

RELATÓRIO
INTEGRADO ANUAL 2024

SUMÁRIO



1
Introdução
Apresentação
Nosso brilho em 2024



2
Mensagens da Companhia
Conselho de Administração
Diretoria



3
Sobre a C&A
Modelo de negócios
Prêmios e reconhecimentos
Participação em associações



4
Governança corporativa
Boas práticas
Ética e integridade
Segurança da informação
Gestão de riscos



5
Estratégia
Energia C&A
Estratégia ASG



6
Moda com impacto positivo
Compromissos 2030
Mudanças climáticas
Circularidade
DE&I e direitos humanos
Rede de fornecimento
Instituto C&A



7
Orgulho em pertencer
Pessoas que movem a moda
Cultura C&A
Talentos que brilham
Comunicação e reputação
Saúde, bem-estar e segurança



8
Geração de valor e desempenho financeiro



9
Olhar para 2025



10
Caderno de indicadores
GRI, SASB e TCFD

Navegue pelas páginas deste relatório

INTRODUÇÃO

ODS 8

Apresentação
Nosso brilho em 2024



APRESENTAÇÃO

GRI 2-2, 2-3, 2-14

Que bom te encontrar aqui!

Este é o Relatório Integrado Anual 2024 da C&A, no qual compartilhamos nossas práticas e resultados que nos guiaram ao longo deste ano. Este relatório destaca o esforço conjunto dos nossos times e a constante interação com nossos parceiros de negócios, reafirmando o compromisso da C&A com a sustentabilidade e a inovação. Nele, você encontrará uma visão abrangente de nossas iniciativas nas dimensões ambiental, social, financeira e de governança, todas alinhadas à nossa estratégia de criar uma moda com impacto positivo.

De periodicidade anual, o relatório foi desenvolvido com base nas normas da Global Reporting Initiative (GRI) e com a utilização das Normas do Sustainability Accounting Standards Board (SASB, *Apparel, Accessories & Footwear*), e da IFRS Foundation. Também seguimos adotando, com a validação da alta liderança[1], o *framework* do Relato Integrado[2] e as recomendações da Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). O documento se baseia ainda nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da Organização das Nações Unidas (ONU) e nos Dez Princípios do Pacto Global.

Este documento inclui dados e informações de todas as unidades da C&A Modas S.A. no Brasil, bem como suas subsidiárias (saiba mais no capítulo Governança corporativa), referente ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024. Foi formulado de acordo com os temas identificados em nossa matriz de materialidade, que permeiam todos os capítulos deste relatório. Em 2024, nossa matriz passou a utilizar a metodologia da dupla materialidade (saiba mais). Para garantir ainda mais confiabilidade ao conteúdo, os dados passaram por verificação independente de terceira parte, conforme a carta apresentada (leia aqui). Como empresa de capital aberto, divulgamos ao mercado reportes trimestrais auditados que aparecem consolidados neste relato, cuja publicação se deu em maio de 2025.

O documento reflete a essência do que somos: uma marca conectada ao presente, mas sempre de olho no futuro, que se compromete em atuar como referência e liderar pelo exemplo, adotando as melhores práticas no mercado da moda brasileira. Navegue conosco por essa jornada e descubra como transformamos desafios em oportunidades para fazer a diferença na vida das pessoas, na moda e no meio ambiente.

Para reforçar nosso alinhamento com a Agenda 2030, nas próximas páginas apresentamos, de forma simplificada, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (**ODS**) relacionados às nossas atividades e iniciativas do ano.

3 5 6 8 10
12 13 14 15 16

TEM DÚVIDAS, ELOGIOS OU SUGESTÕES?

Ficaremos felizes em ouvir você! Entre em contato pelo *e-mail*: sustentabilidade@cea.com.br e/ou ri@cea.com.br.

[1] Em 2024, a matriz de dupla materialidade e os temas prioritários foram discutidos no Comitê Interno de ASG, composto pela Diretoria Executiva, e no Comitê de Gente & ASG, composto por membros do Conselho de Administração, que realizaram a aprovação final.
[2] Neste documento, a única exigência do framework não informada é a classificação completa de riscos e oportunidades em curto, médio e longo prazos. Atendemos parcialmente ao item e estamos buscando aprimorar nossa análise e trazer aspectos de temporalidade aos nossos riscos.

NOSSO BRILHO EM 2024

R$ 7,6 BILHÕES em **receita líquida**

R$ 1,4 BILHÃO em **Ebitda** ajustado (pós-IFRS16)

Ingresso no **ICO2** e **IDIVERSA** da **B3**

16,4% de **crescimento** em vendas de vestuário

65 TONELADAS de **sacolas plásticas** substituídas por alternativas mais sustentáveis

33 TONELADAS de peças de roupas arrecadadas no **Movimento Reciclo**

66% **MULHERES** em cargos de **liderança**

30% **PESSOAS NEGRAS E INDÍGENAS** em cargos de **liderança**

+200 LOJAS impactadas pela nova estratégia **Energia C&A**

7,6% **EXPANSÃO** da **base de clientes** em 2024 *vs* 2023

6,8 PONTOS de evolução no **NPS** em 2024 *vs* 2023

MENSAGENS DA COMPANHIA

GRI 2-2
ODS 5 8

Conselho de Administração
Diretoria





MENSAGEM DO **CONSELHO**

GRI 2-22

Em 2024, ao celebrar quase cinco décadas no Brasil, a C&A reafirmou sua capacidade de se reinventar com consistência, relevância e responsabilidade. Ao longo dessa trajetória, consolidamos uma marca que faz parte da vida de milhões de clientes em todo o país.
A cada cenário desafiador, extraímos aprendizados que fortaleceram nossa atuação e nos prepararam para seguir em frente com solidez, compromisso e foco em entregar o melhor para nossas clientes, acionistas, associados e a sociedade. Foi nesse contexto que lançamos a estratégia Energia C&A, inaugurando o um novo ciclo, guiado por um propósito claro: Impulsionar o Brilho e Valor da C&A aos olhos de todos os nossos públicos.

Da esquerda para direita: Jamil Marques, Isabella Wanderley, Marcos Grasso, Cristina Palmaka, Peter Furukawa

Os resultados de 2024 refletem os avanços promovidos ao longo do ano. O Ebitda ajustado pós-IFRS 16 totalizou R$ 1,4 bilhão, enquanto o lucro líquido atingiu R$ 452,5 milhões no ano. O desempenho consistente, impulsionado pelo crescimento de vendas, pela rentabilidade e pela significativa redução da alavancagem, reafirma a robustez do modelo de negócios e a capacidade de entregar resultados sustentáveis em um ambiente altamente competitivo.

Ao longo do ano, o Conselho de Administração atuou de forma próxima e estratégica, com foco em cinco prioridades: (i) sustentar o desempenho e garantir a entrega do orçamento; (ii) assegurar a execução do plano Energia C&A; (iii) fortalecer a liderança executiva; (iv) promover uma cultura de desempenho, agilidade e responsabilidade; e (v) reforçar a governança corporativa. Guiados por esses direcionamentos, reforçamos o papel dos comitês como instâncias de apoio à gestão e ampliamos a efetividade da governança.

Dentre os avanços, destaca-se o fortalecimento do Comitê de Gente e ASG, que passou a contar com João Carlos Senise, membro do comitê, e Renata Soares Piazzon, membro especialista do comitê. A medida reforça o compromisso da Companhia com uma agenda estratégica de gestão de pessoas e impacto socioambiental. A atuação integrada e transversal nesses temas tem sido fundamental para sustentar uma cultura forte, responsável e conectada com os desafios do nosso tempo.

16,4%
crescimento em vendas de vestuário
em relação a 2023

26
prêmios e reconhecimentos
em todas as nossas áreas de atuação

Os progressos obtidos em 2024 confirmam que a Companhia está no caminho certo. Sob a liderança do CEO Paulo Correa, a C&A Brasil segue em uma trajetória sólida de crescimento sustentável, com foco na geração de valor de longo prazo. Para 2025, o compromisso permanece: ampliar a competitividade da empresa e reforçar a relevância da marca junto às nossas clientes, com disciplina, inovação e agilidade.

Convidamos você a conhecer, nas próximas páginas deste relatório, os destaques que marcaram nosso ano. Desejamos a todos uma excelente leitura.

Conselho de Administração
C&A Brasil

MENSAGEM DA **DIRETORIA**

GRI 2-22

2024 foi um marco importante para a C&A Brasil.

Celebramos cinco anos da nossa abertura de capital e quase cinco décadas de presença no país, com avanços consistentes e estratégicos. Com a implementação da estratégia Energia C&A, impulsionamos nossa conexão com a cliente e potencializamos nossa atuação em frentes essenciais do negócio. Os resultados confirmam que seguimos no caminho certo: alcançamos crescimento de dois dígitos nas vendas (16,4% no ano), com ganho de rentabilidade e redução da alavancagem. Seguimos fortalecendo nossos pilares para garantir uma experiência cada vez mais personalizada, integrada e relevante para a nossa cliente.

Ao longo do ano, consolidamos ganhos operacionais significativos, com destaque para o fortalecimento da produtividade nas lojas, a eficiência no modelo de abastecimento e o avanço contínuo



Da esquerda para direta: Laurence Beltrão, Carolina Borghesi, Donatti, Paulo Correa, Bruno Ferreira e Fernando Brossi

da digitalização do negócio. A evolução da cadeia logística trouxe mais agilidade e precisão às nossas operações, refletindo diretamente na qualidade da execução em loja e na melhoria do nível de serviço no ambiente digital. Essas conquistas são resultado de decisões estratégicas pautadas na excelência operacional e no compromisso com a geração de valor sustentável para todos os nossos públicos.

No centro da nossa atuação, esteve a cliente — e todas as iniciativas da estratégia Energia C&A refletiram esse compromisso. A jornada de compra evoluiu com a integração dos canais físicos e digitais, conectando soluções como o *app* C&A, o C&A Pay e o programa de relacionamento C&A&VC em uma experiência omnicanal mais fluida, conveniente e personalizada. Fortalecemos também a curadoria e gestão do sortimento com coleções que traduziram o espírito vibrante da marca. Nas lojas, aprimoramos o atendimento com foco em agilidade, consultoria e atenção aos detalhes, promovendo uma relação ainda mais próxima e significativa com nossas clientes.

7,6%
de expansão na base de clientes
em 2024 *vs* 2023

Em 2024, seguimos alinhados à nossa estratégia de sustentabilidade e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. Fomos reconhecidos com prêmios como o ECO AMCHAM, pelo projeto Jeans Rastreável, iniciativa que alia inovação e sustentabilidade por meio da tecnologia *blockchain*. Também conquistamos o Prêmio Melhores do Ano, da Warner Bros. Discovery, na categoria Projeto Inovador, com uma campanha que traduziu de forma criativa e impactante a conexão emocional da marca com as consumidoras. Esses reconhecimentos refletem o trabalho coletivo dos nossos times e a força do nosso posicionamento no mercado de moda brasileiro.

No campo social, seguimos impulsionando transformação por meio do Instituto C&A. Em 2024, ampliamos nosso impacto com iniciativas voltadas ao voluntariado, empreendedorismo, empregabilidade e ajuda humanitária, beneficiando milhares de pessoas em todo o país. Programas como o Fashion Futures reforçaram nosso compromisso com uma moda mais justa, diversa e inclusiva, contribuindo ativamente para o desenvolvimento de uma sociedade mais equitativa.

Encerramos este ciclo com confiança renovada e o olhar voltado para o futuro. Acreditamos na força da estratégia Energia C&A, em nossa cultura e na capacidade do nosso time de entregar resultados consistentes, inovadores e sustentáveis. Agradeço a cada associado, parceiro, investidor e, sobretudo, às nossas clientes, que nos inspiram diariamente a evoluir. Seguiremos com energia, proximidade e propósito, construindo juntos o futuro da moda no Brasil.

Muito obrigado e ótima leitura!
PAULO CORREA
CEO



SOBRE A **C&A**

GRI 2-1, 2-6
ODS 5 8

Modelo de negócios
Prêmios e reconhecimentos
Participação em associações

SOBRE A **C&A**

Somos uma marca de moda que inspira pessoas a se encontrarem em suas melhores versões, acreditando no poder da autoconfiança como impulsionadora de desejos e jornadas. Reconhecida como uma das maiores redes de varejo no Brasil, nossa paixão pela moda vai além do simples vestir: acreditamos que moda é expressão, liberdade e inclusão. Faz parte da nossa essência oferecer às nossas clientes inúmeras possibilidades para que elas vivam uma experiência de compra vibrante e completa.

Nossas peças são pensadas para atender à diversidade de estilos, corpos e trajetórias das consumidoras brasileiras. Para isso, dispomos de uma ampla linha de vestuário, calçados, acessórios, itens para beleza e bem-estar, além da linha fashiontronics (itens de telefonia). Também contamos com marcas próprias, como o ACE, que oferece produtos na linha esportiva com peças que aliam conforto e praticidade; enquanto o Bel&za, nossa linha de cosméticos, valoriza as características e personalidade únicas de cada cliente.

Finalizamos 2024 com 330 lojas, estrategicamente localizadas em 164 cidades de todos os estados do país. Em cada uma delas, a C&A se dedica a estar presente na vida de nossas clientes, oferecendo moda e uma experiência de conexão e inspiração.

Com o objetivo de proporcionar uma jornada omnicanal completa, disponibilizamos um ambiente digital dinâmico e seguro, no qual oferecemos opções de compra pelo *site*, aplicativo C&A e redes sociais, sempre com um atendimento personalizado e acolhedor. Para fortalecer a experiência de compra, nossas clientes contam com o C&A&VC, um programa de relacionamento que contempla o aplicativo de fidelidade e o C&A Pay, uma plataforma multisserviço que oferece produtos financeiros (saiba mais aqui).

E, para completar essa jornada omnicanal, contamos com um modelo de logística, abastecimento e distribuição, para garantir que a cliente sempre encontre em nossas lojas o produto que quiser, na cor e tamanho desejados, e que receba as suas entregas como, quando e onde quiser. Nossos centros de distribuição (CDs) estão localizados em São Paulo, Rio de Janeiro e Santa Catarina. No CD paulista, contamos com uma área exclusiva para atendimento do nosso *e-commerce*.

+15mil
profissionais
em nossos times que chamamos de associados

+1.400
empresas
em nossa rede de fornecedores diretos

Construímos essa sólida história de quase 50 anos graças ao entusiasmo e à dedicação de nossos times, que somam mais de 15 mil profissionais, os quais chamamos de associados, além da nossa rede de fornecedores diretos que comporta mais de 1.400 empresas. Juntos, promovemos a transparência em todas as nossas relações de negócio, levando conosco o DNA de uma moda com impacto positivo, entregando produtos de excelente qualidade e promovendo ações que visam à igualdade e à diversidade. Desde nossas coleções com uso de matérias-primas mais sustentáveis, até nossas ações em comunidades, acreditamos que a moda pode ser uma força de impacto positivo no planeta e nas vidas das pessoas.

Esse impacto se expande ainda mais por meio do Instituto C&A. Referência no Brasil, o IC&A foi criado em 1991, possuindo o programa de voluntariado mais longevo do Brasil, e de lá para cá tem cumprido sua missão de promover projetos por meio da moda em seus quatro pilares de atuação – empreendedorismo, empregabilidade, ajuda humanitária e voluntariado.

Somos uma marca que há quase 50 anos oferece uma moda que traduz a essência das nossas clientes, mulheres que não abrem mão de se encontrar em seu próprio estilo em coleções versáteis e contemporâneas.



Nosso propósito

Impactar as pessoas para que sejam o que desejam ser por meio da moda.

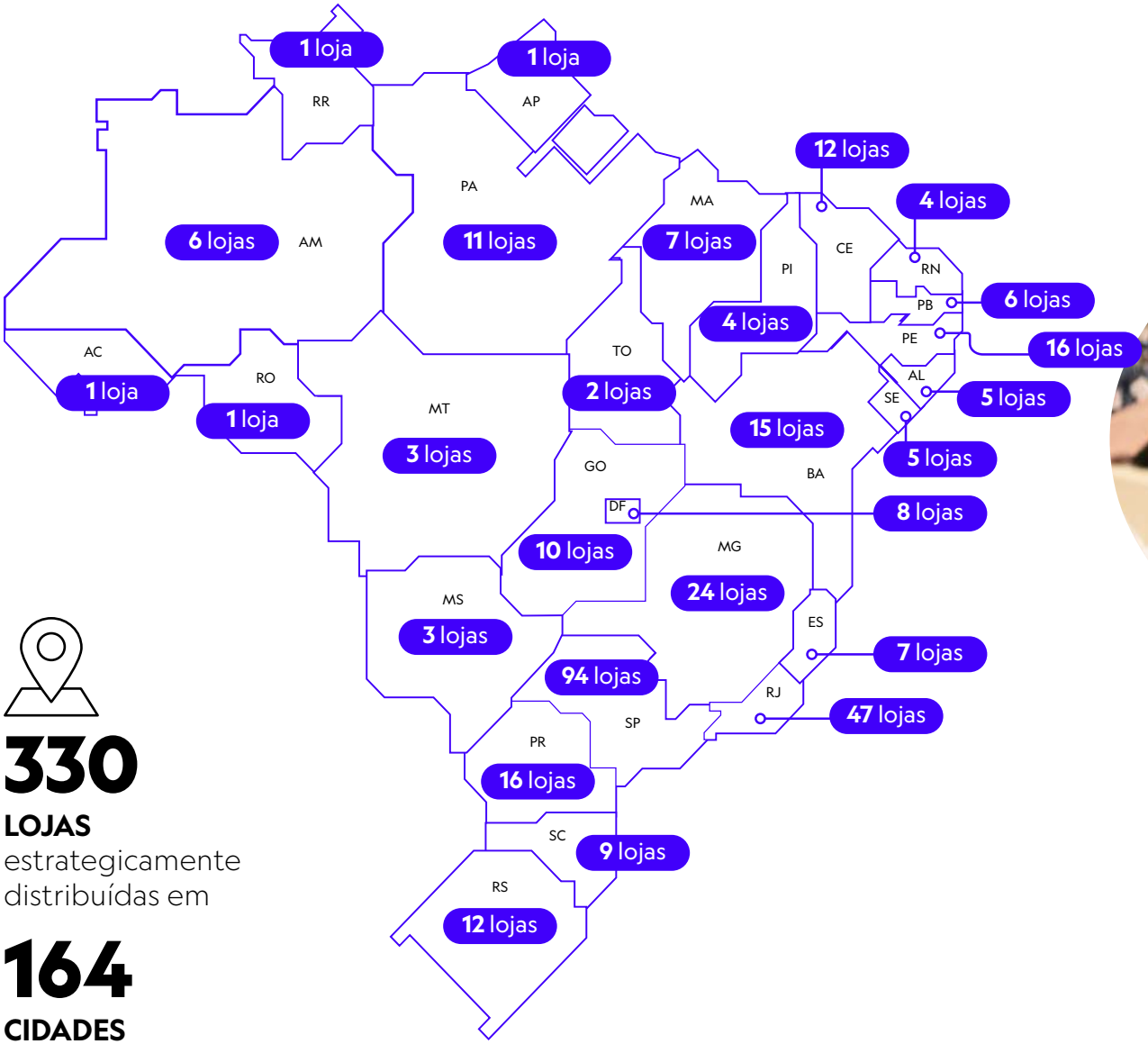
Nossa paixão

A gente acredita na moda que liberta, que inclui e potencializa a expressão do que existe de mais especial em cada um. Trabalhamos para inspirar com a ousadia do novo, comprometidos com a sustentabilidade e reforçando os valores que nos trouxeram até aqui. **Orgulho de ser C&A!**

Nossa marca

Somos a marca de moda que entrega sempre algo novo e lindo, que gere desejo, deixando nossas clientes mais felizes. Somos alegres, vibrantes e pulsamos energia. Acreditamos na beleza da diversidade, e na moda como o maior elemento de autoexpressão.

