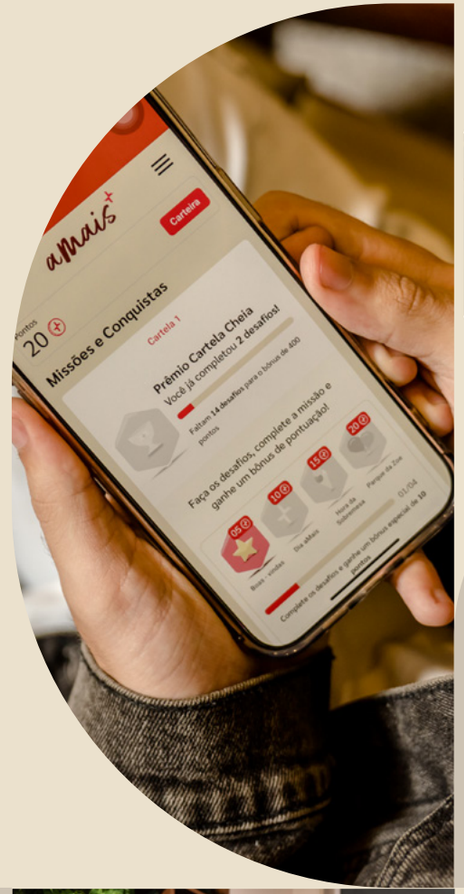
ancar

Relatório de Sustentabilidade 2025



Sumário

01 Destaques 2025

Destaques e Iniciativas de 2025
Reconhecimentos e Prêmios

02 A Ancar

Nosso Perfil
Presença de Mercado
Nossa História
Propósito, Missão e Valores
Horizonte ESG Ancar 2030
Modelo de Negócios

03 Geração de Valor

Capital Intelectual
Capital Financeiro
Capital Humano
Capital Manufaturado
Capital Social
Capital Natural

04 Mapa dos Capitais

05 Mapa dos ODS

06 Sumário de Conteúdo GRI

07 Sumário de Conteúdo SASB

08 Relatório de Asseguração

Apresentação

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

Promover transformações por meio de experiências inspiradoras é o propósito que nos orienta desde a fundação da Ancar. Ao longo de nossa trajetória, construímos uma atuação pioneira no setor de *shopping centers* no Brasil, mantendo-nos atentos às transformações da sociedade, do varejo e das cidades. Atualmente, nosso portfólio conta com 23 ativos, dos quais somos proprietários de 18, além da gestão de outros cinco shoppings pertencentes a terceiros — presença que reforça nossa relevância e responsabilidade no desenvolvimento dos territórios onde atuamos.

Apresentamos o Relatório de Sustentabilidade Ancar 2025, que expressa nosso papel como agentes de transformação ao integrar a sustentabilidade ao modelo de negócios e consolidar o desenvolvimento sustentável como pilar estratégico da companhia.

Neste período, avançamos em nossa Jornada ESG, impulsionando iniciativas que fortalecem as dimensões ambiental, social e de governança, em consonância com os compromissos e metas do Horizonte ESG Ancar 2030, alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU e à agenda do Pacto Global.

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

Neste documento, compartilhamos, de forma clara e objetiva, nossos resultados, desafios e perspectivas, reafirmando a dedicação em transformar a experiência dos *shopping centers* e contribuir para o desenvolvimento social e econômico das comunidades onde estamos presentes.

Desejamos uma excelente leitura!

Sobre o Relatório

Este 5º Relatório de Sustentabilidade reflete a forma como incorporamos a sustentabilidade às nossas decisões estratégicas, à gestão dos negócios e à cultura das pessoas que fazem parte da companhia.

Elaborado em conformidade com as Normas da Global Reporting Initiative (GRI), referência internacional para a divulgação de informações econômicas, sociais, ambientais e de governança, o documento incorpora referências das metodologias internacionalmente reconhecidas como o *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB), por meio da divulgação de indicadores selecionados, e os princípios do Relato Integrado (<IR>), adotados como base para a organização e apresentação das informações a partir dos diferentes capitais que sustentam a geração de valor da companhia.

A publicação apresenta informações referentes ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025 e abrange todas as unidades de negócio da Ancar, incluindo shoppings próprios, shoppings de terceiros sob nossa gestão e a atividade de gestão de fundos de investimento.

O conteúdo está estruturado a partir dos temas materiais da companhia, que representam os impactos mais relevantes das nossas atividades e orientam a nossa estratégia de sustentabilidade. Ao longo da publicação, compartilhamos iniciativas, práticas e resultados que demonstram como a sustentabilidade se materializa no dia a dia da operação, nos empreendimentos e nas relações que construímos com colaboradores, lojistas, consumidores, investidores, parceiros e comunidades.

A elaboração deste relatório é anual e seguiu um processo coletivo, com a participação ativa das áreas internas, reforçando o engajamento das equipes com a agenda ESG. O conteúdo foi analisado pelo Comitê de Relato de Sustentabilidade, revisado pelo Comitê Executivo e aprovado pelo Comitê ESG, instância que exerce papel central na governança da sustentabilidade.

Em 2025, avançamos de forma consistente no fortalecimento da credibilidade das informações divulgadas, com a realização do segundo ano consecutivo de verificação externa independente do relatório. Esse passo reforça nosso compromisso com a transparência, a confiabilidade dos dados e a evolução contínua da nossa agenda ESG, contribuindo para relações cada vez mais sólidas e baseadas na confiança.

O Relatório de Sustentabilidade da Ancar está disponível em versão digital (PDF), nos idiomas português e inglês, em nosso Portal de Investidores.

Mantemos um canal permanente de diálogo com nossos públicos de interesse e estamos à disposição para receber dúvidas, sugestões ou comentários pelo **e-mail: esg@ancar.com.br.**

Materialidade

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

Na Ancar, conduzimos nossa atuação a partir dos temas materiais que refletem, de forma consistente, os impactos mais relevantes do nosso negócio e as expectativas dos nossos diferentes públicos de relacionamento. A materialidade constitui um dos principais instrumentos de integração da sustentabilidade à estratégia corporativa, orientando decisões, investimentos e prioridades de gestão, além de fortalecer a cultura organizacional voltada à criação de valor no longo prazo.

A materialidade vigente foi revisada ao final do ano de 2023 e permanece válida para o ciclo de 2025[1], uma vez que não foram identificadas mudanças relevantes no modelo de negócios, no ambiente regulatório ou no perfil operacional da companhia que justificassem a atualização do processo. Dessa forma, mantemos os mesmos temas materiais e diretrizes, assegurando consistência, comparabilidade e continuidade na gestão e no relato das informações de sustentabilidade.

A construção desse processo considerou a metodologia de dupla materialidade, permitindo analisar simultaneamente os impactos socioambientais gerados pela organização e os financeiros associados aos temas relevantes para a companhia e seus *stakeholders*.

A etapa de escuta contou com a participação de públicos diversos, incluindo lideranças internas, empreendedores, investidores, gestores de fundos, analistas, instituições financeiras, colaboradores, consumidores, lojistas, fornecedores, comunidades, organizações parceiras, entidades do terceiro setor, associações setoriais e especialistas. A consulta ocorreu por meio de pesquisas on-line, entrevistas e reuniões de trabalho, garantindo uma abordagem ampla, qualificada e representativa.

O processo foi estruturado em quatro etapas principais

01

Definição

Estabelecimento do propósito, escopo e ferramentas metodológicas da análise.

02

Identificação

Mapeamento de *stakeholders* e refinamento da lista de temas potencialmente relevantes, considerando critérios de dependência, influência e relacionamento.

03

Priorização

Realização das consultas para avaliar impactos socioambientais, financeiros e a percepção dos *stakeholders*, incluindo executivos, especialistas e provedores de capital.

04

Análise

Consolidação dos resultados, elaboração da matriz de materialidade e formulação de recomendações estratégicas, posteriormente validadas pela alta liderança e pelo Comitê ESG.

1. Reconhecemos as rápidas transformações no setor de *shopping centers* associadas à digitalização e ao avanço de soluções baseadas em inteligência artificial (IA). Diante desse cenário, passamos a considerar o tema de forma transversal em nossos processos de gestão e nas discussões estratégicas, acompanhando potenciais impactos e oportunidades até uma futura revisão formal da materialidade.

Os temas identificados como mais relevantes permanecem organizados em cinco eixos estratégicos

01

Ética e Integridade
Promoção de elevados padrões de governança, transparência e conformidade.

02

Gestão de Pessoas
Valorização do desenvolvimento humano, do bem-estar e da diversidade.

03

Experiência dos Consumidores e Relacionamento com Lojistas
Aprimoramento da jornada do cliente e fortalecimento de parcerias comerciais.

04

Desenvolvimento Local
Geração de impacto positivo nas comunidades do entorno.

05

Gestão Ambiental
Adoção de práticas sustentáveis para redução da pegada ambiental.

Nesse contexto, permanecem como temas materiais da Ancar:

- Diversidade, inclusão e equidade
- Gestão de resíduos e rejeitos
- Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores
- Transparência e relacionamento com consumidores e lojistas
- Mudanças climáticas
- Saúde, bem-estar e segurança
- Qualidade e segurança do serviço
- Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local
- Ética, integridade e *compliance*
- Eficiência energética
- Gestão de água e efluentes

Mensagem do CEO

GRI 2-22

É com grande orgulho que apresentamos o nosso Relatório de Sustentabilidade 2025, um documento que reflete a maturidade da nossa estratégia e o nosso compromisso em gerar valor compartilhado para investidores, lojistas, consumidores e comunidades.

2025 foi um ano importante para a Ancar. Consolidamos um modelo de negócios que transcende o varejo tradicional, posicionando-nos como uma plataforma de experiências integradas, orientada por inteligência de dados e focada na inovação contínua. A evolução do nosso posicionamento institucional culminou no rebranding e no lançamento da nova marca Ancar, em janeiro de 2026, um movimento que simboliza uma transformação cultural e operacional que já vínhamos pavimentando ao longo dos últimos anos.

Essa evolução é sustentada pela estruturação do Ecossistema Ancar, que integra experiência, tecnologia, gestão de excelência, desenvolvimento e impacto socioambiental. Nossos ativos deixaram de ser apenas centros comerciais para se consolidarem definitivamente como o “terceiro lugar” na vida das pessoas, convertendo-se em espaços indispensáveis de convivência, lazer e serviços, conectados à rotina e às necessidades das cidades onde operamos.

Nosso crescimento sustentável e de longo prazo materializou-se em movimentos de grande relevância de mercado em 2025, a começar pela incorporação do Midway Mall. A chegada de um dos ativos mais robustos e de maior protagonismo do Nordeste reforça nossa confiança na força regional do varejo e amplia significativamente nossa capacidade de geração de receita e valor. Na mesma direção, a expansão do portfólio de gestão com a chegada do Shopping Jardim Sul em São Paulo consolidou nossa presença em praças de alta competitividade e relevância estratégica.

Evandro Ferrer
CEO Ancar

Aliado à expansão física, aceleramos nossa transformação digital com foco em eficiência e governança. Elevamos o uso de dados e Inteligência Artificial a um patamar altamente estratégico, otimizando processos preditivos e refinando a jornada do cliente. Um dos marcos desse avanço foi o lançamento do aMais, nosso programa de benefícios, que trouxe ao setor de shopping centers uma abordagem gamificada inédita, fortalecendo o relacionamento, a recorrência e a fidelização da nossa base de consumidores. Ao mesmo tempo, continuamos investindo no desenvolvimento dos nossos times e lojistas, ampliando capacidades e fortalecendo uma cultura orientada à inovação.

Na agenda ESG, demonstramos na prática que a sustentabilidade é indissociável da nossa eficiência operacional e financeira. Em 2025, superamos nossas metas de reciclagem de forma antecipada, além de expandirmos os sistemas de compostagem e reuso de água em nossos empreendimentos. No pilar social, fortalecemos o Programa Horizontes, impulsionando a empregabilidade e a formação de jovens, ao mesmo tempo em que avançamos de forma estruturada na agenda de diversidade, ampliando a representatividade de lideranças femininas.

Nenhum desses marcos seria possível sem o capital humano que move a Ancar todos os dias. A resiliência, o alinhamento cultural e a busca incessante por resultados de nossos times foram fundamentais para transformar desafios em grandes conquistas. Manter nossa presença há 18 anos no ranking das Melhores Empresas para Trabalhar e conquistar o primeiro lugar no GPTW Varejo 2026, na categoria Grandes Empresas, refletem o trabalho construído ao longo do último ano e o compromisso contínuo com as nossas pessoas e com o fortalecimento da nossa cultura.

Olhamos para o futuro com a responsabilidade de uma companhia marcada pelo pioneirismo, combinando ambição estratégica com precisão na execução. Estamos prontos para continuar antecipando as tendências do varejo, conectando negócios e gerando impacto positivo, perene e sustentável para todo o nosso ecossistema.

Boa leitura!

Nossos ativos deixaram de ser apenas centros comerciais para se consolidar definitivamente como o “terceiro lugar” na vida das pessoas.

Destaques 2025

Destaques e Iniciativas de 2025

Reconhecimentos e Prêmios

Destaques e Iniciativas de 2025

Midway: Expansão Estratégica

Ampliamos nosso portfólio de ativos ao concluir as negociações para integrar o Midway Mall, em Natal (RN), reforçando nossa estratégia de crescimento e expansão da presença nacional. Inaugurado em 2005, o empreendimento se consolidou como um dos principais centros de varejo da região, reunindo um mix diversificado de lojas, serviços e opções de alimentação, com forte relevância local.

Com essa operação, avançamos na ampliação da nossa carteira de ativos, priorizando empreendimentos com solidez operacional, potencial de geração de valor e alinhamento à nossa visão de longo prazo. A incorporação do Midway Mall também fortalece nossa atuação em mercados estratégicos e amplia nossa plataforma nacional de gestão e investimentos.

Conforme destaca Marcos Carvalho, copresidente da Ancar, fazer parte do Midway Mall é motivo de grande satisfação. Nossos mais de 50 anos de experiência na indústria nos proporcionaram a maturidade necessária para explorar o potencial de cada ativo, respeitando seus diferentes estágios de maturação, suas relevâncias locais e regionais e o perfil do público.

Lançamento do Junga Park

Avançamos na integração entre inovação, experiência do consumidor e sustentabilidade com a consolidação da Anima Ancar e o lançamento do Junga Park, parque temático infantil concebido para estimular a convivência familiar, interação com a natureza e uso qualificado dos espaços dos *shopping centers*. Implantado inicialmente no Shopping Nova Iguaçu (RJ) e no Porto Velho Shopping (RO), o projeto contou com investimento total de aproximadamente R$ 28,5 milhões, entre 2024 e 2025, e ampliou a oferta de lazer, além de gerar valor para lojistas e parceiros ao ampliar o fluxo, as vendas e engajamento do público nos empreendimentos. Mais informações na página 62.

Compromisso Sustentável

2ª Semana ESG Ancar

Reforçamos nosso compromisso com a sustentabilidade ao realizar a 2ª Semana ESG da Ancar em 2025, promovendo uma série de painéis dedicados a temas de responsabilidade socioambiental, governança, riscos e diversidade e inclusão. O evento foi realizado em formato on-line e gratuito, com transmissão pelo canal da Ancar no YouTube, reunindo especialistas internos e externos dos setores do varejo, da moda, seguros e auditorias para discutir como a agenda ESG influencia o futuro dos *shopping centers*.

A programação contou com a participação de profissionais do mercado e representantes de empresas e instituições como Riachuelo, Fundação Hermann Hering, AON, WayCarbon, KPMG e Instituto Reação junto com convidados internos da Ancar, promovendo um espaço qualificado de diálogo e troca de experiências.

Entre os principais temas abordados estiveram a integração entre moda e sustentabilidade, no debate “Costurando o futuro: a agenda ESG na indústria da moda”; a promoção

Destaques e Iniciativas de 2025

de Diversidade, Equidade e Inclusão, com destaque para o papel do jurídico como parceiro estratégico; a relação entre auditoria e ESG como vetor de transparência e confiança na gestão do negócio; os desafios e soluções relacionados ao impacto climático em empreendimentos de *shopping centers*; e o fortalecimento da responsabilidade social por meio do uso de incentivos fiscais para ampliação do impacto positivo.

Com a iniciativa, ampliamos o debate sobre sustentabilidade no setor, conectando práticas ambientais, sociais e de governança às operações de varejo e moda, além de engajar lojistas e parceiros em ações de impacto socioambiental. A iniciativa também reforçou o Horizonte ESG 2030 da Ancar, que estabelece metas relacionadas à redução de emissões, ao reuso de água e à ampliação do uso de energia renovável.

Pesquisa Comportamento do Consumidor e ESG

Ampliamos a geração de conhecimento estratégico sobre o tema ao lançar a pesquisa *Consumidores de Shopping sobre ESG*, desenvolvida para aprofundar a compreensão sobre como os consumidores percebem e incorporam aspectos ambientais, sociais e de governança em suas decisões de consumo. O estudo combinou etapas quantitativa e qualitativa, incluindo mais de 600 entrevistas com consumidores de *shopping centers* em diferentes regiões do país, além de 30 entrevistas em profundidade para compreender motivações, percepções e barreiras relacionadas ao consumo responsável. Os resultados trouxeram subsídios relevantes para os times de marketing, ao identificar perfis de consumidores e oportunidades para desenvolver experiências, ações e soluções comerciais alinhadas às expectativas do público em relação ao tema, contribuindo para orientar estratégias de comunicação e engajamento com novas gerações de renda associadas à agenda ESG.

4º Inventário de GEE da Ancar

Em 2025, avançamos em nossa jornada climática, com a realização do 4º Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) e fortalecendo a governança ambiental da Ancar. Esse é o primeiro ano de acreditação externa do inventário GEE, o que representa um passo relevante para ampliar a confiabilidade, a transparência e a robustez das informações climáticas divulgadas.

Embaixadores ESG da Ancar

Fortalecemos a disseminação interna da agenda ESG por meio de iniciativas voltadas ao desenvolvimento e engajamento das equipes. Entre os avanços do ano, formamos a primeira turma de embaixadores ESG da Ancar, iniciativa estruturada a partir do programa Multiplicadores do Conhecimento em parceria com o time de Educação Corporativa e voltada à ampliação da disseminação de conteúdos e boas práticas de sustentabilidade entre as áreas da companhia.

Também realizamos um treinamento específico para gerentes de marketing, com foco na sensibilização de líderes e porta-vozes da companhia sobre os principais aspectos da agenda ESG. A iniciativa buscou fortalecer a capacidade desses profissionais de representar a Ancar de forma consistente em interações internas e externas, ampliando o alinhamento institucional sobre o tema.

Destaques e Iniciativas de 2025

Esses movimentos refletem o engajamento crescente das equipes e a consolidação de uma cultura organizacional cada vez mais conectada à sustentabilidade, evidenciada também pelo aumento do número de shoppings com comitês dedicados ao acompanhamento das metas da Agenda ESG e à incorporação do tema na gestão cotidiana dos empreendimentos.

Participação na COP 30

Como parte da evolução da nossa agenda climática, passamos a integrar de forma mais ativa espaços internacionais de diálogo, com destaque para nossa participação na trigésima Conferência das Partes (COP 30).

Nesse contexto, fortalecemos nossa atuação setorial por meio da participação na criação do Grupo de Trabalho de ESG da Abrace, iniciativa que evoluiu para a elaboração de um manifesto climático do setor de *shopping centers*, posteriormente apresentado na COP 30.

Nossa primeira participação na COP 30 representou um marco institucional relevante, evidenciando o engajamento da companhia como stakeholder do setor e ampliando a visibilidade das soluções implementadas em nossos empreendimentos.

Durante o evento, apresentamos no Pavilhão de Cidade Resiliente o Projeto Ibiacy, iniciativa de economia circular implementada no Pantanal Shopping que integra gestão de resíduos, compostagem e educação ambiental para escolas e instituições do entorno.

Ao longo do ano de 2025, fomos reconhecidos por nossa relevância no setor de *shopping centers*, por nossas iniciativas inovadoras, sustentáveis e de impacto social. Os reconhecimentos e prêmios conquistados demonstram o comprometimento com a excelência e a criação de valor para os *stakeholders*.

Participação no ESG Summit Brasília 2025

Reforçamos nosso papel como agente de transformação ao participar como um dos destaques do ESG Summit Brasília, realizado em 2025, no Auditório do Unieuro. O evento reuniu especialistas e organizações comprometidas com práticas ambientais, sociais e de governança, promovendo diálogo, troca de experiências e disseminação de soluções sustentáveis para o setor empresarial.

Nossa contribuição ocorreu por meio da participação institucional do Gerente de ESG, Alexandre Santos, que apresentou uma visão estratégica sobre a integração do ESG aos negócios, destacando a geração simultânea de valor econômico, inovação e impacto positivo nas comunidades.

O encontro também gerou impacto social direto, com entrada solidária mediante doação de alimentos ao Instituto Umanizzare, além de espaço dedicado a empreendedores e produtores locais, incentivando o consumo consciente e a economia regional. Realizado com certificação Carbono Zero e Lixo Zero, o Summit consolidou o Shopping Conjunto Nacional como referência em sustentabilidade e responsabilidade social.

Reconhecimentos e Prêmios

Projeto Ibiacy Pan

O Projeto Ibiacy PAN, desenvolvido no Pantanal Shopping, consolida-se como uma iniciativa de impacto socioambiental voltada à educação ambiental, segurança alimentar e economia circular, por meio da implantação de hortas orgânicas em instituições de ensino e do reaproveitamento de resíduos orgânicos gerados em nossas operações.

Com atuação estruturada e abordagem pedagógica prática, o projeto já alcançou mais de 4 mil pessoas, estimulando o protagonismo de crianças, jovens e comunidades na adoção de hábitos sustentáveis, além de contribuir para a redução de resíduos destinados a aterros e para a mitigação de emissões de gases de efeito estufa.

O reconhecimento dessas práticas se reflete em premiações relevantes. Em 2025, o projeto foi contemplado com o Prêmio Abrasce 2024, uma das principais distinções do setor de *shopping centers* no Brasil, além de reconhecimento no Prêmios Clio Awards (CLICC), que reforça seu caráter inovador e potencial de transformação socioambiental. Também recebeu o Prêmio Melhores do Ano ABRAFAC, na categoria de responsabilidade social, que valoriza as melhores práticas em gestão de facilities e sustentabilidade no país.

Adicionalmente, o projeto ampliou sua visibilidade por meio da sua apresentação na COP 30 e da participação na rádio local “Rádio Cuiabana”, fortalecendo a agenda ESG e a disseminação de iniciativas sustentáveis.

+ de 5 mil visitas de alunos
às ações educativas

Produção superior a 1.200 hortaliças
por meio de cultivo orgânico

Promoção prática de educação ambiental
e fortalecimento do desenvolvimento sustentável local

Nota: Os números reportados acima refletem os dados consolidados até dezembro de 2025.

Reconhecimentos e Prêmios

Premiação ABRASCE – Calculadora Digital

No Norte Shopping Fortaleza, desenvolvemos de forma colaborativa a **Calculadora Digital de CRD**, uma solução criada a partir de ferramentas já disponíveis que permite aos executivos comerciais estimar, em tempo real, o valor do condomínio durante negociações com lojistas.

A iniciativa construída com uso exclusivo de recursos internos — equipe própria e a plataforma já disponíveis na organização — nasceu da necessidade de otimizar o cálculo do Coeficiente de Rateio de Despesas (CRD), anteriormente realizado de forma manual, complexa e sujeita a erros, considerando múltiplas variáveis operacionais como área, horário de funcionamento e atividade.

Os resultados demonstraram ganhos operacionais relevantes, com redução do tempo de cálculo de até 48 horas para menos de 1 minuto, com simulação em tempo real, permitindo maior autonomia do time comercial, otimização de recursos humanos, confiabilidade nas informações e facilitação as negociações e fechamento de contratos com lojistas.

O projeto foi reconhecido nacionalmente com prêmio Bronze na categoria “tecnologia aplicada à operação” na premiação da ABRASCE, e passou a ser replicado em outros shoppings da regional e da rede Ancar, evidenciando nossa capacidade de inovar, disseminar conhecimento e utilizar a tecnologia como alavanca estratégica do negócio.

Reconhecimento GPTW

Seguimos reforçando nossa posição entre as melhores empresas para trabalhar no Brasil em 2025, segundo o *ranking* do *Great Place to Work* (GPTW), que reconhece organizações com ambientes de confiança, liderança consistente, inovação, diversidade, engajamento e cuidado com a saúde emocional dos colaboradores.

O reconhecimento externo desse compromisso foi novamente evidenciado quando a Companhia foi classificada como a 48ª Melhor Empresa para Trabalhar no Brasil, avançando três posições em relação ao ano anterior, além de conquistar o 1º lugar na região Centro-Oeste. No âmbito regional, também se destacou ao alcançar a 6ª posição entre as melhores empresas para trabalhar no estado do Rio de Janeiro e a 6ª colocação no Ceará. A premiação, que contou com a participação de mais de 5 mil empresas, reforça a relação direta entre uma cultura organizacional positiva, o desempenho organizacional, a capacidade de inovação e a geração de valor sustentável ao longo do tempo.

Esse resultado reflete a solidez do valor “gente que gosta de gente”, que orienta nossa cultura e fortalece práticas de desenvolvimento humano, inclusão e bem-estar. Também evidencia o alinhamento das nossas ações ao Horizonte ESG 2030, especialmente no pilar social, ao promover relações de trabalho mais saudáveis, inovadoras e sustentáveis para colaboradores, comunidades e para o setor de *shopping centers*.

Reconhecimentos e Prêmios

Reconhecimento em Inovação pela Mit Technology Review Brasil

Tivemos nossa cultura de inovação reconhecida nacionalmente ao sermos incluídos pela **MIT Technology Review Brasil** entre as 20 empresas mais inovadoras do país no *ranking Innovative Workplaces*. O anúncio ocorreu durante o **EmTech 2025**, principal conferência global de tecnologias emergentes do MIT realizada, pela primeira vez, no Brasil, reunindo organizações de diferentes setores da economia nacional em um levantamento que contou com mais de 1.500 empresas inscritas.

O reconhecimento é resultado de uma avaliação estruturada em dois pilares — Capacidade de Inovação e Capacidade de Execução — que consideram aspectos como maturidade em ESG, capacidade de experimentação e exploração, além da inovação em processos.

Esse reconhecimento reforça o papel da inovação como um eixo estratégico da companhia, seja na aplicação de Inteligência Artificial, o avanço da agenda ESG e o desenvolvimento de soluções capazes de integrar desempenho de negócios e geração de impacto social positivo. Mais do que um marco reputacional, a conquista evidencia a consistência da nossa cultura de transformação e a capacidade de adaptação do modelo de *shopping center* às novas demandas do mercado.

Adicionalmente, os cases das empresas reconhecidas foram publicados em edição especial da MIT Technology Review dedicada ao *Innovative Workplaces* 2025, ampliando a visibilidade das iniciativas desenvolvidas pela companhia.

Premiação ANITEC

Tivemos nosso trabalho em educação corporativa reconhecido nacionalmente pela ANITEC (Associação Nacional de Inovação, Trabalho e Educação Corporativa) em 2025, conquistando dois troféus no prêmio Melhores Práticas de Educação Corporativa 2024 por meio da Universidade do Lojista. As premiações nas categorias Diversidade e Liderança e Cultura de Aprendizagem evidenciam a força de uma construção colaborativa que integra Recursos Humanos, áreas corporativas, superintendências e equipes locais, além de reforçar nossa convicção de que o desenvolvimento contínuo de lojistas contribui diretamente para a sustentabilidade, a inovação e a competitividade do modelo de *shopping center*.

Também atuamos como anfitriões do XXVI Encontro de Gestores de Universidades Corporativas, realizado nos dias 8 e 9 de maio, reunindo mais de 100 profissionais do setor e representantes de organizações. O encontro promoveu a troca de experiências, tendências e boas práticas em educação corporativa, com destaque para temas relacionados à saúde mental, segurança do trabalho, identificação de riscos psicossociais, inteligência artificial aplicada à aprendizagem e estratégias de engajamento em ambientes digitais.

Destaques do Shopping Conjunto Nacional

No Shopping Conjunto Nacional, nossos avanços na gestão socioambiental foram reconhecidos por importantes iniciativas externas ao longo de 2025.

A certificação do **Selo Social 2025** destacou seis iniciativas alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 10, 12 e 17, evidenciando a integração entre inclusão social, consumo responsável e fortalecimento de parcerias institucionais.

Complementarmente, conquistamos reconhecimento na **4ª edição do Prêmio Arapoti**, com prêmios nas categorias de coleta seletiva social e gestão de resíduos e efluentes, reforçando a efetividade das práticas adotadas e sua contribuição para a agenda ambiental urbana, como reflexo das iniciativas adotadas na operação para a evolução das metas de reciclagem e compostagem de resíduos do empreendimento.

Reconhecimentos e Prêmios

Prêmio ABRASCE 2025

Nos destacamos no Prêmio Abrasce 2025, uma das mais relevantes premiações do setor de *shopping centers* no país, com 23 indicações e a conquista de 7 troféus que evidenciam a consistência da nossa estratégia de inovação, impacto social e desenvolvimento de pessoas.

Esses resultados refletem a integração entre nossas áreas corporativas, equipes locais e parceiros, reforçando a sustentabilidade como elemento central da geração de valor, da inovação operacional e do relacionamento com clientes, lojistas e comunidades.

Entre os reconhecimentos recebidos, destacam-se:

Ouro

- **“UAI Lojista no *Mall*: um *hub* de inovação e crescimento para lojistas”**– Premiado na categoria Gestão de Pessoas.

Prata

- **“Corridinha Azul: inclusão e desenvolvimento de crianças autistas através do esporte” | North Shopping Maracanaú** – Reconhecimento na categoria Eventos e Promoções (até 30 mil m² de ABL).

Bronze

- **“25 anos do Botafogo Praia Shopping: há 25 anos colecionando memórias e encontros” | Botafogo Praia Shopping** – Premiação na categoria Campanhas institucionais (até 30 mil m² de ABL);
- **“Ancar por Elas: programa de liderança feminina”** – Reconhecimento em Gestão de Pessoas;
- **“Calculadora de CRD” | North Shopping Fortaleza** – Destaque em Tecnologia aplicada à operação;
- **“Projeto Monitora Campinas” | Shopping Parque das Bandeiras** – Reconhecimento em Tecnologia aplicada à operação;
- **“Drift” | Parque Shopping Bahia** – Premiação na categoria Inovação.

A Ancar

Nosso Perfil
Presença de Mercado
Nossa História
Propósito, Missão e Valores
Horizonte ESG Ancar 2030
Modelo de Negócios

Nosso Perfil

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

Somos pioneiros no segmento e, em 2025, nossa plataforma reuniu aproximadamente 875 mil de m² de Área Bruta Locável (ABL) e cerca de 4,5 mil lojas, consolidando a Ancar entre as maiores empresas do setor no Brasil. Considerando o portfólio total, entre shoppings próprios e geridos, contamos com 23 ativos, sendo 18 empreendimentos de propriedade, conforme reportado nos indicadores SASB. A taxa de ocupação dos *shopping centers* próprios alcançou 96,7%,refletindo a atratividade dos empreendimentos, a qualidade da gestão e a solidez das relações com lojistas e parceiros.

Nossa atuação é complementada por uma terceira unidade de negócio dedicada à gestão de fundos de investimento, conduzida pela SCAI Gestora, responsável por administrar aproximadamente R$ 7,5 bilhões em ativos, reforçando a relevância da companhia no mercado e a consistência do modelo de negócios.

Com sede no Rio de Janeiro (RJ), contamos com mais de 4 mil colaboradores, entre profissionais próprios e terceiros. Valorizamos as pessoas como protagonistas da estratégia e acreditamos que uma cultura organizacional baseada em ética, transparência, inovação e cuidado com o bem-estar é essencial para a perenidade do negócio. Por isso, investimos continuamente no fortalecimento de relações responsáveis com colaboradores, lojistas, consumidores, fornecedores, parceiros, investidores e comunidades.

Atuamos como uma plataforma completa de *shopping centers*, com *expertise* em operações, atendimento ao cliente, comercialização, marketing e vendas, pesquisas de mercado, gestão financeira, arquitetura e ambientação, estacionamento, tecnologia da informação e desenvolvimento de espaços de experiência. Nosso propósito se materializa na criação de ambientes que vão além das compras, promovendo encontros, lazer, gastronomia, serviços e ativações que geram valor para consumidores e lojistas e contribuem para o desenvolvimento dos territórios onde estamos presentes.

Nossa cadeia de valor envolve ampla rede de fornecedores e parceiros, incluindo prestadores de serviços de limpeza, segurança, manutenção, tecnologia, produtos e insumos, além de lojistas e parceiros estratégicos. A jusante, nos relacionamos com varejistas, consumidores finais, operadores logísticos, empresas terceirizadas e subcontratadas, bem como parceiros de marketing e publicidade. Todas essas relações são orientadas por critérios de ética, integridade, *compliance* e conformidade legal, assegurando uma atuação íntegra, justa e responsável.

Estamos atentos às transformações do varejo, às demandas da sociedade e aos desafios socioambientais. Diversificamos continuamente nosso mix de lojas e serviços e desenvolvemos espaços que promovem bem-estar, convivência e experiências significativas, reforçando o papel dos empreendimentos como centros de vida urbana. Ao integrar a sustentabilidade às decisões estratégicas e à operação cotidiana, buscamos gerar valor sustentável de longo prazo para a companhia e para todos os públicos com os quais nos relacionamos.

