamento e seleção para atrair talentos que representem maior diversidade cultural e social, e a priorização da contratação de fornecedores que tenham diversidade de pessoas em suas empresas.

Como plano estratégico e tático para o desenvolvimento dos pilares de diversidade, equidade e inclusão, atuamos em três eixos: compromisso e inclusão, educação e engajamento e comunicação. Nesse percurso, temos como perspectiva o desenvolvimento de uma série de ações de capacitação para lideranças e colaboradores, o monitoramento dos indicadores de diversidade e inclusão e a comunicação interna e externa em relação ao nosso posicionamento sobre o tema.

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

DIVERSIDADE DE PERSPECTIVA

Respeito	Liberdade
Dignidade	Equidade

IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

GÊNERO	RAÇA
+ Mulheres	Raízes

COMUNIDADE LGBTQIAPN+	PESSOAS COM DEFICIÊNCIA
Cores	Luta

#LIVREPARASERQUEMEUSOU

PROGRAMA DE DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Nosso Programa de Diversidade e Inclusão, coordenado pela área de Recursos Humanos, orienta as ações estratégicas de diversidade e acompanha a evolução do tema na companhia, atuando em três frentes:

APOIO: suporta e desenvolve todas as áreas no tema diversidade e inclusão.

AFINIDADE: acolhe as pessoas por meio dos grupos temáticos, gerando debates, conhecimento e crescimento.

VISIBILIDADE: desenvolve ações corporativas e monitora o impacto das iniciativas.





CENSO DIVERSIDADE

Nossas metas no tema diversidade e inclusão foram definidas a partir da realização do **Censo Diversidade**, em parceria com uma consultoria especializada. A pesquisa contou com mais de 1.600 respondentes e uma taxa de participação superior a 91%.

O trabalho possibilitou mapear o perfil dos colaboradores por nível hierárquico e revelar dados importantes sobre a demografia geral da companhia, com destaque para os seguintes resultados:

A análise comparativa em relação às pesquisas públicas e dados do mercado indicou que a Ancar Ivanhoe é uma empresa com um ambiente diverso e inclusivo, com destaque para o engajamento nas ações da companhia e para o sentimento de segurança para manifestar ideias, além da identificação com os valores da organização. A pesquisa mapeou também pontos de atenção, como a menor representatividade de pessoas negras e LGBTQIAPN+ em cargos de liderança.

**90%**

dos colaboradores da Ancar Ivanhoe concordam total ou parcialmente que a empresa é comprometida com a diversidade e inclusão.

**87%**

sabem como reportar uma situação de assédio ou preconceito.

LETRAMENTO RACIAL

Concretizamos um importante avanço em 2023 em relação ao treinamento de nossas lideranças. Capacitamos mais de 400 líderes da Ancar Ivanhoe de todo o Brasil em um workshop sobre viés inconsciente e racismo. Os eventos foram presenciais, com duração de um dia, e contaram com a participação ativa das lideranças, promovendo reflexões profundas e contribuindo para um processo de transformação cultural e comportamental das equipes.

40,8%
são mulheres;**29,6%**
são pessoas com
mais de 40 anos;**51,9%**
se autodeclaram
negras (12,9% negros
e 39% pardos);**4,8%**
são pessoas com
deficiência;**8,7%**
são da comunidade
LGBTQIAPN+.

GOVERNANÇA RESPONSÁVEL



Atuamos com base em uma governança sólida para conduzir os processos da organização e garantir a geração de resultados sustentáveis a longo prazo, priorizando o relacionamento ético e transparente com todos os nossos *stakeholders*, incluindo os mais de 50 sócios brasileiros e canadenses da companhia. Trabalhamos, ainda, para incorporar nossas diretrizes estratégicas na cultura organizacional, alinhando interesses e as tomadas de decisão em relação à nossa estratégia ESG.

Esses princípios orientam a administração e as práticas da Ancar Ivanhoe, uma empresa que integra sociedades empresárias e fundos de investimentos, formada a partir da união da Ancar Empreendimentos Comerciais e a Ivanhoe Cambridge, subsidiária da Caisse de dépôt et placement du Québec (cdpq.com), um dos principais gestores de fundos institucionais do Canadá.

Nossa Presidência é formada por dois copresidentes e uma Diretoria Executiva, liderada pelo CEO e assessorada por dois órgãos: o Comitê de Auditoria e o Comitê de Transformação Digital. A estrutura é composta ainda por quatro diretórias e por comitês temáticos.

Atualmente, entre os 40 membros que integram os órgãos de governança da Ancar Ivanhoe, 33 são homens (82,5%) e 7 são mulheres (17,5%), entre os quais 52,5% estão na faixa entre os 30 e 50 anos e 47,5% têm idade acima de 50 anos. **GRI 405-1**

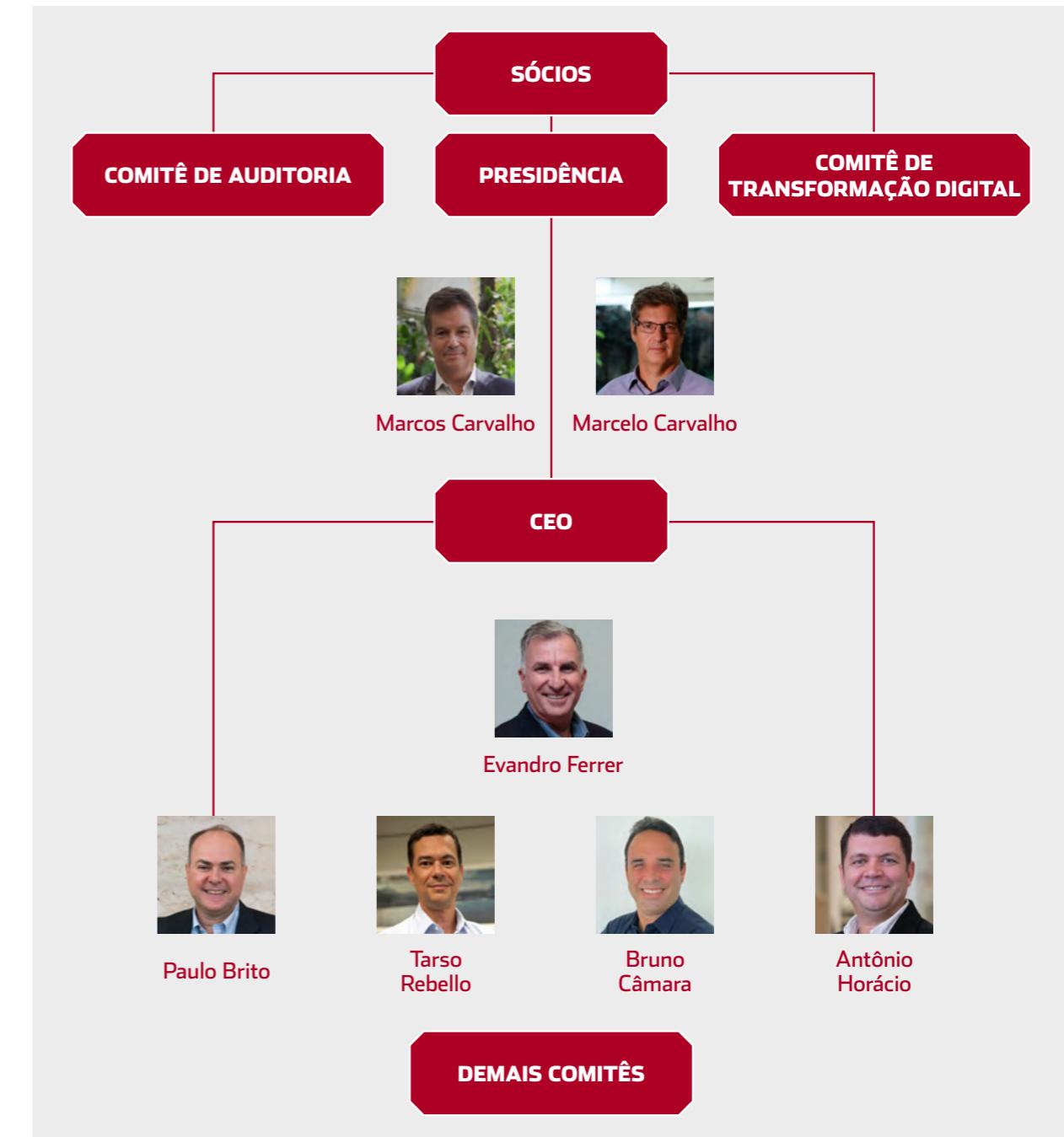
Buscamos a geração de resultados sustentáveis a longo prazo e o relacionamento transparente com todos os nossos públicos.

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 207-2

A contratação de membros para o mais alto órgão de governança e seus comitês segue um processo de seleção orientado por diretrizes e recomendações que incluem o perfil de competências, transparência, diversidade e avaliação de candidatos.

Para a contratação de executivos, o processo de seleção acontece da mesma forma que para as demais funções. A seleção dos profissionais considera o perfil do cargo e as competências do candidato e o processo envolve a avaliação de lideranças, pares e integrantes da equipe, além de parceiros, quando necessário, buscando garantir a diversidade na organização.



COMITÊS DA ANCAR IVANHOE

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.

Membros efetivos: Marcos Carvalho e Marcelo Carvalho.

COMITÊ DE ÉTICA

Tem por finalidade garantir que o Programa de Integridade da empresa seja cumprido para prevenir a corrupção pública e privada, lavagem de dinheiro e demais desvios éticos. Conta com uma assessoria da Gerência de Riscos e Compliance e com oito membros efetivos.

Membros efetivos: Marcos Carvalho, Marcelo Carvalho, Evandro Ferrer, Tarso Rebello, Paulo Brito, Leia Cardoso, Vanessa Dal Bello 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 cinco superintendentes regionais, além do CEO, CFO e o diretor Comercial.

Membros efetivos: Evandro Ferrer, Tarso Rebello, Antônio Horácio, Bruno Câmara, Paulo Brito, Paulo Cesar, Ilton Nobre-ga, Hélio Ribeiro, Carlos de Júlio, Sérgio Nagai, Léia Cardoso, Cecília Ligiero.

COMITÊ DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

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

Membros efetivos: Marcos Carvalho e Luciano Tonon.

COMITÊ DE ESG

Tem como função estimular e apoiar as pautas de governança ambiental, social e corporativa, com a meta de construção de valor para a empresa, colaboradores, acionistas e sociedade.

Membros efetivos: Evandro Ferrer, Paulo Brito, Tarso Rebello, Cecília Ligiero, Alexandre Santos e Luciano Tonon.

COMITÊ DE RECURSOS HUMANOS

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

Membros efetivos: Marcos Carvalho, Marcelo Carvalho, Evandro Ferrer e Leia Cardoso.



ÉTICA E INTEGRIDADE

GRI 2-23, 2-24, 3-3

Fundamentamos a conduta dos nossos negócios nos mais altos padrões éticos e de integridade, valores que são disseminados constantemente para todos os *stakeholders* envolvidos nas operações da companhia. Sempre em busca das melhores práticas de *compliance* do mercado, lançamos o nosso Programa de Integridade em 2023, aprofundando procedimentos e práticas que definem a maneira como operamos e nos relacionamos com nossos públicos.

O Programa consolida um conjunto de mecanismos e procedimentos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e orienta a aplicação efetiva do Código de Ética e Conduta e demais políticas. Dessa forma, reforçamos o nosso compromisso com a ética, transparência, conformidade e com a divulgação transparente de informações financeiras e operacionais.

Os sete pilares que sustentam o Programa desempenham um importante papel na prevenção de atos lesivos à administração pública, corrupção, fraude, má conduta e outros comportamentos antiéticos. Orientam, ainda, as ações com foco na mitigação dos riscos, detecção e tratamento de desvios, possibilitando o aumento da prevenção de atos ilícitos, redução de perdas financeiras e de danos à reputação.

PILARES DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE



A alta administração está empenhada em promover e sustentar uma cultura pautada nos mais altos padrões de integridade, compartilhando com todas as lideranças e colaboradores a responsabilidade em contribuir com a ética e a conformidade, visando a um crescimento sustentável.

A governança do tema tem a participação efetiva dos membros da alta administração, por meio do Comitê de Ética, responsável por supervisionar, implementar e acompanhar o Programa de Integridade, com a assessoria da área de Riscos e Compliance.

Além do Código de Conduta Ética, nosso Programa possui um robusto arcabouço de políticas que são atualizadas regularmente e amplamente divulgadas aos colaboradores. São elas: Política de Normativos; Política

Anticorrupção; Política de Interação com Agentes Públicos; Política de Brindes, Presentes e Hospitalidade; Política de Doações e Patrocínios; Política de Conflito de Interesses; Política de Diligência de Terceiros; Política do Canal de Transparência; Política de Gestão de Consequências; Política de Auditoria Interna; e Política de Gestão de Riscos. Todas estão baseadas na Lei nº 12.846/13 e no decreto nº 11.129/22.

Disponibilizamos diversos mecanismos de orientações sobre as políticas e práticas responsáveis, como mentoria e aconselhamento, fóruns e redes internas, plataformas de e-learning, além do Canal de Transparência, que recebe relatos sobre desvios de comportamentos, corrupção, fraudes, descumprimento de normativos, falhas de controles, pagamentos indevidos, entre outros temas. GRI 2-26





TREINAMENTOS

Como parte da estratégia para garantir a ética e a integridade no ambiente de trabalho, lançamos em 2023 treinamentos ao vivo sobre *compliance* e as políticas da Ancar Ivanhoe, com o intuito de promover aproximação com as áreas e aprofundar o conhecimento de todos os colaboradores sobre os nossos normativos internos, principalmente os que versam sobre conflito de interesses, brindes, presentes e hospitalidades, patrocínios e doações, prevenção ao assédio, além de divulgar nosso Canal de Transparência. Foram realizadas mais de 50 turmas, atendendo mais de mil colaboradores.

Já os treinamentos obrigatórios anuais sobre o Código de Conduta Ética e Anticorrupção, destinados a todos os colaboradores, foram aplicados através da nossa plataforma interna de aprendizado, a Universidade Corporativa da Ancar Ivanhoe (UAI). Em 2023, 94% do nosso público-alvo recebeu o treinamento, realizado no formato *on-line*.

[+ SAIBA MAIS](#)

[PROGRAMA DE INTEGRIDADE](#)

CÓDIGO DE CONDUTA

Nosso Código de Conduta Ética passou por uma reformulação em 2023, trazendo novos temas e abordagens aos colaboradores. O objetivo da revisão foi gerar um entendimento integral sobre cada situação destacada, com uma linguagem de fácil compreensão.

Aprovado pelo Comitê de Ética, o Código de Conduta é o principal normativo interno da empresa relacionado à orientação da conduta pessoal e profissional de todos os colaboradores. Quando aplicável, estende os compromissos também aos parceiros de negócios, lojistas, fornecedores e terceiros, por meio da aderência à cláusula anticorrupção.

[+ SAIBA MAIS](#)

[CÓDIGO DE CONDUTA](#)

94%

do nosso público-alvo
recebeu treinamento sobre
o Código de Conduta e
Anticorrupção

CONFLITO DE INTERESSES

GRI 2-15, 2-16

A Ancar Ivanhoe possui uma Política de Conflito de Interesses aplicável a todos os colaboradores. O documento estabelece os papéis e responsabilidades de cada função perante ao tema, inclusive as funções do Comitê de Ética. Anualmente, são preenchidos os formulários de conflito de interesses de forma obrigatória.

Os processos para prevenir e mitigar os conflitos de interesse da organização incluem a implementação e revisão regular de políticas e procedimentos, a divulgação pública dos conflitos de interesse, educação e treinamento, constituição de um comitê de ética, isolamento das pessoas ou partes relacionadas aos conflitos de interesse, monitoramento externo e *compliance* legal, bem como a promoção de uma cultura organizacional que valorize a integridade. Os conflitos de interesse são revelados aos *stakeholders* e transmitidos ao sócio institucional (Ivanhoe Cambridge).

COMBATE À CORRUPÇÃO

GRI 205-1, 205-2, 205-3

Avaliamos, em 2023, 100% de nossas operações (9.184) quanto aos riscos relacionados à corrupção, além de comunicar e treinar todos os membros da governança sobre as políticas e procedimentos que abordem o tema. Orientamos também 100% dos colaboradores e capacitamos mais de 93% do nosso quadro, de um total de 1.597 profissionais. Além disso, todos os nossos parceiros de negócios aderem à Política Anticorrupção e ao Código de Conduta Ética no momento da assinatura do contrato por meio da Cláusula Anticorrupção.

Entre os principais riscos relacionados à corrupção identificados no processo de avaliação estão: suborno e propina, presentes e hospitalidades, doações políticas, fornecedores e agentes intermediários de alto risco, conflitos de interesse, corrupção em contratações e licitações, falta de transparência em doações benéficas e suborno em licenciamento e regulamentações. Em 2023, não ocorreram casos de corrupção envolvendo a organização.

100%

de nossas operações passaram por avaliação quanto aos riscos relacionados à corrupção.

100%

dos colaboradores orientados e mais de 93% capacitados.

NÚMERO E PERCENTUAL DE EMPREGADOS QUE FORAM COMUNICADOS E CAPACITADOS SOBRE POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO, POR REGIÃO GRI 205-2

LOCALIZAÇÃO	NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS	NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS COMUNICADOS	%	NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS CAPACITADOS	%
CO/N	284	284	100	257	90,49
HOLDING	389	389	100	372	95,63
NE	301	301	100	247	82,06
RJ	335	335	100	332	99,10
SP	288	288	100	286	99,31

Obs: os dados da região Centro-Oeste foram tabulados juntamente com a região Norte.

Todos os nossos fornecedores são diligenciados quanto aos riscos de corrupção, de acordo com a Política de Due Diligence da companhia.

► Canal de Transparência GRI 2-25

Estabelecemos diretrizes e procedimentos para tratar denúncias recebidas pelo Canal de Transparência, por meio de nossa Política do Canal de Transparências e Política de Gestão de Consequências. Os relatos são comunicados para o mais alto órgão de governança e tratados de forma confidencial, permitindo que os *stakeholders* utilizem o Canal anonimamente.

A apuração dos relatos oriundos do Canal de Transparência é de responsabilidade da área de Riscos e Compliance, com o apoio dos setores de Recursos Humanos e Operações. A partir dos direcionamentos do Comitê de Ética e da Política do Canal de Transparência, rastreamos a eficácia dos mecanismos de queixas e outros processos de reparação, assim como realizamos o *feedback* aos *stakeholders* sobre a resolução dos casos. Em 2023, registramos um total de 106 queixas.

QUANTIDADE CORRESPONDENTE A CADA ENCAMINHAMENTO PARA OS TIPOS DE QUEIXAS MENCIONADAS

QUANTIDADE TOTAL (%)		
Não tratadas ¹	18	16,98%
Tratadas e não solucionadas	0	0
Tratadas e solucionadas sem reparação ²	45	42,46%
Tratadas e solucionadas com reparação ³	43	40,56%

¹ Foram consideradas como denúncias não tratadas as denúncias fora de escopo.

² Foram consideradas como denúncias tratadas e solucionadas sem reparação as denúncias não procedentes, inconclusivas e com dados insuficientes.

³ Foram consideradas denúncias tratadas e solucionadas com reparação as denúncias procedentes e parcialmente procedentes.



O Canal de Transparência da Ancar Ivanhoe, operacionalizado por uma empresa terceirizada, pode ser utilizado por qualquer pessoa, 24 horas por dia, sete dias por semana, diante de suspeita ou violação do Código de Conduta Ética, de fraude ou de ato de corrupção.

As denúncias são tratadas com total confidencialidade e independência, sem que haja punição a quem denunciar de boa-fé. Os registos podem ser feitos de forma anônima ou com identificação, por meio dos canais:

0800-721-0723

[https://www.canalconfidencial.com.br/
ancarivanhoe](https://www.canalconfidencial.com.br/ancarivanhoe)

LGPD

À medida que expandimos a transformação digital e avançamos no uso de dados para melhorar cada vez mais a experiência de nossos clientes, também investimos nos mais altos padrões de segurança e integridade da informação, além de monitorarmos permanentemente os riscos.

A Política de Privacidade da Ancar Ivanhoe esclarece como os dados pessoais dos *stakeholders* da empresa, armazenados de forma física e digital, são tratados e protegidos com base na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

A Ancar Ivanhoe conta com o profissional *data protection officer* (DPO), encarregado de dados, como é chamado no Brasil, que lidera a adequação da empresa à LGPD e promove a cultura digital, além de ser o canal de comunicação entre o controlador dos dados, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD). O atendimento é feito por meio de um canal exclusivo (dpo@ancar.com.br), nos termos da Lei nº 13.709/18.

GESTÃO DE RISCOS

Com o propósito de garantir o cumprimento de nossos objetivos e a longevidade da companhia, identificamos, avaliamos e gerenciamos os riscos diariamente em todos os níveis da organização de forma proativa e padronizada, estabelecendo processos de mitigação que asseguram uma operação ética e sustentável.

No que diz respeito aos impactos, o mais alto órgão de governança participa da supervisão dos processos de identificação e gerenciamento de riscos, engajando-se com os *stakeholders*, por meio de reuniões, relatórios, auditorias e participação em iniciativas externas. O resultado desses processos é considerado na gestão dos negócios, bem como na prestação de contas e comunicações externas.