PRESENÇA NACIONAL



330
LOJAS
estrategicamente distribuídas em

164
CIDADES



MODELO DE **NEGÓCIOS**

CAPITAL FINANCEIRO
- Caixa
- Capital de terceiros
- Capital de acionistas

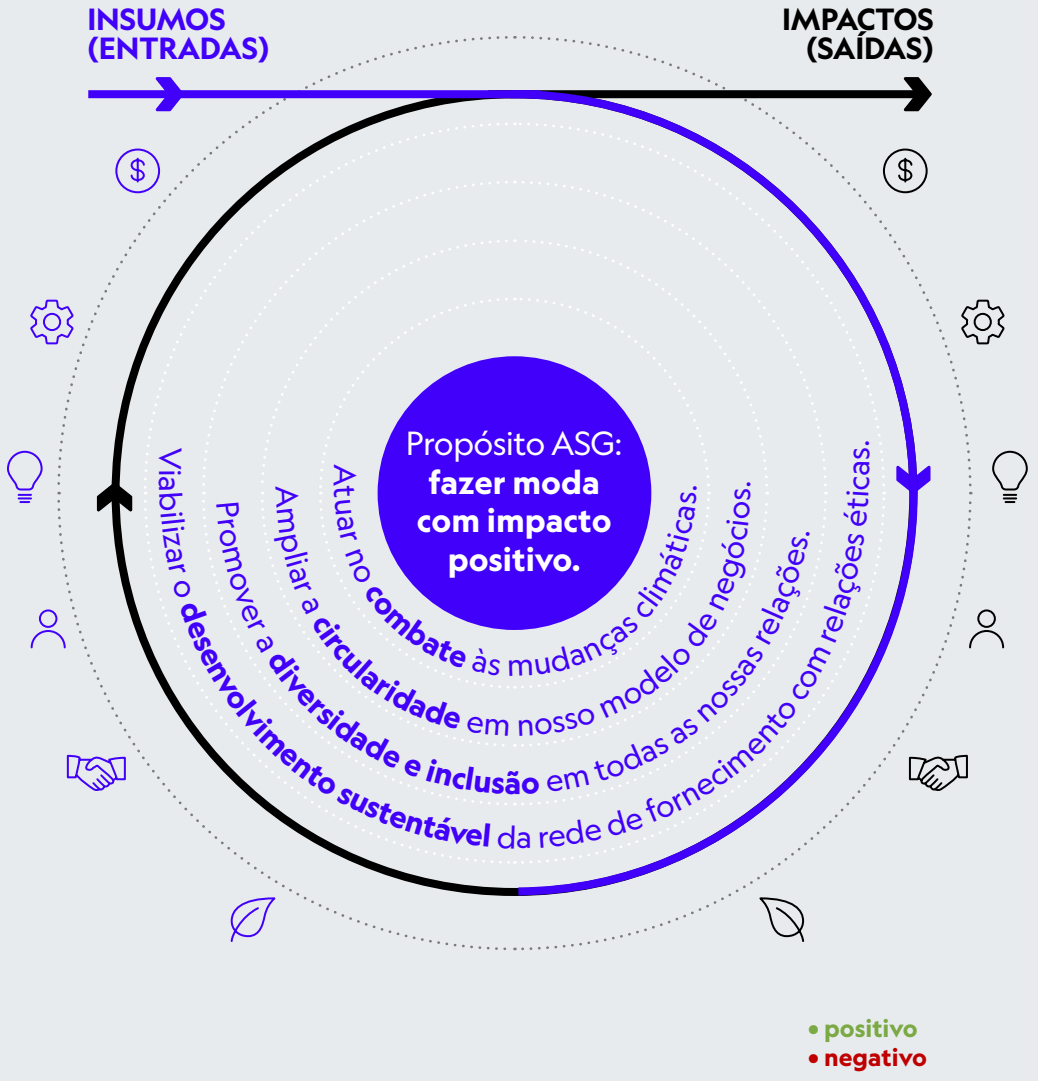
CAPITAL MANUFATURADO
- Três centros de distribuição (SP, RJ e SC)
- Um escritório central
- 330 lojas: abrangência nacional

CAPITAL INTELECTUAL
- Cultura de inovação e sustentabilidade

CAPITAL HUMANO
- 15.464 associados, sendo:
  Mulheres 68%;
  Amarelos 3%;
  Brancos 37%;
  Indígenas 0,5%;
  Pretos e pardos 59%
- Mais de 280 mil horas de treinamentos diversos

CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO
- Clientes
- 881 fornecedores Tier 1 (70% selo ouro na ABVTEX)
- Instituto C&A
- Associações de classe

CAPITAL NATURAL
- Algodão renovável
- Viscose mais sustentável
- Poliéster mais sustentável
- Outras matérias-primas
- Recursos hídricos



CAPITAL FINANCEIRO
- R$ 7,6 bilhões em receita líquida
- R$ 441 milhões em receitas de serviços financeiros
- R$ 102 milhões, equivalente a R$ 0,33 por ação ordinária

CAPITAL MANUFATURADO
- Investimentos nos centros de distribuição: unificação dos centros e evolução Push-Pull

CAPITAL INTELECTUAL
- Produto sustentável, pensado ao longo de toda a rede de fornecimento

CAPITAL HUMANO
- Programas de diversidade
- Nota Net Promoter Score (NPS)
- Programa de diversidade para estagiários

CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO
- 26 mil pessoas impactadas pelo Instituto C&A
- C&A no ISE da Bolsa de Valores (B3)
- C&A no IDIVERSA da Bolsa de Valores (B3)
- Contribuição setorial através de associações

CAPITAL NATURAL
- Desenvolvimento de novos produtos com menos impacto
- I-REC (compra de 100% de energia renovável)
- C2C
- 70,6% de matérias-primas sustentáveis
- Redução de emissões
- Emissões
- Uso de recursos hídricos na rede de fornecedores

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS



PESSOAS E CULTURA

GPTW Brasil: fomos reconhecidos como a 19ª melhor empresa para trabalhar no Brasil.

GPTW Barueri e Região: estamos na lista Top 10 das melhores empresas para trabalhar.

GPTW Varejo: mais uma vez, estamos no Top 6 do Great Place To Work® Brasil. E, entre as empresas de moda, fomos a melhor colocada na categoria Varejo!

Bloomberg Línea Influência: nosso CEO foi reconhecido como Top 500 das pessoas mais influentes na América Latina.

CEOs mais admirados: gestão RH – Nosso CEO está na lista Top 10.

TOP 50: executivos de destaque no varejo 2024 – Nosso CEO figura na lista Top 10.

Women on Board: selo obtido pelo compromisso de manter no mínimo duas mulheres no Conselho de Administração.

Employer Branding Brasil: @ceacarreiras em 1º lugar nas redes sociais.

ASG E GOVERNANÇA

Índice de diversidade: IDIVERSA I B3: ingressamos na carteira em 2024.

GHG Protocol: selo ouro no programa brasileiro.

***Ranking* Merco Responsabilidade – ESG Brasil:** C&A em 69º lugar.

Prêmio Excelência em Transportes: reconhecimento da C&A aos fornecedores.

Prêmio ESG Paragon Awards: premiação ao nosso time de qualidade.

Finance & Law: estamos entre os seis melhores departamentos jurídicos na categoria Bens de Consumo, Varejo e Luxo.

Prêmio Jurídico 4.0: Associação Brasileira de Lawtechs e Legaltechs.

Finance & Law Summit and Awards: área jurídica da C&A no Top 6 do varejo.

MARCA

Valor 1000: Top 4 melhores empresas na categoria Indústria da Moda.

Ecglobal for Business – Marca mais amada pelos brasileiros: 1º lugar na categoria Roupas.

Marcas Mais – Estadão: Top 2 Região São Paulo.

Selo RA1000: 2º lugar na categoria Melhores e-commerce - Moda, do Reclame Aqui.

Selo Reclame Aqui: nos tornamos a primeira varejista de moda a conquistar o selo de verificação na nossa página do Reclame Aqui.

Prêmio ABEMD: gestão de entregas e a experiência do cliente.

Reconhecimento MRC Vegas: C&A Pay: pague com um sorriso.

Prêmio Smart Customer: Prata na categoria Inovação e Relacionamento.

CECOM: empresas que melhor se comunicam com jornalistas – C&A no Top 3 da lista.

INOVAÇÃO E PROJETOS

Melhores do ano Warner Bros 2023: vencedora na categoria inovação Calça de Shopping.

LicensingCon 2024: vencedora na categoria *digital case* Calça de Shopping.





PARTICIPAÇÃO EM **ASSOCIAÇÕES**

GRI 2-28
ODS 8 13

Desempenhamos um papel ativo e estratégico em diversas associações e iniciativas globais e locais, visando impulsionar práticas empresariais socialmente responsáveis e sustentáveis. Veja abaixo a lista das iniciativas mais relevantes:

Participação global

ZERO DISCHARGE OF HAZARDOUS CHEMICALS (ZDHC): membro ativo no programa para eliminação de substâncias químicas perigosas.

BETTER COTTON INITIATIVE (BCI): integrante do programa para promover práticas sustentáveis no cultivo de algodão.

SUSTAINABLE APPAREL COALITION (SAC): membro da aliança global com mais de 250 marcas líderes em vestuário.

CRADLE TO CRADLE PRODUCTS INNOVATION INSTITUTE: parceria desde 2017, com certificação nível ouro para a linha de produtos de malha e jeans.

CANOPY STYLE INITIATIVE: apoio à iniciativa que une líderes da moda em prol da sustentabilidade.

PACTO GLOBAL DA ONU: participante global desde 2015 e no Brasil desde 2021.

SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVE (SBTi): compromisso com metas climáticas alinhadas a um futuro sustentável.

CDP: organização global que funciona como um sistema para divulgação dos impactos ambientais em todos os setores, públicos e privados. O CDP emite relatórios anuais com dados que podem contribuir com o combate às mudanças climáticas e uma economia mais sustentável.

Participação no Brasil

ABVTEX: integrante do programa de certificação da Associação Brasileira do Varejo Têxtil.

PROGRAMA NA MÃO CERTA: pioneira desde 2007, promovendo ações contra a exploração sexual de crianças e adolescentes nas rodovias, em parceria com a Childhood Brasil.

ABIT: Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção.

IDV: Instituto para Desenvolvimento do Varejo.

Outras associações relevantes

AMCHAM: Câmara Americana de Comércio.

ABERJE: Associação Brasileira de Comunicação Empresarial.

ABRASCA: Associação Brasileira das Companhias Abertas.

GIFE: Grupo de Institutos, Fundações e Empresas.

Iniciativas e movimentos de sustentabilidade e diversidade

Instituto Ethos: apoio a práticas empresariais socialmente responsáveis.

InPacto: participação no Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo.

Colabora Moda Sustentável: colaboração estratégica para fortalecer a sustentabilidade no setor.

Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+: associação ao movimento para promoção da diversidade e inclusão.

Capitalismo Consciente: membro do movimento que promove práticas empresariais mais éticas e conscientes.

Parcerias educacionais e tecnológicas

SENAI: colaboração estratégica para promover treinamentos para fornecedores e investimentos em tecnologia.



GOVERNANÇA CORPORATIVA

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-17, 2-24, TCFD 1.B
ODS 5 16

Boas práticas
Ética e integridade
Segurança da informação
Gestão de riscos



BOAS **PRÁTICAS**

GRI 2-9
ODS 5 16

A governança corporativa da C&A reflete um compromisso permanente com a transparência, a ética e a geração de valor sustentável. Como companhia de capital aberto listada no segmento Novo Mercado da B3, seguimos os mais altos padrões de governança, alinhados às melhores práticas recomendadas pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) e o Código Brasileiro de Governança Corporativa (CBGC).

Nossa estrutura de governança é organizada para garantir eficiência, responsabilidade e alinhamento com os interesses de nossas partes interessadas. Ela é composta pela Assembleia Geral dos Acionistas, Conselho de Administração, Conselho Fiscal, Diretoria Estatutária e comitês de assessoramento, todos orientados para uma gestão ética e estratégica de longo prazo. Os comitês internos complementam essa estrutura, oferecendo suporte técnico em áreas-chave, fortalecendo nossa capacidade de adaptação e inovação.

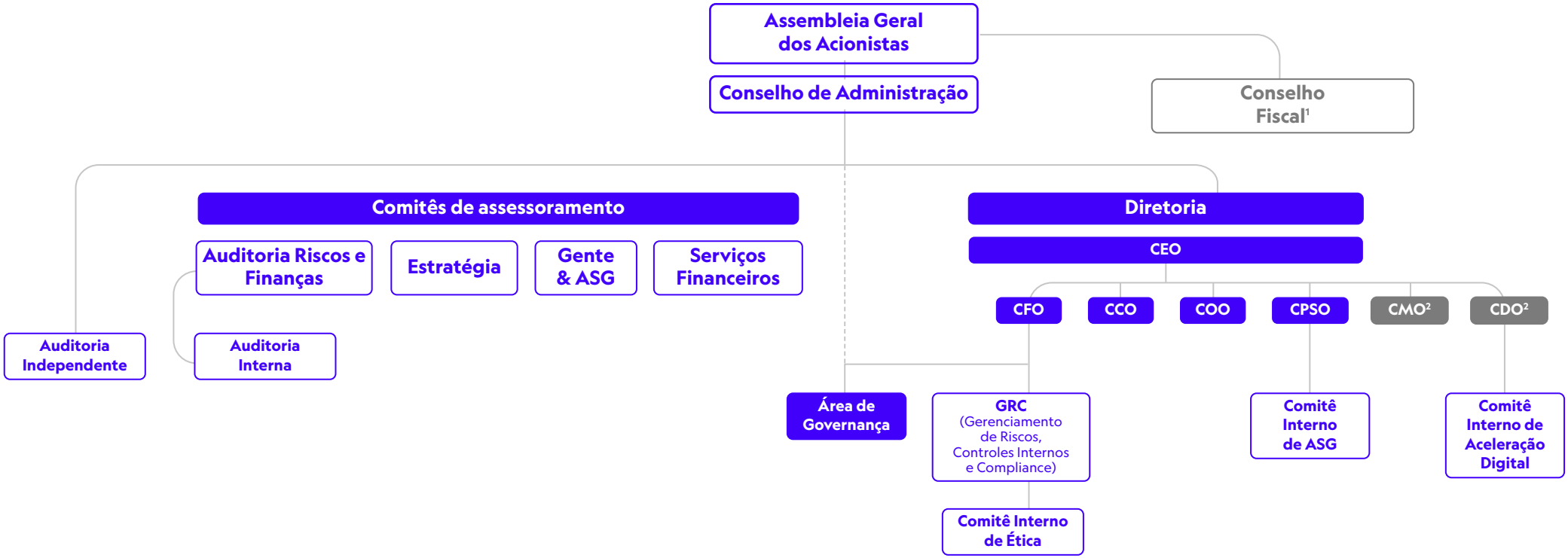
Essa relação entre os diversos órgãos nos permite avançar com responsabilidade, criando valor não só para os acionistas, mas também para a sociedade e todos que se conectam à nossa marca.



ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-24

ODS 5 16



Nossa estrutura de governança é organizada para garantir eficiência, responsabilidade e alinhamento com os interesses de nossos *stakeholders*.

[1] Durante o exercício fiscal de 2024, a Companhia não teve um Conselho Fiscal, pois não foi solicitado pelos acionistas, mas este pode ser instaurado a qualquer momento mediante solicitação.
[2] Diretores não estatutários.

ASSEMBLEIA GERAL DE ACIONISTAS

Conforme recomendado pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), a Assembleia Geral de 2024 comunicou a condução dos negócios da Companhia; publicou um manual visando facilitar e estimular a participação nas assembleias gerais; promoveu o pleno entendimento, através das atas dos acionistas acerca das discussões havidas na Assembleia, trazendo a identificação dos votos proferidos pelos acionistas.

Além disso, em 2024, a Companhia cumpriu todas as melhores práticas e requerimentos regulatórios. A Assembleia Geral foi um momento crucial para a prestação de contas e exercício de transparência pela administração. Esse evento proporcionou uma oportunidade valiosa para que os acionistas contribuíssem com a Companhia, apresentando suas ideias e opiniões, cumprindo inclusive as formalidades legais de convocação e informação dos acionistas.

A indicação de candidatos e o voto na eleição de membros do Conselho Fiscal foram assegurados nos termos da legislação vigente. A Companhia assegurou a eficácia desses direitos, não apenas cumprindo a lei, mas também garantindo que as candidaturas tivessem a devida divulgação, permitindo que cada acionista pudesse instruir seu voto de maneira informada.