Destaques do Perfil da Ancar em 2025

18
plataformas

taxa de ocupação de 96,7%
nos shoppings da plataforma

23
ativos
no portfólio total (próprios e geridos)

+4 mil colaboradores
diretos e terceiros

~875 mil de m²
de Área Bruta Locável (ABL)

aproximadamente R$ 7,5 bilhões
em ativos sob gestão pela SCAI Gestora

cerca de 4,5 mil lojas

Presença de Mercado

GRI 2-2, 2-6

Ceará

604 lojas +26 milhões de visitantes

04 *shopping centers*

- North Shopping Fortaleza
- North Shopping Jóquei
- North Shopping Maracanaú
- Via Sul Shopping

Distrito Federal

312 lojas +14,9 milhões de visitantes

01 *shopping center*

- Shopping Conjunto Nacional

Mato Grosso

271 lojas +7 milhões de visitantes

01 *shopping center*

- Pantanal Shopping

Minas Gerais

259 lojas +8 milhões de visitantes

01 *shopping center*

- Minas Shopping

Rio de Janeiro

1.176 lojas +57,8 milhões de visitantes

07 *shopping centers*

- Madureira Shopping
- Rio Design Barra
- Shopping Boulevard
- Shopping Nova Iguaçu
- Shopping Nova América
- Botafogo Praia Shopping
- Downtown

Rio Grande do Norte

171 lojas +5,5 milhões de visitantes

02 *shopping centers*

- Midway Mall
- Natal Shopping

Rio Grande do Sul

394 lojas +24 milhões de visitantes

01 *shopping center*

- Iguatemi Porto Alegre

Rondônia

203 lojas +7,3 milhões de visitantes

01 *shopping center*

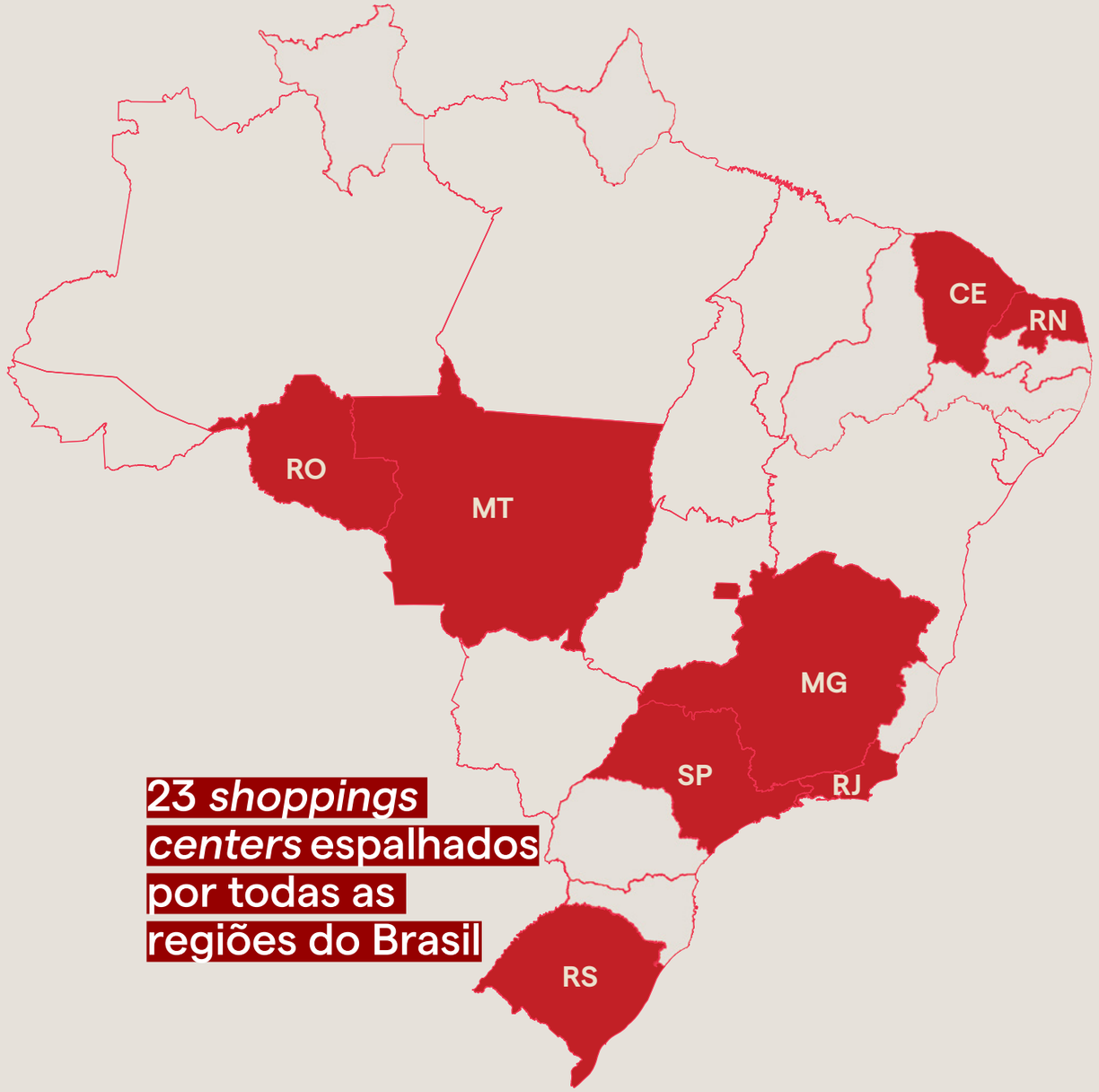
- Porto Velho Shopping

São Paulo

1.091 lojas +39 milhões de visitantes

05 *shopping centers*

- Centervale Shopping
- Golden Square Shopping
- Shopping Metrô Itaquera
- Shopping Parque das Bandeiras
- Shopping Jardim Sul



23 *shoppings centers* espalhados por todas as regiões do Brasil

Nossa História

Nossas Principais Conquistas

1972

Nossa história começou nos anos 1970, quando a família Carvalho deixou o setor financeiro para investir no nascente mercado de *shopping centers* no Brasil.

1995

Transformamos a antiga fábrica de tecidos Nova América, fechada em 1991, no primeiro outlet do Rio, preservando sua arquitetura original.

1999

A experiência varejista nos impulsionou a explorar novos modelos de negócio e nos tornar referência na gestão de ativos de terceiros, agregando valor a curto e longo prazo.

2002

Fomos os primeiros a identificar o papel do entretenimento e *lifestyle*, criando a Rua do Rio no Shopping Nova América e reforçando o mix de lazer e experiência.

2006

Aliança com a La Caisse trouxe a *expertise* da líder global Ivanhoe Cambridge (hoje, La Caisse) e uma gestão sólida, impulsionando nossa expansão.

2008

Entramos para o *ranking* das Melhores Empresas Para Trabalhar (GPTW), reflexo de uma cultura focada em conexões humanas.

2021

Materializamos nossa cultura de inovação e lançamos um novo conceito de espaços de experiências, com o Quintal do Ban e Terraço do Pan.

2025

Expandimos nossa *expertise* com a criação de uma nova unidade de negócio, inaugurando dois grandes parques de aventura, no Shopping Nova Iguaçu e Porto Velho Shopping.
A companhia passou a integrar o Midway Mall ao seu portfólio, ampliando a atuação da companhia na região Nordeste.
No período também foi lançado o programa de relacionamento aMais.

PROPÓSITO

Nosso propósito é promover transformações com experiências inspiradoras.

Somos uma plataforma de experiências. Somos agentes de transformação. Existimos para tirar a vida do automático e oferecer vivências que ampliam a visão, acrescentam, mobilizam e inspiram.

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

MISSÃO

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

VALORES

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

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

CULTURA

Pessoas motivadas transformam lugares, economias e constroem relações duradouras com lojistas, consumidores, comunidades e parceiros. Acreditamos no poder das conexões humanas para transformar vidas.

Horizonte ESG Ancar 2030

Horizonte ESG Ancar: Nosso Compromisso com o Futuro

Para nós, sustentabilidade não é uma iniciativa isolada, mas sim parte essencial da nossa estratégia de fazer negócios. Acreditamos em uma jornada conectada e transparente, compartilhando nossos avanços anualmente em nosso Relatório de Sustentabilidade.

Reforçando nosso compromisso com os mais altos padrões de mercado, orgulhamo-nos de fazer parte de iniciativas globais que validam e fortalecem nossa governança e atuação:

Pacto Global da ONU

Desde 2024, aderimos ao Pacto, consolidando nosso objetivo de alcançar os dez princípios universais nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção.

GRESB (*Global Real Estate Sustainability Benchmark*)

Reportamos anualmente nossos dados ao GRESB, um benchmark internacional que avalia sustentabilidade, governança e desempenho ESG para o setor imobiliário e de infraestrutura, permitindo que nossas práticas ESG sejam avaliadas frente ao setor global de real estate. Atualmente nosso *score* é de 67 pontos (4 estrelas), o que demonstra uma evolução consistente em sustentabilidade e governança. Isso nos ajuda a identificar pontos de melhoria e a potencializar nossas ações positivas ligadas à sustentabilidade, com base em indicadores de gestão, políticas, desempenho energético, emissões de GEE, uso de água, resíduos e certificação de sustentabilidade de edifícios.

PRI (Princípios para o Investimento Responsável)

Em 2025, aderimos ao PRI, uma estrutura da ONU que nos guia a integrar fatores ambientais, sociais e de governança em nossas decisões de investimento, contribuindo para um sistema financeiro mais sustentável.

Em 2024, consolidamos o Horizonte ESG Ancar 2030 – uma agenda robusta composta por quatro pilares e 18 grandes metas, todas alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU e à agenda do Pacto Global, que lançamos e aderimos em 2023.

Nossa agenda está dividida em 4 pilares, cada um com metas específicas. Essa estratégia foi fundamentada em diagnósticos e estudos setoriais conduzidos pela nossa Gerência de ESG e validados pelo Comitê ESG.

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

A sustentabilidade constitui um pilar estratégico que está presente em todas as nossas operações.

Compromissos Corporativos e Pilares Estratégicos

Pilar Horizonte ESG ANCAR 2030	Objetivo	Metas	ODS
CONSERVAÇÃO AMBIENTAL (Antiga CONSERVAÇÃO DO PLANETA)	Queremos assegurar que nossas operações criem o menor impacto possível sobre o meio ambiente e que contribuam positivamente para a mitigação aos efeitos das mudanças climáticas.	• Atingir a compostagem de 30% dos resíduos orgânicos gerados nas operações de nossos shoppings e sede administrativa. • Destinar para reciclagem 60% dos resíduos recicláveis, incluindo compostagem dos nossos shoppings e sede administrativa. • Impactar 100% de lojas nas boas práticas de gestão de resíduos. • Investir em inovação aberta com foco na diminuição gradativa de resíduos enviados para aterros. • Utilização de 99% de energia elétrica proveniente de fonte renovável até 2030. • Reduzir o consumo de energia (ar-condicionado e comum) dos shoppings em 5%. • Reduzir o consumo de água (ar-condicionado e comum) em 5%. • Investimento constante em tecnologia e infraestrutura com foco em eficiência energética. • 100% dos shoppings com reuso de água. • Reduzir o impacto das emissões de GEE na operação da companhia, a partir da elaboração de inventário de emissões de GEE. • Treinamento e sensibilização de 100% da força de trabalho no tema mudanças climáticas.	
TRANSFORMAÇÃO SOCIAL	Transformar vidas através do desenvolvimento social das comunidades das quais fazemos parte. Atuamos como agentes de mudança, investindo em projetos que gerem impacto positivo.	• Impactar positivamente 10 mil jovens através de iniciativas de inclusão social, capacitação profissional e acesso à empregabilidade. • Realizar *due diligence* ESG em 100% dos fornecedores críticos nos aspectos ESG.	
GENTE QUE GOSTA DE GENTE	Cuidar da nossa gente. Promover o desenvolvimento pessoal e profissional de colaboradores e colaboradoras, garantir sua segurança e bem-estar, valorizando a diversidade e inclusão.	• Até 2030, ter pelo menos 35% das posições de liderança *C-level* e Gerências *seniores* ocupadas por mulheres, exceto Copresidência. • Até 2030, ter pelo menos 30% das posições de liderança ocupadas por pessoas autodeclaradas negras[2], excluindo Copresidência.	
GOVERNANÇA (Antiga GOVERNANÇA E INTEGRIDADE)	Atuar com integridade e responsabilidade, assegurando a transparência e a solidez dos nossos processos. Buscamos a perenidade do negócio através de uma liderança comprometida com a ética e com as melhores práticas corporativas.	• Aprimorar o sistema de gestão com a formação de um Conselho de Administração/Conselho Consultivo[3] com a presença de acionistas e conselheiros externos independentes. • Implementar metas ESG como premissas da remuneração variável da Diretoria (gestão de resíduos/diversidade e inclusão/ emissões de GEE). • Implementar o portfólio de riscos operacionais, estratégicos e ESG em todas as áreas corporativas e operacionais[4].	

2. São considerados cargos a partir do cargo de gestores(as) para o acompanhamento da meta de pessoas negras em posições de liderança.
3. A agenda ESG da Ancar passa por avaliações constantes para estar aderente à realidade de seu negócio e do mercado. Dessa forma, a meta em questão foi revisitada a partir de um melhor entendimento do modelo de negócio da companhia e será revisitada para o próximo ciclo.
4. A meta para implementação integral do portfólio de riscos foi redefinida para 2028, após revisões internas sobre as informações já existentes na Companhia sobre o tema.

Realizações em 2025

Em 2025, avançamos de forma consistente na consolidação da agenda ESG, fortalecendo a integração entre sustentabilidade, estratégia de negócios e geração de valor de longo prazo.

Realizações de Sustentabilidade

A companhia evoluiu em sua jornada de descarbonização e no aprimoramento da gestão climática, com a conclusão do estudo de riscos climáticos do portfólio — marco relevante para a compreensão estruturada dos impactos físicos e de transição sobre ativos, operações e desempenho financeiro. Permanece em desenvolvimento a meta de neutralidade de carbono até 2050, apoiada por estudos técnicos e pela futura definição de metas baseadas na ciência (SBTi).

O posicionamento institucional também foi ampliado por meio de indicadores e compromissos relevantes:

- Inscrição no **PRI (*Principles for Responsible Investment*)**;
- Aprofundamento da gestão socioambiental a partir do estudo de riscos climáticos, fortalecendo o alinhamento com as expectativas de investidores;
- No campo operacional, a reciclagem de resíduos nos shoppings atingiu **61,7%,** antecipando a meta prevista e orientando a definição de objetivos mais ambiciosos para os próximos ciclos.

Destaques do Shopping Conjunto Nacional

- **Compostagem de resíduos orgânicos**: meta de 30% superada; no Conjunto Nacional, mais de 30% dos resíduos orgânicos são destinados à compostagem;
- **Reciclagem de resíduos**: meta de 60% superada, alcançando 83% de destinação dos resíduos recicláveis;
- **Boas práticas de gestão de resíduos entre lojistas**: 100% impactados, com destinação adequada de óleo, notificações e orientação direta;
- **Eficiência energética**: redução de **27%** no consumo na área comum, superando a meta de redução de 5%;
- **Diversidade na liderança**: meta de 35% de mulheres em cargos de diretoria e superintendência já superada;
- **Representatividade racial**: cerca de **54% de pessoas negras (pretas e pardas)** no quadro do Conjunto Nacional entre 2024 e 2025. Alcance de 33% de posições de liderança ocupadas por pessoas autodeclaradas negras ou pardas.

Diversidade na Liderança

Os resultados consolidados indicam evolução contínua:

- **Liderança feminina (*C-level* e gerências *seniores*)**: 28,57%, em trajetória rumo à meta de 35% até 2030 (exceto Copresidência);
- **Liderança negra**: 36,93%, superando antecipadamente a meta de 30% estabelecida para 2030 (exceto Copresidência).

Modelo de Negócios

GRI 2-6

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

Integramos, de forma transversal, os pilares da transformação digital e nossos compromissos ESG à estratégia corporativa, consolidando um diferencial competitivo. Utilizamos a digitalização para aprofundar o conhecimento sobre nossos públicos e impulsionar o desenvolvimento de produtos inovadores, ao mesmo tempo em que aplicamos critérios de sustentabilidade desde a seleção de novos empreendimentos — com avaliação de riscos socioambientais — até a gestão e manutenção dos ativos.

Principais Unidades de Negócios

Gestão de Fundos de Investimento

Realizamos a gestão de fundos por meio da SCAI Gestora de Fundos, responsável por administrar veículos de investimento em *shopping centers* com carteira aproximada de R$ 7,5 bi. A estrutura, organizada por diferentes CNPJs, permite conduzir operações de investimento, desinvestimento e distribuição de recursos de forma ágil e estratégica.

Gestão de Ativos e Processos Operacionais

Centralizamos a administração dos ativos e dos processos operacionais no Centro de Serviços Compartilhados (CSC), que reúne funções essenciais, como: administração de pessoal; contas a pagar e a receber; conciliação bancária e faturamento; contabilidade e área fiscal; suprimentos; planejamento e melhoria contínua.

Com a gestão de aproximadamente 200 CNPJs, o CSC assegura governança de processos, eficiência operacional e suporte à execução das estratégias dos shoppings e da companhia.

Investimentos Imobiliários

Direcionamos investimentos para a criação de espaços proprietários denominados “Quintais” e dos Junga Park, concebidos para ampliar a oferta de entretenimento e lazer em áreas externas dos empreendimentos, entre estacionamento e acessos principais, aumentando a atratividade e diferenciando nossos ativos. Os aportes financeiros nesses projetos somaram R$ 31 milhões.

Em 2025, destacaram-se:

- **Shopping Nova Iguaçu;**
  - Quintal da Pedreira – 5.320 m²;
  - Junga Park – 1.100 m²;
- **Porto Velho Shopping;**
  - Quintal do Madeira – 4.713 m²;
  - Junga Park – 1.100 m².

Obras Complementares e Integração Urbana

Também realizamos investimentos em obras que integram os empreendimentos à infraestrutura urbana. No shopping Parque das Bandeiras, em Campinas, executamos intervenções de pavimentação, implantação de estações de BRT e construção de passarelas, contribuindo para a conexão com o entorno e para a mitigação de riscos operacionais.

Relações com *Stakeholders* e Cadeia de Valor

Por meio de uma oferta completa e diversificada de serviços, fortalecemos o relacionamento com consumidores — que ultrapassam 14 milhões de visitantes mensais —, além de lojistas, parceiros e investidores. Nossa cadeia de valor abrange atividades de prestação de serviços, comercialização e logística, envolvendo fornecedores, intermediários, subcontratados e parceiros estratégicos, todos orientados por políticas rigorosas de ética, integridade e conformidade.

CONSUMIDORES

Com foco na experiência do cliente, oferecemos jornadas cada vez mais personalizadas, apoiadas por um ecossistema de inovação voltado a aprimorar toda a experiência de compra.

PESSOAS

Somos reconhecidos como *Great Place to Work* desde 2008 e investimos continuamente no desenvolvimento dos colaboradores por meio da Universidade do Colaborador Ancar.

SOMOS UM *HUB* DE CONEXÕES

PARCEIROS E INVESTIDORES

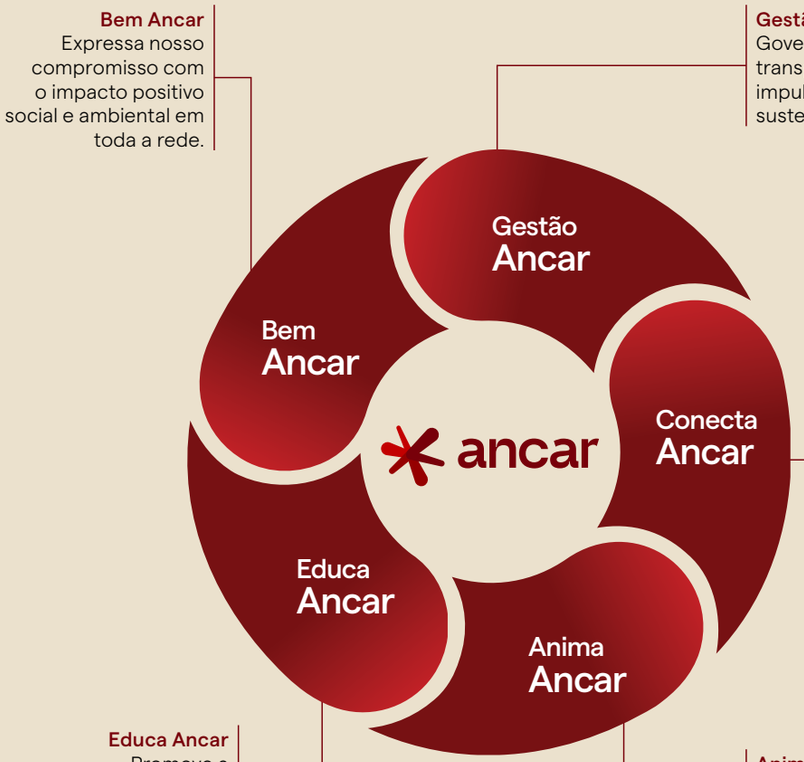
Atuamos com uma plataforma de gestão de ativos voltada a investidores institucionais, combinando governança corporativa, credibilidade e serviços de ponta a ponta.

LOJISTAS

Desenvolvemos iniciativas voltadas ao relacionamento de longo prazo com os lojistas, aliando capacitação, inovação e inteligência de vendas para apoiar a performance dos negócios.

Ecossistema Ancar

O Ecossistema Ancar representa nossa visão integrada e estratégica de negócios. Ele reúne 5 pilares essenciais que conectam gestão, pessoas e tecnologia para impulsionar o crescimento sustentável, a inovação e o impacto positivo em toda a nossa rede.



Geração de Valor

Capital Intelectual
Capital Financeiro
Capital Humano
Capital Manufaturado
Capital Social
Capital Natural

Capital Intelectual

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

Governança Corporativa

A governança corporativa da Ancar é estruturada para assegurar a condução eficiente dos processos organizacionais e a geração de resultados sustentáveis no longo prazo. A atuação é pautada por princípios de ética, transparência e responsabilidade no relacionamento com todos os públicos de interesse, incluindo sócios brasileiros e canadenses que integram a sociedade da companhia.

A organização resulta da associação entre a Ancar Empreendimentos Comerciais e a La Caisse (antiga Cassie de dépôt et placement du Québec – CDPQ), uma das principais gestoras de fundos institucionais do Canadá. Sua estrutura de governança é composta por uma Presidência exercida por dois copresidentes e por uma Diretoria Executiva liderada pelo CEO. Esse arranjo é apoiado por dois comitês consultivos e uma estrutura de diretorias e comitês temáticos responsáveis pela análise e gestão de assuntos estratégicos, fortalecendo a tomada de decisão e a sustentabilidade do negócio.

Estrutura de Governança e sua Composição

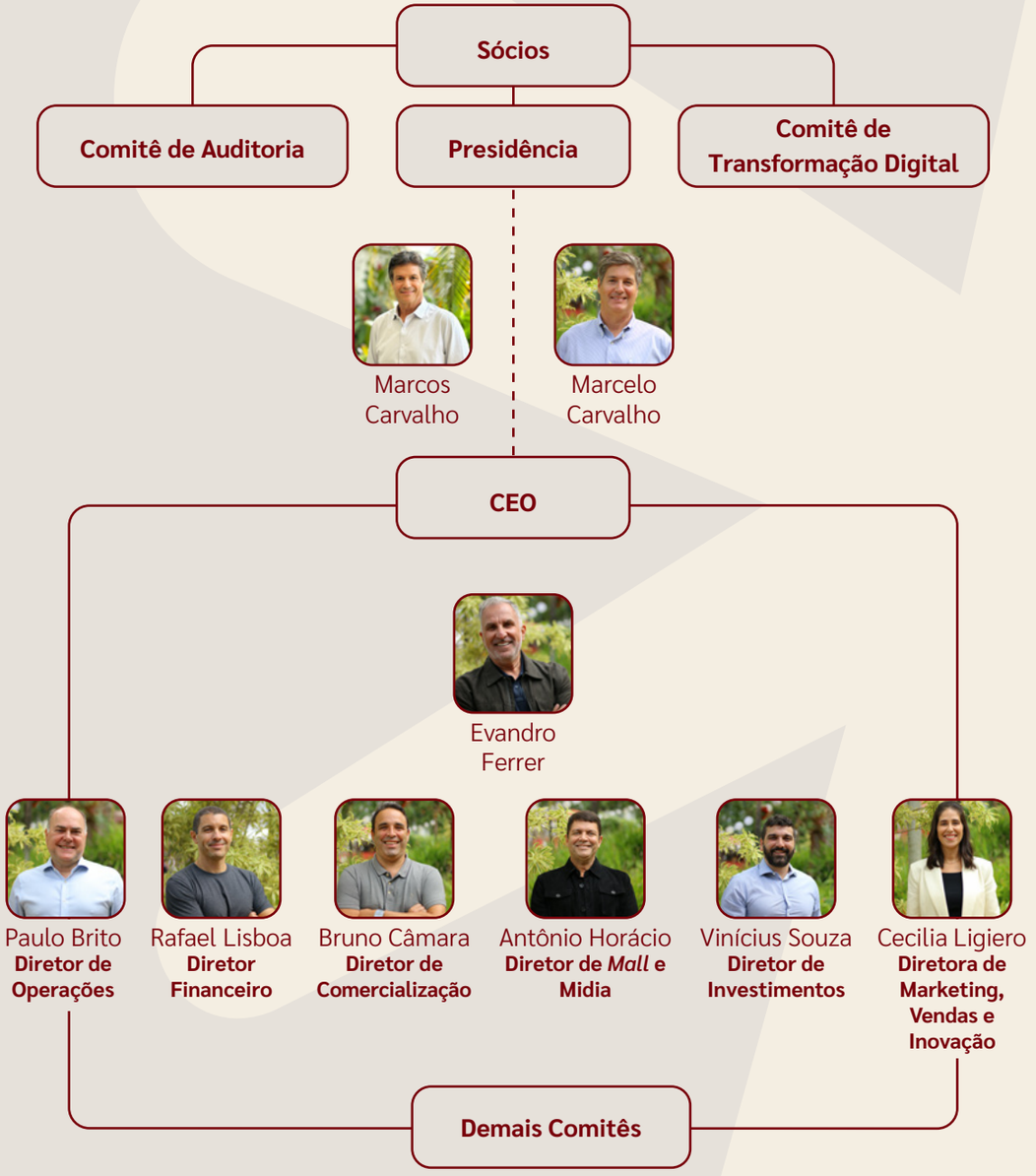
GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13

A nomeação de membros da governança da Ancar baseia-se em critérios que asseguram a escolha de profissionais alinhados à cultura organizacional e às demandas estratégicas do negócio, priorizando competências técnicas e comportamentais, compromisso com a transparência, valorização da diversidade, independência e relevância das experiências apresentadas. O processo seletivo da alta governança contempla entrevistas, avaliações técnicas e comportamentais, testes e verificação de referências, contribuindo para a formação de uma liderança plural, inclusiva e aderente às melhores práticas.

Nossa estrutura de governança atua de forma integrada para definir estratégias através do monitoramento de indicadores e análises de impacto que fortalecem a geração de valor sustentável da companhia.

No último ano, a governança foi conduzida de forma colegiada pelos copresidentes Marcos e Marcelo Carvalho, em conjunto com o CEO Evandro Ferrer, responsável pela gestão executiva. A prevenção e mitigação de conflitos são sustentadas por políticas e procedimentos formais, aliados a ações contínuas de comunicação, capacitação e treinamento. A companhia mantém um Comitê de Ética, adota práticas de transparência e assegura o cumprimento rigoroso das normas legais e regulatórias, reforçando uma cultura organizacional orientada por valores.

A alta governança define diretrizes estratégicas, supervisiona a gestão e aprova políticas e objetivos institucionais, atuando de forma integrada na análise de riscos financeiros, avaliação de custos e benefícios, monitoramento de indicadores econômicos e gestão de impactos ambientais, como emissões de carbono e resíduos. Também considera os impactos sociais das atividades, com foco no desenvolvimento de competências, no bem-estar dos colaboradores e na responsabilidade social corporativa. O diálogo com partes interessadas ocorre por meio de reuniões, canais permanentes de comunicação, relatórios e participação em iniciativas externas, com processos respaldados por auditorias independentes e revisões contínuas de documentos, métricas e indicadores, fortalecendo a tomada de decisão, o acompanhamento de resultados e a melhoria contínua.



Comitês da Ancar

A estrutura de governança da Ancar é apoiada por seis comitês especializados, que contribuem com a execução da estratégia de negócios e gestão da companhia

Comitê Executivo

Responsável pela execução do plano estratégico corporativo e pelo acompanhamento do desempenho organizacional nos âmbitos financeiro, comercial e estratégico.

Membros Efetivos

CEO, Diretor Financeiro, Superintendentes regionais, Diretor de *Mall* & Mídia, Diretor Comercial, Diretor de Operações, Diretora de Marketing e Inovação, Head de RH, Head de Inteligência de Negócios.

Comitê de Transformação Digital

Tem como propósito impulsionar a transformação digital da organização, priorizando ganhos de eficiência operacional e o desenvolvimento de novas oportunidades de receita.

Membros Efetivos

Head de TI, Diretora de Marketing e Inovação, Diretor Financeiro, Head de RH, Diretor de *Mall* & Mídia, Sócios e dois conselheiros externos.

Comitê ESG

Dedica-se à promoção, articulação e suporte às agendas ambientais, sociais e de governança, visando à geração de valor para a companhia, seus colaboradores, acionistas e a sociedade.

Membros Efetivos

CEO, Diretor de Operações, Diretora de Marketing e Inovação, Gerente de ESG, Representante La Caisse, Superintendente Regional.

Comitê de Auditoria

Apoia a Presidência na supervisão do planejamento financeiro, das auditorias internas e externas, dos relatórios financeiros, dos sistemas de controle e da gestão de riscos corporativos.

Membros Efetivos

Copresidentes e Representante La Caisse.

Comitê de Ética

Supervisiona a implementação e a efetividade do Programa de Integridade, com ênfase na prevenção à corrupção e demais condutas antiéticas, contando com o apoio técnico da Gerência de Riscos e *Compliance*.

Membros Efetivos

CEO, Copresidentes, Diretor Financeiro, Diretor de Operações, Head de RH, Head Jurídico, Gerente Riscos.

Comitê de Recursos Humanos

Atua no suporte ao CEO e aos copresidentes no acompanhamento de temas estratégicos relacionados à gestão de pessoas, incluindo a análise de políticas salariais, programas de desenvolvimento, bem como a definição de diretrizes para remuneração e sucessão da alta liderança.

Membros Efetivos

Head de RH, CEO e Copresidentes.

Avaliação de Desempenho

GRI 2-18

A avaliação de desempenho do mais alto órgão de governança da Ancar é realizada semestralmente através de um processo estruturado em etapas definidas que analisam a efetividade da atuação da alta liderança na condução da estratégia e na geração de resultados sustentáveis.

O ciclo de Performance & Desenvolvimento (P&D) fundamenta essa análise ao integrar múltiplas perspectivas por meio da avaliação 360°, que contempla autoavaliação, *feedback* de liderados, pares, superiores e clientes, combinada à definição de metas individuais baseadas em OKRs. A articulação entre competências comportamentais e entrega de resultados assegura objetividade e visão abrangente sobre desempenho e potencial de liderança. Os resultados consolidados alimentam a matriz de talentos, instrumento utilizado para classificar o capital humano estratégico e orientar a elaboração de Planos de Desenvolvimento Individual (PDIs) personalizados, direcionados ao fortalecimento de competências críticas alinhadas à estratégia de crescimento do negócio.

Com base nesses diagnósticos, a organização define ações de desenvolvimento, movimentações laterais ou verticais de carreira, programas específicos de capacitação, mentorias individualizadas e incentivos à formação acadêmica, incluindo cursos de especialização, MBAs, mestrados e doutorados. O processo também subsidia revisões de políticas, ajustes em sistemas de recompensas, criação de comitês especializados e aprimoramento de estratégias organizacionais, fortalecendo a governança e a gestão de pessoas. Essa metodologia busca garantir a formação contínua de lideranças e a excelência na condução dos impactos corporativos.

Remuneração

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

A Ancar orienta sua estratégia de remuneração pelo equilíbrio entre competitividade de mercado e a equidade interna. O salário-base mensal dos colaboradores é definido a partir de pesquisas comparativas e do ranqueamento dos cargos da estrutura organizacional, elaborado com base em metodologia reconhecida de avaliação de cargos no campo de recursos humanos e remuneração. Todo esse processo é supervisionado por nosso Comitê de Remuneração, de caráter independente, que garante a transparência, a realização de revisões periódicas e os ajustes necessários com base em análises atualizadas de mercado.

O *Employee Value Proposition* (EVP) da companhia fundamenta-se na aderência aos valores organizacionais e no respeito e cuidado com as pessoas, a sociedade e o meio ambiente. Nesse contexto, pagamentos sob a forma de bônus de atração ocorrem de maneira excepcional e, quando necessários, são conduzidos com objetividade e em conformidade com as práticas vigentes. Para fortalecer a consistência das decisões remuneratórias, a organização conta com apoio de consultorias especializadas, que contribuem para a estruturação de steps salariais e para o uso de metodologias como o *Global Grading System* (GGS).

A remuneração variável é aplicada majoritariamente na equipe comercial, sendo estruturada a partir do cumprimento de metas mensais de desempenho. A política de bonificação, por sua vez, é concedida de forma anual e recorrente, condicionada ao alcance de objetivos claros, mensuráveis e alinhados às práticas de mercado. Em situações de desligamento, voluntário ou involuntário, a companhia observa integralmente a legislação trabalhista vigente, assegurando o respeito aos direitos e deveres de ambas as partes.

O desenvolvimento das políticas de remuneração segue processo estruturado que contempla a definição de objetivos e filosofia remuneratória, a atuação do comitê de remuneração, análises de mercado, construção de pacotes de remuneração, revisões periódicas e divulgação transparente. As políticas são conduzidas internamente com participação do comitê de Recursos Humanos e suporte técnico especializado, garantindo coerência metodológica e alinhamento às melhores práticas.

Informações comparativas de remuneração permanecem confidenciais, como forma de resguardar o posicionamento estratégico de remuneração total da companhia.

Conduta Ética, Integridade e *Compliance*

GRI 3-3, 2-26

A Ancar dispõe de uma estrutura dedicada de *Compliance*, formada por equipe especializada e permanentemente acessível por diferentes canais, como e-mail, chat e atendimento presencial, com o propósito de esclarecer dúvidas, avaliar situações concretas e fortalecer a integridade corporativa. Para assegurar a independência e a força de sua atuação, a área conta com o suporte estratégico e o apoio irrestrito do mais alto nível de governança da companhia através do Comitê de Ética, órgão colegiado composto por membros da Alta Administração responsável por supervisionar a implementação e a efetividade do Programa de Integridade. Em conjunto com outras áreas, essa estrutura também conduz o controle dos processos de contratação de fornecedores e dos pagamentos relacionados a doações, patrocínios, projetos sociais e organizações da sociedade civil, por meio de procedimentos de *due diligence* e gestão de riscos.

