



Relatório de  
**Sustentabilidade**  
2024

---

ANCAR IVANHOE



# SUMÁRIO



# Apresentação

**GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4, 2-5, 2-6, 2-14**

Temos o prazer de apresentar o Relatório de Sustentabilidade Ancar 2024, que reflete nosso propósito como agentes de transformação, em integrar a sustentabilidade ao modelo de negócios e consolidar o desenvolvimento sustentável como pilar estratégico da companhia.

Durante este período, avançamos em nossa Jornada ESG (*Environmental, Social and Governance*, que traduzido para o português significa Ambiental, Social e Governança), impulsionando iniciativas que fortalecem cada dimensão em consonância com os compromissos e metas do *Horizonte ESG Ancar 2030* – alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU e à agenda do Pacto Global.

Nosso crescimento sustentável é apoiado em uma gestão responsável, pautada na transparência e no diálogo contínuo com nossos *stakeholders*, o que nos permite evoluir e gerar impactos positivos e duradouros.

Neste documento, compartilhamos, de forma clara e objetiva, os resultados, desafios e perspectivas que reafirmam a dedicação em transformar a experiência dos *shopping centers* e contribuir para o desenvolvimento social e econômico das comunidades onde atuamos.

Desejamos uma excelente leitura!





Para mais esclarecimentos,  
estamos à disposição pelo  
e-mail: [esg@ancar.com.br](mailto:esg@ancar.com.br).

## Sobre o Relatório

Somos a Ancar, uma empresa privada pioneira no setor de *shopping centers* no Brasil, que se destaca pela responsabilidade permanente com a transparência e a sustentabilidade. Por meio da publicação anual deste relatório, comunicamos de forma abrangente e transparente os avanços e desafios da nossa estratégia de atuação, com foco em gerar valor para os *stakeholders*.

Nesta terceira edição, referente ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024 e publicado em 30 de junho de 2025, seguimos as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI) e integramos informações de todas as entidades sob nosso controle ou participação, alinhando-as aos nossos Registros Públicos Financeiros. Para esta edição, incorporamos também indicadores SASB (*Sustainability Accounting Standards Board*) e os princípios do Relato Integrado, aprofundando a abordagem das informações apresentadas ao nosso público.

Com o objetivo de oferecer ao nosso público uma visão completa dos impactos e progressos decorrentes das nossas iniciativas, apresentamos dados econômico-financeiros, sociais, ambientais e de governança, estruturados de acordo com nossas diretrizes estratégicas e os temas materiais definidos. Destacamos também as principais iniciativas de sustentabilidade que impulsionam nossa atuação.

O processo foi conduzido pela Gerência de ESG e as revisões foram realizadas pelas áreas responsáveis. O Comitê ESG valida a versão final. Pela primeira vez, submetemos o documento à verificação externa independente da Bureau Veritas, reforçando a transparência e a credibilidade das informações apresentadas.

Além disso, nossas atividades seguem práticas contábeis e financeiras transparentes, em conformidade com os padrões do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) e das Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS) do International Accounting Standards Board (IASB), com ajustes apropriados para participações minoritárias.

# Materialidade

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

Na Ancar, conduzimos nossa atuação com base nos temas materiais que impactam diretamente nosso negócio e nossos *stakeholders*. Aplicamos a metodologia de dupla materialidade, analisando tanto os impactos financeiros e socioambientais que geramos quanto os fatores externos que influenciam nossa operação.

Nosso objetivo é fortalecer o engajamento com *stakeholders* e alinhar a sustentabilidade à estratégia corporativa. Em 2023, revisamos nossa materialidade considerando três eixos: impacto socioambiental, impacto financeiro e percepção de relevância.

A construção da materialidade 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 seguiu quatro etapas principais

1

### Definição

Estabelecimento do propósito, escopo e ferramentas a serem utilizadas na análise.

2

### Identificação

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

3

### Priorização

Levantamento das perspectivas financeiras e de impacto a partir da visão de executivos, especialistas e provedores de capital.

4

### Análise

Avaliação dos resultados, elaboração da matriz de materialidade e formulação de recomendações estratégicas.



## Os temas materiais mais relevantes para nosso negócio foram organizados em cinco eixos estratégicos

1



### Ética e Integridade

Adotamos elevados padrões éticos e de governança para garantir transparência, conformidade e confiança em nossas relações.

2



### Gestão de Pessoas

Valorizamos o desenvolvimento e bem-estar dos nossos colaboradores, promovendo um ambiente diverso, inclusivo e propício ao crescimento profissional.

3



### Experiência dos Consumidores e Relacionamento com os Lojistas

Buscamos aprimorar a jornada dos consumidores e fortalecer parcerias estratégicas com lojistas para impulsionar o sucesso de nossos empreendimentos.

4



### Desenvolvimento Local

Investimos em iniciativas que promovam impacto positivo nas comunidades onde atuamos.

5



### Gestão Ambiental

Adotamos práticas sustentáveis para reduzir nossa pegada ambiental.

A materialidade orienta nossas decisões estratégicas, garantindo a criação de valor sustentável para todos os públicos com os quais nos relacionamos.

### Temas Materiais da Ancar



Diversidade, inclusão e equidade



Qualidade e segurança do serviço



Gestão de resíduos e rejeitos



Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local



Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores



Ética, integridade e compliance



Transparência e relacionamento com consumidores e lojistas



Eficiência energética



Mudanças climáticas



Gestão de água e efluentes



Saúde, bem-estar e segurança

# Mensagem da Liderança

GRI 2-22

É com imensa satisfação que compartilhamos com o nosso público mais uma etapa da nossa história. Em 2024, seguimos no propósito que há mais de 50 anos orienta cada passo da Ancar: **promover transformações por meio de experiências inspiradoras**. Temos orgulho de atuar como uma



plataforma singular, que valoriza as características de cada empreendimento e cria ambientes acolhedores, onde as pessoas se conectam, compartilham e vivem momentos memoráveis. Em 2024, incorporamos a gestão de um novo espaço acolhedor em nosso portfólio o Minas Shopping, reforçando nosso compromisso em expandir nosso leque de empreendimentos que proporcionam experiências positivas em ambientes que conectam pessoas.

Ao longo do ano, redobramos nossos esforços para transformar nossos shoppings em centros de convivência. Revitalizamos espaços, ampliamos áreas de encontro e investimos na criação de ambientes pensados para o conforto, o lazer e a segurança de todos que nos visitam. Dentre os lançamentos, destacamos orgulhosamente a inauguração do Quintal do Nortão, no North Shopping Fortaleza, um ambiente planejado para ser um ponto de encontro acolhedor ao público, com áreas pet friendly, espaço kids e ambientação instagramável. Através desses investimentos buscamos constantemente surpreender por meio de exposições, ações de encantamento, apresentações culturais e workshops, concebidos para encantar e proporcionar interações que despertam emoções genuínas.

Também fortalecemos nosso compromisso em oferecer um mix de lojas e serviços alinhado aos desejos mais diversos de consumo. Combinamos

qualidade, inovação e soluções de conveniência em uma curadoria que leva em conta as necessidades e preferências de cada público. A gastronomia, a arquitetura e o design dos nossos shoppings foram pensados para estimular os sentidos, promover o bem-estar e a experiência.

Paralelamente, evoluímos em nossa jornada de sustentabilidade e responsabilidade social. Implementamos ações que incentivam o consumo consciente, a educação ambiental e o cuidado com recursos naturais, reafirmando nosso papel como agentes de transformação positiva. Em 2024, demos passos importantes nessa caminhada: oficializamos nossa adesão ao Pacto Global da ONU e consolidamos nossa governança sustentável com a realização da 1ª Semana ESG Ancar. Este evento reuniu colaboradores, lojistas e parceiros em torno de discussões essenciais, como mercado de carbono, compliance e investimentos sustentáveis, fortalecendo o engajamento coletivo em torno dos objetivos de ESG.

Seguimos promovendo melhorias na gestão ambiental com ações concretas, como a ampliação do uso de água de reuso, a expansão de hortas urbanas e a implementação de tecnologias inovadoras que contribuem para a otimização dos recursos e uma experiência mais sustentável para nossos clientes.

**Redobramos nossos esforços para transformar nossos shoppings em espaços acolhedores de convivência, lazer e entretenimento.**

A inovação também esteve no centro da nossa atuação. Estimulamos o intraempreendedorismo com iniciativas voltadas ao desenvolvimento profissional, à criatividade e à resolução de desafios reais. Programas internos e novas ferramentas digitais permitiram o florescimento de ideias transformadoras. Um exemplo disso é o Portal de Inovação, lançado com o propósito de democratizar o acesso às boas práticas e ampliar a visibilidade de projetos e de seus idealizadores através da estimulação da resolução de desafios reais com soluções aplicáveis e de alto impacto. Com funcionalidades voltadas ao compartilhamento de cases, ao desenvolvimento contínuo e à pesquisa e inspiração, o portal fortalece o aprendizado coletivo e impulsiona a inovação como alicerce da nossa estratégia de crescimento sustentável.

Além disso, dois novos programas de relacionamento foram incorporados ao portfólio digital da Ancar em 2024: o Rio Design Mais e o Meu Pátio. Ambos utilizam sistemas de pontuação baseados em compras realizadas nos shoppings, com notas fiscais cadastradas nos respectivos aplicativos. Os pontos acumulados garantem acesso a recompensas exclusivas, como cupons de desconto, brindes e produtos, organizados por categorias conforme o perfil de consumo dos clientes.

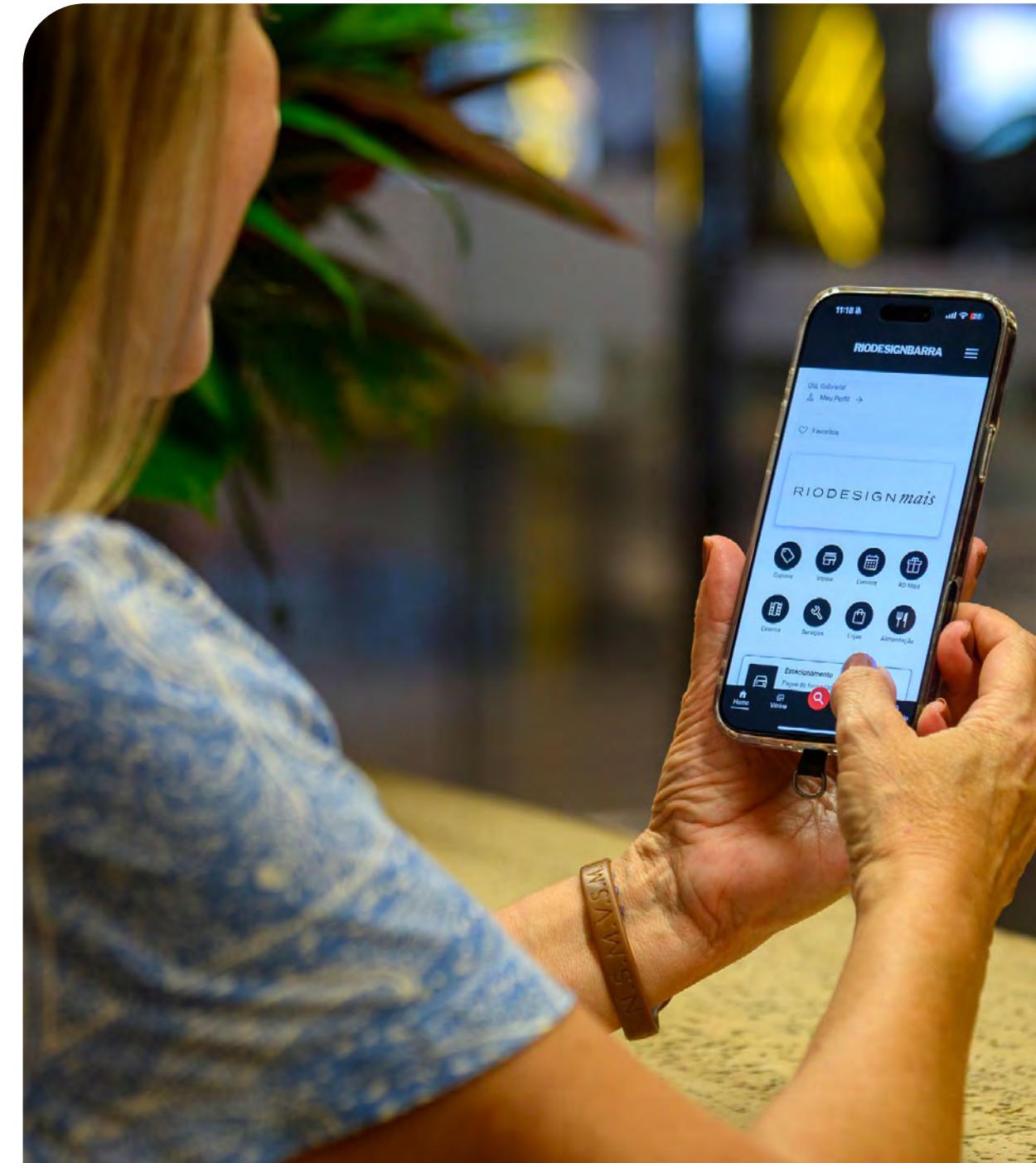
Cuidar das pessoas também esteve entre nossas prioridades. Investimos fortemente na capacitação e no engajamento interno por meio da Universidade Ancar e do *UAI Lojista*, que foram fundamentais para fomentar uma cultura de aprendizagem contínua e

uma gestão cada vez mais integrada. Em momentos desafiadores, como a maior enchente já registrada no Rio Grande do Sul, não hesitamos em nos mobilizar. Transformamos o estacionamento do Shopping Iguatemi Porto Alegre em um ponto de doações e abrigo temporário, contribuímos com recursos para a comunidade e facilitamos a adoção de mais de 400 animais, uma iniciativa que expressa nossa postura solidária e engajada diante das causas que impactam diretamente a sociedade.

Estamos trilhando uma jornada planejada rumo a 2030, com compromissos e metas claras do Horizonte ESG Ancar 2030 - todas alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU e à agenda do Pacto Global - para consolidar uma atuação inovadora, sustentável e socialmente responsável. Acreditamos que ação construída com propósito fortalece os vínculos com as comunidades onde atuamos, aprimora a experiência dos nossos clientes e gera valor duradouro para todos os nossos stakeholders.

Agradecemos a confiança de todos que fazem parte dessa caminhada. Seguimos firmes em nosso propósito de inspirar experiências transformadoras, fortalecer conexões humanas genuínas e avançar, juntos, na construção de um futuro mais sustentável.

Forte abraço.  
**Evandro Ferrer**





2024

# Destaques 2024

# Destaques

## Compromisso Sustentável – 1ª Semana ESG Ancar

Em 2024, reforçamos nossa agenda ESG, integrando princípios sustentáveis à gestão e operações. Formalizamos nossos compromissos com iniciativas de direitos humanos, meio ambiente e governança ética ao aderir ao Pacto Global da ONU, reorganizamos o Comitê ESG para atuar mais estrategicamente.

Realizamos a 1ª Semana ESG Ancar, de 22 a 25 de outubro, promovendo discussões sobre temas relevantes como: o papel da comunicação na construção de uma agenda ESG; o novo mercado de carbono e o impacto no varejo brasileiro; *compliance*: herói ou vilão das empresas de varejo; e ESG: o futuro das empresas. O evento registrou 85 horas de duração média de visualização e mais de 330 interações, demonstrando o engajamento de nossos *stakeholders* com a temática.

Mais de **85h**  
de duração média de visualização  
em nossa 1ª Semana ESG Ancar

## Iniciativas Ambientais e Redução de Impacto

Avançamos na gestão do Inventário de Gases de Efeito Estufa (GEE) e antecipamos metas sustentáveis, expandindo o programa de hortas urbanas e reduzindo o consumo de água.

Destacamos iniciativas específicas em nossos *shoppings*:

- Pantanal Shopping – 60% de destinação correta de resíduos, participação no Encontro de Cidades Lixo Zero e promoção da Semana do Meio Ambiente;
- Shopping Boulevard – Expansão da compostagem (passamos de 0 para 333 toneladas de resíduos processados no ano) e início de horta comunitária com lojistas e comunidade.



# Destaques

## Capacitação e Engajamento ESG

Em 2024, os colaboradores passaram por treinamentos sobre a Políticas ESG. Os lojistas interessados foram capacitados por meio dos webinars, incluindo o UAI Lojista, que abordaram temas como mudanças climáticas, diversidade e *compliance*. A consolidação das universidades corporativas fortaleceu o *onboarding* de lojistas e impulsionou a qualificação em ESG.

- **Diversidade e Inclusão** – Como atores de transformação, fortalecemos a capacitação e engajamento da governança ESG em diversidade e inclusão por meio de ações, como: a reestruturação de um Comitê de Diversidade; a realização de um censo interno para embasar políticas inclusivas, que alcançou 90% de engajamento interno; e a implementação de capacitação sobre diversidade para funcionários próprios e terceiros.

Nas operações dos shoppings, tivemos: a proposta de cláusulas específicas de valorização à diversidade e inclusão em contratos com lojistas; e a realização de treinamentos com palestras e entregas de folhetos do tema que impactaram os lojistas ao longo do ano.

- **Governança e Compliance** – Alcançamos 99% de adesão aos treinamentos de *compliance* e implementamos um teste de integridade para candidatos, assegurando o alinhamento ético no processo de recrutamento.



## Inovação, Relacionamento e Experiência do Cliente

Aprimoramos nossa atuação a partir de novas tecnologias para melhor compreender o perfil do cliente. Realizamos mais de 2.000 eventos, incluindo o case de sucesso “Natal dos Ursos da Nespresso”, no Shopping Pátio Paulista, e impulsionamos soluções inovadoras com iniciativas por meio de desafios corporativos, que incentivaram a formação de grupos com foco em solução de problemas, que contaram com mais de 50 startups inscritas. Fortalecemos a comunicação interna com a criação de uma newsletter periódica sobre projetos e treinamentos para colaboradores e lojistas.

## Resiliência e Apoio Social – Shopping Iguatemi Porto Alegre

Durante as enchentes que atingiram o estado do Rio Grande do Sul em 2024, o shopping Iguatemi Porto Alegre se mobilizou para oferecer suporte emergencial às comunidades afetadas, reafirmando seu compromisso com a responsabilidade social e a atuação cidadã. Por meio de sua estrutura, recursos e rede de parceiros, o shopping atuou de forma articulada em diferentes frentes de apoio humanitário, dentre elas destacam-se:

- Centro de doações
- Aubrigo Scooby – Abrigo temporário para animais resgatados;
- Doação institucional em parceria com os empreendedores do shopping;
- Apoio a colaboradores impactados.

Mais informações das nossas ações na [página 70](#).

# Destaques e Prêmios

Em 2024, fomos amplamente reconhecidos por nossa relevância no setor de *shopping centers*, por nossas iniciativas inovadoras, sustentáveis e de impacto social. Os prêmios conquistados demonstram o comprometimento com a excelência e a criação de valor para os *stakeholders*.

## PRÊMIO ABRASCE 2024

A Ancar foi destaque no Prêmio Abrasce, conquistando cinco troféus — um ouro, duas pratas e dois bronzes:

### OURO

- **Miss Melhor Idade** – Empoderando mulheres com 60+ (Parque Shopping Bahia)  
– Categoria: Eventos e Promoções.

### PRATA

- **Um Sonho de Natal em NY (Minas Shopping)** – Categoria: Ações de Natal;
- **Naty nas Escolas: Relacionamento com a Comunidade e Desenvolvimento Local (Natal Shopping)** – Categoria: Newton Rique de Sustentabilidade – ESG.

### BRONZE

- **Projeto Kart Terapia (Parque das Bandeiras)** – Categoria: Newton Rique de Sustentabilidade – ESG;
- **Retrofit da fachada do Shopping Conjunto Nacional** – Prêmio Clicc na categoria Arquitetura.



# Destaques e Prêmios



## PRÊMIO ABRAFAC

O programa Agrega, voltado à avaliação de fornecedores, participou da premiação na categoria Melhor Trabalho, reconhecido pela Associação Brasileira de Facilities pela sua contribuição à excelência operacional.

Além disso, outros dois projetos foram finalistas no Prêmio ABRAFAC, que reconhece as melhores práticas em *Property*, *Workplace* e *Facility Management*:

- Conectando eficiência e economia – monitoramento na gestão de utilidades;
- COMPAR – Capacitação técnica e humanizada para segurança patrimonial nos shoppings Ancar.



## RANKING GPTW

Nosso ambiente de trabalho inspirador e engajador foi reconhecido pelo *ranking* GPTW (*Great Place to Work*) Varejo 2024.

Conquistamos o **2º lugar na categoria de grandes empresas do varejo** e ainda obtivemos a **1ª colocação como Melhor Empresa do Centro-Oeste**, além de outras posições de destaque no *ranking* geral.



## PROJETO LIXO ZERO

O Pantanal Shopping implementou, em 2023, o **Projeto Lixo Zero**, voltado à gestão sustentável de resíduos e à promoção da economia circular. A principal frente da iniciativa é o reaproveitamento de resíduos orgânicos da praça de alimentação, que passaram a ser coletados e enviados para compostagem.

Para impulsionar o desempenho do projeto, o shopping conta com o apoio do Instituto Lixo Zero Brasil (ILZB) para promover a circularidade e a responsabilidade socioambiental, por meio de ações concretas, educação ambiental e métricas de impacto positivo.



# A Ancar

# Nosso Perfil

GRI 2-1, 2-2, 2-6, SASB IF-RE-000.A, IF-RE-000.B, IF-RE-000.D

## Transformar a experiência de consumo em algo memorável é o que nos move

Somos pioneiros no setor de *shopping centers* no Brasil e temos contribuído para a evolução do segmento ao possibilitar vivências enriquecedoras. Nosso modelo de negócios se baseia na gestão integrada, com foco na criação de ambientes únicos que fortalecem a conexão com os mais de 16 milhões de consumidores que frequentam nossos empreendimentos todos os meses.

Nossa atuação vai além da administração de shoppings: integramos serviços de vendas, marketing, logística e cadeia de suprimentos, operando de forma coordenada para entregar experiências cada vez mais encantadoras e personalizadas ao público. Cada uma dessas frentes é idealizada para que nossos espaços atuem como centros de convivência, lazer e bem-estar.

Com sede no Rio de Janeiro (RJ), contamos com uma equipe formada por mais de 4 mil colaboradores, entre próprios e terceiros, que compartilham conosco o propósito de construir o shopping do futuro. Esses profissionais desempenham um papel central na nossa missão de transformar nossos empreendimentos em espaços vivos.

Para sustentar essa entrega de valor em larga escala, mantemos uma rede de fornecedores ampla e diversificada, que abrange desde parceiros estratégicos até prestadores de serviços essenciais. Trabalhamos com parceiros intermediários, atacadistas, varejistas, distribuidores, agências de marketing, subcontratados, além de contratos para fornecimento de materiais, segurança, limpeza, jardinagem e soluções logísticas.

Asseguramos a conformidade ética e legal em toda a nossa cadeia de valor, orientados por nosso Código de Conduta e pelas melhores práticas de mercado.

Em 2024, consolidamos nossa posição como uma das maiores operadoras do setor, com 17 *shopping centers* próprios — dos quais gerimos 15 —, além da administração de outros sete empreendimentos de terceiros. Também ampliamos nossa atuação no mercado financeiro por meio da SCAI Gestora, que encerrou o ano com mais de R\$ 9,4 bilhões em ativos sob gestão.

## Nossa atuação se estende por todo o Brasil e abrange

**24** shoppings em  
14 cidades brasileiras

**17** shoppings próprios  
(15 sob nossa gestão)

Cerca de  
**5** mil lojas

**7** shoppings  
de terceiros  
administrados

Cerca de  
**1** milhão de m<sup>2</sup>  
de Área Bruta Locável (ABL)<sup>1</sup>

Taxa média de ocupação  
da plataforma  
**96,1%**  
nos *shopping centers*

+ de **4** mil colaboradores  
(próprios e terceirizados)

R\$ **19,5** bilhões  
em vendas

+ de **200** milhões  
de visitas anuais

1. A área se refere aos shoppings, mas avaliando por subsetor, alguns shoppings da Ancar contam com espaços classificados no setor “escritório” com escritórios e lajes.

# Presença de Mercado

GRI 2-2, 2-6

## 1 - Bahia

01 shopping center  
• Parque Shopping Bahia.  
162 lojas  
+ 8,7 milhões de visitantes

## 2 - Ceará

04 shopping centers  
• North Shopping Fortaleza;  
• North Shopping Jóquei;  
• North Shopping Maracanaú;  
• Via Sul Shopping.  
458 lojas  
+ 25,4 milhões de visitantes

## 3 - Distrito Federal

01 shopping center  
• Shopping Conjunto.  
Nacional  
215 lojas  
+ 15,5 milhões de visitantes

## 4 - Mato Grosso

01 shopping center  
• Pantanal Shoppin.  
209 lojas  
+ 7,3 milhões de visitantes

## 5 - Minas Gerais

01 shopping center  
• Minas Shopping.  
220 lojas  
+ 8,7 milhões de visitantes

## 6 - Rio de Janeiro

07 shopping centers  
• Botafogo Praia Shopping;  
• Madureira Shopping;  
• Rio Design Barra;  
• Shopping Boulevard;  
• Shopping Downtown;  
• Shopping Nova América;  
• Shopping Nova Iguaçu.  
975 lojas  
+ 66,8 milhões de visitantes

## 7 - Rio Grande do Norte

01 shopping center  
• Natal Shopping.  
142 lojas  
+ 5,9 milhões de visitantes

## 8 - Rio Grande do Sul

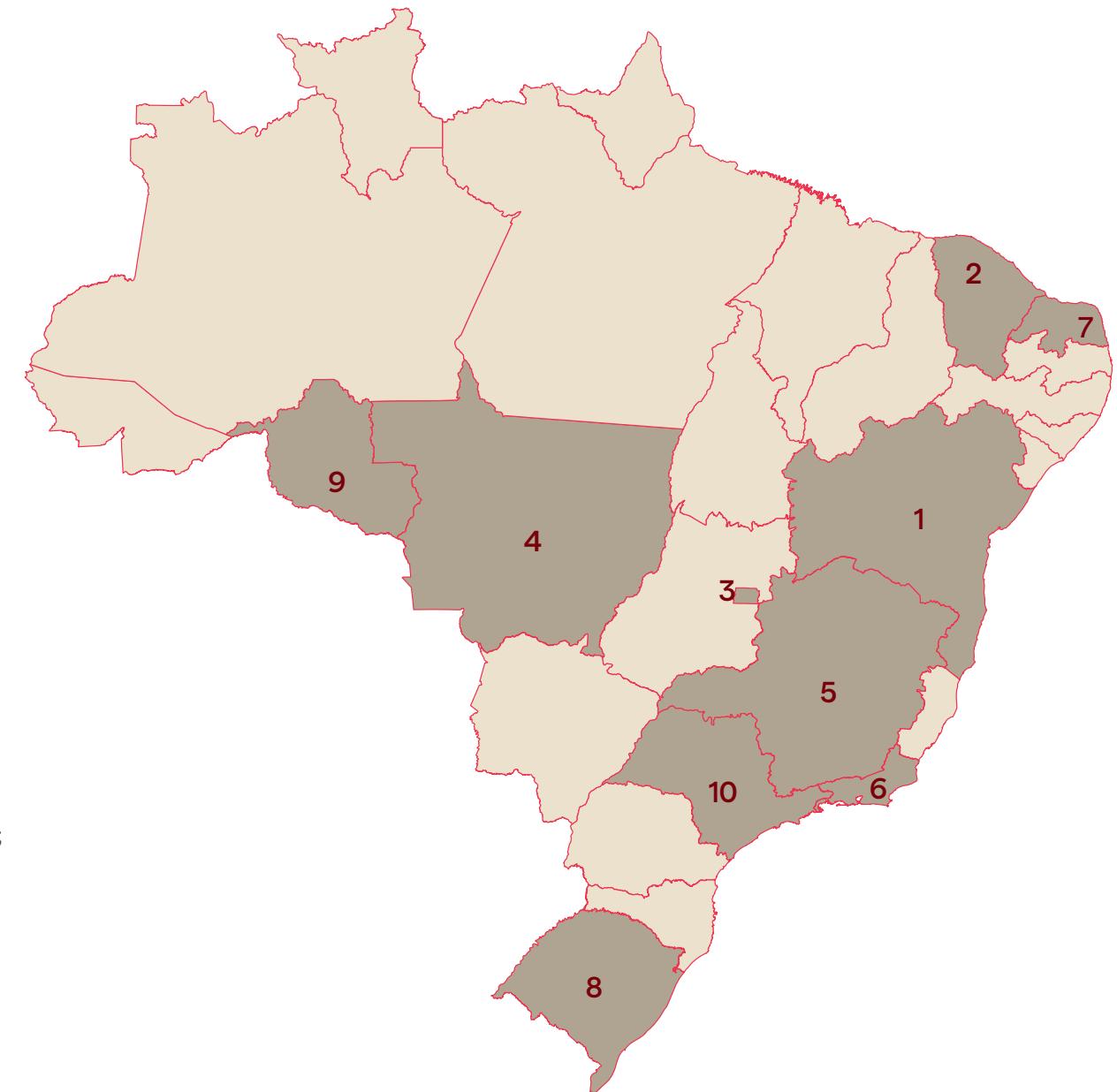
01 shopping center  
• Iguatemi Porto Alegre.  
330 lojas  
+ 21,3 milhões de visitantes

## 9 - Rondônia

01 shopping center  
• Porto Velho Shopping.  
167 lojas  
+ 7,7 milhões de visitantes

## 10 - São Paulo

06 shopping centers  
• Centrevale Shopping;  
• Golden Square Shopping;  
• Shopping Interlagos;  
• Shopping Metrô Itaquera;  
• Shopping Parque das Bandeiras;  
• Shopping Pátio Paulista.  
1.161 lojas  
+ 69,2 milhões de visitantes



# Nossa História

## Nossa história: construída com valores, visão e legado

Na Ancar, acreditamos que nossa história é parte fundamental da identidade que construímos ao longo do tempo. Ela reflete os valores da família fundadora, o espírito empreendedor de Sérgio Andrade de Carvalho e o compromisso permanente com as pessoas e com o desenvolvimento do país.