ESTRUTURA DA ADMINISTRAÇÃO

A gestão da C&A é conduzida pelo Conselho de Administração e pela Diretoria Executiva. Nossa estrutura organizacional tem o objetivo de fomentar a convergência de interesses e garantir excelência nas decisões adotadas. Asseguramos que essas decisões sejam tecnicamente embasadas e fruto de um amplo debate, além de estarem em conformidade com as normas, valores, estratégias e diretrizes da Companhia para a geração de valor a longo prazo.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRI 2-17, TCFD 1.B

NA C&A, o Conselho de Administração é o principal órgão de governança corporativa, responsável por definir as diretrizes estratégicas, acompanhar a gestão e aprovar decisões fundamentais para o crescimento sustentável do negócio. O Estatuto Social da Companhia prevê que o Conselho de Administração seja composto por, no mínimo, 5 (cinco) e, no máximo, 9 (nove) membros – atualmente composto por cinco membros, sendo quatro independentes –, todos eleitos em Assembleia Geral para um mandato unificado de 2 (dois) anos, com possibilidade de reeleição.

O Conselho de Administração atua de forma proativa na proteção e valorização do patrimônio da Companhia, supervisionando a execução de planos estratégicos, de expansão e investimentos, bem como elege os membros da Diretoria Executiva e fiscaliza a sua gestão. O Conselho conduz ainda discussões regulares sobre temas emergentes e, em 2024, implementou *workshops* temáticos como os Seminários de Governança, promovendo a atualização contínua dos conselheiros com apoio de especialistas externos. O Conselho de Administração é informado trimestralmente sobre questões ASG e climáticas por meio de comitês, que acompanham o progresso das metas assumidas publicamente e integram essas pautas à definição de estratégias, orçamentos e ao desempenho da organização. A C&A atribui responsabilidades relacionadas às mudanças climáticas a gerências e comitês específicos, que reportam

diretamente à Diretoria e ao Conselho. Esses comitês são responsáveis pela avaliação e gestão dessas questões, garantindo uma governança estruturada em sustentabilidade.

Em 2024, a Companhia evoluiu aderindo 100% às práticas recomendadas pelo IBGC, dentre elas: 2.2.1. – O estatuto social deve estabelecer que: (i) o Conselho de Administração seja composto em sua maioria por membros externos, tendo, no mínimo, um terço de membros independentes; (ii) o Conselho de Administração deve avaliar e divulgar anualmente quem são os conselheiros independentes, bem como indicar e justificar quaisquer circunstâncias que possam comprometer sua independência.

PERFIL DOS MEMBROS DO CONSELHO

GÊNERO

60% homens

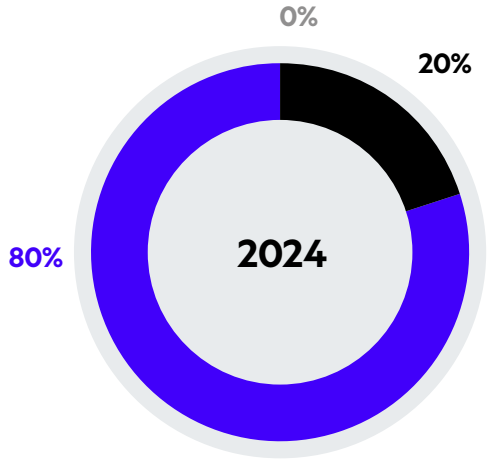
40% mulheres

RAÇA

80% branca

20% amarela

FAIXA ETÁRIA



Abaixo de 30 anos	0	0%
Entre 30 e 50 anos	1	20%
Acima de 50 anos	4	80%

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Nome	Cargo	Ano de eleição	Mandato
Marcos Guimarães Grasso	Presidente do Conselho de Administração	Abril/2023	AGO/2025
Cristina Presz Palmaka de Luca	Membro independente do Conselho de Administração	Abril/2023	AGO/2025
Isabella de Oliveira V. Cavalcanti Wanderley	Membro independente do Conselho de Administração	Abril/2023	AGO/2025
Jamil Saud Marques	Membro independente do Conselho de Administração	Abril/2023	AGO/2025
Peter Takaharu Furukawa	Membro independente do Conselho de Administração	Abril/2023	AGO/2025



SECRETARIA DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Vinculada ao Conselho de Administração, a Secretaria de Governança da C&A é responsável por apoiar tecnicamente os órgãos de governança corporativa, promovendo e implementando as melhores práticas e garantindo o cumprimento das normas legais, estatutárias e regulatórias. Suas atribuições incluem (i) planejar e coordenar as reuniões, garantindo que todos os aspectos logísticos e documentais sejam devidamente atendidos, (ii) manter e organizar todos os registros e documentos relevantes, (iii) facilitar a comunicação e o intercâmbio de informações entre os diversos *stakeholders*, (iv) desenvolver e implementar políticas e procedimentos que reflitam as melhores práticas de governança, e (v) monitorar e garantir que a empresa esteja em conformidade com todas as obrigações legais e regulamentares.

CONSELHO FISCAL

O Conselho Fiscal é um órgão colegiado, de caráter estatutário e funcionamento não permanente, instalado nos anos de 2022 e 2023 para atuar com independência na fiscalização da gestão dos administradores, assegurando conformidade com a legislação e regulamentação aplicáveis. No exercício de 2024, não houve a instalação do Conselho Fiscal que, quando instalado, é composto por, no mínimo, 3 (três) membros efetivos e igual número de suplentes, tendo seu mandato coincidente com o período de funcionamento do órgão, definido em Assembleia Geral.

DIRETORIA EXECUTIVA

A Diretoria Executiva da C&A é responsável pela gestão da Companhia, liderando a implementação das estratégias definidas pelo Conselho de Administração e coordenando as áreas de negócio. Composta por no mínimo, 3 (três) e, no máximo, 9 (nove) membros – atualmente composta por cinco membros –, para mandatos de dois anos, com possibilidade de reeleição, a Diretoria é apoiada por comitês internos que aprofundam discussões estratégicas e promovem a execução alinhada aos objetivos da Companhia.

Em 2024, a Companhia manteve a aderência de 100% das práticas recomendadas pelo CBGC, evoluindo na instalação de comitês internos para apoiá-los em temas como inovação e transformação digital, clientes etc.

COMITÊS DE ASSESSORAMENTO

GRI 2-12

Os comitês de assessoramento desempenham papel estratégico na estrutura de governança corporativa da C&A, oferecendo suporte técnico ao Conselho de Administração. Criados para aprofundar análises e emitir recomendações sobre temas específicos, esses comitês são essenciais para fortalecer a governança, garantindo a independência e a eficiência nas decisões. Cada comitê é composto por 3 (três) membros eleitos pelo Conselho de Administração, com mandatos anuais e responsabilidades definidas em regimentos internos. Os coordenadores dos comitês têm uma seção fixa em todas as reuniões do Conselho, destinada a reportar resultados e processos discutidos para deliberação.

Visão multidisciplinar que amplia a análise e enriquece as discussões sobre temas estratégicos.

COMITÊ DE AUDITORIA, RISCOS E FINANÇAS (CARF)

O CARF é um órgão estatutário, responsável por garantir a qualidade e integridade dos relatórios financeiros, assegurando a conformidade com normas legais, estatutárias e regulatórias, e avaliar e monitorar a adequação dos processos relacionados à gestão de riscos, controles internos, *compliance* e auditoria interna. Além disso, o CARF é responsável por monitorar e avaliar as atividades dos auditores externos para garantir a conformidade e a independência, assim como acompanhar e monitorar o cumprimento do Código de Conduta, gerindo o Canal de Denúncias para promover práticas éticas na organização. Ainda, o CARF desempenha um papel fundamental na análise de diretrizes e no acompanhamento de diversos assuntos relacionados à gestão financeira, contabilidade, tesouraria, orçamento e investimentos.

COMITÊ DE ESTRATÉGIA (CE)

O Comitê de Estratégia desempenha um papel crucial ao apoiar o Conselho de Administração na definição, elaboração e revisão de diretrizes, planos e projetos estratégicos, bem como de investimentos relevantes para a empresa. Seu objetivo é contribuir para o direcionamento e monitoramento eficaz da estratégia corporativa da Companhia, sempre em conformidade com os parâmetros e diretrizes aprovados pelo Conselho de Administração.

COMITÊ DE GENTE & ASG (CGASG)

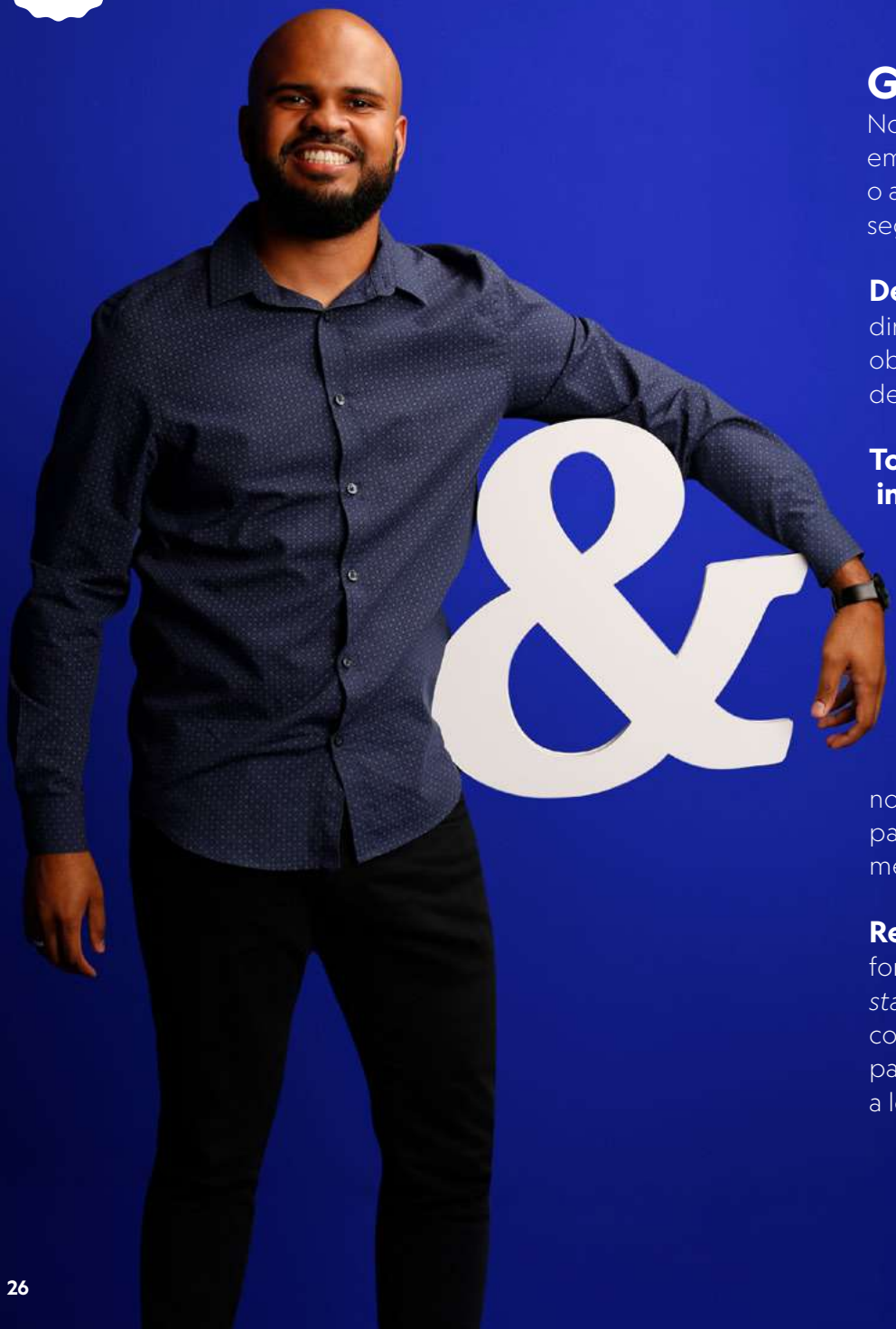
Focado em pessoas, sustentabilidade e governança, o CGASG assessora o Conselho de Administração em questões relacionadas à remuneração, planejamento sucessório dos membros dos órgãos de administração da Companhia, bem como sua estrutura organizacional, avaliação e processo de seleção dos membros do Conselho de Administração, de seus comitês de assessoramento e da Diretoria Executiva, exercendo um papel relevante na estratégia de remuneração e planejamento sucessório.

O comitê também supervisiona a agenda de desenvolvimento sustentável, promovendo a diversidade, equidade e inclusão. Em 2024, além dos indicadores de ASG, o CGASG atuou em projetos com foco no tema de mudanças climáticas, tanto em nossas operações quanto nas de nossa rede de fornecimento (saiba mais sobre o assunto no capítulo Moda com impacto positivo).

COMITÊ DE SERVIÇOS FINANCEIROS (CSF)

O CSF tem como foco principal assessorar o Conselho de Administração quanto à gestão de produtos e serviços financeiros da Companhia, considerando as principais estratégias relacionadas ao modelo de negócios, portfólio de produtos, captação de recursos, parcerias, aderência às normas legais, estatutárias e regulatórias e declaração de apetite a riscos.

Em 2024, o comitê atuou de forma relevante para a estratégia de negócio questionando matérias de crédito e exposição financeira.



GERAÇÃO DE VALOR

Nossa estrutura de governança desempenha um papel crucial na geração de valor em curto, médio e longo prazos, direcionando a Companhia com assertividade para o atingimento de metas e o crescimento sustentável. Nessa frente, destacam-se os seguintes princípios e mecanismos:

Definição de visão e estratégia, direcionando esforços para alcançar objetivos que gerem valor sustentável de longo prazo.

Tomada de decisão eficiente, ágil e informada, essencial para o sucesso a curto prazo e para a adaptação a ambientes de mercado instáveis.

Gestão de riscos, com processos que identificam, avaliam e gerenciam fatores de forma proativa, assegurando a proteção do valor da Companhia no curto prazo e criando bases sólidas para um crescimento sustentável no médio e longo prazos.

Responsabilidade e transparência, fortalecendo a confiança de nossos *stakeholders* – investidores, clientes e comunidades –, aspectos fundamentais para a valorização da marca e o sucesso a longo prazo.

Sustentabilidade e ética nos negócios, não apenas para proteger a empresa contra riscos reputacionais e legais, mas também para garantir sua capacidade de operar e crescer em um futuro cada vez mais orientado para práticas sustentáveis.

Adaptação e inovação, especialmente para a criação de valor em médio e longo prazos, em um cenário no qual o mercado e as tecnologias estão em constante evolução.

Alocação eficiente de recursos, sejam financeiros, humanos ou operacionais, garantindo o sucesso das operações no curto prazo e viabilizando investimentos estratégicos para o crescimento sustentável a longo prazo.

Engajamento com *stakeholders*, por meio de estruturas de governança que facilitam o diálogo, permitem compreender expectativas e asseguram a geração de valor tanto percebido quanto real em todos os horizontes de tempo.

COMITÊ INTERNO DE ASG (CIASG)[1] GRI 2-13

O CIASG auxilia a Diretoria Executiva e o Comitê de Gente & ASG em suas atividades, responsabilidades e compromissos relacionados ao tema de práticas ambientais, sociais e de governança (ASG), implementando iniciativas estratégicas, com desempenho no papel central de acompanhamento de ações voltadas à mitigação de impactos socioambientais, bem como promoção da ética corporativa.

O Comitê é composto por, no mínimo, 03 (três) e, no máximo, 11 (onze) membros, eleitos pela Diretoria Executiva anualmente, e possui sua composição o diretor presidente e o diretor responsável pela área de Sustentabilidade da Companhia.

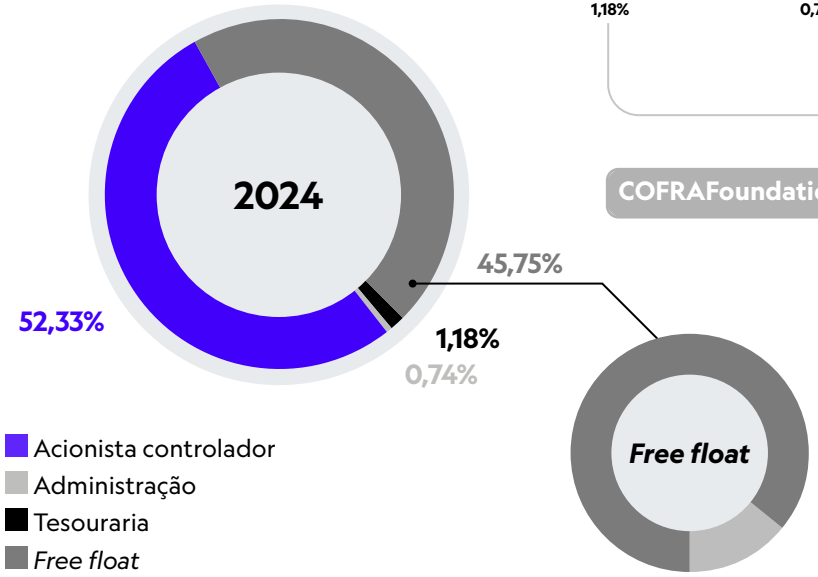


[1] O comitê se reúne regularmente e reporta diretamente à Diretoria Executiva. Em um período de um ano, são realizadas no mínimo quatro reuniões do Comitê Interno de ASG.