Cabe ainda à área de *Compliance* implementar medidas que assegurem que todas as atividades da companhia sejam conduzidas de acordo com os padrões éticos estabelecidos pelas políticas corporativas

O Canal de Transparência é disponibilizado a todos os públicos de relacionamento — colaboradores, parceiros de negócio, clientes, lojistas e demais partes interessadas — como meio seguro para o reporte de condutas potencialmente contrárias ao Código de Conduta Ética da organização. Esse mecanismo é continuamente fortalecido por meio de treinamentos e comunicações internas realizados anualmente, que divulgam o canal e incentivam a busca ativa pela equipe de *Compliance* para orientação e esclarecimentos, promovendo uma cultura organizacional baseada em ética, confiança e responsabilidade.

A companhia dispõe ainda de uma Política de Normativos que estabelece diretrizes para a elaboração e atualização de políticas internas pelas diversas áreas, assegurando padronização, conformidade e alinhamento às melhores práticas de governança. A Ancar disponibiliza um conjunto robusto de políticas e compromissos formais que embasam seu posicionamento ético e institucional.

No âmbito das políticas, a organização conta com um conjunto de diretrizes formais que orientam condutas, processos e tomadas de decisão, composto por:

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

Complementarmente, no âmbito dos compromissos formais, a Ancar adota instrumentos que reforçam a transparência, a comunicação com *stakeholders* e a disseminação da cultura ética, incluindo:

- Declarações públicas;
- Relatórios de sustentabilidade;
- Treinamentos e iniciativas de educação corporativa.

Código de Conduta Ética

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

O Código de Conduta Ética da Ancar estabelece diretrizes de respeito mútuo e de combate a qualquer forma de discriminação, violência, assédio ou trabalho análogo ao escravo, abordando temas essenciais para a proteção da dignidade humana e a promoção de um ambiente seguro e respeitoso. A companhia também dispõe de uma Política de Diversidade e Inclusão que reforça o compromisso com os direitos humanos, rejeitando todas as formas de discriminação e promovendo a valorização das diferenças, a equidade de oportunidades e a igualdade de tratamento em todos os níveis hierárquicos e processos organizacionais.

Esses instrumentos orientam a construção de um ambiente de trabalho saudável, que busca equilibrar as dimensões profissional e pessoal, ao mesmo tempo em que ampliam a responsabilidade da companhia perante seus públicos de relacionamento. O compromisso abrange colaboradores, clientes, consumidores, comunidades locais, fornecedores e parceiros de negócio, fortalecendo práticas corporativas pautadas pela ética, pelo respeito e pela inclusão.

Todos os colaboradores fazem a adesão ao entrar na empresa, e, anualmente, renovam o compromisso através de declaração nos treinamentos obrigatórios de *Compliance* anuais. Os terceiros fazem a adesão ao Código quando assinam contratos conosco, sendo certo que é padrão conter nossa cláusula anticorrupção, que prevê o compromisso de observância ao nosso código e aos mais altos padrões éticos.

A Ancar incorpora seus compromissos com a conduta empresarial responsável por meio de um sistema de acompanhamento que define metas claras, atribui responsabilidades de acordo com as competências, e estabelece prestação de contas. A empresa também realiza treinamento contínuo e promove a conscientização interna para garantir que todos cumpram com seus compromissos.

Na seleção de parceiros de negócios, a Ancar adota critérios rigorosos de avaliação (*due diligence*), inclui cláusulas contratuais específicas nos contratos, e realiza auditorias e monitoramento constante. Além disso, é assegurada uma comunicação aberta e são oferecidos meios para reportar irregularidades.

Em 2025, realizamos três reuniões ordinárias do Comitê de Ética para tratar da atualização de políticas e normativos, treinamentos e comunicações, doações e patrocínios, panorama do canal de denúncias, conflitos de interesse e resultados de auditorias.

Programa de Integridade

O Programa de Integridade da Ancar está estruturado com base nas melhores práticas de mercado e em conformidade com a Lei nº 12.846/2013 (Lei Anticorrupção) e o Decreto nº 11.129/2022, que a regulamenta. Seu arcabouço normativo interno é composto pelo Código de Conduta Ética e por políticas corporativas específicas, entre as quais se destacam Anticorrupção, Diligência de Terceiros, Doações e Patrocínios, Brindes, Presentes e Hospitalidades, Canal de Transparência, Conflito de Interesses, Interação com Agentes Públicos, Gestão de Consequências e o próprio documento estruturante do Programa de Integridade.

A atuação do programa está organizada em três frentes complementares: prevenção, detecção e remediação, que orientam controles, monitoramentos e respostas institucionais diante de potenciais irregularidades. Nesse contexto, o Código de Conduta Ética reafirma o compromisso com o respeito mútuo e com o combate a qualquer forma de discriminação, violência, assédio ou trabalho análogo ao escravo, contemplando temas essenciais à proteção da dignidade humana e à promoção de um ambiente corporativo íntegro, seguro e responsável.

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

Pilares do Programa de Integridade

1. Compromisso da alta administração
2. Mapeamento e avaliação de riscos
3. Políticas e procedimentos
4. Treinamento e comunicação
5. Canal de denúncias e investigações internas
6. Due diligence de terceiros
7. Monitoramento e auditoria

Treinamentos

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

Na Ancar, a sustentabilidade é responsável por orientar decisões, comportamentos e práticas em todos os níveis da organização. Para isso, foi consolidado um ecossistema de aprendizagem alinhado às estratégias corporativas, no qual a Universidade Ancar (UAI) exerce papel central na promoção da cultura de desenvolvimento contínuo. Fundamentada nas metodologias 70/20/10 e Skill Based Learning, a arquitetura educacional da UAI foi organizada por escolas temáticas, com destaque para a Escola de Governança, ESG e Diversidade, responsável por fortalecer competências críticas relacionadas à gestão responsável do negócio.

Como parte desse compromisso, todos os treinamentos de políticas obrigatórias foram integralmente atualizados e concluídos por 100% das lideranças, reforçando a aderência às melhores práticas de governança corporativa e ampliando a capacidade de tomada de decisão orientada por critérios socioambientais. Esse direcionamento abrange desde a alta administração até a base operacional, assegurando alinhamento institucional quanto à condução ética e sustentável das atividades.

Em 2025 foi implementado o Programa de Desenvolvimento da Liderança, voltado à formação de líderes como agentes de transformação cultural e estratégica, com ênfase no aprimoramento de competências como resolução de problemas complexos, visão estratégica, competitividade e liderança ambidestra.

A companhia mantém ainda treinamentos anuais obrigatórios para todos os colaboradores nos temas de *Compliance*, Proteção de Dados Pessoais, Segurança da Informação e ESG, ocasião em que são renovados o aceite ao Código de Conduta Ética e a declaração de conflitos de interesse, fortalecendo mecanismos de integridade, transparência e responsabilidade corporativa.

Semana do *Compliance*

Como parte das iniciativas de fortalecimento da cultura de integridade, a Ancar promoveu a Semana do *Compliance*, composta por uma série de comunicações ao longo de cinco dias voltadas à conscientização sobre ética e ambiente de trabalho. A ação abordou temas como assédio moral e conflito de interesses, utilizando referências à série *The Office* para tratar conteúdos sensíveis de forma acessível e engajadora aos colaboradores.

Conflitos de Interesses

GRI 2-15

Mantemos uma Política de Conflito de Interesses estruturada por procedimentos formais, treinamentos periódicos, comunicações internas contínuas e revisões sistemáticas dos processos, assegurando a efetividade de nossos controles internos.

Em situações de maior sensibilidade, contamos com o apoio do Comitê de Ética, instância máxima de governança sobre o tema, para deliberar sobre as medidas aplicáveis a cada caso, podendo determinar o afastamento das pessoas potencialmente envolvidas e o registro interno das decisões, de forma a preservar a transparência e a conformidade com os valores da Ancar.

Também coletamos declarações de conflito de interesses de novos colaboradores e asseguramos sua atualização anual por todo o quadro funcional, garantindo monitoramento contínuo sobre o tema. Como parte de nosso compromisso com a transparência, comunicamos às partes interessadas os conflitos identificados quando aplicável e reportamos eventuais situações envolvendo a Diretoria ao sócio institucional, La Caisse, fortalecendo a governança e a prestação de contas em todos os níveis institucionais.

Gestão de Riscos

GRI 2-12

A Ancar adota uma abordagem integrada para a gestão de riscos, sustentada pela atuação ativa da alta governança na definição de diretrizes estratégicas, aprovação e revisão de valores, políticas e objetivos corporativos, bem como no monitoramento de indicadores econômicos, impactos ambientais e demais fatores relevantes para o desempenho dos negócios. Esse acompanhamento contínuo de resultados, riscos e oportunidades é realizado com o suporte técnico das áreas de Riscos e ESG, fortalecendo a qualidade das decisões, a transparência na prestação de contas e o alinhamento das estratégias organizacionais aos princípios do desenvolvimento sustentável.

Nossos riscos corporativos estão organizados em cinco categorias principais:

- **Riscos estratégicos** – relacionados às oportunidades de investimento e à capacidade de geração de valor do negócio;
- **Riscos financeiros** – associados à avaliação de investimentos, à estrutura de capital e à preservação dos ativos da companhia;
- **Riscos operacionais** – capazes de comprometer, alterar ou impactar os padrões de qualidade estabelecidos pela organização;
- **Riscos de conformidade e *compliance*** – decorrentes de mudanças legais ou de ocorrências vinculadas à corrupção, fraudes, irregularidades e desvios de conduta;
- **Riscos cibernéticos e de privacidade** – ligados ao tratamento de dados e a ameaças que envolvem acesso indevido, dano ou destruição de informações próprias ou de terceiros.

Ciclo PDCA

A Ancar reconhece que suas operações podem gerar impactos significativos à sociedade e ao meio ambiente. Com o objetivo de compreender melhor esses impactos, reduzir riscos e promover ganhos operacionais, realizamos de forma estruturada a gestão de temas ambientais e de governança. Essa gestão é apoiada pelo uso de uma plataforma de gerenciamento de informações que nos permite aprimorar continuamente indicadores-chave de desempenho, promovendo uma gestão ativa e embasada em dados.

Essa estrutura é guiada pelo ciclo PDCA (Planejar – Executar – Verificar – Agir):

1. Planejar (*Plan*)

O planejamento estabelece a base estratégica, definindo objetivos de curto e longo prazo a partir de diagnósticos técnicos e ferramentas de mercado.

- **Definição de Metas**: Estabelecem-se metas de longo prazo como por exemplo, para eficiência energética, consumo hídrico, emissões de carbono, gestão de resíduos e gestão de pessoas e processos.
- **Plano de Ação Anual**: Cria-se e aprova-se um plano de ação anual contendo a lista de prioridades e os recursos necessários para a execução.
- **Critérios de Benchmark**: Utilizam-se ferramentas globais como o GRESB (*Global ESG Benchmark for Real Assets*), GPTW (*Great Place to Work*) e conformidades regulatórias para balizar as metas, considerando os impactos diretos e indiretos dos ativos.

2. Executar (*Do*)

Nesta fase, os planos são integrados à rotina das operações.

- **Envolvimento da Cadeia**: Implementam-se os controles operacionais e os programas de melhoria junto as partes interessadas.

- **Coleta de Evidências**: Inicia-se o levantamento de informações e documento através de sistemas específicos para cada tema.
- **Engajamento e Treinamento**: Realizam-se treinamentos anuais sobre os temas identificados como críticos na fase de planejamento para os colaboradores internos e também são disponibilizados documentos e relatórios públicos no portal da companhia.

3. Verificar (*Check*)

A verificação consiste em mensurar e monitorar periodicamente os resultados para avaliar se as metas planejadas estão sendo atingidas.

- **Plataformas de Dados**: Utiliza-se o suporte de softwares e plataformas de gestão especializadas.
- **Auditorias Técnicas**: Realizam-se avaliações técnicas e auditorias para identificar gargalos e oportunidades de eficiência.
- **Gestão de Inconformidades**: Caso ocorra desvio das diretrizes ou metas, o comitê responsável identifica a origem do problema e notifica imediatamente a liderança.

4. Agir (*Act*)

A última etapa fecha o ciclo ao aplicar correções nas inconsistências identificadas:

- **Ações Corretivas e Preventivas**: Promove-se uma avaliação crítica de tudo o que foi verificado para corrigir falhas operacionais e prevenir novos riscos.
- **Evolução do Portfólio**: Os aprendizados práticos são usados para elevar o nível de resiliência e a eficiência de todo o portfólio.
- **Atualização de Políticas**: Caso uma falha sistêmica ou oportunidade relevante seja detectada, as próprias cartilhas e políticas corporativas são revisadas e atualizadas.

Canal de Transparência e Estratégias de Prevenção

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

A Ancar mantém estruturas formais para recebimento, apuração e tratamento de relatos de irregularidades, reclamações e manifestações de *stakeholders*, fundamentadas na Política do Canal de Transparência e na Política de Gestão de Consequências. Esses instrumentos reforçam o compromisso institucional com a correção de desvios, a responsabilização adequada e a promoção de um ambiente ético, íntegro e transparente.

O Canal de Transparência está disponível a todos os públicos de relacionamento e permite o reporte de suspeitas de violações ao Código de Conduta Ética com garantia de confidencialidade e não retaliação. Complementarmente, a área de Operações conduz a Ouvidoria (SAC), responsável por receber reclamações, solicitações e sugestões relacionadas à experiência dos clientes.

A apuração das denúncias registradas no Canal é conduzida prioritariamente pela área de Riscos e *Compliance*, com eventual apoio de Recursos Humanos, incluindo entrevistas com testemunhas ou contatos diretos com envolvidos, quando necessário. Denúncias consideradas procedentes resultam na adoção de medidas corretivas e consequências apropriadas, conforme Política de Gestão de Consequências e Código de Conduta Ética.

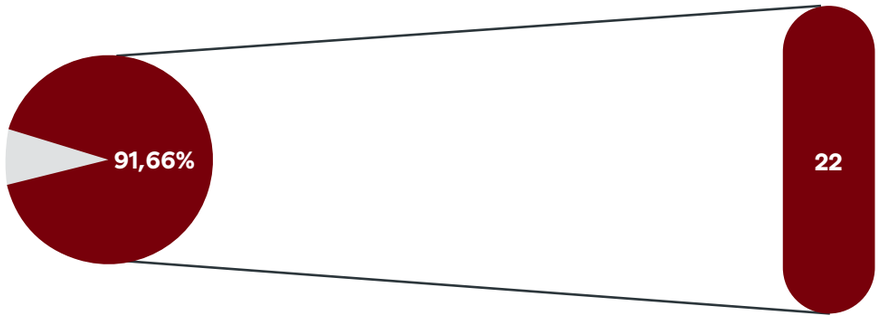
O Canal é operado por empresa independente, sob supervisão do Comitê de Ética. Informações detalhadas sobre seu funcionamento permanecem restritas ao *Compliance* e aos membros do Comitê, assegurando a confidencialidade do denunciante e da ferramenta. Quando manifestações fora do escopo do Canal são direcionadas ao SAC, a área de *Compliance* acompanha as tratativas para garantir resolução adequada, enquanto a comunicação com *stakeholders* ocorre por meio de documentos institucionais que preservam o sigilo de informações sensíveis.

Realizamos o mapeamento contínuo de riscos relacionados à corrupção com o objetivo de prevenir desvios de conduta e fortalecer os controles internos em nossas operações. Para isso, conduzimos avaliações estruturadas que contemplam a análise prévia de integridade de fornecedores, a verificação de potenciais conflitos em processos licitatórios internos, a avaliação reputacional de parceiros comerciais e o monitoramento de interações com o setor público, mitigando exposições regulatórias e reputacionais e assegurando relações comerciais pautadas pela ética e pela conformidade.

Complementarmente, promovemos treinamentos anuais sobre Compliance, Anticorrupção e Código de Conduta Ética por meio da Universidade Corporativa (UAI), capacitando colaboradores quanto aos mecanismos de prevenção e combate à corrupção, às melhores práticas de integridade, aos padrões de conduta esperados e às responsabilidades individuais no fortalecimento da cultura ética.

A Ancar adota também uma estratégia de treinamentos direcionados, realizados ao vivo — de forma presencial ou online — para tratar temas específicos. Essas ações são iniciadas a partir de riscos mapeados pela área de Compliance, recomendações de Auditoria ou solicitações diretas de áreas de negócio, garantindo uma abordagem personalizada e técnica, aderente aos desafios cotidianos de cada operação.

Operações Avaliadas Quanto a Riscos Relacionados à Corrupção – GRI 205-1



Número e Percentual de Empregados que Foram Comunicados e Capacitados sobre Políticas e Procedimentos de Combate à Corrupção, por Região – GRI 205-2

Localização	Total de Empregados	Total de Empregados que Foram Comunicados	Percentual de Empregados que Foram Comunicados
HOLDING	325	321	98,77%
NE	282	265	93,97%
RJ	283	276	97,53%
CO	302	299	99,01%
SP	323	320	99,07%

Número Total e Percentual de Membros do Órgão de Governança aos quais Foram Comunicados as Políticas e os Procedimentos de Combate à Corrupção Adotados pela Organização, Discriminados por Região.

Região	Total de Membros do Órgão de Governança, por Região	Total de Membros do Órgão de Governança que Foram Comunicados, por Região	Percentual de Membros do Órgão de Governança que Foram Comunicados, por Região
Comitê de Ética	8	8	100.00

Capital Financeiro

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

Cenário e Resultados 2025

Em 2025 seguimos ampliando e diversificando nossas operações para além do ambiente de compras, com a entrada do novo shopping na plataforma da Ancar, o Midway Mall, a reestruturação do Selo Anima Ancar com a inauguração de novos espaços de lazer, conhecidos como Junga Park, em dois shoppings, além do Quintal da Pedreira, no Shopping Nova Iguaçu, e o Quintal do Madeira, no Shopping Porto Velho, que marcam a inovação no entretenimento com parques temáticos e espaços de maior integração geracional nas operações da companhia.

Esse movimento responde à evolução do comportamento do consumidor e ao ritmo de crescimento das vendas do varejo. Como a principal fonte de receita dos shoppings permanece associada à locação de espaços comerciais, buscamos complementar o desempenho das operações ampliando áreas dedicadas a entretenimento, gastronomia e eventos, criando novos fluxos de visitação e fortalecendo a atratividade dos empreendimentos.

O ano também contou com a realização da 2ª Semana ESG, onde debatemos temas relevantes com players internos e externos, como a agenda ESG na indústria da moda, a importância da participação do jurídico nas ações de Diversidade da companhia, a evolução da confiança e transparência com o ESG e auditorias, o impacto climático nos empreendimentos e a responsabilidade social e incentivo fiscal como estratégia ESG.

Em 2025, mantivemos resiliência operacional com ativos modernizados, receitas diversificadas e avanço nas práticas ESG, para tornar nossos empreendimentos em espaços de experiências.

Contexto do Mercado

Em 2025, atuamos em um ambiente de crescimento moderado para o setor de *shopping centers* no Brasil, com faturamento estimado em R$ 201,6 bilhões, avanço de 1,6% em relação a 2024, porém em ritmo inferior ao observado no ano anterior, conforme informações divulgadas pela Abrasce.

O cenário macroeconômico foi marcado pela desaceleração do crescimento econômico, redução dos índices inflacionários e manutenção da taxa básica de juros em patamares extremamente elevados durante grande parte do período. Esses fatores reduziram a disponibilidade de crédito, limitaram o consumo parcelado e pressionaram o poder de compra das famílias. Apesar da resiliência do mercado de trabalho, a renda disponível mais restrita levou consumidores a priorizar gastos essenciais.

Mesmo nesse contexto, mantivemos resiliência operacional, com vendas consistentes, ocupação estável e foco estratégico na modernização dos ativos e na diversificação de receitas, especialmente em gastronomia, lazer, eventos e experiências. Observamos também maior cautela por parte dos investidores, o que reforçou a relevância das práticas ESG, refletidas em iniciativas de eficiência energética, gestão de resíduos e fortalecimento dos *shopping centers* como espaços de convivência e experiência.

Nossa robustez financeira permaneceu sustentada pelo baixo nível de endividamento e pela estrutura de joint venture entre a Ancar, a La Caisse e sócios brasileiros, permitindo investimentos em projetos com menor dependência de financiamentos externos e maior eficiência na captação de recursos. Nesse contexto, realizamos também a emissão do primeiro Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI) da Ancar, ampliando o acesso ao mercado de capitais e fortalecendo a capacidade de financiamento para investimentos estratégicos e expansão do portfólio.

Resultados Econômico-Financeiros

GRI 207-4

Em 2025, pelo segundo ano consecutivo alcançamos a melhor taxa de ocupação dos últimos 10 anos, atingindo 96,7%, com um índice de inadimplência líquida de 1,7%.

Nossa plataforma de shoppings atingiu o resultado de R$ 17,5 bilhões em vendas e mais de 168 milhões de visitas no ano.

Impactos Econômicos Indiretos Significativos

GRI 203-2

A presença e a operação de nossos *shopping centers* exercem impactos econômicos relevantes nas localidades onde atuamos. Esses empreendimentos contribuem para a geração de empregos diretos e indiretos, estimulam a circulação de bens e serviços, atraem investimentos, ampliam a arrecadação municipal e valorizam o entorno urbano.

Os shoppings ampliam as opções de lazer, cultura e convivência para a população, podendo impulsionar o turismo regional, fomentar a inovação tecnológica e apoiar iniciativas sociais, educacionais e comunitárias, contribuindo para a modernização da região e desenvolvimento social.

Ao integrar infraestrutura, serviços e experiências, buscamos promover desenvolvimento econômico alinhado à responsabilidade ambiental e social, fortalecendo o valor compartilhado entre consumidores, lojistas, colaboradores, comunidades e acionistas.

O diálogo contínuo com *stakeholders* evidencia que temas como dependência econômica das comunidades locais, exploração responsável de recursos naturais e impactos no tráfego e na infraestrutura urbana são percebidos como prioritários para a gestão. Em contrapartida, aspectos como poluição ambiental, perda de empregos, desvalorização imobiliária, prejuízos à saúde pública, degradação cultural e uso de água em áreas de estresse hídrico são avaliados como de impacto baixo ou moderado, reforçando a necessidade de monitoramento preventivo e melhoria contínua.

Nossos investimentos também fortalecem cadeias produtivas locais, incentivam fornecedores, promovem inovação e ampliam a atratividade dos territórios onde estamos presentes. Espaços de experiência — concebidos com referências à identidade cultural brasileira, como Quintal, Varanda, Rua, Terraço, Alpendre e Jardim — reforçam o vínculo afetivo entre os empreendimentos e seus frequentadores, impulsionando o crescimento orgânico e a permanência do público.

Em paralelo, mantemos disciplina operacional e foco em eficiência, como demonstrado pelo desempenho resiliente do North Shopping Fortaleza em 2025, que registrou crescimento de fluxo estimado entre 4% e 6% em relação a 2024, com vendas acompanhando a inflação e estabilidade de consumo de água e energia mesmo após expansão do mix e entrada em operação integral de novas áreas.

Mix de Lojas

A evolução positiva do nosso portfólio comercial reflete a capacidade contínua de adaptação às transformações do varejo e às expectativas dos consumidores. Mantivemos uma estratégia dinâmica de renovação, atração e qualificação de operações, buscando compor um mix equilibrado que amplie a experiência de compra, convivência e lazer nos empreendimentos, fortalecendo a relevância dos shoppings como espaços de bem-estar e relacionamento com a comunidade.

Como base desse movimento, os resultados obtidos em 2025 — com a abertura de 440 novas operações de longo prazo, taxa de ocupação de 96,7% (alcançando até 99% em alguns ativos) e crescimento aproximado de 6,1% na receita de locação, impulsionado por expansões, novas lojas, disponibilização de serviços, Quintais e locações temporárias — sustentaram a continuidade da estratégia ao longo do ano. Também se destacou o avanço de 9% nas locações temporárias voltadas a eventos, reforçando a diversificação de receitas e a atratividade dos empreendimentos e os primeiros resultados de presença de público com o Programa de Benefícios da Ancar, o aMais.

Paralelamente, fortalecemos o relacionamento com os lojistas por meio de iniciativas voltadas à melhoria de desempenho operacional, incluindo programas de capacitação, ferramentas de gestão e *dashboards* de acompanhamento de indicadores, que contribuem para ampliar a eficiência das operações e apoiar o crescimento sustentável das lojas instaladas em nossos shoppings.

Apoio Financeiro e Abordagem Tributária

GRI 201-4, 207-1

No período de 2025, não registramos recebimento direto de apoio financeiro governamental. Ainda assim, utilizamos instrumentos legais de incentivo à inovação, como os benefícios previstos na Lei do Bem, que permitem a redução do Imposto de Renda e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido a partir de investimentos em desenvolvimento tecnológico. Essa prática integra nossa estratégia de eficiência financeira e estímulo à inovação, alinhada à geração de valor sustentável no longo prazo.

Nossa gestão tributária baseia-se em análises históricas de desempenho e projeções de resultados, possibilitando a definição dos regimes fiscais mais adequados para otimizar eficiência e conformidade. Eventuais alterações são submetidas à aprovação da Diretoria Executiva e revisadas periodicamente, inclusive diante de reorganizações societárias ou novas oportunidades regulatórias.

Todo o processo está ancorado no Código de Conduta Ética e conectado aos objetivos de negócio e de sustentabilidade, com monitoramento contínuo de riscos, oportunidades e impactos financeiros.

A reforma tributária permanece como um dos principais desafios estruturais para o setor, influenciando decisões de investimento, planejamento orçamentário e dinâmica operacional. A ausência de regulamentação integral ainda impõe incertezas quanto à carga tributária futura e à reorganização de tributos como ISS, PIS e COFINS.

Nesse contexto, fortalecemos nossa atuação institucional e setorial por meio da participação em fóruns de discussão relevantes, incluindo grupos de trabalho organizados pela Receita Federal, onde contamos com representantes para acompanhar o debate dos impactos da reforma tributária sobre o setor.

Para mitigar esses riscos, mantemos uma estrutura dedicada de acompanhamento, com análises recorrentes dos possíveis impactos e identificação de alternativas estratégicas. Esse contexto pode resultar em elevação de custos e eventuais repercussões para clientes e fornecedores, exigindo atenção permanente, governança robusta e respostas estratégicas consistentes.

Estrutura de Governança e Controle Fiscal

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

Adotamos uma abordagem integrada de governança, processos de negócios e controle tributário como pilar para a solidez econômica e financeira da companhia. Essa integração está incorporada à estrutura organizacional e conta com participação direta da alta administração, que inclui a pauta fiscal nos processos decisórios, promove o monitoramento contínuo de riscos e assegura a implementação de políticas internas de conformidade.

A Ancar mantém uma gestão tributária baseada em análises históricas de desempenho e projeções de resultado que possibilitam a definição de regimes fiscais adequados, que otimizam aspectos de eficiência e conformidade.

A Diretoria Executiva é responsável por garantir que nossa estratégia fiscal permaneça alinhada aos princípios éticos, legais e estratégicos que orientam a atuação da Ancar, considerando que todas as entidades incluídas em nossos registros públicos financeiros possuem residência fiscal exclusivamente no Brasil.

A identificação e a gestão de riscos fiscais são conduzidas por meio de análises estruturadas da organização, verificação do cumprimento da legislação vigente, realização de auditorias internas em empresas-chave do grupo e avaliação criteriosa de transações e parcerias estratégicas. Complementarmente, submetemos os conteúdos fiscais a auditorias externas realizadas por empresas independentes, assegurando rigor técnico e documental.

Os resultados dessas avaliações são formalizados em relatórios que reforçam a transparência e a conformidade das obrigações tributárias, contribuindo para a integridade e a regularidade dos CNPJ sob nossa gestão.

Nosso relacionamento com *stakeholders* é orientado pela cooperação proativa, pela transparência fiscal e pela aderência regulatória. Mantemos diretrizes claras de interação com autoridades fiscais, participamos de associações setoriais e grupos de interesse, realizamos monitoramento regulatório com apoio de consultorias especializadas e conduzimos iniciativas de *advocacy* relacionadas a benefícios fiscais para investimentos sustentáveis e ações de responsabilidade social corporativa.

A escuta ativa ocorre por meio de pesquisas conduzidas por consultorias independentes, reuniões periódicas com públicos estratégicos e mecanismos formais de denúncia. A comunicação com investidores é estruturada por relatórios gerenciais mensais padronizados e encontros trimestrais com investidores institucionais, fortalecendo a previsibilidade e a confiança na gestão.

Mecanismos para Relato de Preocupações Éticas ou Ilícitas

Promovemos um ambiente organizacional pautado pela integridade e pelo comportamento responsável. Nosso Canal de Transparência oferece um meio seguro, confidencial e acessível para o relato de condutas inadequadas, inclusive relacionadas a temas fiscais. Paralelamente, estimulamos o diálogo aberto e investimos continuamente na capacitação de colaboradores em ética e integridade corporativa, reforçando a governança como elemento central da sustentabilidade do negócio.

As operações da Ancar contam com monitoramento regulatório contínuo.

Capital Humano

GRI 3-3, 2-7, 2-8, 2-30, 202-1, 401-1, 401-2, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 405-2, 406-1, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10

Gestão de Pessoas

Transformar o valor “Gente que gosta de gente” em práticas concretas permanece como um dos fundamentos da nossa cultura organizacional. Em 2025, seguimos fortalecendo um ambiente de trabalho acolhedor, seguro e colaborativo, sustentado por uma gestão descentralizada, baseada na autonomia compartilhada e na valorização das pessoas como protagonistas das decisões.

O reconhecimento externo desse compromisso foi novamente evidenciado quando fomos classificados como a 48ª Melhor Empresa para Trabalhar no Brasil no *ranking* do *Great Place to Work* (GPTW), três posições acima que no ano anterior. Esse resultado reflete o esforço coletivo de todos os empreendimentos e a solidez de uma cultura organizacional centrada no respeito, na escuta ativa e no desenvolvimento humano.

Nossos Colaboradores

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

Ao final de 2025, nosso quadro era composto por 1.594 colaboradores, sendo 1.492 colaboradores efetivos, 2.441 colaboradores terceirizados e 102 colaboradores temporários, entre os quais se incluem 58 aprendizes e 44 estagiários. Esse contingente reflete a estrutura humana que sustenta nossas operações e evidencia a relevância da gestão responsável de pessoas para a geração de valor da Ancar no longo prazo.

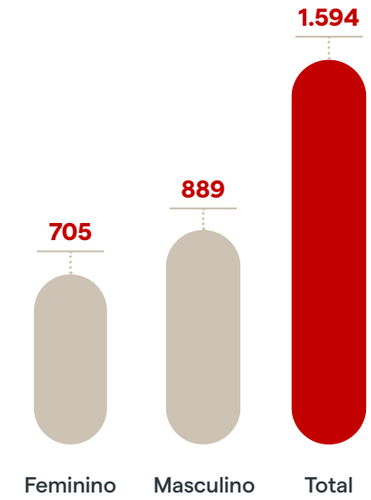
Seguimos evoluindo nossa gestão de pessoas com foco no desenvolvimento humano, na valorização da diversidade de trajetórias e na criação de ambientes de trabalho cada vez mais seguros, inclusivos e sustentáveis, fortalecendo a cultura organizacional e contribuindo para resultados consistentes e perenes.

Nesse contexto, a Plataforma Mundo Ancar consolidou-se como nosso principal canal corporativo de comunicação, centralizando informações institucionais, políticas, processos e sistemas, organizados por unidades e shoppings, garantindo acesso democrático ao conhecimento e transparência na comunicação interna. A ferramenta permite segmentar públicos, acompanhar métricas e indicadores de desempenho (KPIs) e avaliar continuamente a efetividade das comunicações, além de promover engajamento por meio de funcionalidades interativas, disponíveis nas versões *web* e aplicativo.

Como evolução desse ecossistema, lançamos em 2024 o *Hub* do Colaborador, ambiente que amplia o protagonismo dos nossos times ao integrar funcionalidades como acompanhamento de metas individuais e coletivas, consulta a agendas de eventos e aniversariantes e acesso direto à diretoria. Essa iniciativa fortalece o senso de pertencimento e aproxima os colaboradores dos objetivos estratégicos da companhia.

Em 2025, registramos 99,3% de colaboradores engajados desde o lançamento da plataforma, totalizando 279.047 acessos ao longo do ano, com média superior a 1.057 mil acessos por dia útil.

Número Total de Empregados por Gênero



Notas:

- As classificações “outros” e “não divulgado” foram zero em 2025. - **GRI 2-7**
- Utilizamos a metodologia de contagem direta, ou seja, contabilizando todos os empregados registrados em tempo integral e parcial. – **GRI 2-7, 2-8**
- Os números relatados referem-se a dados contemplados ao término do período de relato - 31 de dezembro de 2025. Dados retirados dos sistemas de folha de pagamento. – **GRI 2-7, 2-8, 2-30**
- Aproximadamente 85,5% dos 1.594 colaboradores estão cobertos por acordos de negociação coletiva. Para os estagiários, aprendizes e demais modalidades de contratação, adotamos as mesmas condições previstas nesses acordos. – **GRI 2-7, 2-8, 2-30**

Número Total de Empregados por Região

GRI 2-7

Número Total de Empregados Discriminado por tipo de Emprego e Gênero – GRI 2-7

	Empregados Permanentes	Empregados Temporários	Empregados em Tempo Integral	Empregados de Período Parcial
Feminino	638	67	563	142
Masculino	854	35	568	321
Total	1.492	102	1.121	463
Total geral		1.594		1.594

Notas:
- Os empregados classificados em "Empregados sem controle de carga horária" são as lideranças, que não tem sistema de registro de horas trabalhadas, mas seguem a legislação brasileira de trabalho. Por conta da carga horária de contrato, estão sendo contabilizados como empregados em tempo integral.
- Estagiários e aprendizes são classificados como empregados temporários.
- São classificados como empregados de período parcial os colaboradores com carga horária abaixo de 220 horas mensais.