O processo de gestão de riscos pertence à Gerência de Riscos e Compliance, além de ser revisado pelos diretores da Ancar Ivanhoe. Este tema é organizado em três linhas de defesa: processos, controles e ações corretivas para resolver as inconsistências; garantia da implementação dos processos e controles estabelecidos; e avaliações independentes sobre os processos e controles, função desempenhada pela Auditoria Interna.

Após a etapa de identificação, medição e avaliação de risco, estabelecemos planos de respostas que abrangem a tolerância dos riscos, medidas de mitigação, transferência ou eliminação dos riscos avaliados. Para isso, utilizamos a metodologia COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission).

Nossos riscos estão organizados em cinco categorias:



Riscos estratégicos:

impactam principalmente nas oportunidades de investimento e na criação de valor da empresa.



Risco de conformidade/compliance: eventos derivados de alterações legais que possam comprometer as atividades da empresa ou relacionados à corrupção, irregularidades, fraudes e de conduta.



Riscos operacionais:

ameaçam, alteram ou afetam o padrão de qualidade estabelecido pela organização.



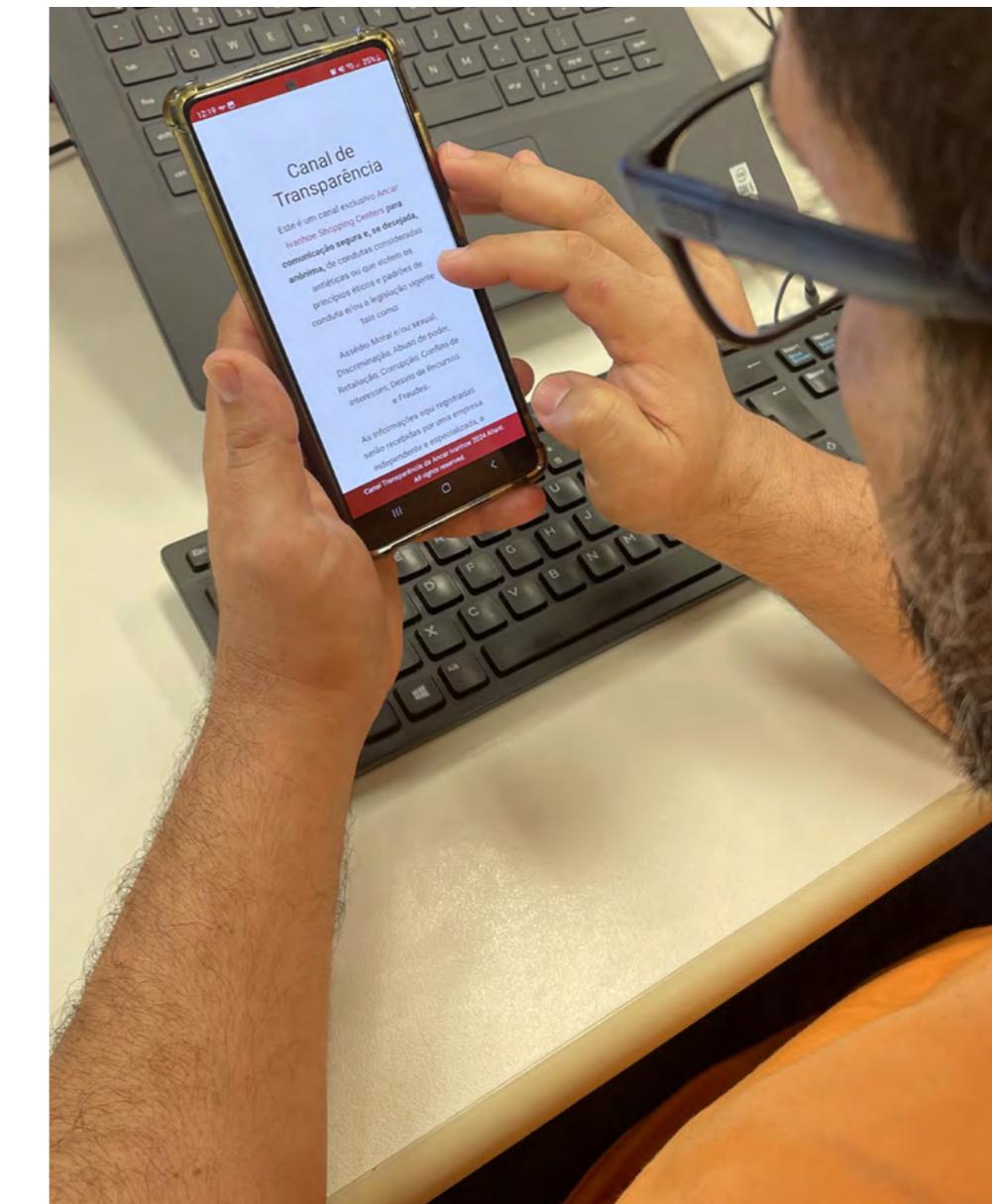
Riscos financeiros:

impactam na valoração de investimentos, na estrutura de capital e nos ativos da empresa.



Risco cibernético/privacidade:

adversidades resultantes do processamento de dados, relacionados a crimes que envolvem tentativas de roubar, danificar ou destruir informações e dados de terceiros.



AUDITORIAS

RISCO ESG GRI 2-12, 2-13, 2-16

Realizamos auditorias internas com base em riscos, a fim de garantir a conformidade com as leis, regulamentos pertinentes e com as políticas e procedimentos internos da companhia. Em 2023, desenvolvemos duas auditorias que envolveram os shoppings North Shopping Fortaleza e CenterVale Shopping. No âmbito corporativo, o processo foi aplicado junto às áreas de Contas a Pagar e Faturamento de Aluguel e Condomínio. Os resultados são apresentados ao Comitê de Auditoria, e as recomendações para mitigação de riscos são acompanhadas pela área corporativa de Riscos e Compliance.

Os riscos relacionados aos pilares ESG correspondem aos possíveis impactos negativos relacionados ao valor financeiro, em virtude da falta de endereçamento de temas da área ESG na estratégia da empresa.

O mais alto órgão de governança também desempenha um papel na análise da eficácia dos processos da organização em relação aos impactos econômicos, sociais e ambientais, incluindo avaliação de resultados, identificação de lacunas e oportunidades de melhoria, para tomadas de decisões estratégicas e monitoramento contínuo.

A Gerência de ESG é responsável pelo mapeamento dos temas relacionados aos impactos da operação e direcionamento para avaliação dos órgãos de governança, em conjunto com a equipe de Gestão de Riscos e Compliance, além de participar da gestão de impactos da companhia, acompanhando o processo de diligência da organização. Já o Comitê ESG valida os processos liderados pela Gerência.

A alta governança da Ancar Ivanhoe monitora continuamente aspectos econômicos, sociais e ambientais relacionados aos negócios e propõe melhorias para a mitigação de impactos e para o avanço da estratégia ESG.

DILIGÊNCIA DE TERCEIROS

Conduzido pelo departamento de Compliance, realizamos *due diligences* de todos os terceiros, com o objetivo de verificar a idoneidade de nossos parceiros e eventuais riscos de integridade, conforme a nossa Política de Diligência de Terceiros.

Nosso processo de *due diligence* considera critérios como: o envolvimento em casos de corrupção, condutas antiéticas e ilegais, ocupação em cargos públicos, existência de programa de integridade, política anticorrupção, código de conduta ética e canal de denúncias, listas de restrições públicas, uso de trabalho escravo ou infantil, entre outros temas relacionados aos direitos humanos.

A classificação e a avaliação dos riscos de integridade têm como base os critérios estabelecidos pela área de Compliance e a respectiva matriz de riscos de terceiros. Para atribuir o risco final à operação, consideramos o impacto e a probabilidade de exposição à violação da Lei Anticorrupção brasileira e demais leis aplicáveis, bem como a violação de nossas políticas internas.

Em 2023, realizamos diligências de terceiros em toda a nossa base, totalizando 2.323, sendo em sua maioria prestadores de serviços, fornecedores e donatários, conforme o perfil de risco:

2.029

Risco clean/baixo (87,4%)

50

Risco alto (2,2%)

183

Risco médio (7,9%)

61

Risco crítico (2,6%)

Foram diligenciados, ainda, outros 71 terceiros relacionados a processos de doação, patrocínio, cessão de espaço e parceria.

RELACIONAMENTO COM OS STAKEHOLDERS

GRI 2-29

Somos uma plataforma de shopping center movida por conexões humanas, o que nos faz dar ainda mais importância ao relacionamento com nossos investidores, acionistas, lojistas, parceiros de negócio, comunidades e organizações da sociedade civil de maneira a promover conhecimento, inovação e transforma-

ções que gerem valor para todo o nosso ecossistema. Construir e manter essas relações, com flexibilidade e transparência, é a marca da Ancar Ivanhoe. Destacamos, nesta seção, iniciativas conectadas às demandas de nossos públicos prioritários e as tendências mundiais para o futuro do varejo.

► Lojistas

Atuamos fortemente no desenvolvimento dos nossos lojistas e criamos experiências inovadoras com foco no crescimento da rentabilidade dos mais de 4 mil lojistas e empreendedores da plataforma Ancar Ivanhoe.

Por meio do app Hub do Lojista, conectamos esses parceiros com a gestão da empresa e com os clientes finais. O app auxilia a comunicação e a criação de estratégias segmentadas e personalizadas para cada público, especialmente, nas principais datas do varejo, com base em dados de consumo e comportamento do consumidor.



SAIBA MAIS NA PÁGINA 46



► UAI Lojista

Com o propósito de impulsionar a transformação de carreiras, negócios e vidas, por meio da aprendizagem para varejo de shopping center, a Universidade do Lojista Ancar Ivanhoe (UAI Lojista) promove processos de cocriação de forma gratuita e 100% digital, sendo uma das maiores iniciativas de desenvolvimento de pessoas do varejo brasileiro.

A UAI Lojista oferece diversos cursos de capacitação para proprietários, gerentes, vendedores e times de loja. Com ações *on-line* e presenciais, ao longo de 2023 alcançou mais de 3 mil profissionais que trabalham nos shoppings da Ancar Ivanhoe espalhados por todo Brasil.

Neste ano, a UAI Lojista migrou para uma plataforma fluída e de fácil navegação, que utiliza inteligência artificial para sugerir conteúdos que possam ser de interesse dos usuários, tornando o processo de aprendizado cada vez mais atraente.

Outra novidade da nova plataforma é a Série *Onboarding* do Lojista, na qual estão disponíveis diversos conteúdos sobre o ecossistema Ancar como:

- Manual do lojista em formato de curso 100% digital e interativo;

- Código de Conduta Ética Ancar Ivanhoe;
- Tutorial de como usar o *app* Hub do Lojista;
- *Compliance* e ESG.

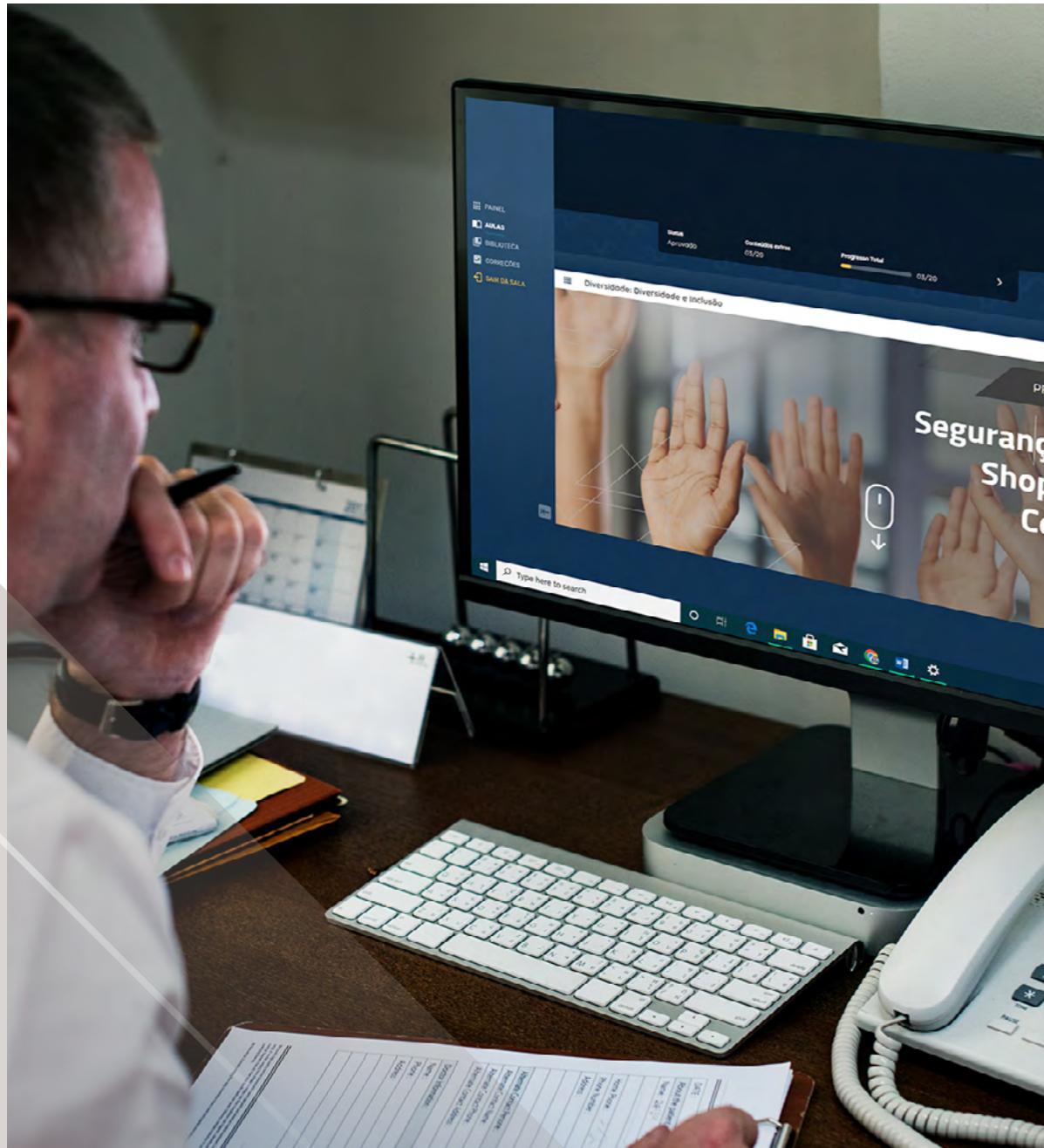
A UAI Lojista se destaca no mercado por oferecer cursos práticos e customizados com temáticas de varejo, webinários com especialistas do setor e certificação a cada curso concluído, acessíveis *on-line*.

Acreditamos que para vender mais, precisamos aprender mais. A cada solução buscamos ampliar e fortalecer o conceito da cultura de aprendizagem, conectando os lojistas no processo de cocriação e oferecendo um espaço de constante atualização e aperfeiçoamento.

A Ancar Ivanhoe promove ainda uma série de eventos e disponibiliza conteúdos exclusivos para os lojistas do grupo sobre as principais tendências nacionais e mundiais do varejo, como o Pós-NRF (National Retail Federation), por meio do qual são realizados *roads shows* em todas regiões para compartilhar os principais *insights* do maior evento global de varejo com os lojistas e parceiros.

SAIBA MAIS NA PÁGINA 48





CADEIA DE FORNECEDORES GRI 204-1

TREINAMENTO

Compartilhamos nossos valores com uma base de 8.653 fornecedores cadastrados em 2023. Temos como premissa conservar relações comerciais éticas e transparentes, que favoreçam um desenvolvimento mútuo e contínuo. Valorizamos, ainda, os fornecedores locais, chegando a um percentual de 49% de compras realizadas com parceiros locais em nossas unidades operacionais.

À nossa rede de fornecedores, a Ancar Ivanhoe aportou no ano o montante de mais de R\$ 206 milhões. Do total de fornecedores da companhia, cinco são internacionais, sendo que os demais estão localizados em território nacional, o que viabiliza o desenvolvimento econômico local das principais regiões onde atuamos.

Para além da parceria comercial, desenvolvemos uma plataforma de treinamento, a ComPar, que abrange um *hub* de conteúdos projetados para aprimorar habilidades e conhecimentos na cadeia de fornecedores dos shoppings. A iniciativa contempla também nossas equipes terceirizadas.

Atualmente, a plataforma está focada em cursos e treinamentos voltados para a área de segurança. A proposta é inspirar, envolver e apoiar ativamente nossos fornecedores em temas relevantes, propiciando a multiplicação do conhecimento em suas respectivas empresas. Em 2023, 870 fornecedores dos shoppings do grupo participaram da iniciativa através da plataforma.

Estabelecemos, ainda, a meta de implementação de processos de due diligence em ESG para fornecedores críticos para a companhia até 2030, um compromisso que será o foco da empresa junto a esse público nos próximos anos.

GRI 410-1

870 fornecedores foram treinados por meio da plataforma **ComPar**, aprimorando conhecimentos e habilidades na **área de segurança**.

INVESTIDORES

A Ancar Ivanhoe tem como principais investidores estratégicos a canadense Ivanhoe Cambridge e a família Carvalho, fundadora da Ancar. A companhia conta ainda com mais de 50 investidores institucionais e fundos de investimento. A empresa realizou melhorias contínuas em nossos processos de reporte e na transparência junto aos acionistas, o que resultou, em 2023, no lançamento do Portal de Investidores.

Com o intuito de alinhar os interesses dos *stakeholders*, o Portal disponibiliza informações sobre a governança corporativa, resultados e desempenho da empresa sob o aspecto econômico-financeiro e de sustentabilidade. Os investidores podem acompanhar ainda a estratégia e os esforços na implementação das melhores práticas de gestão, de ESG e de *compliance*.

A Ancar mantém relatórios periódicos aos investidores, conduzidos pela área de Relações com Investidores, a partir de reuniões mensais com os acionistas principais, e trimestrais com os investidores institucionais, apresentando indicadores e KPIs (*key performance indicators*) e *road maps* para o cumprimento da agenda ESG, de forma personalizada para cada perfil de investidor, garantindo transparência e tomadas de decisão mais precisas.

+ SAIBA MAIS

PORTAL DE INVESTIDORES



CLIENTES GRI 3-3

Para a Ancar Ivanhoe, ter o cliente no centro da estratégia de negócios significa oferecer uma jornada do consumidor facilitada e fluída entre o *on-line* e *off-line*, com o uso ético de inteligência artificial. Para isso, realizamos investimentos robustos em transformação digital, que permitem aprimorar o conhecimento sobre nossos clientes, para desenvolvermos soluções e serviços personalizados, práticos e inspiradores.

Também destacamos a ampliação dos espaços de experiência, gastronomia e lazer ao ar livre, que beneficiam famílias e comunidades das regiões nas quais atuamos. Fomentamos, também, o consumo e a produção responsáveis, bem como a economia circular, além da promoção da educação socioambiental nos empreendimentos.

Nossos clientes têm à mão um conjunto de ferramentas digitais que permitem a interação entre o *on-line* e o *off-line*, propiciando a melhor experiência no *mall* em todos os shoppings da plataforma. O *app* dos shoppings e a assistente virtual “Ana” conectam os clientes à base de dados dos empreendimentos e aos lojistas, permitindo o acesso facilitado a serviços e ofertas direcionados ao perfil de cada cliente (ver mais na página 46).

Por meio de nossas políticas e práticas ESG, asseguramos também que nossos shoppings sejam ambientes de respeito e acolhimento às diversidades. Promovemos, nesse sentido, formações permanentes aos nossos colaboradores e parceiros sobre diversidade, inclusão e sustentabilidade.

PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES GRI 2-28

Buscamos promover o diálogo e a construção coletiva junto às organizações que formam o ecossistema de shopping centers e da sociedade civil. Participamos de diversos espaços com o intuito de contribuir com as transformações do setor e debater as questões prioritárias e emergenciais da sociedade em relação aos temas socioambientais.

Nesse sentido, integramos em 2023:

- Board Junior Achievement Americas;
- Associação Brasileira dos Profissionais de Sustentabilidade (Abraps);
- Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), incluindo a participação no Comitê de Operações;
- Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (Alshop);
- Comissão de Sustentabilidade do Conselho Regional de Administração do Rio de Janeiro (CRA RJ).



DESEMPENHO DOS NEGÓCIOS

CONTEXTO MACROECONÔMICO

Em 2023, o varejo brasileiro, considerado um dos pilares da economia do país, cresceu 1,7% (no conceito restrito) em relação ao ano anterior, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). No entanto, o ritmo de crescimento foi inferior ao registrado entre 2017 e 2019, triênio que antecedeu a chegada da pandemia de Covid-19.

Esse cenário se deve, em grande medida, a um contexto macroeconômico marcado por juros altos e aumentos inflacionários, que resultaram no acesso limitado ao crédito e na redução do consumo, aprofundando crises financeiras que ocasionaram o fechamento de lojas em vários segmentos. Além disso, no cenário global, a instabilidade provocada por conflitos geopolíticos e oscilações nas principais economias mundiais também impactaram o setor.

A indústria de shopping centers superou outras adversidades no ano, como índices negativos de reajuste de aluguéis e vendas imobiliárias. Mesmo diante desses

desafios, o setor reafirmou sua resiliência e capacidade de recuperação. Em 2023, houve crescimento em todos os aspectos da indústria, que fechou o ano com mais lojas, fluxo de visitantes, geração de emprego e recorde de vendas, segundo a Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce). O setor varejista faturou R\$ 194,7 bilhões em 2023, uma alta de 1,5% em relação a 2022, embora esse desempenho tenha ficado abaixo do previsto.