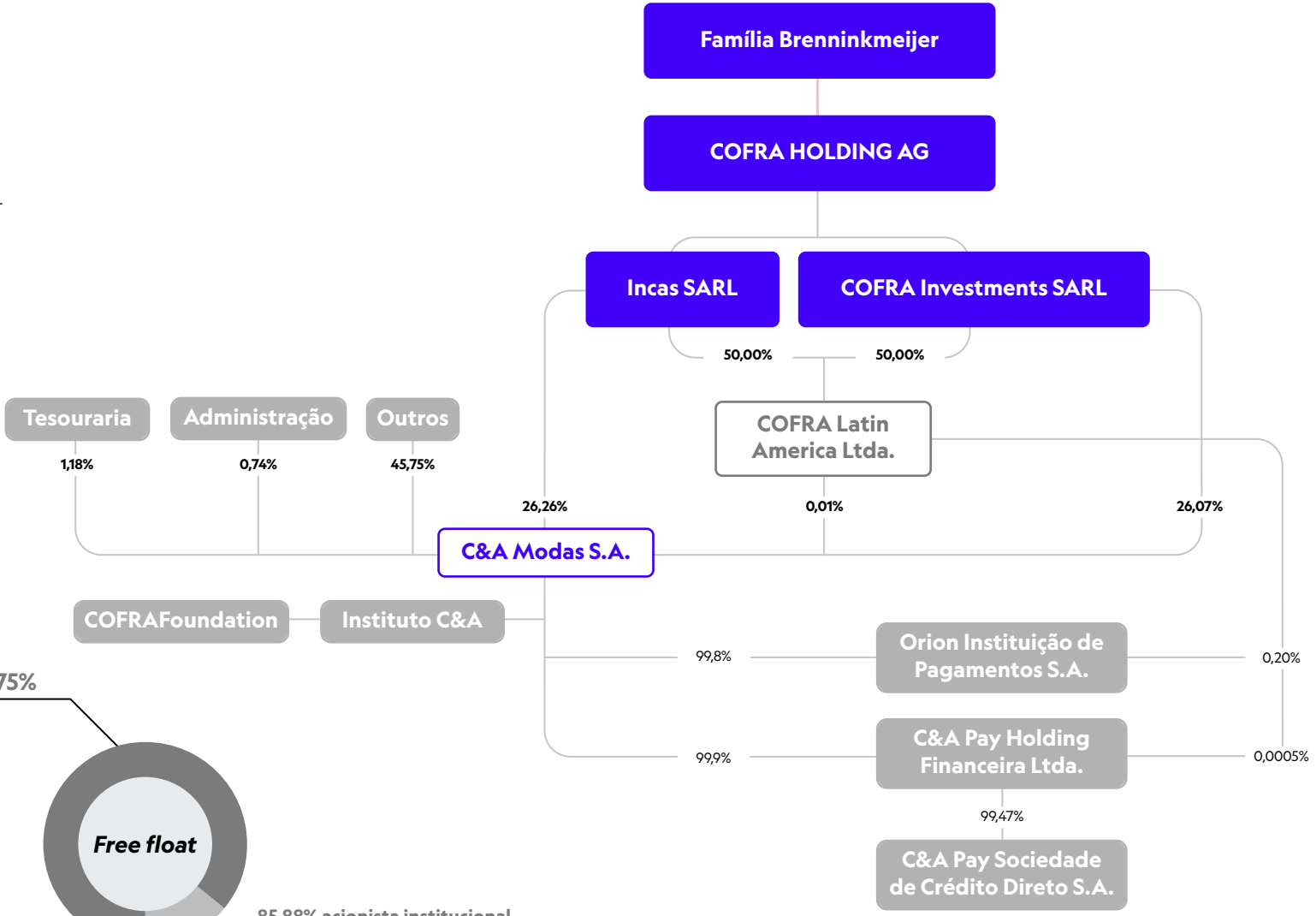
DESEMPENHO DAS AÇÕES E COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA GRI 2-1

As ações CEAB3, listadas na B3, encerraram 2024 cotadas a R$ 7,76, registrando uma valorização de 2,8% ao longo do ano. Em 31 de dezembro, o valor de mercado da Companhia alcançou R$ 2,4 bilhões. O capital total da empresa é composto por 308.245.068 ações ordinárias, com um *free float* de 45,75%.

COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA



ESTRUTURA SOCIETÁRIA



REMUNERAÇÃO GRI 2-19, 2-20

Nosso pacote de remuneração da Diretoria busca promover a criação de valor sustentável e de longo prazo, bem como atrair e reter os melhores profissionais, a partir de uma composição que se divide em:

- Remuneração fixa
- Benefícios
- Remuneração variável de curto prazo
- Remuneração variável de longo prazo

Os incentivos de curto prazo, modelo de participação de lucros e resultados (PLR), têm com o objetivo reconhecer o alcance e superação das metas preestabelecidas pela C&A, alinhadas ao desempenho, sustentabilidade e à estratégia de crescimento do nosso negócio em cada exercício social. Com características mais coletivas, o atingimento da meta econômica é condição essencial para a ocorrência do pagamento.

Desde 2024, a remuneração da Diretoria é formalmente atrelada a metas ASG, relacionadas aos compromissos públicos assumidos na estratégia ASG 2030, com monitoramento trimestral de indicadores de resultados. Dentre as principais temáticas das metas, estão temas como mudanças climáticas, circularidade, poluição plástica, matérias-primas mais sustentáveis e diversidade e equidade.

O plano de incentivo de longo prazo tem o objetivo de incentivar, bem como alinhar interesses de longo prazo dos nossos acionistas e executivos, de modo a maximizar a criação de valor ao nosso negócio, por meio de resultados consistentes e sustentáveis, tanto de médio quanto de longo prazo. Como forma de promover o engajamento e de retenção do nosso *management team*, em 2021 lançamos o Programa de Incentivo a Longo Prazo.

Anualmente, a empresa dará direito a uma quantidade de ações a cada elegível, baseado em seu nível hierárquico. Após o período de três anos, a empresa transfere a titularidade das ações aos executivos, respeitando a quantidade definida e pelas condições de *performance*.

O Conselho de Administração, por sua vez, possui remuneração composta por: (i) remuneração fixa mensal, baseada na dedicação de tempo; (ii) participação em comitês: aos conselheiros que ocuparem cargo em mais de um comitê



receberá uma remuneração mensal adicional por sua participação; (iii) baseada em ações: os conselheiros são elegíveis à remuneração baseada em ações.

Estruturada com base em práticas de mercado e revisada anualmente pelo Conselho de Administração, a Política de Remuneração da C&A busca valorizar nossos talentos e traduzir nossa cultura em resultados. Nosso modelo é pensado para conectar pessoas, desempenho e estratégia, criando uma base sólida para atrair, reter e inspirar profissionais a alcançarem a totalidade do seu potencial.

CONFLITOS DE INTERESSES [1]

GRI 2-15

Os processos adotados pelo mais alto órgão de governança da C&A para prevenir e mitigar conflitos de interesses são delineados pela Política de Conflito de Interesses da empresa. Nesse contexto, tanto os associados quanto os administradores, incluindo os membros dos conselhos, da Diretoria e dos comitês, são obrigados a informar imediatamente qualquer situação de conflito de interesse. Eles devem declarar sua posição e encaminhar o relato correspondente à área jurídica da Companhia.

As diretrizes dessa política estabelecem que, em caso de potencial conflito de interesse, o administrador envolvido deve se manifestar prontamente, se abster das discussões sobre o assunto e não participar da votação relacionada. Essas ações, incluindo a manifestação sobre o conflito de interesses e a abstenção do administrador, devem ser registradas na ata da deliberação ou reunião na qual o tema for abordado.

[1] Em relação à divulgação de conflitos de interesses para as partes interessadas, reportamos as situações que envolvam participação cruzada em outros órgãos de administração; participação acionária cruzada com fornecedores e outras partes interessadas; e determinadas relações e transações com partes relacionadas. Nesses casos, a pessoa envolvida em um conflito deve declarar-se impedida, detalhando seu envolvimento na transação.

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

GRI 2-18

Com o objetivo de fortalecer a governança corporativa e aprimorar continuamente a atuação de seus órgãos de tomada de decisão, a C&A conduz, anualmente, uma avaliação formal de desempenho do Conselho de Administração, de seus comitês de assessoramento, da Diretoria Executiva e da Secretaria de Governança. O processo permite identificar oportunidades de aprimoramento, embasar planos de ação e auxiliar os próprios conselheiros a analisarem suas contribuições individuais e coletivas.

O *assessment* de 2024 incluiu uma análise do desempenho individual dos conselheiros e do funcionamento dos comitês de assessoramento. Para ampliar a visão sobre a efetividade do Conselho, foram consultadas partes interessadas externas.

Os resultados destacaram o elevado nível de engajamento do Conselho, sua capacidade de conciliar discussões estratégicas com exigências regulatórias e o compromisso com o aprimoramento contínuo. Como desdobramento da avaliação, foi estruturado um plano de ação baseado em quatro pilares: relacionamento com a Diretoria, sucessão, educação continuada e diversidade. A implementação das iniciativas definidas é acompanhada regularmente pela Secretaria de Governança, em conjunto com a Presidência do Conselho, garantindo alinhamento e evolução das boas práticas corporativas.



ÉTICA E **INTEGRIDADE**

GRI 2-12, 2-23, 2-24, 205-2 ODS 16

Adotamos compromissos claros para uma conduta corporativa responsável, formalizados em documentos como o Código de Ética e as políticas Anticorrupção, de Sustentabilidade, Diversidade, Engajamento com Stakeholders e Investimento Social Privado (confira todas aqui). Esses documentos, elaborados com apoio de especialistas e aprovados pelo Conselho de Administração, refletem o mais alto padrão de governança corporativa. Além disso, conduzimos análises de parceiros de negócios por meio das áreas de Segurança da Informação, Cadastro de Fornecedores e Sustainable Supply Chain (SSC), sendo os resultados dessas avaliações considerados para tomadas de decisão.

Participamos do Pacto Global da ONU e do Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção, do Instituto Ethos. Nossos compromissos incluem devida diligência, aplicação do princípio da precaução e respeito aos direitos humanos, com atenção especial a grupos em situação de risco, principalmente na nossa rede de fornecimento (saiba mais na página 103).

Esses compromissos são amplamente comunicados por meio de campanhas internas, treinamentos presenciais e *on-line*, e materiais informativos nas lojas. Estão também integrados às documentações de contratação e são apresentados aos parceiros durante a formalização de negócios. Em 2024, garantimos que nossas políticas e procedimentos de combate à corrupção foram comunicados para 100% de nossos associados, órgãos de governança e fornecedores

Todos os documentos estão disponíveis publicamente no *site* de Relações com Investidores. **Clique aqui e acesse.**

diretos e indiretos.

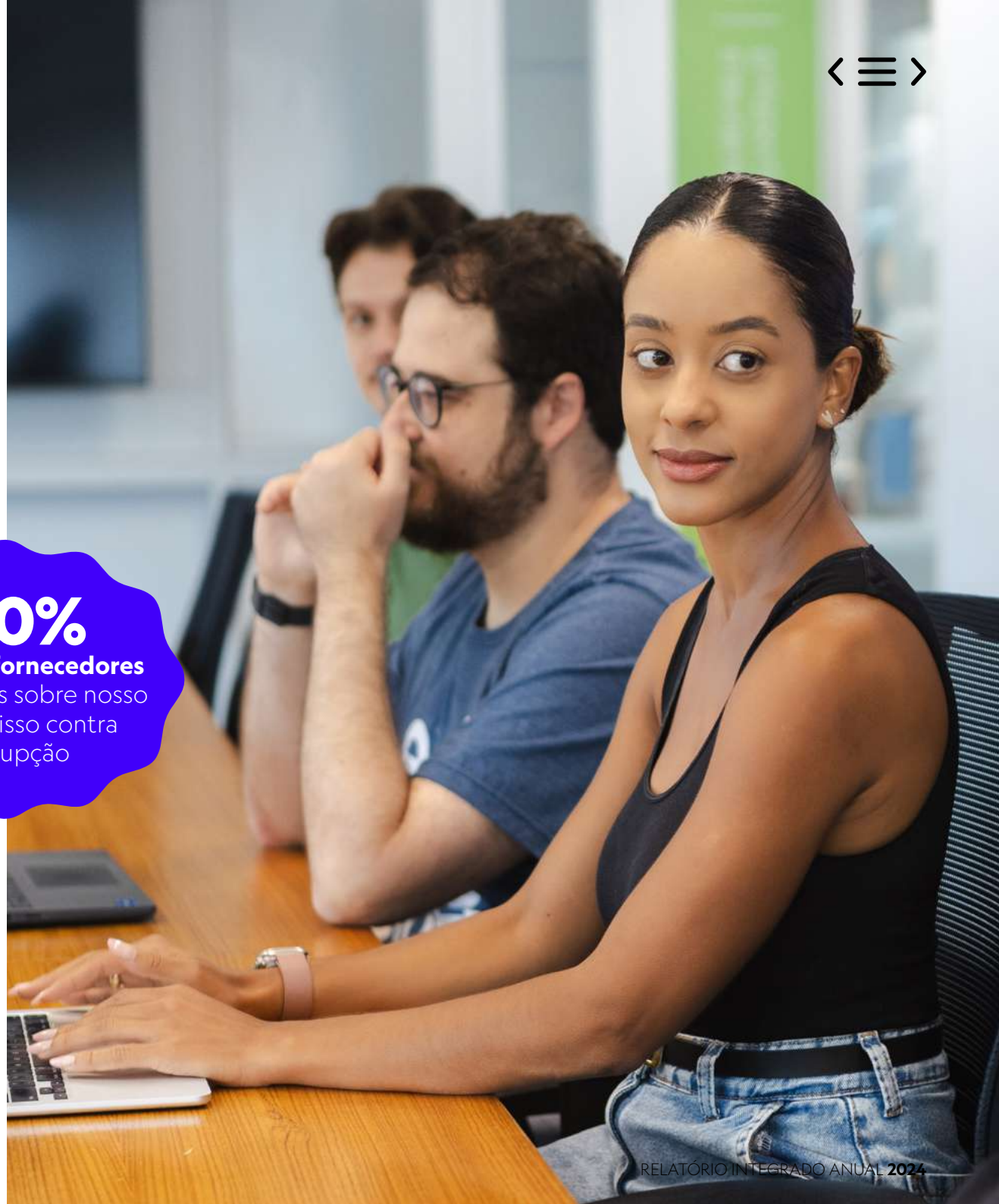
POLÍTICA ANTICORRUPÇÃO

A Política Anticorrupção da C&A reafirma nosso compromisso com a ética, prevenindo e combatendo a corrupção em todas as suas formas. Estruturada em conformidade com a Legislação Anticorrupção, o Decreto n° 11.129/2022 e o Código de Ética da Companhia, a política estabelece diretrizes claras, como a proibição de pagamentos indevidos, a obrigatoriedade de *due diligence* para terceiros e a implementação de controles internos rigorosos, incluindo segregação de funções, aprovações financeiras e auditorias periódicas.

Aplicável a associados e parceiros externos, a Política Anticorrupção está integrada à nossa Matriz de Riscos, reforçando práticas preventivas em todas as operações. Além disso, a C&A promove campanhas educativas, realiza treinamentos internos e participa de iniciativas como o Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção, do Instituto Ethos, consolidando nosso compromisso com a transparência.

100%
dos nossos fornecedores
comunicados sobre nosso compromisso contra a corrupção

Em 2024, reforçamos a conscientização sobre combate à corrupção com ações de engajamento que ampliaram a adesão aos treinamentos. Realizamos reuniões mensais, reportamos indicadores ao Comitê de Ética e intensificamos a comunicação via *e-mails* e Viva Engage. Além disso, 100% dos nossos fornecedores foram comunicados sobre o tema.





CANAL DE ÉTICA

GRI 2-16, 2-25, 2-26

Para toda e qualquer denúncia sobre preocupações cruciais de nossos *stakeholders* ou de qualquer indivíduo que tenha relato sobre má conduta ou violação de leis em nosso negócio, contamos com o Canal de Ética, que funciona 24 horas ao dia durante os sete dias da semana. O canal é administrado por empresa independente que garante total sigilo, anonimato e a não retaliação. Os relatos podem ser enviados via *site* ou por telefone, em português, inglês ou espanhol.

Os relatos recebidos são analisados por um time especializado. Após a análise inicial, os casos são apurados pela área de GRC e tratados junto ao Comitê Interno de Ética, composto por três diretores estatutários da C&A. Os resultados das apurações são periodicamente reportados ao Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças, órgão que assessora o Conselho de Administração.

Nosso canal funciona todos os dias da semana e pode ser acessado por qualquer pessoa que queira contar sobre algo que vá contra a ética, a integridade, os nossos valores, o Código de Ética ou as políticas da C&A.

0800 591 8819

www.canaldeetica.com.br/cea

faleconosco@cea.com.br

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

GRI 418-1 ODS 16

A segurança da informação na C&A é um dos alicerces da nossa relação de confiança com clientes, associados e parceiros. Essa gestão é conduzida de forma integrada, com diretrizes claras estabelecidas pela Política de Segurança da Informação e pela estrutura de governança de privacidade da empresa, garantindo conformidade, inovação e melhoria contínua.

Alinhada à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), nossa abordagem prioriza a proteção de informações pessoais e a transparência em todas as interações. Dentre as principais iniciativas que a Companhia mantém, destacam-se:

- A manutenção do Aviso de Privacidade para Clientes e Usuários de Canais C&A e C&A Pay, destinada a todos os usuários e clientes da Companhia, seja em ambiente *on-line* ou em lojas físicas;
- A contratação de plataforma de gestão de privacidade para atendimento aos titulares;
- A manutenção da cláusula padrão de segurança da informação e proteção de dados pessoais, inserida em contratos firmados entre a Companhia e terceiros, englobando as diversas situações de relação de tratamento junto aos parceiros, como (i) controlador-operador, (ii) controlador-controlador e (iii) situações que não envolvem dados pessoais;
- A iniciativa da Companhia de avaliação preliminar da maturidade de segurança da informação e de proteção de dados de seus potenciais parceiros, visando dimensionar riscos relacionados, e orientar assertivamente a Companhia na tomada de decisões em contratações.

Adotamos também uma plataforma de gestão de privacidade para garantir o cumprimento das normas de proteção de dados e criamos cláusulas padrão em contratos, além de avaliar parceiros para reforçar a conformidade no tratamento das informações. Em 2024, não identificamos nenhuma queixa comprovada relacionada à violação da privacidade ou perda de dados de clientes. Não foram identificados casos de vazamentos, furtos ou perdas de dados que demandem divulgação.

PRÁTICAS DE SEGURANÇA

CONTROLES DE ACESSO
Restringem permissões para garantir o uso adequado dos sistemas.

CRIPTOGRAFIA DE DADOS
Protege informações armazenadas e em trânsito.

MONITORAMENTO DE AMEAÇAS
Identifica atividades suspeitas em tempo real.

TREINAMENTO DE COLABORADORES
Promove a conscientização sobre a importância da proteção de dados.

GESTÃO DE **RISCOS**

TCFD Governança, TCFD Gestão de riscos
ODS 16

Na C&A, a gestão de riscos atua para proteger o presente e construir o futuro. Com uma abordagem estratégica e contínua, acompanhamos de perto os fatores que podem impactar nosso negócio, sempre orientados pela nossa Política de Gerenciamento de Riscos. Alinhada a normas e práticas como a ISO 31000, a política é aprovada pelo Conselho de Administração e aplicada para identificar, avaliar, monitorar e mitigar riscos. A cultura de gestão de riscos é difundida em todos os níveis da organização, com o objetivo de criar um ambiente de trabalho mais seguro e consciente dos desafios e oportunidades que a empresa enfrenta.