Sérgio nasceu no Rio de Janeiro, em 28 de maio de 1938, filho de Raul Andrade e Lourdes Andrade. Desde cedo, esteve inserido no ambiente empresarial, iniciando sua trajetória no Banco Andrade Arnaud, fundado por seu pai. Em 1971, a família Carvalho tornou-se acionista do Conjunto Nacional, em Brasília – o segundo shopping center do Brasil –, a convite de Donald Stewart, da construtora Ecisa. No ano seguinte, Sérgio e Raul Luiz fundaram oficialmente a Ancar Empreendimentos Comerciais. Embora o setor ainda fosse incipiente no país, Sérgio já vislumbrava os shoppings como espaços de convivência e não apenas de consumo.

Desde então, crescemos de forma consistente, acompanhando as transformações da sociedade e buscando gerar impacto positivo por meio de uma atuação inovadora. Ao longo das décadas, participamos ativamente do desenvolvimento do setor de *shopping centers* no Brasil, mantendo presença em convenções internacionais e incorporando boas práticas globais. A partir da década de 1990, a se-

gunda geração da família passou a integrar a gestão da companhia, trazendo novos olhares, alinhados à mesma essência fundadora.

Nossa trajetória é resultado de um esforço coletivo, alicerçado em valores familiares e fortalecido por alianças estratégicas, como a associação com a canadense Ivanhoé Cambridge, firmada em 2006.

Mais do que desenvolver empreendimentos, buscamos criar conexões com as comunidades nas quais atuamos. Ao longo dos anos, apoiamos escolas, instituições sociais e iniciativas voltadas à transformação social. Esse comprometimento esteve presente na trajetória de Sérgio, que sempre conciliou sua atuação empresarial com a dedicação voluntária e o apoio financeiro a diversas causas sociais.

Dentre os legados que construiu, destaca-se o projeto **Plantando o Amanhã**, no Shopping Nova América, no Rio de Janeiro. Sob gestão da ONG Rede Cruzada, a iniciativa já beneficiou mais de 7 mil pessoas na região de Del Castilho, promovendo inclusão, educação e cidadania. O projeto foi reconhecido internacionalmente, apresentado na Organização das Nações Unidas (ONU) e premiado com o *Maxi Award*, como o melhor projeto social do mundo realizado dentro de um *shopping center*.



**Com isso, nos tornamos uma empresa orientada por uma visão de futuro, alicerçada no respeito pelas pessoas e no compromisso com a geração de um legado positivo. É com base nesses valores que seguimos fortalecendo nossa atuação e construindo com consistência os próximos capítulos da história da Ancar.**

# Nossas Principais Conquistas

**1972**

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

**1980**

Na década de 80, a Ancar lançou centros comerciais em novas regiões, inaugurando o Shopping Recife e o shopping Iguatemi Porto Alegre.

**1995**

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

**1999**

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

**2002**

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**

A Ancar se torna referência ao construir cases de reposicionamento de sucesso, como o Rio Design Barra, que se tornou referência em moda, cultura e gastronomia.

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, se tornando Ancar Ivanhoe.

**2008**

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

**2012**

Inauguração do primeiro empreendimento da Ancar Ivanhoe na cidade de Campinas, o Shopping Parque das Bandeiras, no interior de São Paulo.

**2013**

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.

**2016**

Inauguração do Shopping Nova Iguaçu, localizado na Baixada Fluminense.

**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**

A Ancar Ivanhoe assume a administração de todo o complexo do Parque Shopping Bahia, na cidade de Lauro de Freitas (BA).

**2023**

A Ancar Ivanhoe adquire participação do Minas Shopping, um dos shopping centers mais representativos de Belo Horizonte.

**2024**

A Ancar torna-se gestora do Minas Shopping.  
A Ancar consolida a atuação de seus empreendimentos com um aumento de 12% das vendas em relação ao ano anterior.

# Propósito

**Nosso propósito é promover transformações com experiências inspiradoras.**

**Somos uma plataforma de experiências.**

**Somos agentes de transformação.**

**Existimos para tirar a vida do automático e oferecer vivências que ampliam a visão, aumentam, mobilizam e inspiram.**

**A cada pessoa que tocamos, cada negócio que abraçamos e cada comunidade onde estamos, movemos ponteiros e expandimos realizações.**



# Missão

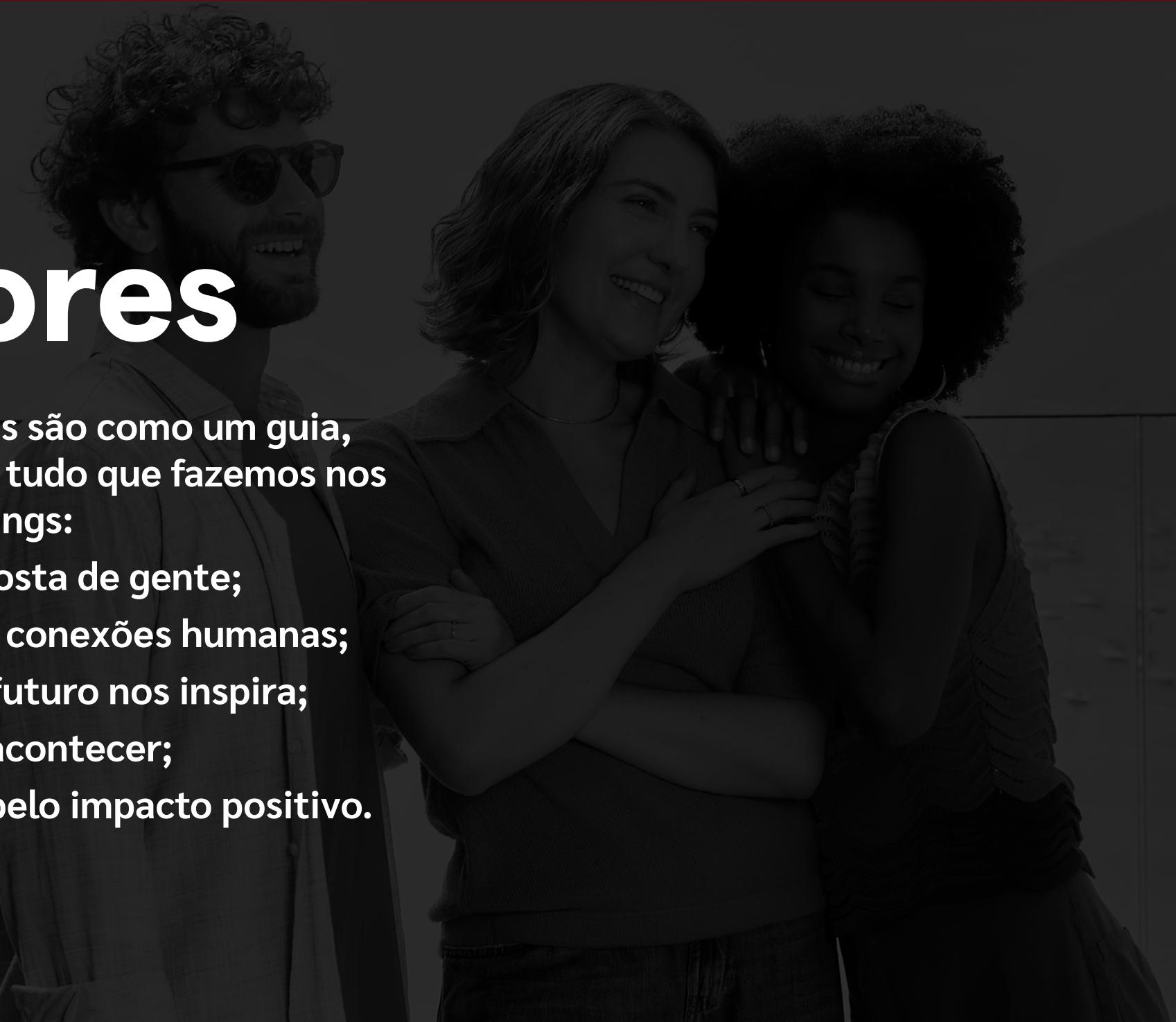
**Nossa missão é criar uma experiência única e encantadora para os consumidores e rentável para os lojistas e empreendedores, através de uma equipe feliz e comprometida com os valores da empresa.**



# Valores

**Nossos valores são como um guia, presentes em tudo que fazemos nos nossos shoppings:**

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



# Horizonte ESG Ancar 2030

A sustentabilidade constitui um pilar estratégico que permeia todas as nossas operações. Em 2024, consolidamos o *Horizonte ESG Ancar 2030* – uma agenda robusta composta por quatro pilares e 18 grandes metas, todas alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU e à agenda do Pacto Global, ao qual aderimos em 2024.

Essa estratégia foi fundamentada em diagnósticos e estudos setoriais conduzidos pela nossa Gerência de ESG e validados pelo Comitê ESG, a partir da identificação e mitigação de riscos, e busca da inovação para a perenidade do negócio.

## Compromissos Corporativos e Pilares Estratégicos

Nossa agenda está estruturada em quatro pilares fundamentais, cada um com metas específicas:

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

# Realizações em 2024

No decorrer de 2024, registramos avanços significativos na consolidação do Horizonte ESG:

- Formalizamos nossa adesão ao Pacto Global;
- Fortalecemos o Comitê ESG, com a entrada de um novo sócio, que ampliou a estrutura de governança;
- Realizamos a 1ª Semana ESG, um evento on-line de quatro dias que reuniu público interno e externo, abordando temas como mercado de carbono, *compliance*, comunicação na agenda ESG e investimentos;
- Promovemos treinamentos temáticos com ênfase em mudanças climáticas e nossas políticas da área de ESG, além de um abrangente programa de capacitação para toda a companhia.

Implementamos iniciativas inovadoras que ampliaram o alcance da nossa governança ESG para toda a cadeia de valor, como a incorporação de duas cláusulas; a primeira foi a cláusula *Green Lease* nos contratos de renovação com os lojistas, para que re-

portem seu gerenciamento de resíduos; e a segunda diz respeito à diversidade e inclusão.

## Resultados Alcançados

Os resultados obtidos evidenciam nosso progresso consistente:

- **Compostagem** – meta de 30% até 2030 – alcançamos 16,50% em 2024;
- **Reciclagem** – meta de 60% dos resíduos recicláveis até 2030 – atingimos 47,13% em 2024;
- **Capacitação** – meta de treinar 100% da força de trabalho sobre mudanças climáticas até 2030 – ultrapassamos os 90% em 2024;
- **Liderança Feminina** – meta de 35% de posições de liderança<sup>2</sup> para mulheres até 2030 – alcançamos 30% em 2024;
- **Liderança Negra** – meta de 30% de posições<sup>3</sup> para pessoas autodeclaradas negras até 2030 – superamos, com aproximadamente 37% em 2024.

2. A meta considera para o cálculo da porcentagem posições de liderança *C-level* e Gerências *seniores* ocupadas por mulheres, exceto Copresidência.

3. A meta considera para o cálculo da porcentagem posições de liderança a partir de Gestores ocupadas por pessoas autodeclaradas negras, excluindo Copresidência.

## Monitoramento

Acompanhamos os indicadores e a eficácia das nossas ações do Horizonte ESG por meio de monitoramento mensal e trimestral, com o suporte de consultorias especializadas e análise crítica das nossas áreas responsáveis.

## Perspectivas Futuras

Avançamos com determinação em nossa jornada de descarbonização. Em 2023, realizamos um novo inventário de emissões de GEE, conforme a metodologia do *GHG Protocol*. Entre as ações previstas para os próximos anos, contamos com o estudo de riscos climáticos em 2025 e a definição de metas baseadas na ciência (SBTi) a partir de 2026, que contribuirão para orientar nossos compromissos de longo prazo de redução de emissões.



# Modelo de Negócios

GRI 2-6

## Nossa Estrutura de Negócios

Estruturamos nosso modelo de negócios com soluções flexíveis e adaptáveis aos ciclos do mercado, oferecendo serviços personalizados e eficientes que abrangem múltiplas frentes de atuação: investimentos imobiliários, gestão de ativos – tanto próprios quanto terceirizados –, serviços compartilhados, locação, marketing estratégico e administração de fundos de investimento.

Integramos de forma transversal os pilares da transformação digital e nossos compromissos ESG à estratégia de negócio corporativa, consolidando um diferencial da Ancar no mercado. Utilizamos a digitalização para aprimorar o conhecimento sobre nossos públicos e impulsionar o desenvolvimento de produtos inovadores, enquanto aplicamos os critérios de sustentabilidade – fundamentais na seleção de novos empreendimentos – desde a avaliação de riscos até a gestão e manutenção dos nossos ativos.

## Principais Unidades de Negócio

### Gestão de Fundos de Investimento

Realizamos a gestão de fundos através da SCAI Gestora de Fundos, responsável por administrar veículos de investimento em *shopping centers* com uma carteira de aproximadamente R\$ 9,4 bilhões. Por meio de uma estrutura organizada por diversos CNPs, viabilizamos operações de investimento, desinvestimento e distribuição de recursos de maneira ágil e estratégica.

### Gestão de Ativos e Processos

#### Operacionais

Centralizamos a gestão dos nossos ativos e a administração dos processos operacionais através do Centro de Serviços Compartilhados (CSC). Este centro reúne equipes responsáveis por áreas essenciais: administração de pessoal, contas a pagar e receber, conciliação bancária, faturamento, contabilidade, área fiscal, suprimentos, planejamento e melhoria contínua.

Com a administração de aproximadamente 200 CNPs, o CSC assegura a governança dos processos e a eficiência operacional, sustentando as demandas dos shoppings e a execução das estratégias da companhia.

## Investimentos, Imobiliários

Direcionamos nossos esforços para a criação de espaços proprietários – denominados “quintais” – que agregam valor aos nossos empreendimentos. Projetamos esses ambientes para oferecer vivências de entretenimento e lazer, localizados estratégicamente nas áreas externas dos shoppings, entre o estacionamento e a entrada, aumentando a atratividade e diferenciando os nossos equipamentos.

Em 2024, destacamos o seguinte investimento:

- **Quintal do Nortão** (North Shopping Fortaleza) – 2.000 m<sup>2</sup>;

O aporte financeiro para este projeto foi de R\$ 8 milhões. Mais informações na [página 58](#).

### Obras Complementares e Integridade Urbana

Realizamos investimentos em obras complementares que integram nossos empreendimentos à infraestrutura urbana. No Parque das Bandeiras Shopping, em Campinas, empreendemos a execução de obras de pavimentação, instalação de estações de BRT e passarelas. Essas ações contribuem não apenas para a integração com o entorno, mas também para a mitigação de riscos operacionais.

## Relações com Stakeholders e Cadeia de Valor

Por meio de uma oferta completa e diversificada de serviços, fortalecemos o relacionamento com nossos consumidores, que ultrapassam os 16 milhões de visitantes mensais. Reforçamos as relações de confiança com lojistas, parceiros e investidores. Nossa cadeia de valor abrange desde a prestação de serviços e comercialização até a logística, envolvendo fornecedores, intermediários, subcontratados e parceiros estratégicos, orientados por rígidas políticas de ética e integridade.

### Consumidores

Foco na experiência do cliente;  
Experiências personalizadas;  
Ecossistema de inovação focado em melhorar a experiência de compra e a jornada do consumidor.

### Pessoas

Empresa Great Place to Work (GPTW) desde 2008;  
Diversas premiações nos últimos três anos;  
Universidade Ancar Ivanhoe (UAI): plataforma on-line que oferece trilhas de conhecimento aos colaboradores em diversas áreas.

**SOMOS UM  
HUB DE  
CONEXÕES**

### Lojistas

Iniciativas inovadoras focadas em um relacionamento de longo prazo;

Soluções inovadoras de aprendizado e relacionamento, engajando e qualificando as equipes de vendas, com destaque para a Universidade do Lojista Ancar Ivanhoe (UAI Lojista), uma das maiores iniciativas de desenvolvimento de pessoas do varejo brasileiro;

Inteligência de vendas focada em melhorar a tomada de decisão dos lojistas.

### Parceiros e Investidores

Plataforma de gestão de ativos para investidores institucionais;  
Governança corporativa;  
Pioneirismo e credibilidade;  
Parcerias a longo prazo;  
Flexibilidade e oferta de serviços de ponta a ponta.

# Geração de valor



# Capital Intelectual

GRI 3-3, 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-15, 2-16, 2-17, 2-18, 2-19, 2-20, 2-21, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 205-1, 205-2

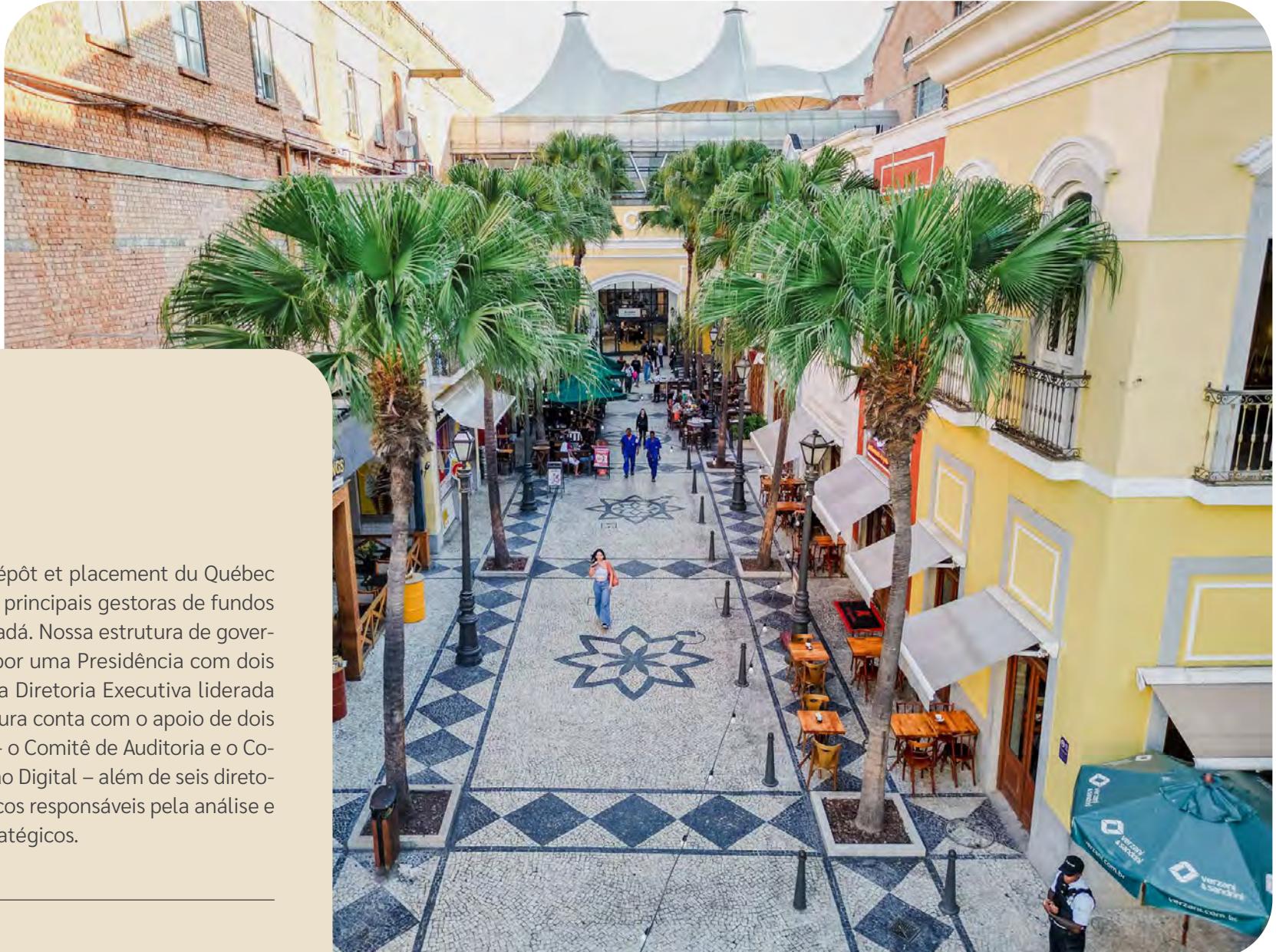
## Governança Corporativa

Nossa governança corporativa é formada por estruturas que possibilitam a condução dos processos organizacionais e asseguram a geração de resultados sustentáveis no longo prazo. Atuamos com ética, transparência e responsabilidade no relacionamento com todos os nossos públicos de interesse, incluindo os mais de 40 sócios brasileiros e canadenses que compõem a sociedade da companhia.

Somos resultado da união entre a Ancar Empreendimentos Comerciais e a Ivanhoe Cambridge, subsi-

diária da Caisse de dépôt et placement du Québec (cdpq.com), uma das principais gestoras de fundos institucionais do Canadá. Nossa estrutura de governança\* é composta por uma Presidência com dois co-presidentes e uma Diretoria Executiva liderada pelo CEO. Esta estrutura conta com o apoio de dois comitês consultivos – o Comitê de Auditoria e o Comitê de Transformação Digital – além de seis diretorias e comitês temáticos responsáveis pela análise e gestão de temas estratégicos.

\* A estrutura apresentada é referente ao primeiro semestre de 2025.



Para lidar com riscos indiretos, como condutas inadequadas praticadas por terceiros, desenvolvemos instrumentos e promovemos treinamentos com foco na prevenção e mitigação, de forma a minimizar possíveis desvios. Para gerenciar e prevenir esses riscos, destacamos a realização de uma análise completa do contexto, definição de metas mensuráveis, desenvolvimento de estratégias eficazes para alcançar os objetivos estabelecidos, engajamento de todos os stakeholders envolvidos no processo, transparência na comunicação e estímulo ao aprendizado contínuo, por meio de ferramentas de educação corporativa.

Para avaliar a eficácia dessas ações, utilizamos mecanismos de monitoramento e avaliação contínuos, estudos e análises críticas dos processos implementados e reuniões periódicas de comitês e demais grupos responsáveis por essa temática. Também dispomos de um conjunto robusto de políticas e compromissos formais, que reforçam nosso posicionamento ético e nossa responsabilidade institucional, como:

- Código de Conduta Ética;
- Declarações públicas;
- Relatórios de sustentabilidade;
- Treinamentos e iniciativas de educação corporativa;
- Programa de Integridade;
- Política Anticorrupção;
- Política de Interação com Agentes Públicos;
- Política de Conflito de Interesses;
- Política de Diligência de Terceiros;
- Política de Doações, Patrocínios e Parcerias;
- Política de Brindes, Presentes e Hospitalidades;
- Política do Canal de Transparência;
- Política de Gestão de Consequências.

Em 2024, realizamos a primeira avaliação de maturidade do nosso Programa de Integridade, lançado em 2023. Essa avaliação é uma ferramenta essencial para mensurar a eficácia e a robustez das práticas adotadas, permitindo identificar oportunidades de melhoria, fortalecer o sistema de integridade e orientar o aprimoramento contínuo das nossas estratégias de governança.

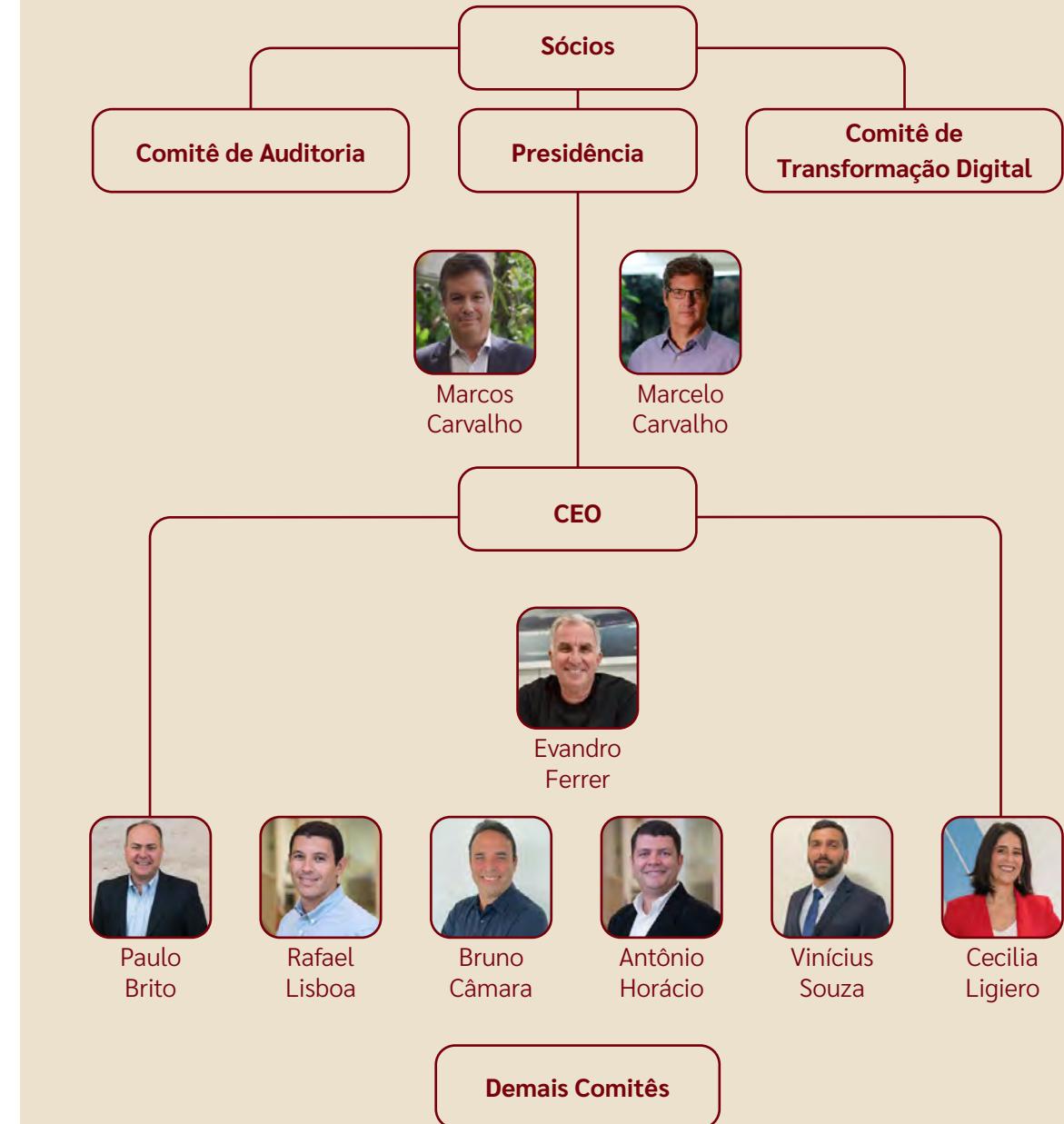
## Estrutura de Governança e sua Composição

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 2-16, 2-17

Na Ancar, a nomeação de membros da governança segue critérios estruturados que visam garantir a seleção de profissionais alinhados à cultura organizacional e às necessidades estratégicas da companhia. O processo considera, prioritariamente, competências técnicas e comportamentais, a responsabilidade com a transparência e a diversidade, além de uma análise criteriosa da independência e da relevância das experiências dos candidatos para o contexto da organização.

O processo seletivo de membros da alta governança segue o mesmo padrão adotado para outros cargos: entrevistas, testes, avaliações e checagem de referências e as oportunidades são divulgadas pelos nossos canais internos. Para posições executivas, o RH realiza uma pré-seleção com base no perfil do cargo e encaminha os candidatos para avaliação das lideranças, pares, membros da equipe e, quando necessário, parceiros externos.