Número Total de Empregados Discriminado por tipo de Emprego e Região – GRI 2-7

	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul	Total
Empregados permanentes	63	252	214	963	0	1.492
Empregados temporários	4	36	14	48	0	102
Total geral por tipo de emprego	67	288	228	1.011	0	1.594
Empregados sem garantia de carga horária	9	44	19	190	0	262
Empregados em tempo integral	22	125	125	597	0	869
Empregados de período parcial	36	119	84	224	0	463
Total geral por carga horária	67	288	228	1.011	0	1.594

Diversidade, Inclusão e Equidade

GRI 3-3, 401-1, 405-1, 406-1

A promoção da diversidade, da inclusão e da equidade integra de forma estruturante a nossa cultura organizacional e orienta a maneira como nos relacionamos com colaboradores, consumidores, lojistas e comunidades. Guiados pelo pilar "Gente que gosta de gente", buscamos consolidar um ambiente plural, acolhedor, acessível e respeitoso aos direitos humanos, no qual diferentes trajetórias e identidades possam se desenvolver com igualdade de oportunidades e segurança psicológica. Essa atuação fortalece vínculos sociais, contribui para a mitigação de riscos reputacionais e amplia a geração de valor humano e econômico no longo prazo.

Reconhecemos que a gestão de pessoas e a experiência nos empreendimentos produzem impactos sociais relevantes e, por isso, demandam atuação preventiva, monitoramento contínuo e aprimoramento permanente das práticas corporativas. Nesse contexto, direcionamos nossos esforços para:

- Melhoria da experiência de compra e lazer para pessoas com deficiência, por meio de acessibilidade física, comunicacional e atitudinal;
- Capacitação de colaboradores próprios, terceirizados e lojistas para atendimento inclusivo e respeitoso a grupos minorizados;
- Mitigação de riscos relacionados a discriminação, perda de talentos diversos, custos legais e impactos reputacionais;
- Estruturação de políticas corporativas, como o Código de Ética, a Política do Canal de Transparência, a Política de Gestão de Consequências, e a governança em direitos humanos, incluindo o avanço, em 2025, no estudo para a construção da Política de Direitos Humanos;
- Compromissos assumidos publicamente por meio de declarações públicas, cláusulas específicas em contratos com lojistas e fornecedores, a participação no Pacto Global da ONU e pelas metas da agenda do Horizonte ESG Ancar 2030;
- Monitoramento contínuo por meio de metas da agenda Horizonte ESG, pesquisas internas, indicadores de diversidade e acompanhamento pelo Comitê ESG e pelo time de Recursos Humanos da companhia.

A diversidade faz parte da nossa essência e está profundamente enraizada no nosso jeito de ser e agir.

Como resultado dessa governança, não registramos no Canal de Transparência casos confirmados de discriminação de colaboradores e terceiros em 2025, e avançamos em indicadores de representatividade, com destaque para a liderança negra, que já supera a meta estabelecida para 2030. Permanecem, contudo, desafios relacionados ao equilíbrio de gênero em posições de liderança, à ampliação da participação de pessoas com deficiência e

ao fortalecimento de ações afirmativas — temas que seguem como prioridades em nossa agenda ESG.

No mesmo período, realizamos o Censo de Diversidade por meio de pesquisa de autodeclaração integrada à pesquisa anual de clima organizacional, permitindo atualizar o retrato do público interno, monitorar o pilar "Gente que gosta de gente" e orientar o planejamento de ações para 2026, com foco ampliado nos públicos negro e feminino. Os resultados indicaram que 28,57% das posições de liderança (*C-level* e gerências *seniores*) são ocupadas por mulheres, enquanto 36,93% das lideranças se autodeclaram negras (exceto Copresidência).

Para sustentar essa evolução, mantivemos o Comitê de Diversidade e o programa de estágio com foco em vagas afirmativas, além de avançarmos na construção de um plano tático para ampliar a contratação de mulheres, pessoas negras e pessoas da comunidade LGBTQIAPN+, especialmente em posições de liderança. Como referência desse compromisso, 28,6% das vagas do Programa de Estágio em 2025 foram preenchidas por pessoas pretas e pardas, e do total de vagas, mais de 85% foram ocupadas por mulheres.

Em 2025, iniciamos estudos para a elaboração de uma nova Política de Direitos Humanos, alinhada ao Horizonte ESG Ancar 2030, com o objetivo de estruturar diretrizes claras de respeito, diversidade e inclusão, integrando princípios de governança e responsabilidade social em toda a rede de empreendimentos.

Percentual de Empregados por Categoria Funcional em cada uma das Seguintes Categorias de Diversidade – GRI 405-1

	Administrativo	*C-level*	Liderança	Operacional	Tático
Percentual de Empregados por Gênero (%)					
Masculino	36,56	71,05	55,8	70,21	80,6
Feminino	63,44	28,95	44,2	29,79	19,4
Percentual de Empregados por Faixa Etária (%)					
Abaixo de 30 anos	43,93	0,00	2,23	20,41	11,94
De 30 a 50 anos	53,15	52,63	86,16	53,13	73,63
Acima de 50 anos	2,92	47,37	11,61	26,46	14,43
Percentual de Empregados por Cor/Raça (%)					
Amarela	0,86	2,78	1,09	1,74	1,14
Branca	45,88	83,33	54,89	27,33	26,7
Indígena	0,69	0,00	0,00	0,00	0,57
Parda	41,24	13,89	37,5	54,65	52,84
Preta	11,33	0,00	6,52	16,28	18,75
Percentual de Empregados, por Outros Grupos Vulneráveis (%)					
Pessoa com Deficiência (PCDs)	0,15	0,00	0,00	1,46	0,00

Nota 1: Com relação ao público LGBTQIA+, foi realizado um censo em 2025, com 87 pessoas autodeclaradas LGBTQIA+, sem segmentação da informação. Com relação aos dados de etnia, a pesquisa de autodeclaração realizada era de participação opcional, o que resultou em diferença entre o número total de colaboradores e o número de autodeclarados por etnia.

	Número total de Novos Funcionários Contratados	Taxa de Novas Contratações (%)	Número Total de Funcionários Desligados	Taxa de Rotatividade (%)
Gênero				
Masculino	138	15,52	196	22,05
Feminino	149	21,13	195	27,66
Total	287	18,01	391	24,53
Grupo Etário				
Abaixo de 30 anos	162	39,23	177	42,86
Entre 30 e 50 anos	117	12,16	194	20,17
Acima de 50 anos	8	3,65	30	9,13
Total	287	18,01	401	24,53
Região				
Norte	14	20,90	21	31,34
Nordeste	62	21,53	87	30,21
Centro Oeste	34	14,91	50	21,93
Sudeste	177	17,51	233	23,05
Sul	0	0,00	0	0,00
Total	287	18,01	391	24,53

Atração, Desenvolvimento e Retenção de Talentos

GRI 3-3, 2-17, 404-1, 404-2, 404-3

Valorizar pessoas, impulsionar o desenvolvimento contínuo e criar condições sustentáveis para a permanência de talentos são compromissos centrais da nossa estratégia de gestão. Em 2025, posicionamos o desenvolvimento humano como um elo fundamental entre o aprendizado e a prontidão organizacional, conectando a evolução da carreira à estratégia da companhia.

Nossas ações para incentivar a capacitação no ano resultaram no aumento em quase 7 mil horas de cursos realizados pelos colaboradores e 4 h em média a mais por colaborador, totalizando 31.271 horas de capacitação, com 19,62 horas em média por colaborador.

Nossa atuação é sustentada por políticas estruturadas de Gestão de Talentos, Performance, Desenvolvimento e Remuneração Variável, que orientam planejamento sucessório, incentivos financeiros e evolução profissional. Essa abordagem busca equilibrar competitividade e equidade, ampliando a empregabilidade, atraindo profissionais qualificados e estimulando trajetórias de carreira consistentes, ao mesmo tempo em que mitiga riscos associados à rotatividade, à insatisfação com remuneração e benefícios e ao aumento de custos trabalhistas ou de reposição de talentos.

O aprendizado corporativo na Ancar em 2025 é um ecossistema de aprendizagem , fundamentado em uma arquitetura flexível e diversificada que coloca a Universidade Ancar (UAI) como seu pilar central. Este ecossistema é estruturado por uma arquitetura de escolas de conteúdo, que organiza o conhecimento de forma estratégica, destacando-se a Escola de Governança, ESG e Diversidade. A partir dessa estrutura, o ecossistema integra programas e eventos que promovem o desenvolvimento contínuo e orgânico dos colaboradores. Com especial dedicação às diretrizes ESG, a plataforma oferece trilhas e treinamentos personalizados, utilizando uma abordagem dinâmica e interativa para a atualização de conceitos fundamentais e sustentabilidade do negócio.

Além das trilhas obrigatórias em temas de ESG, Governança Corporativa, Ética e Integridade, a estratégia é reforçada pelo Programa de Multiplicadores de Conhecimento, que potencializa a gestão do saber interno com foco em turmas especializadas em ESG no Varejo de Shopping Center, garantindo que a aquisição de competências ocorra de forma personalizada e conectada aos desafios reais da organização.

Para sustentar essa visão e fortalecer os resultados, estruturamos ciclos anuais de avaliação de desempenho, identificação de talentos, definição de Planos de Desenvolvimento Individual (PDI), metas individuais e *feedbacks* constantes, através de uma plataforma de gestão de desempenho para alinhamento estratégico, além do uso da metodologia 9-box para planejamento de carreira e sucessão em todos os níveis da Ancar.

Programas específicos asseguram cuidado integral com a jornada profissional, com aperfeiçoamento de competências técnicas e comportamentais e desligamentos humanizados, com suporte estratégico para o reposicionamento dos profissionais no mercado.

O monitoramento da efetividade dessas ações ocorre por meio de pesquisas de clima, auditorias internas, *benchmarking*, mecanismos de escuta e acompanhamento sistemático de metas e indicadores definidos em conjunto com a área de Recursos Humanos, que é sustentado pela transparência e comunicação aberta, garantindo o engajamento com os colaboradores.

Desenvolvimento de Carreira

GRI 2-17, 404-2

Como parte do compromisso contínuo com a valorização das pessoas e com a sustentabilidade do negócio, estruturamos iniciativas integradas que promovem a cultura do aprendizado, sucessão responsável e preservação do conhecimento organizacional, realizadas em sua maioria através da UAI. Em 2025, destacamos:

- **Minha Carreira** – Programa implementado em 2025, que estimula a compreensão da trajetória profissional como um ecossistema dinâmico de possibilidades, incentivando o autodesenvolvimento e oferecendo ferramentas para planejamento de carreira individual alinhado ao seu propósito;
- **Mapa de Habilidades** – Instrumento aplicado pela primeira vez em 2025, conecta competências individuais à estrutura organizacional, ampliando a transparência sobre caminhos de evolução profissional e preparando colaboradores para novos desafios e posições futuras na Ancar;
- **Multiplicadores de Conhecimento** – Iniciativa voltada à formação de agentes internos de transformação, responsáveis por preservar, disseminar e aplicar o capital intelectual da organização, fortalecendo a cultura de aprendizado contínuo. Em 2025, nossa primeira edição do programa formou diversas turmas, incluindo grupos dedicados à sustentabilidade no varejo de *shopping centers* e lideranças preparadas para atuação como multiplicadoras;
- **Suporte à transição para aposentadoria** – Estrutura de acompanhamento personalizada que respeita a trajetória e o vínculo construído com a companhia, promovendo planejamento de encerramento de ciclo profissional de forma humanizada e responsável;
- **Programa de *outplacement* para lideranças** – Apoio especializado ao reposicionamento de profissionais desligados em posições estratégicas, assegurando processos de transição dignos, orientação de carreira e conexão com oportunidades de mercado.

Média de Horas de Capacitação Realizada pelos Empregados da Organização Durante o Período Coberto pelo Relatório, Discriminada por Gênero – GRI 404-1

Gênero	Número Total de Empregados por Gênero	Número Total de Horas de Capacitação Oferecida a Empregados, por Gênero	Média de Horas de Capacitação por Gênero
Masculino	889	16.280,00	18,31
Feminino	705	14.991,00	21,26
Total	1.594	31.271,00	19,62

Média de Horas de Capacitação Realizada pelos Empregados da Organização Durante o Período Coberto pelo Relatório, Discriminada por Categoria Funcional

Categoria Funcional	Número Total de Empregados por Categoria Funcional	Número Total de Horas de Capacitação Oferecida a Cada Categoria Funcional	Média de Horas de Capacitação por Categoria Funcional
Administrativo	651	15.257,00	23,44
C-level	38	637,00	16,76
Liderança	224	5.551,00	24,78
Operacional	480	5.967,00	12,43
Tático	201	3.859,00	19,20
Total	1.594	31.271,00	19,62

Percentual do Total de Empregados, Discriminados por Gênero e Categoria Funcional, que Receberam Avaliação Regular de Desempenho e de Desenvolvimento de Carreira Durante o Período Coberto pelo Relatório – GRI 404-3

Categoria Funcional	Número de Empregados que Receberam Avaliação Regular de Desempenho e de Desenvolvimento de Carreira	Número Total de Empregados	Percentual do Total de Empregados que Receberam Avaliação Regular de Desempenho e de Desenvolvimento de Carreira, por Categoria Funcional
Administrativo	611	651	0,9386
C-level	35	38	0,9211
Liderança	217	224	0,9688
Operacional	368	480	0,7667
Tático	205	201	1,0199
Total	1.436	1.594	0,9009

Gênero	Número de Empregados que Receberam Avaliação Regular de Desempenho e de Desenvolvimento de Carreira	Número Total de Empregados	Percentual do Total de Empregados que Receberam Avaliação Regular de Desempenho e de Desenvolvimento de Carreira, por Gênero
Masculino	797	889	0,8965
Feminino	639	705	0,9064
Total	1.436	1.594	0,9008

Saúde, Bem-Estar e Segurança

GRI 3-3, 403-6, 401-1

Cuidar da saúde, do bem-estar e da segurança das pessoas é parte essencial da nossa cultura e da forma como integramos a sustentabilidade às decisões e práticas da companhia. Reconhecemos que ambientes de trabalho saudáveis impactam diretamente o clima organizacional, a motivação das equipes, a qualidade do atendimento aos clientes e a perenidade do negócio. Por isso, atuamos de maneira preventiva e estruturada para promover condições seguras, equilibradas e humanizadas de trabalho, ao mesmo tempo em que monitoramos riscos potenciais relacionados para evitar incidentes e afastamentos, custos legais, perdas de talentos e doenças ou ausências prolongadas.

Nossos compromissos estão intrinsecamente conectados aos valores organizacionais e à conformidade com a legislação aplicável, refletindo-se em programas de cuidado integral, procedimentos operacionais padronizados e monitoramento sistemático de indicadores.

Entre as principais frentes de atuação, destacam-se:

- Acesso a cuidados de saúde não relacionados ao trabalho ampliado por meio de parcerias com instituições médicas, assistência psicológica, horários flexíveis;
- Acesso à recursos digitais de saúde, educação preventiva e reembolso de despesas médicas;
- Promoção do bem-estar físico, mental e emocional por meio do programa de benefícios Vida Ativa, que oferece acompanhamento com nutricionistas e psicólogos, rede de atendimento médico e benefícios voltados à saúde e bem-estar;
- Adoção de procedimentos operacionais padronizados nas equipes dos shoppings e do escritório central, assegurando ambientes seguros para colaboradores e terceiros;
- Monitoramento contínuo de indicadores de saúde e segurança, aliado a pesquisas anuais de clima organizacional e reuniões periódicas de análise conduzidas pelas equipes responsáveis;
- Elaboração de planos de ação direcionados, baseados na escuta ativa dos colaboradores e na avaliação de indicadores e de possibilidades de melhorias identificadas.

Complementarmente, oferecemos programas de promoção da saúde que abrangem controle de peso e nutrição, atividades físicas, saúde mental e emocional, prevenção de doenças crônicas e campanhas de prevenção ao câncer, fortalecendo uma abordagem integral de cuidado com as pessoas.

A divulgação de informações relevantes e do engajamento para as ações para a saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores e demais *stakeholders* ocorre por meio de diversos canais, incluindo relatórios de sustentabilidade, comunicação interna através do canal Mundo Ancar, portal de investidores e redes sociais.

Benefícios aos Colaboradores

GRI 401-2

Promover o bem-estar integral das pessoas que fazem parte da nossa jornada é um compromisso que traduz, na prática, a integração entre sustentabilidade, cuidado humano e valorização profissional. Em 2025, mantivemos uma política de benefícios estruturada para apoiar diferentes dimensões da vida dos colaboradores. Nossa abordagem busca garantir acesso amplo e equitativo a benefícios essenciais, respeitando particularidades contratuais e assegurando conformidade com a legislação trabalhista.

Benefícios Assistenciais e de Saúde

- **Plano de saúde** para colaboradores e dependentes diretos, disponível nos regimes integral, parcial e temporário;
- **Plano odontológico** para colaboradores e dependentes diretos, disponível nos regimes integral, parcial e temporário;
- **Telemedicina**, ampliando acesso rápido a atendimento médico remoto;
- **Seguro de vida**, oferece assistência com cobertura para morte ou invalidez permanente;
- **Vale-farmácia**, vinculado ao atendimento por telemedicina para aquisição de medicamentos.

Benefícios Alimentares

- **Vale alimentação/refeição (Alelo)** concedido mensalmente a todos os colaboradores;
- **Recarga extra (Alelo)** no mês de nascimento de dependente direto;
- **Manutenção da recarga (Alelo)** durante o período de licença-maternidade.

Licenças e Incentivos Familiares

- **Licença-maternidade estendida de 180** dias para colaboradoras elegíveis;
- **Licença-paternidade** conforme política interna e legislação vigente;
- **Programa Florescer**, conjunto de iniciativas voltadas à parentalidade ativa e saudável.

Bem-estar e Qualidade de Vida

- **TotalPass**, permite acesso a academias e atividades físicas diversas;
- **Zenklub**, plataforma de apoio psicológico com terapia on-line, diário emocional e conteúdos de saúde mental;
- ***Day Off* de aniversário**, com folga remunerada no dia do aniversário do colaborador.

Desenvolvimento, Reconhecimento e Educação Financeira

- **Universidade Corporativa**, promovendo capacitação contínua e desenvolvimento profissional para colaboradores elegíveis;
- **Participação nos Resultados (PLR)** concedida para colaboradores elegíveis, exceto estagiários.

Qualidade e Segurança do Serviço

Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional

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

Garantir a qualidade dos serviços prestados e a segurança de consumidores, lojistas e colaboradores é um compromisso central da nossa atuação e um elemento estruturante da sustentabilidade do negócio. Ambientes seguros, higienizados e organizados contribuem diretamente para a satisfação dos públicos que frequentam nossos empreendimentos, ao mesmo tempo em que reduzem riscos operacionais, legais e reputacionais.

Mantemos um Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho (SST) implementado em conformidade com a legislação trabalhista vigente, as Normas Regulamentadoras do Ministério do Trabalho e Emprego, as convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), além do Código Civil, Código Penal, acordos e convenções coletivas, requisitos de licenciamento, fiscalização e demais regulamentações setoriais aplicáveis. O sistema segue como referência a norma ISO 45.001, com dados ocupacionais coletados por meio de *software* de gestão especializado.

O sistema abrange os colaboradores orgânicos em seus locais de trabalho, com suporte de consultoria especializada e observância integral das exigências legais nas unidades operacionais. Em 2025, 1.363 trabalhadores estavam cobertos pelo sistema de SST, correspondendo a 85,51% do total. Não estão contemplados na cobertura do sistema estagiários, aprendizes e outros formatos contratuais específicos.

Nesse contexto, monitoramos de forma contínua os impactos positivos — como o atendimento adequado às necessidades de consumidores e parceiros comerciais — e os riscos reais ou potenciais, inclusive aqueles decorrentes às operações de shoppings centers e de mudanças regulatórias. Por isso, adotamos uma gestão preventiva, estruturada e alinhada às melhores práticas de mercado, sustentada por diretrizes corporativas e instrumentos operacionais comuns a todas as unidades.

Nossa governança contempla a atualização contínua do Plano Corporativo de Segurança, a futura segregação de um plano específico para brigada de incêndio e a avaliação do desenvolvimento de Procedimentos Operacionais Padronizados (POPs), com o objetivo de ampliar clareza, consistência e segurança nas respostas operacionais. Paralelamente, a qualidade dos serviços é conduzida por manuais e regras corporativas que asseguram padrões homogêneos de excelência.

A gestão prática do tema inclui:

- **Reuniões mensais, condução de auditorias e monitoramento contínuo** das condições operacionais dos shoppings;
- **Vistorias diárias no *mall***, realizadas pelas equipes responsáveis;
- **Treinamentos recorrentes** para colaboradores em segurança, higiene e atendimento;
- **Escuta ativa de clientes** por meio do SAC;
- **Canal de Transparência** disponível para registro de denúncias de condutas inadequadas;
- **Uso do *Net Promoter* Score (NPS)** como indicador estratégico de satisfação e lealdade, orientando melhorias contínuas na experiência do cliente;
- **Engajamento de *stakeholders***, apoiando o direcionamento estratégico para evolução das práticas e investimentos em tecnologias, soluções inovadoras e capacitação de equipes.

Desempenho Operacional em Segurança

A atuação das equipes foi determinante para os resultados alcançados em 2025, especialmente diante da gestão simultânea de obras, incorporação de novas operações, avanços em sustentabilidade e aprimoramento da experiência do cliente.

Destacamos o North Shopping Fortaleza, que completou um ano de auditorias externas mensais realizadas pela FTR sem registrar nenhuma loja classificada como risco máximo (nível 5) em inspeções de cozinhas e prevenção a incêndios — marco inédito para o empreendimento. O resultado reflete investimento contínuo em capacitação da brigada, auditorias internas e resposta imediata a riscos identificados.

Serviços de Saúde e Segurança Ocupacional para Colaboradores

GRI 403-3

Para garantir a proteção da saúde e da segurança das pessoas é um compromisso permanente que orienta nossas decisões e práticas operacionais, por isso atuamos de forma preventiva para identificar perigos e minimizar riscos ocupacionais, através do fortalecimento da cultura de segurança com a promoção de *workshops* e treinamentos.

Nossos serviços de saúde ocupacional contemplam exames médicos periódicos, treinamentos de segurança, campanhas de saúde e bem-estar e ações de educação ergonômica, garantindo acompanhamento contínuo das condições físicas e emocionais dos colaboradores. A qualidade desses serviços é assegurada por meio de processos estruturados, comunicação ativa e facilitação do acesso às iniciativas de cuidado, fortalecendo uma cultura organizacional voltada à prevenção de acidentes e ao equilíbrio entre vida profissional e pessoal.

Ao longo de 2025, reforçamos esse compromisso com as iniciativas:

- **Cultura do Movimento**: participação de colaboradores do Rio de Janeiro em duas edições da *Night Run*, estimulando prática esportiva, integração e bem-estar;
- **Mês do Bem-Estar (setembro)**: realização de gincana com desafios semanais relacionados a hábitos saudáveis, os colaboradores compartilharam suas rotinas na intranet, com premiação com incentivos dos participantes mais engajados;
- **Educação em Saúde**: ciclo de palestras com especialistas abordando equilíbrio físico e mental no contexto corporativo;
- **Conscientização Preventiva**: campanhas sazonais, como no período de Carnaval, incentivando comportamentos seguros também fora do ambiente de trabalho, com orientações para que nossos colaboradores aproveitem seus momentos de lazer com segurança e responsabilidade.

Participação, Comunicação e Governança em Saúde e Segurança

GRI 403-4, 403-5

A participação dos trabalhadores na gestão de saúde e segurança ocorre por meio de representantes formais e comitês, especialmente as Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPA) presentes em todas as unidades, e durante avaliações técnicas anuais obrigatórias, auditorias e processos de identificação de riscos, assegurando escuta ativa e envolvimento contínuo.

As CIPAs possuem responsabilidades como:

- Acompanhar a identificação de perigos e riscos nos ambientes de trabalho;
- Propor medidas de prevenção de acidentes e doenças ocupacionais;
- Promover conscientização, educação e treinamentos de segurança e saúde ocupacional.
- Representar os trabalhadores junto à companhia em temas de saúde e segurança e monitorar o cumprimento das metas do Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA).

Os comitês se reúnem mensalmente e exercem papel relevante nas decisões relacionadas à segurança, incluindo a elaboração de planos de ação preventiva e o acionamento das áreas responsáveis sempre que necessário.

Mantemos um programa contínuo de formação para preparar colaboradores diante de riscos ocupacionais e situações de emergência. Entre os treinamentos realizados, destacam-se:

- **Integração de novos colaboradores** com orientações de segurança;
- **Combate a incêndios e prevenção de emergências.**
- **Primeiros socorros;**
- **Uso adequado de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs);**
- **Treinamentos específicos por atividade ou ambiente de risco**, como treinamentos diversos de resgate e combate a incêndio nas áreas dos shoppings e em cozinhas, treinamentos de primeiros socorros e treinamentos de formação de bombeiros voluntários;
- **Capacitações obrigatórias das Normas Regulamentadoras**, como **NR-10** (instalações elétricas) e **NR-33** (espaços confinados) para trabalhadores envolvidos nessas atividades;
- **Realização anual da SIPAT**, promovendo educação ampla em saúde e segurança.

Riscos e Acidentes de Trabalho

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

Tratamos a saúde e a segurança ocupacional como um compromisso permanente com a proteção das pessoas e a sustentabilidade das operações. Nossa atuação é orientada por uma abordagem preventiva, estruturada e baseada em melhoria contínua, que integra identificação de perigos, avaliação de riscos, investigação de incidentes e monitoramento sistemático de indicadores.

Realizamos visitas técnicas periódicas aos locais de trabalho para identificar periculosidades em atividades operacionais, bem como em relações de negócios, aplicando de forma consistente a hierarquia de controles. Priorizamos a eliminação dos perigos e adotamos medidas de engenharia e administrativas, complementadas pelo uso adequado de EPIs.

A qualidade dessas avaliações é assegurada por equipes capacitadas e certificadas, submetidas a treinamentos contínuos e auditorias internas. Os resultados são consolidados em indicadores de desempenho (KPIs), que orientam ações corretivas e preventivas e promovem a evolução contínua do sistema de gestão de SST, assegurando a eficácia das ações implementadas e a promoção de ambientes de trabalho seguros e saudáveis.

Quando incidentes ocorrem, conduzimos investigações estruturadas que incluem entrevistas, inspeções no local, análise documental e aplicação de metodologias como a análise de causa raiz. A partir desse diagnóstico, definimos medidas corretivas conforme a hierarquia de controles e incorporamos os aprendizados ao sistema de gestão por meio de indicadores, fortalecendo a prevenção de recorrências e o aprendizado organizacional.

A identificação de perigos associados a acidentes graves ocorre por meio de inspeções periódicas, análises de riscos ocupacionais, investigação de incidentes e monitoramento contínuo das atividades. Esses riscos são classificados conforme seu potencial de gravidade, permitindo direcionar medidas corretivas e preventivas baseadas na hierarquia de controles, além

de treinamentos contínuos e revisões periódicas de procedimentos. Esse mesmo rigor é aplicado à prevenção de doenças ocupacionais, identificadas por análises ergonômicas, monitoramento ambiental, exames médicos e avaliação de fatores físicos, químicos, biológicos e psicossociais. Quando necessário, implementamos melhorias de engenharia, ajustes organizacionais, capacitações específicas e uso de EPIs, complementados por campanhas de conscientização e exames periódicos.

Mantemos, de forma contínua, ações de conscientização, educação em saúde física e mental, bem-estar financeiro e qualidade de vida, além de treinamentos operacionais e suporte à liderança para identificação e tratamento de riscos ao bem-estar. Essas iniciativas reforçam nosso compromisso com ambientes de trabalho seguros, saudáveis e alinhados às boas práticas de sustentabilidade e gestão responsável de pessoas.

Acidentes de Trabalho – GRI 403-9

Número e Índice de Óbitos Resultantes de Acidente de Trabalho	Empregados
Número	0,00
Índice	0.00
Número e Índice de Acidentes de Trabalho com Consequência Grave (Exceto Óbitos)	**Empregados**
Número	0,00
Índice	0.00
Número e Índice de Acidentes de Trabalho de Comunicação Obrigatória[1]	**Empregados**
Número	12,00
Índice	42,15
Número de Horas Trabalhadas	**Empregados**
Número	284.670,00

Nota 1: Os dados referem-se exclusivamente aos colaboradores próprios da empresa. A Ancar não realiza a gestão dos dados relacionados a trabalhadores de empresas terceirizadas. **– GRI 403-9**
Nota 2: Os principais tipos de acidentes registrados em 2025 foram relacionados a quedas e impactos com objetos parados. **– GRI 403-9**
Nota 3: O índice de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória é calculado com base na fórmula = (Número de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória/Número de horas trabalhadas) * [1.000.000]. **– GRI 403-9**

Doenças Profissionais – GRI 403-10

	Empregados	Trabalhadores que não São Empregados, Mas cujo Trabalho e/ou Local de Trabalho É Controlado pela Organização
Número de óbitos resultantes de doenças profissionais:	0,00	0,00
Índice de óbitos resultantes de doenças profissionais:	0.00	0.00
Número de casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória:[1]	10,00	0,00

Nota 1: Todos os colaboradores foram considerados para consolidação dos dados, seguindo as NRs do Ministério do Trabalho e Emprego. As principais doenças profissionais registradas em 2025 pelos colaboradores da Ancar estiveram associadas a questões emocionais **– GRI 403-10**

Capital Manufaturado

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

Em 2025, avançamos de forma integrada na manutenção e modernização da infraestrutura dos shoppings, na expansão de projetos proprietários de lazer e convivência, na transformação digital da jornada do cliente e no fortalecimento da eficiência operacional e fiscal, sempre alinhados aos princípios de sustentabilidade, inovação e impacto social positivo. Esses movimentos ampliam a relevância territorial dos empreendimentos, fortalecem o relacionamento com lojistas e comunidades, elevam a produtividade e contribuem para a resiliência de longo prazo do portfólio de ativos.

Ao conectar investimentos físicos, soluções tecnológicas, governança operacional e iniciativas de impacto social, a companhia reforça a geração de valor compartilhado nas regiões onde atua, promovendo experiências mais completas para consumidores, maior eficiência para o negócio e benefícios econômicos e sociais para os territórios atendidos.

Concluímos o ano com 18 *shopping centers* de propriedade em um portfólio total de 23 ativos próprios e geridos, alcançamos 875 mil m² de Área Bruta Locável (ABL) e taxa média de ocupação de 96,7% no ano. Esses resultados evidenciam a atratividade dos empreendimentos, a solidez da gestão de ativos e a capacidade contínua de adaptação às transformações do varejo e aos novos hábitos de consumo.

Gestão de Ativos, Investimentos e Revitalizações

Nossa estratégia combina expansões físicas, projetos de revitalização e iniciativas de diversificação de usos, priorizando a manutenção e a atualização dos ativos para torná-los mais eficientes, relevantes e alinhados às expectativas de consumidores, lojistas e comunidades. Buscamos soluções arquitetônicas integradas ao entorno urbano, associadas a melhorias operacionais, eficiência energética, conforto ambiental e ampliação de usos, reforçando o papel dos *shopping centers* como polos multifuncionais e catalisadores de vitalidade econômica e social.

Nesse contexto, a inauguração de novos quintais gastronômicos e o avanço de projetos proprietários de lazer contribuíram para o aumento do tempo de permanência dos visitantes, a diversificação do público e a criação de novas oportunidades de negócio.

Lançamento de Novos Quintais em 2025

Entre os principais projetos entregues ao longo do ano, junto com os Junga Park, destacam-se os novos "Quintais", espaços que reforçam o laço afetivo entre os shoppings e os seus frequentadores:

- **Quintal da Pedreira – Shopping Nova Iguaçu**: espaço de **5.320 m²**, com parque infantil de **1.013 m²**, salão de eventos de **80 m²** e área gastronômica com três operações, totalizando **150 m²**;
- **Quintal do Madeira – Porto Velho Shopping**: projeto concebido para promover experiências ao ar livre e conexão com a natureza, com **4.713 m²**, parque infantil de **1.013 m²**, salão de eventos de 100 m² e área gastronômica com três operações, somando **160 m²**;
- **Shopping Parque das Bandeiras** – entrada do Quintal do Bandeiras, inaugurado em 2021, e Quintalzinho do Ban, inaugurado em 2024, como parte do portfólio da Anima Ancar – 1.500 m².

Esses investimentos reforçam nosso compromisso com a criação de ambientes que estimulam convivência, bem-estar e a integração urbana.

Lançamento do Junga Park

Em 2025, demos um passo relevante na consolidação de uma estratégia que integra inovação, experiência do consumidor e sustentabilidade ao cotidiano dos nossos shoppings, com a criação e o amadurecimento da Anima Ancar, nova unidade de negócios voltada à geração de valor compartilhado, ao fortalecimento dos vínculos com as comunidades e à ampliação do papel dos empreendimentos como espaços de convivência, bem-estar e desenvolvimento social.

Ainda em seu primeiro ano, a Anima Ancar nasceu como um projeto que combina a solidez da companhia com a agilidade necessária para desenvolver um modelo inédito no setor, tendo como principal marco o lançamento do Junga Park, parque temático infantil concebido para estimular o movimento, a interação entre famílias e a desconexão temporária do ambiente digital, consolidando-se como âncora de experiência junto com os "Quintais", que integram gastronomia, lazer ao ar livre e convivência social.

Voltado a crianças de 3 a 13 anos, o Junga Park reúne arquitetura temática, *storytelling* e interatividade em mais de 1.000 m², com trilhas de arvorismo, brinquedos de aventura, espaços para festas e áreas de convivência familiar. Inspirado na narrativa de um explorador inglês e de seu guia indígena que descobrem um lugar mágico chamado "Junga", o projeto arquitetônico, assinado pelo escritório Ciclo Arquitetura, recria um ambiente de expedição em meio à floresta, incorporando elementos naturais, cenografia vibrante e referências a alojamentos de acampamento, fortalecendo o vínculo emocional com nossos empreendimentos, ao mesmo tempo em que amplia o uso qualificado dos espaços e infraestrutura presentes nos shoppings.

Sob a perspectiva ESG, a iniciativa foi estruturada com participação ativa das áreas corporativas desde a concepção até a operação, assegurando princípios de ética, segurança, responsabilidade socioambiental e boa governança, além da adaptação de controles e processos às particularidades de um negócio B2C.