A política fornece as diretrizes que garantem que riscos e oportunidades sejam identificados e tratados de forma ágil e eficiente na C&A. Ela também nos ajuda a padronizar processos, fortalecer a comunicação e, principalmente, manter o foco nas nossas metas estratégicas.

Além disso, por meio de nossa Matriz de Riscos, aprovada pelo Conselho, identificamos e gerenciamos os riscos considerando a questão climática estratégica. A análise da matriz é primordial para identificarmos oportunidades de melhoria que possam mitigar os impactos no curto, médio e longo prazos. Contemplada com quatro categorias não financeiras, incluindo a classificação de riscos "Socioambientais e Climáticos", e outras quatro financeiras, a matriz é o norte para a implementação de planos de ação para os riscos identificados que são acompanhados pelo Conselho e pelo CARF. Em 2024, aplicamos uma atualização na metodologia, com nova periodicidade de acompanhamento da matriz, que passou a ser revisada trimestralmente. Além disso, no mínimo anualmente é realizada atualização geral do mapa de riscos da Companhia.

Os riscos socioambientais e climáticos são tratados com o mesmo rigor dos demais riscos corporativos, por meio de processos de identificação, avaliação e gestão integrados. A área de Sustentabilidade garante que esses temas sejam incorporados às

ESTRUTURA DA GOVERNANÇA DE RISCOS



decisões estratégicas, levando-os ao Comitê Interno de ASG. A Diretoria Executiva encaminha pautas relevantes ao Comitê de Assessoramento ao Conselho, responsável por Gente e ASG, e ao próprio Conselho de Administração, conforme necessário. Essa estrutura reforça a sustentabilidade como parte essencial da nossa estratégia de negócios.

FERRAMENTAS DE GESTÃO

A gestão de riscos na C&A é apoiada por diversas ferramentas, como: o Dicionário de Riscos, o Mapa de Processos e a Matriz de Riscos, além das atividades da área de Controles Internos e da auditoria externa. Essas ferramentas integram e organizam informações essenciais para a identificação, a priorização e a mitigação de riscos. As iniciativas implementadas em 2024 fortaleceram essa estrutura, contribuindo para uma gestão mais ágil e responsiva.

DICIONÁRIO DE RISCOS

O Dicionário de Riscos é uma referência central na gestão de riscos, submetido à Diretoria Executiva e utilizado como uma ferramenta de orientação. Ele considera aspectos internos, políticos, econômicos e estratégicos, além dos resultados de auditorias e a evolução da cultura de *compliance*. Anualmente, o documento é revisado, resultando em uma identificação e classificação mais detalhada dos riscos aos quais a Companhia está exposta e proporcionando subsídios para que as áreas implementassem melhorias no tratamento dos riscos.

MAPA DE PROCESSOS

O Mapa de Processos organiza e formaliza os métodos e procedimentos internos da empresa, categorizando-os em três tipos:

- **PROCESSOS *ENTITY LEVEL*:** vinculados às atividades estratégicas da Companhia.
- **PROCESSOS *CORE*:** relacionados às operações que geram valor diretamente para os clientes.
- **PROCESSOS *CROSS* (TRANSVERSAIS):** atividades de suporte aos demais processos.

Cada processo identificado no mapa possui uma Matriz de Riscos e Controles (MRC), que é revisada regularmente pelas áreas de negócios, com apoio da área de Gestão de Riscos & Controles Internos. Essa área garante que os processos estejam atualizados, busca controles compensatórios quando necessário e apoia as áreas de negócio na revisão contínua do documento. **TCFD 3.C**



MAPA DE RISCOS TCFD 3.C

O Mapa de Riscos define os pontos de atenção prioritários, considerando probabilidade de ocorrência, impacto potencial e níveis de controle existentes. Nos acompanhamentos trimestrais e/ou atualização geral anual, o mapa é atualizado para refletir as mudanças identificadas, permitindo um direcionamento mais eficaz das ações de mitigação.

No que diz respeito à ponderação dos riscos da categoria socioambiental dentro do Mapa de Riscos, cabe monitoramento pela área de ASG com os respectivos planos de resposta. Considerando o resultado da matriz de materialidade, de forma complementar ao trabalho realizado no âmbito das práticas de gestão de riscos da Companhia, os potenciais impactos negativos relacionados ao tema de mudanças climáticas e outros temas socioambientais foram priorizados, e um plano específico de respostas foi criado, sendo acompanhado pela Diretoria Executiva, Comitê de Gente e ASG e Conselho de Administração.

NÃO FINANCEIROS

ESTRATÉGICO – Grupo que afeta os objetivos estratégicos, modelo de negócios, inteligência competitiva e governança da Companhia, além de fatores externos e independentes de ações internas.

OPERACIONAL – Grupo relacionado à nossa infraestrutura (processos e pessoas), que afeta a eficiência operacional e utilização efetiva e eficiente de recursos.

TECNOLÓGICO – Grupo associado aos sistemas aplicativos, ferramentas, tecnologias e informações/dados.

REGULAMENTAR – Grupo referente ao cumprimento de legislação: trabalhista, cível, tributária/fiscal, ou que envolva procedimentos relacionados a órgãos reguladores, como: contábil, CVM/B3, BCB, entre outros.

SOCIOAMBIENTAL – Grupo conectado à proteção do meio ambiente, uso consciente de recursos naturais, mudanças climáticas e respeito aos direitos e garantias fundamentais.

FINANCEIROS

LIQUIDEZ – Grupo ligado à capacidade da Companhia em honrar suas obrigações e manter suas operações diárias.

MERCADO – Grupo relacionado às alterações no mercado (taxas de câmbio, taxas de juros e preços) que possam afetar as atividades da Companhia ou o valor de instrumentos financeiros.

CRÉDITO – Grupo referente à oferta de crédito às clientes.

PRINCIPAIS RISCOS IDENTIFICADOS E MONITORADOS A PARTIR DA MATRIZ DE MATERIALIDADE TCFD 3.C

MUDANÇAS CLIMÁTICAS – Mudanças climáticas extremas e desastres naturais podem afetar nossa capacidade de ofertar coleções adequadas.

RECURSOS NATURAIS E RESÍDUOS – Consumo ineficiente de água nos processos de fabricação, plantio de matérias-primas e geração de resíduos que podem afetar a capacidade regenerativa e disponibilidade futura de recursos.

PARALISAÇÃO DAS OPERAÇÕES – Podem decorrer de pandemias ou movimentos sociais, prejudicando a produção, comercialização ou entrega.

PREJUÍZO ECONÔMICO-FINANCEIRO – Prejudica a geração de valor para nossos acionistas.



A matriz de dupla materialidade da Companhia (veja aqui), de forma complementar ao trabalho realizado no âmbito das práticas de gestão de riscos da Companhia, também tem como resultado a identificação de riscos e oportunidades relacionados a questões socioambientais, como descrito nesta página.

PRINCIPAIS OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS

ECONOMIA CIRCULAR – Desenvolvimento de processos e produtos de acordo com reaproveitamento e eficiência.

MARCA BEM-VISTA – O foco nas oportunidades fortalece a marca e nossa reputação.

EXPANSÃO – Investimentos feitos em modernização, tecnologia e digitalização para a transformação da C&A em *fashion tech*.

USO DE TECNOLOGIA EM FAVOR DO MEIO AMBIENTE – Adoção de tecnologia de *blockchain* para monitoramento de ações de preservação ambiental e práticas ASG, além de processos produtivos de menos impacto.

ESTRATÉGIA

GRI 416-1, 416-2, 417-1, GRI 3-3 - Temas materiais – Transparência e relacionamento com clientes GRI 2-29
ODS 8 16

Energia C&A
Estratégia ASG



ENERGIA C&A

O ano de 2024 marca um momento especial na trajetória da C&A, consolida o quinto aniversário da nossa abertura de capital na bolsa de valores brasileira (B3), que impulsionou investimentos e nos levou a alcançar resultados significativos.

Em outubro de 2019, apresentamos a Estratégia C&A Fashion Tech e demos início a um movimento de transformação da empresa suportado por investimentos relevantes. Durante esse período (2019-2023), a estratégia foi suportada por quatro alavancas de crescimento: Expansão de loja, modernização do supply chain, digitalização da Companhia como um todo e disponibilização de crédito. Além da atuação nesses pilares, a execução da *fashion tech* foi viabilizada com tecnologia de ponta e orientada pela nossa cultura corporativa.

No decorrer desse tempo, foram inauguradas 57 novas lojas, incluindo 13 no formato *double door*, ampliando a presença da marca esportiva ACE. A automação no centro de distribuição, em São Paulo, permitiu o uso de modelos de reposição de estoque em nível granular, loja a loja, com gestão de precificação mais assertiva para cada unidade. A automação do *e-commerce* e a integração da jornada omnicanal otimizaram os processos logísticos e proporcionaram uma jornada mais fluida para a cliente. Essa inovação possibilitou uma tomada de decisão mais eficiente, garantindo um nível de serviço superior à cliente, consolidando a C&A como líder em inovação no varejo de moda. A marca também readquiriu o direito de oferecer crédito e lançou o C&A Pay, cartão digital que visa oferecer

Nossa nova estratégia é consistente e entrega à nossa cliente uma experiência de compra mais fluida e intuitiva.



Impulsionar o brilho e o valor da marca C&A.

uma experiência de compra mais rápida e integrada, tanto nas lojas físicas quanto no *e-commerce*. Com 7 milhões de cartões emitidos, a solução inclui a biometria facial com forma de autenticação, proporcionando segurança e conveniência.

Com a implementação bem-sucedida da estratégia definida no período do IPO, a C&A inaugura um novo capítulo em sua jornada de transformação, marcada por uma conexão ainda mais forte com a cliente, que vê na C&A uma marca que a compreende e a inspira a encontrar a moda na qual ela possa se encontrar. Em 2024, iniciamos a estratégia Energia C&A, para o triênio 2024-2026, que visa acelerar ainda mais o crescimento da Companhia e impulsionar o brilho e o valor da marca. Estruturado em pilares fundamentais – Marca e Relacionamento, Produto, e Jornada Omni –, viabilizado pela digitalização dos nossos processos e orientado pela nossa cultura e disciplina financeira, a estratégia busca aprofundar a conexão emocional com as clientes a partir da personalização em todos os pontos de contato.

+ R$380 MILHÕES
investidos

+40 INICIATIVAS
a serem contempladas até 2026

No pilar Marca e Relacionamento, a Companhia lançou em outubro o posicionamento "A Gente se Encontra na C&A", que reflete o novo momento da empresa, com contato mais próximo da cliente em diferentes momentos e canais. Além disso, esse pilar conta com iniciativas que buscam tornar a C&A a marca de moda preferida da nossa cliente. Aliado ao novo posicionamento, a Companhia intensifica o relacionamento, promovendo a escuta ativa e potencializando a comunicação, sempre carismática e inclusiva, com um modelo de CRM robusto para oferecer uma jornada de compra cada vez mais personalizada.

Neste novo ciclo, daremos continuidade nos investimentos que abarcam inovação e tecnologia. No pilar Produto, o objetivo é adaptar cada loja para refletir as preferências locais, identificando oportunidades para personalizar o sortimento e organizar as categorias em diferentes regiões.

O uso de tecnologia de ponta e da inteligência de dados tornaram-se pontos imprescindíveis nessa nova fase. No pilar Jornada, o foco está na revisão da experiência da cliente. Além disso, por meio de uma capacidade analítica proprietária, estamos implementando um programa para reduzir a dispersão de venda por metro quadrado entre lojas. Nesse contexto, o Hub de Inteligência Comercial é fundamental, suportando processos que vão desde o desenvolvimento de produtos até alocação, distribuição, reposição e precificação dinâmica.

A **cliente** está no centro da nossa proposta de valor.

Moda versátil, para todas as ocasiões.

Jornada omni de excelência, mais rápida e eficiente.

Novo conceito das lojas com categorias de produtos ganhando mais espaço.

Execução integrada em toda a cadeia de valor.

Cultura e *performance*.



Concluímos o primeiro ciclo do programa Energia com mais de 200 lojas impactadas com ações da nova estratégia.

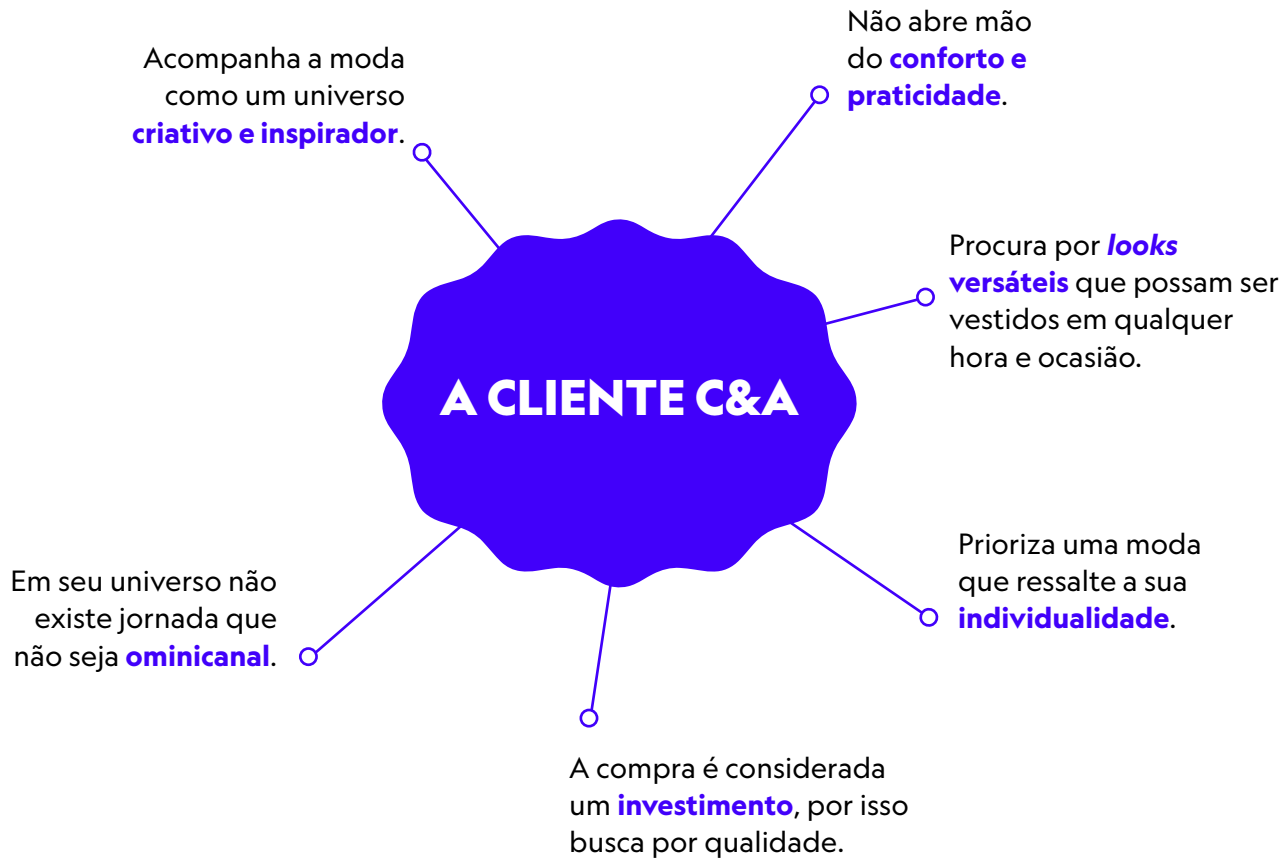


A **CLIENTE** C&A

Paixão pela moda e novos desafios nos movem diariamente em busca das melhores opções para nossa cliente. Sabemos que a cliente C&A preza por suas escolhas e por uma moda que a acompanha nos mais diversos momentos de sua vida e de sua família. Por isso, a guiamos em uma jornada com proximidade e conexão, que possa deixá-la confiante e segura. Falamos de uma mulher de atitude, contemporânea e versátil que, assim como nós, ama moda e se conecta com ela para se sentir bonita, atualizada e, acima de tudo, feliz. Não medimos esforços para estarmos próximos, a fim de atendê-la com excelência em sua experiência de compra agregando valor idealizado e personalizado.

Colocamos inspiração em tudo o que entregamos. E o que entregamos é moda, com estilo, versatilidade e qualidade.

No ambiente digital, dispomos de várias ferramentas que oferecem experiências únicas, como nosso Dicas de Look, além do Programa de Relacionamento C&A&VC (saiba em Relacionamento com Clientes). Em nossas lojas, criamos conexões sólidas por meio de associados engajados que vão em busca dos desejos da nossa cliente, encontrando o produto que ela procura.



Entendemos suas necessidades, evoluções, sua relação com a moda e as tendências, e traduzimos isso em uma experiência vibrante e completa.

MARCA

A FORÇA DA MARCA C&A

Somos uma marca que prioriza o desejo da nossa cliente em expressar sua identidade quando veste uma peça ou acessório da C&A. Por isso, buscamos continuadamente impactar as clientes de modo que sejam o que desejam ser por meio da moda que oferecemos, guiando-as para que se sintam seguras com suas escolhas.

É com essa premissa, que, em 2024, lançamos a assinatura da marca, A Gente se Encontra na C&A, reforçando nosso comprometimento em estabelecer uma conexão verdadeira e duradoura com a cliente. Fazemos isso por meio de uma comunicação vibrante e multicanal, mantendo o diálogo sempre vivo, e entregando coleções cada vez mais versáteis, que podem ser usadas de forma democrática em qualquer lugar e em qualquer ocasião.

Esse compromisso se reflete no nosso dia a dia e no reconhecimento que conquistamos em importantes estudos e *rankings* do varejo de moda. Em 2024, a C&A foi reconhecida como a marca mais amada pelos brasileiros na categoria Lojas de Roupas, de acordo com a pesquisa As Marcas que Mais Conquistaram o Brasil, realizada pela Ecglobal e divulgada pelo Meio & Mensagem.

A gente se encontra na C&A.



A C&A

É uma marca que **troca**, **escuta**, **aprende** e **transforma**.

