

# Relatório de Sustentabilidade 2022



# Sumário

## Sobre o Relatório

## Mensagem da liderança

## A Ancar Ivanhoe

Quem somos

Nossa história

Mapa de Atuação

Destaques do Ano

Prêmios e Reconhecimentos

## Modelo de Negócio

Adaptação às transformações

Cenário macroeconômico de 2022

Diferenciais competitivos

Desempenho dos negócios

Horizonte ESG Ancar

Plataforma da marca

Estratégia de Inovação

## Shoppings Ecoeficientes

Ecoeficiência e educação para a sustentabilidade

Gestão da água

Gestão da energia

Resíduos

Emissões atmosféricas e mudanças climáticas

Práticas ambientais e ecoeficientes

## Gente que gosta de gente

Impacto nas comunidades

Um legado, uma história

Gestão de Pessoas

Diversidade, igualdade e não discriminação

## Governança e Integridade

Governança Corporativa

Ética e combate à corrupção

Gestão de Riscos

Relacionamento com os *stakeholders*

Participação em associações

## Sumário de conteúdo GRI

## Créditos



CLIQUE SOBRE OS  
ÍTEMES PARA NAVEGAR

# Sobre o Relatório

GRI 2-3

## Um compromisso em fazer mais

Apresentamos o nosso Relatório de Sustentabilidade de 2022, para viabilizar um canal de transparência e diálogo com os nossos *stakeholders*: clientes, investidores, colaboradores, lojistas, fornecedores, parceiros e comunidades. Apresentamos as nossas iniciativas nos pilares ESG (ambiental, social e governança, na sigla em inglês), além do desempenho econômico-financeiro e operacional, com os destaques e desafios de nossa operação.

As informações contidas neste Relatório referem-se ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022. O trabalho foi desenvolvido com base nas Normas da Global Reporting Initiative (GRI), versão 2021, referência internacional de boas práticas para relato de sustentabilidade.

A estrutura do Relatório foi orientada pelos temas materiais da Ancar Ivanhoe, definidos em 2021. *(Ver mais na página 21).*

Comunicamos também os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas (ONU) prioritários para o grupo e as iniciativas desenvolvidas em linha com essa agenda mundial.

Os dados divulgados se referem à combinação de todos os empreendimentos e unidades de negócio da companhia, incluindo os shoppings proprietários, os shoppings de terceiros geridos pela empresa e a gestão de fundos de investimentos.

A transparência junto aos nossos públicos prioritários nos impulsiona à melhoria contínua e à inovação. Uma jornada que queremos compartilhar nesse relatório e seguir cocriando com nossos parceiros, com um grande objetivo: proporcionar experiências transformadoras aos nossos clientes, produzindo impactos positivos na sociedade.

Boa leitura!



*Em caso de dúvidas, sugestões ou comentários sobre este relatório, entrar em contato pelo:*

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

**telefone:** +55 21 3525-5413

# Mensagem da liderança

GRI 2-22

O ano de 2022 foi de grandes mudanças. Marcado pelos 50 anos da companhia, o ano foi guiado por um trabalho profundo de resgate da nossa essência, redefinição de prioridades, de repensar o varejo e reimaginar o espaço dos shopping centers.

Nesse período, ressignificamos a proposta de valor dos nossos shoppings, lançamos o nosso propósito, implementamos um programa interno de inovação e elegemos quais temas ESG serão endereçados como prioridade pela companhia nos próximos anos. Nossa bússola foram nossos clientes e a constante obsessão de como podemos conectar nossos *stakeholders*, gerando valor para todo o ecossistema.

Nesta edição do Relatório de Sustentabilidade da Ancar Ivanhoe, compartilhamos um pouco sobre os projetos e iniciativas que apoiam nosso caminho na direção da transformação digital e que impulsionam a inovação dentro da companhia, fomentando um ambiente positivo e de crescimento sustentável. Afinal, somos uma empresa de pessoas feita para pessoas.

Boa leitura!

Forte abraço.



Evandro Ferrer  
CEO



SHOPPING  
NOVA IGUAÇU

Knoplex RENNER BICOLO CM  
BodyTech FALMA pantonix

A Ancar  
Ivanhoe

# Quem Somos

GRI 2-1, 2-6

## Transformamos realidades

Há mais de 50 anos, somos “gente que gosta de gente”. Existimos para promover transformações com experiências inspiradoras para nossos públicos. Esse propósito nos guia em uma direção: tirarmos a vida do automático e oferecer vivências que ampliam a visão, acrescentam, mobilizam e inspiram.

Somos a segunda maior administradora de shopping centers do Brasil em termos de ABL, “Área Bruta Locável”, administrada. Com sede no Rio de Janeiro (RJ), a Ancar Ivanhoe conta com mais de 3.800 mil colaboradores, atuando nas cinco regiões do país e áreas corporativas. Nosso ecossistema abrange 27 shoppings, totalizando 1,1 milhão de m<sup>2</sup> de ABL administrada.

Atuamos como uma plataforma completa de shopping centers, com *expertise* em operações, atendimento ao cliente, finanças, pesquisas de mercado, comercialização, marketing, estacionamento, arquitetura e ambiente, além de tecnologia da informação. Oferecemos uma gestão integrada voltada para proporcionar experiências únicas e

fortalecer os laços com mais de 230 milhões de pessoas que frequentam anualmente os nossos shoppings.

Somos um instrumento de desenvolvimento social. Transformamos nossos shoppings em espaços de convivência, cultura, lazer, solidariedade e inclusão, valorizando a história e as características locais de cada empreendimento. Para isso, estamos permanentemente conectados às necessidades e aos desejos de nossos clientes e comunidade das quais participamos, de maneira ágil e criativa.

Ousamos pensar o futuro dos shopping centers, balizados pela experiência de uma companhia pioneira no setor. Nosso jeito de gerir e conduzir os processos está em constante evolução, pautado na geração de valor para todo o ecossistema, com resultados econômico-financeiros saudáveis, uma jornada de compras cada vez mais personalizada e fluida e estratégias de sustentabilidade que impactam positivamente nossa operação e nosso entorno.

*Estamos permanentemente conectados às necessidades e aos desejos de nossos clientes e das comunidades das quais participamos, de maneira ágil e criativa*



Nossa meta está estabelecida: continuar sendo “gente que gosta de gente”, um valor que nos leva a expandir as possibilidades de realização para cada uma das pessoas que nos relacionamos, cada empreendimento que abraçamos e cada comunidade das quais participamos.



## Nosso propósito

Promover transformações com experiências inspiradoras



## Missão

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



## Valores

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

## Grandes números\*



mais de  
**5 mil**  
lojas

**27**  
shoppings  
em 14 cidades

mais de  
**R\$ 19**  
bilhões  
em vendas



mais de  
**3.800**  
colaboradores  
(efetivos e terceirizados)



mais de  
**1 milhão**  
de m<sup>2</sup> geridos

mais de  
**230**  
milhões  
de visitas/ano

\* Incluindo os novos Parque Shopping Bahia e Minas Shopping.

# Nossa história

Fundada em 1972, o Grupo nasceu da visão de futuro da família Carvalho, que deixou o ramo financeiro para investir no Conjunto Nacional, segundo shopping do país, em Brasília (DF), quando esse segmento dava seus primeiros passos.

Em 2006, a Ancar associou-se à canadense Ivanhoe Cambridge, líder global de serviços imobiliários, consolidando assim a Ancar Ivanhoe. Essa parceria estratégica permitiu uma expansão acelerada e tornou a companhia uma das principais empreendedoras e

administradoras de shopping centers do Brasil, com uma essência que se perpetua junto com o seu crescimento: o foco nas relações humanas e no olhar atento às necessidades do seu entorno.

Os mais de 50 anos de história da Ancar Ivanhoe movem a companhia para mais 50 anos como protagonista de transformações no setor, fortalecendo conexões com as pessoas, inovando na jornada de vendas e de consumo e promovendo o desenvolvimento social.



*Por ser a companhia mais antiga do setor de shopping centers no Brasil, a Ancar Ivanhoe construiu laços duradouros com milhões de clientes e um legado de aprendizados e transformações*



## Linha do tempo



1972

- > Fundação da Ancar Empreendimentos, sócia do Conjunto Nacional Brasília

1976

- > Fundação da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), que teve como um dos fundadores, Sergio Andrade de Carvalho

1983

- > Inauguração do **Shopping Center Iguatemi**, em Porto Alegre (RS)

1995

- > Inauguração do **Nova América Outlet Shopping**, no Rio de Janeiro (RJ), instalado em uma antiga fábrica de tecidos

2006

- > Associação com a Ivanhoé Cambridge

2004

- > Conquista da gestão do **Rio Design Barra e Rio Design Leblon**, com reposicionamento das marcas
- > Conquista da gestão do **Pantanal Shopping**



2002

- > Reposicionamento e expansão do **Shopping Nova América**, no Rio de Janeiro (RJ)

1999

- > Spinn off (Divisão) da Ancar Gestão se tornando uma referência para shoppings próprios e de terceiros

2007

- > Aquisição do **Natal Shopping**
- > Conquista da gestão do **Shopping Metrô Itaquera**
- > Lançamento do **Porto Velho Shopping**

2008

- > Conquista da gestão do **Shopping Eldorado**, em São Paulo (SP), um dos mais importantes da cidade
- > Aquisição da São Marcos, empreendedora dos shoppings **Interlagos e Center Vale**, em São Paulo (SP), e **Botafogo Praia Shopping e Downtown**, no Rio de Janeiro (RJ)

2012

- > Lançamento do **Shopping Parque das Bandeiras**, em Campinas (SP)
- > Aquisição do **Shopping Boulevard**

2022

- > Conquista da gestão do **Parque Shopping Bahia**, em Lauro de Freitas (BA), único complexo multiúso da região
- > Aquisição de ações do **Minas Shopping**, em Belo Horizonte (MG)

2018

- > Assunção da gestão do fundo imobiliário Brazil Retail, que inclui **Pátio Higienópolis, Pátio Paulista, Rio Sul e Madureira**. Além disso, a Ancar Ivanhoe assumiu a gestão dos shoppings **Pátio Paulista e Madureira**



2016

- > Inauguração do **Shopping Nova Iguaçu**

2013

- > Entrada no Ceará com a aquisição do **North Shopping Fortaleza, North Shopping Maracanaú e Via Sul Shopping**, bem como lançamento do **North Shopping Jóquei**
- > Aquisição do **Golden Square Shopping**

## Mapa de atuação: plataforma diversificada

### Rondônia

1 shopping  
214 lojas  
+ 7.990 milhões  
de visitantes/2022

### Mato Grosso

1 shopping  
220 lojas  
+ 3.525 milhões  
de visitantes/2022

### Distrito Federal

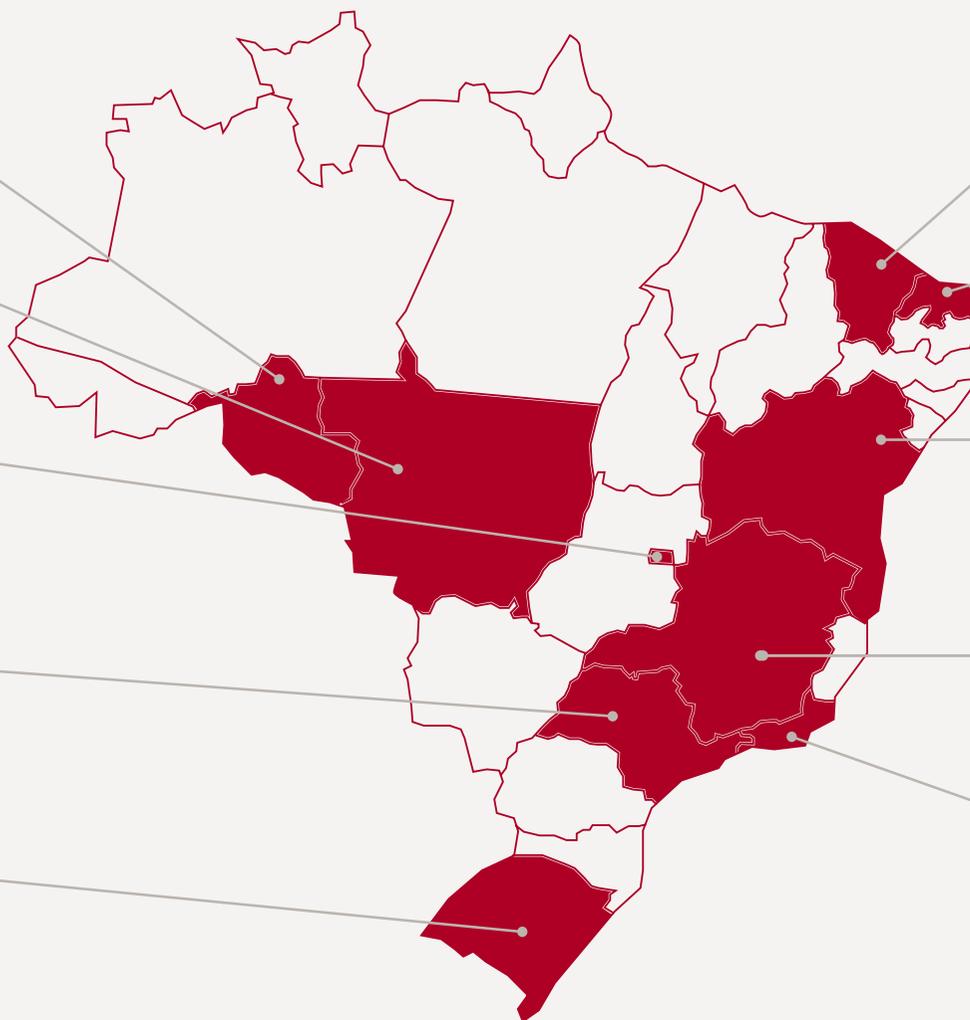
1 shopping  
229 lojas  
+ 14.590 milhões  
de visitantes/2022

### São Paulo

7 shoppings<sup>2</sup>  
1.670 lojas  
+ 72.799 milhões  
de visitantes/2022

### Rio Grande do Sul

1 shopping  
331 lojas  
+ 18.261 milhões  
de visitantes/2022



### Ceará

4 shoppings  
591 lojas  
+ 22.531 milhões  
de visitantes/2022

### Rio Grande do Norte

1 shopping  
175 lojas  
+ 5 milhões  
de visitantes/2022

### Bahia

1 shopping  
190 lojas  
+ 6.813 milhões  
de visitantes/2022

### Minas Gerais

1 shopping  
237 lojas  
+ 8.305 milhões  
de visitantes/2022

### Rio de Janeiro

9 shoppings  
1545 lojas  
+ 70.275 milhões  
de visitantes/2022

<sup>2</sup> A Ancar Ivanhoe apenas realiza a gestão do Fundo Investimento de Participação – FIP do **Shopping Pátio Higienópolis**, localizado em São Paulo, e representa seus proprietários.

## Shoppings próprios - 17 empreendimentos

### Belo Horizonte (MG)

Minas Shopping  
237 lojas

### Brasília (DF)

Shopping Conjunto Nacional  
229 lojas

### Campinas (SP)

Shopping Parque  
das Bandeiras  
204 lojas

### Cuiabá (MT)

Pantanal Shopping  
220 lojas

### Natal (RN)

Natal Shopping  
175 lojas

### Porto Alegre (RS)

Shopping Iguatemi  
Porto Alegre  
331 lojas

### Porto Velho (RO)

Porto Velho Shopping  
214 lojas

### Fortaleza (CE)

North Shopping Jóquei  
174 lojas

### North Shopping Fortaleza

193 lojas

### Via Sul Shopping

74 lojas

### São Bernardo do Campo (SP)

Golden Square Shopping  
164 lojas

### Rio de Janeiro (RJ)

Botafogo Praia Shopping  
148 lojas

### Boulevard Shopping

172 lojas

### Shopping Nova América

307 lojas

### Shopping Nova Iguaçu

223 lojas

### São Paulo (SP)

Shopping Interlagos  
232 lojas

### São José dos Campos (SP)

CenterVale Shopping  
226 lojas



## Shoppings geridos - 10 empreendimentos

### Fortaleza (CE)

North Shopping  
Maracanaú  
107 lojas

### Rio de Janeiro (RJ)

Madureira Shopping  
162 lojas

### Rio Design Barra

148 lojas

### Rio Design Leblon

46 lojas

### RioSul\*

283 lojas

### Shopping Downtown

56 lojas

### São Paulo (SP)

Shopping Metrô Itaquera  
264 lojas

### Shopping Pátio Paulista

273 lojas

### Shopping Higienópolis\*\*

242 lojas

### Lauro de Freitas (BA)

Parque Shopping Bahia

190 lojas

\*Gestão Patrimonial

\*\* Ancar Ivanhoe faz apenas a gestão do Fundo de Investimento de Participação - FIP\*

# Destques do ano

## Posicionamento organizacional

### • Plataforma da marca

Lançamento da plataforma da marca Ancar Ivanhoe, com a atualização do nosso propósito e dos valores da companhia.

## ESG

### • Criação da área de ESG e Comitê ESG

Estruturação de equipe e de uma governança para o tema com o objetivo de alinhar, apoiar e estimular as práticas ESG, com vistas à perenidade do negócio, à gestão dos *stakeholders* e à geração de impactos socioambientais positivos em todo o ecossistema.

### • Lançamento do Primeiro Relatório de

**Sustentabilidade** com base no GRI, elaboração do Diagnóstico de Maturidade ESG, cujo objetivo foi identificar o estágio da companhia frente às práticas ESG e definir o planejamento estratégico 2030.

## Integridade

### • Compliance

Criação de quatro novas políticas que integram o arcabouço do Programa de Integridade.

## Social

### • Campanha Natal Sem Fome

Os shoppings da companhia foram responsáveis por 10% da arrecadação geral da Campanha Natal Sem Fome de 2022, realizada pela ONG Ação Cidadania, totalizando mais de 185 toneladas arrecadadas.

## Digital

### • Criação da área de Estratégia de Inovação

Nasce com o propósito de desenvolver uma cultura de inovação e qualificar iniciativas digitais, ressignificando a experiência do consumidor.

### • Shopping 5.0

Evolução da assistente virtual “Ana” e do “Hub do Lojista” com o lançamento de novas funcionalidades.

### • Lançamento do Portal da Inovação

A iniciativa democratiza a participação dos colaboradores em projetos de inovação e transformação digital, a partir do compartilhamento de ideias e da transparência na governança do tema.

## Produtos Proprietários

### • Espaços de Convivência, gastronomia e lazer ao ar livre

Inauguração do “Terraço Botafogo”, no Rio de Janeiro (RJ), e do “Quintalzinho do BAN”, em Campinas (SP), além do início da construção do “Alpendre”, em Natal (RN) e do início dos estudos de viabilidade do “Quintal do Jôquei”, em Fortaleza (CE).

## Expansão do portfólio

### • Bahia

Conquista da gestão do **Parque Shopping Bahia**, em Lauro de Freitas (BA), marcando a entrada da Ancar Ivanhoe no estado da Bahia.

### • Minas Gerais

Aquisição de 9,14% do **Minas Shopping**, em Belo Horizonte (BH), marcando a entrada da Ancar Ivanhoe no estado de Minas Gerais.

## Prêmio

### • Melhores empresas

Conquistamos o 3º lugar nacional na categoria de varejo no Prêmio da GPTW (Great Place to Work). Pela 15ª vez, estamos no topo das Melhores Empresas para Trabalhar.

# Prêmios e Reconhecimentos

O prêmio Abrasce 2022, organização referência no setor de shopping centers no Brasil, selecionou 19 cases da Ancar Ivanhoe, entre mais de 280 inscrições, e premiou 6 iniciativas. Os projetos vencedores tem como pilares a inovação, ações sociais e a gestão e revitalização dos empreendimentos. São eles:



*O reconhecimento dos projetos da Ancar Ivanhoe e de nossos shopping centers reforça o impacto positivo provocado pelas iniciativas que atendem às necessidades dos consumidores e das comunidades em que estamos inseridos*

- **Parque das Bandeiras (Campinas - SP):**  
prata na categoria expansão e revitalização, com o lançamento do espaço aberto “Quintal do BAN”.
- **Pantanal Shopping (Cuiabá - MT):**  
prata na categoria expansão e revitalização, com o lançamento do espaço “Terraço do PAN”.
- **Shopping Metrô Itaquera (São Paulo - SP):**  
prata na categoria Inovação, com o projeto “Podcast: De Lojista para Lojista”, que divulga novos formatos de comunicação e divulgação de conteúdo.
- **Shopping Center Iguatemi (Porto Alegre - RS):**  
bronze para a ação social “Natal do Bem do Iguatemi”. A data foi transformada em uma plataforma de solidariedade, que conectou clientes e instituições sociais.
- **Ancar Ivanhoe (área corporativa/Rio de Janeiro - RJ):**
  - **Ouro em Gestão de Pessoas** com a Universidade do Lojista Ancar Ivanhoe (UAI Lojista). A plataforma, 100% digital, disponibiliza cursos de capacitação e aperfeiçoamento para todos os colaboradores dos shoppings centers da rede.
  - **Prata em projetos visuais**, com o projeto “Bianca: BI da Ancar”. A iniciativa permite a utilização de dados para embasar as tomadas de decisão da empresa. Utilizando técnicas de *machine learning*, Bianca foi criada para entender e responder perguntas sobre o negócio da melhor forma possível.