Valorizamos a diversidade e a pluralidade de perfis em todos os níveis, inclusive na alta liderança, fortalecendo uma governança inclusiva e representativa.



A governança corporativa da Ancar é conduzida pelos copresidentes Marcos e Marcelo Carvalho, juntamente com o nosso CEO, Evandro Ferrer, responsável pela gestão executiva. Essa estrutura assegura o alinhamento entre a estratégia e sua execução, permitindo decisões ágeis e orientadas aos nossos objetivos.

Para prevenir conflitos de interesse, adotamos políticas e procedimentos claros, além de promover ações contínuas de capacitação, comunicação e treinamento. Contamos com um Comitê de Ética que reforça nossa cultura organizacional, a transparência e o cumprimento das normas legais.

Nosso mais alto nível de governança define diretrizes estratégicas, supervisiona a gestão e aprova políticas e objetivos institucionais. Atuamos de forma integrada na análise de riscos financeiros, avaliação de custos e benefícios, monitoramento de indicadores econômicos e dos impactos ambientais – como a pegada de carbono e a gestão de resíduos. Também

consideramos os impactos sociais das nossas atividades, com foco no desenvolvimento de competências, no bem-estar dos colaboradores e na responsabilidade social corporativa.

Mantemos um diálogo constante com nossas partes interessadas por meio de reuniões, canais de comunicação abertos, relatórios e participação em iniciativas externas. Esses processos são respaldados por auditorias independentes e revisões contínuas de documentos, métricas e indicadores. Participamos ativamente das decisões estratégicas, da identificação de riscos e oportunidades, do monitoramento de resultados e da avaliação de desempenho, com foco na melhoria contínua e em decisões cada vez mais embasadas.

Nossa governança é apoiada por comitês especializados, que contribuem com a execução da estratégia e a solidez da gestão.

**Nossa estrutura de governança assegura o alinhamento estratégica e execução, permitindo decisões ágeis e responsáveis.**



# Comitês da Ancar

## Comitê Executivo

Responsável por implementar nosso plano estratégico e monitorar o desempenho em temas financeiros, comerciais e estratégicos.

### Membros Efetivos

CEO, CFO, Superintendentes regionais, Diretor Comercial, Diretor de Operações, Diretora de Marketing e Inovação, *Head* de RH.

## Comitê ESG

Atua no fomento e apoio às pautas ambientais, sociais e de governança, com o objetivo de gerar valor para a empresa, nossos colaboradores, acionistas e a sociedade.

### Membros Efetivos

CEO, Diretor de Operações, Diretora de Marketing e Inovação, Gerente de ESG, Diretor Real Estate CDPQ, Superintendente Regional.

## Comitê de Ética

Garante a aplicação do nosso Programa de Integridade, com foco na prevenção da corrupção, lavagem de dinheiro e outros desvios éticos. Conta com o suporte da Gerência de Riscos e *Compliance* e é composto por oito membros efetivos.

### Membros Efetivos

CEO, Copresidente, CFO, Diretor de Operações, *Head* de RH, *Head* Jurídico, Gerente Riscos e *Compliance*.

## Comitê de Transformação Digital

Tem como missão acelerar nossa jornada de transformação digital, com foco em eficiência operacional e geração de novas fontes de receita.

### Membros Efetivos

*Head* de TI, Diretora de Marketing e Inovação, CFO, *Head* de RH, Diretor Comercial, Gerente de Sistemas, Sócios e dois conselheiros externos.

## Comitê de Auditoria

Dá suporte à Presidência nas atividades de auditorias internas e externas, relatórios financeiros, sistemas de controle e gestão de riscos

### Membros Efetivos

Copresidentes e Diretor Real Estate CDPQ.

## Comitê de Recursos Humanos

As principais atribuições incluem apoiar o CEO e os copresidentes no monitoramento dos desafios estratégicos da organização, analisar políticas salariais e programas de desenvolvimento de colaboradores, além de propor diretrizes e critérios para os programas de remuneração e sucessão da alta liderança.

### Membros Efetivos

*Head* de RH, CEO e Copresidentes.

Nossa estrutura também é composta por diretorias executivas que garantem a execução da estratégia, fortalecendo uma gestão integrada, ética e comprometida com a sustentabilidade dos negócios.



## Avaliação de Desempenho

GRI 2-18

Realizamos o processo de avaliação de desempenho semestralmente para toda a companhia, incluindo o *C-level* e a alta governança. A avaliação é conduzida por meio de mecanismos como autoavaliação, revisão de relatórios e documentos, análise da atuação em reuniões e definição de planos de desenvolvimento individual. Com base nos resultados discutidos em reuniões de *feedback*, promovemos ajustes estratégicos, como a criação de comitês especializados, revisão de políticas, implementação de treinamentos e adequações nos sistemas de recompensas e incentivos.

Além disso, realizamos reuniões mensais de comunicação e resultado, que permitem o acompanhamento contínuo dos principais indicadores e metas. Nessas instâncias, avaliamos também aspectos como o engajamento dos executivos, sua capacidade de liderança e o alinhamento de suas equipes à estratégia da organização.

## Política de Remuneração

GRI 2-19, 2-20, 2-21

Na Ancar, conduzimos nossa política de remuneração com foco na competitividade de mercado, na equidade interna e no alinhamento aos nossos valores organizacionais. A remuneração fixa é definida a

partir de análises de mercado e do ranqueamento de cargos, com base na metodologia da *Towers Watson*, fundamentada no modelo *Global Grading System* (GGS). Essa abordagem assegura consistência nas faixas salariais, refletindo o nível de contribuição de cada função para os nossos resultados e garantindo coerência interna e aderência às melhores práticas.

A remuneração variável é aplicada, principalmente, ao time comercial, com base em metas mensais de desempenho. Já a política de bonificação, é aplicada anualmente de forma recorrente, de acordo com o atingimento de metas objetivas, mensuráveis e em conformidade com as práticas de mercado. Em casos de desligamento, sejam voluntários ou involuntários, seguimos rigorosamente a legislação trabalhista vigente, com respeito aos direitos e deveres de ambas as partes.

Para assegurar a integridade da remuneração executiva, adotamos um processo de avaliação estruturado, que equilibra os interesses dos investidores, nossos valores organizacionais e os princípios de conformidade. Todo esse processo é supervisionado por nosso Comitê de Remuneração, de caráter independente, que garante a transparência, a realização de revisões periódicas e os ajustes necessários com base em análises atualizadas de mercado.



Dentre os itens avaliados, trazemos os seguintes destaques:

**98 % dos respondentes**

dizem sentir que a empresa valoriza e promove a cultura de ética e integridade.

**98 % dos respondentes**

acreditam que a alta administração demonstra comprometimento com a integridade.

**97 % dos respondentes**

acreditam que a sua liderança sempre ou frequentemente promove um ambiente de respeito às políticas de *Compliance*.

**82 % dos respondentes**

se sentem confortáveis para relatar condutas antiéticas sem medo de retaliação por meio do Canal de Transparência

## Conduta Ética, Integridade e Compliance

GRI 3-3, 2-23, 2-26

Nosso Programa de Integridade é estruturado com base nas melhores práticas de mercado, incluindo a Lei 12.846/13 (Lei Anticorrupção Brasileira) e o Decreto 11.129/22, que a regulamenta. Esse arcabouço legal é complementado por um conjunto robusto de normativos internos, que inclui o Código de Conduta Ética e as políticas de Anticorrupção, Diligência de Terceiros, Doações e Patrocínios, Brindes, Presentes e Hospitalidades, Canal de Transparência, Conflito de Interesses, Intereração com Agentes Públicos, Gestão de Consequências e o próprio documento do Programa de Integridade.

Em 2024, realizamos uma pesquisa interna para avaliar a percepção sobre a maturidade e o grau de confiabilidade do nosso Programa de Integridade. A iniciativa foi conduzida no primeiro semestre e contou com a participação de 192 colaboradores, de diversas áreas e shoppings, abrangendo todas as nossas regionais.

## Código de Conduta Ética

GRI 2-16, 2-23, 2,24

Nosso [Código de Conduta Ética](#) expressa o comprometimento com o respeito mútuo, com os princípios éticos e legislações vigentes – principalmente as relacionadas a anticorrupção –, bem como com o combate ao assédio, a qualquer forma de discriminação, e ao trabalho escravo. Esses princípios são reforçados pela Política de Diversidade e Inclusão, que promove os direitos humanos, a igualdade de tratamento e o equilíbrio entre vida pessoal e profissional em toda a companhia.

Esses compromissos éticos se estendem a todos os *stakeholders*. Para garantir transparência, divulgamos amplamente nossos materiais por meio da intranet, vídeos, comunicados, redes sociais, site e documentos institucionais.

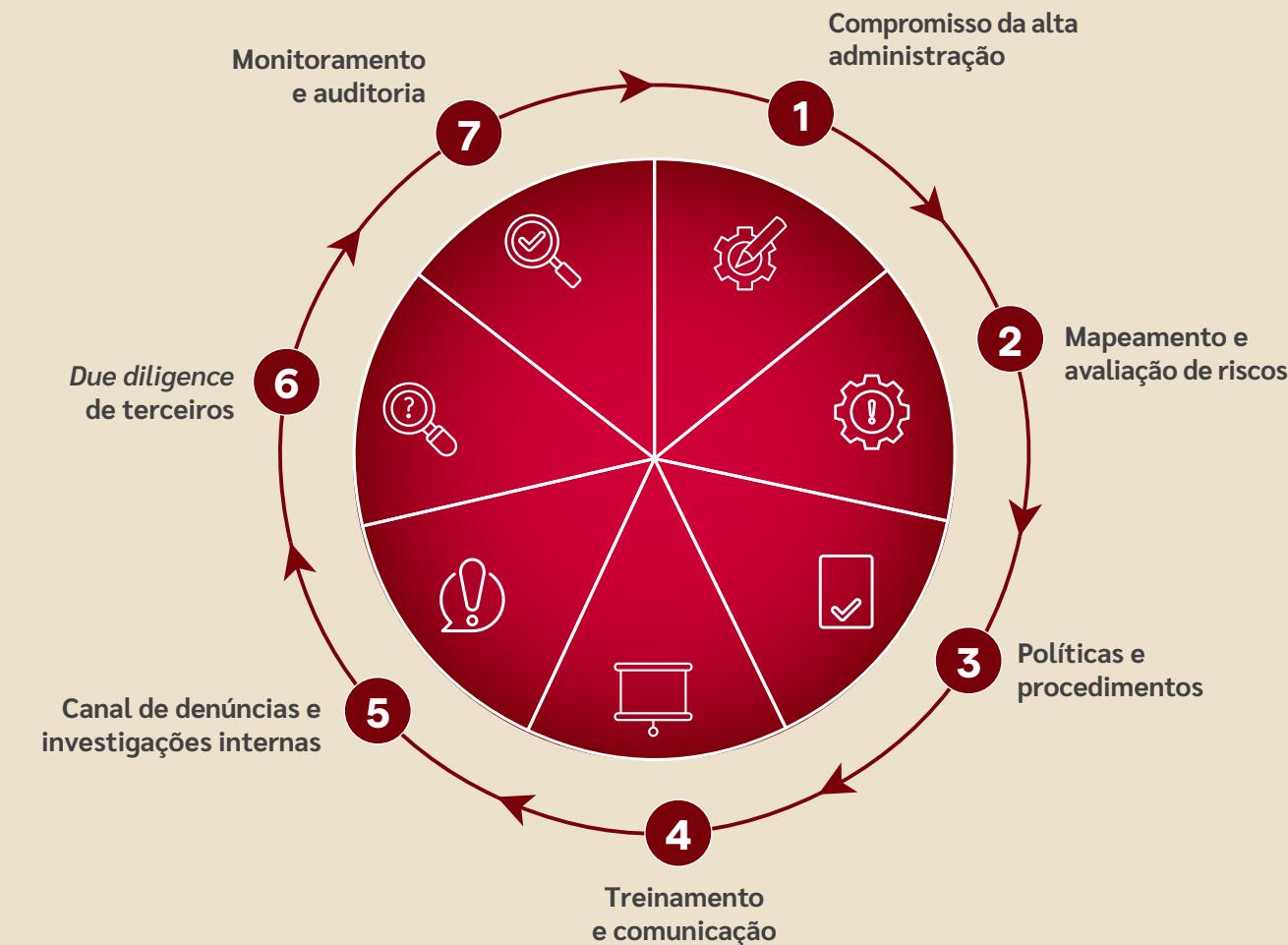
A adesão ao Código é obrigatória na contratação de colaboradores e é renovada anualmente nos treinamentos obrigatórios de *Compliance na UAI*, nossa universidade corporativa. Terceiros também se comprometem por meio de cláusulas contratuais anticorrupção e de conduta ética.

Contamos com uma governança que define metas, responsabilidades e garante a prestação de contas. Disponibilizamos cursos e treinamentos na universidade corporativa (UAI), adotamos *due diligence* rigorosa na seleção de parceiros, prevemos cláusulas específicas em contratos, realizamos auditorias e monitoramento, além de manter canais seguros para o reporte de irregularidades.

As políticas da companhia, como o Código de Conduta Ética e a Política Anticorrupção, estão disponíveis ao público no site institucional.

**O Programa de Integridade atua com foco em três frentes principais: prevenção, detecção e remediação.**

## Pilares do Programa de Integridade



## Treinamentos

GRI 2-16, 2-17, 2-24

Promovemos treinamentos obrigatórios anuais a todos os colaboradores por meio da plataforma UAI, abordando temas como *Compliance*, Proteção de Dados Pessoais e Segurança da Informação.

A alta liderança e as gerências seniores participam de forma ativa desses processos. Também realizamos, de forma periódica, reuniões do Comitê de ESG, espaço dedicado ao debate de temas estratégicos e à promoção de momentos formativos, assegurando um entendimento comum sobre as diretrizes e prioridades da companhia no campo da ética, integridade e sustentabilidade.

Todos os colaboradores e membros da alta administração são comunicados sobre os treinamentos obrigatórios de *Compliance*. Em 2024, alcançamos 99% de adesão ao treinamento, incluindo membros do Comitê de Ética. Os dados são monitorados por unidade (shoppings) e, consequentemente, por região, embora não estejam estratificados por função.

## Conflitos de Interesses

GRI 2-15

Adotamos uma Política de Conflito de Interesses com procedimentos claros, revisões periódicas e ações contínuas de treinamento e comunicação interna. Todos os colaboradores preenchem a declaração de conflito no momento da contratação, com renova-



ção anual durante a participação dos treinamentos, incluindo os membros da alta liderança. Mantemos a transparência com nossos stakeholders sobre eventuais situações de conflito, reforçando a integridade das nossas práticas de governança.

Casos de conflito de interesses considerados mais sensíveis são avaliados diretamente pelo Comitê de Ética, assegurando o isolamento das partes envolvidas e o registro formal das decisões. Em 2024, foram realizadas quatro reuniões ordinárias do Comitê, com pautas que incluíram atualização de políticas, treinamentos, doações e patrocínios, panorama do canal de denúncias, conflitos de interesse e auditorias.

## Gestão de Riscos

GRI 2-12

Na Ancar, possuímos uma abordagem estruturada e integrada para a gestão de riscos, com foco em prevenção, integridade e responsabilização. Nossos riscos estão organizados em cinco categorias:

- **Riscos estratégicos** – impactam principalmente nas oportunidades de investimento e na criação de valor da empresa;
- **Riscos financeiros** – impactam na valoração de investimentos, na estrutura de capital e nos ativos da empresa;

- **Riscos operacionais** – ameaçam, alteram ou afetam o padrão de qualidade estabelecido pela organização;
- **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;
- **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.

## Canal de Transparência e Estratégias de Prevenção

GRI 2-25, 205-1, 205-2

Nossas Políticas do Canal de Transparência e de Gestão de Consequências formalizam a responsabilidade da companhia com a apuração de denúncias e a correção de falhas, assegurando a transparência dos processos e a integridade das relações.

O Canal de Transparência, operado por empresa independente, é voltado ao recebimento de denúncias relacionadas a violações ao Código de Conduta Ética. A apuração das queixas é conduzida pela área de Riscos e Compliance, com o apoio das áreas de

Recursos Humanos e Operações, sendo monitorada pelo Comitê de Ética, que supervisiona a eficácia das medidas adotadas com base nos SLAs definidos em política interna.

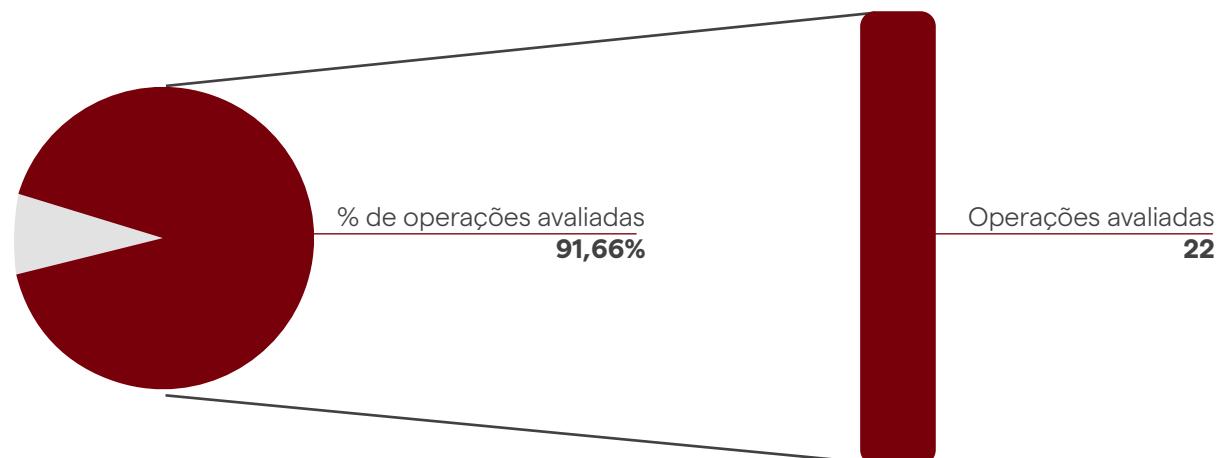
Como parte da estratégia preventiva, realizamos ações contínuas de comunicação e capacitação. Além disso, a área de Riscos e Compliance está disponível para apoio aos colaboradores por e-mail, sistema de chamados, chat corporativo e atendimento presencial. Em 2024, aplicamos a Pesquisa de Maturidade

do Programa de Integridade, com 192 participantes. Os resultados mostraram que 98% dos respondentes percebem que a empresa valoriza a ética e 82% se sentem seguros para relatar condutas antiéticas pelo Canal de Transparência.

Todos os contratos com terceiros incluem cláusulas anticorrupção e exigem a adesão formal ao Código de Conduta Ética da Ancar, demonstrando a exigência de padrões elevados de integridade também na cadeia de valor.

Em relação à prevenção de corrupção, seguimos a Política de Diligência de Terceiros, que exige a operações sob nossa gestão (com exceção de PSB e Interlagos), são avaliados riscos como favorecimento em concorrências internas, relação com fornecedores de reputação duvidosa, interação com agentes públicos e vínculos com ex-agentes em serviços técnicos e jurídicos.

### Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção – GRI 205-2



**Nota:** Realizamos a gestão de riscos de 22 ativos. Não realizamos a gestão de 2 empreendimentos (Parque Shopping Bahia e Interlagos).

### Número e percentual de empregados que foram comunicados e capacitados sobre políticas e procedimentos de combate à corrupção, por região – GRI 205-2

Localização	Total de empregados	Total de empregados que foram comunicados	Percentual de empregados que foram comunicados
HOLDING	331	331	100%
Nordeste	271	258	95,20%
Estado do Rio de Janeiro	275	275	100%
Centro-oeste	293	293	100%
Estado de São Paulo	267	266	99,60%

# Capital Financeiro

GRI 201-1, 201-4, 203-2, 207-1, 207-2, 207-3, 207-4

## Cenário e Resultados 2024

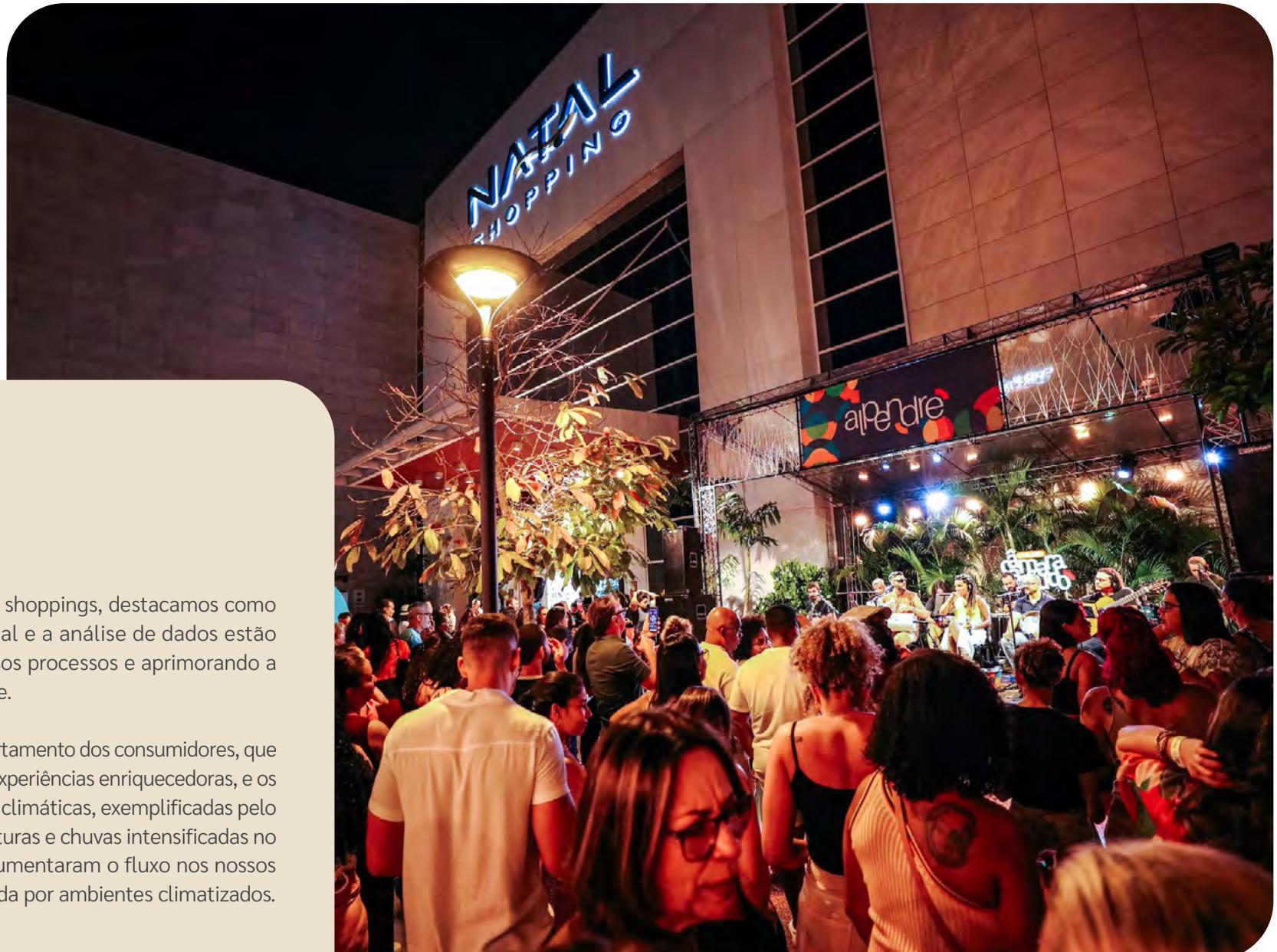
Em 2024, enfrentamos um cenário de intensas transformações no setor de *shopping centers* e varejo. A crescente demanda por transparência e responsabilidade corporativa nos motivou a realizar a 1ª Semana ESG 2024, onde debatemos temas relevantes – como o mercado de carbono, *compliance* e práticas sustentáveis.

### Contexto do Mercado

Observamos uma transformação impulsionada pela inovação e tecnologia. Em eventos regionais reali-

zados em alguns dos shoppings, destacamos como a inteligência artificial e a análise de dados estão digitalizando os nossos processos e aprimorando a experiência do cliente.

A mudança no comportamento dos consumidores, que passaram a valorizar experiências enriquecedoras, e os efeitos das mudanças climáticas, exemplificadas pelo aumento de temperaturas e chuvas intensificadas no Rio Grande do Sul, aumentaram o fluxo nos nossos shoppings e a demanda por ambientes climatizados.





No contexto econômico, fatores como inflação, variações nas taxas de juros e o poder de compra impuseram desafios que exigiram uma gestão estratégica e adaptativa para manter nossa performance financeira. Nossa robustez financeira foi reforçada pelo baixo endividamento e pela estrutura de *joint venture* estabelecida entre a Ancar e nossos sócios canadenses e brasileiros, como a atual Caisse de dépôt et placement du Québec (CDPQ), proporcionando investimento em projetos sem dependência de financiamentos externos, o que possibilita captação de recursos com maior eficiência.

## Resultados Econômico-Financeiros

**GRI 201-1**

Em 2024, alcançamos a melhor taxa de ocupação dos últimos 10 anos, atingindo 96,1%, com um índice de inadimplência líquida abaixo de 1%.

Nossa plataforma de shoppings atingiu o resultado de R\$ 19,5 bilhões em vendas e mais de 200 milhões de visitas anuais.

## Impactos Econômicos Indiretos Significativos

GRI 203-2

Nossos investimentos têm gerado impactos indiretos relevantes para as comunidades e economias locais, como a criação de empregos indiretos, o fomento ao desenvolvimento de fornecedores, o incentivo à inovação tecnológica, a valorização imobiliária e o aumento da arrecadação dos municípios.

Ademais, os espaços de experiências – batizados com nomes que exaltam a identidade cultural brasileira, como Quintal, Varanda, Rua, Terraço, Alpendre e Jardim – reforçam o laço afetivo entre os shoppings e os seus frequentadores, impulsionando o crescimento orgânico e a atratividade dos empreendimentos.

Em relação às prioridades dos stakeholders, destacam-se como impactos significativos:

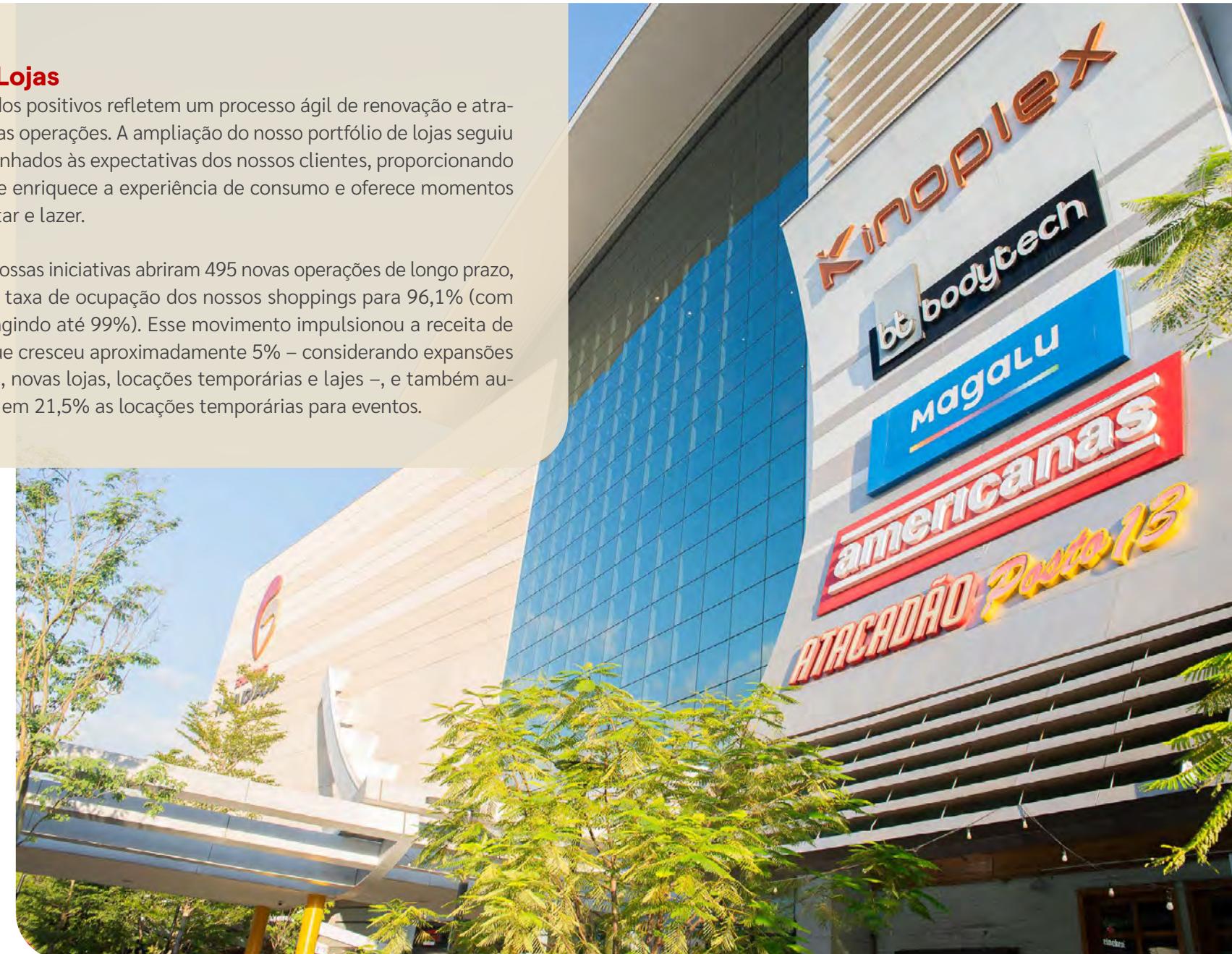
- **Dependência econômica da comunidade local** – evidencia a relevância dos nossos investimentos para o desenvolvimento regional;
- **Exploração de recursos naturais** – reforça a necessidade de práticas sustentáveis;
- **Impactos significativos no tráfego e infraestrutura** – considera a importância da mobilidade urbana para o acesso aos empreendimentos.