No eixo social, destacam-se ações mensais de inclusão e acesso ao lazer para crianças de instituições de ensino e organizações sociais das regiões onde atuamos, permitindo que muitas vivenciassem, pela primeira vez, a experiência de um parque temático ou de um *shopping center*.

A relação com lojistas e parceiros também foi fortalecida por meio de ações de engajamento em campanhas institucionais, benefícios e integração ao programa de benefícios aMais, enquanto a escuta ativa do consumidor, por canais diretos de atendimento, possibilitou ajustes ágeis na operação.

Seguimos para 2026 com foco no amadurecimento do modelo, no fortalecimento da governança, na consolidação do impacto social e na expansão responsável do projeto, convictos de que sustentabilidade, inovação e experiência humana caminham de forma integrada na construção do shopping do futuro. Mais informações disponíveis no site da Ancar.

Destaques de Investimentos Estratégicos

North Shopping Fortaleza

Entre as obras de expansão e revitalização realizadas em 2025, destacamos o North Shopping Fortaleza, que passou por um ciclo intenso de transformação física e operacional ao longo do ano, com mais de 30 obras de lojistas realizadas, que resultaram em aproximadamente 4 mil m² de ABL inaugurada no período, incluindo novas operações e *retrofits*. A gestão desse volume de intervenções demandou coordenação, fiscalização contínua e flexibilidade operacional para garantir prazos, minimizar impactos aos clientes e assegurar a rápida entrada em operação das lojas, apesar do CAPEX para as obras ter reduzido 14% em relação a 2024.

Também avançamos na diversificação de usos, com a incorporação de operações de serviços, como o Detran e a ADM Financeira, que ocuparam áreas anteriormente ociosas, atraindo um público recorrente e ampliando a vitalidade do empreendimento. Paralelamente, promovemos melhorias nos sistemas de segurança e monitoramento, com ampliação do CFTV, reforçando a confiabilidade da operação.

Houve uma evolução no planejamento da revitalização do Acesso C localizado na área posterior do shopping, região que ganhou relevância com o adensamento imobiliário e a implantação de equipamentos públicos, como o Parque Raquel de Queiroz. O projeto, ainda em fase de licenciamento, já se configura como iniciativa estruturante para o ativo, com investimentos relevantes previstos a partir de 2026.

Essas mudanças resultaram em um crescimento de 4,33% no fluxo de pessoas em 2025, apesar da redução de quase 1% no fluxo de veículos, por conta do aumento de visitas de famílias ao empreendimento.

Shopping Nova Iguaçu: Expansão, Experiências e Impactos Positivos

O ano de 2025 marcou um ciclo relevante de investimentos no Shopping Nova Iguaçu, que é reconhecido como polo de gastronomia e lazer, com destaque para uma das principais expansões do nosso portfólio. A inauguração do Quintal da Pedreira e do Junga Park, primeiro parque de entretenimento da companhia, conforme apresentado na página 62, ampliou significativamente a oferta de lazer e convivência na Baixada Fluminense.

Ampliando o olhar também para a saúde e bem-estar no Shopping Nova Iguaçu, contamos com a academia Body Tech, única da Baixada Fluminense e que está em projeto para ampliação: deve dobrar de tamanho, para 2.000m², e aumentar para a capacidade do número de alunos de 2 mil para 3,5 mil até final de 2026.

Conjunto Nacional: Modernização e Preparação para os 55 anos

Em 2025, o Conjunto Nacional concentrou esforços na renovação de sua infraestrutura física e operacional, em preparação para a celebração de seus 55 anos. O período foi marcado pelo fortalecimento do mix de lojas, com a atração de marcas nacionais de destaque — como a primeira Hering Superstore do Distrito Federal — e pela expansão do polo gastronômico. Também avançamos na qualificação dos quiosques, com cinco dos dez maiores vendedores do portfólio em 2025 localizados no empreendimento.

A agenda de eventos foi outro destaque, com a realização de 207 ações ao longo do ano, incluindo eventos de grande porte, como o Burgerland Festival, que atraiu cerca de 500 mil pessoas em nove dias, além do fortalecimento da programação de Natal, viabilizada por patrocínios estratégicos, como o da Coca-Cola.

Com investimentos e parcerias estratégicas, estruturamos projetos relevantes para execução em 2026, com investimentos superiores a R$ 30 milhões, entre eles:

- **Projeto de Ambiência Interna**, voltado diretamente à experiência da jornada do cliente. Para isso contaremos com à requalificação de entradas com novo paisagismo. Já internamento teremos novos lounges e paisagismo, desenvolvido em parceria com o Superlimão. Já na parte externa, teremos novo paisagismo em jardins e fachadas do shopping integrando o shopping junto à arquitetura de Brasília;
- **Projeto Boulevard Varanda Leste**, como foco áreas gourmet e integração urbana com a calçada e com a Praça Lúcio Costa;
- **Projeto de Comunicação Visual**, desenvolvido com a Ilustre Ideia e Eh Design, voltado à melhoria da navegabilidade e da jornada do cliente, para solucionar gargalos de fluxo identificados;
- **Digitalização da Fachada Leste**, com investimentos em projetos, consultorias e processos de licenciamento para avançar com a base necessária para a viabilização técnica do projeto, em parceria com a Neoenergia e apoio futuro da Eletromídia;
- **Reforma dos banheiros da Praça de Alimentação**, com ampliação da capacidade e adequação integral às normas de acessibilidade com a criação de novos banheiros PCDs, em parceria com BR Infinite e N&A. Também realizaremos investimentos na reforma de um conjunto de banheiros do térreo para melhorar a jornada do cliente;
- **Implantação e Criação de Novas Áreas para Carga e Descarga nas Docas**, contando com a ampliação da área de recebimento de mercadorias e criação de novos espaços para o iFood e 99Food;
- ***Retrofit* Completo da Praça de Alimentação Sul** com abertura da laje para conexão do praça com o 3° piso, contando com a implementação de novas escadas rolantes, aumento da área *seatings*, com aumento do pé direito e implantação de novo paisagismo;
- **Implementação de Nova Infraestrutura** para novos painéis de mídia com desativação de painéis obsoletos.

Jornada de Inovação Digital, Eficiência e Transformação Tecnológica

GRI 3-3, 203-2

Em 2025, avançamos de forma consistente em nossa Jornada de Inovação Digital. As decisões de investimento em transformação digital foram orientadas pela busca de maior produtividade, aprimoramento da experiência de consumidores e lojistas, uso estratégico de dados e fortalecimento de uma cultura interna voltada à inovação contínua e à geração de valor de longo prazo.

Partimos do entendimento de que a inovação não se restringe ao ambiente digital. Atuamos em um negócio essencialmente físico, baseado em relações, experiências e emoções, e, por isso, integramos tecnologia, marketing, operações e gestão de ativos para consolidar um ecossistema híbrido — os chamados shoppings 5.0 — no qual o digital potencializa a vivência presencial, amplia a eficiência e fortalece os vínculos com as comunidades.

Ao longo do ano, consolidamos a integração entre Tecnologia da Informação e Marketing, posicionando a transformação digital como elemento central do direcionamento estratégico. Essa abordagem passou a apoiar decisões relacionadas à jornada do consumidor, ao relacionamento com lojistas, à comunicação, à eficiência operacional e à inovação em produtos e serviços. Como resultado, observamos ganhos de produtividade, maior alinhamento entre áreas e aumento da capacidade de execução, com prioridades definidas de forma conjunta e foco em soluções que ampliam a relevância dos nossos *shopping centers* como espaços de convivência, serviços e experiências.

Portal de Inovação

O Portal da Inovação, lançado em 2024, fruto de proposta de colaboradores, se consolida como plataforma oficial de inovação interna para colaboradores. Em 2025, atingiu 1.223 colaboradores ativos, sendo uma das principais ferramentas internas de transformação. Com mais de 100 projetos realizados e inseridos como cases, 40 participando da maratona de cases, 4 finalistas e 1 vencedor votado por toda a empresa, gerando prêmios para os finalistas, sendo eles Pós-Graduação em inovação na PUCRS e experiência de ir ao Web Summit Rio. Assim, a ferramenta promove inteligência coletiva, reconhecimento de colaboradores e projetos que fizeram diferença, estimulando troca e evolução de soluções. Dessa forma, amplia o compartilhamento de boas práticas, redução de custos e tempo nos processos e tem recebido reconhecimento externo, incluindo a presença da Ancar no *ranking Innovative Workplaces* 2025 da MIT Technology Review Brasil.

Acelera Ancar

Em 2025, nosso *hub* de inovação evoluiu com a promoção de dois desafios de inovação aberta em parceria com a League Ventures, conectando a companhia ao ecossistema de *startups* para buscar soluções para temas estratégicos do negócio. A campanha de inscrições de *startups* contou com 124 inscrições, contando com comunicação dos desafios lançados em portais de inovação e do ecossistema de *startups*.

O primeiro desafio teve como foco a eficiência operacional, com a busca por soluções capazes de digitalizar e sistematizar as inspeções de manutenção nos empreendimentos, reduzindo atividades manuais associadas aos checklists, e contou com inscrições. O segundo desafio foi direcionado à identificação de oportunidades de monetização dos dados gerados na interação com clientes, iniciativa que evoluiu para uma parceria com uma *startup* responsável por apoiar a estruturação de possíveis modelos de uso dessas informações. Ambos os desafios contaram com Pitch Day com *startups* por desafio para superintendentes e líderes corporativos e dos shoppings, passando por análise e resultaram em 1 *startups* por desafio eleitas para resalizarem pilotos em 2026, com estimativa de finalização dos pilotos em Junho/2026 para apresentarem resultados e serem avaliados próximos passos.

Pós-NRF: Aprendizado Contínuo e Visão de Futuro

Desde 2007, investimos de forma contínua na participação de nossas lideranças na NRF (*National Retail Federation*), maior congresso global do varejo, como parte do nosso compromisso com aprendizado permanente, inovação e visão de longo prazo. Em 2025, os aprendizados da 115ª edição do evento seguiram orientando decisões estratégicas relacionadas à tecnologia, experiência do cliente e novos modelos de negócio, reforçando nossa convicção de que a leitura crítica das tendências globais é fundamental para a evolução sustentável da companhia e do varejo brasileiro.

Pelo sexto ano consecutivo, realizamos o ciclo regional de encontros de Pós-NRF, entre 23 de janeiro e 25 de fevereiro, em parceria com o Reclame AQUI e a FFX Group, passando por nove capitais brasileiras. A iniciativa compartilhou com lojistas e convidados os principais insights do evento, abordando temas como o avanço da Inteligência Artificial na operação e na experiência do cliente, a integração entre o digital e o físico, a transformação das lojas em *hubs* de experiência e crescimento sustentado, com expectativa de impactar mais de 6 mil lojistas, ampliada pelo acesso ao conteúdo na plataforma UAI Lojista. As palestras e debates reforçaram a importância da reputação, das comunidades e da experiência presencial como elementos centrais para a competitividade do varejo no cenário pós-pandemia.

Inteligência Artificial: Cultura, Governança e Eficiência

A **Inteligência Artificial (IA)** ganhou protagonismo em 2025 como vetor de eficiência, inovação e sustentabilidade. Embora já utilizássemos modelos preditivos anteriormente, o ano foi marcado pela consolidação de uma abordagem estruturada e governada, com a criação de um Comitê de Transformação Digital e definição de diretrizes claras para uso responsável, seguro e escalável dessas tecnologias.

Investimos fortemente em capacitação, alcançando cerca de 550 colaboradores com treinamentos práticos em IA generativa, análise de dados, criação de conteúdos e aplicações em áreas como marketing, finanças e operações. O uso da IA passou a fazer parte da rotina das equipes, ampliando a autonomia, produtividade e qualidade das entregas.

No campo das soluções, avançamos no desenvolvimento de agentes de IA voltados tanto ao consumidor quanto à gestão interna. Destacam-se a evolução do assistente virtual do cliente, com recomendações personalizadas de lazer, compras e serviços, e a modernização da plataforma interna de *Business Intelligence*, que passou a responder consultas complexas em linguagem natural, apoiando decisões mais rápidas e informadas.

App dos Shoppings

O App dos Shoppings seguiu como uma das principais plataformas digitais da companhia. Desenvolvido com arquitetura em nuvem e estrutura 100% proprietária, o aplicativo permite a inclusão ágil de novas funcionalidades e oferece uma experiência personalizada aos consumidores, com facilidades ligadas ao novo programa de benefícios, aMais, e a serviços do shopping como pagamento de estacionamento, acesso a descontos exclusivos e serviços que ampliam conveniência e conforto.

Hub do Lojista

O *Hub* do Lojista fortalece a relação com nossos parceiros comerciais ao conectar lojistas, consumidores e a gestão dos shoppings. A ferramenta possibilita comunicação ágil, atualização instantânea de promoções e construção de estratégias segmentadas a partir de dados de consumo, ampliando o engajamento e a eficiência das operações.

Ana: Assistente Virtual Aprimora nosso Atendimento Digital

A Ana é a assistente virtual da Ancar, criada para tornar a experiência dos nossos clientes mais simples, prática e humanizada. Disponível 24 horas por dia via WhatsApp, além de integrada ao site e ao aplicativo dos shoppings, a ferramenta foi atualizada em 2025 com recursos de inteligência artificial e reconhecimento de linguagem natural. Com essa evolução, passamos a oferecer interações mais dinâmicas, capazes de compreender dúvidas e orientar os consumidores no uso de serviços e na navegação pelos empreendimentos. Ao conectar o ambiente digital ao físico, também utilizamos a Ana para identificar comportamentos e preferências dos usuários, permitindo oferecer informações mais relevantes sobre promoções, eventos e serviços.

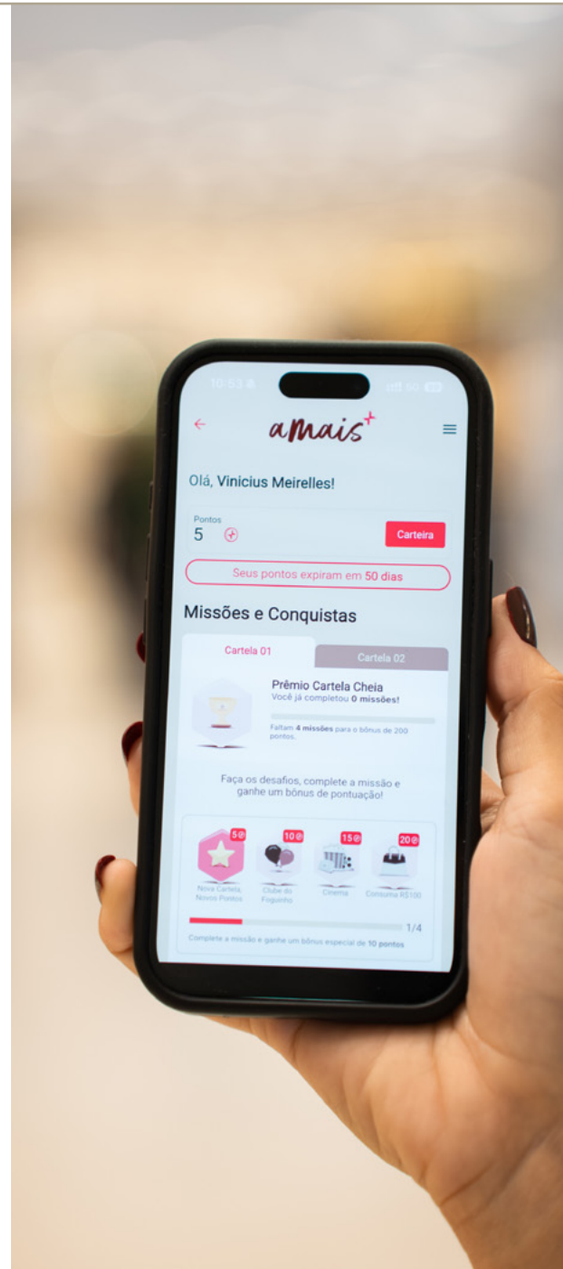
aMais: Relacionamento, Dados e Engajamento

Em linha com nossa estratégia de inovação e fortalecimento do relacionamento com o consumidor nos nossos shoppings, lançamos, em 2025, o programa de benefícios aMais. A iniciativa redefine os programas de relacionamento no segmento de shopping centers ao substituir o modelo tradicional de “compre e ganhe” por um ecossistema gamificado, mais dinâmico, personalizado e orientado à recorrência. Disponível nos aplicativos dos shoppings, o programa amplia o engajamento do público e fortalece a conexão entre consumidores, lojistas e empreendimentos.

Por meio do aMais, os clientes participam de desafios e missões integrados à própria jornada no shopping, envolvendo consumo, participação em eventos e utilização de serviços dos empreendimentos. A dinâmica gamificada transforma a experiência do cliente em uma jornada contínua de interação e recompensas, estimulando a recorrência e tornando cada visita mais envolvente. Além disso, o programa foi estruturado para oferecer benefícios de curto prazo e reconhecimento contínuo, incentivando a adesão desde os primeiros acessos.

Desenvolvido internamente em um sistema de fácil adaptação às especificidades de cada empreendimento, o aMais alcançou, em apenas oito meses, 14 shoppings da companhia, ou seja, mais de 60% do portfólio já tinha o programa ativo até o fim de 2025. A flexibilidade da plataforma permite que cada shopping desenvolva desafios, benefícios e experiências alinhados às suas estratégias comerciais e ao perfil de seu público, fortalecendo também a parceria com os lojistas e impulsionando objetivos de negócio.

Os resultados iniciais demonstram o potencial da estratégia. Além da rápida expansão da plataforma entre os empreendimentos da rede, o programa já registra taxa média de engajamento de 30%, reforçando a aderência do público ao modelo de relacionamento proposto pelo aMais. Ao integrar tecnologia, gamificação e inteligência de dados, a iniciativa amplia a compreensão sobre o comportamento do consumidor e fortalece a atuação da Ancar a partir de uma visão 360° da jornada do cliente. Mais do que um programa de benefícios, o aMais consolida-se como uma plataforma proprietária de relacionamento e inteligência de negócios, contribuindo para recorrência, vendas e desenvolvimento sustentável do ecossistema dos shoppings.



Eficiência Operacional e Inovação Aplicada

GRI 3-3, 203-2

A eficiência operacional constitui o pilar central da nossa estratégia de sustentabilidade, uma vez que processos mais integrados, digitais e bem governados geram ganhos econômicos, reduzem riscos e fortalecem a perenidade do negócio. Desde o início do CSC, avançamos nessa direção com o desenvolvimento de sistemas integrados voltados ao aprimoramento dos controles internos, promovendo maior integração entre shoppings, áreas corporativas e o Centro de Serviços Compartilhados.

Em 2025, o CSC manteve-se eficiente e contribuindo diretamente para o desempenho do Grupo Ancar. A eficiência sustenta-se na padronização e na automação, por meio do uso de tecnologias como RPA (Robotic Process Automation) e IA (Inteligência Artificial), permitindo que o centro entregue mais com menos recursos. Com esse modelo, foi possível aumentar a capacidade de absorção de novos shoppings.

A eficiência operacional impulsiona o valor, reduz riscos e assegura a sustentabilidade dos nossos negócios.

Cabe destacar a consolidação do AFA, solução fiscal desenvolvida internamente desde 2023 para responder à complexidade e ao elevado volume de demandas regulatórias do setor de *shopping centers*. A ferramenta proporcionou ganhos de velocidade, segurança e assertividade, reduziu atividades manuais e permitiu que uma equipe enxuta absorvesse novas demandas e a entrada de novos empreendimentos sem ampliação do quadro. Ao longo do ano, foram atendidos cerca de 9.600 chamados relacionados a obrigações governamentais, com 99% de assertividade e resolução dentro do prazo, o que assegurou a conformidade regulatória, evitou juros e penalidades e gerou reflexos financeiros positivos.

Paralelamente, mantivemos a utilização estratégica de incentivos fiscais federais e municipais, direcionando recursos — como o ISS — para projetos culturais e sociais alinhados à agenda ESG. O período também foi marcado pela intensificação das ações relacionadas à reforma tributária, tema estrutural para o setor. Em articulação com a Abrasce e demais representantes, contribuímos para a aprovação de reduções relevantes de alíquotas, estimadas em 70% para locação e 50% para serviços imobiliários.

Internamente, avançamos em estudos e simulações para adequações societárias visando atender aos impactos da reforma tributária. Esse movimento tem exigido forte integração entre áreas, especialmente Jurídico e Tecnologia da Informação, fortalecendo a governança da agenda ESG.

Tecnologia, ESG e Impacto Social

A tecnologia também apoiou diretamente nossa agenda ESG. Em 2025, disponibilizamos um painel corporativo de indicadores ambientais, reunindo dados de energia, água, resíduos e reciclagem por shopping, fortalecendo a transparência interna e o monitoramento de metas. O acesso rápido a essas informações possibilita a tomada de decisão estratégica baseada em dados reais e gera melhores resultados.

Avançamos ainda em iniciativas de descarte responsável e reaproveitamento de equipamentos de TI, com a recuperação e doação de cerca de 100 computadores a instituições sociais, ampliando o acesso à tecnologia e à educação digital.

Além disso, a experiência que adquirimos com os programas internos de capacitação em IA foi compartilhada com organizações do terceiro setor, como a Rede Cruzada, que recebeu *workshops* e treinamentos práticos sobre o uso de inteligência artificial para otimização de processos e aumento de eficiência operacional.

Capital Social

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

Promover o desenvolvimento social é parte fundamental da nossa essência e identidade corporativa desde a fundação, através da união da comunidade às ações sociais da Ancar para ampliar seu impacto. Ao impulsionar iniciativas voltadas à inclusão, à educação e à solidariedade, buscamos contribuir ativamente para a construção de uma sociedade mais justa, fortalecendo os vínculos entre nossos shoppings e os territórios em que estamos inseridos, em um compromisso que vai além da responsabilidade empresarial e se integra ao cuidado com as pessoas e na promoção de oportunidades reais para as pessoas e as comunidades em que estamos presentes.

Nossa atuação social está fundamentada na construção de relações de confiança e na geração de valor compartilhado com todos os públicos impactados por nossas operações, orientadas pela agenda Horizonte ESG Ancar 2030. Os *shopping centers* são ecossistemas vivos, que conectam pessoas, negócios e territórios, produzindo impactos econômicos, sociais e culturais relevantes, por isso, estruturamos nossa gestão a partir do diálogo contínuo, da transparência e do fortalecimento de iniciativas que promovam desenvolvimento sustentável para colaboradores, lojistas, consumidores, investidores e comunidades do entorno.

Relacionamento com *Stakeholders*

GRI 2-29, 203-2

É por meio do relacionamento próximo, transparente e colaborativo que promovemos a inovação, o compartilhamento de conhecimento e transformações que geram valor para todo o nosso ecossistema. Com base na matriz de materialidade da Ancar, identificamos nossos principais *stakeholders* e definimos estratégias específicas de engajamento para o relacionamento com cada público, para garantir a comunicação transparente com nossos investidores, acionistas, lojistas, parceiros de negócio, comunidades e organizações da sociedade civil, através de relatórios de desempenho, treinamentos, canais de escuta ativa e programas de desenvolvimento, à depender do canal de relacionamento com cada stakeholder.

Guiados pela escuta ativa, mantivemos os instrumentos permanentes de relacionamento implementados pela companhia ao longo dos anos — como portal de investidores, Canal de Transparência, SAC, redes sociais, Central de Atendimento ao Lojista (CAL), *Hub* do Lojista e iniciativas de capacitação — assegurando diálogo estruturado e resposta efetiva às demandas.

No ano de 2025 reforçamos especialmente o engajamento do público interno, por meio de treinamentos obrigatórios sobre políticas corporativas e conteúdos ESG, além de ações educativas realizadas ao longo do ano, como a campanha de conscientização relacionada às mudanças climáticas, que contou com materiais desenvolvidos pela companhia como e-book temático, pílulas de conhecimento preparatórias para a COP 30 e vídeos de conscientização sobre a importância do tema.

A primeira participação do portfólio Ancar no GRESB (*Global Real Estate Sustainability Benchmark*) e a adesão ao PRI ampliaram o alinhamento às referências internacionais de sustentabilidade e governança, fortalecendo a confiança de investidores e demais públicos estratégicos, apoiando todo o trabalho de engajamento interno realizado no ano.

Lojistas e UAI Lojista

GRI 203-2, 413-1

O desenvolvimento do ecossistema lojista permaneceu como prioridade estratégica para o desenvolvimento da Ancar e o ciclo foi caracterizado como um ano de amadurecimento, reforçando o propósito de que o aprendizado contínuo impulsiona resultados sustentáveis para todo o ecossistema.

Em 2025, fortalecemos o relacionamento com nossos lojistas por meio da consolidação da UAI Lojista como plataforma estruturante de desenvolvimento do ecossistema de varejo da companhia, com foco em performance, aprendizagem contínua e proximidade com o parceiro comercial. O período foi caracterizado como um momento de amadurecimento, no qual reforçamos o propósito de que quem aprende mais, vende mais, posicionando a iniciativa como uma verdadeira aceleradora de performance para o varejo.

Entre os principais destaques do ano, realizamos em 2024 o projeto UAI Lojista no *Mall*, em Brasília, com a criação de um estande dedicado ao público lojista e abordagem gamificada em parceria com instituições de ensino, iniciativa reconhecida com o Prêmio ABRASCE

em 2025 (ouro). O projeto estruturou-se em três etapas: a gamificação com brindes, a consultoria de IA para melhoria de performance dos lojistas e o lançamento do Ancar Cast com lojistas convidados, isso evidencia o valor da troca entre pares e do uso de dados para evolução do negócio. Mais informações da premiação na página 17.

Também fomos premiados pela ANITEC, conquistando dois troféus nas categorias de liderança e diversidade na educação e cultura de aprendizagem. Mais informações da premiação na página 16.

A efetividade do programa UAI Lojista no *Mall* resultou da combinação entre articulação interna — com integração de líderes, participação de áreas de interface e conexão com temas de arquitetura, visual merchandising e experiência — e parcerias externas especializadas em varejo, capazes de apoiar a formação de públicos sem vínculo direto com a companhia. A UAI Lojista manteve atuação em toda a rede, conciliando iniciativas transversais, como a Semana do Gerente, com conteúdos customizados para gerentes e líderes de equipe.

Às vésperas de completar cinco anos, o programa acumulou cerca de 50 mil acessos, 17 mil lojistas impactados em um universo de 3.200 lojas, encerrando o ciclo com NPS geral de 91

O principal desafio enfrentado permaneceu estrutural: a elevada rotatividade do varejo e a percepção cultural de baixa perspectiva de carreira no setor. Como resposta, lançamos um *onboarding* para novos vendedores, rapidamente incorporado ao grupo dos conteúdos mais acessados, desenvolvido com empresa especializada, participação de lojistas e gravações em nossos próprios shoppings.

Os destaques da plataforma em 2025 reuniram a evolução dos lojistas com a inteligência artificial:

1. Track&Field e Coralli: Case sobre IA;
2. *Live* Abertura Maratona de Sucesso 2025: Inteligência Artificial sem Mistério;
3. *Onboarding* do Novo Vendedor 2025;
4. Manual do Lojista;
5. *Live* Semana do Gerente: Como dobrar as vendas na Black Friday;
6. Comportamento humano na era digital;
7. Comece pelo porquê: Como grandes líderes inspiram pessoas e equipes a agir;
8. Como usar a IA para analisar as vendas perdidas na loja;
9. Inteligência Artificial: Uma abordagem de aprendizado de máquina;
10. Pense na IA como seu copiloto pessoal.

A Maratona de Sucesso, realizada anualmente como uma competição com duração de 90 dias exclusiva para o time de vendedores, em 2025 promoveu a *live* Desafio nas Vendas, no dia 9 de setembro, com o objetivo de incentivar os vendedores a fazerem uso dos conteúdos da Maratona dentro da plataforma. Alguns shoppings, como o CenterVale Shopping, Parque das Bandeiras e o Natal Shopping, realizaram visitas ativas às lojas para convidar e incentivar a participação dos lojistas, reforçando o engajamento.

Paralelamente, em 2025, avançamos na integração digital do ecossistema para os lojistas com o lançamento de *dashboard* de dados no *Hub* do Lojista, permitindo análises por segmento, horários de pico e indicadores de desempenho. Essa ferramenta complementa a oferta de diagnósticos consultivos aos lojistas e aos shoppings, com perspectiva futura de escalabilidade via inteligência artificial.

Também ampliamos as conexões entre desenvolvimento do varejo e sustentabilidade social, ao integrar a UAI Lojista ao programa Horizonte de capacitação de jovens, priorizando a conexão entre profissionais formados e oportunidades de contratação nas lojas, contribuindo para reduzir diferenças na empregabilidade local e de jovens.

Para 2026, projetamos fortalecer a plataforma como parceira estratégica do negócio, ampliando alcance e mensuração de impacto, com novas ferramentas digitais, simulador de vendas em testes e foco no acompanhamento do antes e depois dos participantes. Essa evolução reafirma nosso compromisso de construir um ecossistema de varejo mais preparado, humano e competitivo, no qual aprendizado, desempenho e geração de valor caminham de forma integrada.

Fornecedores

GRI 204-1, 410-1

Em 2025, 69,60% do orçamento de compras das unidades operacionais relevantes foi direcionado a fornecedores locais, definidos como aqueles estabelecidos no mesmo estado de atuação dos shoppings, reforçando nossa contribuição econômica para os territórios onde estamos presentes e estimulando a geração de renda e o fortalecimento das economias regionais.

Para além da relação comercial, investimos no desenvolvimento humano e técnico de nossa cadeia de valor por meio do Projeto ComPar (Compartilhando Conhecimento com a Parceria). Mais do que um *hub* de capacitação, a iniciativa é um modelo de gestão que assume a corresponsabilidade pelo treinamento de equipes terceirizadas, garantindo que o atendimento nos empreendimentos reflita os valores de hospitalidade e respeito da La Caisse.

O programa foca em temas críticos como conformidade, sustentabilidade e, prioritariamente, na segurança humanizada. Em 2025, consolidamos o rigoroso padrão de capacitação em Direitos Humanos: 100% do efetivo de segurança — totalizando 441 profissionais — recebeu treinamento formal e multidisciplinar.

Este conteúdo, desenvolvido com suporte de especialistas em diversidade e psicologia, aborda de forma prática o combate ao racismo, ao assédio e a garantia de uma abordagem inclusiva. Ao estender esses requisitos a 100% das empresas parceiras, asseguramos que a tecnologia e a técnica caminhem juntas com a ética, transformando a vigilância patrimonial em um agente de acolhimento e proteção de direitos no ecossistema do varejo.

Investidores

Contamos com uma base sólida de investidores estratégicos, composta pela família Carvalho, fundadora da companhia e do suporte de mais de 40 investidores institucionais e fundos de investimento. Essa estrutura reforça a estabilidade financeira e sustenta nossa visão de crescimento responsável no longo prazo.

Com o propósito de ampliar a transparência e fortalecer o relacionamento com os *stakeholders*, seguimos evoluindo continuamente nos processos de reporte desde 2023. Nesse contexto, mantemos o Portal de Investidores como um canal central de acesso às principais informações corporativas, reunindo conteúdos de governança, desempenho econômico-financeiro e indicadores de sustentabilidade através dos relatórios de sustentabilidade, além de disponibilizar o Canal de Transparência para o registro de manifestações relacionadas a condutas antiéticas, como assédio, discriminação, corrupção e fraude.

A comunicação com os investidores é conduzida pela área de Relações com Investidores, que promove reuniões periódicas e personalizadas com diferentes perfis de cotistas, compartilhando resultados, indicadores e avanços da agenda ESG. Como companhia de capital fechado, preservamos um relacionamento direto e contínuo com nossos investidores, tendo o Relatório de Sustentabilidade como principal instrumento de prestação de contas sobre temas ambientais, sociais e de governança.

De forma complementar, realizamos anualmente uma pesquisa de satisfação com investidores, orientada ao aprimoramento contínuo da qualidade do atendimento, da transparência das informações divulgadas e da efetividade do relacionamento institucional.

Transparência e Relacionamento com Consumidores e Lojistas

GRI 3-3

Acreditamos que a transparência e a qualidade do relacionamento com consumidores e lojistas são elementos centrais da estratégia de sustentabilidade para refletir em impactos positivos relevantes para a economia, o meio ambiente e as pessoas.

Em 2025, avançamos na construção de jornadas cada vez mais integradas entre os ambientes online e offline, com uso ético de tecnologias digitais e de inteligência artificial, ampliando a satisfação dos públicos atendidos, e o fortalecimento de espaços de convivência, incentivando as experiências dos consumidores através da jornada desenvolvida pelo programa aMais. Saiba mais sobre o programa na página 66.

Reconhecemos, simultaneamente, riscos associados à comunicação ineficiente com lojistas e a potenciais impactos financeiros decorrentes de sanções legais ou redução de demanda. Esses fatores orientam nosso monitoramento contínuo e a adoção de medidas preventivas, reforçando a gestão responsável das relações comerciais e da experiência nos empreendimentos.

Nossas relações comerciais envolvem múltiplos *stakeholders*, com destaque para os lojistas, que mantêm contato direto com os consumidores finais e influenciam a experiência nos shoppings. Para assegurar a condução responsável desse relacionamento, contamos com políticas, manuais de gestão de crise e estruturas de governança que integram áreas como marketing, jurídico, ESG, *Compliance*, operações e comercial.

Escuta do Consumidor

Mantemos canais ativos de diálogo e relacionamento, incluindo Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC), Canal de Transparência, redes sociais e programas de fidelização, além de plataformas de capacitação e comunicação dedicadas aos lojistas. A efetividade dessas iniciativas é acompanhada por pesquisas recorrentes, análises sociodemográficas e monitoramento estruturado das manifestações dos públicos.

Desde 2023, utilizamos o *Net Promoter Score* (NPS) como métrica estratégica de satisfação em todas as unidades, com média anual evoluindo de 77 em 2023 e para 82 em 2025, refletindo elevado nível de satisfação. A análise contínua dos *feedbacks* permitiu implementar melhorias concretas na jornada dos consumidores, como ampliação de recursos de acessibilidade, criação de lounges com assentos e pontos de recarga, reforço de bicicletários, melhorias em segurança, estacionamento e sinalização, *retrofit* de praças de alimentação, expansão de serviços *pet friendly* e adequações no mix de lojas.