# Modelo de negócio



# Adaptação às transformações

O modelo de negócio da Ancar Ivanhoe é baseado em soluções flexíveis, permitindo a adaptação aos ciclos do mercado, que estão em constante transformação, e as demandas dos nossos parceiros e clientes, possibilitando a oferta de serviços personalizados.

A companhia está estruturada em três pilares, gerando um ecossistema totalmente integrado: shopping centers proprietários, administração de empreendimentos de terceiros e gestão de fundos de investimento.

A gestão de fundos de investimento é realizada pela Shopping Centers Ancar Ivanhoe (SCAI) Gestora, empresa do Grupo, que realiza a gestão dos veículos de investimentos em shopping centers, tanto próprios como de terceiros.

Atualmente somos responsáveis pela gestão de cerca de R\$ 20 bilhões de ativos. Essa atuação diversificada viabiliza a oferta de um pacote completo de serviços, com foco no cliente e em estratégias que colocam o consumidor no centro e alavancam a rentabilidade dos lojistas.

O ecossistema da companhia conta atualmente com 27 shoppings centers, sendo 17 próprios e 10 de terceiros. Nossos empreendimentos são geridos de forma descentralizada e participativa, conferindo autonomia às marcas de shoppings que integram a plataforma. Ao mesmo tempo, todos estão conectados ao propósito da companhia e priorizam um ambiente de trabalho acolhedor e saudável.

## Crescimento e pilares estratégicos

Como forma de potencializar nossa plataforma, projetamos um crescimento baseado nos seguintes pilares estratégicos:

- Aceleração dos investimentos nos nossos shoppings dominantes, incluindo revitalizações, *retrofits*, diferenciação do nosso mix de lojistas e espaços abertos voltados para as famílias e focados em entretenimento, lazer e gastronomia. Para apoiar esta estratégia, inauguramos diversos espaços ao ar livre, voltados para proporcionar experiências para toda a família, unindo entretenimento, lazer, gastronomia e cultura;

- Foco na transformação digital com o objetivo de conhecer com profundidade os desejos e necessidades dos consumidores e aumentar a eficiência e relevância dos nossos shoppings. Nos últimos dois anos, lançamos os nossos produtos digitais, focados principalmente em consumidores e lojistas;

- Ampliação do nosso ecossistema, atraindo novos shoppings dominantes para o ecossistema e, conseqüentemente, aumentando a atratividade da plataforma Ancar Ivanhoe;

- Em todos os pilares da companhia, a sustentabilidade é um tema estratégico considerado nas tomadas de decisão, com a participação da alta liderança em comitês de sustentabilidade que visam a construção de diretrizes e metas para a área.



*Todos os shoppings estão conectados ao propósito da companhia e priorizam um ambiente de trabalho acolhedor e saudável*

# Cenário macroeconômico de 2022

## Balanço positivo com estratégias assertivas

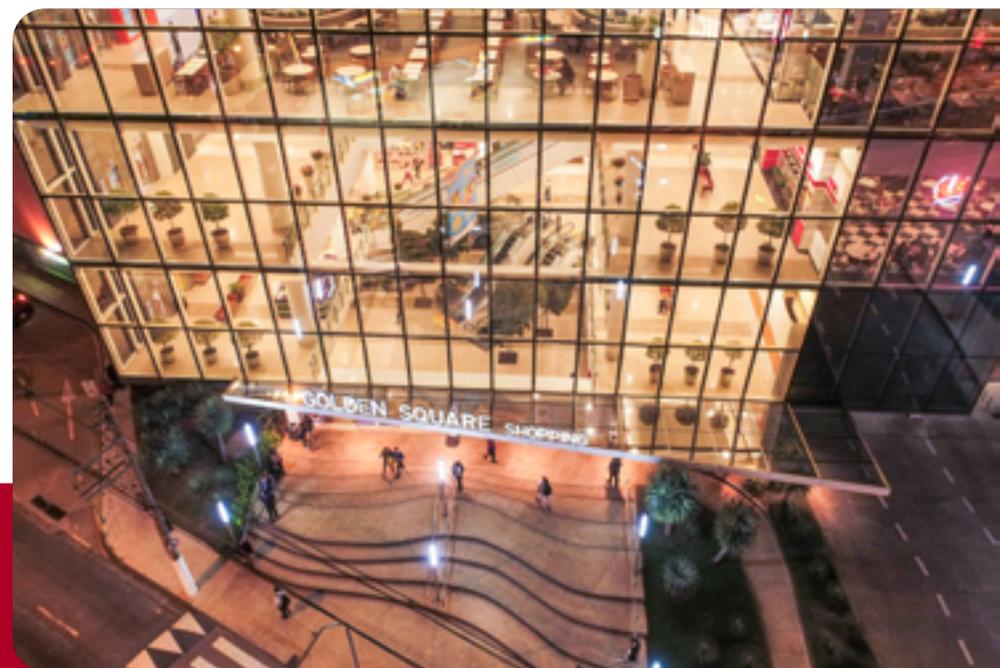
O primeiro trimestre de 2022 foi marcado pela continuidade da pandemia da Covid-19, principalmente com o aumento de casos provocados pela variante Ômicron no mês de janeiro. Os efeitos no setor de varejo foram imediatos, com a restrição das operações e, em alguns casos, o fechamento de shopping centers. A partir de fevereiro, observamos uma evolução neste cenário, com uma melhora consistente de fluxo de pessoas e vendas.

Apesar dos impactos da pandemia no primeiro trimestre de 2022, e de um cenário macroeconômico com pressão inflacionária e maior endividamento das famílias, os nossos shoppings encerraram o ano com resultados positivos, com crescimento de vendas de 9% em relação ao período pré-pandêmico e forte recuperação no fluxo de pessoas em relação a 2021.

No Brasil, o volume geral de vendas do comércio varejista fechou 2022 com crescimento de 1% em relação ao ano anterior, de acordo com dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), índice mais baixo desde 2006.

Já os dados divulgados pela Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), referentes ao Censo Brasileiro de Shopping Centers 2021-2022, mostram a reação do setor ao longo de 2022, que cresceu 20,5% comparado ao ano anterior e chegou a um faturamento de R\$ 191,8 bilhões. Esse resultado, segundo os dados, reflete a recuperação de fluxo nos shoppings brasileiros, que receberam 443 milhões de visitantes por mês, uma alta de 12% comparada a 2021.

O balanço alcançado pela Ancar Ivanhoe se deve a uma estratégia mais focada na comercialização dos espaços dos shoppings, a atração de novas operações, o desenvolvimento de soluções digitais e a realização de um trabalho integrado entre todas as áreas da companhia.



# Diferenciais competitivos



**1.**

Gerenciamos um portfólio robusto, com shoppings dominantes nas principais regiões do Brasil.

**2.**

Somos a segunda maior administradora do Brasil, em ABL administrada, com escala, força comercial e estreito relacionamento com varejo.

**3.**

Estamos redesenhando a oferta de valor dos nossos shoppings, criando experiências personalizadas e fascinantes para consumidores e lojistas, potencializadas pela digitalização.

**4.**

Desenvolvemos uma arquitetura de software proprietária, que nos permite criar novas soluções digitais para clientes e lojistas, criando valor para o ecossistema.

**5.**

Estamos no topo da lista de empresa Great Place to Work (GPTW) desde 2008, com múltiplas premiações.

**6.**

Mantemos um forte compromisso com o desenvolvimento social e ambiental e a melhoria da qualidade de vida das comunidades das quais fazemos parte.

# Desempenho dos negócios

## Investimentos com foco no cliente

### Econômico-financeiro

A Ancar Ivanhoe alcançou um excelente resultado em 2022, suportado pelo expressivo crescimento da taxa de ocupação e pela retomada das vendas dos nossos lojistas.

Em 2022, o Net Operating Income (NOI) caixa combinado dos shoppings do ecossistema alcançou mais de R\$ 1,5 bilhão, valor 19% maior em comparação a 2019.

<sup>3</sup> Os dados econômico-financeiros e de performance apresentados nesse relatório excluem o **Parque Shopping Bahia** e o **Minas Shopping**, que integraram o ecossistema da companhia no final de 2022.

## Operacional

Em 2022 atingimos um recorde histórico de vendas alcançando mais de R\$ 17 bilhões em vendas totais, com crescimento de 9% sobre 2019 e com 10 shoppings do ecossistema apresentando crescimento de dois dígitos *versus* 2019. Com a retomada das vendas, nossos lojistas voltaram a um patamar saudável de operação, e isso possibilitou uma redução das flexibilizações contratuais aplicadas durante a pandemia e a redução da inadimplência.

A taxa de ocupação do ecossistema ficou em 95% no final de 2022, 0,9 ponto percentual acima de 2019. O aumento na taxa de ocupação é decorrente do nosso esforço de atrair marcas relevantes para os shoppings em maturação, além de atualizar o mix em shoppings maduros.

Destacamos, ainda, importantes avanços como a qualificação das iniciativas digitais e a adoção de estratégias de sustentabilidade, que tornaram as operações mais eficientes, com a consequente mitigação dos impactos do negócio.

*Em 2022, o total de vendas de nossos lojistas atingiu a marca de mais de **R\$ 17 bilhões***



## Investimentos e expansões GRI 203-1

O ano de 2022 foi marcado pela ampliação de nosso ecossistema com a nossa entrada nos mercados da Bahia e Minas Gerais. A conquista da gestão do **Parque Shopping Bahia**, em Lauro de Freitas (BA), trouxe para a plataforma um empreendimento multiúso, que contempla um mix de operações de entretenimento e lazer, alinhado as novas tendências internacionais e as demandas do consumidor.

A companhia também adquiriu fração acionária de 9,14% do **Minas Shopping**, em Belo Horizonte (MG), shopping dominante focado no público B/C.



### Espaços ao ar livre

*Tendência mundial, os espaços de convivência, entretenimento e lazer ao ar livre estão cada vez mais presentes em nossos empreendimentos. Apresentamos importantes marcos nessa direção em 2022:*

## Terraço Botafogo

O **Botafogo Praia Shopping**, no Rio de Janeiro (RJ), inaugurou em dezembro de 2022 o “Terraço Botafogo”, com 500 m<sup>2</sup>, na cobertura do empreendimento. Para proporcionar a integração com a vista privilegiada do Pão de Açúcar, foram investidos R\$ 12 milhões.

Com parceiros alinhados à nossa proposta, a expectativa é que o Terraço Botafogo seja referência para a população carioca e para os turistas que visitam a cidade, se consolidando como um espaço de encontro integrado à natureza, com boa gastronomia, cultura e diversão.

## Novos shoppings

### PARQUE SHOPPING BAHIA

**190**

operações

**9**

lojas âncoras

**11**

megalojas

**+ 2.800**

vagas de estacionamento



### MINAS SHOPPING

**237**

operações

**11**

lojas âncoras

**14**

megalojas

**+ 3.000**

vagas de estacionamento

## Alpendre

Com inauguração realizada em Fevereiro de 2023, o **Natal Shopping**, em Natal (RN), investiu R\$ 6,5 milhões na construção de um espaço que une área *gourmet* ao ar livre, natureza, entretenimento e lazer.

A proximidade com a cultura regional está presente tanto na escolha do nome do novo espaço como nos projetos desenvolvidos, entre eles, a criação do palco Câmara Cascudo, homenagem ao pesquisador e escritor potiguar, e de um painel da artista visual de Seridó, Ariel Guerra. O complexo de 2.200m<sup>2</sup> de área inclui ainda a Praça das Jabuticabeiras, espaço *petfriendly* - Auaupendre - e um parquinho infantil.

## Jardim Urbano

O projeto do Jardim Urbano do **Conjunto Nacional**, em Brasília (DF), nasceu com a proposta de ser um espaço aberto, criativo, cultural e acolhedor, voltado para momentos de encontros, trabalho, lazer, gastronomia e experiências. Com a primeira fase inaugurada em abril de 2022 e investimentos de R\$ 1,2 milhão, o Jardim Urbano já é reconhecido como um espaço cultural do centro de Brasília.

## Terraço do PAN

Em dezembro de 2021, o **Pantanal Shopping** inaugurou o Terraço do PAN, primeiro rooftop de Cuiabá (MT), com mais de 1,3 mil m<sup>2</sup>. O espaço foi criado com o intuito de oferecer uma culinária local em um ambiente descontraído. Com 10 operações, o projeto recebeu investimento de R\$ 8,5 milhões e se consolidou em 2022 como um local de entretenimento e lazer para a população da cidade e região.

Previsto para inaugurar no segundo semestre de 2023, o shopping aprovou ainda o projeto de implementação da Rua do PAN, área aberta e arborizada, com foco na gastronomia, entretenimento e lazer.

## Quintal do Jóquei

Em 2022, o **North Shopping Jóquei**, em Fortaleza (CE), iniciou os estudos de viabilidade de uma nova atração de lazer e gastronomia, o Quintal do Jóquei, contemplando uma área ao ar livre que ocupará 5 mil m<sup>2</sup>. Com previsão de inauguração no segundo semestre de 2023, o espaço foi projetado para ser um lugar de convívio e construção de memórias afetivas para toda a família.

## Quintalzinho do BAN

Depois do Quintal do BAN, uma área que reúne experiência gastronômica e lazer ao ar livre, o **Shopping Parque das Bandeiras**, em Campinas (SP), investiu em mais um local para toda a família, o Quintalzinho do BAN. Com um aporte de R\$ 1,5 milhão, o espaço totalmente lúdico de 1.600 m<sup>2</sup> ao ar livre possui brinquedos interativos e abriga diversas atividades com foco no entretenimento de crianças.



# Horizonte ESG Ancar Ivanhoe

*O Horizonte ESG Ancar Ivanhoe 2030 consolida os valores da companhia referentes à operação de suas atividades, alinhada a práticas sólidas de ética nos negócios, utilização racional dos recursos naturais, transformação social das comunidades das quais fazem parte e valorização da força de trabalho*

## Materialidade GRI 3-1

A identificação dos temas materiais prioritários para a sustentabilidade da companhia foi realizada em 2021. Foram definidas ainda as métricas relevantes para o monitoramento e evolução do desempenho nos temas relacionados.

O estudo contemplou os Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) impactados pela operação, conectando a

companhia a essa agenda mundial de desenvolvimento, com metas a serem atingidas até 2030.

Os temas materiais de maior relevância para os *stakeholders* guiaram a produção do nosso primeiro Relatório de Sustentabilidade, correspondente ao ano de 2021, além de delimitar o conteúdo deste relatório. São eles:

## Tópicos prioritários GRI 3-2

Tema material	Aspectos materiais contemplados
Ética e Governança Corporativa	Estrutura e boas práticas de gestão de riscos
	Estrutura de governança de conformidade e integridade
	Ética e combate à corrupção
Gestão de Pessoas	Saúde e Segurança do trabalho
	Treinamento e educação
	Boas práticas trabalhistas na operação
	Atração e retenção de talentos
Impacto Social Positivo	Diversidade, igualdade e não discriminação
	Apoio ao desenvolvimento social
	Impacto nas comunidades
Shoppings Ecoeficientes	Boas práticas trabalhistas na cadeia de fornecedores
	Gestão do uso da água
	Gestão do uso de energia
	Resíduos
	Emissões atmosféricas e mudanças climáticas

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

## Para a construção da nossa materialidade, foram considerados os seguintes públicos prioritários:

### INTERNO

- Colaboradores e conselheiros

### EXTERNOS

- Órgãos reguladores
- Ongs e comunidades apoiadas
- Acionistas da Ancar Ivanhoe
- Bancos e instituições financeiras
- Universidades
- Associações de empresas do setor
- Lojistas
- Consumidores
- Clientes de *merchandising*
- Proprietários e coproprietários administrados
- Fornecedores
- Especialistas em sustentabilidade

## Os ODS priorizados em nossa estratégia de sustentabilidade:



## Planejamento Estratégico

Além do estudo de materialidade, nosso planejamento estratégico para a consolidação do Horizonte ESG Ancar 2030, aprofundamos o conhecimento da operação da companhia e do setor, através de um diagnóstico de maturidade ESG. Aplicamos a metodologia ESG Maturity Assessment para avaliar a condução dos negócios em relação a esses aspectos ESG. Segundo o modelo, a Ancar Ivanhoe encontra-se no patamar de “gerenciamento de oportunidades e riscos ESG nas operações centrais do negócio”.

A escala utilizada para o diagnóstico estabelece como maior nível de maturidade o “redesenho do negócio e seu propósito para que resulte principalmente em impactos positivos relevantes para a sociedade, regenere o meio ambiente e o tecido social”.

## Programas de Sustentabilidade

As iniciativas socioambientais desenvolvidas pelos shoppings da plataforma Ancar Ivanhoe têm o acompanhamento de Comitês de Sustentabilidade locais, liderados pelas Gerências de Operações, com a participação de áreas correlacionadas ao tema.

A agenda dos Comitês inclui o planejamento e o acompanhamento das diversas ações socioambientais e de programas corporativos como o “Sustentabilidade Transforma” e o “Bem Ancar”. O primeiro abraça iniciativas como o Telhado Verde, com foco na compostagem dos resíduos orgânicos, e a Coleta Seletiva, que inclui a separação, reciclagem e o descarte responsável dos resíduos produzidos.

O Programa “Bem Ancar” conecta as ações sociais de todos os shoppings e consolida um pilar de responsabilidade social na cultura da companhia. O portfólio de ações vinculado ao Programa inclui voluntariado e apoio a organizações educacionais e sociais.



## Comitê de ESG

No âmbito da governança, implementamos em 2022 o Comitê de ESG, com a participação da alta liderança. A equipe tem o objetivo de acompanhar, direcionar e conectar as iniciativas estratégicas desenvolvidas nos eixos social, ambiental e de governança. **GRI 2-14**

Entre os temas centrais debatidos pelo Comitê, estão a diversidade e a inclusão, a governança climática e os investimentos socioambientais, que se desdobram em metas na construção de valor para a companhia, colaboradores, sócios, acionistas e sociedade.

## Painel ESG

Nossos dados de ESG podem ser consultados por todos os colaboradores em qualquer dispositivo móvel por meio do Painel ESG. Lançado em 2022, a ferramenta confere transparência à jornada ESG. Podem ser acessados dados como consumo de energia, água e geração de resíduos em cada um dos empreendimentos.

A atuação do Comitê é independente e busca alinhar as estratégias de forma a gerar valor para a companhia e para todos os seus *stakeholders*. As decisões do grupo são reportadas aos acionistas, respeitando os princípios das boas práticas de governança corporativa.

*Acompanhamos, direcionamos e conectamos as iniciativas estratégicas desenvolvidas nos eixos social, ambiental e de governança*

O Painel foi incluído na assistente virtual do BI Ancar Bianca, uma ferramenta interna que promove a democracia de acesso a dados por todos os colaboradores. *(Ver mais na página 27)*. O uso da plataforma digital possibilita o acesso ágil e confiável aos temas estratégicos de ESG para a companhia e melhora a eficiência nas tomadas de decisão.

## Desempenho de sustentabilidade

Em linha com as melhores práticas internacionais, a Ancar Ivanhoe participou pelo 6º ano do Gresb (Global Real Estate Sustainability Benchmark), padrão global para avaliar o desempenho de sustentabilidade de empresas e fundos imobiliários.

Iniciado em 2009, a missão do Gresb é aumentar e proteger o valor do acionista, avaliando e melhorando as melhores práticas de sustentabilidade no setor imobiliário global, a partir do fornecimento de dados padronizados para o mercado de capitais. Em 2021, 1.520 entidades imobiliárias de todo o mundo participaram da pesquisa, representando mais de 117.000 ativos e US\$ 5,7 trilhões em valor de ativos.

# Plataforma da marca

## Versátil, engajada e inspiradora

Com o olhar voltado para o futuro, avaliamos em 2022 as transformações do mercado e as oportunidades de nos reinventarmos, trabalho que culminou na revisão de nosso posicionamento de marca. Atualizamos nossos valores e declaramos um propósito que nasceu do pioneirismo da Ancar Ivanhoe, que agora evolui com a transformação da sociedade.

Para nos conectarmos com os nossos públicos e promovermos sinergias entre as iniciativas, valorizamos a cultura local, ao mesmo tempo que seguimos as tendências internacionais, e cocriamos com nossos clientes. Um caminho trilhado com o intuito de mobilizar e inspirar as pessoas, para produzirmos impactos positivos na sociedade.

## O propósito

Somos uma plataforma de experiências. Somos agentes de transformação. Existimos para tirar a vida do automático e oferecer vivências que ampliam a visão, acrescentam, mobilizam e inspiram. A cada pessoa que tocamos, cada negócio que abraçamos e cada comunidade onde estamos, movemos ponteiros e expandimos realizações.

## Campanhas institucionais

Milhares de clientes dos shoppings da Ancar Ivanhoe foram impactados por campanhas do varejo em 2022. As ações priorizaram uma comunicação humanizada, adaptadas à realidade local, e conectaram clientes, lojistas, parceiros e comunidades em torno de temas relevantes para a sociedade.

Entre as iniciativas, destacam-se:

### Natal

Pelo 6º ano consecutivo, os shoppings se uniram em torno da campanha “Natal sem Fome”, liderada pela ONG Ação da Cidadania, como pontos oficiais de coleta de alimentos não perecíveis.



## Black Friday

Por meio da campanha “Black Friday, Dá Jogo!”, os consumidores participaram de uma enquete para indicar seus produtos de preferência. A estratégia oportunizou o direcionamento de ofertas para cada perfil de cliente.