É uma marca que **impulsiona pessoas**, **desejos e jornadas**.

É uma marca que faz a cliente se **sentir bem-vinda**.

É uma marca que **envolve** e **traz novidades**.



Evoluímos ao longo do tempo, sempre com o propósito de ser uma marca vibrante, trazendo mais confiança para nossas clientes. Reforçamos nossa identidade visual fortalecendo nossa escolha de sempre oferecer uma moda acessível e autêntica, que gera pertencimento e inspira escolhas.

C&A, UMA MARCA ICÔNICA

A logomarca da C&A é um convite à cliente que deseja viver uma experiência inesquecível e construir suas melhores versões. Em 2024, revisitamos nossa identidade visual, que nos coloca em um lugar de referência *fashion* e traz consigo o nosso brilho e energia, inspirando a mulher brasileira que, assim como nós, ama moda e quer encontrar *looks* que a representem.

A evolução da logomargca





PRODUTO

Na C&A, a moda vai além do estilo — é sobre se encontrar em peças que combinam qualidade, tendência e versatilidade. Buscamos fortalecer essa conexão com nossas clientes, ampliando nossa presença em categorias-chave como vestuário e beleza, sempre com foco na experiência e na personalização. Para potencializar e tornar essa conexão ainda mais especial, aprimoramos nossos processos de análise e tomada de decisão. Evoluímos nossa capacidade analítica, utilizando ferramentas de inteligência artificial (IA) mais avançadas para compreender as preferências e necessidades das nossas clientes.

No pilar Produto, da estratégia Energia C&A, estamos acelerando a inovação e a assertividade das nossas coleções, garantindo que cada peça atenda às necessidades da nossa cliente com ainda mais agilidade e precisão.

Com a abordagem *Test & Learn*, aprimoramos continuamente nosso portfólio, reconhecendo rapidamente os produtos de melhor *performance* e escalando-os de forma estratégica. Essa agilidade é possível graças ao fortalecimento da nossa cadeia produtiva, que nos permite reduzir prazos e responder com rapidez às tendências e preferências do mercado.

Além disso, avançamos na clusterização, tornando nossa oferta cada vez mais granular, considerando as especificidades de cada loja e proporcionando uma experiência mais personalizada para a cliente. Essa evolução está ancorada em uma jornada clara e propositiva, garantindo que cada ponto de contato com a C&A seja relevante.

Outro pilar essencial é o avanço contínuo das nossas propostas de valor em moda

Criamos coleções que oferecem proposta de valor em moda e produto.

Da escolha de matérias-primas mais sustentáveis ao cuidado com as condições de trabalho e segurança de quem as produz, a qualidade e a transparência estão em cada detalhe.

e produto. Buscamos constantemente elevar o nível das nossas coleções, unindo estilo, qualidade e acessibilidade, para oferecer peças que fazem sentido para o dia a dia da cliente e acompanham suas expectativas e aspirações.

Com essa estratégia, reforçamos nosso compromisso em entregar moda que atenda aos desejos e às necessidades das nossas clientes.

QUALIDADE E DURABILIDADE

Sabemos que a nossa cliente valoriza cada escolha e quer que suas roupas e acessórios favoritos acompanhem sua história por muito tempo. Por isso, estamos continuamente elevando nossos padrões de qualidade. Para nós, qualidade não é apenas um diferencial de venda, é também um compromisso na construção de uma moda duradoura e com impacto mais positivo e, por isso, esse é um pilar importante contemplado no nosso plano de circularidade (saiba mais).

Em 2024, evoluímos no tema de qualidade, algo que contribuiu diretamente no avanço da percepção de valor pelas consumidoras. Durante o ano, foram implementados cinco grandes projetos nas seguintes frentes: Qualidade Assegurada; *Design for Quality*; Novos Modelos de Inspeção; Novos padrões de Qualidade e Durabilidade; e Revisão da Estrutura de Modelagem.

+70 INICIATIVAS e 5 GRANDES PROJETOS implantados para a evolução do tema qualidade



Além da atuação com a rede de fornecimento, internamente aprimoramos nosso sistema *Product Lifecycle Management* (PLM) com novas ferramentas, e destacamos uma equipe altamente qualificada para aplicar a metodologia de *Design for Quality* (DFQ), o que nos proporcionou uma visão mais precisa e em tempo real do desempenho de qualidade e das etapas do desenvolvimento de produtos. O processo resultou em mais agilidade na identificação de problemas e na implementação de soluções, além do aumento consistente no índice de aprovação para os produtos nacionais e importados.

Para o debate sobre soluções inovadoras, realizamos o primeiro hackaton do varejo de vestuário focado em qualidade e durabilidade. O evento contou com a participação de professores e alunos da Universidade Tecnológica do Paraná (UTFPR) e da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) que apresentaram soluções inovadoras, com avançado respaldo técnico.

SEGURANÇA DOS PRODUTOS

GRI 416-1, 416-2, 417-1

Para que nossos produtos sejam seguros e não causem danos à saúde de nossas clientes, adotamos procedimentos rigorosos em conformidade com normas e regulamentações estabelecidas. Esse processo inclui roupas, calçados e acessórios, e vale para a segurança mecânica de itens infantis, para o uso de matérias-primas que não sejam de risco e para a correta aplicação de etiquetas e rótulos. Orientamos as áreas comerciais e fornecedores sobre certificações obrigatórias para categorias específicas, como cosméticos, perfumes, material escolar e brinquedos, garantindo que produtos não sejam comercializados sem autorizações exigidas.

Os critérios de avaliação aplicados incluem a adoção voluntária da norma ABNT NBR 16365 (Segurança de Roupas Infantis), que abrange a aplicação correta de cordões fixos e ajustáveis. As diretrizes nesse processo são aplicadas desde o desenvolvimento até o ponto de venda por meio do Programa de Segurança Mecânica em Produtos Infantis (SMPI). O programa envolve treinamentos e compartilhamento de um manual interno com fornecedores e equipes internas, além de testes visuais e laboratoriais realizados em amostras de controle e pedidos antes da chegada às lojas.

Para garantir a segurança química, realizamos testes laboratoriais em produtos

Realizamos o primeiro hackaton do varejo de vestuário em 2024 com professores e alunos da UTFPR e da UFSC. Foram apresentadas soluções inovadoras voltadas para qualidade e durabilidade.

Segundo o estudo Tracking de Valor, conduzido pelo time de Insights, no 2º e 3º trimestres de 2024, a C&A foi considerada a marca de mais qualidade dos produtos percebida pela cliente, superando grandes concorrentes do mercado.

classificados como de risco. Nesse sentido, vetamos o uso de qualquer matéria-prima que contenha fluorcarbono (PFC). No caso de produtos cosméticos, seguimos rigorosamente a norma RDC nº 48 da Anvisa que proíbe a utilização de matérias-primas controversas e testes em animais. Também somos submetidos ao programa de Cosmetovigilância, que monitora reclamações pós-venda relacionadas à segurança, eficácia ou embalagens. Desde o lançamento da Bel&eza, nossa linha de cosméticos lançada em 2019, não houve registros de eventos relacionados ao uso incorreto de matérias-primas.

100%
das categorias de produtos significativos
avaliadas quanto à conformidade com as diretrizes de rotulagem

Com relação às informações e rotulagem de nossos produtos, atendemos a todas as exigências legais e voluntárias. A origem do país de fabricação é indicada em todas as etiquetas de vestuário e nos rótulos de cosméticos. Os produtos de beleza trazem informações detalhadas diretamente no rótulo e as etiquetas incluem o percentual de material sustentável e reciclado, além do selo *Cruelty Free*, quando aplicável.

Com a realização de auditorias e suporte de um *software* específico para geração de etiquetas, em 2024, 100% das categorias significativas de produtos foram avaliadas quanto à conformidade com as diretrizes de rotulagem. Além disso, durante o ano avaliamos 25,92% de categorias significativas de produtos quanto aos impactos na saúde e segurança em busca de melhorias. Esse percentual representa os produtos infantis e da linha Bel&eza.

Durante o período de relato, não houve registro de caso de não conformidade com leis ou códigos voluntários relacionados aos impactos na saúde e segurança causados por pelos nossos produtos. Isso inclui a ausência de casos que resultaram em multa ou penalidade, advertência, ou não conformidade com códigos voluntários. Não há registro de riscos dessa natureza no setor de atuação da C&A.



MARCAS E PRODUTOS QUE SE CONSOLIDAM A CADA ANO

JEANS C&A

Queridinho do guarda-roupa brasileiro, o *jeans* da C&A é referência de versatilidade, estilo e conforto para todos os corpos. Nossa coleção traz os modelos mais desejados, inspirados nas principais tendências e prontos para compor qualquer visual.

Em 2024, a categoria teve sua área de Vendas reestruturada, com um novo *layout*, mais dinâmico e moderno, que já pode ser visto em cerca de cem lojas. Além disso, o *jeans* ganhou mais relevância na área masculina, com novos modelos e espaços exclusivos.

Um dos destaques nessa categoria é nossa Semana Jeans, evento de sucesso entre nossas clientes. É nesse período que lançamos novas coleções que trazem as tendências atuais da peça, sendo todas feitas com algodão mais sustentável, cujo cultivo utiliza a água de forma mais eficiente, gerando menos impacto ambiental.

Durante a Semana Jeans, lançamos nossas coleções cápsulas do Jeans Circular, uma linha que tem como proposta o uso de materiais coletados das urnas do Movimento Reciclo (saiba mais sobre nosso Jeans Circular).



COLEÇÕES EXCLUSIVAS PARA O **ROCK IN RIO**

Em 2024, ano em que o Rock in Rio celebrou seu 40º aniversário, fomos escolhidos como a marca que representa o *look* oficial do evento. Inspirada no espírito do rock e na moda dos grandes festivais ao redor do mundo, criamos coleções especiais. Uma delas contemplou um amplo portfólio, com *jeans*, camisetas licenciadas, saias, vestidos de tule, botas e lenços. Algumas peças conquistaram a preferência das clientes, como a jaqueta *jeans* com bordado do festival, item mais vendido, não só na Cidade do Rock como também em nosso *e-commerce*.

Também criamos uma coleção cápsula do Jeans Circular, resultado de uma parceria com a Ventana, marca gaúcha da estilista Gabrielle Pilotto. A Ventana é referência em *upclycling*, técnica que prioriza o reaproveitamento de materiais já existentes como tecidos, fibras, além do uso de algodão regenerativo. Os *looks* estavam disponíveis exclusivamente no estande da marca durante os dias de festival.



Durante o evento, a C&A foi a quarta marca mais lembrada pelo público, segundo o Buzzmonitor, gerando mais de 10 milhões de interações no ambiente digital. Uma prova de que moda e música são a combinação perfeita para criar conexões inesquecíveis!

Criamos um espaço exclusivo dentro do festival, pelo qual passaram mais de 70 mil pessoas, entre clientes e celebridades. Além de adquirir nossas peças, os visitantes também puderam participar de vários eventos, como o Photo Opportunity, uma experiência imersiva com vídeos gerados e exibidos em tempo real dentro do espaço. Também criamos uma área exclusiva para customização das peças da coleção Rock in Rio.

Outro fato importante da estratégia da marca durante o festival, foi a presença de consultoras do Minha C&A, nosso programa de consultoria e influência da marca. Em um momento inédito, nossas convidadas puderam criar conteúdo sobre moda, conectando a C&A com suas comunidades.

10
MILHÕES DE INTERAÇÕES
no ambiente digital



BELEZA

Em 2024, ampliamos nossa atuação no segmento de beleza com novas opções para as clientes C&A. A linha de cosméticos, por exemplo, ganhou força com novos itens adicionados ao portfólio, com algumas marcas assinadas por celebridades. Com a criação de vitrines especiais, expandimos a linha de perfumes trazendo novas marcas internacionais consagradas.

Além disso, fortalecemos a linha Bel&za, marca própria de cosméticos da C&A, criada em 2019. Com uma gama de produtos com tons vibrantes e divertidos, a marca tem se tornado uma aliada da consumidora que quer agregar ao seu *look* itens complementares com excelente custo-benefício. A linha dispõe de 35 produtos feitos com ingredientes de alta qualidade, veganos e sem teste em animais.

Finalizamos 2024 com 277 lojas possuindo áreas do Bel&za que marcaram presença em espaços destacados, com atendimento e área de pagamento exclusivos.



ACE

Um dos grandes destaques da C&A durante o ano foram os produtos da nossa linha esportiva ACE. Criada em 1986, a marca oferece à cliente uma jornada única de compra com mais de 20 categorias em roupas e acessórios, nas linhas feminina e masculina. O ACE já se consolidou como referência em custo-benefício para quem procura por itens para prática de esportes.

Em 2024, inauguramos mais duas novas lojas no novo conceito *store in store*, espaços exclusivos do ACE localizados dentro das lojas C&A. As lojas ACE contam com mobiliário e identidade diferenciados e com áreas divididas por categorias. A abertura de novas lojas nesse formato contempla um dos pilares da estratégia Energia, que visa ampliar a presença dessa categoria em nossas lojas para que nossa cliente possa ter uma jornada cada vez mais diferenciada e imersiva.

2 NOVAS LOJAS *store in store* do ACE inauguradas no ano

52 COLEÇÕES lançadas da Mindse7 em 2024

MINDSE7

Com roupas atuais e pensadas para um armário inteligente, o Mindse7 vem se consolidando a cada ano como um *lab* de inovação e criatividade para a C&A. Sempre conectada às mudanças e tendências da moda, a marca vem apostando em parcerias estratégicas para criar coleções autênticas e inovadoras, fortalecendo sua conexão com comunidades criativas e expandindo seu impacto no cenário *fashion*.

Veloz na captura de tendências, a marca constrói constantemente essas parcerias com artistas, estilistas e influenciadores do mundo da moda que se conectam ao seu estilo e valores, dentre elas a valorização e o respeito à diversidade de corpos e a criação de coleções criativas e exclusivas.

Em 2024, o Mindse7 lançou 52 coleções cápsulas, que contemplaram desde peças básicas e clássicas até as últimas novidades do Brasil e do mundo.

Dentre os lançamentos de 2024, destaca-se a *collab* com as consultoras do Minha C&A, forte comunidade de parceiras da marca, reconhecidas pelo estilo próprio e pela paixão por moda. O resultado? Um *sold out* de peças em apenas duas semanas de venda – um grande sucesso.



O Mindse7 segue crescendo e ampliando sua capilaridade, chegando a 40 lojas da C&A e conquistando uma comunidade fiel.

COLLABS

CARNAVAL

"Do Bloco ao Baile" foi nossa coleção do Carnaval 2024 inspirada nas mais diversas estéticas, seja para se divertir no bloco de rua ou nos bailes. Nasceu da parceria com a figurinista Alexi Hentsch e o ateliê Ohlograma.

BFF

Em março, lançamos uma das *collabs* mais badaladas do ano – a coleção BFF, inspirada na paixão pela moda e na amizade das atrizes Agatha Moreira e Camila Queiroz. Com a coautoria das duas amigas, que diferem no estilo único de se vestir, criamos peças repletas de beleza, *glamour* e atitude.

Agatha trouxe sua vibração urbana que representamos em peças versáteis e modernas, seja nos *jeans*, ou na alfaiataria. Já Camila nos inspirou na criação de roupas com estilo mais romântico, com peças em tons suaves e neutros, em estamparia floral e rendas. Conheça mais sobre a coleção aqui.

PATBO

Nessa quarta parceria com a estilista Patricia Bonaldi, mais uma vez desenvolvemos uma coleção de verão com *looks* versáteis, elegantes e com preços acessíveis, que podem ser vestidos em várias ocasiões. A PatBO é uma marca de personalidade brasileira, mas que veste o mundo.

Com um DNA repleto de estilos, que vão desde detalhes mais simples até a sofisticação, a nova *collab* contemplou mais de 20 peças, incluindo roupas de banho e para festa, misturando um toque ousado ao tom romântico. Destaque para as peças *jeans* que vieram com brilhos, aplicações e bordados. Saiba mais sobre a coleção PatBO aqui.



RELACIONAMENTO COM CLIENTES

GRI 3-3 - Temas materiais – Transparência e relacionamento com clientes
GRI 2-29
ODS 8 16



Somos uma marca que está sempre evoluindo com a nossa cliente, buscando entender seus desejos de compra para entregar uma moda que lhe faça todo sentido, com experiências únicas que possam superar suas expectativas. Por isso, com a nova estratégia Energia, mais uma vez ela é o centro de todas as nossas decisões.

Em 2024, mergulhamos ainda mais fundo em todos as nossas práticas, desde o desenvolvimento de produtos até a chegada deles em nossos canais de venda. Com *expertise* integrada de nossos times de Marketing e Branding, investimos em novas ferramentas de *Customer Relationship Management* (CRM), que possibilitaram uma visão 360 graus de como é a experiência de compra das consumidoras.

O valor "cliente é tudo" ecoa por toda a nossa Companhia e reflete nossa dedicação em ouvir e compreender as necessidades da consumidora. Para isso, desenvolvemos ferramentas sofisticadas de IA, capazes de mensurar tanto os desejos de compra quanto os fatores que ainda representam barreiras. Também utilizamos pesquisas de Net Promoter Score (NPS) para avaliar a fidelidade e a probabilidade de recomendação da marca, além de buscarmos a opinião das consumidoras por meio de grupos focais via C&A&VC, nosso programa de relacionamento. Em 2024, evoluímos 6,8 pontos no NPS em relação a 2023.

Com base nos resultados, traçamos estratégias para oferecer à nossa cliente uma C&A mais personalizada, com coleções mais assertivas e atendimento de excelência, seja nas lojas ou em nosso ambiente digital (saiba mais sobre o assunto no capítulo Jornada Omni).

Outro fator de grande relevância no relacionamento com a nossa cliente é o fortalecimento de práticas transparentes, assegurando uma comunicação clara e ética, que fortalece a confiança na marca e contribui para nossa reputação. Nossa atuação está pautada na conformidade com normas éticas e no combate a práticas ilícitas e para que não haja falhas em nossa comunicação, fornecemos informações precisas sobre nossa marca, produtos e serviços, com rotulagens adequadas e práticas de vendas responsáveis.

Essa transparência também se faz presente em nossa comunicação sobre sustentabilidade, garantindo que as informações divulgadas sejam respaldadas por bases científicas e certificações. Adotamos uma postura cautelosa e engajada para assegurar autenticidade e clareza em nossa comunicação.