Em 2025, o North Shopping Fortaleza registrou 56.967 respostas em pesquisas NPS, com evolução da nota média de 79,2 para patamares superiores a 91,6 ao final do período, resultando em índice acumulado acima de 82,3 (média anual), considerado excelente.

Paralelamente, avançamos em soluções digitais que integram experiência do consumidor e desempenho comercial dos lojistas. O *Hub* do Lojista possibilita a inclusão direta de benefícios e ofertas, enquanto o Painel do Lojista permite o acompanhamento de vendas e performance por segmento, reforçando transparência, inovação e suporte às operações, além de contribuir para relações comerciais mais sustentáveis e orientadas a dados.

Seguiremos evoluindo nossas práticas de relacionamento com foco em excelência de serviço, inovação e geração de valor compartilhado, fortalecendo a confiança dos consumidores e a sustentabilidade dos negócios no longo prazo.

Participação em Associações e Diálogo Institucional

GRI 2-28, 402-1

Mantemos participação ativa em associações setoriais, fóruns técnicos e iniciativas nacionais e internacionais que promovem o desenvolvimento sustentável, a governança responsável e o fortalecimento do setor de *shopping centers*, com o objetivo de fomentar o diálogo e fortalecer a construção coletiva de soluções para os desafios do setor. Em 2025, integramos as organizações:

- *Board Junior Achievement Americas*;
- Associação Brasileira dos Profissionais de Sustentabilidade (Abraps);
- Associação Brasileira de *Shopping Centers* (Abrasce), incluindo seu Comitê de Operações e o Grupo de Trabalho ESG;
- Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (Alshop);
- Comissão de Sustentabilidade do Conselho Regional de Administração do Rio de Janeiro (CRA-RJ);
- Pacto Global;
- Câmara de Comércio Brasil-Canadá;
- Pela primeira vez *Principles for Responsible Investment* (PRI); e
- *Global Real Estate Sustainability Benchmark* (GRESB).

Essa atuação institucional amplia nossa capacidade de contribuir para a evolução de práticas ambientais, sociais e de governança, além de fortalecer o diálogo com reguladores, investidores, parceiros e demais agentes do ecossistema. Ao participar desses espaços colaborativos, compartilhamos aprendizados, acompanhamos tendências regulatórias e promovemos a adoção de padrões alinhados às melhores referências internacionais de sustentabilidade e transparência.

No que se refere às mudanças operacionais com potencial impacto relevante sobre colaboradores, seguimos as diretrizes e recomendações estabelecidas em âmbito setorial, especialmente por meio da Abrasce. Embora não exista definição uniforme de prazo mínimo de notificação aplicável a todas as situações, as comunicações são realizadas por meio de notas formais e orientações que estabelecem prazos previamente acordados conforme a natureza de cada decisão. Nos casos em que há acordos de negociação coletiva, os dispositivos de aviso prévio, consulta e negociação encontram-se devidamente previstos, assegurando conformidade trabalhista e respeito aos direitos dos trabalhadores.

Relacionamento com a Comunidade e Desenvolvimento Local

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

Mantemos uma atuação contínua voltada ao fortalecimento das comunidades onde nossos empreendimentos estão inseridos, reconhecendo que a presença de um *shopping center* influencia diretamente a dinâmica social, econômica e urbana do território. Nossa cultura organizacional, orientada por uma visão humana e pelo compromisso com a sustentabilidade, direciona decisões que buscam gerar valor compartilhado, respeitar os direitos humanos e promover o bem-estar coletivo.

Em 2025, seguimos atuando para ampliarmos os impactos positivos associados à melhoria da qualidade de vida, à geração de empregos, ao estímulo ao empreendedorismo juvenil em contextos de vulnerabilidade, à valorização do entorno urbano e à oferta de serviços, lazer e espaços de convivência. Também fortalecemos o engajamento comunitário em temas socioambientais, ao mesmo tempo em que monitoramos riscos potenciais relacionados a exigências regulatórias, custos legais e restrições de acesso a capital, assegurando uma gestão preventiva, responsável e alinhada às melhores práticas.

Reconhecemos que nossas operações podem gerar impactos negativos potenciais — como poluição ambiental, alterações no uso do solo, ruídos, aumento de custos imobiliários, mudanças no tráfego local, emissões de gases de efeito estufa, geração de resíduos e competição com o comércio do entorno. Esses fatores são continuamente avaliados e mitigados por meio de planejamento urbano responsável, gestão ambiental estruturada, diálogo permanente com a comunidade e parcerias institucionais.

No North Shopping Fortaleza, por exemplo, as intervenções para expansão e revitalização realizadas em 2025 ocorreram majoritariamente em áreas internas e sem impactos negativos relevantes para o entorno. Obras potencialmente incômodas foram ajustadas para horários adequados, reduzindo ruídos e transtornos.

Paralelamente, mantivemos iniciativas sociais contínuas, como o Projeto Raízes do Nortão, no North Shopping Fortaleza, que utiliza composto orgânico gerado internamente para manter hortas no shopping, em escolas do entorno e no Instituto dos Cegos, promovendo benefícios ambientais e sociais integrados.

Nossos compromissos com o desenvolvimento local são formalizados por políticas corporativas, como a Política de Responsabilidade Social, a Política de ESG e o Código de Conduta Ética, complementadas por declarações públicas e programas de capacitação. Essas diretrizes estão alinhadas ao pilar de transformação social do Horizonte ESG 2030 e são comunicadas de forma transparente em nossos canais institucionais, fortalecendo o diálogo com a sociedade e os públicos locais.

Mantemos, ainda, parcerias com prefeituras e organizações da sociedade civil em territórios com maior vulnerabilidade social, com o objetivo de mitigar desigualdades e promover inclusão por meio de ações estruturadas e de longo prazo. O acompanhamento dessas iniciativas ocorre trimestralmente, com base em relatórios de doações, patrocínios e indicadores socioambientais, além do monitoramento pelo Comitê ESG, garantindo avaliação contínua de resultados e incorporação de aprendizados às políticas corporativas.

Todas as operações da Ancar contam com práticas estruturadas de engajamento comunitário, que incluem avaliações de impacto social e ambiental, divulgação pública de resultados, programas de desenvolvimento alinhados às necessidades locais e canais acessíveis de relacionamento e registro de queixas de *stakeholders*.

Investimento Social Privado e Programas Estruturantes

Por meio de iniciativas como Ancar Vita e Programa Bem Ancar, direcionamos recursos para organizações que promovem educação, inclusão social, empreendedorismo e fortalecimento institucional da sociedade civil.

Em 2025 investimos R$ 5,7 milhões em projetos sociais. Esses investimentos reforçam nosso compromisso com o desenvolvimento socioeconômico dos territórios, contribuindo para a ampliação de oportunidades, o fortalecimento de redes comunitárias e a promoção de impactos positivos duradouros, conforme apresentado a seguir.

Destaques de Ações Sociais Realizadas para a Comunidade em 2025

Caravana Bem Ancar

O compromisso com a transformação social é reforçado internamente com a Caravana Bem Ancar, iniciativa de voluntariado que integra o programa Bem Ancar e mobiliza colaboradores dos shoppings para atuação direta junto às instituições sociais apoiadas pela companhia. A proposta consiste em dedicar um dia ao trabalho voluntário, permitindo vivenciar de perto os desafios e as histórias das comunidades atendidas.

Com foco em pessoas em situação de vulnerabilidade, os projetos incluem educação infantil, acolhimento de idosos e apoio a pessoas com deficiência visual. Com a Caravana ampliamos a rede de solidariedade e reafirmamos a sustentabilidade como valor cultural presente no cotidiano das equipes.

Natal Sem Fome

Há nove anos, nossos shoppings atuam como pontos oficiais de arrecadação da campanha Natal Sem Fome, promovida pela ONG Ação da Cidadania. Em 2025, arrecadamos 200 toneladas de alimentos, contribuindo para atender mais de 20 mil famílias em 18 estados brasileiros, iniciativa integrada à Agenda ESG Ancar 2030 e ao compromisso com o combate à insegurança alimentar.

Entre as principais iniciativas realizadas para fomentar as doações, destacam-se:

- Pontos de doação estrategicamente posicionados nos shoppings;
- Concessão de cupons em dobro para participação nos sorteios de Natal mediante doação de alimentos;
- Oficinas infantis com entrada solidária, incentivando a participação das famílias;
- Parcerias com supermercados locais;
- Acesso aos brinquedos da decoração de Natal mediante doação;
- Possibilidade de doação por meio de alimentos físicos ou pagamento online, ampliando o alcance da campanha.

Além disso, o engajamento comunitário foi ampliado com a utilização de nossos novos parques como pontos de ativação de campanhas, onde foram arrecadados **403 kg de alimentos** durante o mês de dezembro, destinados às instituições:

- **Instituto Meduca (Junga Park – Shopping Nova Iguaçu)**: 215 kg;

- **NACC e Luz do Alvorecer (Junga Park – Porto Velho Shopping)**: 188 kg.

Outro destaque da campanha foi o Shopping Nova América. O evento de chegada do Papai Noel foi muito além de um momento de celebração: marcada pela solidariedade, a entrada mediante a doação de 1kg de alimento mobilizou milhares de pessoas e transformou o espírito natalino em impacto real, resultando na arrecadação de 500 toneladas de alimentos em apenas um dia.

Adicionalmente, alguns shoppings se destacaram pelo volume arrecadado ao longo da campanha, reforçando o papel estratégico das operações locais na mobilização social:

- **Iguatemi Porto Alegre** arrecadou **47.707 kg**;
- **Centervale Shopping** arrecadou **22.790 kg**;
- **Shopping Nova América** arrecadou **16.024 kg**;
- **Pantanal Shopping** arrecadou **14.611 kg**; e
- **Porto Velho Shopping** arrecadou **12.052 kg**.

Natal Acessível

O Natal Acessível, realizado no Shopping Conjunto Nacional, teve como propósito oferecer uma experiência natalina verdadeiramente inclusiva e acolhedora. Toda a ambientação e programação foram planejadas com foco em acessibilidade, incluindo intérpretes de Libras em apresentações teatrais e a disponibilização de abafadores de ouvido para pessoas com hipersensibilidade sensorial, especialmente crianças neurodivergentes.

A celebração ganhou ainda maior relevância com a chegada do Papai Noel associada à primeira Caravana de Natal da Coca-Cola do Distrito Federal em 2025, ampliando a experiência das famílias e fortalecendo o engajamento de lojistas, colaboradores e clientes. O evento evidenciou a capacidade do shopping de gerar conexões emocionais e mobilizar toda a cadeia de valor em torno de uma vivência coletiva significativa. Mais informações sobre a Caravana de Natal da Coca-Cola na página 82.

Campanhas Solidárias e Mobilização de Recursos – Shopping Iguatemi Porto Alegre

- **Leilão anual beneficente**: o evento vendeu peças utilizadas pela influenciadora Claudia Bartelle que resultaram em arrecadação de R$ 2,2 milhões. O valor foi destinado à Casa Madre Ana, instituição gerida pela Santa Casa de Porto Alegre;
- **Creche Jardim Ipiranga**: apoiamos também a Creche Jardim Ipiranga, que realiza atendimento diário a **163 crianças**, reforçando o apoio a iniciativas de educação infantil.

Junga Park

Nos primeiros oito meses após a inauguração, o Junga Park ampliou o acesso gratuito ao lazer para crianças de escolas públicas, ONGs e instituições locais, através de ações em parceria com as escolas e prefeituras locais. Ao todo, 1.755 crianças participaram das atividades — sendo 1.309 no Shopping Nova Iguaçu e 405 no Porto Velho Shopping em eventos realizados ao longo do ano — além de familiares, educadores e comunidades impactadas, incluindo crianças que nunca haviam visitado um shopping ou parque de diversões. A iniciativa evidencia o potencial dos empreendimentos como espaços de inclusão social, convivência e pertencimento.

Programa Horizontes

Entre as iniciativas voltadas ao desenvolvimento local, destacamos o lançamento do **Programa Horizontes**, que tem como foco o desenvolvimento em habilidades voltadas para o mundo do trabalho. O programa capacitou e formou 23 jovens de 14 a 18 anos em áreas como informática, vendas e marketing. A estruturação do conteúdo programático e aplicação das aulas foi concebida em parceria com a instituição Espro (Ensino Social Profissionalizante). A ação ocorreu no polo de ensino da própria Espro, no bairro de Madureira, no Rio de Janeiro.

Durante o período de aplicação do curso, que durou cerca de quatro meses, profissionais da Ancar atuaram como voluntários durante uma semana, onde compartilharam conhecimentos como gestão financeira, aplicação de IA em processos como construção de currículos, e atuação prática no setor de *shopping centers*.

O programa amplia perspectivas de empregabilidade, geração de renda e inserção produtiva, contribuindo para a transformação socioeconômica das comunidades onde estamos presentes e reforçando o compromisso da companhia com a educação como vetor de mobilidade social. A perspectiva para os próximos anos é ampliar a atuação com mais turmas em diferentes localidades do Brasil, potencializando a geração de impacto positivo.

Inclusão Digital e Fortalecimento Educacional

Consolidamos nossa atuação em inclusão digital e educação por meio de iniciativas estruturadas que combinam transferência de conhecimento, apoio institucional e ampliação do acesso à tecnologia. Nesse contexto, fortalecemos nossa parceria com a Rede Cruzada, por meio da vertical de tecnologia, ao compartilharmos *expertise* em Inovação, Transformação Digital e Inteligência Artificial.

Esse ecossistema de aprendizado, iniciado em 2023 com a realização de um simpósio de inovação, evoluiu de forma significativa em 2025, com a entrega de um planejamento

estratégico de Inteligência Artificial direcionado ao conselho e às lideranças da instituição. A iniciativa foi complementada por *workshops* práticos voltados à capacitação de coordenadores pedagógicos, ampliando a aplicação dos conteúdos no contexto educacional e fortalecendo a capacidade institucional da organização parceira.

Paralelamente, ampliamos nosso compromisso com a inclusão digital por meio da doação de equipamentos de informática realizada pela equipe de Tecnologia da Informação da Ancar, direcionada a projetos sociais parceiros. A iniciativa beneficiou projetos sociais parceiros, fortalecendo o acesso à tecnologia, à capacitação profissional e a oportunidades educacionais para públicos em situação de vulnerabilidade.

Foram contemplados:

- **Projeto Nova Direção** – 15 microcomputadores Dell Optiplex;
- **Projeto Novo Amanhecer** – 15 microcomputadores Dell Optiplex;
- **Projeto Trindade Marketing** – 20 desktops Dell Optiplex e 21 notebooks Dell Latitude.

Ao direcionar esses recursos para iniciativas comunitárias, contribuímos para reduzir barreiras de acesso à tecnologia, apoiar processos formativos e promover autonomia econômica de jovens e adultos, gerando impactos positivos duradouros nos territórios onde atuamos.

Ações do Shopping Nova Iguaçu

Em 2025, o Shopping Nova Iguaçu manteve uma agenda contínua de iniciativas voltadas à inclusão social, ao acolhimento da neurodiversidade e ao fortalecimento de vínculos comunitários. As ações desenvolvidas ao longo do ano reforçaram o papel do empreendimento como um espaço de cuidado, pertencimento e promoção da qualidade de vida para diferentes públicos do território. Entre elas, destacam-se:

- As campanhas solidárias, que continuaram sendo um eixo importante da atuação social do shopping. Iniciativas como o Natal Sem Fome e a campanha de doação de agasalhos seguiram mobilizando a comunidade e foram realizadas em parceria com instituições assistenciais, entre elas o Instituto Meduca, ampliando o alcance das ações e fortalecendo redes locais de apoio;
- No âmbito da atenção à neurodiversidade, o Shopping Nova Iguaçu avançou na criação de experiências mais acolhedoras. Além do empréstimo gratuito de abafadores de ruído e da oferta da Sala do Bem — espaço dedicado à descompressão em situações de crise —, foram realizadas sessões mensais de cinema, em parceria com o Kinoplex, por meio do projeto Sessão Azul, voltadas a promover conforto e inclusão para crianças neurodivergentes e suas famílias;
- Além disso, foram realizadas sessões do Cinematerna, adaptadas para mães com crianças de até 18 meses, promovendo a reintegração social e ampliando as possibilidades de lazer para esse público;
- Com foco na promoção de saúde e bem-estar, o shopping também fortaleceu parcerias comunitárias. Entre as ações, destacam-se o aulão gratuito de yoga realizado no Quintal da Pedreira, em parceria com a Bodytech, e os serviços de massagem e reflexologia oferecidos em parceria com o SENAC, iniciativas que contribuíram para ampliar o acesso da comunidade a práticas de autocuidado.

Ações do Shopping Conjunto Nacional

No **Shopping Conjunto Nacional**, realizamos uma agenda diversificada de ações sociais, educacionais e inclusivas ao longo de 2025, entre elas destacamos:

- **NAUfest**: evento voltado a empreendedorismo e educação, organizado pela Junior Achievement Americas, que conectou cerca de 3.500 jovens — majoritariamente alunos da rede pública entre 15 e 29 anos — às tendências de mercado, propósito pessoal e impacto social, com participação de diversas instituições de Brasília;
- **Feira de Adoção Pet**: ação de incentivo a adoção responsável de animais realizada em parceria com a ONG SOS Pet que reuniu mais de 50 animais ao longo do ano e resultou em mais de 20 adoções. Voluntários da ONG orientaram o público do evento sobre o tema, com espaço aberto e educativo para o esclarecimento de dúvidas, promovendo conscientização sobre guarda responsável e educação em cuidados com pets;
- **Ação Social com a ABRACE**: a ação em parceria com a Associação Brasileira de Assistência às Famílias de Crianças Portadoras de Câncer realizou o atendimento especial a 30 crianças em tratamento oncológico na instituição e suas famílias no Clubinho das Princesas e Heróis celebrando o mês das crianças, proporcionando atividades lúdicas em ambiente acolhedor e inclusivo em um ambiente reservado;
- **O Salão-Escola Senac DF**, localizado no empreendimento, ofertou cinco cursos profissionalizantes e formou mais de 500 alunos em 15 meses, contribuindo para a empregabilidade e inclusão produtiva;
- **Tour da Sustentabilidade – Educação ambiental e engajamento comunitário**: ampliou o diálogo com a comunidade ao receber instituições sociais, educacionais e grupos da terceira idade no shopping, oferecendo experiências de educação ambiental, mobilidade, eficiência energética, compostagem, reuso de água e contato com hortas urbanas.

Instituições Participantes e Benefícios Gerados

- **Lar Maria Madalena**: momentos de lazer, educação ambiental e acesso a hortaliças frescas na horta do empreendimento. Em 2025, 15 pessoas foram atendidas;
- **Pró-Vida**: o instituto que trabalha com criação no contraturno escolar participou da exposição Tesouros da Terra oferecida pelo *shopping center*, que trouxe contato com tecnologias e profissões do agronegócio. Participaram 44 pessoas pela ação em 2025;
- **Grupo 60+ Ginástica nas Quadras do Guará**: estímulo à mobilidade e educação ambiental com os idosos, através de atividade física, cultivo e colheita de plantas e da integração social. Apoiou 40 pessoas em 2025;

As instituições a seguir foram beneficiadas com aulas de educação ambiental sobre diversos temas, como eficiência energética, compostagem, reuso de água e práticas sustentáveis:

- **Escola Classe 209 Sul – 100 pessoas;**
- **Instituto Federal de Brasília** (Campus São Sebastião) – **25 pessoas**;
- **ISBET** (Instituto Brasileiro Pró Educação, Trabalho e Desenvolvimento) – **25 pessoas**;
- **SENAC** (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) – **25 pessoas**;
- **CED Zumbi dos Palmares** (Centro Educacional) – **25 pessoas**;
- **CED Taquara** (Centro Educacional) – **25 pessoas**.

Ações com Incentivo Fiscal e Apoio Institucional

Em 2025, direcionamos investimentos a diversos projetos sociais por meio de leis federais de incentivo fiscal e da Lei do ISS do município do Rio de Janeiro, fortalecendo nossa estratégia de Investimento Social Privado (ISP) e o alinhamento à agenda ESG da companhia. A seleção das iniciativas seguiu processo estruturado, com avaliação de portfólios, verificação de aderência estratégica, análise de diligência dos proponentes e validação final pelo Comitê Multidisciplinar de Deliberação de Projetos Sociais, assegurando governança, transparência e impacto social consistente.

- **Lei Rouanet**: *Acelera Toti (RJ)*, iniciativa voltada à profissionalização de pessoas refugiadas e migrantes no setor da economia criativa, com foco na geração de renda e inclusão produtiva. O projeto contempla oficinas artísticas e educativas, ampliando o acesso à cultura e promovendo educação crítica, ao mesmo tempo em que fortalece a representatividade de narrativas negras e LGBTQIAPN+. A iniciativa também estimula parcerias entre empresas, coletivos culturais, escolas e organizações da sociedade civil, potencializando o alcance e a efetividade das ações. Atende os ODS 4, 10 e 17;
- **Lei de Incentivo ao Esporte**: Por um Legado, projeto que promove a prática do judô como ferramenta de desenvolvimento educacional e social para crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade. A iniciativa proporciona acesso a ambientes seguros, estimulando o bem-estar, a disciplina e o desenvolvimento individual e coletivo, além de contribuir para a redução de desigualdades por meio do esporte. Atende os ODS 3, 4 e 10;
- **Fundo para Infância e Adolescência (FIA)**: Visão Inclusão e Educação, iniciativa itinerante que promove saúde ocular e inclusão social de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade. Por meio da realização de exames optométricos e da distribuição gratuita de óculos, o projeto contribui para a melhoria do desempenho escolar, redução da evasão e fortalecimento da autoestima e do bem-estar dos beneficiários. Atende o ODS 3;
- **Fundo da Pessoa Idosa**: Visão para Inclusão, iniciativa voltada à promoção da saúde ocular de pessoas idosas em situação de vulnerabilidade social, com a realização de exames e doação de óculos de grau. O projeto amplia o acesso a serviços de saúde e contribui para a melhoria da qualidade de vida dos beneficiários, foi realizado em um município de Minas Gerais e no município de Eusébio, no Ceará. Atende o ODS 3;
- **Lei do ISS – Rio de Janeiro**:
  - ***Fortalecimento Institucional***: *EKLOOS (Aceleração de Projetos)*, programa que oferece capacitações e mentorias para organizações sociais, visando aprimorar sua gestão, sustentabilidade e qualidade das iniciativas desenvolvidas. A ação impacta diretamente cerca de 1.000 pessoas, ao fortalecer 10 organizações que atuam em diferentes territórios, ampliando a eficiência e o alcance das soluções sociais implementadas. Atende os ODS 4 e 10.

- ***Espetáculo Corpos que Dançam***: projeto cultural que promove apresentações artísticas e oficinas inclusivas de dança de salão voltadas a pessoas com deficiência, especialmente cadeirantes, além de contemplar públicos diversos, como idosos, adolescentes e adultos. A iniciativa amplia o acesso à cultura, fomenta a inclusão social e fortalece a articulação entre diferentes atores sociais. Atende os ODS 4, 10 e 17;
- ***Acelera Toti***: apoio ao projeto também por meio da Lei do ISS-RJ, ampliando o alcance da iniciativa e reforçando o compromisso da Companhia com a inclusão produtiva e o fortalecimento da economia criativa.

No total, direcionamos aproximadamente **R$ 534 mil** via ISS-RJ e cerca de **R$ 125 mil** por meio das leis federais de incentivo em 2025, ampliando o alcance de iniciativas capazes de promover desenvolvimento social sustentável nas comunidades onde atuamos.

Educação e Desenvolvimento de Jovens – Parceria com a Junior Achievement

Fortalecemos nosso compromisso com o desenvolvimento social por meio do apoio a iniciativas de educação empreendedora, financeira e preparação para o mercado de trabalho, em parceria com a Junior Achievement Brasil. As ações contribuem para ampliar oportunidades para jovens em diferentes regiões do país, promovendo autonomia, protagonismo e desenvolvimento de habilidades essenciais para a vida e para a carreira.

Ao apoiar programas educacionais estruturados, contribuímos para a oferta de experiências práticas de aprendizagem, realizadas em formatos presenciais, remotos e híbridos, com alcance nacional e integração entre empresas, escolas e voluntários. Essas iniciativas fazem parte de um ecossistema que, ao longo dos anos, já viabilizou milhões de experiências educacionais e impactou milhares de estudantes, fortalecendo a conexão entre educação, empregabilidade e geração de renda.

Inclusão Digital e Fortalecimento da Educação Profissional

Em 2025, avançamos no apoio à educação profissionalizante e à inclusão digital por meio do patrocínio à ONG Nova Direção, localizada no Complexo da Maré (RJ), que atua há mais de uma década oferecendo formação gratuita e cidadania a públicos vulneráveis.

Somente em 2025, mais de 650 pessoas concluíram cursos ofertados pela organização, incluindo formações voltadas ao empreendedorismo feminino — como Bolo de Pote, Decoração de Festa, Customização e Manicure Básico — que promovam geração de renda, autonomia financeira, fortalecimento da autoestima e ampliação de perspectivas profissionais.

Além dessas iniciativas, a instituição disponibilizou cursos técnicos e profissionalizantes em áreas como inglês, cabeleireiro, elétrica, massoterapia, design de sobrancelhas, maquiagem, informática, administração, barbearia e extensão de cílios, ampliando o acesso à qualificação e à empregabilidade.

Ainda entre as ações da ONG Nova Direção suportadas pelo patrocínio da Ancar Vita, em 2025 a instituição implementou melhorias pedagógicas relevantes, como a transmissão ao vivo de técnicas práticas em sala de aula, permitindo que todas as alunas acompanhassem demonstrações em tempo real, com maior clareza, acessibilidade e igualdade de aprendizado.

No mesmo período, foi realizado pela ONG o Vision Connect Beauty, congresso voltado ao fortalecimento do posicionamento profissional, desenvolvimento emocional e estímulo ao empreendedorismo na área da beleza, em um evento que promoveu troca de experiências, fortalecimento da autoestima e preparo dos participantes para os desafios do mercado com palestrantes convidados.

Campanhas de Lazer, Cultura e Entretenimento

Campanha Nacional de Natal – O Melhor do Natal é Compartilhar

Realizamos uma campanha nacional inédita em parceria com a Coca-Cola Company, presente em 17 shoppings da rede em todo o Brasil, com o tema "O Melhor do Natal é Compartilhar". A iniciativa combinou experiências emocionais, ativações de marca e estímulo ao consumo responsável, reforçando o posicionamento dos shoppings como ambientes de encontro e celebração coletiva.

Principais ações realizadas:

- Chegada do Papai Noel acompanhada da tradicional **Caravana Coca-Cola**;
- Cenários temáticos cocriados com a marca e ambientação especial;
- Distribuição de produtos e ativações promocionais;
- Eventos de abertura que, em alguns centros comerciais, reuniram **mais de 30 mil visitantes**.

A campanha incluiu ainda a promoção "**Compre e Concorra**", com sorteio de frigobares retrô personalizados abastecidos com produtos Coca-Cola, mediante cadastro de notas fiscais no aplicativo dos shoppings.

Destaques do Shopping Conjunto Nacional – Exposições, Esporte e Bem-Estar

- **Exposição "Tesouros da Terra – Sementes da Inovação"**: conectou o público urbano à evolução e importância do agronegócio brasileiro por meio de conteúdos sobre tecnologia, ciência, biotecnologia e segurança alimentar, ampliando a conscientização sobre o futuro da produção de alimentos;
- **Soul no Morro**: com oferta de aulas abertas de yoga, funcional, corrida e cãominhada que reuniram cerca de 100 participantes, o evento, que visou promover bem-estar, qualidade de vida, convivência comunitária e conscientização sobre adoção responsável, resultou na arrecadação de mais de 60 kg de alimentos para instituições parceiras, além de incremento de fluxo de veículos para o estacionamento antes da abertura do shopping domingo de manhã, se estendendo para consumo no shopping após a abertura das lojas a tarde;
- **Corrida Kids**: buscando incentivar a prática esportiva e o lazer familiar, o evento tinha como público-alvo crianças de 4 a 12 anos e seus familiares, contou com 127 crianças inscritas e público estimado de 300 pessoas, gerou incremento de receita com a abertura do estacionamento no domingo mais cedo que o horário de abertura do shopping se estendendo para o consumo após o período de abertura a tarde.

Mascotes da Ancar

Nossos mascotes representam, de forma lúdica, os valores de cada empreendimento e fortalecem a conexão emocional com o público infantil, atuando como porta-vozes de mensagens educativas e socioambientais em ações realizadas nos nossos shoppings.

Novos Lançamentos

Em 2025 contamos com novos mascotes oficiais, a **Aurora** e o **Joquinho**:

Porto Velho Shopping, lançamos a **Aurora**, uma arara-azul carismática que representa a energia e o espírito acolhedor do empreendimento. Criada para aproximar o público da marca, a mascote traduz leveza, descoberta e boas experiências, contribuindo para tornar a visita ao shopping mais envolvente e memorável.

North Shopping Jóquei, apresentamos o **Joquinho**, um personagem travesso e curioso, pensado como o anfitrião da diversão do empreendimento. Amigo da criançada, ele percorre os corredores incentivando brincadeiras e momentos de convivência, fortalecendo a conexão do shopping com o público.

Já no **Madureira Shopping**, a **Maduzinha** ganhou vida em um novo capítulo: agora em versão 3D. Com um design mais humanizado e carismático, o rebranding da mascote busca fortalecer a conexão emocional com as famílias da região, trazendo modernidade e encanto para o lazer das crianças.

Mascotes da Rede

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

Capital Natural

GRI 3-3, 201-2, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, IF-RE-130A.2

Integração do Clima, Recursos e Decisões Responsáveis

GRI 3-3, 201-2

Em um contexto de intensificação das mudanças climáticas, maior pressão sobre os recursos naturais e evolução regulatória, reconhecemos que nossa operação gera impactos reais e potenciais sobre o meio ambiente — e que gerir esses impactos de forma responsável é condição para a sustentabilidade do negócio e para a cultura que buscamos fortalecer em toda a organização.

Nossos ativos cumprem um papel social relevante ao oferecer conforto térmico, segurança e bem-estar aos consumidores, especialmente em períodos de calor extremo. Ao mesmo tempo, temos clareza de que nossas atividades demandam energia, água e insumos, além de gerarem emissões de gases de efeito estufa (GEE) e resíduos.

A gestão das atividades de nossas operações pode resultar tanto em impactos ambientais positivos, como geração de renda para cooperativas locais por meio da reciclagem de resíduos, quanto

em impactos negativos, como o acúmulo de GEE na atmosfera, a pressão sobre recursos hídricos locais e a sobrecarga dos sistemas de destinação de resíduos. Esses impactos, por sua vez, estão diretamente relacionados à exposição da Companhia a riscos financeiros e operacionais, especialmente aqueles decorrentes de eventos climáticos extremos, mudanças regulatórias e custos de adequação tecnológica — incluindo aumento de custos operacionais, com sanções e processos, necessidade de adaptação a novas exigências, perda de receita por redução de demanda e maior custo de capital, além de danos associados a intempéries, como secas prolongadas, chuvas intensas e calor extremo, com potencial elevação de custos operacionais e ocorrência de emergências relacionados ao estresse térmico.

Para responder a esse cenário, estruturamos uma abordagem integrada de gestão. Ela é orientada pelas nossas Política de Mudanças Climáticas e de ESG, bem como pelos compromissos públicos assumidos no Horizonte ESG Ancar 2030. Essa estrutura estabelece com metas de eficiência energética e hídrica, gestão de resíduos e redução de emissões, consolidando nossa Jornada de Descarbonização. Essas diretrizes se convertem em decisões e ações concretas: investimentos contínuos na modernização de sistemas de climatização, automação e telemetria; ampliação do uso de energia renovável; implantação de projetos de reuso de água e tratamento de efluentes; fortalecimento da reciclagem e da lógica de economia circular; e iniciativas permanentes de conscientização e engajamento de colaboradores, lojistas e parceiros.

Em 2025, avançamos no amadurecimento dessa gestão com a realização do estudo de riscos climáticos do portfólio, ampliando nossa capacidade de compreender como riscos físicos — como secas, chuvas intensas, ondas de calor e inundações — e riscos de transição — regulatórios, tecnológicos, de mercado e reputacionais — podem afetar nossos ativos, nossas operações e nossa performance financeira. Esse olhar prospectivo reforça nossa estratégia de redução na fonte, priorizando eficiência e inovação antes de recorrer a mecanismos de compensação, e prepara a companhia para a futura avaliação e definição de metas mais assertivas de redução baseadas em protocolos do mercado.

A efetividade das medidas é acompanhada de forma sistemática por meio de inventários de emissões, monitoramento em tempo real de indicadores ambientais em plataforma e painéis de BI, análises periódicas por ativo e fóruns de governança que permitem incorporar aprendizados às práticas operacionais. O engajamento de *stakeholders* — colaboradores, lojistas, investidores e comunidades — desde o processo de materialidade até a implementação das ações, contribui para manter a gestão ambiental alinhada às expectativas da sociedade e integrada às decisões estratégicas da Ancar.

As políticas e compromissos relacionados ao tema são divulgados por múltiplos canais, conforme o conteúdo e o público: relatórios de sustentabilidade, relatórios para investidores, comunicação interna (por meio do Mundo Ancar), portal de investidores e redes sociais.

Governança e Cultura para Sustentar a Agenda Ambiental

Em 2025, os avanços ambientais foram acompanhados por reforços na governança ESG e na cultura organizacional. Evoluímos na integração dos sistemas de gestão de indicadores ESG, por meio de integração via APIs e consolidação de bases de dados, com expectativa de ganhos de produtividade nos próximos anos.

Também ampliamos esforços de engajamento interno com capacitações e divulgações de informações de sustentabilidade, como a segunda edição da Semana ESG da Ancar em 2025, em formato similar ao anterior, com maior alcance e novos palestrantes. Tivemos a formação da primeira turma de "Multiplicadores de Conhecimento" em conjunto com a área de Recursos Humanos e a realização de um treinamento de porta-vozes ESG para gerentes de marketing, com o objetivo de amplificar a divulgação de informações do tema ESG dentro da companhia.