Aspectos como poluição ambiental, perda de empregos, desvalorização imobiliária, prejuízos à saúde pública, degradação cultural e utilização de água em áreas de estresse hídrico foram avaliados com impactos baixos ou razoáveis.

### Mix de Lojas

Os resultados positivos refletem um processo ágil de renovação e atração de novas operações. A ampliação do nosso portfólio de lojas seguiu critérios alinhados às expectativas dos nossos clientes, proporcionando um mix que enriquece a experiência de consumo e oferece momentos de bem-estar e lazer.

Em 2024, nossas iniciativas abriram 495 novas operações de longo prazo, elevando a taxa de ocupação dos nossos shoppings para 96,1% (com alguns atingindo até 99%). Esse movimento impulsionou a receita de locação, que cresceu aproximadamente 5% – considerando expansões de espaços, novas lojas, locações temporárias e lajes –, e também aumentamos em 21,5% as locações temporárias para eventos.



## Apoio Financeiro e Abordagem Tributária

GRI 201-4, 207-1

Durante o período, não recebemos apoio financeiro do governo, mas usufruímos dos benefícios proporcionados pela Lei do Bem, que possibilita a redução do Imposto de Renda e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido por meio dos nossos investimentos em inovação tecnológica.

Nossa estratégia fiscal baseia-se em análises históricas e projeções dos resultados, permitindo-nos definir os regimes tributários mais adequados para otimizar nossa eficiência. As alterações são aprovadas pela Diretoria Executiva e revisadas semestralmente, ou sempre que surgirem oportunidades decorrentes de reorganizações societárias.

**Temos um processo de conformidade pautado pelo Código de Conduta Ética da companhia e alinhado aos objetivos de negócio e ao desenvolvimento sustentável.**

Nosso processo de conformidade, pautado pelo Código de Conduta Ética, está alinhado aos objetivos de negócio e ao desenvolvimento sustentável, mediante constantes análises dos impactos financeiros, identificação de oportunidades e riscos e ajustes nas políticas e procedimentos.

### Desafios da Reforma Tributária e Governança

A reforma tributária representa um grande desafio, pois direciona nossos investimentos em Capex e impacta diversos aspectos do negócio. A ausência de regulamentação completa dificulta o planejamento orçamentário e operacional.



## Estrutura de Governança e Controle Fiscal

GRI 207-1, 207-2, 207-3, 207-4

Na Ancar, adotamos uma abordagem integrada à governança, nos processos de negócios e no controle tributário, essencial para manter a robustez econômica e financeira que marcou nosso desempenho em 2024. Essa integração à estrutura organizacional conta com participação direta da alta administração, com a inclusão da pauta fiscal nos processos de negócios, monitoramento contínuo dos riscos, implementação de políticas internas de conformidade e planos de sucessão bem definidos.

A Diretoria Executiva assegura a conformidade com nossa estratégia fiscal, alinhando as práticas tributárias aos princípios éticos, legais e estratégicos da companhia. Todas as entidades incluídas em nossos registros públicos financeiros são consideradas residentes fiscais exclusivamente no Brasil.

Identificamos e gerimos os riscos fiscais com base em uma análise estruturada da organização, do cumprimento da legislação vigente, da realização de auditorias internas em empresas-chave do grupo e da ava-

liação criteriosa de transações e parcerias estratégicas.

Submetemos os conteúdos fiscais a auditorias externas conduzidas por empresas independentes, garantindo análise técnica e documental rigorosa. Os resultados dessas auditorias são formalizados em relatórios que atestam a transparência e a conformidade de nossas obrigações tributárias — práticas essenciais para garantir a integridade dos nossos CNPJs.

### Engajamento de Stakeholders na Gestão Fiscal

Nosso relacionamento com stakeholders é pautado pela cooperação proativa, transparência fiscal e aderência a regulamentos. Adotamos diretrizes claras para o relacionamento com autoridades fiscais, participamos de grupos de interesse e associações setoriais e atuamos no monitoramento regulatório, com apoio de consultorias especializadas.

A abordagem para ações de advocacy inclui a participação em grupos de interesse e associações setoriais,

benefícios fiscais para investimentos sustentáveis e iniciativas de responsabilidade social corporativa.

A escuta ativa dos stakeholders é conduzida por meio de pesquisas com consultorias independentes, reuniões de diálogo com públicos estratégicos e mecanismos formais de denúncia. A comunicação com os investidores é estruturada por meio de relatórios gerenciais padronizados enviados mensalmente, além de reuniões trimestrais com investidores institucionais.

### Mecanismos para Relato de Preocupações Éticas ou Ilícitas

Incentivamos um ambiente organizacional pautado por valores sólidos e comportamento responsável. Nosso Canal de Transparência oferece um meio seguro e confidencial para denúncias de condutas inadequadas, inclusive aquelas relacionadas a questões fiscais. Além disso, promovemos uma cultura de diálogo aberto e investimos constantemente na formação de colaboradores em temas relacionados à integridade corporativa.



# Capital Humano

GRI 3-3, 2-7, 2-8, 2-30, 401-1, 401-2, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 406-1, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10

## Gestão de Pessoas

Transformar nosso valor “Gente que gosta de gente” em ações concretas tem sido uma prática contínua na construção de um ambiente acolhedor, seguro e colaborativo para todos os nossos colaboradores. Por meio de uma gestão descentralizada, baseada na autonomia compartilhada, colocamos as pessoas no centro das nossas decisões.

Esse esforço contínuo foi mais uma vez reconhecido nacionalmente: em 2024, fomos eleitos a 51ª Melhor Empresa para Trabalhar no Brasil no ranking do Great Place to Work (GPTW), além de sermos reconhecidos como a segunda Melhor Empresa de Varejo do país. Tais resultados refletem o trabalho conjunto de todos os nossos empreendimentos e reafirmam a força da nossa cultura organizacional.



# NOSSOS Colaboradores

GRI 2-7, 2-8, 2-30, 401-1

Encerramos o ano de 2024 com um total de 4.037 profissionais atuando em nossa holding e rede de shoppings, sendo 1.502 colaboradores efetivos, 2.425 colaboradores terceirizados e 110 colaboradores temporários, entre os quais se incluem 61 aprendizes e 49 estagiários.

Com o propósito de fortalecer nossa comunicação interna e promover maior integração entre os times, ampliamos o uso da *Plataforma Mundo Ancar*, que se consolidou como nosso principal canal corporativo de comunicação. Por meio dela, centralizamos informações relevantes e garantimos acesso democrático a conteúdos institucionais, políticas, processos e sistemas, organizados por unidades e shoppings.

A plataforma nos permite segmentar públicos, acompanhar métricas e indicadores de desempenho (KPIs)

e avaliar a efetividade das comunicações. Além disso, ela se tornou um espaço ativo de engajamento, com funcionalidades de interação como curtidas e comentários, disponível em versões web e aplicativo, o que facilita o acesso em diferentes formatos.

Com a evolução do *Mundo Ancar*, lançamos o **Hub do Colaborador**, que complementa nosso ecossistema de comunicação e engajamento. Essa iniciativa reúne, em um único ambiente, funcionalidades que estimulam o protagonismo dos nossos times e permitem: acompanhar metas individuais e coletivas, consultar agendas de eventos e aniversariantes, além de acessar um canal direto com a nossa diretoria. Criamos, assim, um espaço colaborativo que conecta nossos colaboradores aos objetivos estratégicos da companhia, promovendo maior senso de pertencimento.

Tivemos 93% dos colaboradores engajados, com cerca de 266.375 acessos na plataforma em dias úteis, totalizando uma média de 1.200 acessos por dia.

## Número total de empregados por gênero<sup>1 2 3</sup>

GRI 2-7

1.612

898

Masculino

714

Feminino

Total

**Nota:** Outros zero.

**Nota 1:** Utilizamos a metodologia de contagem direta, ou seja, contabilizando todos os empregados registrados em tempo integral e parcial. – **GRI 2-7, 2-8**

**Nota 2:** Os números relatados referem-se a dados contemplados ao término do período de relato. Dados retirados dos sistemas de folha de pagamento. – **GRI 2-7**

**Nota 3:** 78,85% dos 1.612 colaboradores estão cobertos por acordos de negociação coletiva. Para os demais (estagiários e aprendizes), adotamos as mesmas condições previstas nesses acordos. – **GRI 2-7, 2-8**

## Número total de empregados por região<sup>1,2,3</sup>

GRI 2-7



**Nota 1:** Utilizamos a metodologia de contagem direta, ou seja, contabilizando todos os empregados registrados em tempo integral e parcial. – **GRI 2-7, 2-8**

**Nota 2:** Os números relatados referem-se a dados contemplados ao término do período de relato. Dados retirados dos sistemas de folha de pagamento. – **GRI 2-7**

**Nota 3:** 78,85% dos 1.612 colaboradores estão cobertos por acordos de negociação coletiva. Para os demais (estagiários e aprendizes), adotamos as mesmas condições previstas nesses acordos. – **GRI 2-7, 2-8**

## Número total de empregados discriminado por tipo de emprego e gênero – GRI 2-7

	Empregados permanentes	Empregados temporários	Empregados em tempo integral	Empregados de período parcial
Feminino	649	65	584	130
Masculino	853	45	584	314
<b>Total</b>	<b>1.502</b>	<b>110</b>	<b>1.168</b>	<b>444</b>
<b>Total geral</b>	<b>1.612</b>		<b>1.612</b>	

**Nota:** Pela legislação brasileira existe uma carga de trabalho determinada em contrato, por isso todos os empregados são divididos entre as categorias de carga horária integral ou parcial.

## Número total de empregados discriminado por tipo de emprego e região – GRI 2-7

	Sudeste	Nordeste	Centro-Oeste	Norte	Sul	Total
Empregados permanentes	951	259	224	68	0	<b>1.502</b>
Empregados temporários <sup>4</sup>	48	45	17	0	0	<b>110</b>
Empregados sem garantia de carga horária	194	44	21	8	0	<b>267</b>
Empregados em tempo integral	609	134	134	24	0	<b>901</b>
Empregados de período parcial	196	126	86	36	0	<b>444</b>
<b>Total Geral</b>	<b>999</b>	<b>304</b>	<b>241</b>	<b>68</b>	<b>0</b>	<b>1.612</b>

**Nota 1:** Utilizamos a metodologia de contagem direta, ou seja, contabilizando todos os empregados registrados em tempo integral e parcial. – **GRI 2-7, 2-8**

**Nota 2:** Os números relatados referem-se a dados contemplados ao término do período de relato. Dados retirados dos sistemas de folha de pagamento. – **GRI 2-7**

**Nota 3:** 78,85% dos 1.612 colaboradores estão cobertos por acordos de negociação coletiva. Para os demais (estagiários e aprendizes), adotamos as mesmas condições previstas nesses acordos. – **GRI 2-7, 2-8**

**Nota 4:** Aprendizes e Estagiários foram contemplados pelo grupo de “empregados temporários”. Em 2024, nosso quadro funcional somou 61 Aprendizes e 49 Estagiários. – **GRI 2-7, 2-8**

**Nota 5:** Os dados apresentados neste indicador referem-se exclusivamente ao número de colaboradores sob gestão direta da área de Recursos Humanos da Ancar. Este número pode divergir do dado incluído em indicadores econômicos, pois estes se baseiam em informações financeiras apenas dos empreendimentos nos quais a Ancar detém participação societária. – **GRI 2-7**

# Diversidade Inclusão e Equidade

**GRI 401-1, 405-1, 406-1**

A diversidade é parte essencial da nossa cultura organizacional e está profundamente enraizada no nosso jeito de ser e agir, orientada por valores que cultivamos desde nossa fundação, como o princípio *“Gente que gosta de gente”*.

Nosso objetivo é construir uma cultura genuinamente inclusiva e inspiradora, em que todas as pessoas contribuam para um ambiente plural e acolhedor. Em 2024, realizamos mais uma edição do nosso Censo de Diversidade, uma ferramenta fundamental para monitorar nosso progresso e identificar oportunidades de melhoria. Os resultados revelaram que a presença de mulheres na Ancar representa 41,03% e que 52% do nosso quadro geral de colaboradores se autodeclararam negros.

Como signatários do Pacto Global da ONU e alinhados à Agenda 2030, estabelecemos metas que funcionam como diretrizes para nosso avanço contínuo. Elas orientam o nosso compromisso em promover uma transformação cultural sólida e duradoura.

Em 2024, avançamos com a consolidação do nosso Comitê de Diversidade, que atua de forma transversal na empresa, conectando áreas e impulsionando iniciativas estruturantes. Mantivemos o programa de estágio com foco em vagas afirmativas e estamos desenvolvendo um plano tático para ampliar a contratação de mulheres, pessoas negras e pessoas da Comunidade LGBTQIAPN+, com atenção especial à ocupação de posições de liderança.

**Em 2024, 35% das vagas do Programa de Estágio foram destinadas para pessoas pretas e pardas.**



**Percentual de empregados por categoria funcional em cada uma das seguintes categorias de diversidade – GRI 405-1**

	Administrativo	C-level	Liderança	Operacional	Tático
<b>Percentual de empregados por gênero (%)</b>					
Masculino	39,39	72,97	52,17	67,62	80,90
Feminino	60,61	27,03	47,83	32,38	19,10
<b>Percentual de empregados por faixa etária (%)</b>					
Abaixo de 30 anos	44,89	0,00	3,04	21,59	15,08
De 30 a 50 anos	52,21	51,35	86,52	53,97	72,86
Acima de 50 anos	2,90	48,65	10,43	24,44	12,06
<b>Percentual de empregados por cor/raça (%)</b>					
Amarela	0,80	2,70	1,35	2,11	1,08
Branca	43,68	83,78	58,11	27,37	25,27
Indígena	0,80	0,00	0,00	0,00	0,54
Parda	43,68	13,51	34,68	54,21	53,23
Preta	11,04	0,00	5,86	16,32	19,89
<b>Percentual de empregados, por outros grupos vulneráveis (%)</b>					
Pessoa com Deficiência (PcD)	0,26	0,00	0,00	0,20	0,00

**Nota:** Com relação ao público LGBTQIA+, o censo mais atual foi realizado em 2025, e seus resultados serão relatados no próximo relatório.

**Novas contratações e rotatividade de empregado – GRI 401-1**

	Número total de novos funcionários contratados	Taxa de novas contratações (%)	Número total de funcionários desligados	Taxa de rotatividade (%)
<b>Gênero</b>				
Masculino	191	21,27	206	22,94
Feminino	193	27,03	229	32,07
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>23,82</b>	<b>435</b>	<b>26,99</b>
<b>Grupo Etário</b>				
Abaixo de 30 anos	216	49,43	201	46,00
Entre 30 e 50 anos	161	16,60	208	21,44
Acima de 50 anos	7	3,41	26	12,68
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>23,82</b>	<b>435</b>	<b>26,99</b>
<b>Região</b>				
Sudeste	227	22,72	263	26,33
Nordeste	105	34,54	94	30,92
Centro-Oeste	38	15,77	57	23,65
Norte	14	20,59	21	30,88
Sul	0	0,00	0	0,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>23,82</b>	<b>435</b>	<b>26,99</b>

# Atração, Desenvolvimento e Retenção de Talentos

**GRI 3-3, 404-1, 404-2, 404-3**

Em 2024, mantivemos o comprometimento com o desenvolvimento contínuo das pessoas ao introduzirmos novas ferramentas, metodologias e programas de formação que ampliaram as oportunidades de aprendizado e crescimento dentro da organização.

Implantamos a plataforma **Qulture.Rocks**, voltada à gestão de performance e desenvolvimento dos colaboradores. Além do treinamento para o uso da ferramenta, também promovemos o desdobramento do novo modelo de competências da Ancar, o *Jeito de Ser Ancar*, que norteia comportamentos alinhados à nossa cultura. **GRI 404-2**

Entre os meses de junho e julho, realizamos o **Ciclo de Carreira e Sucessão**, aplicando a metodologia **9Box** a todas as posições da empresa, incluindo ana-

listas, supervisores, consultores, coordenadores, gestores, gerentes, superintendentes, *heads*, regionais e diretores. A iniciativa garantiu uma visão abrangente sobre o potencial de talentos e os caminhos de desenvolvimento profissional.

Em outubro de 2024, lançamos o **Conexão Ancar**, uma nova jornada de *onboarding* estruturada para acolher e integrar novos colaboradores de forma mais eficiente e alinhada à cultura da companhia.

Ao longo do ano, promovemos a **Semana da Tecnologia** e a **Semana da Diversidade e Inclusão**, com uma programação aberta a todos os colaboradores, abordando temas atuais e relevantes por meio de palestras, fóruns e treinamentos.

Como resultado do nosso foco em crescimento interno, alcançamos um aumento de 9% na percepção de oportunidades de desenvolvimento entre 2021 e 2024, e movimentamos 80% dos colaboradores mapeados como talentos.

## Semana da Tecnologia

Entre os dias 17 e 21 de junho de 2024, realizamos a Semana da Tecnologia, evento online que reuniu mais de 400 participantes simultâneos em uma jornada de atualização e aprendizado sobre tendências e ferramentas digitais. A programação foi composta por workshops e palestras voltadas ao uso consciente e produtivo da tecnologia no cotidiano pessoal e profissional.



### **Dia 1 – Segurança Digital**

Palestra sobre proteção de dados e prevenção de golpes, com participação de um especialista em cibersegurança, conhecido como “hacker do bem”.



### **Dia 2 – Criação de Aplicativos (No Code)**

Apresentação de ferramentas para desenvolvimento de aplicativos sem necessidade de programação, incentivando a inovação acessível.



### **Dia 3 – Inteligência Artificial na Rotina**

Demonstração de como a IA pode ser aplicada para aumentar a produtividade e facilitar tarefas do dia a dia.



### **Dias 4 e 5 – Ferramentas Google**

Treinamentos sobre Gmail, Calendar, Chat, Spaces e Search (Dia 4), e Google Drive, Planilhas, Slides, Documentos, Formulários e Keep (Dia 5), com foco em ganho de eficiência e colaboração.



## Semana da Diversidade e Inclusão

GRI 3-3

Em setembro de 2024, realizamos a primeira Semana da Diversidade e Inclusão da Ancar, com o tema “Celebrando a Diversidade: Um Compromisso com a Inclusão!” que teve o objetivo de sensibilizar, engajar e educar nossos colaboradores sobre a importância de construir um ambiente de trabalho mais diverso, inclusivo e respeitoso.

### Principais ações

- **Abertura institucional** – O evento foi inaugurado com um podcast especial com Marcelo Carvalho, Copresidente da Ancar, que refletiu sobre o papel da diversidade e inclusão na construção de futuros mais equitativos;
- **Palestras com especialistas** – Convidamos nomes como Nathalia Fernandes, Douglas Matera e Adriely Cândido, que compartilharam experiências e boas práticas sobre a valorização das diferenças e a construção de ambientes mais representativos;
- **Trilha de aprendizagem na UAI** – A Universidade Corporativa da Ancar disponibilizou uma trilha exclusiva sobre diversidade, promovendo a capacitação contínua dos colaboradores com conteúdos educativos e aprofundados;
- **Exposição de afro empreendedores** – Promovemos a primeira exposição de afro empreendedores no escritório corporativo, reconhecendo o protagonismo de profissionais negros e fortalecendo o viés empreendedor. A iniciativa foi articulada pelo grupo de afinidade Raízes, integrante do nosso Comitê de Diversidade e Inclusão.

## UAI Colaborador

GRI 404-2

Nosso principal ecossistema de desenvolvimento, chamado UAI Colaborador, consolidou-se como uma plataforma de aprendizagem robusta e estratégica. Em 2024, registramos mais de 24 mil horas de treinamento, com uma média de 14 horas por colaborador. Os conteúdos mais acessados abordaram temas como Governança Corporativa (políticas e segurança), Cultura Ancar (valores, competências e o Jeito de Ser), Diversidade e Liderança.

A plataforma UAI Colaborador também atuou de forma decisiva no apoio às pautas de diversidade, oferecendo conteúdos específicos sobre raça, gênero, pessoas com deficiência e população LGBTQIAPN+. Com o suporte de consultorias especializadas e a atuação ativa de comitês e grupos de trabalho, promovemos um ambiente de aprendizado contínuo, colaborativo e alinhado às nossas diretrizes estratégicas.

**Média de horas de capacitação realizada pelos empregados da organização durante o período coberto pelo relatório, discriminada por gênero – GRI 404-1**

Gênero	Número total de empregados por gênero	Número total de horas de capacitação oferecida a empregados, por gênero	Média de horas de capacitação por gênero
Masculino	898	11.242,00	12,52
Feminino	714	13.054,00	18,28
<b>Total</b>	<b>1.612</b>	<b>24.296,00</b>	<b>15,07</b>

**Média de horas de capacitação realizada pelos empregados da organização durante o período coberto pelo relatório, discriminada por categoria funcional**

Categoria funcional	Número total de empregados por categoria funcional	Número total de horas de capacitação oferecida a cada categoria funcional	Média de horas de capacitação por categoria funcional
Administrativo	655	11.313,00	17,27
C-level	37	288,00	7,78
Liderança	230	3.339,00	14,52
Operacional	491	5.392,00	10,98
Tático	199	3.964,00	19,92
<b>Total</b>	<b>1.612</b>	<b>24.296,00</b>	<b>15,07</b>

**Percentual do total de empregados, discriminados por gênero e categoria funcional, que receberam avaliação regular de desempenho e de desenvolvimento de carreira durante o período coberto pelo relatório – GRI 404-3**

Categoria Funcional	Número de empregados que receberam avaliação regular de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Número total de empregados	Percentual do total de empregados que receberam avaliação regular de desempenho e de desenvolvimento de carreira, por categoria funcional
Administrativo	611	655	0,9328
C-level	36	37	0,973
Liderança	211	230	0,9174
Operacional	346	491	0,7047
Tático	189	199	0,9497
<b>Total</b>	<b>1.393</b>	<b>1.612</b>	<b>0,8641</b>

Gênero	Número de empregados que receberam avaliação regular de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Número total de empregados	Percentual do total de empregados que receberam avaliação regular de desempenho e de desenvolvimento de carreira, por gênero
Masculino	755	898	0,8408
Feminino	638	714	0,8936
<b>Total</b>	<b>1.393</b>	<b>1.612</b>	<b>1,7344</b>

# Saúde, Bem-Estar e Segurança

GRI 3-3, 403-6

Priorizamos o cuidado integral dos nossos colaboradores e suas famílias por meio da promoção de uma cultura de equilíbrio, saúde e bem-estar, com foco na melhoria contínua da qualidade de vida. Desde 2023, fortalecemos essa jornada com o lançamento do **VIDA ATIVA – Programa de Bem-Estar Ancar**, que contempla ações voltadas às dimensões física, mental e social. Para consolidar essa iniciativa, adotamos um conjunto de benefícios e práticas que vêm sendo ampliados progressivamente, com base nos pilares estruturantes do programa.

## Mental

Promover o equilíbrio emocional dos colaboradores e fornecer suporte psicológico.

## Físico

Promover a boa forma e prevenção de doenças através de programas com incentivo a hábitos saudáveis.

## Social

Incentiva relações sociais positivas no ambiente de trabalho, fortalecendo o senso de comunidade com eventos sociais e programas de integração.



# Benefícios aos Colaboradores

GRI 401-1



## Benefícios Assistenciais e de Saúde

- **Plano de Saúde** – oferecido a colaboradores e dependentes diretos em regime integral, parcial e temporário;
- **Plano Odontológico** – oferecido a colaboradores e dependentes diretos em regime integral, parcial e temporário;
- **Telemedicina** – atendimento médico remoto para maior conveniência e agilidade.
- **Seguro de Vida** – oferece assistência em casos de morte ou acidente que ocasiona invalidez permanente;
- **Vale Farmácia** – auxílio para aquisição de medicamentos vinculados a telemedicina.



## Benefícios Alimentares

- **Vale Alimentação/Refeição Alelo** – concedido mensalmente a todos os colaboradores;
- **Recarga Extra de Alelo** – benefício adicional no mês do nascimento do dependente direto;
- **Manutenção da Recarga Alelo** – durante o período de licença-maternidade.



## Licenças e Incentivos Familiares

- **Licença-Maternidade Estendida** – 180 dias;
- **Licença-Paternidade** – concedida conforme previsto em política interna e legislação;
- **Programa Florescer** – conjunto de iniciativas voltadas à parentalidade ativa e saudável.



## Bem-estar e Qualidade de Vida

- **Gympass** – acesso a academias e atividades físicas diversas;
- **Radarfit** – hub de bem-estar com foco em hidratação, alimentação, atividade física e *mindfulness*;
- **Zenklub** – plataforma de apoio psicológico com sessões de terapia on-line, diário emocional e conteúdo de saúde mental;
- **Day Off de Aniversário** – folga remunerada no dia do aniversário do colaborador.



## Desenvolvimento e Reconhecimento

- **Universidade Corporativa** – capacitação contínua e desenvolvimento profissional;
- **Participação nos Resultados (PLR)** – concedida a todos os colaboradores, exceto estagiários.



## Educação Financeira

- **Consultoria Pilla Poupe** – acesso ao aplicativo de educação financeira com soluções personalizadas para gestão de finanças pessoais.



# Qualidade e Segurança do Serviço

GRI 3-3, 403-1, 403-6, 403-8

## Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional

Na Ancar, possuímos um Sistema Integrado de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional, que abrange 84,34% da força de trabalho da companhia, considerando os colaboradores próprios. O sistema foi implementado em consonância com as legislações trabalhistas, convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), Código Civil, Código Penal, acordos e convenções coletivas, regulamentações setoriais, requisitos de licenciamento e autorizações, diretrizes do Ministério Público do Trabalho (MPT) e normas de fiscalização, inspeção e responsabilidade civil e criminal.

Nosso sistema segue as diretrizes das Normas Regulamentadoras (NRs) do Ministério do Trabalho e Emprego, e para garantir a efetividade e a conformidade das práticas em todas as unidades, contamos com o apoio de uma consultoria especializada em saúde e segurança do trabalho (SOU).

Realizamos visitas técnicas periódicas aos ambientes de trabalho com o objetivo de identificar e avaliar os riscos presentes, seja em atividades rotineiras ou não. Durante essas inspeções, aplicamos a hierarquia de controles, priorizando a eliminação dos perigos e, quando essa medida não é possível, adotando controles técnicos (como soluções de engenharia), administrativos e, por fim, utilizando Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) adequados.

Nossa equipe, altamente capacitada e constantemente treinada, participa de auditorias internas que asseguram a precisão das avaliações e a eficácia das medidas implementadas. Os resultados dessas análises são convertidos em indicadores de desempenho (KPIs), os quais permitem monitorar continuamente os riscos e identificar oportunidades para melhorias. Com base nesses indicadores, desenvolvemos e realizamos ações corretivas e preventivas, promovendo, assim, a evolução contínua de nosso sistema de gestão.

Quando ocorre um incidente, seguimos um processo estruturado de investigação que envolve a coleta de informações por meio de entrevistas com os envolvidos, inspeção detalhada do local e análise documental. Aplicamos metodologias como a análise de causa raiz para identificar os fatores que contribuíram para o ocorrido. Em seguida, definimos medidas corretivas com base na hierarquia de controles, com a eliminação dos riscos ou, quando necessário, com a adoção de controles técnicos, administrativos e o uso de EPIs. Esses dados são incorporados aos nossos KPIs, fortalecendo o processo de aprendizagem e a prevenção de novos incidentes.