O relacionamento com as clientes é reforçado por iniciativas como:

- **C&A&VC**
- **Minha C&A**
- **C&A Pay**

DESTAQUES 2024

PRÊMIO ABEMD (Associação Brasileira de Marketing de Dados)
Troféu ouro na categoria *Call Center*, com o *case* TORRE DE CONTROLE E-COMMERCE – Alquimia entre gestão de entregas e a experiência do cliente.

PRÊMIO SMART CUSTOMER
Troféu prata na categoria Inovação e Relacionamento, com o *case* TORRE DE CONTROLE E-COMMERCE – Alquimia entre gestão de entregas e a experiência do cliente.

PRÊMIO RESPEITO AO CONSUMIDOR

C&A&VC

Lançado em 2018, o programa de relacionamento C&A&VC foi desenvolvido para ampliar a fidelidade de nossas clientes. Além de fortalecer nosso relacionamento com a cliente, a interação dela com o C&A&VC proporciona uma valiosa base de dados, que permite uma análise mais robusta sobre padrões de compra. Dessa forma, podemos oferecer uma jornada mais assertiva, criando coleções que atendam seus desejos.

Por meio do aplicativo, oferecemos uma experiência única, com vantagens e benefícios que agregam valor à jornada de compra da nossa cliente. Integrado ao aplicativo C&A, o programa proporciona facilidades que fortalecem nossa conexão com ela, reafirmando que a C&A é o lugar onde ela pode encontrar tudo o que busca.

O C&A&VC promove interações lúdicas e divertidas, que incluem *games* no próprio aplicativo, captando as preferências e interesses da cliente. Ao cumprir suas missões, a consumidora ganha pontos que podem ser trocados por benefícios como curadoria de moda exclusiva, descontos antecipados e fila expressa no caixa, dentre outras vantagens.

C&A PAY

Nosso aplicativo de serviço financeiro, o C&A Pay mais uma vez se apresentou como um importante impulsionador de relacionamento e fidelização com nossa cliente. O C&A Pay é um cartão *private label*, com crédito disponível para ser utilizado somente na compra de produtos da C&A. Sem burocracia e sem plástico, o cartão oferece uma experiência única no varejo de moda por conta de sua jornada automática ágil e

+7,2
MILHÕES DE USUÁRIOS DO C&A PAY
em 2024

25%
PARTICIPAÇÃO NAS VENDAS
do varejo

VANTAGENS DO C&A&VC

ACUMULA PONTOS

Possibilita **DESCONTO DIRETO** no caixa

SURPRESA DE ANIVERSÁRIO

Totalmente **CONECTADO AO C&A PAY,** sem necessidade novo cadastro

Em 2024, contamos com um aumento de 7,6% na nossa base de clientes com relação ao ano anterior.

fluida. Outro diferencial é a segurança que ele oferece à cliente, uma vez que toda compra, seja no ambiente digital ou em nossas lojas, é confirmada pela biometria facial.

Em um ano de excelente *performance*, o C&A Pay evoluiu em sua base, alcançando a marca de mais de 7,2 milhões de usuários, desde a sua implementação, em 2021. Em 2024, a receita desse produto representou 25% de participação nas vendas de varejo. O C&A Pay nasceu totalmente digital, com uma estrutura ágil, automatizada e eficiente, que o diferencia no mercado.

Durante o ano, evoluímos em melhorias no sistema do C&A Pay que possibilitaram integrá-lo ao *app* da C&A. Além disso, a cliente que adere ao C&A Pay automaticamente passa a fazer parte do C&A&VC, nosso programa de relacionamento que gera benefícios a cada compra (saiba mais sobre o C&A&VC aqui). Outra evolução foi no tempo para obter concessão de crédito para compra, que passou de cinco para dois minutos, em média.

DESTAQUES 2024

ZERO uso de **PLÁSTICO**.

Jornada de **COMPRA 100% DIGITAL** (compra e pagamento).

Compra com a segurança da **BIOMETRIA FACIAL**.

2 MINUTOS, em média, para concessão de **CRÉDITO**.

Atendimento via **WHATSAPP**.

INTEGRAÇÃO com app **C&A** e **C&A&VC.**



Glossário dos serviços digitais/financeiros

C&A PAY é o ecossistema de serviços financeiros que inclui o cartão digital da C&A para uso exclusivo nas lojas, no *app* C&A e no *site* da C&A. Não possui anuidade.

C&A&VC é o programa de relacionamento da C&A que beneficia a cliente com descontos, fila exclusiva no caixa, dentre outros.

REFERÊNCIA EM ATENDIMENTO

Nossa Central de Relacionamento com a Cliente (CRC) não é apenas um canal de atendimento: é uma ponte que conecta cada interação a melhorias reais. Nosso time de Atendimento traduz os principais motivos de contato em dados que são compartilhados com todos os times envolvidos na jornada de compra da consumidora. Dessa forma, além de atender à demanda solicitada, também criamos oportunidades para aprimorar processos, agregar valor à nossa cadeia e fortalecer a confiança e a conexão com quem escolhe a C&A.

Em 2024, reforçamos nosso foco nos indicadores que influenciam a percepção da cliente como qualidade, agilidade e capacidade de solucionar problemas de forma ágil e eficiente no primeiro contato. Com isso, tivemos uma redução 7,6% na taxa em números absolutos de reclamações em relação ao ano anterior.

Pelos esforços contínuos em oferecer um atendimento de excelência, em 2024, a C&A alcançou um marco inédito: nos tornamos a primeira varejista de moda a conquistar o selo de verificação na nossa página do Reclame Aqui. Além disso, fomos reconhecidos em outros quatro grandes importantes índices que medem a satisfação do consumidor (saiba mais aqui).

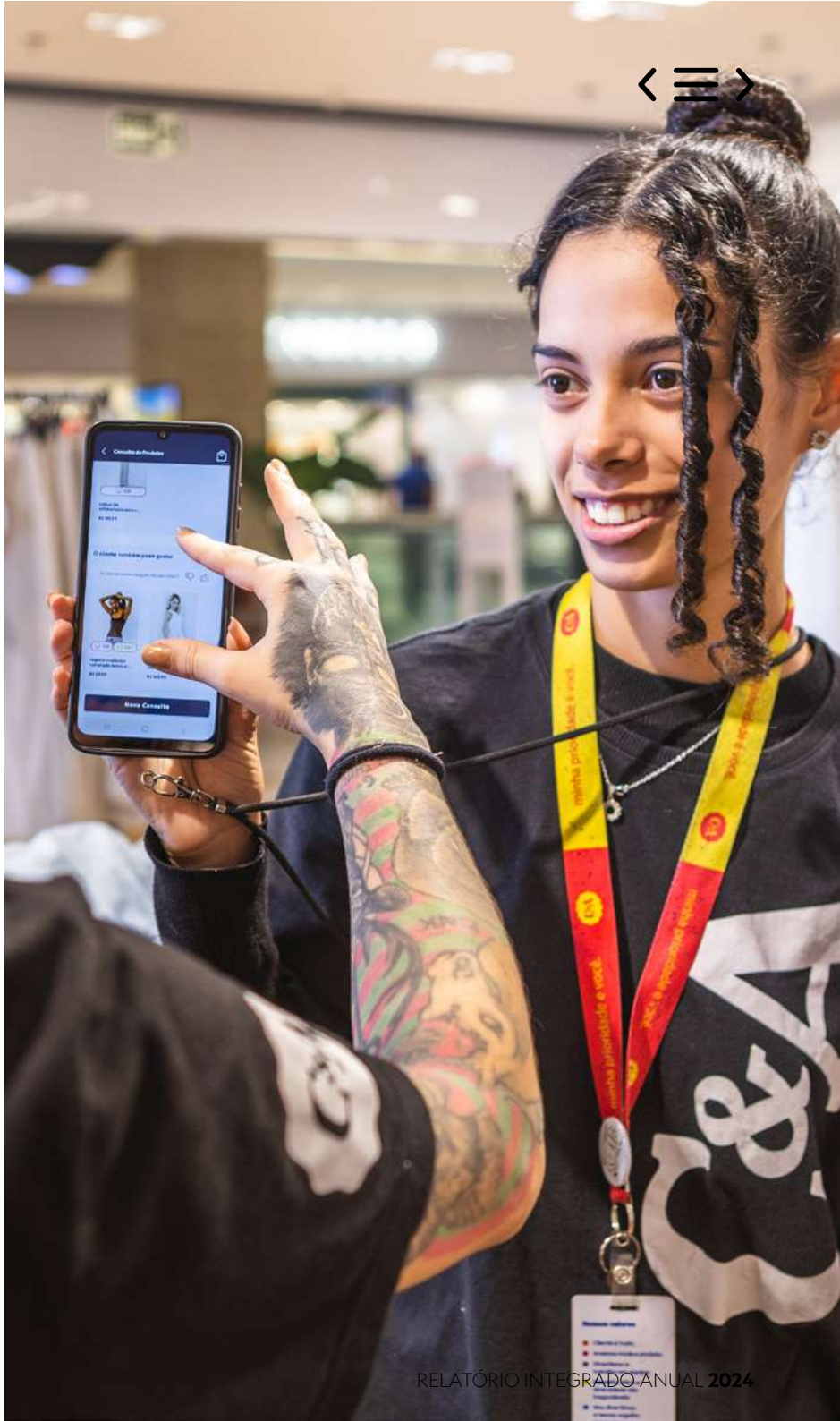


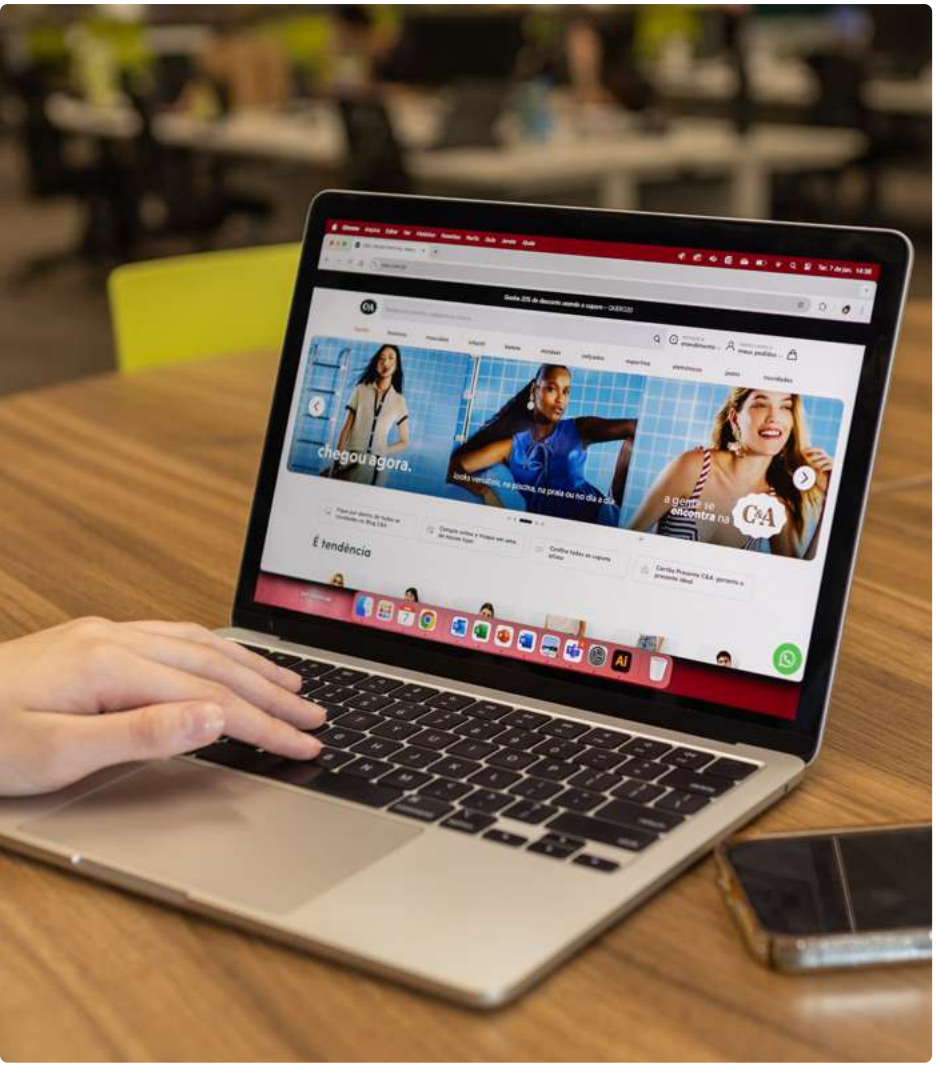
JORNADA **OMNI**

Guiar a cliente C&A em uma jornada de compra vibrante e memorável é a paixão que move nossos times todos os dias. Em 2024, primeiro ano com a nova estratégia Energia, promovemos melhorias relevantes na jornada de nossa cliente, tanto em nossas lojas físicas quanto nos canais digitais.

Avançamos no nosso modelo operacional de atendimento, com mais processos automatizados que dão agilidade às demandas do dia a dia. Entre os principais avanços, destacam-se a modernização dos caixas para otimizar os pagamentos, a melhoria na gestão de numerações e o reforço no atendimento no provador, com nossos associados sempre prontos para oferecer suporte. No digital, adotamos uma visão mais integrada, capaz de responder de forma coordenada às necessidades do *app* C&A, do C&A Pay, do C&A&VC e do *site*.

Todas as transformações que implementamos têm um ponto de partida comum: entender profundamente o que faz diferença para a cliente. Acreditamos que unir tecnologia e personalizar o atendimento é o caminho para fortalecer vínculos, criar experiências únicas e consolidar ainda mais a conexão emocional com quem escolhe a C&A todos os dias.





BLACK FRIDAY HISTÓRICA IMPULSIONADA PELO *APP* C&A

5,3%
REPRESENTATIVIDADE EM NOSSAS VENDAS

CANAIS DE VENDA

CANAIS DIGITAIS

Nossa cliente é conectada e está sempre interagindo com o universo *on-line* da C&A, não importa onde sua jornada de compra comece. Para acompanhar esse ritmo, a inovação é o nosso ponto de partida. Em 2024, promovemos mudanças em nosso ambiente digital para proporcionar mais autonomia e agilidade durante a experiência de navegação das clientes.

Semanalmente, otimizamos a estruturas das plataformas para proporcionar uma jornada de compra mais fluida e conectada. No aplicativo C&A, das dez melhorias estabelecidas pela estratégia Energia para 2024, todas foram implementadas, incluindo melhor *performance* no *status* dos pedidos e a integração entre o aplicativo e nossas frentes de relacionamento, o C&A Pay e o C&A&VC (saiba mais sobre esses aplicativos aqui).

93%
de crescimento no número de usuários ativos no *app* C&A (MAU)

APP C&A

Aprimoramos significativamente o aplicativo C&A, incorporando novas funcionalidades para torná-lo uma plataforma multisserviços. Com o uso de inteligência artificial, otimizamos a exibição dos produtos, implementamos buscas mais inteligentes e oferecemos experiências de *looks* mais personalizadas, permitindo que nossa cliente possa escolher suas opções de forma criativa e dividir suas percepções com outras consumidoras.

Outra atualização significativa refere-se ao acompanhamento de pedidos. Implementamos mecanismos de autoatendimento que oferecem à cliente mais autonomia na gestão de suas compras. Anteriormente, era necessário aguardar a confirmação da entrega para solicitar uma troca, se necessário. Agora, esse processo foi simplificado, permitindo que a cliente inicie a troca sem essa

espera. Somos a primeira empresa do varejo de moda a iniciar esse movimento, como forma de estreitar nossos laços de confiança com nossas clientes.

Site

Em 2024, demos início ao processo de reestruturação do *site* com uma proposta mais versátil, moderna e personalizada. Algumas novidades do novo desenho já podem ser encontradas na plataforma. Os *banners* ganharam ainda mais destaque, apresentando coleções recentes, lançamentos especiais e descontos. A busca por imagem também trouxe mais praticidade: ao selecionar ou carregar uma foto como inspiração, o sistema identifica e sugere peças similares, conectando os desejos da cliente às melhores opções disponíveis. Nosso novo *site* estará pronto em 2025 e trará mais velocidade, dinamismo e interatividade.



No aplicativo C&A a cliente encontra:

- Tendências
- Curadoria de *looks*
- Dicas de presente
- C&A&VC
- Integração com o C&A Pay

Minha C&A

O Minha C&A, lançado em 2020, é um programa de venda por influência digital que sempre teve como premissa oferecer às clientes uma oportunidade de representar nossa marca, tornando-se consultora de vendas. Desde então, temos construído uma comunidade engajada que tem paixão pela moda e que nos ajuda a potencializar nossas vendas por meio do perfil de suas redes sociais, ampliando o interesse pela C&A nas regiões em que atuam. Em 2024, nossas quase 4 mil parceiras estiveram conosco em vários momentos importantes, dentre eles o lançamento da coleção Rock in Rio e as campanhas da Mindse7 e Squad Warner.

Para celebrar os quatro anos do programa, em maio, organizamos o Minha C&A Week, encontro que reuniu as Top 100 influenciadoras que colaboram com a C&A nessa jornada. Durante o evento, conversamos sobre moda, produto e venda por influência; reforçamos nossos valores; fizemos premiações; e promovemos aprendizados sobre sustentabilidade, por meio de *workshops* ministrados por algumas de nossas lideranças.

Também promovemos durante o ano um programa de capacitação que reuniu 20 consultoras de destaque do Minha C&A. Com encontros presenciais e via Academia de Moda – nossa plataforma de treinamento –, nossos associados ofereceram conteúdos exclusivos, com pautas pensadas para ampliar os conhecimentos em moda, além de aplicação de conteúdo em redes sociais.



LOJAS

4
novas

7
reformadas

2
novas *store in store* ACE

200
lojas impactadas por ações da estratégia Energia C&A

CANAIS FÍSICOS

Espaços que inspiram

Não é apenas no produto C&A que a nossa cliente se encontra. Nossas lojas também devem ser espaços inspiradores e acolhedores, proporcionando uma experiência que a faça se sentir ainda mais conectada com a C&A. Para que essa experiência seja cada vez mais prazerosa, em 2024, com o início de um novo ciclo, demos início à formulação de um novo conceito para as lojas C&A, a fim de deixá-las mais atrativas e fluidas. Durante o ano, 200 lojas da nossa rede já foram contempladas com projetos definidos pela estratégia Energia.