No nível dos ativos, houve aumento do número de shoppings com comitês de sustentabilidade, com destaque ao Shopping Via Sul pelo avanço em governança local e iniciativas.

Em articulação setorial, participamos ainda da formação do Grupo de Trabalho (GT) ESG da Abrasce e de eventos externos, reforçando nossa atuação de *advocacy* e nosso posicionamento na agenda climática.

Para 2026, projetamos uma agenda cheia, condicionada a planejamento equilibrado e pactuação de prioridades com a diretoria, com a continuidade do amadurecimento do inventário de emissões, evolução nos estudos e ações climáticas, e a intensificação de iniciativas ambientais e de eficiência, com potencial revisão de metas para seguirmos avançando com a Agenda Horizonte ESG Ancar 2030.

Gestão de Emissões e Mudanças Climáticas

GRI 3-3, 201-2, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5

Na Ancar, a gestão das emissões de gases de efeito estufa é parte estruturante da forma como tomamos decisões e planejamos o futuro dos nossos ativos. Reconhecemos que operar *shopping centers* em um cenário de intensificação das mudanças climáticas exige responsabilidade, visão de longo prazo e integração entre estratégia, governança e operação. Por isso, nossa agenda climática evolui de forma consistente, junto com o **Horizonte ESG Ancar 2030**, ancorada em dados, instrumentos técnicos e no engajamento das pessoas que constroem a companhia no dia a dia.

Em 2025, avançamos de maneira relevante no fortalecimento dessa agenda, com a conclusão do estudo de riscos climáticos do portfólio, como um marco importante da nossa jornada climática. Desenvolvido para uso interno e como insumo para reportes externos, o estudo amplia nossa capacidade de compreender, de forma estruturada, como os riscos físicos e de transição podem afetar nossos ativos, operações e resultados financeiros. A análise considera diferentes cenários de aquecimento global, entre 1,5°C e 4°C, permitindo uma leitura detalhada dos riscos por ativo e localidade, e criando as bases para a valoração financeira desses riscos e para a futura construção de planos de adaptação.

De forma complementar, realizamos um estudo de Curva MACC (Curva de Custo Marginal de Abatimento), estruturando um portfólio de soluções de descarbonização para ativos piloto, inicialmente com North Shopping Fortaleza, Shopping Nova Iguaçu e Shopping Parque das Bandeiras, reforçando nossa abordagem prática e orientada à tomada de decisão. Esse instrumento permitiu avaliar iniciativas de redução de

emissões sob a ótica de custo e impacto, apoiando posterior diálogo com investidores e com as áreas de operações da companhia.

Esses avanços se somam à nossa **Política de Mudanças Climáticas** e à **Agenda Horizonte ESG Ancar 2030**, que orientam a Jornada de Descarbonização da companhia. Nossa estratégia prioriza a redução das emissões na fonte, por meio de eficiência operacional, inovação tecnológica e melhoria contínua dos processos. A compensação de emissões, embora relevante, não é o eixo central da nossa atuação: a aquisição de créditos de carbono está prevista apenas para compensar emissões residuais, após esgotadas as oportunidades de redução direta.

Inventário de Emissões de GEE

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

O inventário de emissões é a base técnica que sustenta nossas decisões para a redução de emissões. Em 2025, avançamos para o quarto inventário de gases de efeito estufa, com o objetivo de consolidar de forma ainda mais robusta o perfil de emissões da companhia. O inventário referente a 2025 é o primeiro a contar com verificação por terceira parte, com vistas a melhorar a acurácia de dados e aumentar sua confiabilidade. Esse movimento representa um reforço relevante da governança climática e prepara a Ancar para, nos próximos ciclos, definir metas de redução, estratégias de descarbonização mais estruturadas, e reporte no registro público de emissões.

Nosso inventário de emissões é elaborado conforme a metodologia do Programa Brasileiro GHG *Protocol*, utilizando a ferramenta Ecosystem, da WayCarbon. O inventário consolida dados de 21 unidades operacionais e uma sede administrativa, considerando todos os gases do Protocolo de Kyoto (CO_2, CH_4, N_2O e HFC) e mantendo comparabilidade com o ano-base de 2022, marco da criação da Agenda Horizonte ESG Ancar 2030.

Em 2025, mensuramos as emissões diretas (Escopo 1), as emissões indiretas associadas à aquisição de energia (Escopo 2) e as demais emissões indiretas ao longo da cadeia de valor (Escopo 3), conforme demonstrado a seguir:

Emissões de GEE (tCO_2e)[1] – GRI 305-1/305-2/305-3

	2022	2023	2024	2025
Escopo 1 | **GRI 305-1**	11.714,47	12.132,86	7.982,57	7.249,87
Escopo 2 | **GRI 305-2**	14.198,87	5.446,88	7.262,08	5.153,22
Escopo 3 | **GRI 305-3**	36.487,53	31.080,73	39.016,53	28.710,37
Emissões biogênicas de CO_2	2.997,85	2.256,12	3.665,30	2.905,26

Nota 1: Em 2025, o portfólio operacional da Companhia passou por alterações, com a saída do Shopping Pátio Paulista. No mesmo período, o Shopping Jardim Sul foi incorporado ao portfólio, porém com dados parciais considerados no inventário em função do período de entrada. Já o Midway Mall, apesar de integrado ao portfólio no ano, ainda não teve seus dados contabilizados no inventário, sendo sua inclusão prevista para o ciclo de 2026. Ao todo, a coleta de informações para os indicadores do inventário contemplou 20 shoppings e o escritório administrativo. **– GRI 305-1, 305-2, 305-3**

Em relação ao Escopo 1, registramos uma redução de 732,7 tCO_2e, equivalente a aproximadamente 10% em comparação a 2024. Esse resultado reflete diretamente as iniciativas de eficiência operacional, manutenção e monitoramento em tempo real implementadas ao longo do ano.

Emissões por Categoria 2025	Emissões tCO_2e
Combustão estacionária	4.946,79
Combustão móvel	8,06
Fugitivas	2.023,70
Resíduos sólidos e efluentes líquidos	271,33
Total	7.249,87

Intensidade de Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)[2] – GRI 305-4

Emissões de GEE na organização	41.113,47
Métrica específica: ABL[3] m²	815.000
Intensidade de emissões de GEE	0,05 tCO2/m²

Nota 2: Ao todo foram contemplados 20 ativos e 1 escritório administrativo na contabilização de dados referente a emissão e intensidade de Gases do Efeito Estufa. Os demais ativos não são controlados pela Ancar nessa instância. **– GRI 305-4**

Nota 3: Para esse indicador não consideramos a ABL do Midway Mall, pois o mesmo não foi contabilizado no inventário.

Nota 4: As emissões de gases de efeito estufa (GEE) do Shopping Iguatemi Porto Alegre, que totalizaram 1.673,63 tCO_2e em 2025, não foram consideradas nas tabelas de emissões apresentadas neste relatório. A exclusão decorre do fato de que os dados correspondentes não foram submetidos ao processo de asseguração no período reportado.

Ações de Redução das Emissões

GRI 3-3, 305-5

O avanço da redução das emissões na Ancar está diretamente conectado à eficiência energética, à modernização da infraestrutura e à gestão inteligente dos ativos. Entre as ações sistematicamente implementadas ao longo dos últimos ciclos, e reforçadas em 2025, destacamos:

- melhorias contínuas nos sistemas de refrigeração a gases;
- manutenção preventiva e corretiva de equipamentos, como chillers, geradores a diesel e a gás, extintores de incêndio e sistemas de ar-condicionado;
- implementação de soluções de telemetria, automação e projetos de eficiência energética, com destaque para sistemas de HVAC;
- aprimoramento das práticas de reciclagem, com otimização de contratos e seleção de fornecedores alinhados às melhores práticas ambientais;
- ações de conscientização e engajamento, por meio de treinamentos, palestras e reuniões periódicas;
- prospecção de parcerias público-privadas para ampliar a capacidade de implementação de iniciativas sustentáveis;
- investimentos estratégicos em estudos, pesquisas de mercado, consultorias especializadas e sistemas de gestão;
- aquisição de certificados internacionais de energia renovável (I-REC) por determinados ativos, para compensação de emissões de Escopo 2.

A evolução das ações de redução de emissões seguiu através da eficiência energética, modernização da infraestrutura e gestão inteligente dos ativos

Atualmente, na ausência de metas numéricas formais de redução, o monitoramento das emissões é realizado por meio da análise da variação anual — aumento ou redução — por escopo e por categoria, individualmente em cada shopping. Essa abordagem respeita as particularidades de cada ativo e seus diferentes contextos operacionais e orçamentários, ao mesmo tempo em que orienta a priorização de ações mais eficazes para a diminuição das emissões.

Gestão Energética

GRI 3-3, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5, IF-RE-130A.2

A gestão eficiente da energia é um componente central da nossa estratégia de sustentabilidade, dada sua relevância direta com a redução de emissões, a eficiência operacional e a resiliência dos ativos. Partimos do reconhecimento de que os *shopping centers* são operações intensivas em energia, especialmente em climatização, e que a evolução tecnológica, aliada a uma cultura de gestão baseada em dados, é essencial para equilibrar conforto, desempenho ambiental e viabilidade econômica.

Assumimos publicamente, por meio do **Horizonte ESG Ancar 2030**, o compromisso de reduzir em 5% o consumo de energia nas áreas comuns e nos sistemas de climatização (Central de Água Gelada – CAG/CIG), tomando 2022 como ano-base, além de alcançar o uso de **99% de energia renovável** nos shoppings até 2030. Esses compromissos orientam decisões de investimento, priorização de projetos e a atuação cotidiana das equipes da companhia, em especial, das áreas de Operações e Sustentabilidade.

Reconhecemos impactos positivos, como redução do consumo de fontes não renováveis por meio da aquisição de energia renovável, e desafios relevantes, incluindo a eventual utilização de combustíveis fósseis em geradores, a volatilidade tarifária, custos regulatórios e riscos associados à segurança do fornecimento.

Para enfrentar esse cenário, adotamos uma abordagem integrada de eficiência energética, baseada em automação, monitoramento remoto, sistemas inteligentes de iluminação e climatização, e melhoria contínua dos processos operacionais, contribuindo para a reduzir desperdícios, aumentar a eficiência e fortalecer a resiliência econômica das operações. Essas ações partem do entendimento de que a sustentabilidade deve ser um elemento permanente nas decisões e na atuação cotidiana da Ancar.

Consumo de Energia e Fontes Utilizadas

O consumo de energia da companhia é monitorado por medição direta, com base em contas de energia e notas fiscais de combustíveis. A energia elétrica utilizada é adquirida no Mercado Livre, proveniente de fontes renováveis. Em 2025, não houve consumo documentado de diesel, e o uso de geradores, quando existente, ocorre apenas em horários de ponta ou em situações de oscilação da rede, para garantir a continuidade da operação.

O monitoramento do consumo é feito regularmente, para apoiar as ações e iniciativas desenvolvidas na operação, com o objetivo de melhorar o desempenho dos ativos em eficiência operacional e financeira.

Consumo de Energia por Fonte Dentro da Organização[4] – GRI 302-1

Quantidade (GJ)	2023	2024	2025
Eletricidade[2]	805.887,15	912.026,74	979.557,08
Diesel[1]	14.120,17	0,00	0,00
Gás Natural	-	53.317,32	14.711,07
TOTAL[3]	820.007,32	965.344,06	994.268,15

Nota 1: Os combustíveis de diesel e gás natural são de fontes não renováveis. A energia elétrica é comprada do Mercado Livre, sendo o consumo de fontes renováveis. **– GRI 302-1, SASB IF-RE-130A.2**
Nota 2: A energia elétrica é o único recurso utilizado em nossas operações, não havendo consumo de aquecimento, resfriamento ou vapor, tampouco realizamos a venda de energia. **– GRI 302-1**
Nota 3: Atualmente, não dispomos de controle do consumo de energia fora da organização, incluindo a cadeia de valor. **– GRI 302-2**
Nota 4: Ao todo, foram contemplados 20 shoppings na contabilização de dados referente ao consumo de energia. Os demais ativos não são controlados pela Ancar nessa instância.

A economia em energia elétrica para a refrigeração dos shoppings gerada a partir das iniciativas de eficiência energética do projeto de monitoramento e gestão dos sistemas de climatização em 2025 foi de 390.751,00 GJ.

Intensidade Energética e Redução dos Requisitos

Intensidade Energética[5] – GRI 302-3

Consumo total de energia dentro da organização (numerador)	994.268,15
Métrica específica da organização (denominador) – Contagem de clientes no período	169.477.159
Intensidade Energética (dentro da organização)	0,0059[6]

Nota 5: Calculamos a Intensidade Energética da organização a partir da razão entre o consumo total de energia e a contagem de clientes. Houve um aumento na intensidade energética em cerca de 0,001 entre 2024 e 2025, por conta da redução de clientes entre os períodos. **– GRI 302-3, 302-5**
Nota 6: A Intensidade Energética fora da organização é igual a 0, uma vez que não possuímos monitoramento de consumo de energia na cadeia de valor da companhia. **– GRI 302-3**

Embora tenha sido observado um aumento no consumo por metro quadrado de área comum em 2025 — associado ao maior nível de utilização dos empreendimentos e à ativação de novas áreas —, o indicador **kWh per capita** apontou uma **redução aproximada de 2%**, evidenciando ganhos de eficiência quando considerada a maior circulação de pessoas.

As reduções de consumo obtidas em 2025 estão associadas principalmente a **investimentos em automação e melhoria dos sistemas de HVAC**, com economia registrada de energia elétrica e refrigeração. As medições são realizadas de forma direta, por unidade de área e por visitantes. Mais informações das ações na página 88.

Iniciativas de Eficiência Energética

GRI 3-3, 302-4

Monitoramento e Eficiência em Climatização

Em 2025, o principal vetor de eficiência energética foi o avanço do projeto de monitoramento e gestão dos sistemas de climatização (CAG/CIG), que já cobre cerca de **75% do portfólio**. O foco do ano esteve no comissionamento — checagem e validação de sensores, dados e fluxos de informação — e no ajuste fino da operação, garantindo confiabilidade dos dados e maior precisão nas decisões. Monitoramos indicadores como kW/TR (quilowatt por tonelada de refrigeração), temperatura e parâmetros de conforto ambiental e qualidade do ar, reconhecendo que o ar-condicionado é um dos maiores componentes de custo e consumo energético dos shoppings.

Dois ativos — **Rio Design** e **Botafogo Praia Shopping** — já operam com lógica de automação avançada, baseada em sensores e controladores que ajustam o funcionamento dos

sistemas em tempo real para otimizar a operação das CAG. Mesmo diante de condições climáticas mais extremas, como ondas de calor, entendemos que a eficiência não é inviabilizada, mas exige maior inteligência operacional, apoiada no que chamamos de automação 4.0. Os resultados e comparativos de desempenho, que estão alinhados às metas, são compartilhados mensalmente com todos os shoppings, estimulando transparência, troca de boas práticas e aprendizado coletivo, facilitando a implementação das ações nas operações da companhia, apesar das diferenças entre os shoppings.

Como desdobramento dessa estratégia, estruturamos para 2026 um **projeto de modernização da CAG do North Shopping Fortaleza**, com expectativa de reduzir em até **50% o consumo de energia da climatização**, mantendo o aumento do consumo hídrico sob controle. Trata-se de um investimento estruturante, orientado por estudos técnicos e pela visão de longo prazo da companhia.

Telemetria e Gestão Baseada em Dados

Complementarmente, avançamos em 2025 na implementação da telemetria para medição online de energia e água, em parceria com a empresa Zordon, atingindo 80% dos shoppings com a infraestrutura necessária para o acompanhamento de energia. O ano foi dedicado à finalização das instalações e ao comissionamento inicial dos equipamentos, etapa fundamental para assegurar a qualidade dos dados. Embora ainda sem resultados consolidados, essa base tecnológica permitirá, a partir de 2026, análises mais profundas, identificação de desvios de consumo e ganhos adicionais de eficiência.

Modernização

O Shopping Conjunto Nacional seguiu modernizando sua infraestrutura em 2025, alcançando 100% de iluminação LED nas áreas comuns. Esse movimento alcançou resultados expressivos: uma economia de cerca de 30% no consumo energético do empreendimento em relação à 2024, superando a meta do O Horizonte ESG 2030 da Ancar de redução do consumo de energia de 5% ao ano no empreendimento.

Gestão de Água e Efluentes

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

Reconhecemos a água como um recurso essencial à vida, para o equilíbrio ambiental das regiões onde atuamos, e amplamente empregada na operação dos nossos *shopping centers*. Nossa gestão hídrica considera impactos reais e potenciais associados ao consumo, à geração de efluentes e à disponibilidade de recursos locais.

Nossa interação com a água envolve captação por concessionárias, fontes subterrâneas, reuso e coleta pluvial, como forma de diversificar as fontes de captação, para a utilização em sanitários, climatização, irrigação e limpeza. Os impactos são avaliados por sistemas de medição e análises periódicas, apoiando ações de redução de consumo, reaproveitamento e tratamento.

Alguns dos nossos shoppings contam com Estações de Tratamento de Efluentes (ETEs) internas, onde seguimos padrões municipais e/ou do CONAMA, adotando sempre o critério mais rigoroso, e reutilizamos a água tratada para reduzir a dependência de fontes externas. Quanto

ao descarte, toda água, que eventualmente não possui tratamento internamente, é direcionada ao sistema público de esgoto conforme a legislação vigente.

Gerenciamos os impactos relacionados à água por meio de iniciativas contínuas de eficiência hídrica, onde destacam-se a redução do consumo de água — incluindo áreas comuns, lojas, sistemas de climatização e irrigação de áreas verdes — por meio de investimentos em infraestrutura de captação, ações de inovação e reuso, que trazem o reaproveitamento, temporizadores para desligar os equipamentos quando necessário, arejadores e melhorias operacionais. Também atuamos para evitar a poluição hídrica com a implantação de ETEs e a redução de uso de produtos químicos de limpeza, e que também atuam na redução de ocorrência dos impactos negativos associados ao alto consumo de água e aos riscos de disponibilidade hídrica e custos regulatórios crescentes.

Os empreendimentos seguiram implementando ações para controle e redução dos consumos de água para garantir o cumprimento da agenda Horizonte ESG Ancar 2030

Como resposta aos impactos, estabelecemos metas corporativas alinhadas ao Horizonte ESG Ancar 2030, incluindo a redução de 5% no uso de água nas áreas comuns e na Central de Água Gelada (CAG), além do compromisso de implementar ao menos um projeto de reuso hídrico em cada shopping do portfólio.

O desempenho da implementação das metas, que consequentemente apoiam o monitoramento do consumo e das ações realizadas, é monitorado continuamente por meio de medições mensais apoiadas por consultoria especializada, permitindo análises comparativas, definição de planos de ação e revisão periódica de estratégias.

Promovemos campanhas de conscientização, estabelecemos parcerias com fornecedores e prestadores de serviços e atuamos de forma colaborativa com lojistas, parceiros e comunidades para incentivar o uso responsável da água. Essa atuação integrada assegura que nossas metas permaneçam alinhadas às políticas públicas vigentes e às condições locais de estresse hídrico, fortalecendo a gestão sustentável desse recurso compartilhado.

Iniciativas e Projetos

Para garantir o cumprimento da agenda Horizonte ESG Ancar 2030 e das metas definidas, as iniciativas trabalhadas pelos shoppings incluem atualização de sistemas de climatização para maior eficiência hídrica, instalação de ETEs com reaproveitamento para irrigação e descargas sanitárias, uso de ozônio em processos de limpeza, melhoria de medições e manutenção preventiva para identificação de vazamentos, além da adoção de dispositivos economizadores, como mictórios secos, descargas inteligentes e torneiras com redutor de vazão.

Um exemplo de avanço em projetos estruturantes de eficiência são os resultados que vêm sendo observados pelos shoppings da Ancar:

- 80% dos shoppings centers do nosso portfólio finalizaram o ano com infraestrutura instalada para o projeto de acompanhamento de consumo de água das áreas comuns por telemetria;
- No **Shopping Conjunto Nacional** alcançamos o marco acumulado de **55 milhões de litros de esgoto tratados desde 2017**, com investimento que estão sendo realizados previsto para triplicar a capacidade até 2026;
- Em 2025 finalizamos a implementação da estação de reuso de água (era) no shopping conjunto nacional, para diversificar as fontes hídricas e reduzir a necessidade na captação;
- No **North Shopping Jóquei**, implantamos **fontes alternativas de captação de água, com os poços subterrâneos**, além de passarmos a atuar com tratamento por osmose reversa para uso em torres de resfriamento e sanitários, reduzindo a dependência da concessionária;
- No **North Shopping Fortaleza**, não tivemos aumentos relevantes de consumo de água, mesmo com expansão do shopping. Complementarmente, ampliamos a instrumentação de controle, como sensores de vazão e temperatura em diferentes empreendimentos, e aprovamos a revitalização da cag do north shopping fortaleza — obra prevista para realização em 2026, que deve gerar maior eficiência energética com aumento no consumo hídrico controlado;
- Para melhor controle do sistema, o **Natal Shopping** implementamos sensores de vazão como ação de instrumentação para a eficiência hídrica;
- O **Shopping Jardim Sul**, que entrou recentemente no portfólio, conta com estudos de *retrofit* para a cag, para aumentar a eficiência e reduzir o consumo de água também nesse empreendimento.

Com base em medições diretas, registramos em 2025 os seguintes resultados:

Consumo Total de Água em Megalitros[1] – GRI 303-5

	2023	2024	2025
Captação total de água	1.721,10	2.012,17	1.896,24
Descarte total de água	1.643,40	1.857,77	1.809,04
Consumo de água	77,70	154,40	173,75

Nota 1: Ao todo, foram contemplados 20 shoppings na contabilização de dados referente ao consumo de água. Os demais ativos não são controlados pela Ancar nessa instância.

Captação Total de Água em todas as Áreas por Fonte de Captação[2] – GRI 303-3

	2023	2024	2025
Água de superfície	0,00	0,00	0,00
Água subterrânea	618,80	728,97	720,07
Água do mar	0,00	0,00	0,00
Água produzida	77,70	154.40	173,75
Água de terceiros	1.024,60	1.128,80	1.002,44
TOTAL	1.721,10	2.012,33	1.896,24

Nota 2: Ao todo, foram contemplados 20 shoppings na contabilização de dados referente a captação de água. Os demais ativos não são controlados pela Ancar nessa instância.

Total de Descarte de Água[4] – GRI 303-4

	2023	2024	2025
Água de superfície	0,00	0,00	0,00
Água subterrânea	618,80	728,97	720,07
Água do mar	0,00	0,00	0,00
Água de terceiros	1.024,60	1.128,80	1.002,44
TOTAL[3]	1.643,40	1.857,77	1.809,04

Nota 3: Toda a água consumida e descartada é classificada como água doce (≤1.000 mg/L de sólidos dissolvidos totais), enquanto a água roduzida internamente é classificada como outra água (>1.000 mg/L).

Nota 4: Ao todo, foram contemplados 20 shoppings na contabilização de dados referente ao descarte de água. Os demais ativos não são controlados pela Ancar nessa instância.

Gestão dos Resíduos

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

Reconhecemos que a gestão adequada de resíduos é um tema material para a companhia e um componente essencial da eficiência operacional, da mitigação de impactos ambientais e da geração de valor compartilhado com a sociedade. Nossas operações apresentam impactos reais positivos, como a geração de renda por meio da reciclagem, a redução do volume destinado a aterros por meio da coleta seletiva e a compostagem de resíduos orgânicos realizada pelos empreendimentos. Ao mesmo tempo, monitoramos riscos reais e potenciais associados à destinação inadequada de resíduos, à sobrecarga de aterros urbanos, a mudanças regulatórias, ao aumento de custos operacionais e a eventuais efeitos financeiros decorrentes de sanções legais ou dificuldades de acesso à capital para evitar e mitigar sua ocorrência.

No Brasil, a gestão do tema permanece sensível a fatores externos, como a variação de preços de materiais recicláveis e a evolução da legislação ambiental. Para enfrentar esse contexto, estruturamos nossa atuação com base em políticas corporativas de sustentabilidade, diretrizes da Política ESG e na norma interna “Lixo Zero”, alinhadas a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). Metas públicas relacionadas à reciclagem e à gestão de resíduos, apresentadas pela agenda Horizonte ESG 2030 da Ancar são acompanhadas continuamente e divulgadas em nossos canais institucionais.

Nossa gestão conta com a geração de renda por meio da reciclagem, a redução de resíduos enviados a aterros através da coleta seletiva e da compostagem de resíduos orgânicos

Cada empreendimento mantém contratos específicos para coleta, tratamento e destinação ambientalmente adequada dos resíduos gerados. Em localidades com menor disponibilidade de fornecedores qualificados, conduzimos esforços permanentes para selecionar parceiros capazes de assegurar conformidade ambiental e eficiência operacional, além de buscar parcerias público-privadas que fortaleçam a cadeia de gestão de resíduos e ampliem soluções regionais.

A conscientização das partes interessadas é parte central da nossa estratégia. Promovemos treinamentos contínuos com colaboradores, lojistas e parceiros, incentivando a segregação correta na fonte geradora e ampliando as taxas de recuperação de materiais. Ferramentas de capacitação, como a Universidade Ancar e a plataforma UAI Lojista, contribuem para disseminar conhecimento e consolidar uma cultura organizacional orientada à circularidade. Paralelamente, nossas equipes operacionais recebem atualizações periódicas sobre melhores práticas, requisitos legais e metas corporativas, fortalecendo o senso de pertencimento e responsabilidade compartilhada.

Em 2025, todas as políticas de ESG estiveram presentes nos treinamentos obrigatórios anuais da companhia, o que potencializa nossa capacidade de engajamento.

Adotamos uma hierarquia de destinação que prioriza reciclagem, compostagem, reutilização e logística reversa, seguida de coprocessamento e, apenas como última alternativa, envio a aterro, com iniciativas locais demonstrando a efetividade dessa abordagem. Em nível corporativo, avançamos na estruturação de parcerias para gestão integrada de resíduos no Rio de Janeiro, com triagem em centro dedicado.

Geração de Resíduos

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

A geração de resíduos na Ancar decorre principalmente das operações de alimentação, embalagens do varejo e descarte de clientes nos shoppings centers. Esses materiais são coletados, segregados em centrais de resíduos e encaminhados a empresas especializadas, previamente avaliadas quanto a critérios legais, éticos e de direitos humanos através do mecanismo de devida diligência aplicado à fornecedores.

Mantemos monitoramento contínuo por meio de documentação oficial, sistemas governamentais e plataforma corporativa de indicadores ESG, com verificação independente para assegurar rastreabilidade e confiabilidade dos dados.

Resíduos Gerados (t) – GRI 306-3

	2023	2024	2025
Resíduos não perigosos	22.952,76	24.971,43	21.834,95
Resíduos perigosos	42,00	1.117,12	1.420,94
TOTAL	22.994,76	26.088,55	23.255,89

Nota 1: Os resíduos não perigosos incluem resíduos de construção civil, resíduos diversos e orgânicos, óleo de cozinha, cápsulas de café, isopor, madeira, alumínio e outros metálicos e recicláveis, como papel, papelão, plásticos diversos e vidro. Os resíduos perigosos incluem pilhas, baterias, lâmpadas, resíduos infectantes, bitucas, resíduos diversos destinados a coprocessamento e eletrônicos.
Foram contemplados 20 shoppings na coleta dos valores quantitativos para o indicador.

Nota 2: Ao todo, foram contemplados 20 shoppings na contabilização de dados referente a geração de resíduos. Os demais ativos não são controlados pela Ancar nessa instância.

Peso Total de Resíduos não Destinados para Disposição Final, por Operação de Recuperação[1] (T) – GRI 306-4

Resíduos não perigosos	2023	2024	2025
Reciclagem	10.587,16	7.415,22	8.590,70
Rerrefino	-	67,39	66,75
Compostagem interna	-	384,72	504,92
Compostagem externa	-	3.911,24	3.772,45
Reaproveitamento			15,65
TOTAL NÃO PERIGOSOS	10.587,16	11.778,57	12.950,47
Resíduos perigosos[2]	**2023**	**2024**	**2025**
Reciclagem	42,00	518,24	49,76
Coprocessamento			1.357,74
TOTAL PERIGOSOS	42,00	518,24	1.407,50
TOTAL GERAL	10.629,16	12.296,81	14.357,97

Nota 1: Em 2025, apenas o resíduo "compostagem interna" foi destinado dentro das operações da Ancar, com os demais encaminhados para tratamento com parceiros externos. **– GRI 306-4**

Nota 2: As informações sobre os resíduos perigosos (pilhas, baterias, lâmpadas, bitucas, resíduos diversos destinados a coprocessamento e eletrônicos) foram compiladas com base em dados verificados, classificados de acordo com especificações do Plano Nacional de Resíduos Sólidos. **– GRI 306-4**

Resíduos Destinados para Disposição Final (t) – GRI 306-5[3]

	2023	2024	2025
Resíduos não perigosos			
Aterro	12.365,60	13.192,85	8.884,53
TOTAL NÃO PERIGOSOS	12.365,60	13.192,85	8.884,53
Resíduos perigosos			
Incineração sem recuperação de energia	42,00	598,88	13,45
TOTAL PERIGOSOS[4]	42,00	598,88	13,45
TOTAL GERAL	12.407,60	13.791,73	8.897,98

Nota 3: Em 2025, os resíduos das operações da Ancar foram encaminhados a parceiros externos para tratamento. **– GRI 306-5**

Nota 4: As informações sobre os resíduos perigosos (resíduos infectantes) foram compiladas com base em dados verificados, classificados de acordo com especificações do Plano Nacional de Resíduos Sólidos. **– GRI 306-5**

Nota 5: Ao todo, foram contemplados 20 shoppings na contabilização de dados referente a destinação de resíduos. Os demais ativos não são controlados pela Ancar nessa instância.

Em 2025, mantivemos o avanço do índice de reciclagem como desafio estratégico, reconhecendo o equilíbrio necessário entre aumento do desvio de aterro e impactos de custos condominiais. A evolução do desempenho reflete esforços contínuos de cada shopping na busca por fornecedores, tecnologias de tratamento e soluções de circularidade.

Linhas de Ação e Iniciativas em Gestão de Resíduos

Estruturamos nossa gestão de resíduos a partir de linhas de ação integradas que combinam prevenção, circularidade, engajamento de *stakeholders* e eficiência operacional. Essa abordagem fortalece a redução de impactos ambientais, amplia o reaproveitamento de materiais e sustenta o avanço contínuo rumo às metas estabelecidas no Horizonte ESG Ancar 2030. Ao integrar diretrizes corporativas, soluções locais e monitoramento sistemático de desempenho, buscamos assegurar consistência operacional e geração de valor ambiental no longo prazo.

O desempenho das iniciativas é acompanhado por indicadores revisados periodicamente e monitorados de forma mensal e trimestral, em alinhamento com a Agenda ESG 2030, direcionando investimentos em tecnologia, sistemas de monitoramento e capacitação.

Ancar alcançou 61,7% dos resíduos destinados à reciclagem, alcançando a meta definida pelo Horizonte ESG para 2030, mesmo em um contexto de disciplina financeira. Dessa forma, buscaremos objetivos mais audaciosos para esse indicador para os próximos anos.

Coleta seletiva e *Hubs* de Reciclagem

A coleta seletiva constitui um dos principais instrumentos de mitigação de impactos ambientais nos empreendimentos. Disponibilizamos ecopontos (*hubs* de reciclagem) para o descarte responsável de diferentes tipos de resíduos, garantindo que a logística e o tratamento sejam conduzidos por parceiros devidamente licenciados pelos órgãos ambientais. Os shoppings que operam com os *hubs* de reciclagem, aprofundam a recuperação de materiais recicláveis e fortalecem a conscientização de consumidores, lojistas e colaboradores, funcionando como pontos de educação ambiental para o público através de ativações e eventos.

Itens destinados à coleta seletiva nos *hubs*:

- Pilhas e baterias;
- Resíduos eletrônicos;
- Lâmpadas;
- Cápsulas de café.

Shoppings com *hubs* de reciclagem:

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

Projeto Telhado Verde e Compostagem

O Projeto Telhado Verde representa uma solução estruturante para a gestão de resíduos orgânicos, conectando circularidade, educação ambiental e biodiversidade urbana. Presente em 18 shoppings, a iniciativa possibilita a compostagem diária de resíduos provenientes das praças de alimentação e restaurantes e transforma esse material em adubo utilizado em hortas orgânicas dos próprios empreendimentos ou distribuído a colaboradores, lojistas e comunidades do entorno. O projeto também engloba ações com consumidores e públicos das regiões do entorno dos shoppings, como visitas guiadas e oficinas. Essas ações resultam em impactos positivos ao reduzir a sobrecarga dos aterros e minimizar a contaminação do solo e dos lençóis freáticos, além de se tornarem uma ponte entre as iniciativas dos shoppings e a comunidade local.

Principais Resultados da Iniciativa:

- Área aproximada de **2.258 m²** dedicada à compostagem;
- Tratamento de **mais de 11.000 kg diários** de resíduos orgânicos;
- Produção de adubo para **hortas e ações comunitárias**.

Shoppings com Projeto Telhado Verde

- Shopping Nova América;
- Botafogo Praia Shopping;
- Rio Design Barra;
- Centervale Shopping;
- Golden Square Shopping;
- Shopping Parque das Bandeiras;
- Shopping Metrô Itaquera;
- Pantanal Shopping;
- Shopping Conjunto Nacional;
- North Shopping Maracanaú;
- North Shopping Jóquei;
- North Shopping Fortaleza;
- Via Sul Shopping;
- Minas Shopping;
- Shopping Nova Iguaçu;
- Madureira Shopping;
- Shopping Boulevard (telhado inaugurado em 2025).

Norma Lixo Zero e boas práticas operacionais

Nossa atuação é orientada pela Norma Lixo Zero, que estabelece diretrizes para alinhar conceitos que garantam a segregação correta, destinação ambientalmente adequada e ampliação do reaproveitamento de resíduos. A norma também promove a redução do envio a aterros sanitários e a ampliação dos índices de recuperação de materiais, além de alinhar a comunicação com *stakeholders*, fortalecendo a cultura de circularidade nos empreendimentos.