## Dia das Mães

Com o mote “Sorte é ter você, mãe”, a campanha deu voz às mulheres que exercem o papel de mãe, sejam elas avós, irmãs, tias, sejam madrinhas. O amor maternal foi ilustrado com depoimentos de clientes reais dos empreendimentos do grupo.

## Dia dos Pais

A campanha “Mais que tudo, pai” destacou a diversidade, com pais de todos os tipos, jeitos ou idade, evidenciando a verdadeira relação entre filhos e pais, biológicos ou não.

## Dia dos Namorados

Valorizar a verdadeira essência das relações foi a mensagem principal da campanha “O importante é estar bem”. A iniciativa exaltou o amor livre de preconceitos e a beleza em ser feliz sozinho.



# Estratégia de Inovação

## Inovação e Intraempreendedorismo

Implementada em 2022, a área de estratégia de inovação iniciou o fomento de uma cultura intraempreendedora, promovendo a experimentação de soluções por meio dos processos de inovação.

Buscamos uma inovação sistêmica, que impacte a nossa forma de pensar e interagir com o ambiente, sempre com o intuito de melhorar a experiência dos consumidores e a *performance* dos lojistas.

Para acompanhar e acelerar os projetos, contamos com um grupo de transformação digital que atua no dia a dia e, desde 2021, contamos com o Comitê de Transformação Digital, com a participação da alta direção e de quatro membros externos.

A Universidade Ancar Ivanhoe (UAI) também é uma importante ferramenta nesse processo, ao apoiar a estratégia de inovação da companhia. A plataforma incorporou em 2022 a oferta de trilhas de capacitação que abordam conceitos, estratégias e *templates* de inovação, como a trilha Digital para Todos (ver mais na página 64).

## Programa de Inovação e Intraempreendedorismo

Em agosto de 2022, iniciamos o nosso *kickoff* de inovação interna com o lançamento do 1º Programa de Inovação Intraempreendedora. Foram 100 colaboradores engajados em solucionar desafios voltados para a cultura de inovação, experiência do consumidor e novos negócios.

Por meio de *design thinking*, mentorias, ferramentas e treinamentos, os times desenvolveram suas soluções, passando por toda a jornada de inovação, desde a etapa *discovery*, com pesquisas humanizadas, até os *pitch days*, onde

apresentaram suas soluções para uma banca avaliadora composta por lideranças internas e convidados externos do ecossistema de inovação.

Em quatro meses de jornada, o programa trouxe resultados positivos nas dimensões de pessoas e negócios, com 100 colaboradores inscritos, 15 times, 3 *pitch days* e 3 Produtos Minimamente Viáveis (MVPs) testados, dentre eles, o nosso primeiro Portal de Inovação Ancar.

### Portal

Solução vencedora do desafio “cultura de inovação”, o Portal de Inovação tem como objetivo democratizar a inovação dentro da companhia, com uma abordagem colaborativa, transparente e acessível a todos. É uma ferramenta exclusiva, personalizada com *features* conectados à estratégia de inovação interna, e com potencial evolutivo de acordo com a maturidade e com as novas necessidades da companhia.



*Buscamos uma inovação sistêmica, que impacte a nossa forma de pensar e interagir com o ambiente*

## Produtos Digitais

*A Bianca é uma ferramenta de Business Intelligence (BI) pioneira no setor, que recebe cerca de **3.800 perguntas** por mês de mais de **300 usuários***



### BI Bianca

A Bianca, primeira ferramenta de Business Intelligence (BI) do setor, chegou em 2022 com mais de 300 usuários e recebimento de cerca de 3.800 perguntas por mês, seja por mensagem de texto ou comando de voz. A Bianca cumpre o objetivo de ser uma ferramenta de democratização do acesso a dados por todos os colaboradores da companhia.

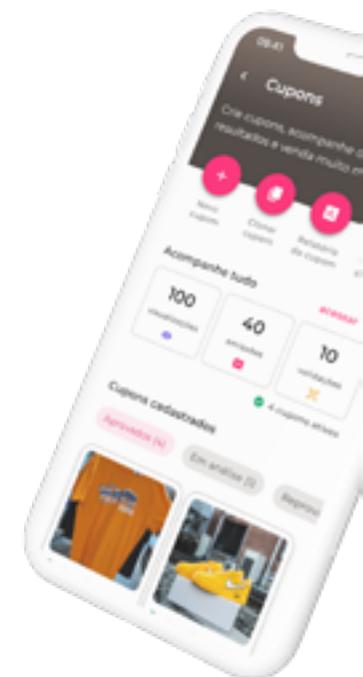
Utilizando técnicas avançadas de machine learning e linguagem natural, a assistente busca entender e atender perguntas sobre o negócio e respondê-las em tempo real com os dados disponíveis no BI.

Todos os usuários têm acesso ágil aos indicadores de *performance*, análises e insights sobre a operação, proporcionando mais assertividade nas tomadas de decisão.

### Shopping do futuro

Com o objetivo de promover uma jornada simplificada, fluida e divertida entre o online e o offline, desenvolvemos três novos produtos, são eles: Aplicativo do shopping e Assistente Virtual, ambos direcionados para os clientes, e o aplicativo “Hub do Lojista”. Nosso objetivo foi buscar a integração das demandas de clientes, lojistas e colaboradores, de forma prática e eficiente.

Atualmente, 13 empreendimentos já operam com um pacote de soluções tecnológicas, atingindo o nível de shopping 5.0. São eles: **Nova América, Golden Square, Botafogo Praia Shopping, Boulevard, Nova Iguaçu, Parque das Bandeiras, Porto Velho, Conjunto Nacional, North Shopping Fortaleza, North Shopping Jóquei, Maracanaú, Via Sul e Natal Shopping.**



## Assistente Virtual

Em 2022, entre as soluções desenvolvidas destaca-se uma nova versão do aplicativo Ana, assistente virtual implementada em 13 empreendimentos da companhia, potencializando a compreensão da jornada completa do consumidor.

A ferramenta utiliza inteligência artificial e machine learning para interagir com o cliente e facilitar uma jornada integrada e fluída entre o on-line e off-line, por meio de um mapeamento automatizado do comportamento dos consumidores. O

aplicativo é um canal humanizado, que está presente em diversos canais de comunicação como Whatsapp, Facebook e site.

A aplicativo Ana oferece produtos e serviços de forma personalizada para os consumidores, como:

- comunicação de ofertas exclusivas
- cadastramento em eventos
- compra de ingresso de cinema
- reserva de mesa

- pagamento de estacionamento
- navegação *indoor*
- informação sobre eventos e promoções

Atualizamos também, em 2022, o Hub do Lojista, principal ferramenta de relacionamento entre o shopping e o lojista. Entre as novidades do Hub, estão o cadastramento de promoções da própria loja e o acesso às informações sobre os eventos realizados no empreendimento. *(Ver mais na página 80).*



*O aplicativo Ana atingiu uma taxa de eficiência de 93% nas interações com os clientes e interagiu com mais de 1,3 milhões de usuários*

## O Aplicativo do Shopping

O aplicativo do Shopping foi desenvolvido em 2021, sendo a Ancar a proprietária do código fonte. O aplicativo, além de possuir um design e uma navegabilidade completamente diferente dos nossos sites, possui a praticidade de ser acessado de qualquer lugar com muito mais rapidez pelos clientes. Ao ter um app próprio do shopping, é possível coletar todos os dados e interações que os clientes realizam nele. Com isso, podemos aprimorar a plataforma, incluir novas opções de serviços ou produtos e obter insights valiosos para crescer com um público fiel.

Ter o aplicativo no bolso dos consumidores é a melhor maneira de interagir com eles em todos os estágios da jornada.

Funcionalidades desenvolvidas em 2022

- Navegação *indoor*
- Dicas e Novidades
- Pagamento do Estacionamento
- Cadastro de Notas Fiscais
- Participação de promoções

O aplicativo alcançou 56,8% de retenção de usuários no ano. São clientes que continuam com o App instalado.

## Maturidade digital

Nossa maturidade digital é monitorada para expandir as soluções que atendam ao nosso propósito de facilitar a experiência do consumidor.

Em 2022, implementamos uma avaliação envolvendo diversas metodologias, que apontou um nível de maturidade digital da companhia de 62%, índice que indica um patamar de “desenvolvimento”.

Para avançar no tema, estabelecemos como meta a aceleração da digitalização do ecossistema, com foco no cliente e na proposta de valor para nossos lojistas, com novos fluxos de receita e ganho de eficiência e produtividade no negócio.



## Conectados com as tendências mundiais

Por 17 anos, lideranças da Ancar Ivanhoe marcaram presença no principal evento mundial de varejo e tecnologia, a NRF (National Retail Federation), realizada em Nova York (EUA).

As tendências do varejo e os *insights* do grupo que acompanhou a feira internacional foram compartilhados com

os lojistas e parceiros da companhia em eventos Pós-NRF, realizados em vários estados do Brasil, destacando o perfil do consumidor, motivações para compra e conceitos como Metaverso, NFT e Web3.

O conteúdo foi disponibilizado também na Universidade Ancar Ivanhoe Lojista (UAI Lojista).



# Shoppings Ecoeficientes

# Ecoeficiência e educação para a sustentabilidade

GRI 3-3

As boas práticas ambientais fazem parte do modelo de gestão da Ancar Ivanhoe desde sua origem. Nossos shoppings consolidam iniciativas que conectam a ecoeficiência com ações educativas e sociais, mobilizando clientes, lojistas, fornecedores e comunidades.

A governança no tema segue as diretrizes da nossa Política de Sustentabilidade. Cada empreendimento conta com um Comitê de Sustentabilidade, que realiza o acompanhamento de programas e indicadores de resíduos, do uso eficiente de recursos naturais e da utilização de energia renovável. Entre as principais linhas de ação, destacam-se em 2022:

- **Gestão de resíduos**
- **Coleta seletiva**
- **Compostagem**
- **Horta orgânica**
- **Telhado Verde**
- **Reaproveitamento de água**
- **Uso de arejadores e temporizadores**
- **Iluminação de LED**
- **Ecocharger**



Como agentes transformadores da realidade, nossos shoppings desenvolvem práticas educativas junto aos clientes e comunidades. Os espaços “Sustentabilidade Transforma” já são uma realidade em 12 shoppings. Essas lojas sustentáveis buscam conscientizar os visitantes sobre o cuidado com o meio ambiente, dar visibilidade aos projetos e incentivar os clientes a contribuírem com a reciclagem, além de distribuir produtos sustentáveis produzidos pelos empreendimentos.

Abrimos também os espaços a parceiros, disponibilizando estrutura para feiras e para a realização de eventos educativos.

Oferecemos ainda visitas guiadas aos projetos ambientais para estudantes e membros da comunidade.

**O Espaço Sustentabilidade pode ser encontrado nos shoppings:**

**Botafogo Praia Shopping, Nova Iguaçu, Madureira Shopping, Nova América, Boulevard Rio Shopping, Parque das Bandeiras, Center Vale Shopping, Shopping Metro Itaquera, Conjunto Nacional, Pátio Paulista, Pantanal Shopping, North Shopping Fortaleza, North Shopping Jóquei, Natal Shopping, North Shopping Maracanaú e Via Sul.**



*Em 2022, recebemos **mais de 4 mil** visitantes em nossos projetos ambientais, entre estudantes de escolas públicas e privadas, ONGs e público em geral*



# Gestão da água

GRI 303-1, 303-5



Para potencializar o consumo consciente de água, buscamos adotar novas tecnologias de monitoramento e gestão do recurso em nossas operações, incluindo o consumo comum, de lojas e de equipamentos como ar condicionado, o que possibilita visualizar médias, previsões e desvios. Em relação às lojas, o acompanhamento do consumo é mensal, com foco na identificação e correção de vazamentos e desperdícios.

A água consumida em nossos empreendimentos é proveniente de diferentes fontes, entre elas as concessionárias de abastecimento locais, poços subterrâneos e carros-pipas. Para os sistemas não potáveis, também utilizamos purga de torres de resfriamento, captação de águas pluviais e reúso de água de tratamento de esgoto. **GRI 303-3**

Nos locais onde consumimos água proveniente de poços artesianos são realizadas análises semestrais conforme portarias exigidas pelo Ministério da Saúde. Todos os nossos poços utilizados para captação humana são outorgados e tem renovação feita com base na legislação local.

Em 2022, o volume total de água consumida de todas as áreas foi de 1.593 megalitros de água, valor 16% menor, em comparação ao ano anterior. A meta para o ciclo 2023, envolvendo 20 shoppings, é de uma redução de 1% no consumo de  $m^3/m^2$  nas áreas comuns dos shoppings e de 1% no consumo de  $m^3/Tr$  instalado, tendo como base os dados de 2022. Para alcançar esse objetivo, estão previstos projetos de eficiência no setor de ar condicionado, além do monitoramento dos indicadores com vista a maximizar o uso e eliminar desperdícios. **GRI 303-5**

## Descarte **GRI 303-2**

O descarte de efluentes em nossas operações é feito pelas concessionárias locais, que são responsáveis pelo tratamento e destinação adequados. Em alguns casos específicos, realizamos o tratamento desse efluente por meio de ETE's antes do lançamento no sistema da rede da concessionária e também onde não existe rede de esgoto própria. Esse processo é desenvolvido conforme as normas federais como a Resolução do Conama 357/05 e 430/11, além de normas locais.

Nossos esforços para reduzir o consumo hídrico, evitar o desperdício e mitigar o impacto ambiental incluem ainda práticas como:

- **Estações de Tratamento de Efluentes**, que possibilitam a devolução de água limpa e tratada ao meio ambiente. A água é utilizada principalmente em sanitários, irrigações e sistema de água condensada.
- **Armazenamento de águas pluviais** para reúso.
- **Mictórios a seco**, redutores de vazão, arejadores para pias e descargas e torneiras temporizadas ou automáticas, que reduzem o desperdício de água.

- **Em 17 shoppings, dispomos também de geradores de ozônio da empresa Fittiozone** para lavagem de banheiros e áreas críticas. A tecnologia tem laudo de eficácia da Unicamp (SP) e traz como benefícios uma melhor higienização e a não necessidade de tradicionais embalagens de químicos/desinfetantes, além de evitar a emissão de gases poluentes no transporte. Como o ozônio permanece na água por somente 25 minutos, o impacto ambiental químico é reduzido em sua totalidade. **Em 2022, deixamos de lançar, em nossa rede de esgoto, aproximadamente 1.800 litros de desinfetantes.**



**Volume total de água captada em todas as áreas e áreas com estresse hídrico, por fonte (ML)\***

Fonte	2021		2022	
	Todas as áreas	Áreas com estresse hídrico	Todas as áreas	Áreas com estresse hídrico
Águas subterrâneas (Total)	0	0	515	0
Água Doce (≤1000 mg/l de Sólidos Dissolvidos Totais)	0	0	515	0
Águas produzidas (Total)	0	0	64	0
Água Doce (≤1000 mg/l de Sólidos Dissolvidos Totais)	0	0	64	0
Água de terceiros (Total)	1.900,34	0	1.014**	0
Água Doce (≤1000 mg/l de Sólidos Dissolvidos Totais)	1.900,34	0	1.014	0
<b>Total</b>	<b>1.900,34</b>	<b>0</b>	<b>1.593</b>	<b>0</b>

\* Não há fornecedores com impactos negativos associados.

\*\* Por meio de uma melhor gestão de água, identificamos algumas perdas/vazamentos que foram mitigados no período.



**Juntos, nossos shoppings alcançaram uma economia hídrica de 16% em comparação ao ano anterior**

# Gestão da energia

GRI 302-1, 302-3 e 302-4

A realização de uma gestão energética com excelência é uma meta para todos os nossos shoppings, que estabelecem métricas de redução de gastos e mitigação dos impactos ambientais. Nessa direção, 100% da energia comprada no mercado livre é de fonte renovável.

Todos os shoppings da rede realizaram, em 2022, auditoria energética para sistemas de ar-condicionado, contribuindo para um melhor desempenho energético e para a economia de energia, por meio da identificação de problemas que prejudicam a vida útil dos equipamentos. Após as indicações de melhorias realizadas pela auditoria, os shoppings iniciam as obras para aumentar a eficiência energética dos equipamentos.

Outra iniciativa que visa a redução do impacto ambiental são as *ecochargers*, garagens para o abastecimento de veículos elétricos, implementados nos shoppings **Rio Design Barra, Parque das Bandeiras, Pátio Paulista, Center Vale, Conjunto Nacional, Pantanal, Nova América e Golden Square**. Atualmente, os empreendimentos oferecem 31 vagas com carregadores viabilizados por meio de parcerias.



*Em 2022, todos os shoppings da rede realizaram auditoria energética para sistemas de ar-condicionado, garantindo mais eficiência energética*



## Iniciativas para a melhoria da eficiência energética

- Em nossa plataforma, 16 shoppings alcançaram 100% de iluminação LED. No total, já somamos 80 mil lâmpadas LED.
- Ampliamos a luz natural por meio de claraboias.
- Instalamos sensores de presença em áreas técnicas, temporizadores para áreas externas e adequamos temperaturas internas.
- Desenvolvemos um trabalho de retrocomissionamento nos sistemas de ar condicionado dos shoppings, melhorando a *performance* dos equipamentos.
- Estabelecemos um processo de manutenção preventiva dos equipamentos e mantemos os sistemas atualizados.



### Consumo de combustíveis de fontes não renováveis (GJ)\*

	2020	2021	2022
Gás natural encanado e seco (de 5 shoppings)	117.957,94	153.597,04	48.823,2**
Diesel (de 23 shoppings)	1.288,09	3.012,32	261,87**
<b>Total</b>	<b>119.246,03</b>	<b>156.609,36</b>	<b>49.085,07</b>

\* Conversão da energia gerada e da energia comprada em MWH para GJ. Não há consumo de renovável e não há venda de energia.

\*\* Redução ocasionada pelo maior uso na operação de fontes renováveis.

### Energia consumida (GJ)

	2020	2021	2022
Eletricidade	856.968,81	967.686,91	693.590,4

### Intensidade energética

	2021	2022
Dentro da organização (GJ)	1.124.296,28	742.677
Fora da organização (GJ)	0	0
<b>Total (GJ)</b>	<b>1.124.296,28</b>	<b>742.677</b>

Shoppings considerados: BPS, BLD CVS, CNB, GOL, NAT, NSF NSJ, NSM, SNI, PAN, BAN, PVS, SNA, VSS, RDB, RDL, ITA, MAD e SPP.

Em 2022, foram consumidas **742.675,47 GJ** de energia, quantidade inferior aos números registrados em 2021 e 2020, de **1.124.296,28 GJ** e **976.214,84 GJ** respectivamente

# Resíduos

GRI 306-2 e 306-3

Garantir a destinação correta de resíduos é um compromisso diário da companhia, que se concretiza em metas estabelecidas em cada shopping. Em nossas atividades, a geração de resíduos se concentra na operação das lojas de alimentação e em áreas técnicas, como banheiros e refeitórios. Asseguramos ainda que o transporte dos resíduos seja realizado por empresas com todas as licenças legais, e com contratos que preveem sanções para aqueles que descumprirem qualquer norma ambiental.

Nossa gestão de resíduos está organizada em duas linhas de ação: a coleta seletiva e o projeto Telhado Verde, responsável pela compostagem do lixo orgânico. As iniciativas integram o “Programa Sustentabilidade Transforma”, que alinha as práticas ambientais realizadas nos shoppings da rede.

Os dados relacionados aos resíduos são monitorados por meio do Sistema Nacional de Informações sobre a Gestão dos Resíduos Sólidos (Sinir). Dessa forma, nosso impacto ambiental em relação à geração de resíduos é mitigado, se

restringindo aos materiais não recicláveis ou sem viabilidade econômica, que são encaminhados aos aterros sanitários.

## GRI 306-4

Adotamos ainda iniciativas como o uso de equipamentos com tecnologia de eletrólise, que transformam água da torneira em solução de limpeza, evitando milhares de embalagem de produtos químicos e o seu transporte. Na lógica da economia circular, contamos com um parceiro na área de limpeza profissional, que recicla bombonas de produtos químicos, transformando as embalagens em baldes para serem usados na limpeza do shopping.

Junto aos lojistas, uma consultoria orienta as empresas sobre as melhores formas de separar os resíduos, além da oferta de trilhas de conhecimento sobre o tema em nossa universidade on-line.

**A compostagem de resíduos orgânicos é realizada pelos shoppings:** Nova América, Madureira Shopping, Botafogo Praia Shopping, Rio Design Barra, Shopping Nova Iguaçu, Golden Square, Shopping Metro



Itaquera, Parque das Bandeiras, Center Vale, Pátio Paulista, Conjunto Nacional, Pantanal, Porto Velho Shopping, North Shopping Fortaleza, North Shopping Maracanaú, North Shopping Jóquei, Natal Shopping e Via Sul Shopping.

## Coleta Seletiva

Nosso processo inclui desde a coleta seletiva implantada em todos os shoppings até a reciclagem e descarte correto de cada item. Para cada fase, contamos com empresas parceiras especializadas e licenciadas por órgãos ambientais.

Os shoppings da rede são referência de coleta nas comunidades onde estão inseridos, de materiais como pilhas, baterias, lâmpadas, eletrônicos, plásticos, papelão, cápsulas de café e bitucas de cigarro. Alguns de nossos shoppings também coletam tampinhas plásticas e lacres de latinhas que são destinados a projetos sociais. Além disso, os **shoppings Boulevard, Pantanal, North Shopping Madureira, Nova América, e Botafogo Praia Shopping** realizam a coleta de frascos de aerossol. **GRI 306-5**

**Em 2022, foram recicladas quase 5 mil toneladas de resíduos por meio da implantação dos Hubs de Reciclagem nas unidades:** Botafogo Praia Shopping; Madureira; Parque das Bandeiras, Center Vale, Pátio Paulista, Golden Square, Conjunto Nacional, Pantanal, Rio Design Leblon, North Shopping Fortaleza, North Shopping Maracanaú, Natal Shopping e Park Shopping Boulevard.