Além disso, dispomos de um **Canal de Transparência (Compliance)**, destinado ao recebimento de relatos sigilosos e sensíveis, incluindo aqueles relacionados a perigos e riscos ocupacionais, o que demonstra nosso engajamento com a integridade, a segurança e a escuta ativa em todos os níveis da organização.

## Serviços de Saúde e Segurança Ocupacional Para Colaboradores

GRI 403-3

Na Ancar, temos o comprometimento de proteger a saúde e garantir a segurança de todos os nossos colaboradores, cumprimos rigorosamente as Normas Regulamentadoras (NRs) e promovemos uma cultura de prevenção de acidentes e bem-estar no ambiente de trabalho. Investimos continuamente em treinamentos, campanhas de conscientização e programas voltados ao equilíbrio entre vida profissional e pessoal.

Oferecemos uma série de serviços dedicados à saúde ocupacional, como exames médicos periódicos, treinamentos sobre segurança, campanhas de saúde e bem-estar, ações educativas em ergonomia e práticas preventivas. Nossos programas internos incluem iniciativas como controle de peso e nutrição, atividades físicas, promoção da saúde mental e bem-estar emocional, além da prevenção de doenças crônicas e campanhas específicas de combate ao câncer.

Além disso, firmamos parcerias com instituições de saúde e oferecemos suporte psicológico, acesso a plataformas digitais de saúde, horários de trabalho flexíveis, educação em saúde e reembolso de despesas médicas, ampliando o cuidado com o colaborador para além do ambiente corporativo.

## Participação, Comunicação e Capacitação em Saúde e Segurança

GRI 403-4, 403-5

A participação dos colaboradores nas questões relacionadas à saúde e segurança do trabalho ocorre por meio de representantes e comitês internos, especialmente as Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPA), presentes em todas as unidades. Essas comissões reúnem-se mensalmente e desempenham papel fundamental na identificação de perigos, avaliação de riscos e proposição de medidas preventivas.

Cabe à CIPA promover a conscientização sobre segurança, propor melhorias, acompanhar o cumprimento das metas do Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) e representar os trabalhadores nas discussões com a gestão. Em situações críticas, as comissões acionam as áreas responsáveis pela segurança corporativa, fortalecendo a integração entre os diferentes níveis da organização.

Os colaboradores também participam ativamente das avaliações técnicas anuais, auditorias e processos de identificação de riscos e situações de periculosidade.

Com foco na capacitação, realizamos treinamentos regulares como: integração de novos colaboradores, uso correto de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs), combate a incêndios, primeiros socorros e prevenção de emergências e riscos em áreas específicas. Treinamentos obrigatórios como o NR 10 (para atividades relacionadas a instalações elétricas) e o NR 33 (acesso a espaços confinados) também são oferecidos conforme a necessidade operacional.

Complementando esse esforço, realizamos anualmente a SIPAT – Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho, com atividades voltadas à promoção da saúde, segurança e qualidade de vida, garantindo a integridade física e mental de todos os que fazem parte da Ancar.



## Riscos e Acidentes de Trabalho

GRI 403-2, 403-7, 403-9, 403-10

Adotamos uma abordagem estruturada e integrada para prevenir e mitigar riscos ocupacionais no ambiente de trabalho. Para isso, avaliamos riscos em nossas operações, produtos, serviços e relações de negócios, utilizando metodologias reconhecidas de gerenciamento de riscos e em conformidade com as Normas Regulamentadoras (NRs) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

Identificamos e controlamos riscos ocupacionais por meio de inspeções periódicas, análises técnicas, investigação de incidentes e monitoramento contínuo das

### Doenças profissionais – GRI 403-10

	<b>Empregados</b>	<b>Trabalhadores que não são empregados, mas cujo trabalho e/ou local de trabalho é controlado pela organização</b>
Número de óbitos resultantes de doenças profissionais	0,00	0,00
Índice de óbitos resultantes de doenças profissionais	0,00	0,00
Número de casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória	2,00	0,00

**Nota 1:** As principais doenças profissionais registradas pelos colaboradores da Ancar estão relacionadas a questões ortopédicas e emocionais. – **GRI 403-10**

atividades. Após o mapeamento, classificamos os perigos de acordo com seu grau de gravidade e priorizamos a adoção de medidas corretivas e preventivas, seguindo a hierarquia de controles — que inclui desde a eliminação do risco até o uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs). Essas medidas são continuamente reforçadas por treinamentos e revisões periódicas dos procedimentos, fortalecendo nossa cultura de segurança.

Para os riscos relacionados ao desenvolvimento de doenças profissionais, conduzimos avaliações ergo-

nômicas, monitoramento ambiental, exames médicos e análise de fatores físicos, químicos, biológicos e psicossociais. Com base nesses dados, implementamos soluções que envolvem desde melhorias de engenharia, como automação e ventilação, até ações educativas, controle administrativo e uso de EPIs.

### Acidentes de trabalho – GRI 403-9

<b>Número e índice de óbitos resultantes de acidente de trabalho</b>	<b>Empregados</b>
Número	0,00
Índice	0,00
<b>Número e índice de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)</b>	<b>Empregados</b>
Número	0,00
Índice	0,00
<b>Número e índice de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória</b>	<b>Empregados</b>
Número	13,00
Índice	44,68
<b>Número de horas trabalhadas</b>	<b>Empregados</b>
Número	290.970,00

**Nota 1:** Não ocorreu acidente com trabalhadores que não são empregados. – **GRI 403-9**

**Nota 2:** Os principais tipos de acidente de trabalho registrados em 2024 foram relacionados ao trajeto e outras atividades típicas do trabalho, como: quedas e acidentes com equipamentos. – **GRI 403-9**

**Nota 3:** O índice de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória é calculado com base na fórmula = (Número de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória/Número de horas trabalhadas) \* [1.000.000]. – **GRI 403-9**

Monitoramos a eficácia de todas essas ações por meio de indicadores de desempenho (KPIs), auditorias, inspeções técnicas e monitoramento ambiental, o que nos permite aprimorar continuamente nossas práticas e assegurar a integridade e o bem-estar de todos os colaboradores.

# Capital Manufaturado

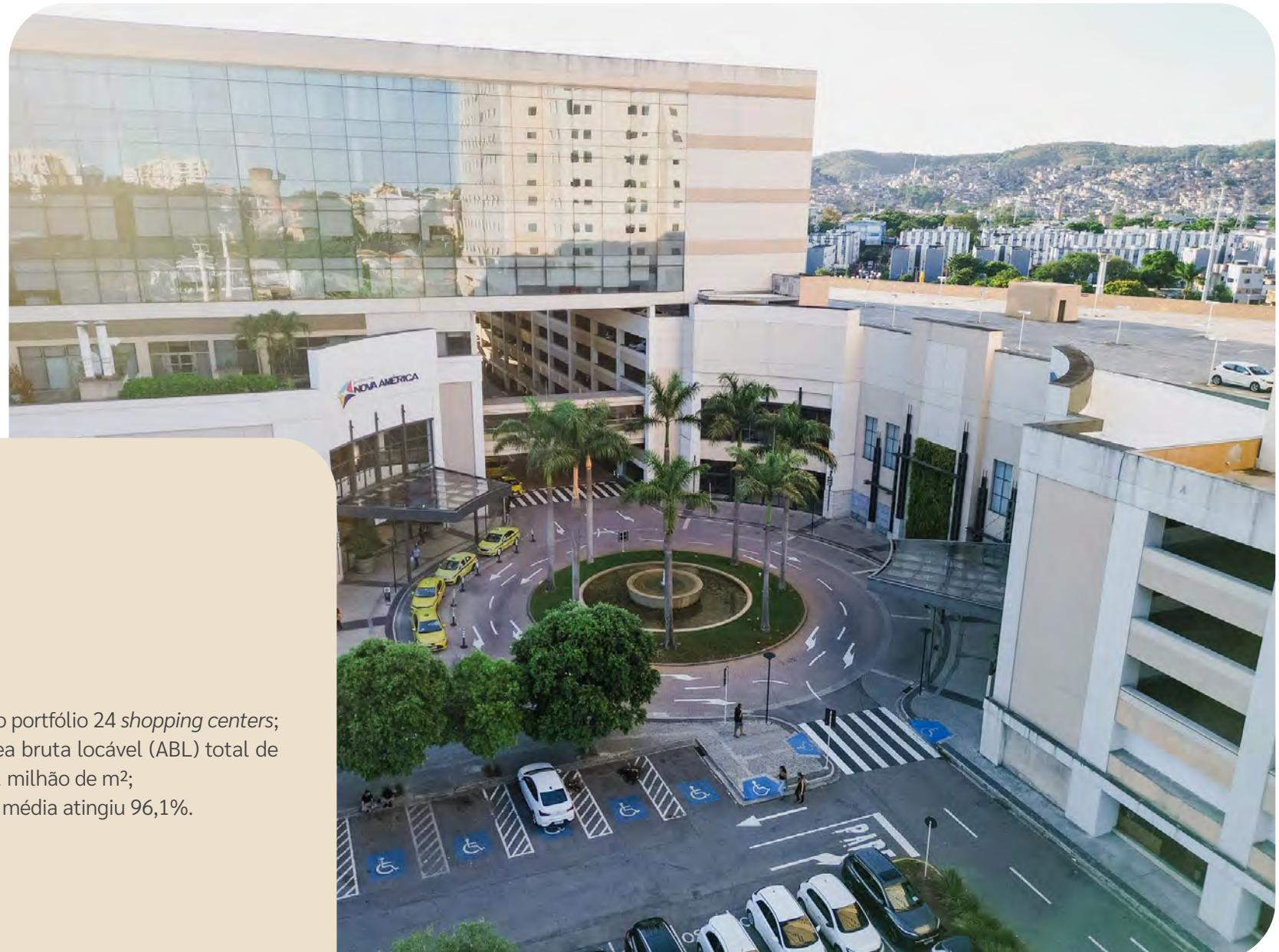
GRI 3-3, 203-1, 203-2, SASB IF-RE-000.A, IF-RE-000.B, IF-RE-000.D

## Gestão de Ativos

GRI 203-2, SASB IF-RE-000.A, IF-RE-000.B, IF-RE-000.D

Em 2024, fortalecemos nosso capital manufaturado através de investimentos estratégicos que ampliaram nossa infraestrutura, potencializaram a experiência dos consumidores e impulsionaram a inovação e a integração dos serviços prestados em nossos shoppings. Essa estratégia é sustentada por uma gestão rigorosa dos ativos, mensurada pelos seguintes indicadores:

- Possuímos em nosso portfólio 24 *shopping centers*;
- **Contamos com** área bruta locável (ABL) total de aproximadamente 1 milhão de m<sup>2</sup>;
- A taxa de ocupação média atingiu 96,1%.



## Investimentos em Infraestrutura e Apoio a Serviços

GRI 203-1, 203-2

Em 2024, intensificamos nossos investimentos para transformar os espaços dos shoppings em ambientes multifuncionais que proporcionem experiências completas aos visitantes. Destacam-se os seguintes projetos:

### • Quintal do Nortão (North Shopping Fortaleza)

– área de entretenimento e lazer externa de 2.000 m<sup>2</sup>, planejada para ser um ponto de encontro acolhedor, integra um parque infantil, áreas pet friendly e uma área com 7 operações gastronômicas.

Adotamos também medidas para aprimorar o entorno dos empreendimentos, como melhorias na iluminação, acessibilidade e infraestrutura viária, facilitando o acesso da comunidade e contribuindo para o aumento do fluxo de visitantes, além de fortalecer a economia local. Paralelamente, destinamos recursos para apoiar projetos sociais, por meio de verbas direcionadas, leis de incentivo fiscal federal e municipal, e parcerias com a Ancar Vita. [Saiba mais na página 67.](#)



## Iniciativas de Eficiência

GRI 3-3, 203-2

### Eficiência das Operações Financeiras

Desenvolvemos um sistema integrado em parceria com nosso time de Tecnologia da Informação e a área fiscal para aprimorar nossos controles internos e apoiar a melhoria contínua dos resultados financeiros. Implantado em 2024 para otimizar a gestão de aproximadamente 200 CNPJs, esse sistema abrange o gerenciamento das obrigações acessórias, com previsões de melhorias ao longo de 2025.

Paralelamente, implementamos 49 melhorias nos fluxos operacionais, integrando processos desde a originação – seja nos shoppings ou na área corporativa – até o Centro de Serviços Compartilhados (CSC), por meio de reuniões internas que priorizam o impacto positivo para a companhia.

**Aliamos às práticas tradicionais com o suporte da tecnologia, criando um ecossistema integrado – os chamados shoppings 5.0.**

### Inovação e Integração

Para nós, a inovação não se restringe ao aspecto digital. Nosso mundo é físico e fundamentado em emoções e relações interpessoais. Dessa forma, aliamos o retorno às práticas tradicionais com o suporte da tecnologia, criando um ecossistema integrado – os chamados shoppings 5.0 – que une o melhor dos dois mundos. Essa visão é expressa na convergência de iniciativas que vão desde a melhoria dos espaços físicos, com áreas gourmet e de experiência, até programas de relacionamento digital, como o Rio Design Mais, um programa de relacionamento com o Shopping Rio Design Barra, e ferramentas de fidelização para fortalecer os laços com os consumidores. Essas soluções refletem nossa visão de um ambiente integrado, onde a tecnologia potencializa a experiência e a eficiência, gerando valor sustentável para o nosso público.

## Jornada de Inovação & Digital

Direcionamos esforços para a inovação e integração tecnológica, reconhecendo que a transformação digital deve caminhar lado a lado com a criação de espaços físicos que promovam a proximidade com as pessoas. Em 2024, destacamos as seguintes iniciativas:

- **App dos Shoppings** – aprimorado com tecnologia de ponta, o aplicativo possui uma arquitetura de dados em nuvem e estrutura 100% proprietária, permitindo a inclusão ágil de novas funcionalidades. Desenvolvido pelo nosso time interno de Inovação de Produtos e Serviços Digitais e implementado em 2023, o app proporciona uma experiência personalizada, oferecendo facilidades como pagamento de estacionamento, acesso a descontos exclusivos e outros serviços que elevam o conforto e a conveniência dos visitantes;
- **Hub do Lojista** – plataforma que conecta clientes, lojistas e a gestão dos shoppings, facilitando a criação de estratégias segmentadas com base em dados de consumo e comportamento. Possibilita a atualização instantânea de promoções e informações das lojas, facilitando uma comunicação eficaz e ampliando o engajamento entre lojistas e consumidores;
- **Programa de Intraempreendedorismo** – inspirados pelo modelo de *Corporate Venture Capital*, estruturamos um programa que estimula o desenvolvimento de soluções internas. Por meio de desafios corporativos, nossos times, organizados em *squads*, testam inovações ao longo de cinco meses e apresentam seus projetos em *pitches* semanais. Os melhores projetos, avaliados e patrocinados, serão aplicados e ampliados em nossos shoppings, reforçando nossa cultura de inovação;
- **Portal da Inovação** – Em 2024, lançamos nossa plataforma de inovação em busca de soluções criativas, que conta com 1,3 mil colaboradores ativos, e realizamos a Maratona do Portal, mobilizando 80 idealizadores e 20 colaboradores engajados de 15 shoppings para submeter 60 cases. Dos cinco finalistas – incluindo apps de gestão de estoque, de paisagismo e de isenção de estacionamento para PCD, além de ferramentas de projeção de ocupação e de gestão de pagamentos –, todos passaram por votação interna, resultando em três vencedores que receberam óculos de realidade virtual, enquanto cada finalista ganhou um ano de licença na plataforma Conquer Plus. Todos esses projetos já geraram mais de R\$ 500 mil em economia de custos condominais, digitalizaram 100% dos processos, eliminaram planilhas de controle e reduziram as atividades de quatro horas para

40 minutos. Atualmente, os projetos em destaque estão em piloto em dois shoppings e parte das soluções estão em *rollout* em 23 outros, ampliando a eficiência e o compartilhamento de boas práticas pela rede;

• **Pós-NRF** – desde 2007, oferecemos aos nossos lojistas e líderes informações estratégicas essenciais para a tomada de decisão e o desenvolvimento dos nossos negócios. Para isso, organizamos anualmente uma delegação para participar da NRF (National Retail Federation) – o maior congresso de varejo do mundo, realizado em Nova York –, permitindo que nossos principais executivos vivenciem as tendências e inovações do setor. Esse conhecimento é compartilhado com toda a equipe Ancar e especialmente com os lojistas, como um esforço contínuo e cíclico.

Essas soluções promovem o desenvolvimento digital dos nossos serviços refletindo a nossa visão de que a inovação não se limita ao digital, ao criar espaços que proporcionam emoções e relações, facilitam a comunicação com lojistas e clientes e aprimoraram a gestão operacional, assegurando a evolução contínua dos processos e a geração de valor sustentável.



# Capital Social

GRI 3-3, 2-28, 2-29, 203-2, 402-1, 413-1, 413-2, 204-1, 410-1

Promover o desenvolvimento social é parte fundamental da nossa essência e identidade corporativa desde a fundação, com a forte visão humana do fundador da Ancar, Sérgio Carvalho, que buscava unir a comunidade às ações sociais para ampliar seu impacto. Esse compromisso vai além da responsabilidade empresarial e se manifesta no cuidado com as pessoas, na valorização da diversidade e na promoção de oportunidades reais para as comunidades onde atuamos. Ao impulsionar iniciativas voltadas à inclusão, à educação e à solidariedade, buscamos contribuirativamente para a construção de uma sociedade mais

justa, fortalecendo os vínculos entre nossos shoppings e os territórios em que estamos inseridos.

Nossa atuação social é orientada pela agenda *Horizonte ESG Ancar 2030* e se concretiza por meio de uma estratégia de investimento social privado que combina projetos próprios, apoio a organizações da sociedade civil e utilização de mecanismos de incentivo fiscal. Trabalhamos em parceria com instituições locais e incentivamos o engajamento de todos os nossos stakeholders para ampliar o impacto das ações e promover transformações positivas.



## Relacionamento com Stakeholders

GRI 2-29, 203-2

Acreditamos que conexões humanas são a força que impulsiona nossa atuação como rede de *shopping centers*. É por meio do relacionamento próximo, transparente e colaborativo com nossos investidores, acionistas, lojistas, parceiros de negócio, comunidades e organizações da sociedade civil que promovemos a inovação, o compartilhamento de conhecimento e transformações que geram valor para todo o nosso ecossistema.

Nossa forma de nos relacionar é guiada pela escuta ativa, flexibilidade e transparência — princípios que definem a identidade da Ancar. Entendemos que manter um diálogo constante e qualificado com nossos públicos estratégicos é essencial para acompanhar as transformações do varejo e responder às tendências globais de sustentabilidade.

No início de 2024, concluímos a revisão da nossa matriz de materialidade, com o apoio de uma consultoria especializada. O processo permitiu mapear os *stakeholders* com os quais nos relacionamos e identificar os temas ESG mais relevantes para cada um desses públicos. A partir desse diagnóstico, estruturamos estratégias de engajamento direcionadas, respeitando as particularidades de cada grupo de interesse.

Essas estratégias fazem parte de uma agenda contínua de fortalecimento de vínculos, que busca consolidar relações duradouras e pautadas pela ética, confiança e colaboração.



## Lojistas

Atuamos de forma estratégica no desenvolvimento dos nossos lojistas, promovendo experiências inovadoras com foco no aumento da rentabilidade dos empreendedores que integram os empreendimentos da Ancar.

Como parte desse compromisso, realizamos treinamentos e encontros voltados à qualificação das operações e ao reforço da parceria com nossos lojistas. Ao longo do ano, promovemos palestras sobre temas como gestão de resíduos, ética no atendimento, combate ao racismo e valorização da diversidade e inclusão. Essas ações estimulam o engajamento por meio da escuta ativa e do compartilhamento de vivências, reforçando uma cultura mais sustentável e colaborativa.

Disponibilizamos também plataformas específicas de suporte ao desenvolvimento contínuo dos lojistas. A *UAI Lojista*, gerida pela área de Recursos Humanos, é voltada à aplicação de capacitações e treinamentos. Já o *Hub do Lojista* concentra informações financeiras e indicadores de desempenho das lojas, contribuindo para uma gestão mais eficiente. De forma complementar, cada shopping conta com a *Central de Atendimento ao Lojista (CAL)*, canal dedicado ao atendimento direto e à resolução de questões operacionais do dia a dia.

# UAI Lojista

GRI 413-1

A plataforma *UAI Lojista* oferece programas voltados ao desenvolvimento de competências em performance comercial, gestão de equipe e experiência do cliente. Nosso slogan “*quem aprende mais, vende mais*” expressa com precisão o propósito da iniciativa, que se consolida como um diferencial competitivo dentro do nosso modelo de gestão.

Como parte desse ecossistema, promovemos grupos de treinamento presenciais em alguns shoppings, com estandes dedicados ao atendimento dos lojistas. Além disso, a Ancar oferece aos seus lojistas, o *Hub do Lojista*, um ambiente que reúne informações essenciais para a operação do dia a dia, como indicadores de desempenho (KPIs), campanhas promocionais e integração com o aplicativo do consumidor.

Um dos recursos mais valorizados é o *onboarding* oferecido a lojistas e vendedores, especialmente em operações de menor porte. Essa iniciativa fornece orientações práticas e fundamentais para a integração e o bom desempenho no ambiente dos nossos shoppings, como:

- Manual do lojista em formato de curso 100% digital e interativo;
- Código de Conduta Ética Ancar;

- Tutorial de como usar o app *Hub do Lojista*;
- *Compliance* e ESG.

Em 2024, cerca de 6.500 lojistas foram impactados com as ações da Universidade através de eventos presenciais e online, além dos cursos disponibilizados pela plataforma. Desse total, 54% eram vendedores (3.483 profissionais) e 6% proprietários de lojas (400 pessoas), evidenciando o alcance e a relevância da plataforma no fortalecimento das operações.

Como estratégia de engajamento interno, promovemos a Maratona de Sucesso (competição realizada anualmente para lojistas), utilizando a estratégia de gamificação para incentivar o engajamento dos lojistas. Ao mesmo tempo, promovemos a gamificação para os times dos shoppings, como forma de ampliar a participação dos lojistas nas ações realizadas. Em 2024, a ação registrou 738 participações, um aumento de 43% em relação ao ano anterior e ao final dos três meses de campanha, os colaboradores da *Central de Atendimento ao Lojista (CAL)* dos shoppings com melhor desempenho foram premiados com vale-compras.

Entre os cursos mais acessados na plataforma, destacam-se:

- *Como se destacar nas vendas* – dicas e técnicas para aumentar resultados;
- *Cultura de atendimento* – orientações para encantar e fidelizar o cliente;
- *Conheça seu cliente* – estratégias para oferecer soluções personalizadas.



## Fornecedores

GRI 204-1, 410-1

Em 2024 compartilhamos nossos valores com uma base de 10.396 fornecedores, mantendo como premissa a construção de relações comerciais éticas, transparentes e voltadas ao desenvolvimento mútuo e contínuo. Na Ancar, valorizamos especialmente os parceiros locais, que representaram 54% das compras realizadas em nossas unidades operacionais ao longo do ano.

Para além da relação comercial, investimos no desenvolvimento da nossa cadeia de suprimentos por meio da plataforma ComPar, um *hub* de conteúdos voltado à capacitação de fornecedores e equipes terceirizadas dos shoppings. A plataforma oferece treinamentos específicos com foco em conformidade, qualidade e sustentabilidade nas relações comerciais, além de promover o engajamento em temas relevantes para o setor. Acreditamos que, ao inspirar e apoiar nossos parceiros, contribuímos para a multiplicação do conhecimento em suas organizações.

870 profissionais de segurança receberam capacitação formal nas políticas ou nos procedimentos relacionados a direitos humanos e sua aplicação na segurança.

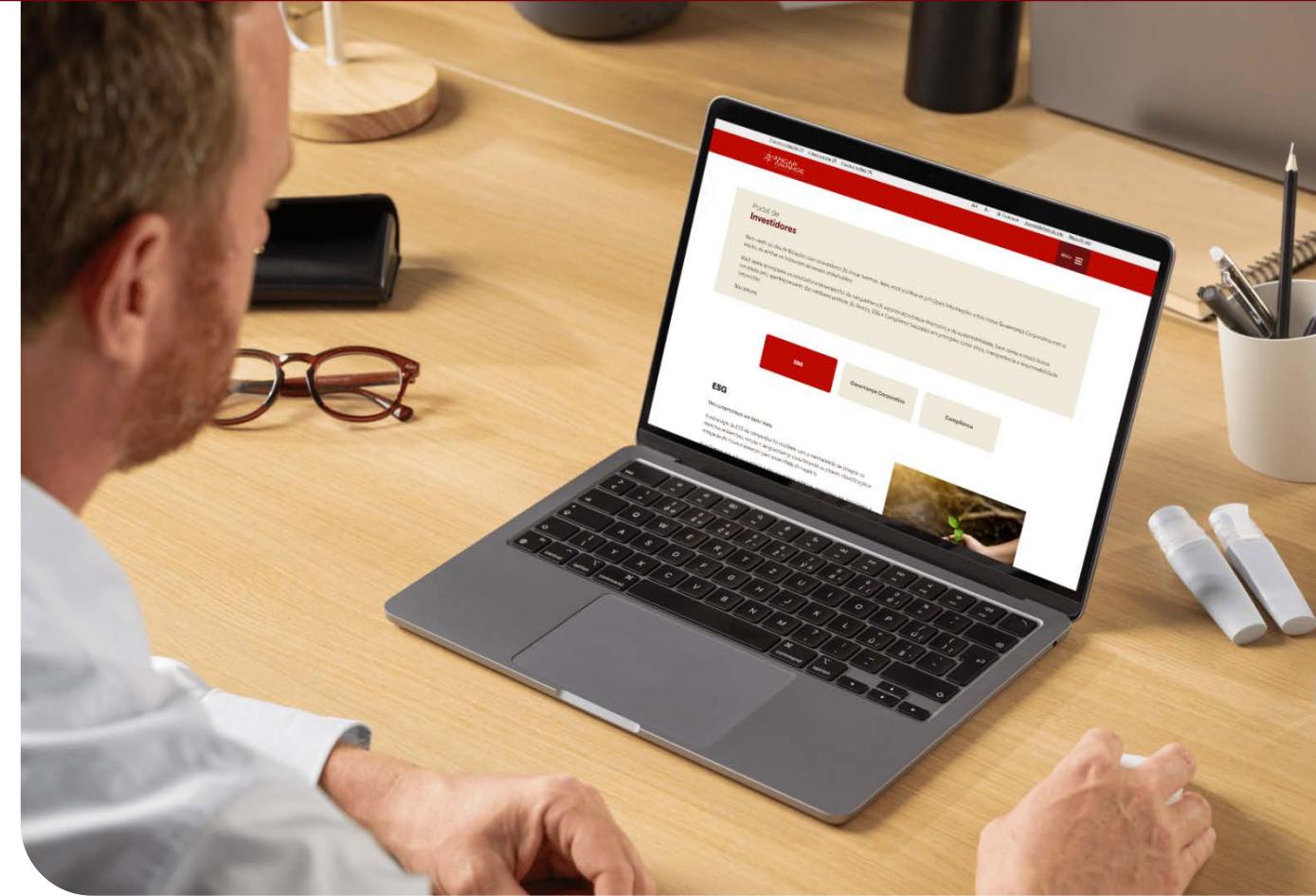
Em 2024, 10 fornecedores dos nossos shoppings participaram das capacitações promovidas por meio da ComPar, totalizando 870 colaboradores treinados. Planejamos estabelecer melhorias na plataforma em 2025 para aprimorar o acompanhamento dos dados da plataforma.

## Investidores

A Ancar tem como investidores estratégicos a Caisse de dépôt et placement du Québec (cdpq.com) — uma das principais gestoras de fundos institucionais do Canadá — e a família Carvalho, fundadora da companhia. Além desses, contamos com o apoio de mais de 40 investidores institucionais e fundos de investimento.

A fim de fortalecer a transparéncia e o alinhamento com nossos *stakeholders*, desde 2023 temos aprimorado continuamente nossos processos de reporte. Como parte desse avanço, lançamos o [Portal de Investidores](#), uma plataforma desenvolvida para facilitar o acesso às principais informações da companhia.

O portal reúne conteúdos sobre governança corporativa, desempenho econômico-financeiro e indicadores de sustentabilidade, além de hospedar o canal de transparéncia, onde qualquer parte interessada pode registrar denúncias de condutas antiéticas, como assédio, discriminação, corrupção e fraude.



A comunicação com os investidores é conduzida pela área de Relações com Investidores, que realiza reuniões periódicas personalizadas com os diferentes perfis de sócios, apresentando indicadores e avanços relacionados à agenda ESG. Como empresa de capital fechado, mantemos um contato direto com todos os nossos investidores, sendo o Relatório de

Sustentabilidade o principal instrumento de reporte sobre os temas ESG.