Na Ancar Ivanhoe, fechamos o ano com resultados positivos robustos, registrando um crescimento acima de dois dígitos nos principais indicadores do varejo. Atribuímos esse desempenho à gestão financeira criteriosa, além de estratégias que resultaram no crescimento da taxa de ocupação dos shoppings do grupo e da oferta de um *mix* de lojas de alta relevância para nossos clientes.



RESULTADOS ECONÔMICO-FINANCEIROS

Com uma gestão ágil e flexível, atenta às transformações da indústria de shopping centers, continuamos crescendo em 2023, mesmo diante dos desafios macroeconômicos. Alcançamos um valor de vendas de R\$ 17,5 bilhões, o que representa um aumento de 10,5% em relação a 2022, considerando toda a plataforma da Ancar Ivanhoe. Registramos, ainda, um crescimento de 9,6% do *Net Operating Income* (NOI), indicador do setor imobiliário referente ao resultado operacional.

R\$ 17,5 bi
foi o valor de vendas
registrado em 2023, um
aumento de mais de 10%
em relação ao ano anterior.

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO GRI 201-1

PAÍS	BRASIL
Custos operacionais	119.927.572,60
Salários e benefícios de empregados	206.040.255
Pagamento a provedores de capital	262.971.775,2
Investimentos na comunidade	4.576.123
Pagamentos ao governo	131.514.702,61
TOTAL	1.774.378.581,90
Valor econômico retido	1.377.321.706,10

Nota 1: distribuição líquida aos provedores de capital no ano de 2023.

Nota 2: pagamentos ao governo (por país): referem-se aos valores de impostos constituídos no ano de 2023 (ISS, Cofins, PIS, IRPJ e CSLL).

Nota 3: investimentos na comunidade: referem-se a todos os investimentos na comunidade.



MIX DE LOJAS

Parte dos nossos resultados positivos são reflexo de um processo ágil de renovação e atração de novas operações com relevância regional e nacional, especialmente no setor de gastronomia, entretenimento, saúde, beleza, lazer e bem-estar. A ampliação do portfólio de lojas seguiu critérios focados nas expectativas de nossos clientes, de forma a consolidar um *mix* que facilita a vida de nossos consumidores e proporciona momentos de bem-estar e lazer.

Em 2023, esses esforços resultaram em 600 novas operações de longo prazo. Como consequência, a taxa de ocupação em nossos shoppings chegou a 95%, em média, considerando toda a plataforma, sendo que alguns empreendimentos alcançaram um patamar de 99%.

Como reflexo desse movimento, a receita de locação obteve um incremento importante de, aproximadamente, 4%, considerando lojas, locações temporárias e lajes. Esse crescimento foi alavancado pela boa performance interna da companhia, tendo em vista que os índices de correção dos aluguéis foram negativos no ano.

Outro fator positivo foi o aumento nas locações temporárias no segmento de eventos. Utilizamos o *mall* e outras estruturas do shopping para realizar feiras e eventos de pequeno, médio e grande portes, em um volume 40% maior em relação a 2022.



MALL E MARKETING

Mais de 230 milhões de pessoas visitam nossos shoppings anualmente, o que torna a plataforma um ativo estratégico para ações de *marketing*. Nesse sentido, desenvolvemos produtos e ampliamos nossos negócios ligados ao *retail media* (mídia de varejo), uma estratégia de publicação de anúncios em espaços varejistas, tanto em plataformas *on-line*, como físicas. Alinhados a essa tendência, registramos um aumento significativo de negócios nesse segmento.

600

novas operações de longo prazo começaram a operar em nossos shoppings em 2023.

GESTÃO COM EQUILÍBRIO

Realizamos também uma gestão financeira minuciosa em relação ao controle de custos, descontos e inadimplência, que são essenciais para o equilíbrio e o crescimento do negócio, com destaque, especialmente, para a diminuição da taxa líquida de inadimplência.

Além de ampliarmos o nosso portfólio com a conquista da gestão do Minas Shopping, em Belo Horizonte (MG), também buscamos ativamente novas oportunidades, diminuindo a nossa exposição a alguns ativos, com o objetivo de reciclar o capital e realocá-lo em áreas com grande potencial de gerar valor para a companhia e para nossos investidores.

Destacamos, ainda, a atuação de nossos shoppings na implementação de iniciativas de sustentabilidade, como a reciclagem, o reúso da água e projetos de eficiência energética que ganham escala e tornam nossas operações mais eficientes, reduzindo o impacto socioambiental das operações.

A TAXA DE OCUPAÇÃO NA PLATAFORMA DE SHOPPINGS DO GRUPO CHEGOU, EM MÉDIA, A 95%, UM REFLEXO DA PERFORMANCE INTERNA DA COMPANHIA.

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

2^a MELHOR EMPRESA PARA TRABALHAR

Pelo 16º ano consecutivo, a companhia entra no *ranking* elencado pelo Instituto Great Place To Work, sendo, em 2023, a 2^a melhor empresa para trabalhar, na categoria Varejo. Esse valioso reconhecimento reafirma nosso compromisso com o desenvolvimento dos colaboradores, ações de sustentabilidade e um ambiente inclusivo. Destacamos também as premiações regionais concedidas pelo Instituto Great Place to Work:

31º

Melhor Empresa Para Trabalhar no Brasil, no *ranking* Grandes Empresas.

- ▶ **6^a Melhor** Empresa Para Trabalhar no Rio de Janeiro, na categoria Grandes Empresas.
- ▶ **19^a Melhor** Empresa Para Trabalhar em São Paulo, na categoria Médias Empresas. A premiação se estende aos nossos shoppings Golden Square, Pátio Paulista, Parque das Bandeiras, CenterVale e Metrô Itaquera.
- ▶ **GPTW** - Selo destaque em **Saúde Emocional** em 2023.
- ▶ **2^a Melhor** Empresa para Trabalhar no Centro-Oeste, na categoria Empresa de Médio Porte. A premiação se estende aos nossos shoppings Conjunto Nacional e o Pantanal Shopping.
- ▶ **5^a Melhor** Empresa para Trabalhar no Ceará, na categoria Médias Empresas nos empreendimentos: North Shopping Fortaleza, North Shopping Jóquei, North Shopping Maracanaú e Via Sul Shopping.
- ▶ **3^a Melhor** Empresa para Trabalhar na região Norte: Porto Velho Shopping.





Oito prêmios Abrasce 2023

Com 21 indicações ao Prêmio Abrasce 2023, conquistamos oito prêmios:

OURO

- ▶ **Naty - A Mascote**
Natal Shopping (categoria Eventos e Promoções e Tecnologias).

- ▶ **Rotas da Visibilidade**
North Shopping Fortaleza (categoria Campanhas Digitais).

PRATA

- ▶ **Praça Sérgio Carvalho** - Shopping Nova América (categoria Expansão e Revitalização).
- ▶ **Quintalzinho do BAN** - Parque das Bandeiras (categoria Expansão e Revitalização).
- ▶ **Terraço Botafogo** - Botafogo Praia Shopping (categoria Campanha Institucional).
Natal de Papel - Pátio Paulista (categoria Ações de Natal).

BRONZE

- ▶ **O Natal do Bita com Papai Noel Negro** - Parque Shopping Bahia (categoria Ações de Natal).
- ▶ **Projeto de Desenvolvimento de Lojistas** - Porto Velho Shopping (categoria Gestão de Pessoas).



PRÊMIO CAIO – PÁTIO PAULISTA

O case “Primeiro Natal de Papel do Mundo”, do Shopping Pátio Paulista, realizado em 2022, foi o vencedor em três categorias importantes do Prêmio Caio, maior premiação do mercado de eventos do Brasil: Evento Promocional, Cenografia e Responsabilidade Social e Ambiental.

PRÊMIO 2023 IOC IPC IAKS ARCHITECTURE PRIZE – PARQUE DAS BANDEIRAS

O Quintal do Ban foi um dos 11 projetos premiados de 22 países no 2023 IOC IPC IAKS Architecture Prize, prêmio internacional de arquitetura, na categoria Votação Popular sobre Instalações Esportivas e de Lazer

Sustentáveis, Acessíveis e Inovadoras. O Quintal do Ban é um dos novos espaços de experiência da Ancar, que une ar livre e ambiente acolhedor para toda família com entretenimento de qualidade.

A premiação, realizada em Colônia, na Alemanha, é promovida pelo Comitê Olímpico Internacional (COI), o Comitê Paraolímpico Internacional (IPC) e a Associação Internacional de Instalações Desportivas e de Lazer (IAKS).





INSPIRADOS PELO FUTURO

INVESTIMENTOS E EXPANSÕES

GRI 203-1

Conectados às tendências globais do varejo e às mudanças no comportamento do consumidor, concretizamos novos projetos que propiciam aos clientes experiências integradas de compra, lazer, entretenimento e convivência para toda a família, que alavancam as operações de nossos shoppings. Em 2023, lançamos:

Rua do Pan, no Pantanal Shopping, em Cuiabá (MT), espaço que une gastronomia, entretenimento, cultura e lazer, composto por várias operações gastronômicas e um parque infantil, que recebeu um investimento superior a R\$ 19 milhões.

Terraço do Boulevard, no Shopping Boulevard, no Rio de Janeiro (RJ), uma área focada em gastronomia, palco para *shows*, eventos a céu aberto e espaço *kids*. O espaço recebeu investimentos de cerca de R\$ 3,7 milhões.

Alpendre, no Natal Shopping, uma nova área ao ar livre que combina entretenimento e gastronomia. O projeto inclui um espaço aberto com ampla área verde, parquinho e área *pet friendly*, além de oito operações de alimentação de marcas regionais que reforçam o pilar gastronômico do shopping. O investimento total chegou a R\$ 6,5 milhões.

Jardim Urbano, no Shopping Conjunto Nacional, em Brasília (DF), um espaço de convivência que integra ambientes a céu aberto, eventos culturais e gastronomia, com foco em oferecer mais qualidade de vida e sensação de liberdade aos clientes. No total, foram investidos mais de R\$ 1 milhão.

Quintal do Nortão, com inauguração prevista para 2024 e investimento de aproximadamente R\$ 8 milhões, irá oferecer aos clientes entretenimento, diversão e gastronomia por meio de um espaço ao ar livre na parte externa do shopping. É composto por um parque infantil e cinco boxes para operações de alimentação.

Quintal do Jóquei, no North Shopping Jóquei, em Fortaleza (CE), um espaço aberto que combina entretenimento e gastronomia em um mesmo lugar, incluindo parque infantil, área *pet friendly* e diversas operações gastronômicas regionais. O projeto recebeu investimentos de mais de R\$ 14 milhões.



Dedicamos esforços em 2023 em várias frentes: alavancamos os nossos shopping centers em desenvolvimento, canalizamos investimentos para o nosso pilar de gastronomia, entretenimento e lazer e realizamos aportes significativos de recursos em inovação e transformação digital, que ultrapassaram R\$ 20 milhões.

► Fachada renovada Botafogo Praia Shopping (RJ)

Com a localização privilegiada do Botafogo Praia Shopping, um grande projeto de revitalização da fachada do shopping foi inaugurado em 2023. A obra contou com investimentos de R\$ 7,5 milhões para a instalação de uma cortina de vidro, que transforma o centro de compras em um ponto de visitação turística, com áreas de gastronomia e entretenimento conectadas com a natureza e com uma das vistas mais exuberantes do Rio de Janeiro, o Pão de Açúcar.



EXPANSÃO DO PORTFÓLIO: MINAS SHOPPING

Depois da Ancar Ivanhoe se tornar sócia do Minas Shopping, em 2022, a companhia assumiu a administração do empreendimento. A conquista consolida nossa presença em Minas Gerais, com a gestão de uma unidade com mais de 50 mil m² de ABL, 227 lojas e cerca de 707 mil visitantes mensais.

50 mil m²

de ABL do Minas Shopping e suas 227 lojas passam a ser administradas pela Ancar Ivanhoe.

INOVAÇÃO E INTEGRAÇÃO

Nossa estratégia de inovação é baseada em irmos além em novas soluções para shopping centers e impulsionar a experimentação como cultura organizacional. Conectados às principais tendências de varejo mundiais e transformações digitais, esses novos horizontes nos guiam na ressignificação da jornada de compras e na criação do shopping do futuro, com o cliente no centro do nosso ecossistema.

Para evoluirmos a passos largos, estruturamos, em 2023, uma nova área corporativa que tem como objetivo conectar estratégias e metas de *marketing* e inovação, incorporando agendas como a jornada do cliente, o aprimoramento do relacionamento com o lojista em todo o seu percurso na companhia, tecnologia e produtos digitais, além de focar em novas oportunidades de negócio.

Investimos em tecnologia e inovação para construirmos o shopping 5.0, que abrange a oferta de um *mix* de produtos digitais, integrando o ambiente físico e o digital, com o objetivo de proporcionar experiências *phygital* cada vez mais fluidas.

Três produtos da Ancar Ivanhoe permitem conhecer de forma aprofundada nossos consumidores e lojistas, possibilitando personalizar as experiências, por meio da digitalização da cadeia de valor: o *app* dos shoppings, a assistente virtual Ana e o Hub do Lojista.

Nossa assistente virtual Ana torna a relação dos clientes com os shoppings mais acessível, rápida e prática, além de gerar empatia e identificação com o público. Presente em diversos canais de comunicação 24 horas por dia, principalmente no WhatsApp, os clientes acessam novidades, ofertas, promoções, eventos e obtêm facilidades.

Com tecnologias de inteligência artificial e *machine learning*, a Ana reconhece a linguagem natural e comprehende as intenções dos clientes, fornecendo respostas precisas sobre o shopping. Além disso, compartilha informações sobre os interesses e buscas dos consumidores junto aos lojistas e shoppings. O lojista passa a ter mais compreensão do seu cliente para otimizar a sua logística de atendimento e aumentar a assertividade de suas campanhas no ambiente off-line.

Em 2023, inovamos com a integração de inteligência artificial à nossa assistente virtual como mais um diferencial nas campanhas de varejo. Utilizando o WhatsApp, os clientes puderam complementar sua jornada de compras de forma criativa e afetiva.

SAIBA MAIS NA PÁGINA 50



Em 2023, alcançamos a marca de **1,3 milhão de usuários** em nossas ferramentas digitais, e 4 milhões de consumidores cadastrados no CRM, um **crescimento de mais de 700 mil clientes** em relação a 2022.





APP DOS SHOPPINGS

Aprimoramos o app de nossos shoppings utilizando tecnologias de ponta. O aplicativo conta com uma arquitetura de dados em nuvem e estrutura 100% proprietária, na qual mudar o *front-end* e inserir novas funcionalidades passa a ser uma realidade ágil para atender às novas demandas.

Desenvolvido pelo time interno de Inovação de Produtos e Serviços Digitais, o novo app facilita a experiência do usuário por meio de uma jornada personalizada e facilidades como pagamento do estacionamento, acesso a descontos exclusivos e a outros serviços oferecidos pelos empreendimentos.

**NOSSOS INVESTIMENTOS EM TECNOLOGIA E
INOVAÇÃO PROPORCIONAM EXPERIÊNCIAS
PHYGITAL CADA VEZ MAIS FLUIDAS, RUMO
À CONSTRUÇÃO DO SHOPPING DO FUTURO.**

HUB DO LOJISTA

O aplicativo Hub do Lojista é uma plataforma que conecta o cliente, o lojista e o time de gestão dos shoppings. Por meio dessa ferramenta, incentivamos a transformação digital da jornada de compras e contribuímos para que os lojistas criem estratégias segmentadas e personalizadas para cada público, por meio do conhecimento de dados de consumo e comportamento do consumidor, como perfil, tempo de permanência e preferências do cliente.

O *hub* permite a inserção de promoções da própria loja, e a atualização instantânea de cada nova informação, tanto no aplicativo do shopping, quanto na assistente virtual do grupo. Dessa forma, o cliente final tem acesso mais rápido e fácil aos benefícios.

BIANCA

A Bianca, primeira ferramenta de *business intelligence* do setor, foi criada pela Ancar Ivanhoe com uma comunicação humanizada que busca entender e responder perguntas sobre o negócio em tempo real, a partir dos dados disponíveis no *BI* da companhia.

O objetivo da Bianca é democratizar a informação de maneira ágil e acessível para que todos os usuários tenham acesso aos dados da empresa, trazendo precisão e agilidade para as tomadas de decisão, a partir do compartilhamento de indicadores de *performance*, análises e *insights* sobre a operação. Hoje, a Bianca possui aproximadamente 500 usuários das mais diversas áreas da empresa.

A Bianca comporta ainda o Painel ESG, que fornece dados sobre consumo de energia, água e geração de resíduos em cada shopping da rede, contribuindo para a comunicação, a transparência e o alinhamento do grupo em torno da jornada ESG da Ancar Ivanhoe.

Em 2023, lançamos o projeto da Super Bianca, com o diferencial de empoderar o usuário para a criação de seus próprios painéis e disponibilizá-los na plataforma, ampliando o alcance dos nossos colaboradores a dados relevantes.

NEGÓCIOS ÁGEIS

Promovemos a cultura intraempreendedora na companhia voltada para a inovação sistêmica, que transforma nossa forma de pensar e interagir com os nossos públicos prioritários. Desde 2022, o Programa Ideação desenvolve a cultura de inovação, engajando os colaboradores na solução de desafios reais da Ancar Ivanhoe.

Em 2023, a companhia avançou em projetos de experimentação e pensamento inovador com foco no negócio. Lançamos o segundo programa de intraempreendedorismo da companhia, o Negócios Ágeis.

O programa foi estruturado a partir da adaptação do modelo de *Corporate Venture Capital* (CVC) e da criação de um ecossistema de investimento interno para novas soluções desenvolvidas por colaboradores.

Apresentamos desafios corporativos para as equipes e os superintendentes de nossos shoppings se tornam patrocinadores, investindo em inovações planejadas internamente pelas *startups* (*squads* internos) formadas pelos colaboradores.

As investidas realizaram testes durante cinco meses, utilizando trilhas de desenvolvimento em métodos ágeis, e apresentaram soluções em *pitches week*. A partir do resultado desses eventos, os patrocinadores elaboraram sua carteira de investimentos. O reporte dos testes será realizado em 2024 e três projetos serão premiados. Uma das soluções será implementada e multiplicada nos shoppings da rede.

Desafios lançados:

- ▶ Monetização de resíduos;
- ▶ *Performance Hub* do Lojista;
- ▶ Diversidade e inclusão;
- ▶ Redução de custo condominal;
- ▶ Chamada aberta.

254

colaboradores envolvidos
(aumento de 154% em relação
ao primeiro programa).

30

soluções
propostas.

13

soluções
investidas.



CriadoreZ

Em 2023, uma das iniciativas vencedoras do Programa Ideação foi o projeto CriadoreZ, que visa a cocriação de soluções para os nossos shoppings por meio de um grupo formado por clientes da geração Z (12 a 24 anos) e está em fase de experimentação no Shopping Nova Iguaçu, no Rio de Janeiro. O CriadoreZ traz para o centro das decisões estratégicas dos nossos equipamentos o consumidor do futuro para construção do shopping do futuro.

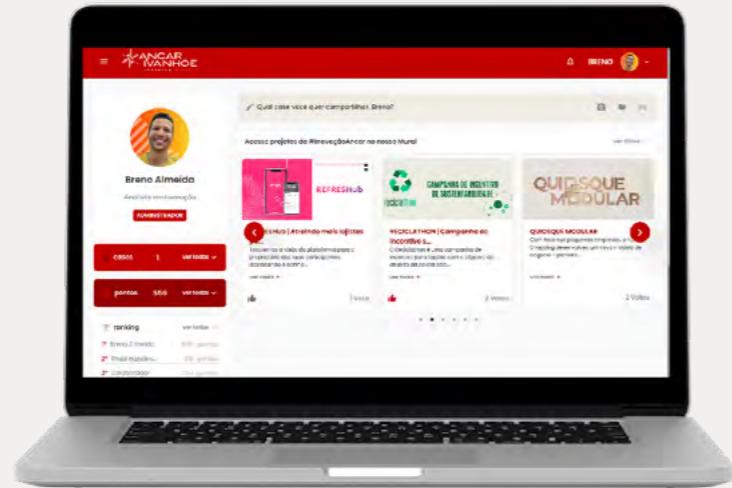




► Portal da Inovação

O Portal de Inovação foi uma das soluções vencedoras do primeiro Programa de Inovação Intraempreendedora da Ancar Ivanhoe. As hipóteses desse projeto referentes à democratização da inovação na companhia foram validadas em 2023 e o projeto seguirá em desenvolvimento no ano de 2024.

Por meio do Portal, os colaboradores podem propor novas ideias, compartilhar inovações que já foram realizadas e acompanhar projetos em desenvolvimento. Como próximos passos, o projeto prevê a multiplicação das propostas captadas via o Portal de Inovação.



O Portal de Inovação chegou a 1,2 mil usuários ativos e 45 inovações compartilhadas no Mural de Inovação.