## Telhado Verde

Por meio do projeto Telhado Verde, os shoppings garantem o descarte correto do lixo orgânico produzido nos restaurantes e praças de alimentação, que juntos chegam a gerar 100 quilos de resíduos diariamente.

Em uma lógica de economia circular, as sobras de alimentos são transformadas em adubo e o composto é aplicado em diversas áreas verdes e no cultivo de hortas livres de agrotóxico construídas nos tetos dos shoppings ou em áreas anexas, além de serem doados para clientes e organizações sociais. A produção gerada nas hortas é destinada aos próprios colaboradores e lojistas.

*O projeto Telhado Verde contribui com o meio ambiente, com o bem-estar das pessoas e com um processo de educação ambiental, que envolve clientes, lojistas e colaboradores*

### Está presente nos shoppings:

Nova América, Botafogo Praia Shopping, Rio Design Barra, Pátio Paulista, Pantanal Shopping, Shopping Metro Itaquera e North Shopping Maracanaú



**Total de resíduos gerados, por composição (t) GRI 306-1**

Categoria	2021	2022
	Quantidade gerada (t)	Quantidade gerada (t)
Resíduos não perigosos gerados	27.779	19.300
Resíduos perigosos (pilhas, baterias, biológicos)	26	28
<b>Total</b>	<b>27.805</b>	<b>19.328</b>

**Nota:**

Resíduos enviados para aterro sanitário: 12.042 toneladas  
 Resíduos enviados para reciclagem (plásticos, papelão, papéis etc): 4.902 toneladas  
 Resíduos enviados para compostagem: 2.356 toneladas  
 Resíduos perigosos: 28 toneladas  
 Total: 19.328 toneladas

**Dados de 20 shoppings, a saber:**

Rio de Janeiro (RJ): **Botafogo Praia Shopping, Shopping Nova América, Shopping Nova Iguaçu, Rio Design Leblon, Rio Design Barra, Boulevard Rio Shopping, Madureira Shopping.**  
 São Paulo (SP): **Shopping Parque das Bandeiras, Center Vale Shopping, Shopping Metro Itaquera, Shopping Patio Paulista, Golden Square Shopping.**  
 Ceará (CE): **Via Sul Shopping, North Shopping Fortaleza, North Shopping Joquei, North Shopping Maracanau, Via Sul Shopping (CE).**  
 Outros estados: **Pantanal Shopping (MT), Conjunto Nacional (DF), Porto Velho Shopping (RO), Natal Shopping (RN)**

**Resíduos não destinados à disposição final GRI 306-4**

Composição	Quantidade não destinada a disposição final (t)	2022
Papelão		3.788
Plástico PET		405
Metais, ferro, cobre sucata		146
Alumínio - latas		81
Vídeos		68
Óleo de cozinha		51
Capsula de café		23
Eletrônicos		8
Outros recicláveis		332
<b>Total</b>		<b>4.902</b>

**Total de resíduos não destinados para disposição final, por operação de recuperação, em toneladas métricas (t) GRI 306-4**

Resíduos não perigosos	2022		Total
	Dentro da organização/Onsite	Fora da organização/Offsite	
Preparação para reutilização	0	0	0
Reciclagem	4.092	0	4.902
Outras operações de recuperação (especificar)	0	0	0
<b>Total</b>	<b>4.902</b>	<b>0</b>	<b>4.902</b>

Total de resíduos DESTINADOS para disposição final, por composição em toneladas métricas (t) GRI 306-4

Composição	2021	2022
	Quantidade destinada para disposição final t)	Quantidade destinada para disposição final t)
Resíduos orgânicos	18.618,80	12.110
Resíduos biológicos/infectantes	3,5 (biológicos)	28
<b>Total</b>	<b>18.622</b>	<b>12.138</b>

Total de resíduos destinados para disposição final, por operação, em toneladas métricas (t) GRI 306-4

Resíduos não perigosos	2022	
	Dentro da organização /Onsite*	Total
Incineração com recuperação de energia	0	0
Incineração sem recuperação de energia	0	0
Aterro	12.041	12.041
Outras operações de disposição (coprocessamento)	69	69
<b>Total</b>	<b>12.110</b>	<b>12.110</b>
Incineração com recuperação de energia	0	0
Incineração sem recuperação de energia	28	28
Aterro	0	0
Outras operações de disposição	0	0
<b>Total</b>	<b>12.138</b>	<b>12.138</b>
<b>Total de resíduos destinados para disposição final</b>	<b>28</b>	<b>28</b>

\* Não existem operações para disposição final offsite



Em 2022, 12.138 toneladas de resíduos receberam destinação adequada



# Emissões atmosféricas e mudanças climáticas

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

Nosso planejamento ESG abrange temas críticos que impactam as mudanças climáticas. Para contribuir com esta agenda, assumimos o pacto de fazer o uso racional dos recursos naturais e desenvolver ações que promovam o bem-estar para a atual e para as futuras gerações.

Em 2022 realizamos o primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE).

Foram considerados 20 shoppings de propriedade e gestão e 1 sede administrativa, totalizando 21 unidades inventariadas.

A iniciativa faz parte do planejamento estratégico ESG da companhia com foco no posicionamento climático e será base para ações mais assertivas frente ao desafio de redução de emissões da companhia.

O inventário foi realizado com base nas especificações do Programa Brasileiro GHG Protocol: Contabilização, Quantificação e Publicação de Inventários Corporativos de

Emissões de Gases de Efeito Estufa e considerou a aferição de gases previstos no Protocolo de Kyoto: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, SF<sub>6</sub>, HFCs, PFCs e NF<sub>3</sub>.

Nossas principais fontes de emissão são:

## ESCOPO 1 (EMISSÕES DIRETAS)

- Utilização de equipamento de refrigeração e de ar condicionado e fugas de metano devido ao transporte de gás;
- Geração de eletricidade, geração de calor na utilização de fornos.

## ESCOPO 2 (EMISSÕES INDIRETAS)

Consumo de energia elétrica: emissões relacionadas ao consumo de energia elétrica que não estejam incluídas no Escopo 1 como extração, produção e transporte de combustíveis.

## ESCOPO 3 (OUTRAS EMISSÕES INDIRETAS)

Emissões relacionadas com tratamento de lixo em aterros sanitários e compostagem terceirizada.

## Emissões diretas de gases de efeito estufa (tCO<sub>2</sub> equivalente) GRI 305-1

	2022
Combustão estacionária direta	7.621,403
Combustão móvel direta	6,115
Atividades de agricultura	0,305
Emissões fugitivas	3.466,984
Resíduos (sólidos + efluentes)	619,660
<b>Total de emissões brutas de CO<sub>2</sub></b>	<b>11.714,467</b>

## Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)<sup>1,2</sup> GRI 305-4

	2022
Total de emissões de GEE (tCO <sub>2</sub> equivalente)	36.487,534
Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (t CO <sub>2</sub> equivalente/receita bruta)	0,001256 <sup>3</sup>

<sup>1</sup>Índice calculado a partir da receita bruta da Ancar em relação ao total de emissões dos shoppings: **Shopping Patio Paulista, Shopping Higienópolis, Shopping Rio Sul, Pantanal Shopping, Madureira Shopping.**

<sup>2</sup>A intensidade de emissões é uma medida, não parametrizada oficialmente, mas que demonstra quantas toneladas de carbono equivalente são emitidas para cada Real (R\$) de receita bruta das unidades inventariadas. Com isto é possível inferir sobre a eficiência das operações em termos de emissões tomando como base seu resultado financeiro.

<sup>3</sup>Índice de Eficiência de Emissões de GEE calculado com base em tCO<sub>2</sub>e /MR\$ (dividido por milhões de reais).

## Emissões 2022

ESCOPO 1	11.714,467 tCO <sub>2</sub> e
ESCOPO 2	14.198,874 tCO <sub>2</sub> e
ESCOPO 3	36.487,534 tCO <sub>2</sub> e



**17,335 tCO<sub>2</sub>e**  
de emissões  
biogênicas  
em 2022

# Práticas ambientais e ecoeficientes

Destacamos, na sequência, uma série de práticas sustentáveis desenvolvidas pelos nossos shoppings nos diversos temas ambientais abordados neste capítulo, que reforçam a política de sustentabilidade da companhia de respeito e proteção ao meio ambiente. Evidenciam, ainda, uma agenda ESG que considera a operação dos negócios e a amplia para todos os públicos da cadeia de valor.

## Referência em ecoeficiência

A ecoeficiência é um eixo central do **Shopping Metrô Itaquera** (SP), diante do compromisso em promover um futuro mais sustentável com iniciativas concretas.

O empreendimento possui 100% de iluminação Led desde 2020 e atualmente atingiu 50% de economia no consumo de energia. Além disso, mantém sua própria Estação de Tratamento de Esgoto, com capacidade para gerar 9 milhões de m<sup>3</sup> de água limpa. Cerca de 70% do consumo de água do shopping é proveniente da

estação, utilizada principalmente nos banheiros, para lavagem de pisos e irrigação de áreas verdes.

## Excelência na gestão de resíduos

O Shopping Iguatemi Porto Alegre (RS) tem como um de seus pilares de sustentabilidade o Gerenciamento de Resíduos, a partir de um processo de excelência que envolve diversas equipes do empreendimento, lojistas e comunidade. O programa ambiental é gerido pela empresa Andrade Paulista, em parceria com a Juntapel, responsável pela logística de reciclagem e comercialização dos produtos.

Os resíduos produzidos pelas lojas que ainda não fazem a separação na origem recebem tratamento específico. Uma das linhas do projeto busca conscientizar os lojistas e, assim, reduzir ainda mais o volume de resíduos não segregados. Apresentamos os principais resultados do programa em 2022:

**2.131 toneladas de resíduos coletados,**

sendo **1.064, toneladas** de resíduos recicláveis e **1.066 toneladas** de rejeitos.

**+ de 100 toneladas de resíduos orgânicos produzidos reciclados.**

**56% das lojas aderiram ao programa ambiental** e 38% necessitam de melhoria.

**Aprox. 2.000 vitórias ambientais**

realizadas nos estabelecimentos do shopping referente ao descarte correto de resíduos.

Deixamos de emitir para a atmosfera:

**157,365 toneladas de CO<sub>2</sub>** com a reciclagem dos resíduos de alumínio e plástico

**26,609 toneladas de CO<sub>2</sub>** com a reciclagem de resíduos orgânicos



## Carbono neutro

O Cubra o Mundo Verde foi um evento carbono neutro, resultado do esforço em planejá-lo com o mínimo de emissões de CO<sub>2</sub> e da compensação da quantidade emitida com a compra de créditos por meio do projeto REDD+ (Reduction of Emission from Deforestation and Degradation).

Entre as frentes para a redução do impacto ocasionado pelo próprio evento, estão o reaproveitamento de materiais, a gestão eficiente de resíduos, a priorização de luz natural, a acessibilidade e a priorização de parcerias locais.



## Compromisso com o futuro

O evento “Cubra o Mundo de Verde”, promovido pelo **Shopping Iguatemi Porto Alegre**, foi um convite à comunidade a juntar-se ao empreendimento numa jornada sustentável. A iniciativa impactou mais de 8.300 pessoas e distribuiu 6.237 mudas de 16 espécies de árvores frutíferas nativas.

O evento reuniu ainda uma série de experiências gratuitas com foco socioambiental, como oficinas vinculadas aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, exposição de um painel interativo para incentivar a população a adotar atitudes mais sustentáveis, oficina de horta comunitária para os colaboradores e atividades para as escolas, além de feira de produtos sustentáveis com produtores locais.

## Naty, embaixadora da sustentabilidade

Naty, a mascote do **Natal Shopping (RN)**, há 1 ano leva a todos os públicos do empreendimento os valores da companhia e fortalece os laços entre a comunidade e as ações socioambientais. Em 2022, o shopping comemorou 30 anos e celebrou com investimentos em iniciativas de sustentabilidade.

A mascote lançou seu primeiro livro, *Naty e a natureza*, obra que conta com uma versão em braille, ampliando a acessibilidade para o público infantil. O material educativo é voltado para crianças de até oito anos e traz informações sobre a preservação do meio ambiente e a sustentabilidade. A iniciativa incluiu também uma campanha de arrecadação de livros infantis para serem doados às instituições sociais.





## Moda Sustentável

Perto de 100 pessoas foram impactadas com oficinas e palestras sobre moda consciente e sustentável, durante a Semana de Moda Sustentável realizada pelo **Natal Shopping**. A programação trouxe temas como o descarte de roupas, logística reversa e o papel social da moda.

O evento foi realizado em parceria com a *startup* de moda circular Arara Azul e trouxe a discussão sobre a importância da

reutilização do material têxtil para o enfrentamento do problema ambiental causado pelo descarte de milhões de peças de roupas. A ONG realizou ainda a oficina “Era roupa, virou crochê em malha”, voltada às moradoras do bairro de Mãe Luiza. As peças foram desmontadas para a fabricação de bolsas e puderam ser revendidas pelas mulheres que participaram da oficina, gerando aprendizado e renda.



*A certificação do consumo de energia do Pantanal Shopping garantiu a compensação de **558.621 toneladas** de CO<sub>2</sub> durante o ano de 2022 pela utilização de energia proveniente de fontes renováveis, contribuindo com o meio ambiente e garantindo uma cadeia produtiva sustentável*

## Energia renovável e qualidade de vida

O **Pantanal Shopping** (MT) deu um salto em sua estratégia de sustentabilidade certificando, em 2022, todo o seu consumo de energia como proveniente de fonte renovável eólica, por meio do recebimento do International Renewable Energy Certificate (I-REC), assinalando o compromisso com a redução do impacto ambiental.

O “Certificado Internacional de Energia Renovável”, ou “I-REC”, serve para comprovar que a energia elétrica consumida é proveniente de uma fonte de energia renovável.

## Saúde na mesa

Unir a conscientização e a qualidade de vida da comunidade é um motor para o desenvolvimento de diversas iniciativas no **Pantanal Shopping**. Uma parceria do empreendimento com o Senar-MT e Sindicatos Rurais permitiu que os consumidores adquirissem produtos direto do campo.

A Feira Natural do Campo 2022, realizada nas dependências do shopping, reuniu 25 pequenos produtores rurais de Cuiabá e de diversas outras localidades da região. A iniciativa, além de trazer saúde para a mesa dos consumidores, agregou aos produtores o conhecimento da prática de comercialização direta com o consumidor e contribuiu para aumentar a renda dos participantes.

### Educação ambiental

“Ibiacy Pan” é o nome do projeto que leva conscientização e mudança cultural por meio da atividade do cultivo de hortaliças. Em parceria com o Senar, o **Pantanal Shopping** implantou hortas orgânicas em escolas, asilos, entre outras instituições públicas. Em 2022, a Escola André Avelino recebeu o projeto e de forma colaborativa entre a escola, estudantes e a equipe do shopping, tornaram realidade uma horta para atender a comunidade educativa.



## Verde Novo

O Dia Mundial do Ambiente é uma data voltada à conscientização. Para potencializar essa oportunidade, o **Pantanal Shopping**, em parceria com o projeto Verde Novo, do Poder Judiciário de Mato Grosso, distribuiu mais de 2 mil mudas nativas e frutíferas, entregues a clientes e a população em geral no empreendimento.

O evento contou ainda com a realização de lives transmitidas pelos canais do empreendimento, com temas como agricultura sustentável, resíduos sólidos e arborização urbana.

## Decoração de Natal inédita e sustentável

A primeira decoração de Natal feita integralmente em papel do Brasil foi realizada pelo **Shopping Pátio Paulista** (SP), em 2022. O projeto foi assinado pelo artista Tico Volpato e recebeu o Selo de Carbono Zero, considerando que todo o carbono da montagem da decoração foi neutralizado a partir da compensação de créditos de carbono REDD+. A conquista do Selo foi atestada pela Carbonext, empresa brasileira de desenvolvimento sustentável de negócios e produtos.

O projeto mesclou arte, inovação e responsabilidade social, ao utilizar cerca de 500 kg de papel certificada com o selo FSC (Forest Stewardship Council), que garante sua origem. Todo o material utilizado foi convertido em doação de cadernos à ONG Casa do Zezinho, para compor o material escolar das crianças no início do ano letivo de 2023. Após a desmontagem da decoração natalina, todas as esculturas em papel foram destinadas para a reciclagem.

*A decoração de Natal conquistou o Selo de Carbono Zero, com a compensação de 5.680 toneladas de CO<sub>2</sub>*



## Fomento à Economia Circular

Com foco na economia circular e na inovação tecnológica, o **Botafogo Praia Shopping** (RJ) apoia o projeto Torre Verde Rocinha, em conjunto com a ONG Entrelaces.

Primeira torre verde do Brasil, a iniciativa permite a geração de energia verde através de placas solares, além de um sistema de captação de água de chuva para irrigação automática, hortas suspensas e a transformação de resíduo orgânico em adubo, por meio de uma aceleradora de compostagem. Em 2022, o shopping realizou a doação de 200 quilos de adubo para o projeto.

A Torre Verde conta com uma estrutura de andaime com quatro pavimentos, localizada no pátio das escolas municipais Ciep Doutor Bento Rubião e Escola Municipal Luiz Paulo Horta, ambos na favela da Rocinha, beneficiando um total de 750 alunos da Rede Municipal de Educação do Rio de Janeiro.

## Recuperação

Outra escola, a Sathya Sai de Vila Izabel, no Rio de Janeiro (RJ), também foi beneficiada com doação de 250 quilos de adubo orgânico realizada pelo **Shopping Boulevard** (RJ). O adubo foi utilizado para a recuperação de um símbolo da escola, a árvore Murta, plantada em 1995 na inauguração do equipamento.

## Cartão Fidelidade

Incentivar os clientes a se engajarem em ações de sustentabilidade é um dos objetivos do Programa Sustentabilidade Transforma. No **Natal Shopping**, o cliente recebe um Cartão Fidelidade, que recebe uma marcação a cada doação de resíduos.

Ao completar cinco selos no Cartão, o cliente recebe um kit sustentável, composto por sabão, vela e adubo para a horta, itens produzidos no próprio shopping. Quando a cartela é completada, o cliente pode escolher entre uma cesta de hortaliças com produtos da horta, um brinquedo ou uma Big Bag personalizada. A iniciativa arrecadou mais de 20 toneladas em 2022.

O Cartão Fidelidade também é oferecido pelos shoppings: **North Shopping Fortaleza, North Shopping Jóquei, Via Sul, North Shopping Maracanaú, Botafogo Praia Shopping, Nova América, Rio Design Barra e Boulevard.**



# Gente que gosta de gente

GRI 3-3

## Valor compartilhado

Promover o desenvolvimento social faz parte do DNA da Ancar Ivanhoe. Somos uma plataforma de shoppings que compartilha valor e busca ser relevante para seus colaboradores e para as comunidades das quais participamos. Para isso, cada shopping, de acordo com a realidade local e alinhados à Política de Responsabilidade Social da Ancar Ivanhoe, desenvolve estratégias que valorizem as relações entre as pessoas e a melhoria da qualidade de vida nas comunidades do entorno.

Para a Ancar Ivanhoe, a Responsabilidade Social é um instrumento estratégico que potencializa o investimento social da companhia. A estratégia é pautada em Investimento Social Privado, no qual a Ancar Ivanhoe realiza doações a projetos e ações por meio de recurso próprio ou leis de incentivo públicas e pelo voluntariado corporativo, no qual a representação se dá pelo Programa Bem Ancar.

# Impacto nas comunidades

GRI 413-1

Vivenciamos um de nossos valores, “Gente que gosta de gente”, por meio de processos de escuta, diálogo e interação com os nossos públicos. Com as comunidades, essa relação nasce de uma vocação: ser um instrumento de transformação social, por meio da educação, da inclusão e da solidariedade.

Com esse intuito, uma série de iniciativas são desenvolvidas pelos nossos shoppings a partir das demandas locais, das diretrizes estratégicas da companhia e da criatividade de nossos times. Neste capítulo, compartilhamos algumas dessas ações concretizadas em 2022:

## Diversidade e representatividade

O Natal ganha novos sentidos nos shoppings da Ancar Ivanhoe. Em 2022, em três shoppings da companhia o Papai Noel foi representado por um homem negro. No **Shopping Metrô Itaquera** (SP), o Papai Noel criou laços com as famílias que se sentiram acolhidas e representadas. A população da Zona Leste de São Paulo, região que abriga o empreendimento, tem um grande percentual de pessoas pretas e pardas. A decoração de Natal contou com outros três papais noéis que representaram a diversidade étnico racial, natural da nossa população.

No **Parque Shopping Bahia** (BA), o Papai Noel negro também encantou e emocionou crianças que se viram representadas pela primeira vez, em um Estado no qual cerca de 80% da população também é preta e parda. No **Madureira Shopping**, o Papai Noel Negro marcou presença pelo terceiro ano consecutivo. O empreendimento foi responsável por trazer o primeiro bom velhinho negro a um shopping carioca, em 2019.