Complementando essa estrutura de relacionamento, conduzimos uma pesquisa anual de satisfação, com o objetivo de aprimorar a qualidade do atendimento e das entregas realizadas pela área.

## Transparência e Relacionamento com Consumidores

GRI 3-3

### Cientes

Na Ancar, acreditamos que relações verdadeiras são construídas com escuta, proximidade e propósito. Por isso, colocamos o consumidor no centro da nossa estratégia, fortalecendo cada ponto de contato ao longo da sua jornada. Com base em dados, inovação e diálogo constante, criamos conexões significativas que geram valor para toda a cadeia — do lojista ao visitante — e transformam nossos shoppings em plataformas vivas de experiências.

### Escuta do Consumidor

A Ancar mantém canais ativos de escuta, com destaque para o Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) e o [Canal de Transparência](#), disponíveis para todos os públicos. Além disso, utilizamos as redes sociais como espaço de diálogo direto, promovendo uma relação mais próxima e responsiva com os consumidores.

### NPS

Desde 2023, implementamos o *Net Promoter Score* (NPS) como métrica estratégica para mensurar a satisfação dos clientes em todas as unidades. Desde então, o indicador tornou-se uma das metas da companhia, com média anual entre 70 e 80 pontos, refletindo um alto nível de satisfação. O NPS tem sido fundamental para orientar melhorias contínuas nos serviços e na jornada do consumidor.



## Programa de Relacionamento

Os programas de relacionamento da Ancar foram criados para fortalecer a conexão entre nossos shoppings e seus clientes, oferecendo experiências exclusivas, benefícios especiais e momentos únicos.

A principal meta é proporcionar um conhecimento aprofundado sobre o público, visando a construção de jornadas mais fluidas e a oferta de vantagens personalizadas, relevantes e vivências inspiradoras.

A partir dos dados fornecidos pelos clientes, buscamos antecipar desejos e necessidades. Esse conhecimento é compartilhado com lojistas e parceiros, contribuindo para uma experiência de compra qualificada e para o incentivo do ecossistema de relações da empresa.

### “Meu Pátio” no Shopping Pátio Paulista

Lançado em 2024, o programa “Meu Pátio” foi criado com base em pesquisas de perfil e hábitos dos frequentadores. A iniciativa visa estreitar o relacionamento com os clientes por meio de um sistema de pontos acumulados a partir de compras realizadas no shopping, com notas fiscais cadastradas no aplicativo do empreendimento. Os pontos dão acesso a cupons, brindes e descontos, conforme a categoria do cliente.

### “Rio Design Mais” no Rio Design Barra

A cada compra no shopping, o cliente acumula pontos e troca por benefícios exclusivos no aplicativo. Os benefícios são divididos por categorias conforme a pontuação proveniente do consumo no shopping. São diversas opções de recompensas incluindo: cupons de descontos, brindes e produtos.



## Participação em Associações

GRI 2-28, 402-1

Com o objetivo de fomentar o diálogo e fortalecer a construção coletiva, buscamos atuar de forma ativa e colaborativa junto às organizações que compõem o ecossistema de *shopping centers* e a sociedade civil. Participamos de fóruns estratégicos com o objetivo de contribuir para a evolução do setor e debater temas socioambientais relevantes, considerando tanto as prioridades atuais quanto os desafios emergentes da sociedade.

Em 2024, integramos as seguintes associações:

- Associação Brasileira dos Profissionais de Sustentabilidade (Abraps);
- Associação Brasileira de *Shopping Centers* (Abrasce);
- Comitê de Operações da Abrasce;
- Associação Brasileira de Lojistas de *Shopping* (Alshop).

Nossa relação com a Abrasce é histórica e estratégica. Desde sua fundação, em 1976, tivemos um papel essencial na estruturação da entidade e, consequentemente, na consolidação do setor de *shopping centers* no Brasil. Sérgio Carvalho, nosso fundador, foi o primeiro presidente da associação, li-

derando-a por três mandatos consecutivos. Durante esse período, foram definidas as bases para a profissionalização da indústria, com foco em inovação e sustentabilidade.

Seguimos, ao longo dos anos, participando ativamente da Abrasce, contribuindo com eventos, debates setoriais e premiações. Em 2024, nosso engajamento foi reconhecido com quatro prêmios Abrasce, reforçando nossa liderança nacional em iniciativas de inovação, responsabilidade social e sustentabilidade. [Mais informações na página 13.](#)

Mantemos uma parceria sólida com a Abrasce, impulsionando projetos que buscam elevar a eficiência da gestão dos nossos empreendimentos, aprimorar a experiência dos consumidores e promover a evolução sustentável do setor de *shopping centers* no Brasil.

Nossa atuação institucional também se estende a outras frentes, por meio da participação na Câmara de Comércio Brasil-Canadá, no Pacto Global da ONU, na Comissão de Sustentabilidade do Conselho Regional de Administração do Rio de Janeiro (CRA-RJ) e na Board da Junior Achievement Americas.

## Relacionamento com Comunidades e Desenvolvimento Local

GRI 3-3, 413-1, 413-2

Desde o início da nossa trajetória, temos como propósito transformar nossos shoppings em espaços que vão além do consumo, promovendo o desenvolvimento social das comunidades e incentivando as pessoas a exercerem seu potencial de transformação. Esse compromisso, inspirado na solidariedade, teve início na década de 1960 com Raul Pinto de Carvalho, precursor da família fundadora da rede, e permanece vivo há mais de 50 anos como um valor essencial e parte da nossa cultura corporativa.

Para estruturar melhor essas ações e ampliar seu alcance, criamos em 1999 a Ancar Vita, através da qual passamos a apoiar e desenvolver projetos socioeducativos com impacto positivo nas comunidades onde atuamos. Em 2024, investimos mais de R\$ 1,38 milhões por meio da Ancar Vita em instituições dedicadas ao desenvolvimen-

to de crianças, adolescentes e jovens em situação de vulnerabilidade. Entre os projetos apoiados estão: Associação Comercial do RJ, Associação Junior Achievement, Associação Junior Achievement Brasil, Associação Nova Direção, Cruzada do Menor, Instituto Liberal e Instituto Mov Rio.

Além disso, mantemos um compromisso contínuo com o desenvolvimento socioeconômico regional, por meio do apoio a projetos sociais e culturais, parcerias público-privadas e iniciativas que fortalecem a relação com as comunidades locais. Em 2024 destinamos aproximadamente 4 milhões de reais a iniciativas sociais vinculadas diretamente aos nossos shoppings, reforçando nosso compromisso com as comunidades que nos cercam e com a geração de valor compartilhado em nossos territórios de atuação.

Total investido em projetos sociais	Valores investidos (R\$)
ISS RJ	575.968,31
Ancar Vita	1.382.287,20
Projetos e Apoios dos Shoppings	3.972.872,14
Leis de Incentivo Federal	128.801,00
<b>Total</b>	<b>6.059.928,65</b>



## Bem Ancar

Na Ancar, a responsabilidade social é uma ação concreta, feita com empatia e presença ativa nas comunidades onde os shoppings estão inseridos. Por meio do Programa *Bem Ancar*, transformamos solidariedade em atitude, estruturando campanhas e projetos que fortalecem vínculos, despertam a consciência

coletiva e geram impactos positivos no cotidiano de milhares de pessoas.

Mais do que apoiar iniciativas sociais, o programa possibilita a mobilização de uma rede que envolve colaboradores, lojistas, parceiros e clientes.

## Destaques de Ações Sociais Realizadas para a Comunidade 2024

### Caravana Bem Ancar

O compromisso da Ancar com a transformação social ganhou novos contornos com a criação da *Caravana Bem Ancar*, uma iniciativa de voluntariado que integra o programa *Bem Ancar* e mobiliza os colaboradores dos shoppings para atuarem diretamente junto às instituições sociais apoiadas pela companhia. A proposta é simples, mas poderosa: dedicar um dia ao trabalho voluntário, vivenciando de perto os desafios e as histórias de quem mais precisa.

Com foco em públicos em situação de vulnerabilidade, os projetos envolvem educação infantil, acolhimento de idosos e apoio a pessoas com deficiência visual. Ao longo do ano, foram realizadas duas edições da Caravana, uma no Rio de Janeiro e uma em Porto Velho, reforçando o papel da Ancar na promoção do engajamento social e na construção de uma rede solidária.

### Natal Sem Fome

Há oito anos, os 24 shoppings da Ancar são pontos oficiais de arrecadação da campanha Natal Sem Fome, promovida pela ONG Ação da Cidadania. Em 2024, arrecadamos mais de 199 toneladas de alimentos, beneficiando famílias em situação de insegurança alimentar em todo o país.

Essa iniciativa integra a nossa Agenda ESG Ancar 2030 e reforça nosso engajamento com o apoio às comunidades locais e a promoção da transformação social. Ao todo, as doações contribuíram para atender mais de 140 mil famílias em 18 estados brasileiros.



## Missão Natal – Rio Design Barra

Para celebrar o feriado natalino, o Shopping Rio Design Barra promoveu a ação *Bem Ancar – Missão Natal*, destinada a proporcionar uma experiência especial de Natal para 90 crianças da Rede Cruzada, das unidades Riachuelo e Cidade de Deus. A atividade incluiu um passeio pelo shopping com a companhia do mascote “Pimentinha”, aproximando os pequenos da magia do Natal em um ambiente acolhedor.

## Natal do Bem – Shopping Iguatemi Porto Alegre

O Shopping Iguatemi Porto Alegre realizou a campanha *Natal do Bem*, oferecendo atrações como a

presença do Papai Noel, brinquedos interativos (como Aviãozinho, Carrossel, Tetris, Boca do Noel, Pesca de Natal, Air Game e Basquete). Para participar, os visitantes adquiriram ingressos solidários no valor de R\$4, com o valor integralmente destinado a uma das quatro instituições sociais, escolhida pelo próprio cliente: Asilo Padre Cacique, Pão dos Pobres, Santuário Voz Animal e Ação da Cidadania – Natal Sem Fome.

A ação arrecadou um total de R\$358.708,00 para as instituições mencionadas, sendo R\$348.708,00 provenientes da venda dos ingressos e R\$10 mil doados diretamente pelo shopping.



## Outubro Rosa – Madureira Shopping

Em outubro, o Madureira Shopping realizou uma edição especial da campanha *Outubro Rosa*, em colaboração com a ONG Cabelegria, na loja Sou do Bem. A iniciativa teve como foco principal a conscientização sobre a prevenção e o tratamento do câncer de mama. Foram promovidos cortes de cabelo solidários, com a doação de mechas destinadas à confecção de perucas gratuitas para mulheres e crianças em tratamento oncológico. Ao todo, foram realizados 16 cortes e coletadas 11 mechas, possibilitando a produção de 30 perucas.

## Facilitação de Exames – Shopping Parque das Bandeiras

Entre outubro e novembro, o Shopping Parque das Bandeiras promoveu uma ação voltada à saúde da mulher, oferecendo exames de mamografia gratuitos a mulheres em situação de vulnerabilidade social. A campanha teve como objetivo incentivar a prevenção e facilitar o diagnóstico precoce do câncer de mama, contribuindo diretamente para o bem-estar da população local.

Ainda em novembro, o shopping organizou uma Feira de Empregos, com a finalidade

de ampliar o acesso a oportunidades de trabalho para jovens da região, promovendo a conexão entre empregadores e candidatos.

## Projeto Estação do Olho – Shopping Nova América

Em setembro de 2024, o Shopping Nova América tornou-se espaço de acolhimento para o Projeto Estação do Olho, uma iniciativa idealizada pelos oftalmologistas Gustavo Novais e Bruno Fernandes. Voltado ao cuidado com a saúde visual, o projeto oferece triagem ocular gratuita aos visitantes, promovendo informação, orientação e o diagnóstico precoce de doenças oftalmológicas, como a catarata. Em seus primeiros oito meses de atuação, mais de 3.900 pessoas receberam atendimento.

Destinado especialmente a pessoas em situação de vulnerabilidade, o projeto busca democratizar o acesso à saúde visual, por meio do oferecimento de um ambiente estruturado para acolhimento e orientação, encaminhando os pacientes para uma rede de serviços médicos e farmacêuticos após a triagem inicial.

## Ações de Apoio ao Rio Grande do Sul – Shopping Iguatemi Porto Alegre

Durante as enchentes que atingiram o estado do Rio Grande do Sul em 2024, o shopping Iguatemi Porto Alegre se mobilizou para oferecer suporte emergencial às comunidades afetadas, reafirmando seu compromisso com a responsabilidade social e a atuação cidadã. Por meio de sua estrutura, recursos e rede de parceiros, o shopping atuou de forma articulada em diferentes frentes de apoio humanitário. Essas ações expressam o compromisso contínuo da Ancar em atuar com empatia, prontidão e responsabilidade diante de situações emergenciais, valorizando a vida, o bem-estar coletivo e a solidariedade.

- Centro de armazenamento e distribuição de doações** – Um dos andares do shopping foi cedido ao Instituto Rua Cultural Floresta e transformado em centro logístico de recebimento, organização e distribuição de donativos vindos de todo o país. As doações foram destinadas tanto a indivíduos impactados quanto a instituições de acolhimento;
- Aubrigo Scooby – acolhimento de animais resgatados** – Outro espaço do empreendimento foi adaptado para abrigar cães resgatados durante a crise. Batizado de Aubrigo Scooby — em homenagem ao cão adotado pelo shopping —, o local ofereceu abrigo

temporário, atendimento veterinário, identificação dos animais e apoio à adoção ou reintegração aos lares de origem. Em 52 dias de operação, aproximadamente 600 cães foram acolhidos: mais de 450 foram adotados e cerca de 150 devolvidos aos tutores. Os demais foram transferidos para a estrutura da prefeitura, sob responsabilidade da ONG Santuário Voz Animal, parceira técnica da iniciativa;

- Doação institucional coletiva** – Empreendedores do shopping se uniram em uma iniciativa solidária e destinaram R\$400 mil à Comunitas, organização da sociedade civil dedicada ao fortalecimento de parcerias intersetoriais para o desenvolvimento sustentável no Brasil;

- Apoio aos colaboradores impactados** – O shopping Iguatemi Porto Alegre também prestou assistência direta aos colaboradores atingidos pelas enchentes. Entre as ações, destacam-se doações financeiras individuais, antecipação da primeira parcela do 13º salário e a conversão dos benefícios de junho (vale-refeição, vale-alimentação e vale-transporte) em depósitos diretos. Além disso, foi disponibilizado suporte emocional e psicológico por meio do Programa Quatro Estações, com atendimento especializado.



## Projeto Ibiacy – Pantanal Shopping

Com origem em 2016, o Projeto Ibiacy nasceu com a criação de uma horta orgânica no Pantanal Shopping. A iniciativa ganhou força e então, desde 2022, o projeto passou a ser ampliado para escolas e instituições sociais de Cuiabá, com foco em educação ambiental, saúde, bem-estar e práticas sustentáveis. O projeto incentiva a participação ativa de crianças, jovens e idosos no cultivo de hortaliças, promovendo o aprendizado prático sobre agricultura e sustentabilidade. Atualmente, está presente em cinco instituições e já impactou diretamente mais de 4 mil pessoas. Sua implementação é feita com apoio técnico do SENAR, reutilização de materiais na montagem das hortas e capacitação dos responsáveis, garantindo baixo custo e eficiência na manutenção.

Como uma forma de acompanhar o progresso dessas instituições participantes, em 2024, o Pantanal Shopping passou a desenvolver um *ranking* de melhor horta IBIACY PAN, que através do acompanhamento das hortas, a melhor horta receberá um investimento adicional para melhorias.

## Apoio à ONG Universo do Aprender – Shopping Metrô Itaquera

Ao longo do último ciclo, o Shopping Metrô Itaquera se destacou ao desenvolver uma ação de apoio a ONG Universo do Aprender, que acolhe cerca de 250 pessoas da comunidade com aulas de capoeira, futsal, jiu-jitsu, vôlei, zumba, patins e taekwondo. Através do apoio mensal concedido pelo shopping, foi possível garantir o pagamento dos professores e a compra dos materiais necessários para o funcionamento das atividades. A iniciativa tem um propósito claro: oferecer alternativas saudáveis e seguras para crianças e jovens da região, contribuindo para afastá-los de situações de risco e fortalecendo seus vínculos com o esporte e a cidadania.



## Dia da Adoção – CenterVale Shopping

Desde maio de 2024, o CenterVale Shopping transforma o último sábado de cada mês em um dia de esperança e afeto. Com o apoio do Instituto Marilu Godoi, o shopping realiza o Dia da Adoção, uma feira dedicada à adoção responsável de cães e gatos resgatados. Todos os animais chegam vacinados, castrados e prontos para encontrar um novo lar. Mais de 90 adoções já foram concretizadas, com recordes de até 20 em um único dia. O Instituto acompanha de perto cada nova família formada, garantindo os cuidados necessários no pós-adoção. A ação é um convite à empatia e à solidariedade, incentivando a comunidade a abrir o coração e oferecer uma nova chance a quem tanto precisa.

## Ações do Shopping Parque das Bandeiras

### Feira de Empregos e Semana da Juventude

Conectando sonhos com oportunidades, no final de 2024, o Shopping Parque das Bandeiras realizou duas edições da Feira de Emprego e Oportunidades, reunindo lojistas, promovendo entrevistas no local e oferecendo cursos gratuitos. A ação resultou na inserção de 380 pessoas no mercado, com 100 vagas preenchidas e dezenas de jovens no primeiro emprego, ampliando o acesso à renda, qualificação e dignidade.



### Ações de Inclusão e Doação de Sangue - Shopping Parque das Bandeiras

Em 2024, o Shopping Parque das Bandeiras reafirmou seu compromisso com a responsabilidade social por meio de ações que uniram inclusão, solidariedade e cuidado com a comunidade. Em agosto, promoveu o Kart Terapia, proporcionando uma experiência acessível e emocionante para 58 participantes da Casa Ronald, Associação Cauchioli e Instituto Tiquira. A atividade foi cuidadosamente adaptada às necessidades dos convidados, estimulando vivências sensoriais e motoras que promoveram bem-estar psicológico, fortalecimento emocional e inclusão social. A interação entre os participantes reforçou os laços comunitários e destacou a importância da acessibilidade no lazer.

No segundo semestre do mesmo ano, o shopping mobilizou a comunidade em uma corrente de solidariedade por meio de campanhas de doação de sangue, realizadas em parceria com o Hemocentro de Campinas. A iniciativa, essencial em uma região sem ponto fixo de coleta, resultou na arrecadação de 171 bolsas de sangue, com potencial de beneficiar até 684 pessoas. A ação facilitou o acesso ao ato de doar e sensibilizou os participantes sobre a importância de incorporar esse gesto solidário no cotidiano para salvar vidas. Ambas as iniciativas evidenciam o papel do shopping como agente de transformação social por meio de experiências humanas e acolhedoras.



## Um dia no Shopping com a Comunidade Vila Vintém - Botafogo Praia Shopping

Em parceria com o Coletivo SOS Vila Vintém, o Botafogo Praia Shopping recebeu 59 crianças e 12 voluntários para um dia repleto de alegria. A programação começou com um almoço especial no Brewteco, seguido de uma sessão de cinema com o filme *Meu Malvado Favorito 4* e, para fechar com chave de ouro, um lanche com brincadeiras no Bibi Sucos. O objetivo foi simples, mas poderoso: proporcionar às crianças momentos de lazer, cultura e acolhimento. Ao oferecer esse tipo de experiência, reforçamos nosso compromisso com a inclusão e mostramos que pequenos gestos podem deixar grandes marcas.





### Dia das Crianças – Shopping Conjunto Nacional

O Dia das Crianças de 2024 foi celebrado com alegria no Shopping Conjunto Nacional. Com o evento *Picnik*, proporcionamos um dia especial que reuniu arte, cultura e o talento local em uma programação pensada para toda a família. Mais de 7.000 pessoas participaram da ação, que também arrecadou cerca de 4.000 doações. A iniciativa fortaleceu o vínculo com a comunidade, celebrando a infância com leveza e afeto.

## Ações com Incentivo Fiscal

Em 2024, apoiamos diversos projetos sociais por meio de investimentos realizados com base em leis de incentivo fiscal federais e na Lei do ISS do município do Rio de Janeiro.

A seleção dos projetos seguiu um processo estruturado, que incluiu a avaliação de portfólios, a análise de aderência às nossas estratégias corporativas, a verificação da diligência dos proponentes e a validação final pelo nosso Comitê Multidisciplinar de Deliberação de Projetos Sociais. Essas ações integram a nossa estratégia de Investimento Social Privado (ISP) e iniciativas sociais, em alinhamento à agenda ESG da Ancar.

### Lei Rouanet/ISS RJ

- Mulheres Artesãs do Estácio: Rio de Janeiro:** Oficinas gratuitas de artesanato voltadas a 60 mulheres em situação de vulnerabilidade, com técnicas como bordado, macramê, crochê, costura criativa e customização. A iniciativa promoveu autoestima, criatividade, geração de renda e reflexões sobre gênero e identidade cultural.

### Lei de Incentivo ao Esporte

- Todos Pela Natação: Só para Elas – São Paulo** – Projeto voltado à prática da natação olímpica por crianças e adolescentes, com foco em inclusão, saúde, educação e bem-estar;
- O Caminho do Guerreiro – Porto Alegre** – Voltado à inclusão de pessoas com deficiência na prática

do judô, promovendo ganhos físicos, emocionais e sociais por meio da atividade esportiva.

### Fundo para Infância e Adolescência (FIA)

- Jovens do Amanhã – São Paulo** – Iniciativa de qualificação profissional de até 240 jovens, entre 14 e 17 anos, com formação técnica em Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), além de desenvolvimento de habilidades socioemocionais e apoio psicossocial.

### Lei Audiovisual

- Encontrados** – Baseado na sequência de livros, ‘Encontradas’, o filme apoiado pelo fundo retrata uma história de amor e viagem no tempo, o entrelace entre Sofia e Ian, um casal inesperado vindo de tempos muito distantes.

### Fundo da Pessoa Idosa

- YES Juventude Prolongada – Belo Horizonte** – Projeto com foco em empreendedorismo, oferecendo capacitações e mentorias presenciais e online para mais de 2 mil pessoas idosas, com apoio de professores especialistas.

### Lei do ISS – Rio de Janeiro

- Carioca Sobre Rodas** – O projeto tem o objetivo de ensinar crianças, adolescentes e adultos cadeirantes a cultura da dança de salão, colaborando com o fortalecimento de cidadania da população cadeirante em relação ao seu meio social, o bem-



-estar físico e maior autonomia com a manipulação da cadeira de rodas;

- Coro LGBTQIA+ da Rocinha** – O Coro LGBTQIA+ da Escola de Música da Rocinha visa disseminar através da música a prática dos direitos e garantias dos cidadãos brasileiros, principalmente no que concerne a esta minoria, por meio de aulas gratuitas e regulares de Canto Coral para jovens e adultos LGBTQIA+ moradores da favela.

Em 2024, a companhia direcionou um total de aproximadamente R\$ 575.968,31 em investimentos por meio do mecanismo do ISS- RJ e outros cerca de R\$ 129 mil por meio das Leis de Incentivo Federal, com o propósito de fomentar o desenvolvimento social e impulsionar iniciativas de impacto positivo nas comunidades onde está presente.



## Lazer e Entretenimento

Em 2024, reforçamos nosso compromisso de transformar os shoppings da Ancar em espaços vivos, onde cultura, entretenimento e bem-estar caminham juntos. Por meio da criação de novas experiências imersivas, ambientes temáticos e ativações que estimulam a convivência, buscamos proporcionar momentos memoráveis para todos os públicos. A seguir, destacamos algumas das principais iniciativas que marcaram o ano:

### Natal Nespresso – Shopping Pátio Paulista

No último ano, o Shopping Pátio Paulista realizou uma parceria com a Nespresso para celebrar o Natal de 2024 de forma sustentável. Mais de 50 mil cápsulas usadas foram reaproveitadas na criação de esculturas natalinas, como ursos, guirlandas e árvores, expostas no mall. As cápsulas foram coletadas ao longo do ano em pontos espalhados pelo Brasil, incluindo quatro no próprio shopping.

A campanha possibilitou a instalação de novos pontos de coleta para incentivar o descarte consciente. Após o Natal, os consumidores do shopping tiveram a oportunidade de continuar realizando o descarte na Boutique Nespresso. Ao todo, cerca de 85% do alumínio das cápsulas foi reciclado.

### Natal do Ita – Shopping Metrô Itaquera

No Natal de 2024, os clientes do shopping Metrô Itaquera puderam concorrer à uma casa própria. A premiação, em parceria com a marca Kazzas, foi rea-

lizada pela primeira vez no shopping da zona leste de SP da Ancar. Através desta iniciativa, a cada 500 reais em compras, os clientes tiveram direito a um número da sorte para concorrer a um apartamento da construtora e incorporadora Kazzas (Grupo Kallas), patrocinadora do Natal do Shopping Metrô Itaquera.

### Exposição Imersiva Van Gogh & Impressionistas – Porto Velho Shopping

O Porto Velho Shopping recebeu a aclamada exposição *Van Gogh & Impressionistas*, que uniu arte e tecnologia para proporcionar uma experiência sensorial única. O público pôde explorar obras icônicas do pintor holandês, como *A Noite Estrelada*, *Girassóis* e *Quarto em Arles*, além de trabalhos de Monet, Renoir, Cézanne e Gauguin. Seguindo a tendência internacional de exposições imersivas, como o *Atelier des Lumières*, em Paris, o evento transformou o shopping em um espaço de contemplação, cultura e inspiração para todas as idades.

### Anima Ancar

Em 2024, a Ancar lançou a *Anima Ancar*, uma frente dedicada a consolidar e expandir a estratégia de experiência do consumidor em seus empreendimentos. A nova empresa é responsável pelo desenvolvimento e operação de espaços de convivência, interatividade e eventos, que oferecem gastronomia, parques infantis, área pet em um ambiente acolhedor, para promover vivências que encantam e fidelizam o público.

## Mascotes

Nossos mascotes refletem, de forma única, os valores de cada um dos nossos empreendimentos. Por meio deles, estabelecemos uma conexão lúdica e divertida com o público infantil.

## Novo Lançamento

Em 2024 o Minas Shopping apresentou seu novo mascote: o *Pãozim*, um simpático pão de queijo lançado em dezembro de 2024. A escolha reflete a valorização da cultura mineira e o desejo de criar uma conexão afetiva com os frequentadores do shopping, sobretudo o público infantil.

## Aniversário do Jujuba – Shopping Boulevard

O evento do Dia das Crianças foi realizado na Praça de Alimentação e contou com uma programação de cinco horas, reunindo apresentações de palhaço com números de mágica e atividades recreativas, que garantiram momentos de diversão e entretenimento para toda a família. A ação proporcionou uma manhã leve e acolhedora, fortalecendo o vínculo com o público e gerando experiências positivas no ambiente do shopping.

A iniciativa contou com a participação ativa de 10 lojistas — número recorde na história do shopping — e gerou resultados expressivos para os parceiros.

Mais de 150 produtos foram oferecidos gratuitamente pelos lojistas, e mais de 100 crianças receberam um kit com a blusa “Eu sou Jujuber”, que marca o início de uma série de ações voltadas à fidelização das famílias participantes.

- Naty – Natal Shopping;
- Zoe – North Shopping Fortaleza;
- Pandog – Pantanal Shopping;
- Goldofredo – Golden Square Shopping;
- Tijolinho – Shopping Nova América;
- Jujuba – Shopping Boulevard;
- Foguinho – Botafogo Praia Shopping;
- Maduzinha – Madureira Shopping;
- Pimentinha – Rio Design Barra;
- Super Laranja – Shopping Nova Iguaçu;
- Itaquerinha – Shopping Metrô Itaquera;
- Bandeirinha – Shopping Parque das Bandeiras;
- Pãozim – Minas Shopping.

Mais do que personagens de entretenimento, são nossos porta-vozes para transmitir mensagens importantes de maneira acessível e interativa, fortalecendo vínculos e construindo uma memória afetiva duradoura com quem nos acompanha.



# Capital Natural

GRI 3-3, 201-2, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

Assim como Sérgio sempre teve um olhar aguçado para reconhecer talentos e delegar responsabilidades aos melhores especialistas, a Ancar aplica esse mesmo princípio à sua gestão ambiental para garantir a evolução da inovação na empresa também neste tema. A empresa entende que a preservação dos recursos naturais exige conhecimento técnico, planejamento estratégico e um compromisso contínuo com a inovação sustentável. Por isso, se cerca de especialistas, pesquisadores e parceiros que auxiliam na implementação de ações eficazes e alinhadas às melhores práticas globais.