► Futuro do varejo

A Ancar Ivanhoe viabilizou a participação de lideranças e colaboradores da empresa, além de lojistas e profissionais do ecossistema de varejo, no maior evento mundial do setor, a National Retail Federation (NRF) 2023, realizada em Nova York. Após o evento, pelo sétimo ano consecutivo, a companhia realizou a Pós-NRF, com apoio da curadoria do FFX Group. A iniciativa foi realizada em cinco regiões brasileiras, em nove cidades, levando para mais de 3 mil lojistas e parceiros o que existe de mais novo no varejo

global. Os destaques desta edição foram as discussões sobre o papel transformador dos dados e da inteligência artificial no varejo.

O evento foi promovido pela Universidade Ancar Ivanhoe Lojista (UAI Lojista), uma das maiores iniciativas de desenvolvimento de pessoas do varejo brasileiro, que tem como propósito impulsionar a transformação de carreiras, negócios e vidas, através da aprendizagem para varejo de shopping center.



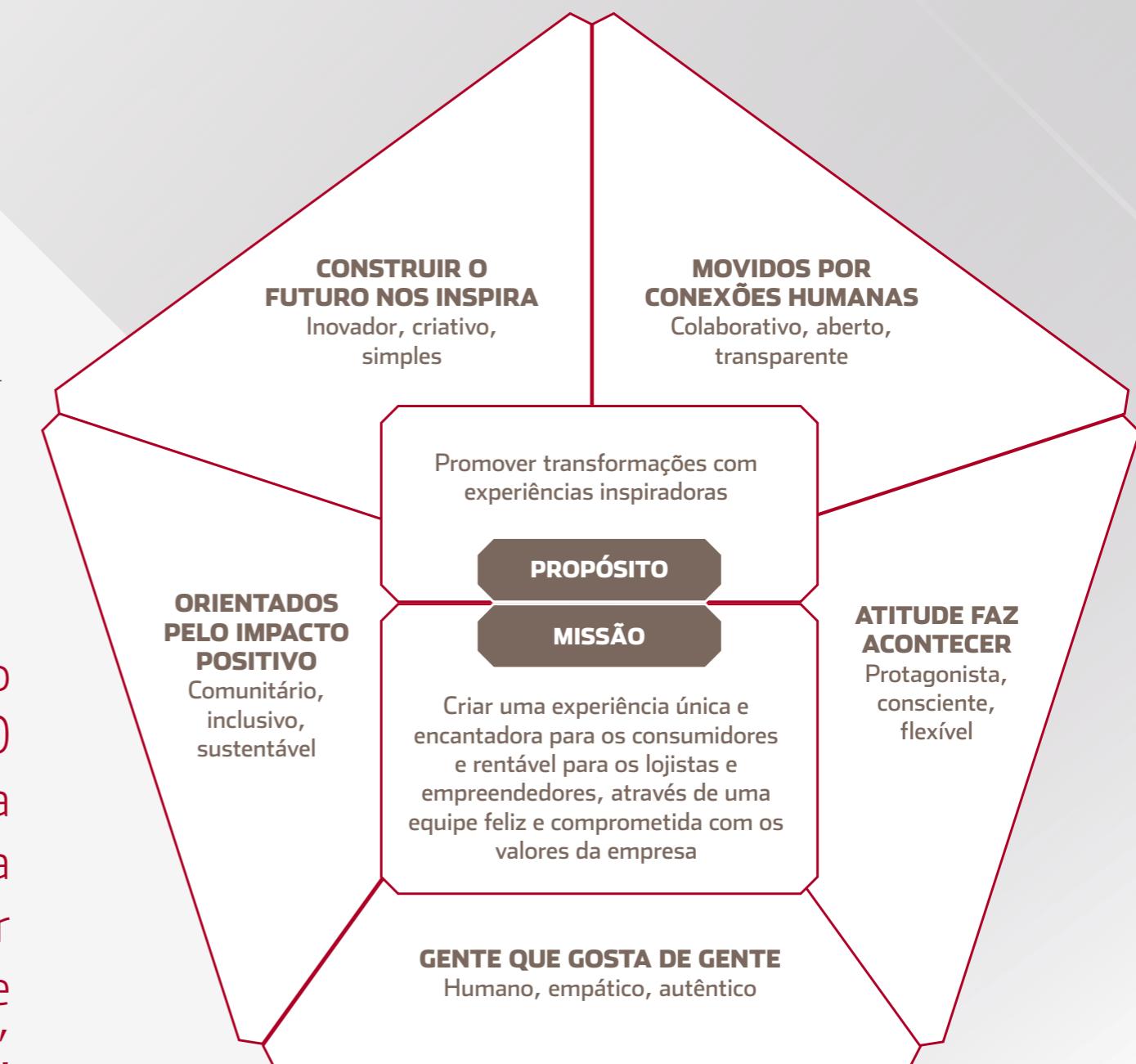
ANCAR EM TRANSFORMAÇÃO

Em 2022, revisitamos o nosso propósito e valores e projetamos o futuro da marca para a atuação nos próximos 50 anos. Pautado no principal valor da empresa, “Gente que gosta de gente”, em 2023, o trabalho foi de consolidação da nossa plataforma de branding, por meio do desdobramento em competências, em parceria com área de Recursos Humanos, com o treinamento de todas as lideranças da companhia. Evoluímos o que somos hoje, incorporamos as transformações que estão em curso e ajustamos a nossa *tagline* que, a partir de agora, é Gente que Transforma.

O estudo que abarcou a marca Ancar recebeu um olhar ampliado para os shoppings e, por conta disso, iniciamos um projeto que busca (re)posicionar os empreendimentos através de um projeto que se assemelha ao *rebrand*. Este projeto busca tangibilizar cada equipamento em seu momento e ampliar o olhar para os próximos dez anos. O projeto nasce com um olhar para o futuro e serve como uma bússola para os times de gestão, indo além de uma linguagem visual nova, sendo um ajuste de rota para o negócio.

A inovação também é um atributo da marca Ancar Ivanhoe. Em 2023, começamos a construir o nosso futuro utilizando inteligência artificial para as campanhas de varejo como um diferencial estratégico do nosso negócio, que torna a experiência do cliente mais personalizada e fluida entre o *on-line* e *off-line*. Para isso, priorizamos o uso do WhatsApp, ferramenta indicada pelos consumidores como a principal fonte de informação. A iniciativa foi implementada nas seguintes campanhas:

Projetamos o futuro para os próximos 50 anos baseados na essência da nossa marca, que a partir de agora é “Gente que Transforma”.





MENOS RÓTULO, MAIS AMOR E DIA DOS PAIS

A campanha do Dia dos Namorados, "Menos Rótulo, Mais Amor", reforçou o conceito do amor sendo um sentimento universal, independente da forma com que ele se manifesta, sem espaço para o preconceito.

Pela primeira vez, a assistente virtual Ana auxiliou o cliente na construção de uma mensagem de amor. O consumidor respondeu a quatro perguntas e nossa assistente entregou uma carta personalizada para complementar o presente. Além disso, o usuário recebeu opções de presentes de acordo com o perfil da pessoa citada e as ofertas relacionadas cadastradas no Hub do Lojista.

No Dia dos Pais, essa mesma ativação 5.0 foi utilizada para a construção de uma carta personalizada que expressava os sentimentos dos filhos. Os usuários também receberam dicas de presentes e restaurantes.

16 shoppings
participaram da
Campanha do Dia
dos Namorados. Mais
de 7,6 mil usuários
do app utilizaram o
serviço de carta e de
recomendações de lojas.

PARCERIA QUE INSPIRA

A Campanha do Dia das Mães foi realizada com o mote "Parceria que inspira". Também de forma inédita, a Ancar utilizou um quiz como estratégia para ajudar os clientes a acertarem o presente das mães.

No quiz, realizado via WhatsApp, a assistente virtual fez perguntas rápidas sobre ações e comportamentos da pessoa que seria presenteada e usou como base para a criação de um perfil para dar dicas específicas de presentes que mais agradariam aquela mãe, além de informar sobre onde encontrar os produtos e ofertas.

21 shoppings
participaram da
Campanha do Dia
das Mães. A assistente
virtual gerou 1.672
perfis de mães a partir
da pesquisa respondida
pelos clientes.



BLACK FRIDAY

A Black Friday da Ancar Ivanhoe foi desenvolvida a partir de uma estratégia que conectou a jornada de compras a experiências de entretenimento nos shoppings, contribuindo para um crescimento de 13% nas vendas. Por meio de dinâmicas, jogos e brincadeiras, os clientes receberam descontos e cupons promocionais em operações de gastronomia e lazer, oferecidos em parceria com os lojistas.



Mascotes da Ancar



Os mascotes da rede Ancar representam os valores da marca de cada empreendimento, de forma única. Por meio deles, construímos uma conexão lúdica e divertida com o público infantil. Além do entretenimento para as crianças, eles são porta-vozes que transmitem mensagens importantes para os nossos públicos, de forma acessível e dinâmica, construindo vínculos e memória afetiva.

Em 2023, dois novos mascotes se integraram ao time, o Bandeirinha, do Parque das Bandeiras, e o Itamaleão, do Shopping Metrô Itaquera, ambos nascidos de concursos culturais de desenho infanto-juvenil realizados pelos shoppings. Com empatia, humor e carisma, os mascotes são embaixadores de temas ligados à sustentabilidade e à diversidade. Atualmente, 12 mascotes fazem parte do portfólio da Ancar.

Naty
Natal Shopping

Zoe
North Shopping Fortaleza

Pandog
Pantanal Shopping

Goldofredo
Golden Square

Tijolinho
Nova América

Jujuba
Shopping Boulevard

Foguinho
Botafogo Praia Shopping

Maduzinha
Madureira Shopping

Pimentinha
Rio Design Barra

Super Laranja
Shopping Nova Iguaçu

Itamaleão
Shopping Metrô Itaquera

Bandeirinha
Shopping Parque das Bandeiras

CONECTADOS COM AS PESSOAS



GENTE QUE GOSTA DE GENTE

Transformamos nosso valor “Gente que gosta de gente” em práticas que garantem um ambiente acolhedor e seguro para nossos colaboradores, a partir de uma gestão descentralizada e com autonomia compartilhada.

Nossos esforços em manter sempre as pessoas em primeiro lugar, foram reconhecidos pelo Prêmio GPTW Brasil 2023. Permanecemos na lista das 150 Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil, resultado do trabalho conjunto entre todos os nossos empreendimentos. Foi o ano de maior crescimento no *ranking*, no qual alcançamos a 31^ª posição entre as mais de 7 mil empresas inscritas.

Promovemos o desenvolvimento contínuo dos colaboradores, a saúde mental no ambiente de trabalho e iniciativas de sustentabilidade que engajam e motivam nossos times a compartilhar valores e práticas que transformam.



PERFIL DOS COLABORADORES

GRI 2-7, 2-8

Em 2023, fechamos o ano com 1.685 colaboradores efetivos, 2.320 terceirizados e 125 aprendizes e estagiários, totalizando um quadro de 4.130 pessoas em nossa holding e rede de shoppings. O número de colaboradores cresceu com a integração da gestão do Minas Shopping e do Parque Shopping Bahia ao nosso portfólio.

Por meio do nosso Censo Diversidade (ver mais na página 21) aprofundamos o conhecimento sobre o perfil de nossos colaboradores e traçamos metas para evoluir nos indicadores de diversidade. Em 2023, nosso Comitê

de Diversidade priorizou os temas Mulheres e Racismo, realizando uma série de treinamentos e debates.

Desenvolvemos também um programa de estágio com foco em vagas afirmativas e estamos elaborando um plano tático para ampliar a contratação de mulheres e pessoas pretas, especialmente em cargos de liderança.

EMPREGADOS POR REGIÃO E GÊNERO GRI 2-7

REGIÃO	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Norte	45	29	74
Nordeste	282	165	447
Centro-Oeste	146	110	256
Sudeste	540	493	1.033
Sul	0	0	0
TOTAL	1.013	797	1.810*

*O dado corresponde à somatória de 1.685 colaboradores e 125 aprendizes.



EMPREGADOS POR TIPOS DE CONTRATO E GÊNERO GRI 2-7

GÊNERO	2021			2022			2023			TOTAL
	PRAZO INDETERMINADO	PRAZO DETERMINADO	TOTAL	PRAZO INDETERMINADO	PRAZO DETERMINADO	TOTAL	PRAZO INDETERMINADO	PRAZO DETERMINADO		
Homens	1.151	27	1.178	934	25	959	969	44		1.013
Mulheres	741	67	808	694	69	763	716	81		797
TOTAL	1.892	94	1.986	1.628	94	1.722	1.685	125		1.810

EMPREGADOS POR TIPO DE EMPREGO E GÊNERO GRI 2-7

GÊNERO	2022			2023		
	TEMPO INTEGRAL	PERÍODO PARCIAL	TOTAL	TEMPO INTEGRAL	PERÍODO PARCIAL	TOTAL
Homens	934	25	959	704	309	1.013
Mulheres	69	694	763	645	152	797
TOTAL	1.003	719	1.722	1.349	461	1.810

Para o cálculo, considera-se as fórmulas:

Contratações: contratações ÷ número total da categoria x 100.

Desligamentos: contratações + desligamentos ÷ 2 ÷ número total da categoria x 100.

Para ver o número total da categoria, ver indicador GRI 2-7 na página 56.

EMPREGADOS POR TIPOS DE CONTRATOS E REGIÃO GRI 2-7

REGIÃO	PRAZO INDETERMINADO*	PRAZO DETERMINADO**	TOTAL
Norte	71	3	74
Nordeste	396	51	447
Centro-Oeste	237	19	256
Sudeste	981	52	1.033
Sul	0	0	0
TOTAL	1.685	125	1.810

* Empregados por prazo indeterminado:

Este tipo de contrato não tem um prazo final definido para o término do vínculo empregatício. Permanece válido enquanto as partes não decidirem encerrá-lo, podendo ser finalizado por vontade do empregado ou do empregador.

** Empregados por prazo determinado:

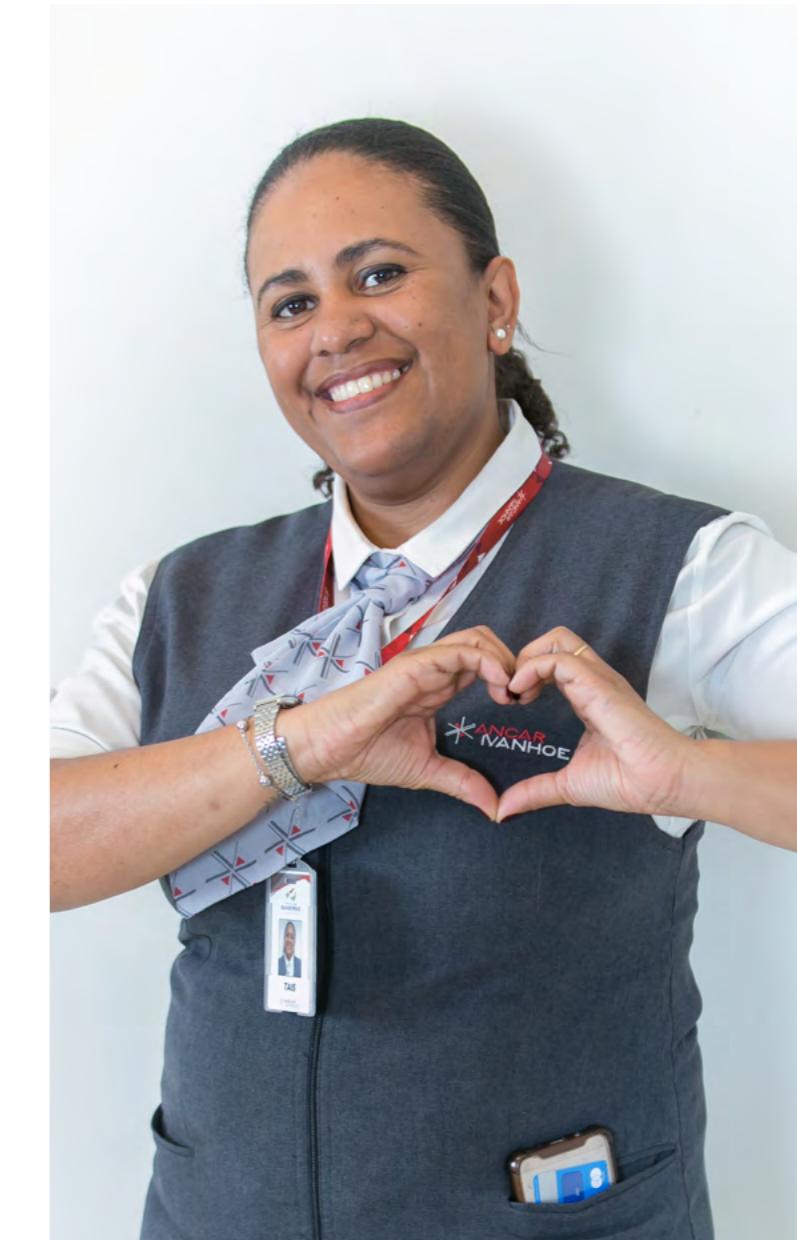
É um vínculo empregatício com prazo específico estabelecido para o contrato, com início e fim definidos. Geralmente é usado para necessidades temporárias da empresa ou para projetos específicos.

**PERCENTUAL DE EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL
E GÊNERO** GRI 405-1

	HOMENS	MULHERES
Administrativo		
Percentual	38,64%	61,36%
Alta liderança		
Percentual	82,50%	17,50%
Liderança		
Percentual	54,36%	45,64%
Operacional		
Percentual	67,72%	32,28%
Tático		
Percentual	0,00%	0,00%

**PERCENTUAL DE EMPREGADOS DE GRUPOS MINORITÁRIOS E/OU
VULNERÁVEIS POR CATEGORIA FUNCIONAL** GRI 405-1

	PERCENTUAL
[Negros]	
Administrativo	45,60%
Alta liderança	5,00%
Liderança	31,95%
Operacional	50,89%
Tático	0,00%
Total	45,17%
[LGBTQIAPN+]	
Administrativo	13,29%
Alta liderança	0,00%
Liderança	0,83%
Operacional	1,39%
Tático	0,00%
Total	5,76%
[PcDs]	
Administrativo	3,71%
Alta liderança	2,50%
Liderança	0,00%
Operacional	0,00%
Tático	0,00%



EMPREGADOS CONTRATADOS, POR FAIXA ETÁRIA GRI 401-1

FAIXA ETÁRIA	2021		2022		2023	
	CONTRATAÇÕES	TAXA (%)	CONTRATAÇÕES	TAXA (%)	CONTRATAÇÕES	TAXA (%)
Abaixo de 30 anos	295	64%	348	72%	263	51%
Entre 30 e 50 anos	313	25%	235	23%	209	19%
Acima de 50 anos	24	8%	18	9%	12	5%
TOTAL	632	32%	602	35%	484	27%

EMPREGADOS CONTRATADOS, POR GÊNERO GRI 401-1

GÊNERO	2021		2022		2023	
	CONTRATAÇÕES	TAXA (%)	CONTRATAÇÕES	TAXA (%)	CONTRATAÇÕES	TAXA (%)
Homens	307	26%	300	31%	228	23%
Mulheres	325	40%	302	40%	256	32%
TOTAL	632	32%	602	35%	484	27%

EMPREGADOS CONTRATADOS, POR REGIÃO GRI 401-1

REGIÃO	CONTRATAÇÕES	TAXA (%)
Norte	20	27%
Nordeste	131	29%
Centro-Oeste	51	20%
Sudeste	282	27%
Sul	0	0%
TOTAL	484	27%

Metodologia de cálculo: taxa de empregados contratados = contratações ÷ headcount total.

EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA, POR REGIÃO GRI 401-1

REGIÃO	DESLIGAMENTOS	TAXA (%)
Norte	24	32%
Nordeste	102	23%
Centro-Oeste	59	23%
Sudeste	335	32%
Sul	0	0%
TOTAL	520	29%

EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA, POR FAIXA ETÁRIA GRI 401-1

FAIXA ETÁRIA	2021		2022		2023	
	DESLIGAMENTOS	TAXA (%)	DESLIGAMENTOS	TAXA (%)	DESLIGAMENTOS	TAXA (%)
Abaixo de 30 anos	212	46%	589	121%	227	44%
Entre 30 e 50 anos	297	24%	38	4%	265	24%
Acima de 50 anos	25	9%	5	3%	28	13%
TOTAL	534	27%	632	37%	520	29%

EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA, POR GÊNERO GRI 401-1

GÊNERO	2021		2022		2023	
	DESLIGAMENTOS	TAXA (%)	DESLIGAMENTOS	TAXA (%)	DESLIGAMENTOS	TAXA (%)
Homens	281	24%	376	39%	257	25%
Mulheres	253	31%	256	34%	263	33%
TOTAL	534	27%	632	37%	520	29%

Metodologia de cálculo: taxa de empregados que deixaram a empresa = contratações + desligamentos ÷ 2 ÷ headcount total.

ATRAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E RETENÇÃO DE TALENTOS

GRI 3-3, 2-18, 404-2

Contamos com o Programa de Performance e Desenvolvimento para a avaliação de desempenho e desenvolvimento de nossas pessoas. Em três anos de existência, a adesão dos colaboradores saltou de 60% para 90%, em 2023. Líderes e suas equipes passam pelo processo, que inclui autoavaliação, avaliação do líder imediato, *feedback* e acompanhamento de plano de desenvolvimento individual (PDI).

A avaliação de desempenho ocorre duas vezes ao ano para toda a companhia, incluindo o *C-Level*. Uma terceira avaliação acontece por meio da Matriz 9BOX, que analisa o potencial e o desempenho das equipes.