## Mulheres negras

O Dia da Mulher Negra, Latino-Americana e Caribenha foi celebrado pelo **Shopping Nova Iguaçu** (RJ) com uma programação especial, que incluiu a Exposição Fotográfica Mulheres Negras, lançamento do livro *Poemas Pretos*, de Sandra Remígio e roda de conversa, com o tema “O lugar das mulheres negras na gestão e construção de políticas públicas”.

As atividades realizadas pelo shopping se integram a diversas manifestações na cidade para marcar a resistência das mulheres negras e dar visibilidade à luta contra a opressão de gênero, a exploração e o racismo.

## Atividades e tecnologia em Libras

O **Natal Shopping** (RN) realizou uma oficina gastronômica exclusiva para pessoas surdas em seu “Espaço Gastrô”, que contou com uma intérprete da Língua Brasileira de Sinais (Libras), responsável por mediar a comunicação durante todo o evento.

A proposta da iniciativa foi promover o respeito às pessoas surdas e capacitar 35 participantes na área da gastronomia, marcando o Dia Nacional dos Surdos. O evento foi realizado em parceria com a Associação de Surdos de Natal (Anast) e a Associação de Surdos de Parnamirim (ASP).

Com foco na acessibilidade, o **Natal Shopping** inaugurou também um totem de atendimento virtual acessível. O equipamento oferece assistência personalizada, com uma recepcionista que interage ao vivo com o usuário, passando todas as informações desejadas, com várias funcionalidades que facilitam uma experiência completa ao usuário. A interação acontece a partir de uma chamada de vídeo e também por meio da Língua Brasileira de Sinais.

## Lounge Inclusivo

A população de Maracanaú (CE) recebeu o primeiro espaço exclusivo para crianças com Transtorno do Espectro Autista (TEA) e suas famílias, pessoas com deficiência, idosos e gestantes. O Lounge Inclusivo é um projeto do **North Shopping Maracanaú**, que ofereceu atividades lúdicas totalmente adequadas às necessidades do público, atendendo a mais de 120 pessoas. O evento foi realizado em parceria com uma equipe multidisciplinar da Associação Milagre Azul.

Em apoio à causa autista, o shopping reforçou seu compromisso de inclusão social no Natal de 2022. Cerca de 30 crianças com TEA ganharam um momento exclusivo para visitar o Papai Noel vestido de roupa azul, cor símbolo do movimento de conscientização sobre o autismo.



## Rota da Visibilidade

Projeto pioneiro lançado em 2022 pelo **North Shopping Fortaleza**, o aplicativo Rota da Visibilidade promove a acessibilidade e a inclusão de pessoas com deficiência visual. O empreendimento realizou pesquisas e executou, em conjunto com parceiros, uma ferramenta para que esse público possa exercer seu direito de ir e vir com autonomia.



*Em toda a América do Sul, o North Shopping Fortaleza foi o primeiro do setor a oferecer um aplicativo de mapa indoor para pessoas com deficiência visual*

### Como funciona

O Rota da Visibilidade é um aplicativo de mapa indoor, que possibilita às pessoas com deficiência visual utilizarem recursos como a audiodescrição para encontrem suas lojas favoritas, serviços e uma série de informações que melhore sua experiência.

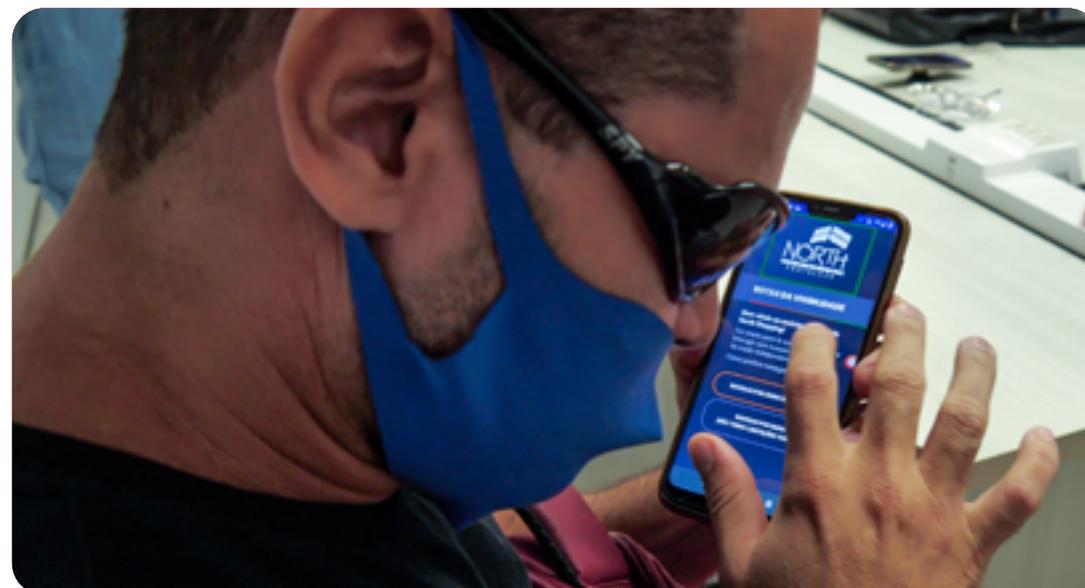
Após cerca de três anos em desenvolvimento, o aplicativo obteve 100% de aprovação por parte do público que utiliza a ferramenta. Em 2022, chegamos a 12 mil acessos, que tiveram a oportunidade de ter uma experiência personalizada dentro do shopping, com autonomia de deslocamento.

### Parceiros

O projeto foi desenvolvido em parceria com a Zapt Tech, empresa de soluções de geolocalização indoor; Instituto Humanus, especializado no desenvolvimento de soluções para acessibilidade e inclusão, e o Instituto dos Cegos, centro de referência em oftalmologia nas áreas de educação e saúde do deficiente visual, que fica instalado próximo ao shopping.

### Funcionalidades

- Localização;
- Busca por voz por loja, produto ou serviço;
- Alerta de proximidade;
- Botão “chamar ajuda”, que aciona a central de segurança do shopping;
- Guia virtual para orientar visitantes;
- Cálculo otimizado do ponto de origem até o destino desejado;
- Orientação sobre mapas;
- Exibição instantânea, na medida em que o usuário caminha, de promoções, destaques e recomendações personalizadas.



## Ponte entre clientes e a solidariedade

Os clientes do **Shopping Iguatemi Porto Alegre** (RS) estão no centro das ações de solidariedade realizadas pelo empreendimento. Em datas especiais do varejo em 2022, o público do shopping participou ativamente escolhendo as entidades a serem beneficiadas com doações, por meio de pesquisa.

No “Natal do Bem” a solidariedade se fez presente. O público do shopping indicou três entidades: Família Atos 29, Instituto

Mont’Serrat e Santuário Voz Animal. A arrecadação de recursos ocorreu por meio da aquisição de ingressos solidários, a R\$ 2, para o “Parque do Noel”. O valor foi destinado diretamente para a organização definida pelo cliente. No total, foram doados às entidades mais de R\$ 271 mil. A organização Família Atos foi também a escolha dos clientes para receber uma doação adicional de R\$ 10.000,00.

Indicados pelos clientes, o Hospital Ernesto Dornelles, que possui iniciativas de prevenção do câncer de próstata, recebeu do shopping a doação de R\$ 10.000,00 no Dia dos Pais, e a Associação Amigos do Hospital Presidente Vargas (AHMI), com foco materno-infantil, recebeu o mesmo valor no Dia das Mães.

## Festa da solidariedade

O Centro Social São Vicente de Paulo, conhecido como Patronato, foi a instituição beneficiada com a arrecadação da 29ª Festa Arraiá D’Ajuda, promovida pelo **Shopping Nova Iguaçu** (RJ). A instituição atende 280 crianças em atividades educacionais e culturais, além de oferecer assistência social.

Os três dias de festa foram organizados por voluntários e contou com programação musical, cultural e gastronômica. O evento reuniu 11.296 visitantes e resultou em uma doação de mais de R\$ 307 mil ao Patronato.



**Mais de 103 mil clientes do Shopping Iguatemi Porto Alegre participaram do “Natal do Bem”**

## Apoio à formação de crianças

Há 14 anos, o Porto Velho Shopping (RO) apoia a Creche Santa Marcelina, instituição filantrópica que oferece educação integral para crianças e desenvolve programas e serviços com foco na formação cidadã.

Com o compromisso de contribuir com o desenvolvimento social local, o shopping realizou em 2022 a doação de R\$ 450 mil para a manutenção da educação complementar de crianças de 1 ano e 8 meses a 5 anos, impactando cerca de 400 crianças atendidas.



## Inclusão e proteção de crianças e adolescentes

O Shopping Metrô Itaquera (SP) estruturou, em parceria com o Programa Cidade Protetora, da Prefeitura de São Paulo, um Núcleo Social, composto por uma equipe especializada, que realiza a abordagem social de crianças e adolescentes nos espaços do empreendimento que estejam, eventualmente, em situação vulnerável, como trabalho infantil e mendicância. Essas situações são encaminhadas para o atendimento da rede de assistência social do município.

## Esporte e desenvolvimento

O shopping realiza ainda ações diretas em parceria com o Sesi (Serviço Social da Indústria), viabilizando a participação de crianças que moram no entorno em atividades esportivas oferecidas pelo programa Atleta do Futuro, que alia esporte e desenvolvimento integral. Em 2022, 30 crianças de 6 a 17 anos foram atendidas pelo projeto.

## Futuro em Jogo

O Pantanal Shopping (MT), em parceria com o Tribunal Regional do Trabalho de Mato Grosso, promoveu em junho de 2022 a “Semana de Combate ao Trabalho Infantil e de Estímulo à Aprendizagem”.

A iniciativa foi realizada no espaço do shopping e possibilitou que crianças e adolescentes pudessem brincar com o game “Futuro em Jogo”, que traz informações sobre drogas, riscos de exploração de mão de obra infantil e boas decisões para o futuro. De forma lúdica, o jogo apresenta desafios e leva os jogadores a fazerem escolhas.

O Pantanal Shopping somou-se a essa causa com o intuito de contribuir para a conscientização de toda a população, em especial das crianças, sobre os riscos da exploração infantil.

## Empoderamento da mulher

O Dia Internacional da Mulher foi celebrado por 2 shoppings da Ancar Ivanhoe com ações de conscientização e empoderamento da mulher, debate fundamental para a inclusão, garantia de direitos e equidade de gênero.

O **Shopping Metrô Itaquera** produziu o filme “Manifesto da Mulher”, que joga luz aos micromachismos. A partir da escuta de várias mulheres, a narrativa abordou a vivência de algumas mulheres e as situações de sexismo enfrentadas por elas. A produção foi divulgada no dia 08 de março em todas as redes sociais do shopping e da Ancar Ivanhoe.

Já o **Natal Shopping** promoveu a “Exposição Valentes”, mostra que possibilitou a venda de produtos e serviços de 34 mulheres empreendedoras que já atuam de alguma forma no mercado, mas que tiveram a oportunidade de expor seus trabalhos ao grande público pela primeira vez.



*O pilar de responsabilidade social da Ancar Ivanhoe é um valor e uma prática permeados em toda a rede*



O shopping disponibilizou um espaço de loja privilegiado e toda a estrutura necessária para a Exposição, em parceria com a Rede Mulher de Valor, da Câmara de Dirigentes Lojistas e da Prefeitura de Natal.

O grupo que integrou a Exposição é atendido pela Secretaria Municipal de Políticas Públicas para Mulheres, que tem como um dos pilares incentivar a autonomia financeira de mulheres de baixa renda, auxiliando-as a romper eventuais situações de violência doméstica.

## Promoção à saúde

Os shoppings **Botafogo Praia Shopping** e **Madureira Shopping**, no Rio de Janeiro (RJ), receberam a Exposição “Art of Love”, promovida pela Sociedade Brasileira de Cardiologia. A mostra é formada por esculturas de corações que foram expostas nas ruas da cidade e nos shoppings cariocas da Ancar Ivanhoe, com o objetivo de inspirar e conscientizar a população sobre a saúde do coração, incluindo temas como prática regular de exercícios, alimentação equilibrada, amor e saúde mental, monitoramento da saúde, entre outros.

## Bem Ancar

O pilar de responsabilidade social da Ancar Ivanhoe é um valor e prática permeados em toda a rede, envolvendo colaboradores, parceiros e comunidades em projetos de desenvolvimento social. Para estruturar as diversas ações que acontecem nos cinco cantos do país, lançamos o Bem Ancar. Entre as principais iniciativas conectadas ao Programa estão:

### Natal sem Fome, parceria com a ONG Ação Cidadania

Pelo sexto ano consecutivo, 22 shoppings da Ancar Ivanhoe se uniram em uma ação de mobilização social para contribuir com a campanha “Natal sem Fome”, em parceria com a ONG Ação Cidadania.

Os empreendimentos se transformam em pontos de coleta oficial de arrecadação de alimentos não perecíveis. Em 2022, a rede arrecadou mais de 185 toneladas de alimentos, com participação de colaboradores, lojistas, parceiros e clientes, chegando a 10% do total arrecadado pela campanha nacional.

Em 2022, a iniciativa foi realizada entre os dias 15 de novembro e 31 de dezembro e contou também com o incentivo a doações

por meio do Troco Solidário, além da possibilidade de doação por Pix, cartão de crédito ou boleto bancário.

Além disso, os empreendimentos prepararam diversas ativações com o objetivo de estimular a arrecadação, como parceria com marcas presentes nos shoppings e desconto nos eventos e atrações dos shoppings.

Com a iniciativa, a companhia estima que atendeu a mais de 120 mil famílias cadastradas nos Comitês da Ação da Cidadania.



## Dia do Bem

O estímulo ao voluntariado é a proposta central do Dia do Bem, implementado desde 2019 na Ancar Ivanhoe. Por meio desta iniciativa, os colaboradores da companhia se voluntariam para contribuir com crianças e adolescentes de escolas públicas e privadas, utilizando a metodologia de ensino da ONG Junior Achievement Brasil, parceira do projeto. A organização promove programas de empreendedorismo, educação financeira e prepara os jovens para o mercado de trabalho.

### Innovation Camp

O Dia do Bem em 2022 aconteceu em Petrópolis (RJ). A Ancar Ivanhoe, em



*Em 2022, nossos shoppings superaram a meta e arrecadaram mais de 185 toneladas de alimentos para o Natal sem Fome*

parceria com a ONG Junior Achievement Rio de Janeiro (JA), realizou o Innovation Camp, um programa de desenvolvimento social, que mobilizou 50 jovens das redes pública e privada de ensino do município. O trabalho foi apoiado por mais de 30 voluntários da Ancar Ivanhoe da JA Rio de Janeiro, além da parceria com a Serratec e o SOS Serra.

Petrópolis foi escolhida como forma de apoiar os jovens a pensarem em oportunidades para a cidade, após o município ter sido atingido por fortes chuvas em 2022, que ocasionaram grandes perdas à comunidade local. A questão central que orientou a discussão foi: “Como podemos tornar Petrópolis e a região Serrana atraentes economicamente para os jovens locais?”.

Durante três dias de programações, os estudantes, a partir de ferramentas de *design thinking*, buscaram compreender suas necessidades e pensar em soluções inovadoras para suas principais demandas.

Com a condução de mentores, os participantes desenvolveram as etapas de imersão e prototipação de suas soluções. O time eleito pelo júri como a melhor proposta apresentada recebeu o convite dos investidores do programa de Residência em TIC do Serratec, com o objetivo de apoiá-los no desdobramento e amadurecimento da ideia. Os jovens foram acompanhados por



*Com o compromisso de contribuir para a melhoria da qualidade de vida nas comunidades, investimos em 2022 mais de 5,5 milhões de reais em projetos sociais*

cinco meses por profissionais especialistas em TI (tecnologia), mentores de alta *performance* na área de projetos ágeis, com intuito do aprendizado além de desenvolver a solução ganhadora, definindo os requisitos, histórias de usuários e o desenho de uma primeira versão do protótipo do produto.

Os jovens participaram ainda do programa Empresário Sombra, convidados pela Ancar Ivanhoe. Ao todo, 29 estudantes puderam acompanhar a jornada de trabalho de profissionais de diversas áreas da companhia, acompanhados de 32 voluntários. A ação aconteceu no **Shoppings Nova América e Rio Design Barra** e no Centro de Serviços Compartilhados da companhia.

# Um legado, uma história

## Solidariedade que transforma

A quarta geração da família Carvalho carrega os valores dos fundadores da companhia e uma vocação: fazer a diferença na vida das pessoas. O exemplo de cuidado com o próximo e com as comunidades está presente desde o precursor Raul Pinto de Carvalho, sócio-fundador do Banco Andrade Arnaud. Já na década de 60, o empresário exercia a solidariedade como um projeto de vida e dirigia voluntariamente o maior asilo do Rio de Janeiro, Casa São Luiz para a Velhice.

Esse olhar atento às questões sociais deixou um legado que vem se consolidando na trajetória pessoal e empresarial da família nas últimas décadas. Desde a decisão ousada em iniciar um novo negócio de shoppings centers no Brasil, a família vislumbrou a oportunidade de transformar cada empreendimento em um instrumento de desenvolvimento social. Uma visão na qual a empresa é mais do que um negócio com interesses exclusivamente privados, mas sim uma fonte geradora de impactos positivos em todo o seu ecossistema.

A principal via social escolhida pela família foi a educação, com o objetivo de proporcionar mais oportunidades de desenvolvimento integral para as crianças e jovens. Com vista a evoluir cada vez mais nesse propósito nasceu a Ancar Vita<sup>1</sup>, com a finalidade de estruturar os investimentos sociais da família, de maneira que possibilite monitorar e qualificar cada vez mais as iniciativas.

Por meio da Ancar Vita, a família também busca cristalizar uma cultura de solidariedade na Ancar Ivanhoe, por meio da valorização de suas equipes e do incentivo ao desenvolvimento de ações que gerem transformações nas comunidades do entorno.

A história que se iniciou há mais de 50 anos permanece relevante e atual. Os projetos socioeducativos apoiados crescem e se transformam constantemente com vistas à melhoria da qualidade dos serviços, ampliação do

acesso ao atendimento e aprimoramento da gestão, dos processos e das parcerias. Entre as diversas iniciativas conduzidas e apoiadas pela família Carvalho e pela Ivanhoé Cambridge<sup>2</sup>, destacam-se:



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

2. A família Carvalho apoia em parceria com a Ivanhoé Cambridge projetos sociais.

## Rede Cruzada

A Rede Cruzada é fruto do desejo da família Carvalho em integrar as ações sociais ao negócio. A organização se inicia em 1920, como “Cruzada Nacional Contra a Tuberculose”, e desde 1968, passa a ser denominada “Cruzada do Menor”. Em 1993, após o “Massacre da Candelária”, e uma profunda reflexão sobre a efetividade do trabalho realizado, implantou um novo

olhar pedagógico dirigindo o projeto social para educação de crianças, adolescentes e jovens. Nos anos 2000, investindo prioritariamente na Educação Infantil Gratuita, passou a oferecer serviços em diversas unidades. Nos últimos 10 anos, orientando seus esforços para o Programa de Contraturno Escolar, ampliou progressivamente o seu escopo e

abrangência, iniciando com as atividades de esportes, passando à incorporação de atividades artísticas e culturais pontuais, até o arranjo atual do Programa – DesKobrir –, em que o atendimento se dá de forma integral, incluindo estas atividades anteriores articuladas à complementação pedagógica.

O projeto Social Plantando o Amanhã é hoje a maior unidade da Rede Cruzada. Ele foi desenvolvido a partir da construção do **Shopping Nova América**, no Rio de Janeiro (RJ). Desde a escolha do local do novo empreendimento, o fundador da



### Atendimentos da Rede Cruzada em 2022

**605 crianças**  
atendidas pela Educação Infantil.

**100 crianças e adolescentes**  
atendidos em atividades de contraturno.

**250 crianças e adolescentes**  
participaram de atividades esportivas.

**50 pessoas**  
cursam a modalidade “Educação de Jovens e Adultos” (EJA).

**65 idosos**  
participaram de atividades que promovem a convivência e o cuidado com a terceira idade.

Ancar Ivanhoe, Sérgio Andrade de Carvalho, empreendeu esforços para estruturar um projeto que fizesse a diferença nas comunidades do entorno, a partir das necessidades da região. Assim nasceu o projeto “Plantando o Amanhã”, implementado dentro do shopping e inicialmente voltado a atender crianças em situação de vulnerabilidade social.

Hoje, a Rede Cruzada é formada por quatro unidades de Educação Infantil e projetos complementares, com a missão de desenvolver o potencial humano e promover a integração social, por meio da educação integral.

Também faz parte das prioridades da rede o engajamento e contato próximo com as famílias, realizado a partir de projetos conduzidos pelos Núcleos de Assistência Social e Saúde. Outro forte pilar é a formação dos educadores, que participam de uma jornada de aprendizagem com foco no fortalecimento de vínculos e na troca de experiências, assim como a implementação de tecnologias educacionais, que visam estimular a autonomia e o desenvolvimento das equipes.