Por meio da agenda *Horizonte ESG Ancar 2030*, firmamos metas ambientais que abrangem questões importantes, como a redução das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE). Fazemos anualmente os in-

ventários de GEE, realizamos o monitoramento dos equipamentos e máquinas presentes nos shoppings; a gestão sustentável dos resíduos, pautada na não geração, redução, reutilização, reciclagem e logística reversa; e a gestão dos recursos hídricos, com foco no reuso e na redução do consumo. Divulgamos estas metas e políticas aos investidores, colaboradores e demais públicos por meio dos nossos relatórios de sustentabilidade, canais internos, como o Mundo Ancar, e redes sociais, garantindo transparência e adesão às metas propostas.

A eficácia das iniciativas ambientais é medida por meio de indicadores consolidados – obtidos com apoio de consultorias especializadas e sistemas de gestão (como o “Climas”, software de gestão integrada disponibilizado pela Way Carbon) –, e são



revisadas em reuniões periódicas entre as áreas responsáveis. Essa abordagem integrada, que alinha metas ambiciosas a investimentos em tecnologia e inovação, garante operações ecoeficientes, com a mitigação de impactos negativos e com a geração de valor para nossos diversos públicos.

Ademais, nossas iniciativas fortalecem os shoppings como espaços de experiências culturais e de lazer, estreitando nossa relação com as comunidades, ampliando os impactos positivos no engajamento dos *stakeholders* e incorporando aprendizados.

## Ações de Educação

Os shoppings da Ancar são espaços que vão além do consumo: servem como centros de experiências culturais, lazer e conscientização, aproximando a empresa das comunidades e ampliando seu impacto positivo. A campanha “Sustentabilidade Transforma” reforça esse papel ao estimular a participação ativa por meio de iniciativas que visam a melhoria contínua dos indicadores ambientais, com o objetivo de concretizar a promessa ESG trazida pelos espaços de sustentabilidade instalados nos shoppings. Para tanto, promovemos diversas ações de comunicação física e digital em nossos shoppings, com conteúdos que demonstram como buscamos transformar essa promessa em realidade, gerando conscientização e engajamento, como os exemplos de iniciativas dos shoppings informadas nas páginas [80](#), [82](#), [84](#), [85](#), [86](#), [89](#) e [90](#). Desta forma, nossos públicos passam a compreender e valorizar cada vez mais a atuação das nossas marcas em temas socioambientais.

# Gestão de Emissões

**GRI 3-3, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5**

Completamos três ciclos do inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), abrangendo 23 unidades, e, em 2024, iniciamos o estudo de descarbonização para projeção de cenários de redução de gases do efeito estufa – ferramenta fundamental para nossa estratégia de descarbonização, que contempla o portfólio dos nossos shoppings próprios e administrados.

O uso do sistema de gestão de indicadores ESG da Way Carbon para gerir nosso inventário de GEE – aliado ao estudo de descarbonização com a geração de uma Curva MACC (Curva

de Custo Marginal de Abatimento), realizado com o apoio da empresa KPMG, que avalia os custos marginais de abatimento de carbono dos nossos ativos – evidencia nosso objetivo de atingir a neutralidade de carbono.

Para 2025, está previsto o início do estudo de riscos climáticos, alinhado à nossa jornada de descarbonização, que visa identificar os riscos e mitigar os impactos financeiros e operacionais decorrentes das mudanças climáticas, garantindo a resiliência e a continuidade dos nossos negócios.

Orientados pela nossa Política de Mudanças Climáticas e pela agenda *Horizonte ESG Ancar 2030*, implementamos práticas que promovem uma economia de baixo carbono por meio da nossa Jornada de Descarbonização.

Estabelecemos metas e adotamos inovações tecnológicas que aprimoram a eficiência no uso dos recursos e na gestão de resíduos, além de iniciativas de compensação e educação de todos envolvidos em nossas atividades.

Reconhecendo os desafios impostos por esse cenário de combate às mudanças climáticas, buscamos equilibrar os impactos positivos – como o bem-estar climático aos consumidores durante ondas de calor – com os negativos, decorrentes das emissões de GEE (Escopos 1, 2 e 3). Entre os principais desafios potenciais, destacamos o aumento dos custos operacionais e legais, a necessidade de adequação a novas regulações e os riscos oriundos de condições climáticas extremas, como secas e chuvas intensas. Em resposta, efetuamos ações que incluem melhorias nos sistemas de refrigeração de ambientes, manutenção de equipamentos e projetos de monitoramento e de eficiência energética.

## Inventário de Emissões

GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4

Realizamos a publicação do nosso terceiro inventário de emissões com base na metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol, e utilizando a ferramenta Climas, consolidando os dados de 23 unidades operacionais<sup>4</sup> e a sede administrativa – considerando todos os gases do Protocolo de Kyoto, com emissões identificadas dos gases CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O e HFC – com

### Emissões de GEE (tCO<sub>2</sub>e)<sup>1</sup> – GRI 305-1, 305-2, 305-3

	2022	2023	2024
Escopo 1   GRI 305-1	11.714,47	12.132,86	7.982,57
Escopo 2   GRI 305-2	14.198,87	5.446,88	7.262,08
Escopo 3   GRI 305-3	36.487,53	31.080,73	39.016,53
Emissões biogênicas de CO <sub>2</sub>	17,34	-	3.665,30

**Nota 1:** Em 2024, ocorreu a alteração da composição do nosso portfólio operacional, com a saída do Rio Sul e entrada do Minas Shopping, e a disponibilidade parcial dos dados do Rio Design Leblon, por conta do final da administração por parte da Ancar sobre o shopping, que foram reportados apenas até março de 2024. – **GRI 305-1, 305-2, 305-3**

4. Uma das unidades operacionais têm os dados disponíveis entre janeiro e março de 2024, conforme informado na tabela de emissões de GEE.

comparabilidade ao ano-base de 2022, marco da criação da nossa agenda *Horizonte ESG Ancar 2030*.

Em 2024, mensuramos as emissões diretas (Escopo 1), indiretas decorrentes da aquisição de energia (Escopo 2) e demais indiretas ao longo da cadeia de valor (Escopo 3), resultando em:

No **Escopo 1**, registramos uma redução de 4.150,29 tCO<sub>2</sub>e, aproximadamente 34% a menos do que em 2023, resultado das nossas iniciativas de eficiência

operacional, manutenção e correção de vazamentos concretizadas ao longo do ano, conforme as ações de redução de emissões citadas da [página 80](#).

### Emissões por categoria 2024

	Emissões tCO <sub>2</sub> e
Agrícolas	0,29
Combustão estacionária	4.750,17
Combustão móvel	12,69
Fugitivas	3.026,20
Resíduos sólidos e efluentes líquidos	193,23
<b>Total</b>	<b>7.982,57</b>

### Intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa<sup>2</sup> (GEE) – GRI 305-4

Emissões de GEE na organização	54.261,18
Métrica específica: ABL <sup>3</sup> m <sup>2</sup>	1.023.342,07
Intensidade de emissões de GEE	0,0530

**Nota 2:** Em 2024, adotamos a Área Bruta Locável (ABL) como denominador no cálculo, em substituição à receita bruta que era empregada anteriormente, para alinhar o conceito do indicador com os entendimentos setoriais e a parceria com nossa sócia canadense. – **GRI 305-4**

**Nota 3:** Para o cálculo do inventário e da intensidade de emissões os dados do shopping Higienópolis também são considerados, por isso o valor de ABL desse shopping está contabilizado na métrica de ABL do indicador. – **GRI 305-4**

# Ações de Redução das Emissões

GRI 3-3, 305-5

Entre as medidas adotadas em 2024 para reduzir as emissões, destacamos:

- Melhoria dos sistemas de refrigeração a gases;
- Manutenção periódica de equipamentos, como chillers, geradores a diesel e a gás, e extintores de incêndio;
- Implementação de medidas de telemetria para monitoramento de dados e projetos de eficiência energética;
- Aperfeiçoamento das práticas de reciclagem, com foco em melhores contratos e fornecedores;
- Realização de treinamentos, palestras e reuniões periódicas para engajar as pessoas envolvidas com as nossas atividades;
- Estabelecimento de parcerias para ampliar nossa capacidade de resposta;
- Investimentos em estudos, pesquisas de mercado, consultorias e sistemas de gestão;
- Conquista do Certificado Internacional de Energia Renovável (I-REC) pelo Pantanal Shopping para compensação das emissões de Escopo 2;
- Estudo de descarbonização, iniciado em 2024, e riscos climáticos, previsto para iniciar em 2025, que orientarão a definição de metas baseadas na ciência (SBTi) nos ciclos seguintes.

Para compensar as emissões residuais, o planejamento é adquirir créditos de carbono, além das reduções diretas.



# Gestão Energética

**GRI 3-3, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4**

Adotamos uma abordagem integrada para otimizar o consumo de energia e promover a sustentabilidade em nossas operações. Empreendemos esforços para diminuir nossa dependência de fontes não renováveis, e com isso, em 2024, contamos com a aquisição de energia elétrica 100% oriunda de fontes renováveis no Mercado Livre, o que fortalece nossa cadeia produtiva sustentável e reduz nosso impacto ecológico.

Em 2023, essa iniciativa foi reconhecida com a certificação internacional I-REC para os shoppings North Shopping Maracanaú e North Shopping Fortaleza, e em 2024 para o Pantanal Shopping.

Simultaneamente, estamos atentos aos desafios decorrentes do uso de geradores a diesel – essenciais para garantir a continuidade dos serviços – e da volatilidade das tarifas de energia, que podem elevar nossos custos operacionais, e no consumo de outros combustíveis não renováveis, que podem gerar impactos ambientais. Por isso, atuamos na manutenção preventiva e na substituição de equipamentos por versões mais eficientes, além de iniciativas complementares.

Acompanhamos o desempenho das ações realizadas de forma mensal e trimestral, utilizando indicadores consolidados obtidos por meio de consultorias especializadas e da análise crítica do nosso time de operações. Esse monitoramento constante nos permite ajustar metas e aprimorar nossos processos, garantindo que os benefícios das iniciativas de eficiência energética se traduzam em resultados operacionais e econômicos positivos.



# Iniciativas e Medidas Implementadas

GRI 3-3, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4

O Horizonte ESG Ancar 2030, prevê a redução de 5% no consumo de energia nas áreas comuns e nos sistemas de ar condicionado (CAG), bem como a utilização de 99% de energia elétrica proveniente de fonte renovável até 2030. Em 2024, adotamos medidas estratégicas para atingir tal compromisso:

- **Investimentos em Automação e Melhoria dos Sistemas de HVAC**, que proporcionaram uma economia de energia elétrica e de refrigeração com redução acumulada de 15.248,00 GJ, mensurada com base no KPI de GJ/TR (Tonelada de Refrigeração) e considerando a carga fixa de geração de frio;
- **Monitoramento por Telemetria e Gerenciamento Remoto**, que possibilitou o acompanhamento em tempo real do consumo energético e do desempenho dos nossos sistemas, permitindo ajustes precisos e ações preventivas;
- **Adoção de Tecnologias Inovadoras**, com investimentos em soluções de automação no monitoramento de utilidades e no reaproveitamento de recursos que potencializam a eficiência energética em todas as nossas operações, contribuindo com a economia de 5.400,00 GJ.

## Consumo de energia por fonte dentro da organização – GRI 302-1

Quantidade (GJ)	2022	2023	2024
Eletricidade <sup>2</sup>	693.590,40	805.887,15	912.026,74
Diesel <sup>1</sup>	261,87	14.120,17	0,00 <sup>4</sup>
Gás Natural	48.823,20	-	53.317,32
<b>TOTAL</b>	<b>742.675,47</b>	<b>820.007,32</b>	<b>965.344,06<sup>3</sup></b>

**Nota 1:** Os combustíveis de diesel e gás natural são de fontes não renováveis. A energia elétrica é comprada do Mercado Livre, sendo o consumo de fontes renováveis. – **GRI 302-1**

**Nota 2:** A energia elétrica é o único recurso utilizado em nossas operações, não havendo consumo de aquecimento, resfriamento ou vapor, tampouco realizamos a venda de energia. – **GRI 302-1**

**Nota 3:** Os valores são contabilizados por medição direta, através das contas de energia e notas de compra de combustíveis. – **GRI 302-1**

**Nota 4:** Não houve consumo documentado de diesel em 2024. – **GRI 302-1**

## Intensidade Energética e Redução dos Requisitos

### Intensidade energética<sup>5</sup> – GRI 302-3

Consumo total de energia dentro da organização (numerador)	965.344,06
Métrica específica da organização (denominador) – Contagem de clientes no período	189.113.771
Intensidade Energética (dentro da organização) <sup>6</sup>	0,005

**Nota 5:** Calculamos a Intensidade Energética da organização a partir da razão entre o consumo total de energia e a contagem de clientes. – **GRI 302-3**

**Nota 6:** A Intensidade Energética fora da organização é igual a 0, uma vez que não possuímos monitoramento de consumo de energia na cadeia de valor da companhia. – **GRI 302-3**

# Gestão da Água

GRI 3-3, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5

Reconhecemos a água como um recurso compartilhado e estratégico em nossas operações e, por isso, implementamos práticas que visam otimizar a captação, consumo e descarte, minimizando impactos ambientais e promovendo o uso eficiente deste recurso vital.

Nossas ações incluem campanhas de conscientização e incentivo de práticas responsáveis junto a colaboradores, fornecedores, clientes e lojistas, estabelecendo objetivos claros para redução do consumo e aumento da eficiência na utilização dos recursos hídricos, em conformidade com políticas públicas e considerando as particularidades das regiões. Nossos objetivos são apresentados como um compromisso público e estão descritos na agenda do *Horizonte ESG Ancar 2030*.

Captamos água de diversas fontes: concessionárias, água subterrânea, coleta de água pluvial e água de reuso. Utilizamos esse recurso nas atividades operacionais, que incluem os sanitários, os sistemas de resfriamento, a irrigação de áreas verdes e as atividades de limpeza. Para evitar impactos provenientes dessas operações, tanto pelo consumo de recursos hídricos quanto pela produção de efluentes, realizamos os

tratamentos adequados para evitar desperdícios e minimizar a poluição.

Nossas Estações de Tratamento de Efluentes (ETE), internas ou terceirizadas, são operadas por empresas especializadas, segundo os padrões exigidos pelos municípios e pelo Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA). A água não tratada internamente e reutilizada é encaminhada ao sistema de esgoto local, em conformidade com a legislação. Ressaltamos que o uso de ozônio e eletrólise na limpeza tem contribuído significativamente para reduzir o uso de produtos químicos, prática mantida em 2024.

**Nossas ações incluem campanhas de conscientização e incentivo de práticas responsáveis, e nossos objetivos são apresentados como um compromisso público e estão descritos na agenda do Horizonte ESG Ancar 2030.**



## Consumo de Água

GRI 303-3, 303-4, 303-5

Com base em medições diretas, registramos os seguintes resultados:

### Consumo total de água em megalitros – GRI 303-5

	2022	2023	2024
Captação total de água	1.593,00	1.721,10	2.012,17
Descarte total de água	1.529,00	1.643,40	1.857,77
Consumo de água	64,00	77,70	154,40

### Captação total de água em todas as áreas por fonte de captação em megalitros- GRI 303-3

	2022	2023	2024
Água de superfície	0,00	0,00	0,00
Água subterrânea	515,00	618,80	728,97
Água do mar	0,00	0,00	0,00
Água produzida	64,00	77,70	155,00
Concessionária + pipa	1.014,00	1.024,60	1.128,96
<b>TOTAL</b>	<b>1.593,00</b>	<b>1.721,10</b>	<b>2.012,33</b>

### Total de descarte de água em megalitro- GRI 303-4

	2022	2023	2024
Água de superfície	0,00	0,00	0,00
Água subterrânea	515,00	618,80	728,97
Água do mar	0,00	0,00	0,00
Concessionária + pipa	1.014,00	1.024,60	1.128,96
Água produzida	0,00	0,00	155,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.529,00</b>	<b>1.643,40</b>	<b>2.012,33</b>

Toda água consumida e descartada é classificada como **água doce ( $\leq 1.000 \text{ mg/L}$  de sólidos dissolvidos totais)**. Quanto à água captada, a água produzida é classificada como **outra água ( $> 1.000 \text{ mg/L}$  de sólidos dissolvidos totais)**, enquanto as demais fontes de captação são de água doce.

### Iniciativas e Projetos de Melhoria

GRI 3-3, 303-2

Em 2024, ampliamos nossa capacidade de utilização de água de reuso, reforçando nossa estratégia de redução do consumo de recursos naturais. Incentivamos o uso de água de reuso em jardins e descargas sanitárias, contribuindo para a preservação dos recursos hídricos e para a redução da poluição.

Implementamos também projetos de *retrofit*, como os do HVAC (do inglês *heating, ventilation and air conditioning* para aquecimento, ventilação e ar condicionado), para otimizar o desempenho das máquinas de ar condicionado e reduzir o consumo de água nos nossos sistemas de resfriamento.

Garantimos a eficácia de nossas ações por meio de monitoramento, com o apoio de consultorias especializadas e sistemas avançados de aferição. Análises periódicas deste monitoramento nos permitem identificar oportunidades de melhoria em cada ativo do nosso portfólio, possibilitando a execução de planos estratégicos que ajustem nossos investimentos e mitiguem riscos decorrentes das pressões regulatórias e de mercado.

# Gestão de Resíduos

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

Adotamos uma abordagem integrada na gestão de resíduos com base em práticas que reduzem o volume encaminhado para aterros, otimizem processos e mitiguem os impactos negativos ao meio ambiente. Nossa estratégia envolve desde a conscientização das partes interessadas, treinamentos com colaboradores e lojistas, até o gerenciamento de resíduos com a coleta seletiva, reciclagem e reutilização de materiais, complementadas por iniciativas, como o Projeto Telhado Verde, que possibilita a manutenção de hortas e áreas verdes nos shoppings a partir de compostos orgânicos e adubos gerados pela compostagem do resíduo orgânico de restaurantes e praças de alimentação. O projeto engloba ações com consumidores e públicos das regiões do entorno dos shoppings, como visitas guiadas e oficinas. Essas ações resultam em impactos positivos ao reduzir a sobrecarga dos aterros e minimizar a contaminação do solo e dos lençóis freáticos, além de se tornarem uma ponte entre as iniciativas dos shoppings e a comunidade local.



## Medidas e Iniciativas

GRI 3-3, 306-1, 306-2

Baseamos nossa gestão de resíduos em políticas internas de sustentabilidade – como a norma Lixo Zero –, que são alinhadas ao Plano Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e fortalecidas por parcerias estratégicas com fornecedores. Investimos em parcerias público-privadas para aprimorar a destinação correta dos resíduos, especialmente em regiões com oferta limitada de serviços especializados. Dentre nossas principais medidas, destacamos:

- **Reciclagem e Reutilização** – Identificamos pontos adequados para a reciclagem de resíduos específicos, como as bitucas de cigarro, ampliando seu potencial de reaproveitamento e reduzindo o impacto ambiental;

- **Gerenciamento Eficiente** – Utilizamos equipamentos com tecnologia de eletrólise para transformar água da torneira em solução de limpeza, eliminando embalagens de produtos químicos e reduzindo os impactos logísticos e ambientais;

- **Parcerias com Fornecedores** – Colaborações estratégicas viabilizam iniciativas como a reciclagem de bombonas químicas, transformando-as em baldes reutilizáveis nos shoppings;

- **Educação e Comunicação** – Desenvolvemos trilhas de conhecimento, treinamentos e campanhas de conscientização para colaboradores e lojistas através de plataformas como a Universidade Ancar Ivanhoe para colaboradores, a UAI Lojista e redes sociais, promovendo uma cultura sustentável alinhada às melhores práticas de mercado;

- **Auditórias e Monitoramento** – Realizamos auditórias ambientais e monitoramento contínuo com o apoio de consultorias especializadas e sistemas como o Climas e o Sistema Nacional de Informações sobre a Gestão dos Resíduos Sólidos (Sinir).

# Linhas de Ação

GRI 3-3, 306-1, 306-2

Organizamos nossa gestão de resíduos em duas principais linhas de ação: Coleta Seletiva e Telhado Verde.



## Coleta Seletiva

Garantimos o descarte responsável utilizando ecopontos disponibilizados nos shoppings para coleta de itens como pilhas, baterias, lixo eletrônico, papelão, plásticos, lâmpadas, bitucas de cigarro e cápsulas de café. Cada etapa do processo conta com parceiros especializados licenciados por órgãos ambientais para logística e tratamento adequado.

### Shoppings com HUBS de Reciclagem:

- Botafogo Praia Shopping;
- Madureira Shopping;
- Shopping Parque das Bandeiras;
- Centerville Shopping;
- Shopping Pátio Paulista;
- Golden Square Shopping;
- Conjunto Nacional;
- Pantanal Shopping;
- North Shopping Fortaleza;
- Natal Shopping;
- North Shopping Maracanaú;
- Shopping Boulevard.



## Projeto Telhado Verde

Concretizamos em 18 shoppings esta iniciativa que cobre cerca de 2.258 m<sup>2</sup> e permite o descarte correto de mais de 100 kg diários de lixo orgânico das praças de alimentação. O material compostado é transformado em adubo para hortas orgânicas instaladas nos shoppings ou distribuído a colaboradores, lojistas e comunidades locais.

### Shoppings com o Projeto Telhado Verde

- Shopping Nova América;
- Botafogo Praia Shopping;
- Rio Design Barra;
- Centerville Shopping;
- Golden Square Shopping;
- Shopping Parque das Bandeiras;
- Shopping Metrô Itaquera;
- Pantanal Shopping;
- Shopping Conjunto Nacional;
- North Shopping Maracanaú;
- North Shopping Jóquei;
- North Shopping Fortaleza;
- Via Sul Shopping;
- Minas Shopping – Inaugurado em 2024;
- Shopping Nova Iguaçu;
- Madureira Shopping.

## Norma Lixo Zero e boas práticas de gestão de resíduos

A gestão de resíduos sólidos nos empreendimentos é orientada pela Norma Lixo Zero, que estabelece o alinhamento de conceitos, para garantir a correta segregação, destinação e reaproveitamento dos resíduos gerados nas operações dos shoppings. O objetivo é promover a economia circular, reduzir a quantidade de resíduos enviados a aterros sanitários e ampliar os índices de recuperação de materiais recicláveis, e alinhar a comunicação com nossos *stakeholders*.

Para ampliar a efetividade dessas ações, implementamos na Ancar o **Projeto Lixo Zero**, baseado em nossa Norma Lixo Zero, com treinamentos direcionados para as cozinhas dos restaurantes, equipes de limpeza e lojistas, estabelecendo uma separação eficiente do lixo na fonte. Mais informações nas páginas [14](#), [89](#) e [90](#).

Um outro exemplo de sucesso é o Pantanal Shopping, que tem fortalecido seu compromisso socioambiental por meio de ações integradas de valorização de resíduos, agricultura urbana e educação ambiental. Em 2024, o empreendimento reciclou mais de 1.300 toneladas de resíduos, o que representa 68% do total gerado no ano – resultado direto das iniciativas promovidas no âmbito do Projeto Ibiacy PAN. Lançado em 2022, o projeto tem origem na experiência com a horta orgânica implantada no shopping em 2016 e foi criado com o objetivo de expandir o impacto socioambiental para além das fronteiras do empreendimento, promovendo práticas sustentáveis com a comunidade. Mais informações sobre o projeto estão disponíveis [na página 71](#).

A eficácia dessas medidas é acompanhada por indicadores revisados periodicamente em reuniões com as partes interessadas, permitindo ajustar metas e métodos quando necessário. O acompanhamento ocorre mensal e trimestralmente através dos indicadores da Agenda ESG 2030, direcionando investimentos em sistemas de monitoramento, tecnologias e soluções inovadoras e capacitação de equipes.

## Geração dos Resíduos

GRI 3-3, 306-3, 306-4, 306-5

Seguimos comprometidos em aprimorar nossas práticas sustentáveis, promovendo a economia circular e operações ambientalmente responsáveis. A maior parte dos resíduos gerados na Ancar provém das operações dos restaurantes, embalagens dos lojistas e resíduos dos clientes, não sendo gerados diretamente pela operação das atividades da companhia. Com a meta do *Horizonte ESG Ancar 2030* de atingir 60% de reciclagem, reforçamos as ações já apresentadas com a aplicação de medidas complementares, como

a instalação de secadores de mãos – substituindo o uso de papel toalha – e a adoção de garrafas reutilizáveis em substituição aos copos descartáveis na administração.

Monitoramos os dados através de plataformas oficiais, como o Sinir, corroborando-os com Certificados de Destinação Final (CDF) e controles internos, como o Climas, o que nos permite identificar oportunidades de melhoria e garantir a transparência dos resultados.

### Resíduos gerados (t) – GRI 306-3

	2022	2023	2024
Resíduos não perigosos	19.300,00	22.952,76	24.971,43
Resíduos perigosos	28,00	42,00	1.117,12
<b>TOTAL</b>	<b>19.328,00</b>	<b>22.994,76</b>	<b>26.088,55</b>

**Nota:** Os resíduos não perigosos incluem resíduos de construção civil, resíduos diversos e orgânicos, óleo de cozinha, cápsulas de café, isopor, madeira, alumínio e outros metálicos e recicláveis, como papel, papelão, plásticos diversos e vidro. Os resíduos perigosos incluem pilhas, baterias, lâmpadas, resíduos infectantes, bitucas, resíduos diversos destinados a coprocessamento e eletrônicos.

### Peso total de resíduos não destinados para disposição final, por operação de recuperação<sup>3</sup> (t) – GRI 306-4

Resíduos não perigosos	2022	2023	2024
Reciclagem	4.092,00	10.587,16	7.415,22
Rerrefino	-	-	67,39
Compostagem interna <sup>1</sup>	-	-	384,72
Compostagem externa <sup>2</sup>	-	-	3.911,24
<b>Total Não Perigosos</b>	<b>4.092,00</b>	<b>10.587,16</b>	<b>11.778,57</b>
Resíduos perigosos <sup>4</sup>	2022	2023	2024
Reciclagem	-	42,00	518,24
<b>Total Perigosos</b>	<b>-</b>	<b>42,00</b>	<b>518,24</b>
<b>Total Geral</b>	<b>4.092,00</b>	<b>10.629,16</b>	<b>12.296,81</b>

**Nota 1:** Tratados e destinados dentro da empresa. (GRI 306-4)

**Nota 2:** Tratados e destinados fora da empresa. (GRI 306-4)

**Nota 3:** Em 2024, apenas o resíduo “compostagem interna” foi destinado dentro das operações da Ancar, com os demais encaminhados a parceiros externos. (GRI 306-4)

**Nota 4:** As informações sobre os resíduos perigosos (pilhas, baterias, lâmpadas, bitucas, resíduos diversos destinados a coprocessamento e eletrônicos) foram compiladas com base em dados verificados, classificados de acordo com especificações do Plano Nacional de Resíduos Sólidos. (GRI 306-4)

**Resíduos destinados para disposição final (t) – GRI 306-5<sup>5</sup>**

	2022	2023	2024
<b>Resíduos não perigosos</b>			
Aterro	12.041,00	12.365,60	13.192,85
<b>Total Não Perigosos</b>	<b>12.110,00</b>	<b>12.365,60</b>	<b>13.192,85</b>
<b>Resíduos perigosos</b>			
Incineração sem recuperação de energia	28,00	42,00	598,88
<b>Total Perigosos<sup>6</sup></b>	<b>28,00</b>	<b>42,00</b>	<b>598,88</b>
<b>Total Geral</b>	<b>12.138,00</b>	<b>12.407,60</b>	<b>13.791,73</b>

**Nota 5:** Em 2024, os resíduos das operações da Ancar foram encaminhados a parceiros externos para tratamento. (GRI 306-5)

**Nota 6:** As informações sobre os resíduos foram compiladas com base em dados verificados, classificados de acordo com especificações do Plano Nacional de Resíduos Sólidos. (GRI 306-5)

# Iniciativas Ambientais

GRI 3-3, 306-2

Dentre outras iniciativas, destacamos o Espaço “Sustentabilidade Transforma”, que funciona como ponto de coleta de materiais reciclados e centro de atividades educativas. Estes espaços, instalados em diversos shoppings, promovem a divulgação dos projetos realizados pelo empreendimento e o engajamento de consumidores na transformação socioambiental.

O Espaço “Sustentabilidade Transforma” está presente nos shoppings:

- Botafogo Praia Shopping;
- Shopping Nova Iguaçu;
- Madureira Shopping;
- Shopping Boulevard;
- Shopping Parque das Bandeiras;
- Centerville Shopping;
- Shopping Metrô Itaquera;
- Golden Square Shopping;
- Conjunto Nacional;
- Porto Velho Shopping;
- Shopping Pátio Paulista;
- Pantanal Shopping;
- North Shopping Jóquei;
- Natal Shopping;
- North Shopping Maracanaú;



- Parque Shopping Bahia.