No ciclo de 2023, aplicamos a metodologia para mais de 900 pessoas elegíveis. O resultado é avaliado entre a liderança e o Comitê de Recursos Humanos, contribuindo para as tomadas de decisão a respeito da movimentação entre os cargos e na retenção e atração de talentos.

A metodologia do 9BOX também é aplicada à alta liderança. Avaliamos o desempenho do mais alto órgão de governança em relação à supervisão dos impactos na economia, no meio ambiente e nas pessoas. O processo inclui autoavaliação dos membros, análise de desempenho e planos de desenvolvimento individual, que geram a tomada de decisões e ações corretivas, conduzidas de forma independente.

Em resposta às avaliações, a organização implementa diversas medidas, como a criação de comitês especializados, revisão das políticas e estratégias organizacionais, implementação de programas de treinamento e desenvolvimento, e ajuste dos sistemas de recompensas e incentivos. A partir de 2024, implementaremos a avaliação por competência 360 graus.



90%

dos colaboradores aderiram ao Programa de Performance e Desenvolvimento em 2023.

Mundo Ancar

Para aperfeiçoar a comunicação e a interação com os colaboradores, estruturamos, em 2023, a plataforma Mundo Ancar, que tem por objetivo facilitar e agilizar a comunicação interna junto aos colaboradores que estão nas cinco regiões do Brasil, consolidando ainda mais a nossa cultura. Com lançamento previsto para 2024, os colaboradores terão a possibilidade de acessar as novidades da companhia, políticas, manuais, documentos, grupos e comunidades em um único lugar. A plataforma estimula a interação do time por diversos canais de maneira personalizada, garantindo proximidade e mais engajamento com a marca, diminuindo a dispersão geográfica.

Lançamos também o Nosso Jeito de Ser, com as competências e atitudes baseadas nos valores, que foram desdobrados em treinamentos para todos os nossos colaboradores e nortearão todos os processos de gestão de pessoas. Este processo envolveu a escuta de mais de mil colaboradores, incluindo todos os níveis hierárquicos. Utilizando a metodologia e abordagem *Human Centered Design*, identificamos as competências instaladas na cultura organizacional e as traduzimos a partir dos valores, tornando as mesmas palpáveis para os diferentes tipos de públicos, observáveis em todas as funções/cargos, gerando entendimento do valor das competências no dia a dia de trabalho, entrega de resultados e alinhamento organizacional.



POLÍTICA DE REMUNERAÇÃO

GRI 2-19, 2-20

O *employee value proposition* da companhia se baseia, principalmente, na aderência a seus valores organizacionais e ao respeito e cuidado com as pessoas, com o meio ambiente e com a sociedade em geral.

Valorizamos, ainda, o equilíbrio entre a competitividade e a equidade para determinar as remunerações fixas. Dessa forma, o salário-base mensal dos colaboradores é proposto a partir de pesquisa de mercado e ranqueamento dos cargos que compõem a estrutura organizacional, que são construídos com base na metodologia da consultoria Towers Watson e do modelo Global Grading System (GGS).

Nossas decisões em relação à remuneração estão baseadas nos resultados da Matriz 9BOX, que guiam as definições sobre os potenciais de pagamento, segundo a combinação de metas organizacionais, alinhamento interno e a qualidade na execução da estratégia, conforme as metas definidas para cada ciclo fiscal.

UNIVERSIDADE ANCAR IVANHOE (UAI)

GRI 404-3

Promovemos uma aprendizagem contínua para os nossos colaboradores por meio da UAI (Universidade Ancar Ivanhoe). Na plataforma interna da companhia estão disponíveis mais de 328 tipos de conteúdos que abordam habilidades técnicas e comportamentais, treinamentos obrigatórios e trilhas de aprendizagem. Em 2023, a UAI passou por uma atualização de plataforma e reestruturação da organização de cursos em séries e módulos, trazendo uma abordagem no estilo *streaming*. Dessa forma, a navegação se tornou mais ágil, intuitiva e atrativa.

Os conteúdos são produzidos em diferentes mídias e formatos para tornar a aprendizagem mais diversa e atender a todos os perfis de colaboradores. Entre eles, está o Ancarcast, o podcast da Ancar, que aborda por meio de conversas descontraídas, os mais diversos assuntos que impactam o negócio de shopping center. Em 2023, incorporamos 109 novos cursos à plataforma.

Alguns desses conteúdos foram criados dentro de casa, com foco na aceleração do desenvolvimento profissional dos times e nas estratégias da companhia. Entre eles estão as séries “Receita na Veia”, “Workshop Antirracista”, “Produtos Digitais”, “Jeito de Ser Ancar”, “Jornada 5.0”, “ESGflix”. Além disso, em parceria com a área de Inovação, a UAI promoveu o Programa Negócio Ágeis, que realizou *hackathons* em todas as regiões do país, trazendo uma formação robusta em metodologias ágeis, na busca de soluções para desafios do negócio.



Neste programa tivemos 40 horas de treinamento e envolvimento de mais de 20% dos colaboradores.

A grade curricular da plataforma é desenvolvida em parceria com instituições como Sapiência (UOLEd-tech), Escola Conquer, StartSe, Afferro Lab, além da produção de conteúdo personalizado em parceria com uma especialista em *design instrucional*. Além desses conteúdos, a UAI possui um espaço para *e-books* de diferentes tipos de categoria.

A UAI é uma importante estratégia da companhia que apoia todos os processos de gestão de pessoas, além da jornada de transformação digital e da agenda ESG.

Em 2023, a UAI fechou o ano com **88 pontos de NPS**, com uma média de 32 horas de treinamento por colaborador e mais de 12 mil acessos à plataforma.



TREINAMENTO DE LIDERANÇAS

Realizamos treinamentos relacionados às competências e atitudes baseadas nos valores (Jeito de Ser) e em temáticas que abrangeram o desenvolvimento de lideranças e a transformação digital, além do desdobramento da metodologia Youleader da GPTW, que aborda conceitos de liderança humanizada.

Vale destacar o treinamento de nossas lideranças de diversas partes do país com foco no letramento racial, que abordou o viés inconsciente presente nas relações raciais em nossa sociedade.

SAIBA MAIS NA PÁGINA 21



400

líderes participaram do workshop sobre viés inconsciente e racismo, contribuindo para o processo de transformação cultural.

HORAS DE CAPACITAÇÃO, POR GÊNERO GRI 404-1

	2021	2022	2023
GÊNERO	MÉDIA DE HORAS	MÉDIA DE HORAS	MÉDIA DE HORAS
Homens	29	105	32
Mulheres	36	58	34

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO DE EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL

CATEGORIAS	HORAS
Administrativo	32
Alta liderança	25
Liderança	35
Operacional	33
Tático	0

SAÚDE, BEM-ESTAR E SEGURANÇA

GRI 3-3, 403-6

Temos o compromisso de cuidar dos nossos colaboradores e de suas famílias. Promovemos uma cultura de equilíbrio e cuidado com a saúde, buscando melhorias contínuas integrando os resultados de nossas avaliações à pesquisa GPTW.

Fortalecemos essa cultura com o lançamento, em 2023, do VIDA ATIVA – Programa de bem-estar Ancar, que aborda as dimensões física, mental e social.

Nossas práticas envolvem parcerias com instituições de saúde, assistência psicológica, horários flexíveis, acesso a recursos de saúde *on-line*, educação em saúde, reembolso de despesas médicas, prevenção de doenças crônicas, educação em saúde financeira, além de programa específico para mulheres e famílias.

Entre os benefícios padrão oferecidos pela Ancar Ivanhoe para os colaboradores (tempo integral) estão: assistência médico-hospitalar, assistência odontológica, auxílio alimentação ou refeição, seguro de vida, licença-maternidade estendida, licença-paternidade, universidade corporativa e participação nos resultados. **GRI 401-2**

PROGRAMA FLORESCER

O Programa Florescer está disponível para todos os colaboradores e famílias. Criamos uma rede de apoio qualificado em seu acolhimento, prontidão com atendimento personalizado que acompanha toda jornada, desde a fertilização, adoção, gravidez, pós-parto, licença parental e infância. Em 2023, implantamos uma iniciativa de apoio à fertilização *in vitro* e congelamento de óvulos, consolidando o nosso compromisso com as mulheres e apoio às suas carreiras.

VOCÊ NO COMANDO

Neste ano, passamos a oferecer uma plataforma que engaja os colaboradores por meio da oferta de prêmios e recompensas por hábitos saudáveis, como atividades físicas e alimentação adequada. A ferramenta traz dicas de treino, alimentação, *mindfulness* e hidratação, com missões personalizadas, que motivam as pessoas a adotarem e compartilharem suas práticas. Como reforço, implantamos também convênio com academias e estúdios em uma rede credenciada completa.



Em 2023, nossos esforços em cuidar das pessoas foram reconhecidos com a conquista do selo **Destaque em Saúde Emocional**, concedido exclusivamente para empresas que participam dos *rankings* **GPTW Brasil**. O selo é destinado, anualmente, para empresas que constroem ambientes emocionalmente saudáveis para os seus colaboradores.

QUALIDADE E SEGURANÇA DO SERVIÇO GRI 3-3, 403-1, 403-3, 403-4, 403-5, 403-8

Entendemos que saúde e segurança são responsabilidade de todos. Nesse sentido, buscamos conscientizar e envolver colaboradores, prestadores de serviços, lojistas e fornecedores nos cuidados e na promoção de um ambiente seguro e saudável em toda a companhia. Com esse intuito, nossos shoppings possuem Comitês de Saúde e Segurança compostos por colaboradores. Esses órgãos são responsáveis pela elaboração de planos de ação preventivos e pela avaliação de riscos.

Nosso Sistema de Saúde e Segurança do Trabalho atende à integralidade de nossos colaboradores, em conformidade com diversas exigências legais, principalmente as normas regulamentadoras do Ministério do Trabalho e Emprego, além de contar com uma consultoria em saúde e segurança do trabalho. Garantimos o mais alto padrão de segurança, por meio de programas e ferramentas de saúde ocupacional como:

- Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PPRA);
- Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO);
- Laudo Técnico das Condições Ambientais do Trabalho (LTCAT);
- Laudos Obrigatórios de Insalubridade e Periculosidade;
- Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR).

Por meio dessas ferramentas e demais programas da área, realizamos a avaliação de riscos ocupacionais, treinamento em segurança do trabalho, prevenção de acidentes, acompanhamento da saúde do trabalhador e educação em ergonomia, além de desenvolvermos campanhas de saúde e bem-estar e efetivar auditorias de saúde e segurança.

A conscientização e a participação de todos os nossos colaboradores próprios são fomentadas em nossas capacitações, que abrangem temas como combate a incêndios, primeiros socorros, uso de EPIs, prevenção de incêndios em locais específicos e procedimentos de emergência.

Os treinamentos também são desenvolvidos pela Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa), presente em todos os nossos empreendimentos e escritórios corporativos. Esses órgãos são formados pelos colaboradores e liderados pelo técnico de segurança em cada unidade, com o objetivo de analisar e atuar na prevenção de acidentes, disponibilizando EPIs e EPCs recomendados para cada atividade.

RISCOS E ACIDENTES DE TRABALHO

GRI 2-30, 403-2, 403-7, 403-9

A partir de diretrizes como a Política de Saúde e Segurança Ocupacional, trabalhamos para assegurar a qualidade dos processos e a identificação e tratamento de riscos ocupacionais e possíveis acidentes, a partir de procedimentos que incluem a análise dos processos e tarefas, avaliação das instalações, entrevistas e a observação dos ambientes.

Para investigar incidentes de trabalho, incluindo a periculosidade e os riscos envolvidos, aplicamos diversos processos, que abrangem etapas como a análise de acidentes e incidentes, avaliação de riscos físicos e análise de risco de tarefas específicas, simulação de emergência e inspeções de rotina, que incluem aspectos como exaustão de operações de gastronomia, inspeção de qualidade, análise de riscos em lojas, inspeção documental e de campo.

Para reduzir e eliminar os riscos mapeados, implementamos medidas como o uso de equipamentos de proteção individual (EPI), substituição de equipamentos e materiais, e aprimoramos controles administrativos, bem como realizamos manutenções preventivas e treinamentos.

Durante o período deste relato, foram registrados 25 acidentes relacionados a quedas e acidentes com equipamentos – 18 com necessidade de comunicação obrigatória e 7 com consequência grave. Os colaboradores podem relatar antecipadamente riscos à Cipa da sua unidade de forma anônima, se preferir, e também à sua liderança direta.

Da totalidade de nosso quadro de colaboradores, 85,05% estão cobertos por acordos de negociação coletiva. No caso de funcionários não cobertos, a organização define os termos de trabalho com base em acordos de negociação coletiva que cubram outras categorias existentes na organização.



Nossos Comitês de Saúde e Segurança elaboram planos de ação preventivos e avaliam riscos com vistas à promoção de um ambiente seguro e saudável em toda a companhia.



COMPROMISSO SOCIAL

GRI 3-3, 413-1

Promover o desenvolvimento social faz parte do DNA Ancar Ivanhoe. Este é um valor que se desdobra na cultura organizacional e em iniciativas de educação, inclusão e solidariedade, gerando progressos econômicos, sociais e ambientais nas regiões de atuação da companhia.

Atuamos como agentes de transformação social e, a partir dessa premissa, buscamos ser cada vez mais relevantes para as comunidades em que estamos inseridos. Com esse propósito, implementamos iniciativas em sinergia com as nossas políticas ESG e com a agenda Horizonte ESG Ancar 2030, além de desenvolvermos projetos e parcerias locais que engajam as comunidades e contribuem com mudanças socioambientais positivas nas regiões onde estamos presentes.

Para concretizar esses objetivos, nossa estratégia de investimento social privado (ISP) abrange iniciativas sociais próprias e de terceiros, incluindo as doações diretas a organizações não governamentais (ONGs), e a destinação de recursos via leis de incentivo públicas.



10

projetos sociais receberam apoio
por meio de leis de Incentivo fiscal.

Em 2023, a Ancar Ivanhoe, em conjunto com os shoppings da plataforma, investiu mais de **R\$4,5 milhões em projetos sociais**, impactando cerca de **10 mil pessoas**.

BEM ANCAR

O Programa Bem Ancar é o selo de responsabilidade social da companhia, que abarca iniciativas e campanhas que transformam solidariedade em atitude. Os projetos desenvolvidos, além de beneficiar diretamente as comunidades, também mobilizam colaboradores, parceiros, clientes e lojistas, criando uma rede de apoio para melhorar a qualidade de vida nas comunidades. Entre as iniciativas conectadas ao Programa, destacamos:

Contribuímos com o combate à fome no Brasil, com a arrecadação de **170 toneladas de alimentos** durante a Campanha Natal sem Fome.

CAMPANHA NATAL SEM FOME

Em parceria com a ONG Ação da Cidadania, participamos pelo 7º ano consecutivo da Campanha Natal Sem Fome, com o mote “Neste Natal, o melhor presente é a sua solidariedade”. Alinhados aos nossos valores e ao ODS 2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável), a holding e mais 22 shoppings participaram da iniciativa, arrecadando juntos 170 toneladas de alimentos.

Em 2023, além da arrecadação de alimentos não pecíveis, realizamos uma parceria com a fintech Doare para viabilizar as doações digitais, por meio dos sites e redes sociais dos shoppings e da leitura de QR Code espalhados pelo mall dos empreendimentos.

Todas as doações passam pela minuciosa análise do setor de Compliance, que garante a integridade de todos os donatários e assegura a transparência na arrecadação e distribuição das doações.



22

shoppings de todo o país
participaram da Campanha
Natal Sem Fome.



DIA DO BEM

O Dia do Bem Ancar Ivanhoe, projeto que integra o Bem Ancar, é uma data dedicada ao engajamento de líderes, colaboradores e parceiros em ações de voluntariado que contribuem para o desenvolvimento de pessoas e das comunidades. A iniciativa busca conscientizar os participantes sobre o nosso poder de transformar realidades.

No Dia do Bem 2023, a Ancar Ivanhoe e a ONG Junior Achievement Rio de Janeiro (JA) realizaram o Innovation Camp, um programa de desenvolvimento social, que mobilizou dez jovens da geração Z. A ação foi realizada no Shopping Nova América (RJ), com o apoio de sete voluntários da Ancar.

Os alunos refletiram sobre o tema: "Como tornar os shopping centers mais atrativos para as gerações futuras?". Para buscar soluções para a questão, os jovens utilizaram ferramentas de design *thinking* e apresentaram suas ideias em *pitches* para uma banca final, formada por voluntários da companhia e da equipe da Junior Achievement.

CARAVANA BEM ANCAR

A Caravana do Bem é mais uma iniciativa do programa Bem Ancar que reforça nosso posicionamento no pilar de responsabilidade social, promovendo o voluntariado "mão na massa", no qual colaboradores de toda a companhia participam por um dia como voluntários de diferentes projetos sociais apoiados pelos shoppings.

Ao longo de 2023, foram realizadas três edições, sendo duas no Rio de Janeiro, nos projetos Plantando o Amanhã, localizado no shopping Nova América, e Casa Emilien Lacay, localizado no bairro Pechincha, e uma terceira edição realizada no Instituto Hélio Góes (Instituto dos Cegos) em Fortaleza, no Ceará. Os projetos apoiados atendem a públicos em situação de vulnerabilidade social, com foco em educação e creche, além de apoio a pessoas da terceira idade e pessoas com deficiência visual.

**3**

edições do Caravana Bem Ancar contaram com colaboradores voluntários em ações educativas que beneficiaram pessoas em situação de vulnerabilidade social.





Incentivo fiscal

Como parte da estratégia de investimento da Ancar Ivanhoe para a promoção do desenvolvimento social, realizamos também a destinação de recursos via leis de incentivo fiscal federal e estadual para sete projetos em diversos municípios, totalizando mais de R\$ 1,1 milhão.

Os projetos selecionados foram aprovados por meio das leis de incentivo ao esporte e de incentivo à cultura, além do Fundo Municipal para os Direitos do Idoso (FMDI), Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (FMDCA) e Leis do ISS, contemplando temas como:

- Promoção do esporte com alunos da rede pública de educação (projeto **Pré-Atletismo na Escola**, da Escola Estadual Profª Neyde Apparecida Sollitto, em São Paulo – SP);
- Fomento ao empreendedorismo jovem (projeto **Copa Colegial de Empreendedorismo**, realizado em escolas de todo o Brasil);
- Capacitação de jovens de comunidades de baixa renda (projeto **Pega a Visão**, no Rio de Janeiro – RJ);
- Bem-estar (programa Bem Estar +60, em Aquiraz – CE);
- Educação para crianças e adolescentes (projeto **Programando e Aprendendo com Ação**, em Maracanaú – CE);
- Produção de curtas metragens em territórios periféricos (projeto **Coalizões Audiovisuais**, no Rio de Janeiro – RJ);
- Fomento à cultura local, com o apoio a artistas consagrados e novos talentos (**Festival Mira na Diversidade**).

Outros três projetos foram selecionados e receberam recursos em 2023, via Lei do ISS do Rio de Janeiro, fortalecendo nosso compromisso com a promoção da inclusão e de experiências inspiradoras para públicos diversos. Os aportes irão contribuir com ações que serão executadas em 2024 pelos projetos:

- **Carioca sobre Rodas**: une a dança e a inclusão de pessoas com deficiência;
- **Coral LGBTQIA+ da Rocinha**: utiliza a música para abordar temas como respeito e diversidade;
- **Mulheres Artesãs do Estácio**: por meio das artes plásticas e do artesanato, promove autoestima, autonomia, geração de renda e o empreendedorismo para mulheres em situação de vulnerabilidade.

AÇÕES QUE FAZEM ACONTECER

Em 2023, avançamos em nossa agenda social, por meio de melhorias de diretrizes e processos como o monitoramento dos investimentos em projetos sociais e a atualização da Política de Responsabilidade Social Corporativa. Possuímos uma governança estabelecida para escolha e determinação de projetos sociais apoiados via leis de incentivo com a atuação do Comitê de Deliberação de Projetos Sociais.

Como destaque de nossos shoppings, vale ressaltar a atuação consistente com foco na inclusão de nossos diversos públicos, com a preparação adequada dos ambientes e iniciativas que atendem às necessidades e acolhem as pessoas neuro diversas, reafirmando o compromisso da companhia com a acessibilidade e o acolhimento de todos os nossos clientes.

Apresentamos, nesta seção, algumas das iniciativas dos shoppings da Ancar Ivanhoe que marcam nossa trajetória social em 2023.

INCLUSÃO E ACOLHIMENTO DE PESSOAS COM TEA

Em datas especiais, os shoppings garantem momentos exclusivos e experiências seguras para as pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA), como as seções com o Papai Noel Azul, realizadas pelo **Parque Shopping Bahia, Rio Design Barra, Shopping Nova Iguaçu, North Shopping Maracanaú, Via Sul Shopping, North Shopping Fortaleza e Golden Square Shopping** no Natal de 2023.

No **Shopping Via Sul**, a partir da identificação do grande fluxo de pessoas com TEA em nossos espaços, realizamos diversas ações como a estruturação do Espaço Azul, em parceria com a loja Divertindo a Mente. Disponibilizamos uma área de 35 metros quadrados, que oferece um ambiente acolhedor e calmo, exclusivo para esse público.