Para atestar nossa governança no tema, o Rio Design Barra iniciou o processo de análise para posterior certificação com o Instituto Lixo Zero, avanço muito positivo que traz transparência e reafirma nosso compromisso com o tema.

Medidas de Redução na Fonte e Circularidade

Com o compromisso de atingir **60% de reciclagem até 2030**, avançamos em medidas estruturais de redução na fonte e substituição de materiais. Entre elas, destacam-se a instalação de secadores de mãos em substituição ao papel toalha, o uso de garrafas reutilizáveis na administração, o incentivo a materiais reutilizáveis em eventos e a eliminação de embalagens químicas por tecnologias de eletrólise. Possuímos políticas e normas internas que embasam eventos e procedimentos internos sempre voltados à circularidade e consumo consciente. Também fortalecemos programas de educação ambiental voltados às comunidades do entorno.

Mesmo diante de desafios pontuais no cumprimento integral de metas em alguns empreendimentos, seguimos revisando abordagens operacionais e prioridades de investimento para elevar a consistência do desempenho ambiental e a geração de valor sustentável no longo prazo.

Iniciativas Ambientais e Engajamento Social

GRI 3-3, 306-2

Em 2025, os empreendimentos relataram avanços ambientais associados à **melhoria de infraestrutura, parcerias com operadores especializados** e **capacitação contínua** para aumentar a eficiência, a reciclagem de resíduos e a qualidade da gestão ambiental.

Além disso, os shoppings têm buscado um olhar “mais verde”, ampliando as áreas de jardins e com plantas, que trazem uma sensação térmica e visual mais agradável, como por exemplo o visual escolhido de selva para os Junga Parks implementados em 2025. Saiba mais sobre o Junga Park nas **páginas 62**.

Espaços “Sustentabilidade Transforma”

Os espaços “Sustentabilidade Transforma” ampliam o relacionamento com a sociedade ao funcionarem simultaneamente como pontos de coleta de recicláveis, centros de educação ambiental e centros de divulgação de projetos socioambientais. Esses locais estimulam o engajamento dos consumidores e reforçam o papel dos shoppings como agentes de transformação nos territórios onde atuam.

Shoppings com o espaço Sustentabilidade Transforma:

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

Ações de Educação Ambiental

North Shopping Fortaleza

Entre as iniciativas de engajamento está a Horta do Nortão, inaugurada em 2024 como espaço sustentável aberto à comunidade, com distribuição de mudas, oficinas educativas e atividades lúdicas voltadas a crianças e famílias. Em 2025 o **North Shopping Fortaleza** contou também com a revitalização do corredor da praça de alimentação e a compostagem externa, que elevaram em aproximadamente 5% o índice de reciclagem do empreendimento. Os resultados obtidos foram:

- Reciclagem superior a **60%**, alcançando cerca de **62%**;
- Desvio de **mais de 10 toneladas mensais** de resíduos de aterros;
- Investimentos em capacitação e melhorias de infraestrutura operacional.

Shopping Conjunto Nacional

A circularidade também se materializa no uso do adubo orgânico gerado pela compostagem dos resíduos orgânicos da praça de alimentação do Shopping Conjunto Nacional, passaram a ser utilizados na Horta Urbana, inaugurada em 2025, cuja experiência é compartilhada em *tours* educativos que demonstram, de forma prática, o ciclo de reaproveitamento de resíduos e ampliam a sensibilização ambiental dos públicos visitantes, com relevante parceria das operações pela compostagem no shopping para a execução do projeto. Os resultados alcançados em 2025 foram:

- Evolução da reciclagem de **74% para 83%**;
- Fortalecimento do *hub* de reciclagem e da compostagem de orgânicos;
- Uso do adubo em horta educativa e atividades de sensibilização.

Shopping Nova Iguaçu

Completando 10 anos em 2026, o shopping prioriza o impacto social na Baixada Fluminense e conta com o Berçário Verde, um espaço de cultivo e cuidado de mudas que serve para educação ambiental e tem sido destaque para as conquistas ambientais realizadas pelo shopping:

- Reaproveitamento de **74% dos resíduos**;
- Perspectiva de ampliação da educação ambiental com escolas com o Berçário Verde.

Monitoramento, Tecnologia e Eficiência de Recursos

Seguiremos aprimorando continuamente nossa gestão ambiental, fortalecendo a circularidade dos resíduos, a eficiência operacional e o engajamento social como caminhos para gerar valor sustentável de longo prazo.

Mapa dos Capitais

Nome do Capital	Descrição	Temas materiais	GRI	SASB
Capital Intelectual	Engloba conhecimentos, processos, marcas e tecnologias que impulsionam a inovação e fortalecem a atuação estratégica da companhia.	• Ética, integridade e compliance • Transparência e relacionamento com consumidores e lojistas	GRI 3-3, 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-15, 2-16, 2-17, 2-18, 2-19, 2-20, 2-21, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 205-1, 205-2	-
Capital Financeiro	Aborda tópicos relacionados ao uso eficiente dos recursos obtidos pela geração de caixa próprio ou por meio de investimentos externos e na alocação de capital.	• Qualidade e segurança do serviço	GRI 201-1, 201-4, 203-2, 207-1, 207-2, 207-3, 207-4.	-
Capital Humano	Demonstra a atuação constante no desenvolvimento de competências e na promoção de um ambiente diverso, equitativo e inclusivo para todos os colaboradores.	• Diversidade, inclusão e equidade • Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores • Saúde, bem-estar e segurança	GRI 3-3, 2-7, 2-8, 2-30, 401-1, 401-2, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 406-1, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10	-
Capital Manufaturado	Representado pela gestão eficiente de seus shoppings, equipamentos e estruturas físicas, impulsionada por investimentos contínuos em modernização, expansão e inovação tecnológica.	• Qualidade e segurança do serviço • Transparência e relacionamento com consumidores e lojistas	GRI 3-3, 203-1, 203-2	SASB IF-RE-000.A, SASB IF-RE-000.B, SASB IF-RE-000.D
Capital Social	Se traduz na construção de relações de confiança com stakeholders e no engajamento em iniciativas que promovem o bem-estar coletivo e o desenvolvimento das comunidades.	• Transparência e relacionamento com consumidores e lojistas • Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local	GRI 3-3, 2-28, 2-29, 203-2, 402-1, 413-1, 413-2, 204-1, 410-1	-
Capital Natural	Gerido com foco na eficiência e preservação dos recursos, por meio de ações voltadas à gestão de energia, água, resíduos e emissões, além de iniciativas educativas e ambientais nos shoppings da Ancar.	• Gestão de resíduos e rejeitos • Mudanças Climáticas • Eficiência energética • Gestão de água e efluentes	GRI 3-3, 201-2, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5, 306-1, 306 2, 306-3, 306-4, 306-5	SASB IF-RE-130a.2

Mapa dos ODS

50
MILHÕES
Jardim Urbano
3° piso
shopping
conjunto
nacional
TIM

Nome do ODS	Temas Materiais Relacionados	GRI	Página
	• Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local	GRI 413-2, 203-2, 207-1	43, 44, 64, 67, 69, 74,
	• Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local	GRI 413-2	74
	• Saúde, bem-estar e segurança	GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10	54, 56, 57, 58, 59
	• Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores • Diversidade, inclusão e equidade • Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local	GRI 401-1, 404-1, 404-2, 405-1, 405-2, 406-1, 413-1	47, 49, 50, 51, 52, 53, 74
	• Diversidade, inclusão e equidade • Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores	GRI 202-1, 405-1, 405-2, 406-1, 401-1, 404-1, 404-3	47, 49, 50, 51, 53
	• Gestão de água e efluentes	GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5	90, 91, 92, 93, 94, 95, 96
	• Eficiência energética • Mudanças climáticas	GRI 302-1, 302-3, 302-4, 302-5, 201-2	84, 85, 86, 87, 88, 89, 90
	• Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores • Transparência e relacionamento com consumidores e lojistas	GRI 2-7, 2-8, 2-30, 202-1, 405-1, 405-2, 406-1, 401-1, 401-2, 404-1, 404-2, 404-3, 201-1, 203-2	41, 43, 47, 48, 49, 50, 51, 53
	• Qualidade e segurança do serviço • Transparência e relacionamento com consumidores e lojistas	GRI 201-1, 203-1	41, 60

Nome do ODS	Temas Materiais Relacionados	GRI	Página
	• Diversidade, inclusão e equidade • Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local	GRI 2-7, 405-1, 405-2, 406-1, 401-1, 404-1, 404-3	47, 49, 50, 51, 53
	• Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local • Qualidade e segurança do serviço	GRI 203-1, 203-2	60, 67, 69
	• Gestão de resíduos e rejeitos • Mudanças climáticas • Eficiência energética • Gestão de água e efluentes	GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5	84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97
	• Mudanças climáticas • Eficiência energética	GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5, 201-2	84, 85, 86, 87, 88, 89, 90
	• Gestão de água e efluentes	GRI 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5	90, 91, 92
	• Gestão de resíduos e rejeitos	GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5	92, 93, 94, 95, 96
	• Ética, integridade e compliance	GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-15, 2-23, 2-26, 410-1, 205-1, 205-2, 205-3, 206-1	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40
	• Relacionamento com comunidades e desenvolvimento local • Transparência e relacionamento com consumidores e lojistas	GRI 207-3, 413-1, 413-2, 204-1, 203-2	69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83

Sumário de Conteúdo da GRI

GRI Standards	Divulgação		Observações	Página do relatório	ODS
GRI 1: FUNDAMENTOS 2021					
CONTEÚDOS GERAIS					
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	**A ORGANIZAÇÃO E SUAS PRÁTICAS DE REPORTE**				
	GRI 2-1	Detalhes da organização		4, 19	
	GRI 2-2	Entidades incluídas no Relatório de Sustentabilidade da organização		4, 19, 20	
	GRI 2-3	Período do relatório, frequência e ponto de contato		4	
	GRI 2-4	Reformulações de informações	Em 2025 não foram reformuladas informações de relatos anteriores.	4	
	GRI 2-5	Verificação externa		4, 112, 113	
	ATIVIDADES E TRABALHADORES				
	GRI 2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios		4, 19, 20, 28	
	GRI 2-7	Empregados		46, 47, 48	8, 10
	GRI 2-8	Trabalhadores que não são empregados		46, 47	8
	GOVERNANÇA				
	GRI 2-9	Estrutura de governança e sua composição		31, 32	5, 16
	GRI 2-10	Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança		31, 32	5, 16
	GRI 2-11	Presidente do mais alto órgão de governança		31, 32	16
	GRI 2-12	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão de impactos		31, 38	16
	GRI 2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos		31, 32	
	GRI 2-14	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade.		4	
	GRI 2-15	Conflitos de interesse		31, 38	16
	GRI 2-16	Comunicação de preocupações críticas		31, 36, 37	
	GRI 2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança		31, 37, 51, 52	
	GRI 2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança		31, 34	
	GRI 2-19	Políticas de remuneração		31, 34	
	GRI 2-20	Processo para determinar a remuneração		31, 34	
	GRI 2-21	Proporção da remuneração total anual	Informação confidencial: desde 2021 a Ancar trabalha com política de remuneração com base em dados de mercado e na metodologia *Towers Watson* para quaisquer análises. Com isso, informações comparativas de remuneração são confidenciais para proteger o posicionamento estratégico de remuneração total da companhia.	31, 34	

GRI Standards	Divulgação		Observações	Página do relatório	ODS
	ESTRATÉGIAS, POLÍTICAS E PRÁTICAS				
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	GRI 2-22	Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável		8	
	GRI 2-23	Compromissos de política		31, 36	16
	GRI 2-24	Incorporação de compromissos de política		31, 36, 37	
	GRI 2-25	Processos para reparar impactos negativos		31, 40	
	GRI 2-26	Mecanismos para aconselhamento e apresentações de preocupações		31, 35	16
	GRI 2-27	Conformidade com leis e regulamentos	A Ancar considera como casos de impacto significativo aqueles que causam impacto reputacional com reconhecimento de não conformidade praticado pela empresa. Em 2025, não foram registrados casos significativos de não conformidade.		
	GRI 2-28	Participação em associações		68, 73	
	ENGAJAMENTO DE *STAKEHOLDERS*				
	GRI 2-29	Abordagem para engajamento de *stakeholders*		68, 69	
	GRI 2-30	Acordos de negociação coletiva		46, 47	8
ABORDAGEM DE GESTÃO					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-1	Processo de definição de temas materiais		6, 7	
	GRI 3-2	Lista de temas materiais		6, 7	
TEMAS MATERIAIS					
DIVERSIDADE, INCLUSÃO E EQUIDADE					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		46, 49	
GRI 202: Presença no mercado 2016	GRI 202-1	Proporção entre o salário mais baixo e o salário-mínimo local, com discriminação por gênero	Informação confidencial: desde 2021 a Ancar trabalha com política de remuneração com base em dados de mercado e na metodologia *Towers Watson* para quaisquer análises. Com isso, informações comparativas de remuneração são confidenciais para proteger o posicionamento estratégico de remuneração total da companhia.	46	5, 8

GRI Standards	Divulgação		Observações	Página do relatório	ODS
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	GRI 405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados		46, 49, 50	5, 8
	GRI 405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	Informação confidencial: assim como nos anos anteriores, a Ancar trabalha com política de remuneração com base em dados de mercado e na metodologia *Towers Watson* para análises e informações comparativas de remuneração são confidenciais, assim como em diversas empresas de referência.	46	5, 8, 10
GRI 406: Não discriminação 2016	GRI 406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas		46, 49	5, 8
GRI 410: Práticas de segurança 2016	GRI 410-1	Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos		68, 71	16
GESTÃO DE RESÍDUOS E REJEITOS					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		84, 92, 93, 96	
GRI 306: Resíduos 2020	GRI 306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos		84, 92, 93	3, 6, 11, 12
	GRI 306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos		84, 92, 93, 96	3, 6, 8, 11, 12
	GRI 306-3	Resíduos gerados		84, 92, 93	3, 6, 11, 12
	GRI 306-4	Resíduos não destinados para disposição final		84, 92, 93, 94	3, 11, 12
	GRI 306-5	Resíduos destinados para disposição final		84, 92, 93, 94	3, 6, 11, 12, 15
ATRAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E RETENÇÃO DE COLABORADORES					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		46, 51	
GRI 401: Emprego 2016	GRI 401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados		46, 47, 49, 54	4, 5, 8, 10
	GRI 401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial		46, 55	3, 5, 8
GRI 404: Capacitação e educação 2016	GRI 404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado		46, 51, 53	4, 5, 8, 10
	GRI 404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira		46, 51, 52	8
	GRI 404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira		46, 51, 53	5, 8, 10

GRI Standards	Divulgação		Observações	Página do relatório	ODS
TRANSPARÊNCIA E RELACIONAMENTO COM CONSUMIDORES E LOJISTAS					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		68	8
GRI 402: Relações de trabalho 2016	GRI 402-1	Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	Todas as decisões são comunicadas através de notas e recomendações que apresentam dentro do seu escopo um prazo acordado.	68, 73	
MUDANÇAS CLIMÁTICAS					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		84, 86	
GRI 305: Emissões 2016	GRI 305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)		86, 87	3, 12, 13, 14, 15
	GRI 305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia		86, 87	3, 12, 13, 14, 15
	GRI 305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)		86, 87	3, 12, 13, 14, 15
	GRI 305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)		86, 87	13, 14, 15
	GRI 305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)		86, 87	
SAÚDE, BEM-ESTAR E SEGURANÇA					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		56	
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	GRI 403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho		56	
	GRI 403-2	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes		58	8
	GRI 403-3	Serviços de saúde do trabalho		57	8
	GRI 403-4	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referente a saúde e segurança do trabalho		57	8.16
	GRI 403-5	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho		57	9
	GRI 403-6	Promoção da saúde do trabalhador		54, 56	3
	GRI 403-7	Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios		58	8
	GRI 403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho		56	8
	GRI 403-9	Acidentes de trabalho		58, 59	3, 8, 16
	GRI 403-10	Doenças profissionais		58, 59	3, 8, 16

GRI Standards	Divulgação		Observações	Página do relatório	ODS
RELACIONAMENTO COM COMUNIDADES E DESENVOLVIMENTO LOCAL					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		74	
GRI 204: Práticas de compras 2016	GRI 204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais		71	
GRI 413: Comunidades locais 2016	GRI 413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local		74	
	GRI 413-2	Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais		74	1, 2
ÉTICA, INTEGRIDADE E *COMPLIANCE*					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		35	
GRI 205: Combate à corrupção 2016	GRI 205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção		40	16
	GRI 205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção		40	16
	GRI 205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não foram identificados casos de corrupção em 2025, seja através do canal de transparência ou através de demandas judiciais.		16
GRI 206: Concorrência desleal 2016	GRI 206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Não houve ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio envolvendo a Ancar em 2025.	44, 45	16
GRI 207: Tributos 2019	GRI 207-2	Governança, controle e gestão de riscos fiscais			1, 10, 17
	GRI 207-3	Engajamento de *stakeholders* e gestão de suas preocupações quanto a tributos		44, 45	1, 10, 17
	GRI 207-4	Relato país-a-país		44, 45	1, 10, 17
EFICIÊNCIA ENERGÉTICA					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		88	
GRI 302: Energia 2016	GRI 302-1	Consumo de energia dentro da organização		88, 89, 90	7, 8, 12, 13
	GRI 302-2	Consumo de energia fora da organização		88, 89, 90	7, 8, 12, 13
	GRI 302-3	Intensidade energética		88, 89, 90	7, 8, 12, 13
	GRI 302-4	Redução do consumo de energia		88, 89, 90	7, 8, 12, 13
	GRI 302-5	Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços		88, 89, 90	7, 8, 12, 13

GRI Standards	Divulgação		Observações	Página do relatório	ODS
GESTÃO DE ÁGUA E EFLUENTES					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		90	
GRI 303: Água e efluentes 2018	GRI 303-1	Interação com a água como um recurso compartilhado		90, 91	6, 12
	GRI 303-2	Gestão de impactos relacionados ao descarte de água		90, 91	6
	GRI 303-3	Captação de água		90, 91	6
	GRI 303-4	Descarte de água		90, 91	6
	GRI 303-5	Consumo de água		90, 91, 92	6
QUALIDADE E SEGURANÇA DO SERVIÇO					
GRI 3: Temas Materiais 2021	GRI 3-3	Gestão dos temas materiais		41	
CONTEÚDO COMPLEMENTAR					
GRI 201: Desempenho econômico 2016	GRI 201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído		41	8, 9
	GRI 201-2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas		84, 86	13
	GRI 201-4	Apoio financeiro recebido do governo		44	
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	GRI 203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços		60	5, 9, 11
	GRI 203-2	Impactos econômicos indiretos significativos		43, 64, 67, 69	1,3,8
GRI 207: Tributos 2019	GRI 207-1	Abordagem tributária		44	1, 10, 17

Sumário de Conteúdo da SASB

Métrica da atividade	Código	Categoria	Unidade de medida	Página do relatório	Observações
Número de ativos, por setor imobiliário	IF-RE-000.A	Quantitativo	Número	19, 60	
Área locável, por setor imobiliário	IF-RE-000.B	Quantitativo	Metros quadrados (m^2)	19, 60	
Taxa média de ocupação, por setor imobiliário	IF-RE-000.D	Quantitativo	Porcentagem (%)	19, 60	
(1) Energia total consumida pela área do portfólio com cobertura de dados, (2) porcentagem de eletricidade e (3) percentual renovável, por subsetor de propriedade	IF-RE-130a.2	Quantitativo	Porcentagem (%)	88, 89	

Relatório de Asseguração

DECLARAÇÃO DE VERIFICAÇÃO

INTRODUÇÃO

O Bureau Veritas Quality International (BVQI), estabelecido na Rua Joaquim Palhares, 40 – Edifício Torre Sul 7° andar – Cidade Nova, Rio de Janeiro-RJ, inscrito no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas sob o n° CNPJ 72.368.012/0001-84, declara, para os fins devidos, que fica a Ancar – SN Shopping SA, estabelecido na Av. das Américas, 7777 Subsolo Parte – Rio de Janeiro – RJ, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas sob o n° CNPJ: 18.182.738/0001-82, autorizada a publicar em todos os seus título e sites o trecho da Declaração de Verificação conforme redação a seguir:

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

ESCOPO

O escopo desta verificação abrangeu os padrões e Princípios[1] da Global Reporting Initiative™ para Relatórios de Sustentabilidade e se refere à prestação de contas do período de 01 de janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025, assim como indicadores da SASB (Sustainability Accounting Standards Board), como parte do processo de asseguração, o Sustainable Industry Classification System® (SICS®) - Under Stewardship of the International Sustainability Standards Board IF-WU, Water Utilities & Services.

LIMITAÇÕES E EXCLUSÕES

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

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

As seguintes limitações foram aplicadas a esta verificação:

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

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

[1] Exatidão, Equilíbrio, Clareza, Comparabilidade, Completude, Contexto da Sustentabilidade, Tempestividade e Verificabilidade.

MÉTODO DE TRABALHO

O trabalho se deu a partir das seguintes etapas:

1. 9 Entrevistas com responsáveis pelos temas materiais e pelo conteúdo do Relatório;
2. Verificação remota acerca dos processos corporativos e operacionais (verificação de indicadores materiais GRI e SASB e amostragem de informações);
3. Análise de evidências documentais fornecidas pela Ancar para o período coberto pelo Relatório (2025);
4. Análise das atividades de engajamento com partes interessadas (stakeholders) desenvolvidas pela Ancar;
5. Avaliação da sistemática utilizada para determinação dos aspectos materiais incluídos no Relatório, considerando o contexto da sustentabilidade e abrangência das informações publicadas.

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

RESPONSABILIDADES DO ANCAR E DO BUREAU VERITAS

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

CONCLUSÃO

1. Para a elaboração deste Relatório de Sustentabilidade a Ancar utilizou o resultado da matriz de materialidade elaborada em 2023, sendo ao todo 11 temas materiais para a gestão que foi consolidada a partir da escuta de stakeholders internos e externos como: liderança, trabalhadores, lojistas, fornecedores, comunidades, empreendedores e provedores de capital, terceiro setor, reuniões de trabalho com especialistas internos;
2. Em nosso entendimento o Relatório de Sustentabilidade da Ancar apresenta os impactos das atividades da empresa de forma equilibrada;
3. O Ancar demonstrou um método de coleta e compilação de dados adequado em relação ao Princípio de confiabilidade da GRI.

VALIDADE

Esta Declaração de Asseguração não possui data de validade. Entretanto, a asseguração, foi realizada de acordo com o estudo apresentado pelo Ancar, conduzido no período de 02/02/2026 a 30/04/2026.

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

[2] International Standard on Assurance Engagements 3000 – Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information.

DECLARAÇÃO DE INDEPENDÊNCIA E IMPARCIALIDADE

O Bureau Veritas Quality International é uma empresa independente, com mais de 197 anos de experiência em verificação de Sistemas de Gestão de Qualidade, Meio Ambiente e Sustentabilidade. Possui um Sistema de Gestão da Qualidade certificado, garantindo conformidade ética, profissional e legal. Sua equipe atua de forma independente, sem vínculo com a Ancar. Além disso, aplica um Código de Ética rigoroso para assegurar altos padrões de integridade e profissionalismo.

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

CONTATO

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

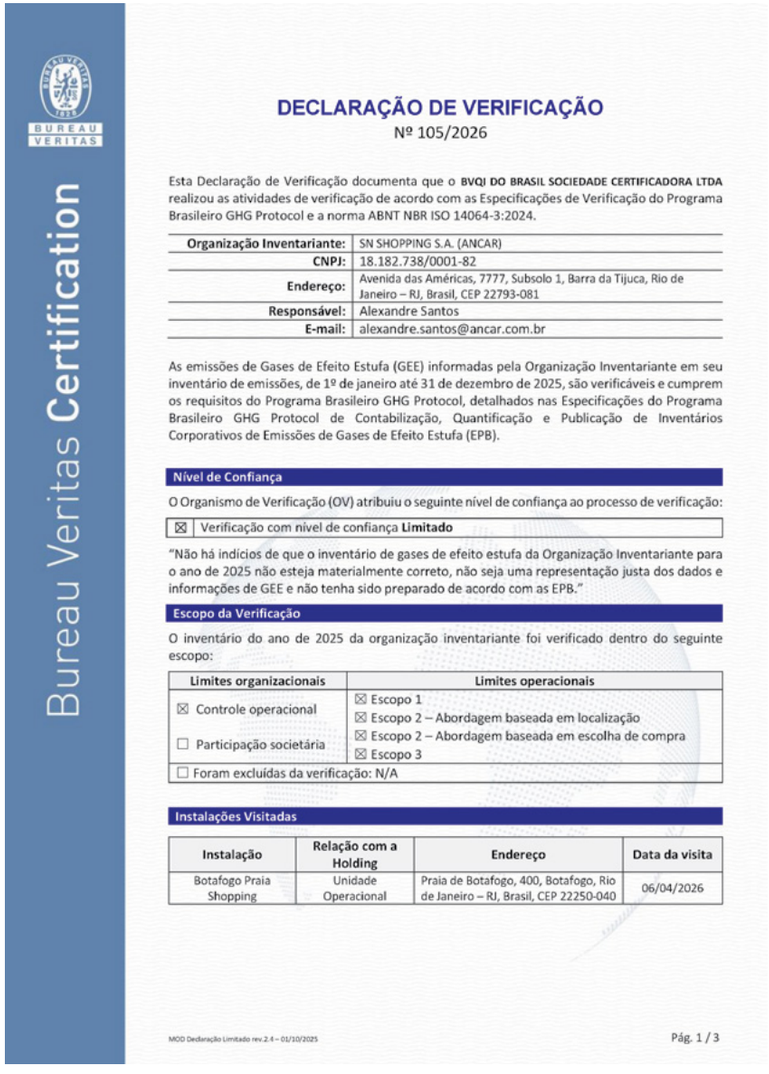
São Paulo, 12 de maio de 2026.

Marcia Konishi
Verificadora Líder
Bureau Veritas Quality International

Nicole Pervelli Gonçalves
Gerente Técnica de Sustentabilidade
Bureau Veritas Quality International

Luiz Lima
Verificador
Bureau Veritas Quality International

Relatório de Asseguração - Inventário de Gases de Efeito Estufa



Bureau Veritas Certification

DECLARAÇÃO DE VERIFICAÇÃO

Nº 105/2026

Esta Declaração de Verificação documenta que o **BVQI DO BRASIL SOCIEDADE CERTIFICADORA LTDA** realizou as atividades de verificação de acordo com as Especificações de Verificação do Programa Brasileiro GHG Protocol e a norma ABNT NBR ISO 14064-3:2024.

Organização Inventariante:	SN SHOPPING S.A. (ANCAR)
CNPJ:	18.182.738/0001-82
Endereço:	Avenida das Américas, 7777, Subsolo 1, Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ, Brasil, CEP 22793-081
Responsável:	Alexandre Santos
E-mail:	alexandre.santos@ancar.com.br

As emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) informadas pela Organização Inventariante em seu inventário de emissões, de 1º de janeiro até 31 de dezembro de 2025, são verificáveis e cumprem os requisitos do Programa Brasileiro GHG Protocol, detalhados nas Especificações do Programa Brasileiro GHG Protocol de Contabilização, Quantificação e Publicação de Inventários Corporativos de Emissões de Gases de Efeito Estufa (EPB).

Nível de Confiança

O Organismo de Verificação (OV) atribuiu o seguinte nível de confiança ao processo de verificação:

☒ Verificação com nível de confiança **Limitado**

"Não há indícios de que o inventário de gases de efeito estufa da Organização Inventariante para o ano de 2025 não esteja materialmente correto, não seja uma representação justa dos dados e informações de GEE e não tenha sido preparado de acordo com as EPB."

Escopo da Verificação

O inventário do ano de 2025 da organização inventariante foi verificado dentro do seguinte escopo:

Limites organizacionais	Limites operacionais
☒ Controle operacional ☐ Participação societária	☒ Escopo 1 ☒ Escopo 2 – Abordagem baseada em localização ☒ Escopo 2 – Abordagem baseada em escolha de compra ☒ Escopo 3
☐ Foram excluídas da verificação: N/A	

Instalações Visitadas

Instalação	Relação com a Holding	Endereço	Data da visita
Botafogo Praia Shopping	Unidade Operacional	Praia de Botafogo, 400, Botafogo, Rio de Janeiro – RJ, Brasil, CEP 22250-040	06/04/2026

Bureau Veritas Certification

Total de emissões verificadas em toda a Organização - Abordagem de Controle Operacional

Emissão de GEE em toneladas de CO_2 equivalente (tCO_2e)				
GEE	Escopo 1	Escopo 2 Abordagem baseada em localização	Escopo 2 Abordagem baseada em escolha de compra	Escopo 3 (se aplicável)
CO_2	4.945,068	5.153,22	5.153,220	8.163,064
CH_4	201,338	-	-	19.902,649
N_2O	85,274	-	-	644,660
HFCs	2.018,192	-	-	-
PFCs	-	-	-	-
SF_6	-	-	-	-
NF_3	-	-	-	-
TOTAL	**7.249,872**	**5.153,220**	**5.153,220**	**28.710,370**
CO_2 biogênico	14,590	-	-	2.890,680

[* Gases regulados pelo Protocolo de Quioto / GWP do AR 5º IPCC]

Total de remoções verificadas em toda a Organização - Abordagem de Controle Operacional

Remoção de CO_2 biogênico (tCO_2e)				
GEE	Escopo 1	Escopo 2 Abordagem baseada em localização	Escopo 2 Abordagem baseada em escolha de compra	Escopo 3 (se aplicável)
CO_2 biogênico	-	-	-	-

Outros gases de efeito estufa não contemplados pelo Protocolo de Quioto (tCO_2e)

GEE	Emissões (tCO_2e)
-	-

Conflito de Interesse (CDI)

Eu, Adriano Angelotti, certifico que nenhum conflito de interesse existe entre a Organização Inventariante e o **BVQI DO BRASIL SOCIEDADE CERTIFICADORA LTDA**, ou qualquer dos indivíduos membros da equipe de verificação envolvidos na verificação do inventário, conforme definido no capítulo 3.2.1 das *Especificações de Verificação do Programa Brasileiro GHG Protocol*.

Adriano Angelotti

Adriano Angelotti, Verificador Líder — Data: 19/05/2026

Conclusão

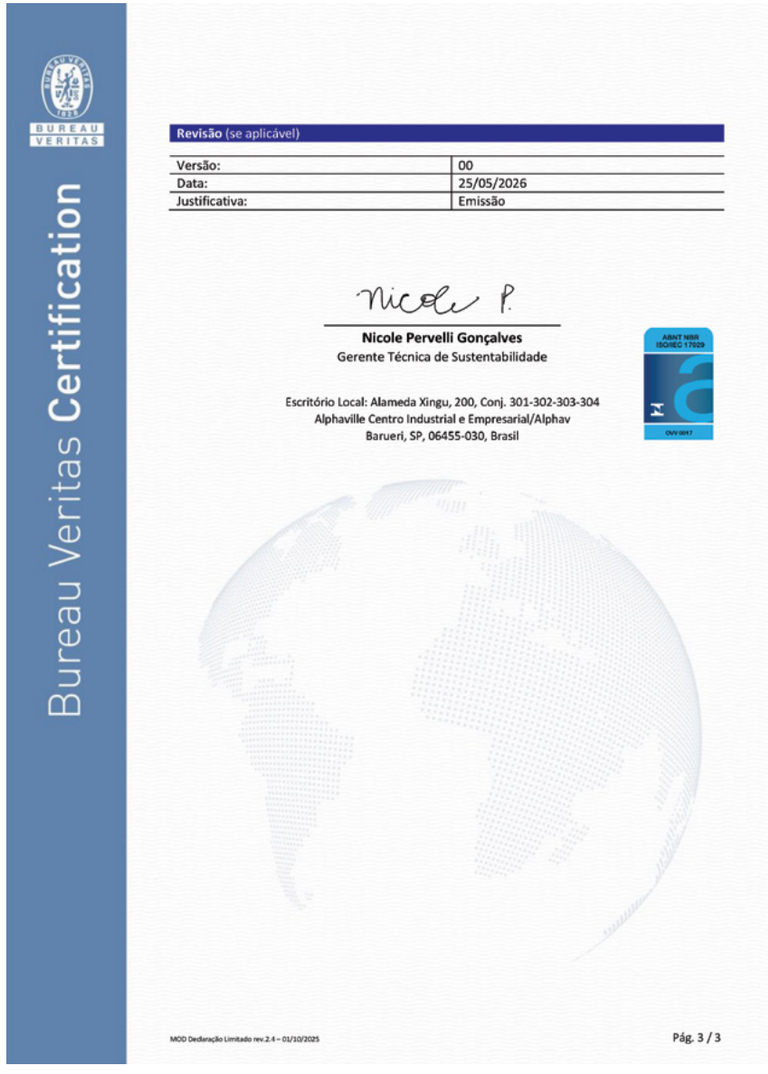
Como responsáveis pelas atividades de verificação do inventário de GEE da organização inventariante, atestamos que as informações contidas neste documento são verdadeiras.

Adriano Angelotti

Adriano Angelotti, Verificador Líder — Data: 19/05/2026

Mariana de Oliveira Klein

Mariana de Oliveira Klein, Revisora Independente — Data: 24/05/2026



Bureau Veritas Certification

Revisão (se aplicável)	
Versão:	00
Data:	25/05/2026
Justificativa:	Emissão

Nicole P.

Nicole Pervelli Gonçalves
Gerente Técnica de Sustentabilidade

Escritório Local: Alameda Xingu, 200, Conj. 301-302-303-304
Alphaville Centro Industrial e Empresarial/Alphav
Barueri, SP, 06455-030, Brasil

Créditos

Equipe Ancar

Diretor Financeiro
Rafael Lisboa

GERÊNCIA ESG
Alexandre Santos
Jéssica Campos

Redação, Consultoria Editorial e GRI, Projeto Gráfico e Diagramação
Visão Sustentável

Fotos
Acervo da Ancar

Informações Corporativas

Sede Ancar
Avenida das Américas, 7.777
Shopping Rio Design Barra – Barra da Tijuca
CEP: 22793-081 – Rio de Janeiro (RJ) – Brasil
https://www.ancar.com.br/