### Unidades de Educação Infantil (0 a 4 anos):

- **Unidade Cidade de Deus**  
Casa Emilien Lacay (150 crianças)
- **Unidade Shopping Nova América**  
Plantando o Amanhã (185 crianças)
- **Unidade São José do Vale do Rio Preto**  
Daschú (130 crianças)

### Contraturno (4 a 17 anos)

Além de creche e pré-escola, na unidade **Shopping Nova América** – Plantando o Amanhã, é ofertada uma modalidade de educação não formal, por meio do contraturno escolar em um contexto humanista e integral. Crianças e adolescentes de 4 a 17 anos, segmentados em 5 faixas etárias, contam com um projeto de contraturno completo, o DesKobrir, que acontece cinco vezes por semana, em 3 horas de formações diárias na unidade do SNA - **Shopping Nova**



### Destaques de 2022

- **Unidade Cidade de Deus**  
Casa Emilien Lacay: construção de um vilarejo com base no livro de Adriana Gamela, *O Vilarejo*, realizado integralmente pelas crianças. Nesse espaço destinado às crianças, foi realizado também um encontro literário com a autora para a formação das educadoras.
- **Unidade São José do Vale do Rio Preto**  
Daschú: aumento das vagas oferecidas de 75 para 130 alunos, por meio do convênio estabelecido com a Prefeitura do município.
- **Unidade Shopping Nova América**  
Plantando o Amanhã. construção de uma sala de recursos e contratação de uma professora para a Educação Inclusiva, ampliando a diversidade e o trabalho inclusivo da rede.
- **Unidade Riachuelo - Casa de Leylá**  
Desenvolvimento de projetos que traduzem os fundamentos de uma educação transformadora, como a Educação Antirracista e Obras de Ivan Cruz - Brincadeiras de Infância.

**América.** Nesse período acontecem, majoritariamente, atividades esportivas e um programa de complementação escolar, além de outras atividades que ampliam o repertório cultural e preparam para sua próxima etapa de vida.

A implementação e ampliação do contraturno faz parte de um processo de reposicionamento da organização, que busca potencializar seu impacto, acompanhando as crianças e adolescentes durante toda a jornada de Educação Básica (dos 0 aos 17 anos).

A Ancar Vita, em parceria com a Ivanhoe Cambridge, investiu na Rede Cruzada, em 2022, R\$ 830 mil. Os representantes da família também integram a Assembleia de Associados e o Conselho Consultivo, ao lado do **Shopping Nova América**.

Em 2022, os pontos fortes do projeto foram:

O aumento de atendimentos de

**60 para 100 crianças e adolescentes**

O protagonismo da Rede Cruzada no apoio à alfabetização de

**crianças na faixa etária de 6 a 8 anos**

E a criação de oficinas de aprendizagem para

**o fortalecimento dos alunos na escola**

### Valorização da terceira idade

Na Unidade Cidade de Deus - Casa Emilien Lacay, além de uma creche, funciona também o Centro de Convivência do Idoso. Um trabalho que promove o cuidado e a valorização da terceira idade, por meio de atividades culturais e de lazer. Foi desenvolvido ainda um trabalho intergeracional, no qual crianças e idosos participam de práticas como ginástica e ioga, acompanhados por profissionais da saúde da unidade, valorizando a troca de conhecimentos e o fortalecimento de vínculos entre as gerações.

As famílias dos idosos também recebem orientações *on-line* nas áreas de saúde e assistência social, para a garantia da autonomia e a qualidade de vida dos idosos.

- 65 idosos beneficiados
- 150 crianças nas atividades intergeracionais
- 65 famílias orientadas

### Voluntariado corporativo

O projeto de voluntariado corporativo da Ancar Ivanhoe, Dia do Bem, conta com a parceria da JA Brasil. Realizado anualmente, a iniciativa mobiliza executivos voluntários da companhia para contribuir com estudantes de escolas públicas e privadas em temas como ética, mercado de trabalho, evasão escolar e *design thinking*. Uma ação que vai além da troca de conhecimento, sendo um momento de inspiração para os jovens e abertura de novas possibilidades de futuro.



*A parceria entre a Ancar Ivanhoe e a JA oportuniza a atuação de voluntários na formação de estudantes de escolas públicas e privadas, em temas que abordam mercado de trabalho, ética e cidadania.*



## Nova Direção

Com atuação no complexo da Maré, Rio de Janeiro, a Nova Direção promove desenvolvimento econômico e social na comunidade, por meio do incentivo ao voluntariado, participação cidadã e formação profissional.

Os cursos livres profissionalizantes e gratuitos oferecidos pela organização buscam criar oportunidades de geração de trabalho, de maneira a complementar a renda familiar e melhorar a qualidade de vida dos participantes. Todos os cursos oferecem certificados gratuitos emitidos pela Nova Direção.

**Mais de 12 mil pessoas**, entre crianças, jovens e adultos, já se formaram nos cursos livres de capacitação profissional, contribuindo para o acesso dessa população ao mercado de trabalho.

## Junior Archivement (JA)

A Ancar Ivanhoe e a ONG Junior Archivement (JA) estão conectadas desde 1999, quando o atual copresidente da Ancar Ivanhoe, Marcelo Carvalho, fundou a unidade da JA no Rio de Janeiro. Em 2011, a companhia passou a investir na organização junto com seus sócios, diretores e executivos, e viabilizar a participação voluntária de seus colaboradores nos projetos da ONG.

A Ancar e seus parceiros buscam impulsionar a missão da JA de promover o empreendedorismo para crianças e jovens. Essa forte parceria com a JA Brasil já impactou diretamente 6.700 estudantes com programas voltados para o empreendedorismo e mercado de trabalho.

Em 2022, a Ancar Vita e a Ivanhoé Cambridge investiram R\$ 210 mil na JA Brasil e JA Rio, com o objetivo de apoiar a causa e o impacto em todo o Brasil, a partir de experiências de aprendizagem voltadas, principalmente, para pessoas em situação de vulnerabilidade social.



## Sobre a JA Brasil

A Junior Achievement (JA) atua desde 1919, sendo uma das maiores organizações sociais incentivadoras de jovens do mundo, com foco na promoção da educação empreendedora por meio do método “aprender-fazendo”.

Presente em mais de 100 países, a JA está há quatro décadas no Brasil entregando mais de 6 milhões de experiências de aprendizagem para jovens, com o apoio de mais de 207,8 mil voluntários.

*Mais de **630 voluntários** da Ancar Ivanhoe atuaram diretamente com jovens, unindo a metodologia da JA com suas experiências de mercado*

# Gestão de Pessoas GRI 3-3

## Ambiente acolhedor e equipe comprometida

Valorizamos as relações humanas, um ambiente acolhedor e o comprometimento de nossas equipes. Nosso modelo de gestão descentralizada e participativa possibilita o empoderamento dos líderes e o trabalho colaborativo nas pontas, favorecendo a criatividade e a inovação. O foco na gestão de pessoas nos levou a estar pelo 15º ano consecutivo na lista GPTW (Melhores Empresas para Trabalhar). Em 2022, conquistamos o 3º lugar nacional, na categoria de Varejo.

## Perfil do colaborador GRI 2-7, 2-8

A Ancar Ivanhoe encerrou o ano de 2022 com 1.722 colaboradores efetivos, e outros 2.179 terceirizados\*, além de 98 estagiários e jovens aprendizes, totalizando quadro de 3.901 pessoas. Com autodeclaração, atualmente nosso time de colaboradores é composto por 37% de mulheres. Desse percentual, 45% ocupam cargos de liderança.

## Empregados por tipo de emprego GRI 2-7

Tipo de emprego	2022		
	Homens	Mulheres	Total
Jornada integral	934	69	1.003
Jornada parcial	25	694	719
<b>Total</b>	<b>959</b>	<b>763</b>	<b>1.722</b>

## Empregados por tipo de contrato de trabalho e gênero GRI 2-7

Tipo de contrato	2021			2022		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Permanente	1.151	741	1.892	934	694	1.628
Temporário	27	67	94	25	69	94
<b>Total</b>	<b>1.178</b>	<b>808</b>	<b>1.986</b>	<b>959</b>	<b>763</b>	<b>1.722</b>

## Empregados por tipo de contrato de trabalho e região GRI 2-7

Região	2021			2022		
	Tempo determinado	Tempo indeterminado	Total	Tempo determinado	Tempo indeterminado	Total
N	5	63	68	0	0	0
NE	20	260	280	27	272	299
CO	12	265	277	23	320	343
SE (SP E RJ)	57	1.304	1.361	44	1.036	1.080
<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>1.892</b>	<b>1.986</b>	<b>94</b>	<b>1.628</b>	<b>1.722</b>

\* A gestão de parceiros é feita diretamente pela empresa contratante.

## Novas contratações e rotatividade

GRI 401-1

Em 2022, foram contratados 602 novos colaboradores. Mesmo com um aumento de cerca de 35% do quadro, o número de colaboradores efetivos apresentou uma redução em relação à 2021, devido a saída

de um ativo do ecossistema. A equipe deve voltar a crescer em 2023, com a entrada de um novo empreendimento na plataforma da Ancar Ivanhoe no final de 2022, o **Parque Shopping Bahia**.

### Empregados contratados, por faixa etária

	2021		2022	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa
Abaixo de 30 anos	295	64%	348	72%
Entre 30 e 50 anos	313	25%	236	23%
Acima de 50 anos	24	8%	18	9%
<b>Total</b>	<b>632</b>	<b>32%</b>	<b>602</b>	<b>35%</b>

### Empregados contratados, por região

	2021		2022	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa
Rio de Janeiro	164	39%	289	38%
São Paulo	106	34%	120	37%
CO	CO/N: 135*	21%	101	29%
NE	106	40%	92	31%
<b>Total</b>	<b>632</b>	<b>32%</b>	<b>602</b>	<b>35%</b>

\*Em 2021, a região Norte foi contabilizada junto com o Centro-Oeste.

### Empregados contratados, por gênero

	2021		2022	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa
Homens	307	26%	300	31%
Mulheres	325	40%	302	40%
<b>Total</b>	<b>632</b>	<b>32%</b>	<b>602</b>	<b>35%</b>

### Empregados que deixaram a empresa, por faixa etária

	2021		2022	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa
Abaixo de 30 anos	212	46%	589	121%*
Entre 30 e 50 anos	297	24%	38	4%
Acima de 50 anos	25	9%	5	3%
<b>Total</b>	<b>534</b>	<b>27%</b>	<b>632</b>	<b>37%</b>

\* O *turnover* de 121% observado na segmentação "abaixo de 30 anos" em 2022 tem origem no fato desta população ocupar cargos operacionais e consequentemente impactados por entradas e saídas mais frequentes, o que também se soma ao fato destes profissionais costumemente fazerem parte de programas corporativos (jovem aprendiz e estágio), cujo *turnover* usual é mais elevado que a média organizacional em decorrência de apresentarem período de término de contrato planejado.

### Empregados que deixaram a empresa, por gênero

	2021		2022	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa
Homens	281	24%	376	39%
Mulheres	253	31%	256	34%
<b>Total</b>	<b>534</b>	<b>27%</b>	<b>632</b>	<b>37%</b>

### Empregados que deixaram a empresa, por região

	2021		2022	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa
Rio de Janeiro	123	29%	353	46%
São Paulo	90	29%	100	31%
CO	142*	36%	111	32%
NE	94	23%	68	23%
<b>Total</b>	<b>534</b>	<b>27%</b>	<b>632</b>	<b>37%</b>

\* Este número inclui a região Norte.

### Taxa de rotatividade (Turnover)<sup>1</sup>

	2021	2022
<b>Total headcount</b>	<b>1986</b>	<b>1722</b>
Homens	24%	35%
Mulheres	31%	37%
Abaixo de 30 anos	46%	96%
Entre 30 e 50 anos	24%	13%
Acima de 50 anos	9%	6%
Rio de Janeiro	29%	42%
São Paulo	29%	34%
CO	23% <sup>2</sup>	31%
NE	36%	27%
<b>Total</b>	<b>24%</b>	<b>36%</b>

<sup>1</sup> Metodologia de cálculo:  $[(\text{contratados} + \text{desligados})/2] / \text{headcount total}$

<sup>2</sup> Inclui dados do Nordeste.

## Boas práticas trabalhistas

Faz parte dos princípios da Ancar Ivanhoe promover um ambiente saudável e harmonioso. Nossas relações trabalhistas em toda a companhia estão pautadas na ética e no respeito e asseguradas por um conjunto de políticas e treinamentos. As diretrizes determinam o cumprimento rigoroso das normas e legislações vigentes que proíbem práticas que violem os direitos humanos como trabalho escravo ou degradante e trabalho infantil.

Não toleramos qualquer comportamento que possa se caracterizar como assédio,

seja moral ou sexual, no ambiente de trabalho ou fora dele e não admitimos nenhuma forma de violência. Essas regras constam em nosso Código de Conduta aplicável a todos os colaboradores, fornecedores e parceiros de negócio. Além disso, criamos o Comitê de Inclusão e Diversidade, reafirmando nosso compromisso com um ambiente seguro, livre de assédio e discriminação.

Cumprimos as convenções nacionais internacionais do trabalho. Atualmente, 1.476 colaboradores, cerca de 87% do

quadro total, são abrangidos por acordos de negociação coletiva. **GRI 2-30**

A privacidade dos colaboradores, clientes e parceiros também é protegida por meio das diretrizes da Política de Privacidade, além de implementarmos e atualizarmos as melhores práticas de *compliance*.

Os programas de desenvolvimento de pessoas buscam dar oportunidade para todos e respeitar as individualidades. Realizamos ainda projetos que visam a segurança, a saúde e o bem-estar de nossos times.

## Desenvolvimento e treinamento GRI 404-1

Em 2022, nossa estratégia de aprendizagem priorizou os Objectives and Key Results (OKR's) da companhia, incluindo temas como “Cliente no Centro”, “Inovação”, “Transformação Digital e Gestão Ágil”. As iniciativas foram desenvolvidas com o intuito de fomentar a cultura de inovação por meio do conhecimento, ampliando os modelos de ensino entre cursos *on-line*, *talks*, *workshops*, curadoria de artigos, ebooks, podcasts, entre outros.

Foram realizados também programas de desenvolvimento focados nas lideranças, como o LEX (Liderança Exponencial da StartSe) e o programa Liderança Inspiradora da GPTW. A proposta buscou formar uma liderança cada vez mais estratégica, empática, ágil e inovadora, preparada para os desafios da Nova Economia, além de desenvolver habilidades para competir neste “novo mundo”.

A capacitação técnica e comportamental dos profissionais, conectada às necessidades do negócio, refletiu no crescimento do NPS (Net Promoter Score) em 15 pontos, atingindo 86 pontos.

## Universidade Ancar Ivanhoe (UAI)

Na UAI (Universidade Ancar Ivanhoe), estão disponíveis mais de 100 cursos assíncronos que abordam habilidades técnicas e comportamentais, treinamentos obrigatórios e programas de aprendizagem. Todo esse conteúdo utiliza modelagens de ensino variadas, com o objetivo de ampliar o alcance e promover conhecimento de maneiras complementares. Um exemplo disso é a criação de um *podcast* interno, desenvolvido para democratizar assuntos estratégicos da companhia, focados em temas do negócio e de inovação. O *podcast* traz ainda palestras presenciais com transmissão ao vivo, curadorias, *talks*, notícias, entre outros.



**2.280 colaboradores**  
realizaram treinamentos  
na UAI em 2022



Todos os anos atualizamos o catálogo de conteúdos da UAI. Em 2022, foram atualizados os cursos obrigatórios de Ética, Compliance, Anticorrupção e Conflitos de Interesse. Em parceria com a Escola Conquer, construímos uma jornada de inovação com mais de 60 horas de treinamento, gamificação e premiações para fomentar o engajamento dos colaboradores. Além dos programas de desenvolvimento voltados para a liderança, ofertamos trilhas de aprendizagem focadas nos OKRs e na Diversidade & Inclusão.

A grade curricular da plataforma é desenvolvida em parcerias com instituições como Sapiência (UOLEdtech), Escola Conquer, StartSe, Affero Lab, além da produção de conteúdos personalizados em parceria com uma especialista em design instrucional. A UAI também conta com parceiros de ensino que oferecem descontos para todos os funcionários da Ancar, como Brasas, Descomplica, ESPM, FGV, PUC, Ibmecc, USP, Lingopass, UFRJ, entre outros.

### Média de horas de capacitação de empregados por gênero

	2021	2022
Homens	29	105
Mulheres	36	58
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>84</b>

## Performance GRI 404-2, 404-3

Nosso processo de gestão de *performance* é conhecido internamente como *Performance* e Desenvolvimento. Ele acontece em dois ciclos anuais para toda a companhia, incluindo uma etapa de autoavaliação, a avaliação do líder imediato, *feedback* e acompanhamento de Plano de Desenvolvimento Individual (PDI). Essa ferramenta contribui também para o embasamento na tomada de decisão dos líderes durante o ciclo de mérito que acontece uma vez ao ano.

A partir de um conjunto de critérios, realizamos o Outplacement como uma ferramenta de transição de carreira, que visa facilitar a empregabilidade para cargos executivos.

Eventuais ausências de avaliações acontecem, em grande medida, devido ao afastamento de colaboradores no período (por doença, licença-maternidade, férias) ou que não são elegíveis para avaliação, como os recém-contratados após a data de corte.

O potencial dos colaboradores que ocupam o cargo de Analista e níveis posteriores também são discutidos e registrados no sistema, utilizando a Matriz 9BOX. O ciclo é dividido por regional/unidade, e as discussões de carreira e próximos passos são realizados de forma colegiada entre os líderes. **GRI 2-18**

## Evolução

Cerca de 1 ano após o lançamento do processo, a avaliação de *performance* saiu de um patamar de autoavaliação de 60% para 84%. O processo de *feedback* deu um salto de 17% para 75%, com o engajamento de 81% dos colaboradores.

Outro avanço foi a consolidação do Plano de Desenvolvimento Individual (PDI), lançado em 2021, construído entre líder e liderado com base nos acordos estabelecidos durante o bate-papo de *feedback*. A proposta é de que as lideranças busquem combinar planos de desenvolvimento com ações customizadas para cada colaborador e faça o acompanhamento da evolução dessas ações por meio de sistema.



Após 1 ano do programa, a autoavaliação de *performance* passou **de 60% para 84%**, e o processo de *feedback*, **de 17% para 75%**

## Proposta de valor

Acreditamos que nosso *employee value proposition* (proposta de valor ao empregado, em português) está na forte aderência aos nossos valores organizacionais e a temas como respeito e cuidado com as pessoas, com a sociedade e o meio ambiente. Nessa direção, nossos métodos buscam garantir que o programa de avaliação de desempenho reflita o saudável equilíbrio entre os interesses dos investidores, os valores organizacionais e as diretrizes de conformidade.



## Metas executivas

Os objetivos atribuídos aos nossos executivos são definidos a partir de rodadas de discussão estruturadas com a gestão da companhia e investidores, de forma a assegurar não apenas a entrega das metas financeiras como também de todos os objetivos que ligados às relações da empresa com a sociedade e o meio ambiente.

No decorrer do ano, outros fóruns de debate também são realizados, com olhar para a manutenção do alinhamento da estratégia em todas as verticais de negócio e corporativas. Ao final do ciclo fiscal, as revisões percorrem distintas esferas organizacionais para garantir que as avaliações sejam construídas segundo evidências de negócio.

A avaliação de desempenho inclui a ponderação entre metas quantitativas e qualitativas, assim como pilares estratégicos como a atenção ao impacto positivo que a organização buscar atingir na sociedade.

## Rhenova

Atualizado em 2022, o projeto Rhenova tem como objetivo empoderar e dar autonomia às lideranças da companhia para gerir seus times. Por meio do Sistema ADP, os líderes podem realizar o

## Empregados que recebem análises de desempenho por categoria funcional (%) GRI 404-3

	2022		
	Homens	Mulheres	Total
Diretoria	100	0	100
Gerência	97	98	97
Chefia/coordenação	91	91	91
Técnica/supervisão	80	83	80
Administrativo	96	93	94
Operacional	71	85	75
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>90</b>	<b>85</b>

## Percentual do total de trabalhadores, 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

	2022		
	Homens	Mulheres	Total
Aprendizes	86	80	82
Estagiários	80	73	75
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>79</b>	<b>80</b>

acompanhamento e a gestão dos processos de recrutamento e seleção, admissão, integração, avaliação do período de experiência, benefícios, afastamento, férias, ponto e desligamento.

O foco do projeto em 2022 foram os indicadores e prazos de processos junto a Central de Serviços Compartilhados (CSC). A iniciativa conta com um curso na UAI, um canal de comunicação com o time da CSC e um ponto focal do setor para esclarecer dúvidas em relação à gestão uma vez por mês.

## Retenção e Atração de talentos

Outra iniciativa de destaque foi Matriz 9Box. Essa metodologia permite o mapeamento de talentos e identifica áreas de desenvolvimento para cada colaborador, impactando na retenção de profissionais.

No ciclo de 2022, o 9Box foi estendido para supervisores, analistas e especialistas, avaliando 97% dos colaboradores elegíveis. O trabalho também auxilia no processo de sucessão da companhia.

A análise dos resultados do 9Box é realizada entre a liderança do setor e o Comitê de Recursos Humanos.

## Política de remuneração

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

A Ancar Ivanhoe preza, entre outros aspectos, pelo equilíbrio entre a competitividade e a equidade na utilização do seu mecanismo de remuneração fixa. Dessa forma, o salário-base mensal dos

seus colaboradores é definido a partir de pesquisa de mercado e ranqueamento dos cargos da sua estrutura organizacional, construído a partir da metodologia da consultoria Towers Watson e do modelo Global Grading System (GGS).

Para estabelecer a remuneração variável nos baseamos em um programa de avaliação de desempenho para estabelecer os potenciais de pagamento, segundo a combinação de metas organizacionais, alinhamento interno e a qualidade na execução da sua estratégia, conforme as metas definidas para cada ciclo fiscal.