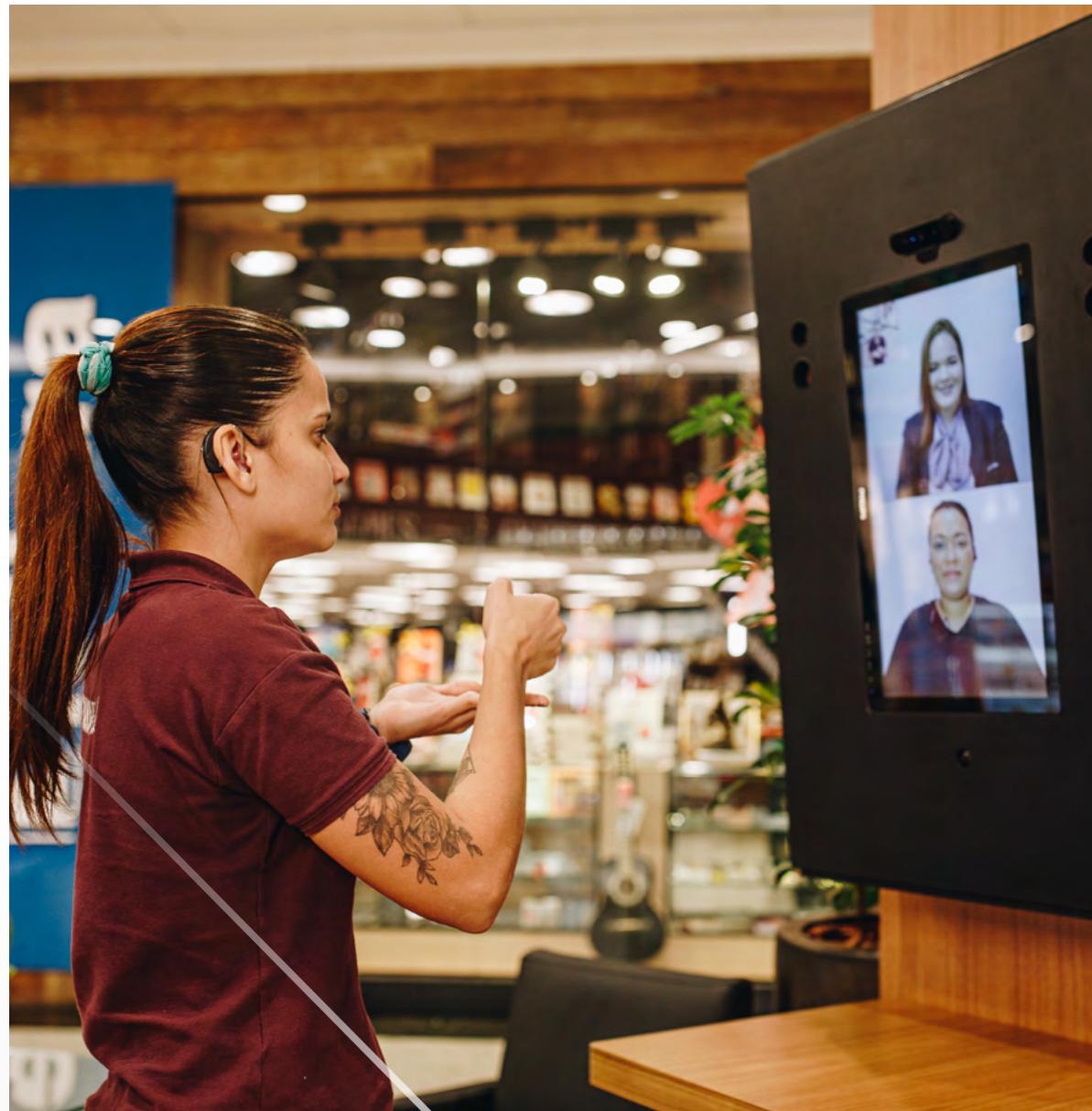
O Espaço Azul possui iluminação mais leve e discreta, assentos confortáveis e brinquedos educativos e percussorais. Além de oferecer o acolhimento, também são realizados no espaço palestras e encontros sobre autismo e inclusão. Os colaboradores do shopping receberam treinamento específico com profissionais especializados para atender com excelência esse público.

Em parceria com instituições especializadas, o **North Shopping Maracanaú** também criou, em 2023, um espaço reservado para que pessoas com TEA se sintam seguras e acolhidas. Os espaços exclusivos para esse público podem ser vistos nos shoppings CenterVale, Itaquera, Golden Square e Madureira Shopping.



Os shoppings da nossa plataforma oferecem também:

- Abafadores para tornar o passeio mais agradável em 15 shoppings;
- Sessão de cinema inclusiva e gratuita, com movimentação livre nas salas, volume de som reduzido, iluminação leve e empréstimo de abafadores, que oferecem o conforto e a liberdade necessárias para pessoas neuroatípicas. Em 2023, foram realizadas 91 sessões inclusivas;



ROTAS DA VISIBILIDADE

Com uma forte relação com a comunidade do entorno, o **North Shopping Fortaleza** foi o primeiro shopping center a oferecer o serviço de audiodescrição para os deficientes visuais, um público frequente no empreendimento, devido à proximidade com o Instituto dos Cegos do Ceará.

O empreendimento desenvolveu o aplicativo Rotas da Visibilidade, ganhador do Prêmio Abrasce 2023, a partir da escuta dos cegos total e de baixa visão sobre suas necessidades e desafios. O aplicativo foi desenvolvido em parceria com duas startups – a Bugaboo Studio e a Zapt Tech, além do Instituto dos Cegos e o Instituto Humanus.

O aplicativo é um GPS *indoor*, que oferece geolocalização com audiodescrição atualizado automaticamente a cada mudança de *mix* do shopping. Possui interface 100% acessível, dando autonomia ao deficiente visual. Em 2023, o mapa, desenvolvido com *design* universal, foi inserido no *app* do shopping, tornando ainda mais prática a experiência entre o físico e o digital.

Tanto o aplicativo como as adaptações físicas no shopping seguem em evolução a partir dos *feedbacks* recebidos dos usuários, como a criação de um caderno técnico para que as novas lojas utilizem o piso podotátil em suas entradas.

EXPERIÊNCIAS REAIS

O North Shopping Fortaleza tem mais de 300 sensores instalados nas lojas para alcançar uma melhor acurácia, além de realizar um trabalho de conscientização e treinamento permanentes com todo o time de atendimento.

Na Semana da Deficiência Visual, as equipes internas participaram de uma experiência de teatro sensorial, na qual os participantes foram vendados, transportando-os para o universo desse público, aprimorando ainda mais a sensibilidade e o cuidado das equipes. O momento foi conduzido por deficientes visuais atendidos pelo Instituto dos Cegos.

O projeto, que une tecnologia e inclusão, foi o vencedor do Prêmio Abrasce 2023.

EMPREGABILIDADE E EMPREENDEDORISMO

O **North Shopping Fortaleza** iniciou, em 2023, uma parceria com o projeto Favela 3D, coordenado pelo Instituto Pensando Bem, que acontece em uma comunidade do entorno. Apoiamos o projeto em diversas ações e planejamos iniciativas para 2024 com o objetivo de promover a empregabilidade. O objetivo é dar a oportunidade do primeiro emprego aos jovens da comunidade, por meio da abertura de vagas na administração e nas lojas, contribuindo com a meta do projeto de reduzir a taxa de desemprego nessa localidade.

CONEXÃO MULHER

Com foco no empreendedorismo feminino, o **Shopping Parque das Bandeiras** destinou um espaço para a criação de uma loja colaborativa, a Conexão Mulher, um conceito de economia colaborativa e criativa para mulheres que participam do programa Mulheres Empreendedoras, da Prefeitura Municipal. Há cada 15 dias, 15 mulheres expõem seus produtos e serviços sem custo, projeto que contribui para a geração de renda e a melhoria da qualidade de vida de muitas famílias.

APOIO A INSTITUIÇÕES LOCAIS

O Shopping **Iguatemi Porto Alegre** (RS) utiliza as principais datas de varejo do ano para contribuir com o desenvolvimento social, apoiando instituições da região. Nessas campanhas, ao cadastrarem as notas fiscais, os consumidores escolheram organizações para receberem do shopping um valor de R\$ 10 mil. Em 2023, as iniciativas beneficiadas foram:

Campanha do Dias dos Mães: Instituto Camélia, instituição que atua na geração de renda para mães chefe de família em situação de vulnerabilidade social.

Campanha do Dias dos Pais: República dos Idosos, Rede Calábria.

Já na campanha do Dia dos Namorados, o shopping vendeu ingressos de cinema pelo valor de R\$ 10. Os recursos arrecadados foram doados à instituição Asilo Padre Cacique.

No Natal, realizamos pelo terceiro ano consecutivo o Natal do Bem Iguatemi POA, com a venda de ingressos solidários para as atrações do Parque do Noel no valor de R\$ 2. No próprio local, os clientes puderam escolher entre quatro instituições que gostariam de apoiar. As organizações beneficiadas foram: Cidadania/Natal sem Fome, Pequena Casa da Criança, Lar Esperança e Sol Maior.

A ação arrecadou um total de mais de R\$ 194 mil. Além disso, os clientes também votaram em uma das organizações, que recebeu R\$ 10 mil do Iguatemi. A entidade mais indicada foi a Pequena Casa da Criança.



► Aliamos nossas **campanhas de varejo** ao DNA social da companhia, promovendo ações em prol de organizações sociais locais.



5.174

crianças atendidas pela Rede de
Educação Marcelinas, em Porto Velho
(RO), foram beneficiadas em 2023.

PARCERIAS CONTÍNUAS

Em Porto Alegre, o **Shopping Iguatemi** apoia mensalmente a Escola de Educação Infantil Jardim Ipiranga, contribuindo para subsidiar o funcionamento da instituição, que atende 150 crianças em situação de vulnerabilidade social do entorno.

O empreendimento apoia também a Junior Achievement Porto Alegre todos os anos. A organização atua com foco no desenvolvimento de jovens, voltado para o mercado de trabalho. Em 2023, realizamos em conjunto exposições e feiras, fortalecendo a atuação da JA no município.

Em Campinas, o **Shopping Parque das Bandeiras** apoia iniciativas sociais da comunidade como a ONG Instituto Anelo, entidade sem fins lucrativos que oferece aulas de música gratuitamente para crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social. Os alunos da instituição também realizam shows nos palcos do shopping, promovendo a inclusão e o pertencimento.

O **Porto Velho Shopping (RO)**, desde a sua inauguração, mantém uma parceria contínua com a Rede de Educação Marcelinas. Em 2023, o shopping doou R\$ 400 mil à instituição, apoiando quatro unidades que oferecem educação integral a 5.174 crianças e adolescentes. Além dos aportes mensais, o Porto Velho desenvolve iniciativas que ampliam a interação com os alunos, como as Caravanas Escolares. Por meio dessa iniciativa, mais de 200 estudantes dos 4º e 5º anos visitaram os projetos de sustentabilidade do empreendimento e participaram do evento Lego Experience.

CIDADANIA E CULTURA

Em parceria com a Prefeitura, o **North Shopping Maracanaú** abriu as portas para iniciativas de cidadania. Foram realizadas ações voltadas para as comunidades indígenas, entre outros públicos, que viabilizaram, por exemplo, o acesso dessas pessoas a documentos básicos pela primeira vez.

Também em parceria com a Prefeitura, o Maracanaú contribuiu com o fomento da cultura local. Em uma importante iniciativa de integração com a comunidade, o shopping lançou o São João de Maracanaú, a maior festa popular do estado do Ceará.

Já o **Porto Velho Shopping** conectou toda a comunidade à cultura regional, com a realização do evento "Arraial Beramadeira – O São João de Rondônia". Realizado desde 2022, a iniciativa busca promover a cultura nortista de Rondônia, que mistura referências das quadrilhas nordestinas e das manifestações folclóricas da Amazônia. Em 2023, durante dez dias de festa, o shopping ofereceu mais de 30 atrações culturais em um espaço de 7 mil m², no qual recebeu cerca de 70 mil pessoas.

SAÚDE E BEM-ESTAR

Em parceria com a Prefeitura de Campinas e duas universidades, o **Shopping Parque das Bandeiras** possui um extenso calendário anual de atividades, com o objetivo de promover a saúde, o bem-estar e a cidadania.

Em 2023, realizamos campanhas de saúde voltadas para a vacinação e doação de sangue, com resultados significativos. A ação de promoção de doação de sangue, por exemplo, coletou, em quatro dias, 62 bolsas de sangue, que beneficiaram 74 pessoas.

Destacamos, ainda, o evento, em parceria com a PUC Campinas, que orientou a população sobre o câncer ocular (retinoblastoma), por meio da campanha "De Olhos Nos Olhinhos". Outra ação foi desenvolvida com o departamento de Vigilância em Saúde, para disponibilizar orientações sobre a febre maculosa, a dengue e a presença de escorpiões.

As campanhas de apoio emergencial desenvolvidas pelos shoppings da plataforma arrecadaram cerca de 2 toneladas de donativos.

APOIOS EMERGENCIAIS

Para apoiar a população do Vale do Taquari, atingida pelas enchentes que ocorreram no Rio Grande do Sul, o **Shopping Iguatemi** participou da campanha "Estacionou Doou", sendo um ponto de coleta de doações. Ao doar, o cliente ganhou o direito à isenção da taxa para estacionar. A receita líquida do estacionamento de um dia também foi doada integralmente para a recuperação das regiões atingidas pelas enchentes, totalizando mais de R\$ 82 mil.

Além dessa ação emergencial, o shopping mantém um ponto fixo de coleta de agasalhos que são encaminhados para o Centro de Referência Especializado para População em Situação de Rua, mantido pela Prefeitura de Porto Alegre. Em 2023, foram doadas mais de 1 tonelada de agasalhos.

A atuação social do **Parque Shopping Bandeiras** também está conectada com as demandas emergenciais da população. Em 2023, o shopping participou de campanhas como a "SOS Chuvas", para arrecadar doações em virtude das fortes chuvas que aconteceram na região. Foi arrecadado no total da campanha 1 tonelada de produtos de higiene pessoal, vestuário e alimentação.



LEGADO DE SOLIDARIEDADE

Os nossos empreendimentos já nasceram com o propósito de serem instrumentos de desenvolvimento social conectado ao negócio, e de inspirar as pessoas a exercem seu poder de transformação social. Essa história de solidariedade começou com o precursor da família, Raul Pinto de Carvalho, na década de 60, e se perpetua há mais de 50 anos como valor e cultura da companhia.

Para estruturar e qualificar as práticas que transformam realidades, nasceu a Ancar Vita¹, em 1999. Por meio dessa organização, a família Carvalho, em parceria com a Ivanhoe Cambridge, conduz e apoia projetos socioeducativos que geram impactos positivos em diversas comunidades.

Em 2023, a Ancar Vita investiu um valor superior a R\$ 1,3 milhão em organizações que promovem o desenvolvimento integral de crianças, adolescentes e jovens de diversas comunidades, com destaque para:



REDE CRUZADA

A Rede Cruzada nasceu em 1920 com o intuito de erradicar a tuberculose infantil e, após diversas adaptações, se consolidou com uma instituição de ensino que investe na educação infantil gratuita, possibilitando a formação de cidadãos críticos, atuantes, autônomos, que cultivem valores baseados na solidariedade e no bem coletivo.

A organização é responsável pela gestão do projeto Plantando o Amanhã, que acontece no Shopping Nova América, no Rio de Janeiro (RJ), hoje maior unidade da Rede Cruzada. O Plantando o Amanhã nasceu em 1995, fruto do desejo da família Carvalho em desenvolver um projeto social junto ao novo shopping que estava sendo construído.

Nestes 29 anos de existência, milhares de pessoas foram atendidas pelo projeto, em atividades que promovem cidadania, desde o esporte até a educação profissional e formação continuada para as crianças e adolescentes das comunidades do entorno do shopping.

Em 2023, a Rede Cruzada:

- Consolidou seu projeto pedagógico baseado nos quatro elementos da natureza;
- Expandiu seu projeto de contraturno, o Deskobrir, atendendo 190 crianças e desenvolveu os projetos letramento digital, esportes, projeto de vida, ampliação do repertório cultural, promovendo visitas a diferentes museus e exposições;
- Aprimorou sua gestão e governança, com a implementação de indicadores-chave, planos de ação monitorados e avaliação de impacto e ampliou sua base de doadores.

A Ancar Vita, em parceria com a Ivanhoe Cambridge, investiu na Rede Cruzada, em 2023, R\$ 830 mil. Os representantes da família Carvalho também integram a Assembleia de Associados e o Conselho Consultivo da Rede Cruzada, ao lado do Shopping Nova América.

1. A Ancar Vita Empreendimentos Ltda. é uma sociedade anônima fechada formada e gerida pela família Carvalho.

ATUAÇÃO DA REDE CRUZADA

UNIDADE SHOPPING NOVA AMÉRICA - PLANTANDO O AMANHÃ

- Contraturno Escolar
- EJA - Educação Profissional Formação Continuada
- Formação de educadores

UNIDADE CIDADE DE DEUS - CASA EMILIEN LACAY

- Educação infantil de 0 a 5 anos e 11 meses
- Centro de Convivência de Idosos
- Formação de educadores

UNIDADE SÃO JOSÉ DO VALE DO RIO PRETO - DASCHÚ

- Educação infantil
- Formação de educadores

UNIDADE RIACHUELO - CASA DE LEYLÁ

- Educação infantil
- Formação de educadores

Principais números

+ 1.000

crianças, adolescentes e idosos beneficiados anualmente.

+ de R\$ 9 mi*

investidos em educação.

+ 80

educadores formados a cada ano.

* O total de recursos investidos em 2023 pela Ancar, Ivanhoé Cambridge e Ancar Vita foi de R\$ 830 mil.



JUNIOR ACHIEVEMENT (JA)

A Junior Achievement Brasil atua no país há mais de quatro décadas e hoje trabalha para preparar os jovens para o futuro do trabalho por meio de programas de empreendedorismo, educação financeira e preparação para o mercado de trabalho. A Ancar Ivanhoe se conectou a esse propósito em 1999, quando o atual copresidente da empresa, Marcelo Carvalho, fundou a unidade da JA no Rio de Janeiro.

A Ancar Vita, como mantenedora da JA Brasil, realizou investimentos que proporcionaram atualizações e melhorias na Inspira JA, plataforma de cursos assíncronos que atingiu 10 mil usuários, e contribuíram para a criação do Hub de Empregabilidade, que conecta oportunidades de trabalho e educação superior para os ex-alunos da organização. Os recursos viabilizaram o suporte, ferramentas e recursos para as atividades, impulsionando o alcance da meta de 700 mil experiências de aprendizagem em 2023.

Além disso, a companhia apoiou o projeto Futurando na realização de uma oficina que reuniu 92 jovens de diversas escolas do Distrito Federal, para trabalhar habilidades e competências dos participantes. A parceria impactou ainda 8 mil experiências de aprendizagem no estado de Rondônia, somente em 2023.

A parceria entre as organizações conta com o apoio dos sócios, diretores e executivos da Ancar Ivanhoe, além da participação voluntária dos colaboradores da empresa, por meio do programa Bem Ancar. Essa união de esforços visa apoiar a JA Brasil em seus programas que impactam o público jovem por meio da educação empreendedora.

No total, a Ancar Vita investiu mais de **R\$ 170 mil** em iniciativas da JA.

Impactos da JA

+ de
5,7 mi
de jovens impactados

+ de
200 mil
voluntários

Atuação em + de
19
estados e
Distrito Federal

► Nova Direção

A Ancar Vita apoia a Associação Nova Direção, com atuação no Complexo da Maré, no Rio de Janeiro (RJ). A ONG tem como missão capacitar as pessoas por meio de cursos profissionalizantes, proporcionando oportunidades para que alcancem independência financeira e construam carreiras de sucesso, promovendo o desenvolvimento econômico e social das comunidades.

Em 2023, a ONG ofereceu 13 cursos em áreas como administração, informática e beleza, além de desenvolver ações sociais em outras entidades e espaços da comunidade, nos quais os alunos podem aplicar na prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula, ao mesmo tempo que contribuem para o bem-estar e o desenvolvimento da comunidade na qual estão inseridos. Em 2023, a ONG contou com um aporte de R\$ 300 mil doados pela Ancar Vita.

Em 2023, cerca de **700 alunos** concluíram os cursos profissionalizantes oferecidos pela ONG Nova Direção.





Firmamos compromissos e metas ambientais por meio de nossas políticas de ESG e da agenda Horizonte ESG Ancar 2030, que orientam nossa plataforma em direção a uma operação ecoeficiente. Nesse sentido, nossa gestão ambiental abrange os seguintes objetivos e temas:

- Gases de efeito estufa (GEE): realização anual do inventário de emissões de gases do efeito estufa e monitoramento dos resultados, redução de emissões de GEE ao longo do ciclo de vida dos equipamentos e operações, compensação das emissões de CO₂ e uso de energia renovável.
- Gestão de resíduos: considera a não geração, redução, reutilização, reciclagem, tratamento de resíduos sólidos e logística reversa, uso de tecnologias de destinação final de resíduos ambientalmente adequadas e engajamento de lojistas, fornecedores e colaboradores.

Nossa Política de ESG traz ainda diretrizes para a gestão de recursos hídricos tendo como base a adoção de processos e tecnologias que visem à redução do consumo de água em atividades como ampliação de lojas, operação de área comum, utilização de banheiros, jardinagem, entre outros, além da priorização de iniciativas e tecnologias para reúso de água.