Para este Relatório é possível destacar duas ações emblemáticas desenvolvidas com o apoio dos espaços “Sustentabilidade Transforma” do Pantanal Shopping, que reforçam seu papel como agente ativo de desenvolvimento na região Centro-Oeste. Ambas as iniciativas integram a agenda ESG da companhia, alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU.

## Projeto Lixo Zero Shopping Parque das Bandeiras

Entre os destaques da aplicação da Norma de Lixo Zero, está o Shopping Parque das Bandeiras, que vem

avançando na adoção de práticas alinhadas ao conceito Lixo Zero. Na Praça de Alimentação, os colaboradores da limpeza realizam a segregação diretamente na ilha, separando resíduos orgânicos, plástico, papel, latas de alumínio e garrafas PET. Para os clientes, o shopping disponibiliza lixeiras identificadas com as categorias orgânico, reciclável e latas, facilitando o descarte correto. Os lojistas também participam do processo, com a disponibilização de lixeiras específicas para resíduos orgânicos e recicláveis.

Todo o material coletado é levado à área de docas e descartado em uma caixa compactadora, que é retirada e encaminhada à empresa responsável pelo tratamento dos resíduos a cada dois dias. A empresa especializada

realiza a separação e encaminhamento para compostagem do material orgânico. Em seguida, os resíduos recicláveis passam por uma esteira automatizada, que realiza a retirada de metais, a separação de papeis leves por soprador e, por fim, a triagem manual.

Os resíduos que não puderam ser segregados manualmente são enviados para coprocessamento. O que ainda assim não pode ser aproveitado é cuidadosamente separado e encaminhado para queima controlada. Apenas os rejeitos finais, sem possibilidade de reaproveitamento, são destinados ao aterro sanitário. Como resultado desse processo, o Shopping Parque das Bandeiras encerrou o ano com o índice expressivo de 91% de resíduos recuperados.

## Projeto Lixo Zero Pantanal Shopping

Complementando a frente de ações em gestão de resíduos, realizada com base na Norma Lixo Zero, o Pantanal Shopping implementou, em abril de 2023, o Projeto Lixo Zero – Redução e Valorização de Resíduos Sólidos, que representou uma mudança significativa na gestão de resíduos do empreendimento. A iniciativa teve início com 10 operações-piloto e, em 2024, alcançou 100% de adesão das lojas e quiosques da praça de alimentação.

Com treinamentos e melhorias logísticas – como a adoção de carrinhos de coleta adaptados para segregação de resíduos – o shopping aprimorou os processos de separação e destinação, com destaque para o tratamento dos resíduos orgânicos. Até o final de 2024, mais de 25 toneladas de resíduos orgânicos foram desviadas de aterros. Pela sua relevância e resultados, o Projeto Lixo Zero foi apresentado no Congresso Internacional Cidades Lixo Zero e conferiu ao empreendimento o reconhecimento como o único shopping convidado para o Encontro de Cidades Lixo Zero, em Brasília.

## Distribuição de mudas nativas em celebração ao Dia da Árvore no Pantanal Shopping

Iniciativas relacionadas a datas comemorativas também são realizadas pelos shoppings, sejam individualmente, ou em parceria com outras instituições e órgãos. Como parte das comemorações dos seus 20 anos e em alusão ao Dia da Árvore, celebrado em 21 de setembro, o Pantanal Shopping promoveu uma ação especial voltada à preservação ambiental: a dis-

tribuição gratuita de mais de 500 mudas de espécies nativas e frutíferas, em parceria com o projeto Verde Novo, do Poder Judiciário de Mato Grosso. A ação teve como objetivo sensibilizar a comunidade para a importância do plantio e cuidado com as árvores, destacando seus inúmeros benefícios para a qualidade de vida urbana, como a redução da sensação térmica, o aumento da umidade do ar e a promoção de ecossistemas mais equilibrados.

As mudas foram disponibilizadas em dois pontos estratégicos do shopping. A retirada ocorreu nos dias 20 e 21 de setembro, incentivando o engajamento da população em práticas sustentáveis no cotidiano. O Shopping tem se destacado regionalmente pelo compromisso com a sustentabilidade, adotando rotinas operacionais que respeitam o meio ambiente e promovendo ações de conscientização junto a lojistas e clientes.

## Inauguração da Horta do Nortão para os clientes

Em celebração ao Dia da Árvore, o Nortão Shopping inaugurou oficialmente a Horta do Nortão, um espaço sustentável aberto à comunidade. A ação envolveu a distribuição de mudas resgatadas via aplicativo e integrou um evento especial de sustentabilidade realizado na Praça de Alimentação, com atividades educativas para todas as idades.

A programação contou com a participação da mascote Zoe, embaixadora da sustentabilidade do shopping, e incluiu um workshop infantil que apresentou

o conceito de sustentabilidade de forma lúdica, além da atividade “Sustentabilidade na prática”, que destacou as ações ambientais do empreendimento e incentivou os clientes a adotarem boas práticas em casa. Durante o evento, foi compartilhada a experiência da gincana de resíduos com os colaboradores, reforçando o papel da educação ambiental.

Outro destaque foi a oficina de jardinagem, na qual as crianças decoraram vasos e plantaram sementes, estimulando a criatividade e o contato com a natureza, e os vasos ficaram de lembrança aos participantes, levando para casa um símbolo da ação e promovendo a conexão com o meio ambiente e o compromisso coletivo com a preservação ambiental.





# Mapa dos Capitais

# Mapa dos Capitais

Nome do Capital	Descrição	Temas materiais	GRI	SASB	Página
Capital Intelectual	Engloba conhecimentos, processos, marcas e tecnologias que impulsionam a inovação e fortalecem a atuação estratégica da companhia.	• Ética, integridade e compliance	GRI 3-3, 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-15, 2-16, 2-17, 2-18, 2-19, 2-20, 2-21, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 205-1, 205-2	-	
Capital Financeiro	Aborda tópicos relacionados ao uso eficiente dos recursos obtidos pela geração de caixa próprio ou por meio de investimentos externos e na alocação de capital.		GRI 201-1, 201-4, 203-2, 207-1, 207-2, 207-3, 207-4.	-	
Capital Humano	Demonstra a atuação constante no desenvolvimento de competências e na promoção de um ambiente diverso, equitativo e inclusivo para todos os colaboradores.	• Diversidade, inclusão e equidade; • Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores; • Saúde, bem-estar e segurança; • Qualidade e segurança do serviço.	GRI 3-3, 2-7, 2-8, 2-30, 401-1, 401-2, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 406-1, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10		
Capital Manufaturado	Representado pela gestão eficiente de seus shoppings, equipamentos e estruturas físicas, impulsionada por investimentos contínuos em modernização, expansão e inovação tecnológica.		GRI 3-3, 203-1, 203-2	SASB IF-RE-000.A, IF-RE-000.B, IF-RE-000.C, IF-RE-000.D	
Capital Social	Se traduz na construção de relações de confiança com stakeholders e no engajamento em iniciativas que promovem o bem-estar coletivo e o desenvolvimento das comunidades.	• Transparência e relacionamento com consumidores e lojistas; • Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local.	GRI 3-3, 2-28, 2-29, 203-2, 402-1, 413-1, 413-2, 204-1, 410-1		
Capital Natural	Gerido com foco na eficiência e preservação dos recursos, por meio de ações voltadas à gestão de energia, água, resíduos e emissões, além de iniciativas educativas e ambientais nos shoppings da Ancar.	• Gestão de resíduos e rejeitos; • Mudanças Climáticas; • Eficiência energética; • Gestão de água e efluentes.	GRI 3-3, 201-2, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5		

A wide-angle, aerial photograph of a city at sunset. The sky is filled with warm, orange and yellow hues. In the foreground, there's a large, modern building complex with a white facade and a curved roof, identified as the North Shopping Maracanã. The city extends into the distance, with numerous smaller buildings, roads, and green spaces. In the far background, a range of mountains is visible under the setting sun.

# Mapa dos ODS

# Mapa dos ODSs

Nome do ODS	GRI	Página
 1 ERADICAÇÃO DA POBREZA	GRI 413-2, 203-2, 207-1	
 2 FOME ZERO E AGRICULTURA SUSTENTÁVEL	GRI 413-2	
 3 SAÚDE E BEM-ESTAR	GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, 401-2, 305-1, 305-2, 305-3, 403-6, 403-9, 403-10, 203-2	
 5 IGUALDADE DE GÉNERO	GRI 2-1, 2-10, 202-1, 405-1, 405-2, 406-1, 401-1, 401-2, 404-1, 404-3	
 6 ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO	GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5	
 8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÓMICO	GRI 2-7, 2-8, 2-30, 202-1, 405-1, 405-2, 406-1, 306-2, 401-1, 401-2, 404-1, 404-2, 404-3, 403-2, 403-3, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5, 201-1, 203-2	
 9 INDÚSTRIA, INovação E INFRAESTRUTURA	GRI 201-1, 203-1	

Nome do ODS	GRI	Página
 <b>10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES</b>	<b>GRI 2-7, 405-2, 401-1, 404-1, 404-3, 207-2, 207-3, 207-4</b>	
 <b>11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS</b>	<b>GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, 203-1</b>	
 <b>12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS</b>	<b>GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 303-1</b>	
 <b>13 AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA</b>	<b>GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5</b>	
 <b>14 VIDA NA ÁGUA</b>	<b>GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5</b>	
 <b>15 VIDA TERRESTRE</b>	<b>GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 306-5</b>	
 <b>16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES</b>	<b>GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-15, 2-23, 2-26, 410-1, 403-4, 403-9, 403-10, 205-1, 205-2, 205-3, 206-1</b>	
 <b>17 PARCERIAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO</b>	<b>GRI 207-1, 207-2, 207-3, 207-4</b>	

A photograph of the Genterval Shopping entrance at night. The building has a modern design with a grid of windows and a large parking garage on the left. A prominent sign on the right side of the entrance reads "GENTERVALE" in large white letters, with "SHOPPING" in smaller red letters below it. Above the sign is a large red 3D logo consisting of three interlocking hexagons. The sky is a warm orange and yellow hue, suggesting sunset or sunrise. The overall atmosphere is clean and professional.

GENTERVALE  
SHOPPING

# Sumário de Conteúdo da GRI

A Ancar relatou com base nas Normas GRI para o período de 1º de janeiro de 2024 a 31 de dezembro de 2024.

GRI Standards	Divulgação	Observações	Página do relatório	ODS
<b>GRI 1: FUNDAMENTOS 2021</b>				
<b>CONTEÚDOS GERAIS</b>				
<b>A ORGANIZAÇÃO E SUAS PRÁTICAS DE REPORTE</b>				
GRI 2-1	Detalhes da organização		4, 16	
GRI 2-2	Entidades incluídas no relatório de sustentabilidade da organização		4, 16, 17	
GRI 2-3	Período do relatório, frequência e ponto de contato		4	
GRI 2-4	Reformulações de informações	Em 2024 houveram mudanças nos indicadores 305-1, 305-2 e 305-3 por mudanças no portfólio da Ancar, que resultaram em alterações na lista de unidades operacionais contabilizadas e consolidadas no inventário. Por questões de confidencialidade, parte dos valores financeiros do GRI 201-1 não serão divulgados para 2024..	4, 79	
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	GRI 2-5	Verificação externa	4, 109	
<b>ATIVIDADES E TRABALHADORES</b>				
GRI 2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios		4, 16, 17, 27	
GRI 2-7	Empregados		44, 45, 46	8, 10
GRI 2-8	Trabalhadores que não são empregados		44, 45, 46	8
<b>GOVERNANÇA</b>				
GRI 2-9	Estrutura de governança e sua composição		30, 31	5, 16
GRI 2-10	Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança		30, 31	5, 16
GRI 2-11	Presidente do mais alto órgão de governança		30, 31	16

GRI Standards	Divulgação	Observações	Página do relatório	ODS
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	GRI 2-12	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão de impactos	30, 37	16
	GRI 2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	30, 31	
	GRI 2-14	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade.	4	
	GRI 2-15	Conflitos de interesse	30, 37	16
	GRI 2-16	Comunicação de preocupações críticas	30, 31, 36, 37	
	GRI 2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	30, 31, 37	
	GRI 2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	30, 34	
	GRI 2-19	Políticas de remuneração	30, 34	
	GRI 2-20	Processo para determinar a remuneração	30, 34	
	GRI 2-21	Proporção da remuneração total anual	30, 34	16
Informação confidencial: assim como nos anos anteriores, a Ancar trabalha com política de remuneração com base em dados de mercado e na metodologia Towers Watson para análises e informações comparativas de remuneração são confidenciais, assim como em diversas empresas de referência.				
ESTRATÉGIAS, POLÍTICAS E PRÁTICAS				
GRI 2-22	Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável		8	
GRI 2-23	Compromissos de política		30, 35, 36	16
GRI 2-24	Incorporação de compromissos de política		30, 37	
GRI 2-25	Processos para reparar impactos negativos		30, 38	

GRI Standards	Divulgação	Observações	Página do relatório	ODS
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	GRI 2-26	Mecanismos para aconselhamento e apresentações de preocupações	30, 35	16
	GRI 2-27	Conformidade com leis e regulamentos	A Ancar considera como casos de impacto significativo aqueles que causam impacto reputacional com reconhecimento de não conformidade praticado pela empresa. Em 2024, não foram registrados casos significativos de não conformidade.	
	GRI 2-28	Participação em associações	61, 66	
<b>ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 2-29	Abordagem para engajamento de stakeholders	61, 62	
	GRI 2-30	Acordos de negociação coletiva	44, 45	8
<b>ABORDAGEM DE GESTÃO</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-1	Processo de definição de temas materiais	6, 7	
	GRI 3-2	Lista de temas materiais	6, 7	
<b>TEMAS MATERIAIS</b>				
<b>DIVERSIDADE, INCLUSÃO E EQUIDADE</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais	6, 7, 44, 47	
GRI 202: Presença no mercado 2016	GRI 202-1	Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	As informações comparativas de remuneração são confidenciais para proteger o posicionamento estratégico de remuneração total da companhia.	5, 8

GRI Standards	Divulgação	Observações	Página do relatório	ODS
	GRI 405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados		44, 47, 48	5, 8
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	GRI 405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	Informação confidencial: assim como nos anos anteriores, a Ancar trabalha com política de remuneração com base em dados de mercado e na metodologia Towers Watson para análises e informações comparativas de remuneração são confidenciais, assim como em diversas empresas de referência.		5, 8, 10
GRI 406: Não discriminação 2016	GRI 406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Em 2024, foram registrados quatro casos de discriminação. Três foram concluídos (dois inconclusivos e um procedente, com aplicação de medidas disciplinares). Um caso segue em investigação, conforme as diretrizes das Políticas do Canal de Transparência e de Gestão de Consequências.	44, 47	5, 8
GRI 410: Práticas de segurança 2016	GRI 410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos		61, 64	16
<b>GESTÃO DE RESÍDUOS E REJEITOS</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3 Gestão dos temas materiais		6, 7, 77, 85, 86, 87, 89	
GRI 306: Resíduos 2020	GRI 306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos		77, 85, 86	3, 6, 11, 12
	GRI 306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos		77, 85, 86, 89	3, 6, 8, 11, 12
	GRI 306-3 Resíduos gerados		77, 85, 86, 87	3, 6, 11, 12
	GRI 306-4 Resíduos não destinados para disposição final		77, 85, 86, 87	3, 11, 12
	GRI 306-5 Resíduos destinados para disposição final		77, 85, 86, 87, 88	3, 6, 11, 12, 15

GRI Standards	Divulgação	Observações	Página do relatório	ODS
<b>ATRAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E RETENÇÃO DE COLABORADORES</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais	6, 7, 49	
	GRI 401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	44, 45, 47, 48, 53	4, 5, 8, 10
GRI 401: Emprego 2016	GRI 401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	44	3, 5, 8
	GRI 404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	44, 49, 51	4, 5, 8, 10
GRI 404: Capacitação e educação 2016	GRI 404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	44, 49, 50	8
	GRI 404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	44, 49, 51	5, 8, 10
<b>TRANSPARÊNCIA E RELACIONAMENTO COM CONSUMIDORES E LOJISTAS</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais	6, 7, 30, 59, 65	8
GRI 402: Relações de trabalho 2016	GRI 402-1	Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	Todas as decisões são comunicadas através de notas e recomendações que apresentam dentro do seu escopo um prazo acordado.	61, 66
<b>MUDANÇAS CLIMÁTICAS</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais	6, 7, 25, 77, 78, 80	

GRI Standards	Divulgação	Observações	Página do relatório	ODS
GRI 305: Emissões 2016	GRI 305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	77, 78, 79	3, 12, 13, 14, 15
	GRI 305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	77, 78, 79	3, 12, 13, 14, 15
	GRI 305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	77, 78, 79	3, 12, 13, 14, 15
	GRI 305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	77, 78, 79	13, 14, 15
	GRI 305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	77, 78, 80	
<b>SAÚDE, BEM-ESTAR E SEGURANÇA</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3 Gestão dos temas materiais	6, 7, 52		
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	GRI 403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	44, 54	
	GRI 403-2	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	44, 56	8
	GRI 403-3	Serviços de saúde do trabalho	44, 54	8
	GRI 403-4	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referente a saúde e segurança do trabalho	44, 55	8.16
	GRI 403-5	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	44, 55	9
	GRI 403-6	Promoção da saúde do trabalhador	44, 52, 54	3
	GRI 403-7	Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	44, 56	8

GRI Standards	Divulgação	Observações	Página do relatório	ODS
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	GRI 403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	44, 54	8
	GRI 403-9	Acidentes de trabalho	44, 56	3, 8, 16
	GRI 403-10	Doenças profissionais	44, 56	3, 8, 16
<b>RELACIONAMENTO COM COMUNIDADES E DESENVOLVIMENTO LOCAL</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais	6, 7, 61, 67	
GRI 204: Práticas de compras 2016	GRI 204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	61, 64	
GRI 413: Comunidades locais 2016	GRI 413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	61, 63, 67	
	GRI 413-2	Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais	61, 67	1, 2
<b>ÉTICA, INTEGRIDADE E COMPLIANCE</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais	6, 7, 30, 35	
GRI 205: Combate à corrupção 2016	GRI 205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	30, 38	16
	GRI 205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	30, 38	16

GRI Standards	Divulgação	Observações	Página do relatório	ODS
GRI 205: Combate à corrupção 2016	GRI 205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não foram identificados casos de corrupção em 2024, seja através do canal de transparência ou através de demandas judiciais.	16
GRI 206: Concorrência desleal 2016	GRI 206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Não houveram ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio envolvendo a Ancar em 2024.	16
	GRI 207-2	Governança, controle e gestão de riscos fiscais		39, 43 1, 10, 17
GRI 207: Tributos 2019	GRI 207-3	Engajamento de stakeholders e gestão de suas preocupações quanto a tributos		39, 43 1, 10, 17
	GRI 207-4	Relato país-a-país	A Ancar só possui operações no Brasil.	39, 43 1, 10, 17
<b>EFICIÊNCIA ENERGÉTICA</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		6, 7, 25, 77, 81, 82
	GRI 302-1	Consumo de energia dentro da organização		77, 81, 82 7, 8, 12, 13
	GRI 302-2	Consumo de energia fora da organização		77, 81, 82 7, 8, 12, 13
GRI 302: Energia 2016	GRI 302-3	Intensidade energética	Houveram mudanças nos parâmetros de cálculo da intensidade energética da empresa, para padronizar com as práticas de mercado, e por isso passamos a calcular a intensidade energética da organização a partir da razão entre o consumo total de energia e a contagem de clientes.	77, 81, 82 7, 8, 12, 13
	GRI 302-4	Redução do consumo de energia		77, 81, 82 7, 8, 12, 13

GRI Standards	Divulgação	Observações	Página do relatório	ODS
GRI 302: Energia 2016	GRI 302-5	Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	Informação indisponível: por conta na mudança nos parâmetros de cálculo de intensidade energética, atualmente não é possível comparar o histórico dos requisitos energéticos de serviços comercializados, e por esse motivo não é determinada a redução dos requisitos energéticos para este relatório. Para o próximo relatório o novo padrão será mantido, permitindo a avaliação de reduções dos requisitos.	7, 8, 12, 13
<b>GESTÃO DE ÁGUA E EFLUENTES</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais	6, 7, 77, 83	
GRI 303: Água e efluentes 2018	GRI 303-1	Interação com a água como um recurso compartilhado	77, 83	6, 12
	GRI 303-2	Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	77, 83, 84	6
	GRI 303-3	Captação de água	77, 83, 84	6
	GRI 303-4	Descarte de água	77, 83, 84	6
	GRI 303-5	Consumo de água	77, 83, 84	6
<b>QUALIDADE E SEGURANÇA DO SERVIÇO</b>				
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais	6, 7, 54	
<b>CONTEÚDO COMPLEMENTAR</b>				

GRI Standards	Divulgação	Observações	Página do relatório	ODS
GRI 201: Desempenho econômico 2016	GRI 201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Por razões de confidencialidade, os valores financeiros referentes ao período de 2024, considerados estratégicos para a companhia, não serão divulgados.	39, 40
	GRI 201-2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas		77
	GRI 201-4	Apoio financeiro recebido do governo		39, 42
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	GRI 203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços		57, 58
	GRI 203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	39, 41, 57, 58, 59, 61, 62	1,3,8
GRI 207: Tributos 2019	GRI 207-1	Abordagem tributária	39, 42, 43	1, 10, 17

The background image is a wide-angle, aerial photograph of a city at dusk or night. In the foreground, a large, modern shopping mall is visible, its long facade adorned with numerous brightly lit billboards for various brands. The mall is situated next to a major road with a grid of traffic lights and several cars. Behind the mall, the city's skyline is visible, featuring numerous high-rise buildings of varying heights. The sky is filled with dramatic, colorful clouds, with hues of orange, yellow, and purple. In the far distance, a tall tower, possibly a television or radio mast, stands prominently. The overall atmosphere is one of a bustling, modern urban environment.

# Sumário de Conteúdo da SASB

Métrica da atividade	Código	Categoria	Unidade de medida	Página do relatório	Observações
Número de ativos, por setor imobiliário	IF-RE-000.A	Quantitativo	Número	16, 57	
Área locável, por setor imobiliário	IF-RE-000.B	Quantitativo	Metros quadrados (m <sup>2</sup> )	16, 57	
Taxa média de ocupação, por setor imobiliário	IF-RE-000.D	Quantitativo	Porcentagem (%)	16, 57	

# Relatório de Asseguração



## DECLARAÇÃO DE VERIFICAÇÃO

### INTRODUÇÃO

O Bureau Veritas Certification Brasil, estabelecido na Alameda Xingu, 350 – Alphaville Industrial, Barueri, São Paulo, inscrito no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas sob o nº CNPJ 72.368.012/0002-65, declara, para os fins devidos, que fica a **Ancar Ivanhoe Administradora de Shopping Centers Ltda**, estabelecida na Avenida das Américas, nº 7777 – Rio de Janeiro-Rio de Janeiro, CEP: 22793-081, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas sob o nº CNPJ: 09.591.056/0001-32, autorizada a publicar em todos os seus títulos e sites o trecho da Declaração de Verificação conforme redação a seguir:

"O Bureau Veritas Certification, com base nos processos e procedimentos descritos no seu Relatório de Verificação, declara que para o Relatório de Sustentabilidade da **Ancar Ivanhoe**, ano-base 2024, não existe evidência de que o mesmo não esteja materialmente correto, não seja uma representação justa dos dados e informações da Asseguração, e não tenha sido preparado de acordo com as especificações da ISAE 3000".

### ESCOPO

O escopo desta verificação abrange os padrões e Princípios<sup>1</sup> da *Global Reporting Initiative(GRI)*<sup>TM</sup> para Relatórios de Sustentabilidade e se refere à prestação de contas do período de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2024, assim como indicadores do *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)* como parte do processo de asseguração.

### LIMITAÇÕES E EXCLUSÕES

Foi excluída desta verificação qualquer avaliação de informações relacionadas à(ao)/às(aos):

- Atividades fora do período reportado;
- Declarações de posicionamento (expressões de opinião, crença, objetivos ou futuras intenções) por parte da **Ancar Ivanhoe**;
- Exatidão de dados econômico-financeiros contidos neste Relatório, extraídas de demonstrações financeiras, verificadas por auditores independentes;
- Inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), incluindo dados de energia;
- Dados e informações de empresas coligadas ou colaboradores terceirizados, sobre as quais não há controle operacional por parte da **Ancar Ivanhoe**.

As seguintes limitações foram aplicadas a esta verificação:

Os princípios de Exatidão e Confidabilidade de dados foram verificados de forma amostral, exclusivamente à luz das informações e dados relacionados aos temas materiais apresentados no Relatório;

As informações econômicas apresentadas no Relatório foram verificadas especificamente frente aos princípios de Equilíbrio e Completude da GRI e SASB.

<sup>1</sup> Exatidão, Equilíbrio, Clareza, Comparabilidade, Completude, Contexto da Sustentabilidade, Tempestividade e Verificabilidade.

### MÉTODO DE TRABALHO



O trabalho se deu a partir das seguintes etapas:

1. Entrevistas com responsáveis pelos temas materiais e pelo conteúdo do Relatório;
2. Verificação remota acerca dos processos corporativos e operacionais (verificação de indicadores materiais GRI e SASB e amostragem de informações);
3. Análise de evidências documentais fornecidas pela **Ancar Ivanhoe** para o período coberto pelo Relatório de Sustentabilidade 2024;
4. Análise das atividades de engajamento com partes interessadas (stakeholders) desenvolvidas pela **Ancar Ivanhoe**;
5. Avaliação da sistematica utilizada para determinação dos aspectos materiais incluídos no Relatório, considerando o contexto da sustentabilidade e abrangência das informações publicadas.

O nível de verificação adotado foi o Limitado, de acordo com os requisitos da norma ISAE 3000<sup>2</sup>, incorporados aos protocolos internos de verificação do Bureau Veritas.

### RESPONSABILIDADES DA ANCAR IVANHOE E DO BUREAU VERITAS

As apresentações de todas as documentações relacionadas ao Escopo foram de inteira responsabilidade da **Ancar Ivanhoe**. As auditores foram responsáveis por verificar e analisar as documentações e ações realizadas de forma remota e, com isso, validar o proposto no escopo.

### CONCLUSÃO

Como resultado de nosso processo de verificação, nada chegou ao nosso conhecimento que indicasse que: as informações prestadas no Relatório não sejam equilibradas, consistentes e confiáveis; a **Ancar Ivanhoe** não tenha estabelecido sistemas apropriados para coleta, compilação e análise de dados quantitativos e qualitativos, utilizados no Relatório; o Relatório não esteja aderente aos Princípios para definição de conteúdo e qualidade dos Padrões GRI e SASB para relatórios de sustentabilidade.

### VALIDADE

Esta Declaração de Asseguração não possui data de validade. Entretanto, a asseguração, foi realizada de acordo com o Relatório apresentado pela **Ancar Ivanhoe**, conduzido no período de maio a julho de 2025.

Ressalta-se que, caso haja alguma modificação significativa, inclusão ou exclusão de dados/informações atualmente estabelecidas e validadas em relação ao escopo desta Declaração, deve-se realizar nova asseguração.



O Bureau Veritas é uma empresa independente, com mais de 196 anos de experiência em verificação de Sistemas de Gestão de Qualidade, Meio Ambiente e Sustentabilidade. Possui um Sistema de Gestão da Qualidade certificado, garantindo conformidade ética, profissional e legal. Sua equipe atua de forma independente, sem vínculo com a **Ancar Ivanhoe**. Além disso, aplica um Código de Ética rigoroso para assegurar altos padrões de integridade e profissionalismo.

Ao final do processo e Asseguração foram gerados Relatórios Detalhados de Asseguração, mantidos como registro em nosso Sistema de Gestão.

### CONTATO

<https://www.bureauveritas.com.br/pt-br/fale-com-gente>

São Paulo, 08 de julho de 2025.

Luciana de Freitas Soares de Oliveira  
Verificadora  
Bureau Veritas Certification - Brasil

Camila Pavão Chabar  
Gerente Executivo de Sustentabilidade  
Bureau Veritas Certification – Brasil

<sup>2</sup> International Standard on Assurance Engagements 3000 – Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information.

### DECLARAÇÃO DE INDEPENDÊNCIA E IMPARCIALIDADE

# Créditos

## EQUIPE ANCAR

### **Chief Financial Officer - CFO**

Rafael Lisboa

### **Gerência ESG**

Alexandre Santos

Jéssica Campos

### **Grupo de Trabalho Ancar**

#### **Fotos**

Acervo da Ancar

#### **Informações Corporativas**

Sede Ancar

Avenida das Américas, 7.777

Shopping Rio Design Barra – Barra da Tijuca

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

### **Redação, Consultoria Editorial e GRI, Projeto Gráfico e Diagramação**

Visão Sustentável