## Benefícios GRI 401-2

Oferecemos um pacote de benefícios para todos os colaboradores que atuam em nossas unidades, que inclui: assistência médico hospitalar, assistência odontológica, auxílio alimentação ou refeição, vale-transporte e seguro de vida, de acordo com cada região, auxílio deficiência e invalidez, licença-maternidade/paternidade e licença-maternidade estendida.

Além disso, para nossas colaboradoras, além da licença-maternidade de 180 dias, oferecemos auxílio materno e psicológico durante todo o período gestacional, além de reembolso de até 50% para creche até a criança completar 24 meses. GRI 401-3

Por meio do Programa Florescer, reforçamos em 2022 um benefício para as novas mães de nossa companhia. No mês de nascimento da criança, realizamos uma recarga em dobro do vale refeição/alimentação, além de realizarmos a inclusão imediata do bebê no plano de saúde.

Em relação à aposentadoria, a Ancar Ivanhoe avalia os processos de seus executivos em linha com as boas práticas vigentes no mercado, sempre preservando as políticas internas e alinhado aos conceitos trabalhistas vigentes e a especificidade contratual.

## Licença-maternidade/paternidade

		2021	2022
Empregados que tiveram direito a <u>tirar</u> a licença	homens	1178	959
	mulheres	808	763
Empregados que <u>tiraram</u> a licença	homens	8	3
	mulheres	34	54
Empregados que <u>retornaram</u> ao trabalho, no período do relatório, após o término da licença	homens	8	3
	mulheres	34	56
Empregados que retornaram ao trabalho após a licença e continuaram empregados 12 meses após o retorno ao trabalho	homens	0	0
	mulheres	10	10
Taxa de retorno	homens	100	100
	mulheres	100	100
Taxa de retenção	homens	0	0
	mulheres	29%	18%

## Saúde e Segurança no trabalho GRI 403-1, 403-2, 403-3 e 403-8

Nosso Sistema de Saúde e Segurança do Trabalho atende a integralidade de nossos colaboradores, segundo às Normas Regulamentadoras Nacionais. Para garantir todos os padrões reconhecidos, mantemos uma parceira técnica com a empresa de saúde ocupacional SOU na condução de programas e ferramentas de saúde ocupacional como:

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

### Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa) GRI 403-4

Todos os nossos empreendimentos e escritórios corporativos possuem a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa), formada pelos colaboradores e liderada pelo técnico de segurança em cada unidade, com o objetivo de analisar e atuar na prevenção de acidentes, disponibilizando EPI's e EPC's recomendados à cada atividade.



### Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho

	2022	
	Empregados	Trabalhadores que não são empregados, mas cujo trabalho e/ou local de trabalho é controlado pela organização
Número total de indivíduos	1.722	0
Indivíduos cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional com base em requisitos legais e/ou padrões/diretrizes reconhecidos	1.722	0
	100%	0
Indivíduos cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional com base em requisitos legais e/ou padrões/diretrizes reconhecidos, que foi auditado internamente.	1.722	0
	100%	0
Indivíduos cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional com base em requisitos legais e/ou padrões/diretrizes reconhecidos, que foi auditado ou certificado por uma parte externa.	1.722	0
	100%	0

## Bem-Estar GRI 403-6, 403-10

Iniciamos em 2022 o programa “Vida Ativa”, com o objetivo de proporcionar ao time ações voltadas a temas relacionados à saúde e ao bem-estar e que avalia as dimensões: saúde física, mental, financeira.

Com o apoio do programa, foram promovidas iniciativas que abordaram a saúde mental, orientação nutricional e inteligência emocional. Também implantamos telemedicina para todos e programa para gestantes, crianças e familiares.



Os dados de saúde dos colaboradores são tratados de forma sigilosa pela consultoria de saúde e pela empresa gestora de saúde ocupacional, que repassam informações globais à área de Recursos Humanos. No último ano, não houve registro de doenças ocupacionais na companhia.

## Treinamentos GRI 403-5

Realizamos capacitações específicas para as equipes que trabalham com equipamentos e instalações de maior risco. Em 2022, os treinamentos incluíram a NR10, certificação específica sobre os riscos para pessoas que interajam com instalações elétricas e serviços de eletricidade direta ou indiretamente, e também sobre a NR 33, voltado para equipes que acessam espaços confinados.

Diversos outros temas de saúde e segurança são discutidos e buscam conscientizar os colaboradores durante as Semanas Internas de Prevenção de Acidentes do Trabalho (Sipat’s), realizadas pelas Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (Cipas).

## Riscos e acidentes de trabalho

GRI 403-7, 403-9

A identificação de possíveis riscos é feita por meio do Programa de Gerenciamento de Riscos e dos laudos técnicos de periculosidade, no qual são sinalizados os pontos de atenção e as formas de minimizar os impactos.

Os maiores riscos estão concentrados em áreas operacionais, que envolvem atividades como alta tensão e manuseio de tinta. Em relação às equipes terceirizadas, há atividades que envolvem esporadicamente trabalho em altura e vigilância de propriedade. Os colaboradores podem relatar riscos à Cipa da sua unidade de forma anônima, se preferir, e também à liderança direta.

Em 2022, foi registrado um acidente de trajeto, não causado em ambiente de trabalho e também não houve ocorrência de quase acidentes.

# Diversidade, igualdade e não discriminação

GRI 405-1, 405-2

A agenda de diversidade e inclusão da Ancar Ivanhoe permeia nossos processos e se concretiza em formações, campanhas e iniciativas que promovem o respeito e a inclusão. Esse compromisso se refletiu na pesquisa GPTW de 2022, na qual as questões relacionadas ao tema foram 100% favoráveis.

Em 2022, toda a equipe de segurança da companhia recebeu capacitação em Direitos Humanos, por meio do Programa Corporativo de Segurança, sendo que 95% deste público é composto por profissionais



100% da equipe de segurança da companhia recebeu **capacitação em direitos humanos** em 2022, incluindo todos os profissionais terceirizados

terceirizados. No ano, não registramos casos de discriminação em nosso quadro de colaboradores. **GRI 410-1**

No âmbito das empresas terceirizadas e marcas que atuam nos shoppings, a companhia busca conscientizar e informar os parceiros, com vistas a evitar que ocorra qualquer situação de preconceito, discriminação e outras violações de direitos.

Ocorreu um caso de discriminação envolvendo um funcionário de uma das lojas de nossos shoppings em 2022. A ocorrência foi encerrada após alinhamentos com a área de compliance da empresa em questão, além de reafirmarmos o compromisso com Código de Ética da companhia, estabelecido em contrato entre as partes. **GRI 406-1**

Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por gênero (%) **GRI 405-1**

2021		2022	
Membros dos órgãos de governança		Membros dos órgãos de governança	
Homens	100	Homens	79
Mulheres	0	Mulheres	21
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>Total</b>	<b>100</b>

Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por faixa etária (%)

2021		2022	
Membros dos órgãos de governança		Membros dos órgãos de governança	
Abaixo de 30 anos	0	Abaixo de 30 anos	0
Entre 30 e 50 anos	25	Entre 30 e 50 anos	63
Acima 50 anos	75	Acima 50 anos	37
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>Total</b>	<b>100</b>

## Comitê de Diversidade

Em 2021, a companhia estruturou um Comitê de Diversidade & Inclusão composto por colaboradores voluntários, com o objetivo de revisar políticas, rever processos e promover um ambiente de trabalho mais inclusivo. Em 2022, 48 colaboradores de diversas áreas e níveis hierárquicos integraram o Comitê, que está organizado em quatro subgrupos:



*O Comitê de Diversidade & Inclusão da companhia tem o objetivo de revisar políticas, rever processos e promover um ambiente de trabalho mais inclusivo*

### Grupo + Mulheres

sobre questões de gênero: atuar na equidade de gênero, por meio do estímulo ao empoderamento das mulheres, e com foco prioritário nas políticas de recrutamento e iniciativas de desenvolvimento e gerenciamento de sucessão, além de promover mais representatividade feminina em posições de liderança e funções majoritariamente masculinas.

### Grupo Cores

sobre questões LGBTQIA+: promove um ambiente de trabalho inclusivo, combatendo a LGBTfobia e todas as formas de discriminação, de modo a garantir equidade de tratamento a todas as pessoas, independentemente da orientação sexual, identidade ou expressão de gênero, comunicando medidas claras contra atitudes discriminatórias para que todos tenham sua integridade assegurada.

### Grupo Raízes

sobre questões raciais: oferece conhecimento e conscientização para o combate ao racismo, garantindo equidade de oportunidades a todas as pessoas, independentemente de etnia e raça, contribuindo para o aumento da população negra no mercado de trabalho e representatividade em todos os níveis hierárquicos da companhia.

### Grupo Luta PCD

sobre questões das Pessoas com Deficiência: promove ações para aumentar a contratação e presença de pessoas com deficiência em todos os níveis profissionais, por respeito à sua dignidade e pela convicção no seu potencial e no seu desempenho nas funções adequadas.

O Comitê se reúne mensalmente e discute temas pertinentes à agenda e ao desempenho de cada setor.

Em 2022, por meio de debates com convidados e *lives*, o Comitê abordou o papel da mulher negra na sociedade.



# Governança e Integridade

GRI 3-3

# Governança Corporativa GRI 2-9

A Ancar Ivanhoe é um grupo de sociedades empresárias e fundos de investimentos, formado a partir da união de duas empresas: a Ancar Empreendimentos Comerciais e a Ivanhoé Cambridge, subsidiária imobiliária da Caisse de Dépôt et Placement du Québec (cdpq.com), segundo maior fundo de pensão do Canadá.

Nossa administração é composta por uma Presidência, formada por dois co-presidentes, e uma Diretoria Executiva, que contam com dois comitês de supervisão: o Comitê de Auditoria e o Comitê de Ética. Além disso, a Administração é assessorada por outros três comitês: Comitê Executivo, Comitê de Transformação Digital e Comitê de Recursos Humanos. **GRI 2-11**



*Destacamos em 2022 a criação do Comitê de ESG, que delibera sobre as pautas ambiental, social e governança corporativa, ampliando a transparência em relação aos temas de sustentabilidade*

Em 2022, foi criado o Comitê de ESG, com integrantes da alta gestão, que deliberam sobre as pautas ambiental, social e corporativa e as reportam aos acionistas, ampliando a governança e a transparência em relação aos temas de sustentabilidade.

O processo de seleção dos órgãos de governança inclui entrevistas, testes, avaliações e referências. A escolha dos executivos está baseada no perfil do cargo e nas competências do profissional e também na avaliação da liderança, pares e parceiros, considerando critérios de diversidade. **GRI 2-10**

## Estrutura de Governança



## Comitês

### Comitê de Auditoria

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

**Membros efetivos:** Marcos Carvalho, Marcelo Carvalho, Adriano Mantesso (membro da Ivanhoe Cambridge).

### Comitê de Ética

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

**Membros efetivos:** Marcos Carvalho, Marcelo Carvalho, Evandro Ferrer, Tarso Rebello, Paulo Brito, Leia Cardoso, Bruno Barbosa e Vanessa Dal Bello.

### Comitê Executivo

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

**Membros efetivos:** Antônio Horácio, Carlos de Júlio, Evandro Ferrer, Fernando Marchesi, Hélio Ribeiro, Ilton Nóbrega, Leia Cardoso, Paulo Brito, Paulo Cesar e Tarso Rebello.

### Comitê de Transformação Digital

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

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

**Conselheiros externos:** Tiago Mello e Italo Flammia.

### Comitê de Recursos Humanos

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

**Membros efetivos:** Leia Cardoso, Marcos Carvalho, Marcelo Carvalho, Evandro Ferrer, Paulo Brito.

### Comitê de ESG

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

**Membros efetivos:** Evandro Ferrer, Marcelo Carvalho, Marcos Carvalho, Tarso Rabello, Paulo Brito, Leia Cardoso, Felipe Gadelha, Alexandre Santos e Fernando Marchesi.

### Comitê de Privacidade e Segurança da Informação

A função do Comitê de Privacidade é garantir a conformidade e o gerenciamento adequado dos dados pessoais dentro da organização, por meio do desenvolvimento de políticas e diretrizes, da gestão de riscos, do estabelecimento de um plano de ação de resposta a incidentes e da promoção da conscientização entre seus colaboradores.

**Os membros são:** Vinicius Rezende, Fernando Wanderley, Andre Mendes e Vanessa Dal Bello.

# Ética e combate à corrupção

GRI 2-23, 2-24, 205-1, 205-2

São valores da Ancar Ivanhoe as relações humanas baseadas na ética, no respeito e na transparência com todos os *stakeholders*. Desenvolvemos um conjunto de práticas que inclui monitoramento de *compliance*, avaliação de riscos, políticas, comunicados e treinamentos que tornam os nossos controles mais eficientes nos temas de integridade.

As questões pertinentes à ética e ao combate à corrupção são gerenciadas por uma área de Riscos e Compliance, responsável por fortalecer os valores éticos e implementar mecanismos de prevenção, detecção e correção de desvios de conduta.

Todas as nossas operações são avaliadas quanto aos riscos relacionados à corrupção. Além disso, 100% dos membros dos órgãos de governança receberam capacitação em políticas e procedimentos anticorrupção. Em 2022, a companhia não identificou casos de corrupção. **GRI 205-3**

Para esclarecer dúvidas e receber orientação sobre o tema, nossos colaboradores podem acessar diversos canais como e-mail, *ticket (freshdesk)*, *chat*

corporativo ou ainda presencialmente, além dos treinamentos que também podem ser utilizados para o esclarecimento de dúvidas. **GRI 2-26**

## Programa de Integridade

Com o objetivo de fomentar uma cultura ética, avançamos em todos os pilares do nosso Programa de Integridade, especialmente, em relação às políticas e procedimentos, comunicação e treinamento, diligência de terceiros, Canal de Transparência e no suporte da alta administração, que contribuiu para o avanço da maturidade da companhia nesse pilar.

O Programa de Integridade da Ancar Ivanhoe está baseado na Lei 12.846/13 e no Decreto 11.129/22. Com base nesta legislação, desenvolvemos o Código de Conduta Ética e as Políticas Anticorrupção, Due Diligence, Doações e Patrocínios, Brindes e Presentes, Canal de Transparência e Conflito de Interesses.

Os compromissos firmados nas políticas de *compliance* se aplicam a todos os colaboradores, sendo que o Código de

Conduta Ética também se aplica aos nossos parceiros de negócios. Essas diretrizes são comunicadas periodicamente aos nossos colaboradores, e estão disponíveis na intranet corporativa. **GRI 2-24**

O Comitê de Ética acompanha o cumprimento do Programa de Integridade e se reporta à Presidência. Em 2022, o Comitê realizou cinco reuniões, sendo quatro ordinárias e uma extraordinária, sobre os temas: novas políticas e normativos, conflito de interesses, diligência de terceiros, treinamento e comunicação, indicadores e panorama do Canal de Transparência, doações e patrocínios e monitoramento de controles. Durante o ano, cerca de oito relatos recebidos pelo Canal de Transparência foram tratados em detalhe junto ao Comitê. **GRI 2-16**



*Buscamos tornar nossos controles mais eficientes nos temas de integridade, com práticas de prevenção como políticas e treinamentos; mecanismos de detecção, como o uso do Canal de Transparência; e estratégias de remediação, com a gestão de consequências*

## Políticas

Em 2022, quatro novas políticas que integram o Programa de Integridade foram elaboradas e implementadas, além da revisão de outras diretrizes:

- Novas políticas: Diligência de Terceiros, Brindes, Presentes e Hospitalidades, Interação com Agentes Públicos, Canal de Transparência.
- Políticas atualizadas: Doações e Patrocínios, Anticorrupção e Conflito de Interesses.



## Pilares do Programa de Integridade

- Comprometimento da alta administração
- Avaliação de riscos
- Políticas e procedimentos
- Comunicação e treinamento
- Canal de denúncias e investigações
- Diligências de terceiros
- Testes e monitoramento

## Código de Conduta Ética

Nosso Código de Conduta Ética, atualizado em 2021, aplica-se a todos os públicos que se relacionam com a companhia e expressa os nossos valores e as diretrizes de conformidade com os princípios éticos e legislações vigentes.

O documento orienta colaboradores e parceiros de negócio a conduzir as atividades de maneira íntegra e cumprir com as disposições das leis antissuborno e anticorrupção aplicáveis.

Fazem interface com o Código de Conduta todas as políticas de Compliance da companhia, sendo incentivado o relato de qualquer suspeita ou ocorrência de violação a esses compromissos em nosso Canal de Transparência.

O Código de Conduta Ética foi aprovado no Comitê de Ética e pode ser acessado pelo site da Ancar Ivanhoe.

## Canal de Transparência GRI 2-25

O Canal de Transparência da Ancar Ivanhoe conta com uma empresa independente e especializada para receber denúncias, garantindo o sigilo e o anonimato do denunciante, quando desejado.

Por meio da ferramenta, é possível realizar denúncia de condutas consideradas antiéticas ou que violem padrões de conduta e a legislação vigente tais como: assédio moral, assédio sexual, discriminação, abuso de poder, corrupção, conflito de interesses, desvio de recursos e fraudes.

O Código de Conduta Ética estabelece ainda a não punição ou não retaliação a quem, de boa-fé, recorrer ao Canal, que pode ser acessado por qualquer pessoa que identifique práticas contrárias às diretrizes da companhia.

## O Código de Conduta Ética contempla diretrizes para:

- Relações interpessoais no ambiente de trabalho
- Combate ao assédio, violência e discriminação
- Conflito de Interesses
- Relações comerciais
- Contribuições políticas
- Doações e patrocínios
- Proteção dos ativos da empresa
- Integridade das demonstrações financeiras
- *Compliance*
- Canal de Transparência
- Gestão de consequências

Em 2022, uma série de melhorias de gestão foi implementada no Canal de Transparência, a partir da publicação de uma nova Política dedicada, como a implementação de SLA (Service Level Agreement), ou seja, o Acordo de Nível de Serviço, assegurando os níveis de qualidade durante todo o serviço prestado. Atualmente, monitoramos e reportamos o SLA médio de resolução das denúncias ao Comitê de Ética. O Canal passou ainda por outras melhorias de *performance*, como o aprimoramento do fluxo de apuração e a adoção de planos de ação posteriores à finalização das denúncias, quando cabível. Apuramos e respondemos, em 2022, 100% das denúncias recebidas.

O Canal de Transparência funciona 24 horas por dia, 7 dias por semana e pode ser acessado por:



Site:

[canalconfidencial.com.br/ancarivanhoe](http://canalconfidencial.com.br/ancarivanhoe)



Telefone:

0800 721 0723



## Política Anticorrupção

Atualizada em 2022, a Política Anticorrupção da Ancar Ivanhoe tem o objetivo de assegurar que a companhia, seus colaboradores e seus parceiros de negócios não ofereçam ou recebam qualquer tipo de vantagem indevida ou pecuniária na condução dos negócios, e que todos os pagamentos e despesas sejam devidamente registrados.

Como diretriz geral, a política estabelece que nenhum desses agentes deve, direta ou indiretamente, conceder, oferecer, prometer ou autorizar um pagamento indevido.

O documento trata ainda de temas como a proibição de contribuições políticas, relacionamentos com agentes públicos, presentes e hospitalidades, lavagem de dinheiro e obrigação de reportar as violações. É assegurado também que conste a cláusula anticorrupção em todos os contratos celebrados entre a Ancar Ivanhoe e os parceiros de negócios.



## LGPD

Investimos em processos para garantir a adequação, boas práticas, medidas de cibersegurança e proteção de dados de todas as áreas de negócio da companhia. As diretrizes nesta área constam na Política de Privacidade da Ancar Ivanhoe, que abrange colaboradores, clientes, fornecedores e demais *stakeholders*. O documento informa sobre a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e sobre os procedimentos adotados pela companhia em relação ao armazenamento de dados físicos e digitais.

A companhia possui um *Data Protection Officer (DPO)*, profissional responsável por realizar a comunicação de incidente de segurança e receber as requisições da ANPD, disseminar a cultura digital e por atender, por meio do canal exclusivo ([dpo@ancar.com.br](mailto:dpo@ancar.com.br)), às solicitações dos titulares, nos termos da Lei nº 13.709/18.

## Treinamentos

Em 2022, a companhia alcançou o engajamento de 97% dos colaboradores nos treinamentos obrigatórios nos temas de *compliance*. O treinamento dos colaboradores em relação à Política Anticorrupção e ao Código de Conduta Ética são obrigatórios e realizados anualmente, por meio da Trilha de Conhecimento Institucional.

O *Compliance* realizou outros 10 treinamentos específicos, entre eles o Treinamento de Prevenção ao Assédio para toda a companhia e o Compliance Day, que compila os temas mais relevantes como o Programa de Integridade, legislação, conflito de interesses, canal de transparência e, riscos e controles.



Membros do órgão de governança que foram comunicados e que receberam capacitação em políticas e procedimentos anticorrupção, por região GRI 205-2

Região	Empregados	2022	
		Comunicados	Capacitados
N	número	284	274
	%	100	96,13
NE	número	267	249
	%	100	93,26
CO*	número	-	-
	%	-	-
SE	número	998	985
	%	100	98,70
S	número	-	-
	%	-	-

\*Dados da regional Centro-Oeste computados junto com a regional Norte.

Empregados que foram comunicados e treinados em políticas e procedimentos anticorrupção, por região GRI 205-2

Região	Empregados	2022	
		Comunicados	Capacitados
N	número	284	274
	%	100	96,13
NE	número	267	249
	%	100	93,26
CO	número	-	-
	%	-	-
SE	número	998	985
	%	100	98,70
S*	número	-	-
	%	-	-

\*Dados da regional Sul computados junto com a regional Sudeste.