Também estabelecemos, por meio dessa Política, direcionamentos estratégicos no tema de Biodiversidade. Temos como premissa a gestão das operações com respeito e preservação à biodiversidade local, e o investimento na preservação de ecossistemas, seja por meio de uma operação ecoeficiente, seja apoiando projetos socioambientais que contribuam para manutenção da biodiversidade ou recuperação ambiental.

CAMPANHA DE ENGAJAMENTO

Para permear a nossa cultura focada nos pilares ambiental, social e de governança, desenvolvemos a campanha “Essa Transformação Vale Muito”, com o objetivo de promover transparência e o engajamento de consumidores e colaboradores nos temas ESG.

A iniciativa foi realizada com base em uma pesquisa realizada com os consumidores e focada na divulgação das ações de sustentabilidade socioambiental da Ancar Ivanhoe, mostrando o real impacto da atuação da companhia nos temas ESG junto à sociedade.

Nossos shoppings realizaram diversas iniciativas de comunicação física e digital, com conteúdos sobre como a empresa busca transformar a promessa ESG em realidade, gerando a conscientização e a participação dos públicos que estão cada vez mais compreendendo e valorizando a atuação das marcas em temas socioambientais.

► Espaços “Sustentabilidade Transforma”

Valorizamos a educação ambiental como um processo que gera transformações socioambientais duradouras e, por isso, buscamos conscientizar e envolver todos os nossos públicos sobre o cuidado com o meio ambiente e a importância do engajamento de todos na construção de um planeta mais sustentável. Com vistas a esse objetivo, nossos shoppings contam com os espaços “Sustentabilidade Transforma”.

O espaço abriga pontos de coleta de materiais reciclados e diversas atividades educativas, além de ser um ponto de divulgação dos projetos desenvolvidos por cada shopping. Os consumidores também podem retirar nesses locais os produtos sustentáveis distribuídos pelos empreendimentos.



O ESPAÇO SUSTENTABILIDADE TRANSFORMA PODE SER ENCONTRADO NOS SHOPPINGS:

Botafogo Praia Shopping
Shopping Nova Iguaçu
Madureira Shopping
Boulevard Rio Shopping
Shopping Parque das Bandeiras
Centenvale Shopping

Shopping Metrô Itaquera
Golden Square Shopping
Conjunto Nacional
Porto Velho Shopping
Pátio Paulista
Pantanal Shopping

North Shopping Jóquei
Natal Shopping
North Shopping Maracanaú
Parque Shopping Bahia

COMBATE ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS

GRI 3-3

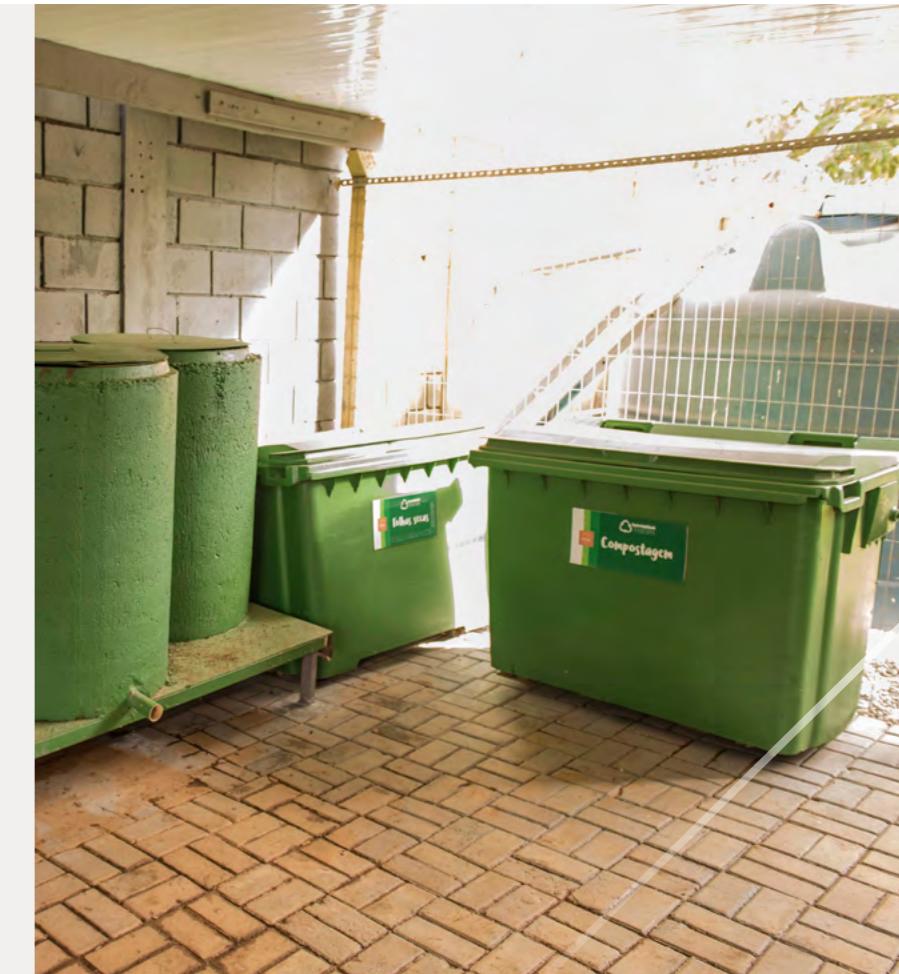
Orientados por nossa Política de Mudanças Climáticas e pelo Horizonte ESG Ancar 2030, implementamos práticas em nossas operações que contribuem para uma economia de baixo carbono, por meio da redução de emissão de gases do efeito estufa (GEE). Estabelecemos, assim, metas mensuráveis e implementamos tecnologias e inovações que melhoraram a eficiência no uso de recursos e na gestão de resíduos, além de medidas de compensação e iniciativas de educação e treinamento.

A base da nossa estratégia para a gestão responsável das emissões de carbono em nossos shoppings foi a elaboração do primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa, de acordo com as especificações do Programa Brasileiro GHG Protocol, realizado em 2022, que identificou as principais fontes e a quantidade de emissões geradas em cada negócio e na companhia de forma global.

Em 2023, realizamos o segundo inventário, e, a partir dos resultados, assumimos compromissos para a redução das emissões de GEE em linha com o *roadmap* da Ivanhoe Cambridge, sócia canadense da companhia. Temos como horizonte realizar planos de ação e investimentos para alcançar esse objetivo em cada um dos shoppings da rede, a partir da identificação das principais fontes emissoras mapeadas, revisadas anualmente.

Nossos esforços para redução da emissão de GEE:

- Realizar treinamento e **sensibilização de 100% da força de trabalho**.
- Reduzir gradativamente as emissões de GEE na operação da companhia, a partir da elaboração de inventários de emissões de GEE.
- Reduzir **5% do consumo de energia** para área comum e ar-condicionado de sua operação global.
- Utilizar 99% de energia elétrica proveniente de fontes renováveis.
- Atingir a **compostagem de 30% dos resíduos orgânicos** gerados nas operações de nossos shoppings e sede administrativa.
- **Destinar para reciclagem 60% dos resíduos recicláveis**, incluindo compostagem dos shoppings e sedes administrativas.
- Investir em inovação aberta com foco na diminuição gradativa de resíduos enviados para aterros.



INVENTÁRIO DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA

Em 2023, nosso inventário de emissões abrangeu 23 shoppings de propriedade e gestão e uma sede administrativa, totalizando 24 unidades inventariadas, e considerou a aferição de gases previstos no Protocolo de Kyoto: CO₂, CH₄, N₂O, SF₆, HFCs, PFCs e NF₃.

ESCOPO	DESCRÍÇÃO	EMISSÕES/2023
ESCOPO 1 (EMISSÕES DIRETAS) GRI 305-1	Utilização de equipamento de refrigeração e de ar-condicionado e fugas de metano devido ao transporte de gás; Geração de eletricidade, geração de calor na utilização de fornos.	12.132,86 tCO ₂ e
ESCOPO 2 (EMISSÕES INDIRETAS) GRI 305-2	Consumo de energia elétrica: emissões relacionadas ao consumo de energia elétrica que não estejam incluídas no escopo 1 como extração, produção e transporte de combustíveis.	5.446,88 tCO ₂ e
ESCOPO 3 (OUTRAS EMISSÕES INDIRETAS) GRI 305-3	Emissões relacionadas com tratamento de lixo em aterros sanitários e compostagem terceirizada.	31.080,73 tCO ₂ e

EMISSÕES DIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA (tCO₂ EQUIVALENTE) - 2023

Combustão estacionária direta	5.974,98
Combustão móvel direta	12,84
Atividades de agricultura	0,00
Emissões fugitivas	5.540,11
Resíduos (sólidos + efluentes)	604,93
Total de emissões brutas de CO ₂	12.181,93

SISTEMA CLIMAS WAY CARBON

Aprimoramos também a nossa gestão climática em 2023, com a implementação do Sistema Climas Way Carbon, um software de gestão integrada ESG e gestão climática, que permite fazer a conexão da agenda de sustentabilidade aos objetivos estratégicos de negócio.

O Sistema comporta todos os indicadores do pilar ambiental da agenda ESG, incluindo água, resíduos, energia e mudanças climáticas. Em 2023, incorporamos ainda indicadores relacionados aos pilares Gente que Gosta de Gente, Transformação Social e Governança e Integridade.

Por meio do Sistema Climas Way Carbon, as áreas corporativas e shoppings da companhia passam a enviar periodicamente informações sobre água, resíduos, energia e projetos especiais dos shoppings, além de dados sobre diversidade e inclusão, informações sobre doações e patrocínios a projetos sociais, bem como informações sobre projetos de sustentabilidade e outras iniciativas alinhadas à estratégia ESG.



GESTÃO DE RESÍDUOS

GRI 3-3, 306-2

Estamos em constante evolução para atingir nossas metas rumo a operações que contribuam positivamente para a mitigação dos efeitos das mudanças climáticas, incluindo o monitoramento do impacto dos lojistas e investimentos em inovação aberta voltada para a diminuição gradativa de resíduos enviados para os aterros sanitários. Nossa gestão apoia-se em um conjunto de medidas práticas que buscam evitar a produção de resíduos nas operações e na cadeia de valor, que abrangem:



10.629,16

toneladas de resíduos gerados no ano foram coletados e transportados adequadamente.



RECICLAGEM E REUTILIZAÇÃO:

identificamos locais adequados para reciclar resíduos, como pontas de cigarro, visando aumentar seu potencial de reciclagem e reduzir o impacto ambiental.



GERENCIAMENTO EFICIENTE DE RESÍDUOS:

utilizamos equipamentos com tecnologia de eletrólise, capazes de transformar água da torneira em solução de limpeza. Isso elimina a necessidade de milhares de embalagens de produtos químicos e reduz o transporte desses materiais.



PARCERIAS COM FORNECEDORES:

estabelecemos parcerias na área de limpeza profissional. Uma dessas parcerias possibilita a reciclagem de bombonas de produtos químicos. Nesse processo, as embalagens são derretidas e transformadas em baldes para serem utilizados na limpeza dos shoppings.



EDUCAÇÃO:

promovemos uma cultura de sustentabilidade por meio de trilhas de conhecimento sobre sustentabilidade para os colaboradores, disponíveis na Universidade Ancar Ivanhoe, além de promovermos diversas comunicações nas redes sociais sobre o tema.



AUDITORIAS AMBIENTAIS:

realizamos auditorias ambientais para monitorar e avaliar continuamente nossas práticas ambientais, identificando áreas de melhoria e implementando medidas corretivas quando necessário.



MONITORAMENTO:

contratamos uma consultoria para orientar os lojistas sobre as melhores formas de separar os resíduos, garantindo que todos os envolvidos na cadeia de valor estejam engajados em práticas ambientalmente responsáveis.



Para garantir que os terceiros também realizem o gerenciamento dos resíduos em conformidade com as obrigações contratuais e legais, a companhia adotou, em 2023, um processo que inclui a coleta e avaliação de documentação, auditorias e monitoramento contínuo das práticas de gerenciamento de resíduos e aplicações corretivas e preventivas em casos de desvios ou não conformidades.

Nossa gestão de resíduos está organizada, principalmente, em duas linhas de ação: a coleta seletiva e o projeto Telhado Verde, responsável pela compostagem do lixo orgânico produzido nos restaurantes e praças de alimentação. Essas iniciativas integram o

Programa Sustentabilidade Transforma, que alinha as práticas ambientais realizadas em toda a plataforma de shoppings.

Os dados relacionados aos resíduos produzidos nas operações da Ancar Ivanhoe, são monitorados por meio do Sistema Nacional de Informações sobre a Gestão dos Resíduos Sólidos (Sinir), conferindo transparência e abrindo oportunidades de melhoria para a redução da geração de resíduos.

Nossos shoppings oferecem, ainda, programas de treinamentos periódicos aos lojistas, que são parceiros estratégicos nesse tema. Com o apoio de con-

sultorias especializadas, os treinamentos são voltados para a conscientização sobre os impactos negativos e positivos que podem ser gerados, e informações práticas sobre as melhores formas de separar os resíduos. Esse processo contínuo soma-se às trilhas de conhecimento sobre o tema, disponíveis na UAI Lojista.



SHOPPINGS COM HUBS DE RECICLAGEM:

Botafogo Praia Shopping
Madureira Shopping
Shopping Parque das Bandeiras
Centerville Shopping
Pátio Paulista
Golden Square Shopping
Conjunto Nacional

Pantanal Shopping
Rio Design Leblon
North Shopping Fortaleza
Natal Shopping
North Shopping Maracanaú
Shopping Boulevard

TELHADO VERDE


**O PROJETO TELHADO
VERDE É DESENVOLVIDO
PELOS SHOPPINGS:**

Shopping Nova América
Botafogo Praia Shopping
Rio Design Barra
Boulevard Shopping
Shopping Pátio Paulista
Centerville Shopping
Golden Square Shopping
Shopping Parque das Bandeiras
Shopping Metrô Itaquera
Pantanal Shopping
Shopping Conjunto Nacional
Pantanal Shopping
North Shopping Maracanaú
North Shopping Jóquei
North Shopping Fortaleza
Via Sul Shopping

Quinze shoppings da Ancar Ivanhoe já implementaram o projeto Telhado Verde, totalizando cerca de 1.300 m² de área, uma iniciativa que contribui com o descarte correto dos mais de 100 kg de lixo orgânico produzidos diariamente nas praças de alimentação, e encaminhados para o processo de compostagem.

Os resíduos orgânicos recolhidos são transformados em adubo para o cultivo de frutas, legumes e vegetais em hortas livres de agrotóxicos implementadas nos shoppings. A produção também é doada aos colaboradores, lojistas, clientes, organizações sociais e comunidades do entorno, de acordo com a realidade de cada empreendimento.

Por meio da iniciativa, reduzimos significativamente a quantidade de resíduos enviados aos aterros sanitários, além de possibilitar a realização de diversas atividades de educação, que integram a comunidade às práticas ambientais.

Nossos Telhados Verdes já ocupam 1.300 m² de área e contribuem para o descarte correto de mais de 100 kg de lixo orgânico produzidos diariamente.

RESÍDUOS GERADOS GRI 306-3

	2021	2022	2023
	QUANTIDADE GERADA (T)	QUANTIDADE GERADA (T)	QUANTIDADE GERADA (T)
Resíduos perigosos	26,00	28,00	42,00
Resíduos não perigosos	27.779,00	19.300,00	22.952,76
TOTAL	27.805,00	19.328,00	22.994,76

PESO TOTAL DE RESÍDUOS NÃO DESTINADOS
PARA DISPOSIÇÃO FINAL, POR OPERAÇÃO DE
RECUPERAÇÃO (TONELADAS) GRI 306-4

RECICLAGEM	TOTAL
Resíduos não perigosos	10.587,16*
Resíduos perigosos	42,00
TOTAL	10.629,16

* Foram considerados os valores de coprocessamento dos shoppings que realizam esse processo.

RESÍDUOS DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL (TONELADAS) GRI 306-5

	2022	2023	Dentro da organização
Resíduos não perigosos			
Incineração com recuperação de energia	0,00	0,00	
Incineração sem recuperação de energia	0,00	0,00	
Aterro	12.041,00	12.365,60	
Outras operações de disposição (coprocessamento)	69,00	0,00	
TOTAL	12.110,00	12.365,60	
Resíduos perigosos			Dentro da organização
Incineração com recuperação de energia	0,00	0,00	
Incineração sem recuperação de energia	28,00	42,00	
Aterro	0,00	0,00	
Outras operações de disposição (coprocessamento)	0,00	0,00	
TOTAL	28,00	42,00	

GESTÃO ENERGÉTICA

GRI 302-4, 302-5

Evoluimos em nossa eficiência energética com investimentos em tecnologia, mudanças operacionais e implementação de programas de eficiência, alcançando a redução do consumo de energia em 2023, em comparação ao ano-base de 2022. As reduções abrangem tanto o consumo de combustível quanto de eletricidade, potencializando nossa eficiência energética em diversas áreas de operação. Entre as ações que contribuem para mitigar os impactos das nossas operações, destacam-se:

- Criação de um sistema de eficiência energética voltado ao uso inteligente do ar-condicionado, controle e medição que proporcionou uma redução mensal de 20% no consumo de energia.
- Automação dos sistemas de iluminação, que abrange quase a totalidade de nossos ambientes, com a utilização de iluminação LED programada conforme o horário de funcionamento dos shoppings. Essas iniciativas economizam, aproximadamente, 7 milhões de kWh por ano, o equivalente ao consumo mensal de 3.900 residências.
- Retrofits nos equipamentos e auditorias energéticas que garantem a eficiência de nossos sistemas.

Energia renovável

Empreendemos esforços em toda a companhia voltados à redução do consumo de energia proveniente de fontes não renováveis. Nessa direção, 100% da energia comprada no Mercado Livre já é de fonte renovável, garantindo uma cadeia produtiva mais sustentável.

Em 2023, de forma adicional, o uso da energia renovável em nossa plataforma foi reconhecido com a conquista do Certificado Internacional de Energia Renovável (I-REC), da Simple Energy, pelos shoppings North Shopping Maracanaú e North Shopping Fortaleza. A certificação confirma que 100% da energia elétrica consumida pelos empreendimentos é proveniente de fontes renováveis, o que reduz nosso impacto ecológico.



TOTAL DE ENERGIA CONSUMIDA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO

TIPO DE ENERGIA	QUANTIDADE (GJ)
Combustíveis não renováveis consumidos	14.120,17
Eletricidade	805.887,15
TOTAL	820.007,32

Nota 1: Medição direta através da área por m².

INTENSIDADE ENERGÉTICA GRI 302-3

	2021	2022	2023
Dentro da organização (GJ)	1.124.296,28	742.677,00	820.007,32
Fora da organização (GJ)	0,00	0,00	0,00
TOTAL	1.124.296,28	742.677,00	820.007,32
Energia consumida (GJ)	2021	2022	2023
Eletricidade	967.686,91	693.590,40	805.887,15

CONSUMO DE ENERGIA POR FONTE

TIPO DE CONSUMO	QUANTIDADE (GJ)
Eletricidade	805.887,15
TOTAL	805.887,15

CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO GRI 302-1

COMBUSTÍVEIS FÓSSEIS	QUANTIDADE (GJ)
Diesel	14.120,17
TOTAL	14.120,17

Em 2023, **reduzimos o consumo de energia em áreas comuns e sistema de ar-condicionado** em **4,96%** em relação a 2022, percentual acima do planejado para 2023, de acordo com o Horizonte ESG Ancar 2030.

REDUÇÃO DO CONSUMO DE ENERGIA TOTAL

EM ÁREAS COMUNS

4,96%

NO SISTEMA DE AR-CONDICIONADO

0,8%

ÁGUA E EFLUENTES

GRI 3-3, 303-1, 303-2, 303-4

A Ancar Ivanhoe realiza a gestão da água por meio de tecnologias de monitoramento do consumo em áreas comuns, lojas e equipamentos, viabilizando o controle de desvios e a realização de previsões assertivas.

A implementação de projetos de eficiência tem reduzido gradativamente o volume de água consumida em nossa rede de shoppings nos últimos anos, totalizando, em 2023, 77,70 megalitros¹. Os resultados positivos têm sido alcançados com a implementação de práticas que reduzem, por exemplo, o consumo por equipamentos como o ar-condicionado, por meio do reaproveitamento da água, temporizadores e arejadores. Além disso, alcançamos uma redução da poluição hídrica, com o uso de estações de tratamento de efluentes, presentes em sete shoppings da Ancar Ivanhoe.

Nossa gestão ambiental inclui a avaliação dos riscos hídricos, que permite monitorar o consumo e a qualidade da água. Em nossas operações, utilizamos diferentes fontes de captação de água, incluindo água subterrânea e de terceiros, bem como recuperamos a água da chuva e águas residuais tratadas para reúso.

A água consumida é destinada, principalmente, para o uso em sanitários, irrigação de paisagens e jardins, limpeza e manutenção de instalações e equipamentos, sendo o descarte realizado de maneira segura, em conformidade com normas internas, com regulações vigentes e padrões estabelecidos pelo Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama).

1. O dado considera m³/m² por área comum.

Evitamos o despejo anual de mais de **20.000 litros** de desinfetante e detergentes que têm propriedades bioacumuladoras no meio ambiente, por meio da utilização de ozônio e eletrólise nos processos de limpeza.

CONSUMO TOTAL DE ÁGUA EM MEGALITROS

GRI 303-5

Captação total de água	1.721,10
Descarte total de água	1.643,40
Consumo de água	77,70

CAPTAÇÃO TOTAL DE ÁGUA EM TODAS AS ÁREAS POR FONTE DE CAPTAÇÃO

GRI 303-3

FONTE	ÁGUA DOCE (MEGALITROS)	TOTAL
Água de superfície	0,00	0,00
Água subterrânea	618,80	618,80
Água do mar	0,00	0,00
Água produzida	77,70	77,70
Água de terceiros	1.024,60	1.024,60
TOTAL	1.721,10	1.721,10

TOTAL DE DESCARTE DE ÁGUA

GRI 303-4

	ÁGUA DOCE (MEGALITROS)	TOTAL
Água de superfície	0,00	0,00
Água subterrânea	618,80	618,80
Água do mar	0,00	0,00
Água de terceiros	1.024,60	1.024,60
TOTAL	1.643,40	1.643,40

ATUALMENTE, REDUZIMOS OS DESPERDÍCIOS EM NOSSOS SHOPPINGS COM AÇÕES DE:

- Reúso de água;
- Purga das torres de resfriamento do ar-condicionado;
- Mictório sem água;
- Redutores de vazão nas torneiras;
- Arejadores para pias;
- Descargas e torneiras temporizadas ou automáticas.

AÇÕES QUE FAZEM ACONTECER

MAIS VERDE NOS SHOPPINGS

O **North Shopping Maracanaú** inaugurou em 2023 seu Telhado Verde, um projeto estruturado pelo Comitê de Sustentabilidade. As sobras de alimentos geradas nas operações do shopping são transformadas em adubo, destinado ao cultivo da horta livre de agrotóxicos. A produção é distribuída também aos colaboradores, lojistas, consumidores e à comunidade.

A horta foi aberta para visitação de escolas, indústrias e instituições do entorno, com o objetivo de promover a educação para sustentabilidade e incentivar a replicação da experiência em outras localidades. O total de resíduos gerados pelo shopping no ano foi de 276 toneladas, sendo:

- **160 toneladas** de resíduos reciclados;
- **1 tonelada** de resíduos orgânicos tratados;
- **1.200 mudas** distribuídas.

O projeto viabilizou a criação de hortas na comunidade, beneficiando cerca de **200 pessoas**.

HORTAS PARA AS COMUNIDADES

O **North Shopping Fortaleza** tem como foco uma atuação ambientalmente responsável em toda a sua operação. Entre os projetos realizados, o Raízes do Nortão tem como objetivo produzir adubo a partir das sobras de alimentos da praça de alimentação, principal fonte de resíduos orgânicos no empreendimento. Além de distribuir o adubo para colaboradores, lojistas e consumidores, também recebem o insumo entidades locais, como o Instituto dos Cegos do Ceará, e condomínios próximos. Anualmente, colhemos mais de 20 toneladas de frutas, legumes, verduras e hortaliças em nossas hortas.

O projeto foi ampliado em 2023, levando a experiência do cultivo de hortas do shopping para duas escolas da região, que recebem suporte mensal da equipe e participam de atividades educativas, com a presença da mascote Zoe, facilitando o processo e levando os temas de forma lúdica para o público infantil.



EDUCAÇÃO AMBIENTAL

A horta orgânica do **Shopping Parque das Bandeiras** produz temperos e frutas que são distribuídos aos colaboradores. O projeto foi aberto para receber mensalmente de 50 a 80 crianças de escolas públicas do entorno para conhecerem as ações sustentáveis, além de receberem informações sobre temas de sustentabilidade e participarem do plantio e da colheita na horta. Essa interação com as instituições educativas da comunidade contribui para promover a conscientização e a integração das crianças e adolescentes com a natureza, inspirando-as a adotarem práticas mais saudáveis.



RECICLAGEM TOTAL

O Shopping **Parque das Bandeiras** alcançou, em 2023, a marca de 100% dos resíduos reciclados, a partir da estrutura do Espaço Sustentável dedicado à coleta dos itens e dos Postos de Reciclagem que recebem cada tipo de material separadamente.

Com o apoio dos lojistas e parceiros técnicos para realizar o processo, realizamos a compostagem de todo o nosso lixo orgânico e reciclamos o óleo de cozinha, bituca de cigarros, tampinhas plásticas, lacre de alumínio e o lixo eletrônico. No total, o shopping gera cerca de 67 toneladas de resíduos por mês.

Em 2023, reciclamos:

- 100% das bitucas de cigarro por meio de um processo que retira os elementos tóxicos e transforma o filtro do cigarro em papel reciclado ou um subproduto que é utilizado para evitar erosão de encostas.
- Mais de 5 mil litros de óleo, que são destinados para a transformação em matéria-prima na fabricação de biodiesel.

Além disso, destinamos as tampinhas plásticas para a ONG Like Bichos e os lacre de alumínio são doados a um hospital para serem revertidos em compra de cadeiras de rodas.



CUBRA O MUNDO DE VERDE

O **Iguatemi Porto Alegre** realizou mais uma edição do *Cubra o Mundo de Verde* em 2023, tradicional evento realizado pelo shopping que oferece diversas atividades gratuitas para inspirar os públicos a se relacionar com ambiente de maneira saudável, como oficinas e brincadeiras infantis.

Durante o evento, realizamos o plantio coletivo do primeiro canteiro de flores do Parque Germânia, envolvendo os moradores do entorno e frequentadores do parque, além de patrocinar a implantação de outros quatro canteiros.

O Cubra o Mundo de Verde distribuiu mais de 8.600 mudas nativas de árvores frutíferas, temperos e chás em 2023.

HORIZONTES FUTUROS



Permear cada vez mais os valores e a cultura da Ancar Ivanhoe em toda a nossa cadeia, por meio de relações sólidas, próximas e transparentes.



Impulsionar o desenvolvimento de nossos shopping centers com vistas a elevar o nível de maturidade da plataforma como um todo.



Ampliar a comunicação e consolidar nosso papel educativo nos temas da sustentabilidade, com o objetivo de engajar todo o nosso ecossistema.



Crescer de forma sustentável, com foco na qualidade, na inovação e na eficiência dos processos.

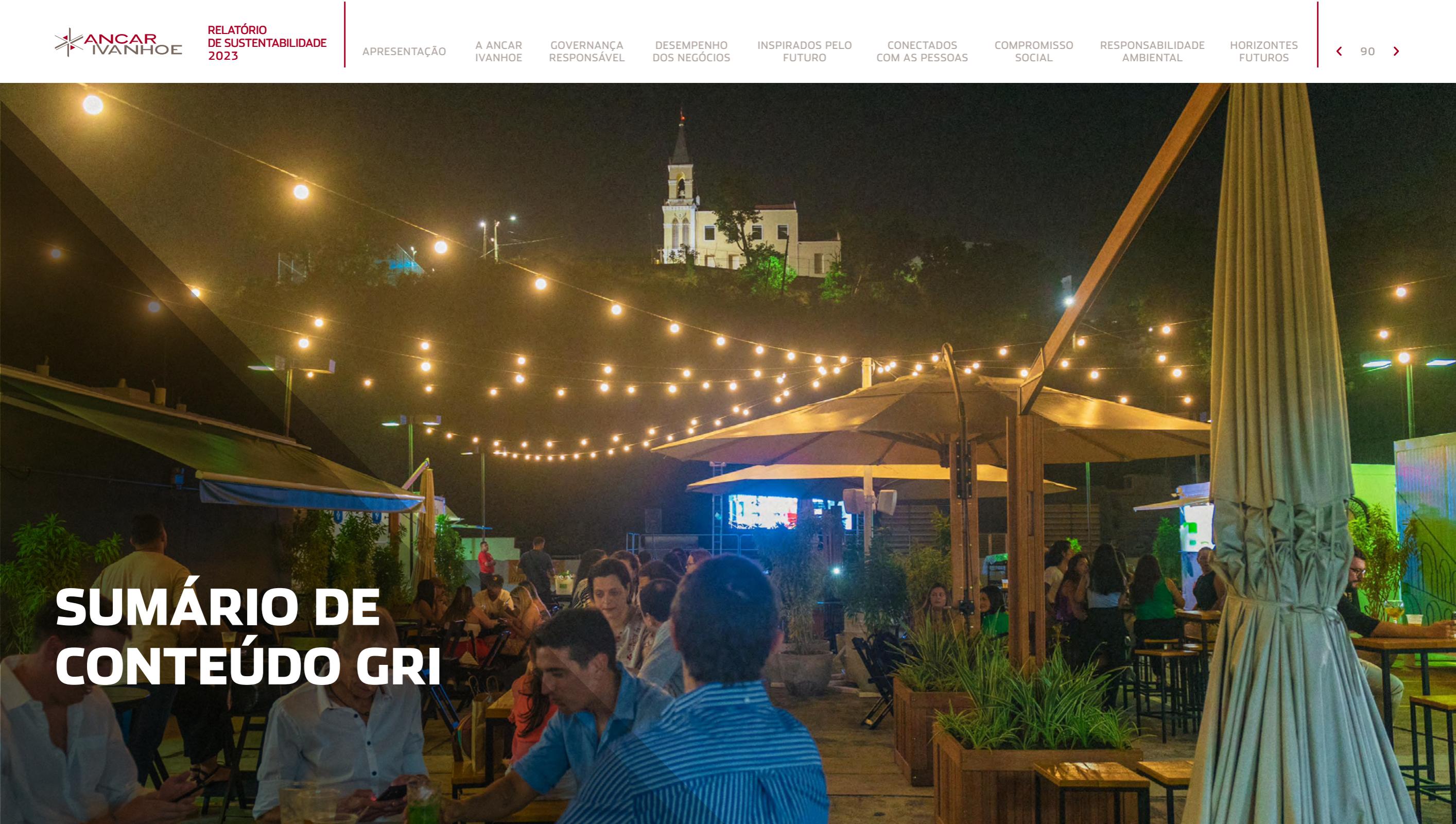


Oferecer serviços e produtos altamente personalizados e fluidos para os nossos clientes, com a melhor combinação da experiência física e digital, conectados com as transformações da sociedade e com as gerações mais novas.



Cumprir nossa agenda Horizonte ESG Ancar 2030, avançando em todas as metas, com foco especial no processo de descarbonização da companhia e em nossos indicadores de diversidade.

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI



Declaração de uso

A Ancar Ivanhoe relatou com base nas Normas GRI para o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2023.

GRI 1 usada

GRI 1: Fundamentos 2021

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
CONTEÚDOS GERAIS			
	2-1 Detalhes da organização	09	
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	04	
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	04	
	2-4 Reformulações de informações	Não houve reformulação de operações.	
	2-5 Verificação externa	Não houve verificação externa.	
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	A cadeia de valor da empresa inclui <i>marketing</i> e vendas, serviços, compras, fornecedores, operações da organização e distribuição. As atividades englobam a prestação de serviços, vendas e <i>marketing</i> , logística e cadeia de suprimentos, pesquisa e desenvolvimento (P&D), além de finanças e contabilidade. A organização não vende produtos ou serviços que sejam proibidos ou objeto de preocupação ou debate público.	
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021			
	2-7 Empregados	Não houve flutuações significativas no número de trabalhadores durante o período coberto pelo relatório.	8, 10
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	54	8
	2-9 Estrutura de governança e sua composição	23	5, 16
	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	23	5, 16
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	23	16
	2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	31	16
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	31	
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	18	

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
	2-15 Conflitos de interesse	28	16
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	28, 31	
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	A empresa realiza treinamentos sobre <i>compliance</i> e mudanças climáticas, por meio da plataforma UAI. A área de ESG e a Vice-Presidência da companhia participaram do ESG Summit da Ivanhoe Cambridge sobre temas específicos de ESG.	
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	59	
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-19 Políticas de remuneração	A Ancar segue os procedimentos determinados pela legislação brasileira para as modalidades contratuais vigentes. A empresa não possui regulamento de <i>clawback</i> em relação aos pagamentos oferecidos aos executivos, mas considera medidas, diante de desalinhamento entre os pagamentos e o equilíbrio mencionado. A avaliação dos processos de aposentadoria dos executivos é realizada em linha com as boas práticas de mercado, políticas internas, conceitos trabalhistas vigentes e as especificidades contratuais.	
	2-20 Processo para determinação da remuneração	60	
	2-21 Proporção da remuneração total anual	A Ancar tem uma política de remuneração baseada em dados de mercado e na metodologia Towers Watson para quaisquer análises. Com isso, informações comparativas de remuneração são confidenciais para proteger o posicionamento estratégico de remuneração total da companhia.	
	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	07	
	2-23 Compromissos de política	25	16
	2-24 Incorporação de compromissos de política	25	
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	A apuração de queixas externas é de responsabilidade, principalmente, da área de Riscos e Compliance, com apoio dos setores de Recursos Humanos e Operações. A eficácia dos mecanismos de queixas e outros processos de reparação são rastreados por meio do monitoramento do Comitê de Ética e pela Política do Canal de Transparência, que estabelece SLAs para tratamento das denúncias. O <i>feedback</i> aos stakeholders sobre a resolução das queixas é realizado por meio de documentos, comunicados, reuniões e eventos. Os tipos de queixas incluem desvios de comportamentos, corrupção, fraudes, descumprimento de normativos, falhas de controles, pagamentos indevidos, entre outros.	
	2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	26	16
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	No ano de 2023, foram aplicadas um total de nove multas por não conformidade com leis e regulamentos, somando um valor total de R\$ 519.654,50. Não foram registradas sanções não monetárias durante esse período.	
	2-28 Participação em associações	34	

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-29 Abordagem para engajamento de stakeholders 2-30 Acordos de negociação coletiva	32 63	8
TEMAS MATERIAIS			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais 3-2 Lista de temas materiais	05 06	
Diversidade, Inclusão e equidade			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	20	
GRI 202: Presença no mercado 2016	202-1 Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	60	5, 8
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	A estrutura demográfica da força de trabalho apresenta maioria da faixa etária entre trinta e cinquenta anos em todas as categorias funcionais. No Administrativo, 48% dos funcionários têm menos de trinta anos, 50% têm entre trinta e cinquenta anos e 2% têm mais de cinquenta anos. Para a Alta Liderança, nenhum profissional têm menos de trinta anos, 53% estão na faixa etária entre trinta e cinquenta anos e 47% têm mais de cinquenta anos. Na Liderança, 2% dos funcionários são menores de trinta anos, 87% têm entre trinta e cinquenta anos e 11% são maiores de 50 anos. No setor Operacional, 21% dos profissionais têm menos de 30 anos, 62% têm entre trinta e cinquenta anos e 17% têm mais de 50 anos. Para o Tático, não há representantes nas faixas etárias.	5, 8
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	A Ancar tem uma política de remuneração baseada em dados de mercado e na metodologia Towers Watson para quaisquer análises. Com isso, informações comparativas de remuneração são confidenciais para proteger o posicionamento estratégico de remuneração total da companhia.	5, 8, 10
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Não ocorreram casos de discriminação durante o período de relato.	5, 8
GRI 410: Práticas de segurança 2016	410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	33	16
Gestão de resíduos e rejeitos			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	81	
GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Não se aplica.	3, 6, 11, 12
GRI 306: Resíduos 2020	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	81	3, 6, 8, 11, 12
GRI 306: Resíduos 2020	306-3 Resíduos gerados	83	3, 6, 11, 12
GRI 306: Resíduos 2020	306-4 Resíduos não destinados a para disposição final	83	3, 11, 12
GRI 306: Resíduos 2020	306-5 Resíduos destinados para disposição final	83	3, 6, 11, 12, 15

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	59	
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	57	4, 5, 8, 10
GRI 401: Emprego 2016	401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	62	3, 5, 8
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	61	4, 5, 8, 10
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	59	8
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	60	5, 8, 10
Transparência e relacionamento com consumidores e lojistas			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	34	
GRI 402: Relações de trabalho 2016	402-1 Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	A empresa não estabelece um prazo mínimo de aviso para os trabalhadores sobre mudanças operacionais. As decisões são comunicadas por meio de notas e recomendações que apresentadas dentro de acordo com o escopo e prazos acordados. Dentro dos acordos de negociação coletiva, segue o prazo mínimo para que as mudanças sejam comunicadas.	
Mudanças climáticas			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	79	
GRI 305: Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	80	3, 12, 13, 14, 15
GRI 305: Emissões 2016	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	80	3, 12, 13, 14, 15
GRI 305: Emissões 2016	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	80	3, 12, 13, 14, 15
GRI 305: Emissões 2016	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (tCO ₂ equivalente/receita bruta) = 0,00032849. A intensidade de emissões é uma medida, não parametrizada oficialmente, mas que demonstra quantas toneladas de carbono equivalente são emitidas para cada Real (R\$) de receita bruta das unidades inventariantes. Com isto é possível inferir sobre a eficiência das operações em termos de emissões tomando como base seu resultado financeiro. Índice de Eficiência de Emissões de GEE calculado com base em tCO ₂ e /MR\$ (dividido por milhões de reais).	

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
Saúde, bem-estar e segurança			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	62	
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	63	8
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de risco e investigação de incidentes	63	8
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-3 Serviços de saúde do trabalho	63	8
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	63	8, 16
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	63	9
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	62	3
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	63	8
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	63	8
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-9 Acidentes de trabalho	63	3, 8, 16
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-10 Doenças profissionais	Não houve casos de doenças profissionais durante o período de relato.	
Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	64	
GRI 204: Práticas de compras 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	33	8
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliação de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	64	

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-2 Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais	A empresa não possui operações que geram impactos negativos significativos nas comunidades locais. No entanto, existe um potencial para a ocorrência de alguns impactos negativos, como poluição ambiental, impacto no uso da terra, poluição sonora, aumento de custos imobiliários e possíveis conflitos e perturbações na paz social.	1, 2
Ética, integridade e compliance			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	25	
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	28	16
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	28	16
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	28	16
GRI 206: Concorrência desleal 2016	206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de triste e monopólio	A empresa não possui ações judiciais pendentes ou encerradas no período deste relatório por concorrência desleal, práticas de triste e de monopólio.	16
GRI 207: Tributos 2019	207-2 Governança, controle e gestão de riscos fiscais	23	1, 10, 17
GRI 207: Tributos 2019	207-3 Engajamento de <i>stakeholders</i> e gestão de suas preocupações quanto a tributos	A empresa avalia as preocupações de seus <i>stakeholders</i> em relação às questões tributárias por meio de processos como pesquisas específicas, reuniões de diálogo aberto, auditorias e avaliações independentes, além de mecanismos de denúncia. Os resultados se refletem em ajustes na estratégia fiscal, revisão da política interna e compromisso com práticas responsáveis.	1, 10, 17
GRI 207: Tributos 2019	207-4 Relato país-a-país	Não se aplica.	1, 10, 17
Eficiência energética			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	84	
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	85	7, 8, 12, 13
GRI 302: Energia 2016	302-2 Consumo de energia fora da organização	Não há utilização de energia fora da organização.	7, 8, 12, 13
GRI 302: Energia 2016	302-3 Intensidade energética	85	7, 8, 12, 13
GRI 302: Energia 2016	302-4 Redução do consumo de energia	84	7, 8, 12, 13
GRI 302: Energia 2016	302-5 Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	84	7, 8, 12, 13

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
Gestão de água e efluentes			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	86	
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-1 Interação com a água como um recurso compartilhado	86	6, 12
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	86	6
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-3 Captação de água	86	6
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-4 Descarte de água	A empresa não realiza o descarte de água em áreas de estresse hídrico. Não foram detectadas substâncias preocupantes, que causem danos irreversível ao corpo d'água, ao ecossistema ou à saúde humana.	6
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-5 Consumo de água	86	6
Qualidade e segurança do serviço			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	63	
Indicadores não materiais			
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	37	8, 9
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	A Ancar está iniciando o planejamento de estudo de risco climático da companhia, a partir da conclusão do segundo inventário de emissões de gases de efeito estufa em 2023.	13
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-4 Apoio financeiros recebido do governo	A empresa não recebeu apoio financeiro de governos durante o período coberto por este Relatório.	
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	43	5, 9, 11
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	De forma indireta, a empresa impacta em aspectos econômicos, como a geração de empregos, o desenvolvimento de fornecedores, investimentos em educação e doações a organizações sociais, além dos aportes em inovação tecnológica, desenvolvimento da infraestrutura e economia local, turismo e atratividade nas regiões onde atuam os shoppings da plataforma.	1, 3, 8
GRI 207: Tributos 2019	207-1 Abordagem tributária	A Ancar Ivanhoe é uma empresa de capital fechado e sua política fiscal é de uso exclusivo da companhia. O mais alto órgão de governança responsável por analisar e aprovar a estratégia fiscal é a diretoria executiva. A análise da estratégia fiscal é realizada semestralmente.	1, 10, 17

CRÉDITOS

Head de Planejamento Financeiro, Controladoria e CSC:

Rafael Lisboa

Gerência ESG:

Alexandre Santos
Jéssica Campos

Consultoria GRI, coordenação editorial, redação e edição de conteúdo, projeto gráfico, diagramação e gestão de projetos:

Grupo Report

Revisão ortográfica e gramatical:

Fábio Valverde

Fotos:

Acervo da Ancar Ivanhoe

Informações corporativas:

Sede Ancar Ivanhoe
Avenida das Américas, 7.777
Shopping Rio Design Barra – Barra da Tijuca
CEP: 22793-081 – Rio de Janeiro (RJ) – Brasil