# Gestão de Riscos

Os temas pertinentes à Gestão de Riscos são acompanhados pelo Comitê de Auditoria e Riscos, com o assessoramento da Gerência de Riscos e Compliance. Entre as pautas monitoradas, estão as fragilidades de processos, os controles e exposição aos riscos.

Em 2022, atualizamos nossa Política de Riscos, a partir da metodologia Coso (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), que orienta sobre as melhores práticas de controle interno. O documento aborda Papéis e Responsabilidades, Funções da Linha de Defesa, Modelo de Gestão de Risco, Categorias de Risco Estratégicos, como financeiro, operacional, de conformidade e cibernético, além de todo o processo que envolve o gerenciamento de riscos, como identificação, medição, avaliação e respostas aos riscos.

Foram realizadas auditorias internas com base nos riscos mais relevantes mapeados anualmente, tanto no âmbito corporativo, como em relação aos ativos da companhia, envolvendo os tópicos comercial, compras, contratos, operações e governança corporativa.

Em conjunto com a equipe de Gestão de Riscos e Compliance, a área de ESG também participa da gestão de impactos da companhia, acompanhando o processo de diligência da organização. **GRI 2-12**

O Comitê de ESG é responsável pelo mapeamento dos temas relacionados aos impactos de nossa operação e envio para avaliação dos órgãos de governança, que são definidos em reuniões bimestrais ou extraordinárias, conforme as demandas. **GRI 2-13**

Destacamos ainda que no período relatado não houve casos de concorrência desleal, práticas de truste ou monopólio, verificados por meio de análise de relatórios gerados pelo sistema Projuris. **GRI 206-1**

## Diligência de terceiros

**GRI 205-1, 408-1 e 409-1**

Implementamos um sistema que permitiu realizar diligência em toda a base de terceiros da companhia, que engloba fornecedores e outros parceiros de negócio. Ao todo, foram efetivadas 6.822 verificações.

A diligência de terceiros da Ancar Ivanhoe abrange diversos critérios relacionados à integridade, como regularidades fiscais, ocupação em cargos públicos, listas de restrição públicas e de sanções financeiras, obrigatoriedades, autuações ambientais, trabalho escravo, trabalho infantil, entre outros temas.

Quando há identificação de situações de risco de integridade, os casos podem ser enviados para avaliação do Comitê de Ética, de acordo com os requisitos e alçadas estabelecidos na Política de Diligência de Terceiros, e as empresas verificadas podem ser bloqueadas e ter pagamentos suspensos até as devidas regularizações.

As questões pertinentes ao conflito de interesses também podem ser identificadas no processo de *due diligence* de parceiros. O tema é tratado a partir das diretrizes da Política de Conflito de Interesses, que estabelece os papéis e responsabilidades de cada órgão, inclusive as funções do Comitê de Ética. **GRI 2-15**

# Relacionamento com os *stakeholders*

GRI 2-29

## Lojistas

Nossa gestão, orientada para a inovação e para a eficiência operacional, contribuiu com o objetivo de alavancar a rentabilidade de nossos mais de 4,1 mil lojistas. Além disso, em parceria com esse público, construímos uma jornada de conhecimento, transformação digital e sustentabilidade.

Entre as principais iniciativas focadas exclusivamente no lojista estão a Universidade de Lojista (UAI Lojista) e o Hub do Lojista. Essas ferramentas favorecem a democratização do acesso ao conhecimento gratuitamente e fortalecem a comunicação entre o shopping e os lojistas. Em 2022, a UAI Lojista chegou a 24 shoppings, com a oferta de cursos de capacitação e aperfeiçoamento de forma 100% digital.

## Gamificação

Pela primeira vez, a UAI Lojista disponibilizou um processo de aprendizagem com conteúdos gamificados, com o intuito de proporcionar uma experiência mais dinâmica e fluida. Entre os cursos ofertados estão: Tendências do Mercado, Técnicas de Vendas e Negociação, Marketing Digital e Novas Plataformas, Experiência do Cliente, Visual Merchandising, Gestão de Pessoas e Comunicação, Data Driven para Vendas, entre outros. Os lojistas com os melhores resultados no *game* receberam uma premiação.

## Hub do Lojista

Pelo aplicativo Hub do Lojista, as marcas do shopping da rede podem acessar informações do público como perfil, frequência, tempo de permanência, motivações e interesses, permitindo a

construção de estratégias direcionadas para maior conversão em vendas. Além disso, a ferramenta possibilita a comunicação em tempo real com o shopping e permite que os lojistas criem conteúdos de forma segmentada.

## Evento de varejo

Para os nossos lojistas, realizamos diversos eventos de capacitação que discutem tendências e desafios do setor no Brasil e no mundo. Entre as principais iniciativas de 2022 está o Pós-NRF (National Retail Federation), que promoveu *road shows* exclusivos para os lojistas. (Ver mais na página 29).



Mais de 1.800 lojas participaram de ações da UAI Lojista em 2022

## Cadeia de Fornecedores

Em nossa base de fornecedores, contamos com 3.126 empresas cadastradas em 2022. No total, a companhia pagou a fornecedores o montante de R\$ 864,7 milhões. Com cada um desses parceiros de negócio temos o compromisso de estabelecer uma relação transparente e sustentável, em linha com nossos valores e diretrizes.

Nosso Código de Conduta Ética e o arcabouço de políticas se estendem a cadeia de fornecedores, contemplando avaliações de integridade dos fornecedores (*ver mais na página 76*), evitando a contratação de empresas com conhecido envolvimento em prática ilegal, como trabalho forçado ou análogo à escravidão, exploração de mão de obra infantil, entre outros pontos que violam os direitos humanos e legislações vigentes.

### Proporção de gastos com fornecedores locais GRI 204-1

Unidade operacional*	Valor total do orçamento para fornecedores (R\$)	Valor total do gasto com fornecedores locais (R\$)	Percentual do orçamento gasto com fornecedores locais (%)
Estacionamento DF	806.529,635	252.964,905	31,3646
Estacionamento RJ	7.348.785,074	2.976.624,083	40,505
EC	60883833,13	3.167.1201,94	52,0191
Estacionamento SP	3.530.183,8	2.911.833,28	82,4839
BAN	44.114.683,29	37.071.047,64	84,0334
Estacionamento RO	957.526,85	308.750,4	32,2446
Estacionamento CE	2.510.142,83	755.004,08	30,0781
Estacionamento RN	861.474,79	43.458,82	5,0447
Estacionamento MT	805.286,94	218.705,75	27,1587
BLD	3.2719.214,56	23.068.367,03	70,504
BPS	43.021.206,72	29.589.869,62	68,7797
CNB	59.705.352,39	26.627.157,04	44,5976
GOL	28.110.969,42	23.052.433,1	82,0051
Ita	70.055.783,05	58.147.440,81	83,0016
MAD	32.842.375,29	23.860.203,81	72,6507
Natal Shopping	35.625.591,41	12.574.042,34	35,295
NSF	33.964.948,79	20.877.610,05	61,4681
NSJ	32.269.330,03	16.179.879,63	50,1401
NSM	19.408.710,53	11.355.545,51	58,5075
PVS	41.569.809,87	13.904.059,01	33,4475
RDB	40.357.148,43	26.967.437,46	66,822
RDL	12.940.270,9	10.241.164,03	79,1418
SNA	109.438.833,7	84.003.626,24	76,7585
SNI	55.670.646,65	38.164.865,57	68,5547
SPP	74.954.401,75	51.926.983,66	69,2781
VSS	17.220.781,54	9.118.260,848	52,9492
DWT	3.041.229,498	2.823.894,218	92,8537

Definição de local: considera-se local a compra ou contratação realizada dentro do mesmo estado da operação. No campo Orçamento, está contemplado todo o gasto realizado pela operação, incluindo custos com entidades da Ancar Ivanhoe.

\*Unidades Operacionais importantes: todas as operações e escritórios da companhia que estão dentro do Centro de Serviços Compartilhados.

## Investidores

Estamos em constante evolução no que diz respeito ao relacionamento transparente com nossos investidores. Atualmente, a companhia tem como principais investidores estratégicos a Ivanhoé Cambridge e a Família Carvalho, fundadora da Ancar, além de outros investidores institucionais, fundos de investimento e famílias.

Em 2022, intensificamos nossas comunicações junto aos investidores, disponibilizando dados relevantes em formato de relatórios, indicadores e KPIs (Key Performance Indicator), de forma personalizada para cada perfil de investidor.

Buscamos ainda informar com qualidade nossos acionistas em relação à nossa gestão de riscos e sobre os esforços empreendidos nos temas ESG, de forma a contribuir para uma visão integral da gestão, impactando na tomada de decisões em relação aos nossos impactos e crescimento.

Os *reports* aos investidores são conduzidos pela área de Relações com Investidores, a partir de reuniões mensais com os acionistas principais e trimestrais com os investidores institucionais.

## Clientes

Investimos em projetos que tragam a melhor experiência para o cliente, seja em sua jornada de compras ou de lazer e entretenimento. Para isso, investimos em uma cultura de dados, com a intenção de entender cada vez mais o perfil e as demandas de nossos clientes.

A transformação digital é um pilar estratégico para personalizar a experiência dos consumidores de ponta a ponta, de forma fluida entre o on-line e off-line. Lançamos um novo app dos shoppings da rede e a assistente virtual “Ana”, que juntos propiciam o mapeamento automatizado do comportamento dos consumidores e permitem o desenvolvimento de produtos e serviços customizados, com uma série de facilidades para o cliente (*ver mais na página 29*).

Implementamos ainda mecanismos de pesquisa e participação efetiva dos clientes em nossas iniciativas, impactando na qualidade de vida e no engajamento em ações socioambientais. Além disso, reafirmamos constantemente o respeito e concretizamos ações de acessibilidade e inclusão de nossos clientes.



### Nossos canais de comunicação

- Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC)
- Ouvidoria
- Fale Conosco
- Redes Sociais
- Site da Ancar Ivanhoe
- E-mail e pesquisas de mercado
- Central de Atendimento ao Lojista (CAL)
- Canal de Transparência
- Aplicativo
- Assistente Virtual

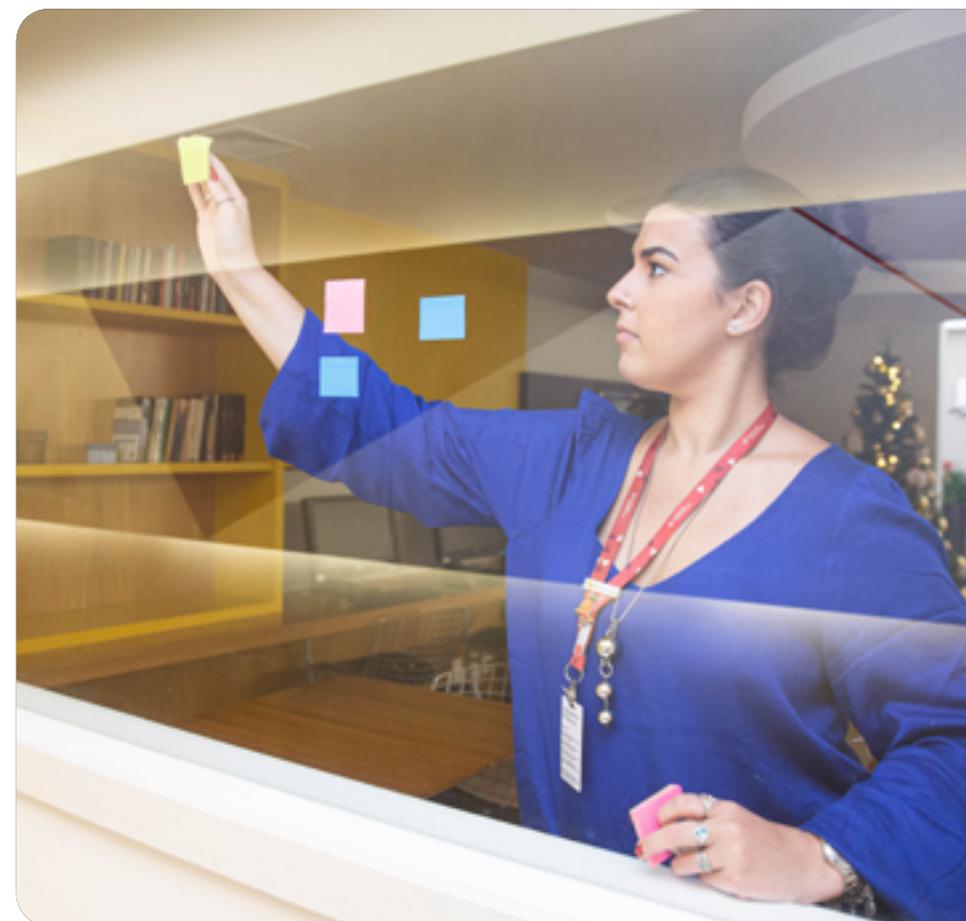
# Participação em associações

GRI 2-28

*Integramos associações, comissões e conselhos para contribuir com o desenvolvimento do setor.*

Nos conectamos a fóruns da sociedade civil com o intuito de alavancar transformações sociais nas comunidades onde estamos presentes. Em 2022, participamos dos seguintes espaços:

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



# Sumário de Conteúdo da GRI

Declaração de uso

A Ancar Ivanhoe relatou com base nas Normas GRI para o período entre 01 de janeiro e dezembro de 2022.

GRI 1 usada

GRI 1: Fundamentos 2021

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
<b>CONTEÚDOS GERAIS</b>		
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-1 Detalhes da organização	6
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	Ancar Gestão de Empreendimentos Ltda.; Ancar Administradora de Shopping Center Ltda.; Ancar Ivanhoe Administradora de Shopping Centers Ltda.; SPE Ancar Newsub S.A.; Ancar IC S.A.; São Marcos Empreendimentos Imobiliários S.A.; Fundo de Investimento Imobiliário Ancar IC; SPE Mônaco Participações S.A.; Porto Velho Shopping S.A.; Ancar Administradora de Condomínio Ltda.; Ancar Consultoria em Fundos de Promoção e Marketing Ltda.; NAI Campinas Participações S.A.; Parque das Bandeiras Incorporações Imobiliárias S.A.; Ancar Parking Estacionamento Ltda.; Canbra Belo Horizonte Shopping Centers S.A.; CPPIB Botafogo Participações Ltda. SPE Fortaleza Shopping S.A.; SPE San Martin Shopping S.A.; SBBRAST Participações S.A.; NE Tech Ltda.; CB Shopping S.A.; CE Shopping S.A.; SN Shopping S.A.; Nova América Incorporações Imobiliárias S.A.; CL Empreendimentos e Participações S.A.; Ancar Nordeste Estacionamento Ltda.; BG Ancar Empreendimentos Imobiliários S.A.; SPE Andrios Empreendimentos Imobiliários S.A.; SPE Shopping Nova Iguaçu S.A.; Ancar Nordeste Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.; Ancar Rio de Janeiro Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.; Ancar São Paulo Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.; SCAI Gestora de Recursos Ltda.; Nova Ancar Shopping S.A.; Ancar Centro-Oeste Estacionamento Ltda.; Ancar Centro Oeste Intermediação de Negócios Imobiliários Ltda.; Ancar Vita Empreendimentos S.A.; Ancar House Publicidade e Propaganda Ltda.; Brita Incorporações Imobiliárias S.A.; Rocha Incorporações Imobiliárias S.A.; Ancar Tecnologia da Informação Ltda.; Ancar Ivanhoe Downtown S.A.; Ancar Ivanhoe Serviços Compartilhados Ltda.; Country Shopping S.A. Espaço Ancar Intermediação Ltda.
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	3
	2-4 Reformulações de informações	Não houve reformulação de informações.
	2-5 Verificação externa	Não houve verificação externa.
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	6
	2-7 Empregados	61
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	61
	2-9 Estrutura de governança e sua composição	73



NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	73
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	73
	2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	79
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	79
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	23
	2-15 Conflitos de interesse	79
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	75
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Em 2022, foram disponibilizados aos colaboradores, incluindo o mais alto órgão de governança, cursos sobre ESG em parceria com B3. Além disso, foi realizada uma palestra sobre o lançamento do Relatório de Sustentabilidade de 2022, além de um <i>workshop</i> sobre ESG na UAI Lojista para a alta direção dos lojistas e alta liderança do corporativo. Também ocorreram reuniões com o comitê ESG para aprofundar o conhecimento sobre o tema.
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	65
	2-19 Políticas de remuneração	67
	2-20 Processo para determinação da remuneração	67
	2-21 Proporção da remuneração total anual	As informações comparativas de remuneração são confidenciais para proteger o posicionamento estratégico de remuneração total da companhia.
	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	4
	2-23 Compromissos de política	75
	2-24 Incorporação de compromissos de política	75
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	76
2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	75	

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	Não houve casos significativos de não conformidade com leis e regulamentos durante o período de relato. Eventualmente, as apurações se referem a adequações relacionadas à acessibilidade, segurança do trabalho e vigilância sanitária. A companhia define como casos significativos de não conformidade aqueles para os quais há questionamento no que concerne o cumprimento das leis e/ou regulamentos.
	2-28 Participação em associações	83
	2-29 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	80
	2-30 Acordos de negociação coletiva	63
<b>TEMAS MATERIAIS</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	21
	3-2 Lista de temas materiais	21
<b>Apoio ao desenvolvimento social</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	47
GRI 203_ Impactos Econômicos Indiretos 2016	GRI 203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	19
<b>Atração e retenção de talentos</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	61
GRI 401 Emprego 2016	GRI 401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	62
<b>Boas práticas trabalhistas na cadeia de fornecedores</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	81
GRI 204 Práticas de compras 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	81
GRI 408 Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	79
GRI 409 Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	79

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
GRI 413 Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	48
	413-2 Operações com impactos negativos potenciais significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais	As operações não foram avaliadas com riscos de impactos negativos reais ou potenciais nas comunidades locais.
<b>Boas práticas trabalhistas nas operações</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	63
GRI 401 Emprego 2016	401-2 Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	67
	401-3 Licença-maternidade/ paternidade	67
GRI 402 Relações Trabalhistas	402-1 Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	Estabelecemos fluxos de comunicação com nossos colaboradores para informes sobre mudanças operacionais, realizados por meio de notas e recomendações que apresentam dentro do seu escopo um prazo acordado.
<b>Diversidade, igualdade e não discriminação</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	70
GRI 405 Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	70, 71
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	As informações comparativas de remuneração são confidenciais para proteger o posicionamento estratégico de remuneração total da companhia.
GRI 406 Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	70
GRI 410 Práticas de segurança	410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	70
<b>Emissões atmosféricas e mudanças climáticas</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	41
GRI 305 Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	41

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
GRI 305 Emissões 2016	305-2 - Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	41
	305-3- Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	41
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	41
<b>Estrutura de governança de conformidade e integridade</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	72
GRI 206 Concorrência desleal 2016	206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	79
<b>Estrutura e boas práticas de gestão de riscos</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	79
GRI 205 Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	75, 79
<b>Ética e combate à corrupção</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	75
GRI 205 Combate à corrupção 2016	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	75, 78
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	75
<b>Gestão do uso de água</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	33
GRI 303 Água e efluentes 2018	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	33
	303-2 Gestão dos impactos relacionados ao descarte de água	33
	303-3 Captação de água	33



NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
GRI 303 Água e efluentes 2018	303-5 Consumo de água	33
<b>Gestão do uso de energia</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	35
GRI 302 Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	35
	302-3 Intensidade energética	35
GRI 302 Energia 2016	302-4 Redução do consumo de energia	35
<b>Impacto nas comunidades</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	48
<b>Resíduos</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	37
GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	39
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	37
	306-3 Resíduos gerados	37
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	37, 39, 40
	306-5 Resíduos destinados a disposição final	38
<b>Saúde e segurança do trabalho</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	68
GRI 403 Saúde e segurança do trabalho 2018	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	68
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	68
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	68



NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
GRI 403 Saúde e segurança do trabalho 2018	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referente a saúde e segurança do trabalho	68
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança ocupacional	69
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	69
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos na saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócio	69
GRI 403 Saúde e segurança do trabalho 2018	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	68
	403-9 Acidentes de trabalho	69
	403-10 Doenças profissionais	69
<b>Treinamento e educação</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	64
GRI 404 Capacitação e educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	64
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e assistência para transição de carreira	65
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	65, 66



## Créditos

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

Felipe Gadelha

### Gerente de ESG:

Alexandre Santos

### Grupo de Trabalho - Relatório de Sustentabilidade:

Bia Fernandes, Bruno Barbosa, Caroline Pereira, Evelyn Pinheiro, Francisco Paulo, Ingrid Carvalho, Isabela Barbosa, Jéssica Campos, João Magalhães, Josiane Leite, Kassia Lima, Léia Cardoso, Marcelo Mourão, Marieta Keller, Matheus Rocha, Maycon Guerra, Paula Quintella, Paulo Abijaude, Vanessa Dal Bello, Vinicius Rezende.

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

*grupo report*

### Revisão

Kátia Shimabukuro

### Fotos

Acervo da Ancar Ivanhoe  
Adobe Stock

### Informações corporativas GRI 102-3 / 102-53

#### Sede Ancar Ivanhoe

Avenida das Américas, 7777

Shopping Rio Design Barra - Barra da Tijuca

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

#### Contato

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

Telefone: +55 21 3525-5413

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