Estudamos múltiplas dimensões em nossas operações, dentre elas, a otimização de *layout*, comunicação visual, mobiliário, equipamentos, além das dinâmicas de atendimento, como caixa e provadores. Também

realizamos melhorias estéticas em diversas lojas que se encontram em locais mais distantes das capitais e centros urbanos maiores.

Além disso, fortalecemos nosso sortimento dinâmico, projeto que visa alcançar mais assertividade no abastecimento de peças nas lojas e assim reduzir o nível de ruptura dos estoques. Com o uso da IA, ganhamos capacidade de analisar dados de venda que têm gerado novas metodologias para a construção de uma gestão escalável loja a loja. Os primeiros testes nos indicaram que estamos no caminho certo e até 2025 queremos entregar os melhores resultados às nossas clientes.

65
TONELADAS
de sacolas plásticas
substituídas por sacolas de papel craft.
Clique para saber mais.



MELHORANDO A EXPERIÊNCIA NO PROVADOR

Em 2024, demos início à implementação de uma melhoria para auxiliar a cliente na busca pelas peças que deseja em loja. Por meio de um rastreador com tecnologia RFID (Radio Frequency Identification), nossos associados conseguem informar a localização e a disponibilidade dos produtos que ela procura com agilidade e precisão em tempo real, bastando escanear a etiqueta ou tirar uma foto.

Integrado à essa tecnologia, implementamos um aplicativo que, ao acessar qualquer peça RIFD, sugere *looks* complementares, ampliando as possibilidades de combinação, proporcionando à cliente uma experiência de compra ainda mais personalizada. Ao longo do ano, registramos mais de 2 milhões de interações entre consumidoras e associados, evidenciando o uso intenso da ferramenta para proporcionar um atendimento mais completo e eficiente.



CANAIS DE ENTREGA

Nosso estoque tem integração com todo o parque de lojas, o que faz com que nossos serviços de entrega sejam mais ágeis. Em 2024, aprimoramos as opções de entrega dos produtos adquiridos em nosso *e-commerce*. Fortalecemos a integração entre nosso aplicativo, *site* e centros de distribuição, facilitando a retirada em loja e otimizando as entregas em domicílio por meio de parceiros logísticos.

SHIP FROM STORE
Modalidade pela qual a cliente pode realizar sua compra *on-line* e receber o produto da loja mais próxima, com prazo de entrega e frete reduzidos.

CLIQUE E RETIRE
A cliente também compra pelo *e-commerce* e retira os produtos em loja física. As mercadorias permanecem em armários fechados até a retirada.

ENTREGA EM CASA
Nessa opção a consumidora pode escolher entre quatro modalidades para receber seus produtos – normal, agendada, expressa e rápida.

HUB DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL

A C&A tem se destacado na integração de tecnologia avançada em seus processos comerciais por meio do Hub de Inteligência Comercial. Esse centro analítico atua como a espinha dorsal das decisões estratégicas da empresa, promovendo uma integração eficaz entre processos e sistemas, com o objetivo de aprimorar a eficiência operacional e elevar a experiência da cliente. Essa integração conecta desde a metodologia *Test & Learn* de novos produtos, a gestão de produtos contínuos, a precificação dinâmica e a distribuição por meio de *Push-Pull*. Isso tudo traz um resultado em termos de ganho de eficiência operacional com mais conversão desse fluxo e aumento do *ticket* médio.

INTEGRAÇÃO PROMOVIDA PELO HUB DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL

DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO
Utilizamos a metodologia *Test & Learn*, que permite testar novos produtos antes da produção em larga escala, identificando rapidamente os itens mais promissores e reduzindo riscos. Além disso, com o uso de análises avançadas e monitoramento de tendências de mercado, a Companhia avalia as preferências dos clientes para desenvolver coleções que atendam suas expectativas.

PRECIFICAÇÃO DINÂMICA
Com base nos dados de mercado e nas tendências de consumo, ajustamos dinamicamente os preços ao longo do ciclo de vida dos produtos, tanto em lojas físicas quanto no *on-line*. Essa gestão dinâmica permite que nossas ofertas sejam sempre atrativas para as clientes, mantendo o equilíbrio entre competitividade e rentabilidade.

ALOCAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS
Atualmente, o modelo de distribuição da C&A (Sistema Interno de Abastecimento – SIA) é baseado uma plataforma de inteligência analítica que garante a melhor alocação de produtos, alinhados ao perfil das clientes que frequentam as lojas. Combinado ao sistema de Push-Pull, tem gerado alocações mais precisas por loja, evitando sobras e falta de estoque. Esse sistema, em conjunto com os sistemas de inteligência, precificação dinâmica, sortimento dinâmico por loja e gestão de produtos contínuos, integra o Hub de Inteligência Comercial, que tem nos permitido avançar substancialmente na oferta de sortimentos específicos para cada loja, alinhados ao perfil das clientes que as frequentam.

Essas iniciativas refletem o compromisso da C&A em integrar tecnologia e inovação em seus processos comerciais, visando aprimorar a eficiência operacional e oferecer uma experiência de compra superior às suas clientes.

ESTRATÉGIA **ASG**

Na C&A, acreditamos no poder transformador da moda, oferecendo produtos mais sustentáveis para que nossas clientes possam fazer melhores escolhas. Reconhecemos os impactos de nossas atividades e, por isso, promovemos e participamos de iniciativas que garantem o crescimento sustentável da nossa empresa. Buscamos inovar e criar moda com impacto positivo, alinhado a nossa estratégia.

Nossa estratégia é baseada em quatro pilares: atuar no combate às mudanças climáticas, ampliar a circularidade em nosso modelo de negócios, promover diversidade e inclusão em todas as nossas relações, e viabilizar o desenvolvimento sustentável da rede de fornecimento com relações éticas.

Temos consciência de que nossas atividades geram impactos e, por isso, buscamos incentivar e nos engajar em iniciativas que promovam o desenvolvimento sustentável do negócio. Atuamos com o objetivo de fazer da moda uma força positiva, gerando valor para a sociedade e para o meio ambiente.

Em 2024, continuamos a avançar em nossos compromissos públicos, alinhados aos nossos pilares estratégicos. Neste ano, assumimos uma nova meta climática local, através da assinatura da carta de compromisso no Science Based Targets initiative (SBTi – saiba mais aqui). Também progredimos no uso de matérias-primas mais sustentáveis, como poliéster e viscose reciclados, reduzindo a dependência de insumos de origem fóssil e contribuindo para menos impacto ambiental.

Pilares da nossa estratégia ASG:

- **Mudanças climáticas**
- **Circularidade**
- **Diversidade e inclusão**
- **Rede de fornecimento**





ALCANÇANDO NOSSAS METAS EM DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Encerramos 2024 alcançando nossa meta de diversidade e inclusão. Mais do que o reconhecimento como uma empresa que valoriza a diversidade, a equidade e a inclusão, buscamos garantir que nossas práticas e decisões do dia a dia traduzam esses valores de forma concreta. Atualmente, 66% da nossa liderança é feminina – superando nosso compromisso público de 60% para 2030. Essa meta de liderança também já foi alcançada para pessoas negras e indígenas, pois finalizamos 2024 com 30% de líderes desse grupo. Além disso, mais de 18% dos nossos associados se autodeclaram LGBTI+. Reconhecida como a empresa mais diversa do Brasil, segundo levantamento do Datafolha publicado em dezembro de 2024, a C&A reforça seu propósito de liderar um movimento de transformação, contribuindo para a construção de um mercado da moda mais ético, diverso e sustentável.

Em todos os nossos projetos durante o ano, integramos nossos times internos e nossa rede de fornecimento, viabilizando práticas socioambientais positivas, por meio do desenvolvimento de matérias-primas mais sustentáveis e a promoção de condições dignas para quem faz nossas roupas, promovendo a igualdade e a inclusão de quem nos ajuda a construir a melhor conexão com nossas clientes. No capítulo a seguir, contamos sobre todas as ações ASG desenvolvidas em 2024.

66%
de mulheres em cargos de liderança

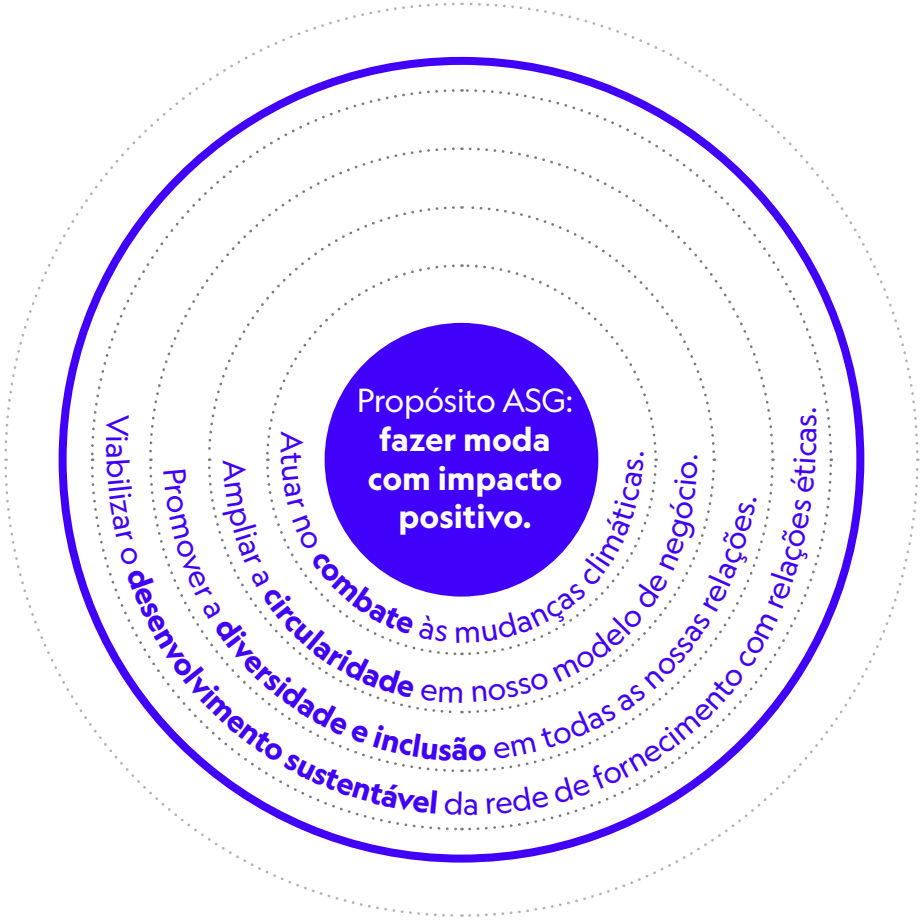
30%
de pessoas negras e indígenas em cargos de liderança

+18%
dos colaboradores se autodeclaram **LGBTI+**

PILARES
ESTRATÉGIA ASG

MUDANÇAS CLIMÁTICAS
Na C&A, estamos determinados a enfrentar o desafio global das mudanças climáticas. Desde 2018, fazemos parte da Science Based Targets initiative (SBTi) e, em 2024, reforçamos nosso compromisso ao submeter uma nova meta de redução, visando limitar o aquecimento global a no máximo 1,5°C.

CIRCULARIDADE
Na C&A, sabemos que a transição para uma economia totalmente circular é um desafio e uma imensa oportunidade – e isso levará muitos anos. Assumimos o compromisso público de incluir princípios de circularidade em 50% dos produtos, na forma como são projetados, produzidos ou reutilizados até 2030. Isso significa "produzir produtos considerando seu próximo ciclo de uso" – não falamos mais em "fim de vida", mas sim em "fim de uso". Essa é a filosofia da moda circular.



DIVERSIDADE E INCLUSÃO
Promover o acesso a posições de liderança às mulheres, pessoas negras e indígenas e possibilitar um ambiente de trabalho diverso, sem preconceitos e intolerância.

REDE DE FORNECIMENTO
Promover o desenvolvimento sustentável da nossa rede de fornecimento, com base em relações éticas, é um dos pilares que orientam nossa atuação. Esse pilar é fundamental para nossa atuação, pois acreditamos que a sustentabilidade e a ética devem estar presentes em todas as etapas de nossa cadeia de valor. Trabalhamos continuamente para garantir que nossas práticas sejam transparentes, respeitem os direitos humanos e atendam aos requisitos ambientais globais. Nosso objetivo é desenvolver uma rede de fornecimento que não apenas atenda aos desafios ambientais, sociais e de governança (ASG), mas também inove constantemente para criar um impacto positivo duradouro.

MOVIMENTO #VISTAAMUDANÇA

O #VistaAMudança é como traduzimos, em forma de movimento, o jeito C&A de engajar pessoas na construção de uma moda mais sustentável. Funciona como guarda-chuva para a comunicação da nossa estratégia de sustentabilidade e reúne as iniciativas que impulsionam o desenvolvimento sustentável do negócio.

Queremos que nossas clientes se sintam bem ao escolher um produto C&A e que nossas associadas e associados tenham orgulho do impacto positivo que geramos no planeta e na sociedade. Atuamos para que a moda que oferecemos respeite quem produz, preserve recursos e promova relações mais justas em toda a cadeia. Sabemos que essa jornada é coletiva — e o #VistaAMudança é o convite que fazemos para seguir nesse caminho juntos.



MODA COM IMPACTO POSITIVO

GRI 2-4, 2-6, 2-14, 2-24, 2-29, 3-1, 3-2, 203-1, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5, 304-1, 304-2, 306-1, 306-2, 308-1, 308-2, 404-2, 407-1, 408-1, 414-1, 414-2

GRI 3-3 – Temas materiais

TCFD: Governança climática

CG-AA-250.1, CG-AA-430a.1, CG-AA-440a.3

ODS 5 8 12 13 16



Compromissos 2030
Mudanças climáticas
Circularidade
DE&I e direitos humanos
Rede de fornecimento
Instituto C&A

COMPROMISSOS **2030**

Em 2022, definimos quatro compromissos públicos com prazo de atingimento até 2030, alinhando nossa visão à agenda de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, que também tem como data-alvo o ano de 2030. Essas metas abrangem os tópicos mais relevantes para a agenda de sustentabilidade da C&A, baseados nos temas considerados como materiais para a Companhia. Através desses compromissos, nos posicionamos como uma marca profundamente comprometida em liderar pelo exemplo, reinventando a moda ao unir estilo, responsabilidade e inovação.

Cada compromisso tem suas métricas e critérios bem estabelecidos (confira na próxima página) e o progresso em cada um deles é acompanhado trimestralmente pelo time de ASG. Juntos, esses compromissos orientam nossa jornada rumo ao desenvolvimento sustentável, incorporando a sustentabilidade de forma estratégica no negócio e fomentando soluções que atendam nosso crescimento sem abrir mão da responsabilidade em toda a nossa cadeia de valor.

Em 2024, avançamos significativamente com esses compromissos. Confira a seguir.

Todos os executivos e executivas da C&A possuem metas ASG como parte da remuneração variável.



NOSSOS COMPROMISSOS **ATÉ 2030**

ODS	COMPROMISSO	META 2030	2022	2023	2024	*STATUS* DE ATINGIMENTO
8 12 13 15 17	**1. Atuar como líder no setor no uso de matérias-primas mais sustentáveis**					
	80% das matérias-primas principais devem ser de origem sustentável considerando algodão, viscose e poliéster	**80%**	**65%**	**66%**	**70,6%**	
12 13 17	**2. Inovar e conectar princípios de circularidade no negócio e no produto**					
	50% dos produtos devem incluir princípios de circularidade	**50%**	**0%**	**0,02%**	**34%**	
12 13 17	**3. Buscar a eliminação da poluição plástica**					
	Reduzir em 50% o plástico de uso único nas nossas operações, lojas e e-*commerce*	**50%**	**0%**	**15%**	**41%**	
5 8	**4. Promover a equidade na liderança**					
	60% de mulheres em posição de liderança (a partir de cargos gerenciais)	**60%**	**64%**	**66%**	**66%**	
5 8	**5. Promover a diversidade na liderança**					
	30% de negros e indígenas em posição de liderança (a partir de cargos gerenciais)	**30%**	**20%**	**26%**	**30%**	

DUPLA **MATERIALIDADE**

GRI 2-14, 3-1, 3-2

Desde 2020, a C&A conta com uma matriz de materialidade específica para o cenário brasileiro, desenvolvida após a abertura de capital em 2019. A materialidade é uma importante ferramenta estratégica que conecta as prioridades dos nossos *stakeholders* às demandas do mercado e ao futuro da moda, alinhando as expectativas dos nossos públicos externos aos nossos objetivos internos. Em 2024, demos um passo significativo na nossa jornada de sustentabilidade ao adotar a matriz de dupla materialidade, incluindo a visão do impacto socioambiental da Companhia como um dos pilares de priorização, além dos aspectos financeiros e de relevância para os parceiros de negócio.

Com a dupla materialidade, analisamos:

- **Materialidade externa:** os impactos das nossas operações no meio ambiente e na sociedade;
- **Materialidade interna:** como fatores ambientais, sociais e de governança influenciam nossos resultados financeiros e resiliência.

Com atualização a cada dois anos, essa abordagem nos permite enxergar além do presente, conectando as expectativas de nossos públicos com a necessidade de alinhar sustentabilidade e resultados financeiros.



Esse processo reafirma nosso compromisso com um diálogo aberto e decisões alinhadas às prioridades globais.

O processo contemplou as seguintes etapas:

1 DEFINIÇÃO

Estabelecidos o propósito, escopo e as ferramentas a serem utilizadas.

2 IDENTIFICAÇÃO

Mapeamento de *stakeholders*, refinamento da lista de tópicos e análise de documentos internos e externos. Incluiu também leitura de diretrizes de mercado e *benchmarking* com empresas referência em sustentabilidade.

3 PRIORIZAÇÃO

Realizamos entrevistas e consultas com a alta liderança, gestores e instituições financeiras. Para o eixo de impacto socioambiental, conduzimos grupos de trabalho temáticos com especialistas internos e entrevistas com especialistas externos do setor têxtil. No eixo de relevância para *stakeholders*, aplicamos questionários *on-line* adaptados a diferentes perfis e idiomas, com base em amostragem estatística para garantir a confiabilidade dos dados.

4 ANÁLISE

A consultoria parceira analisou os dados e estruturou a matriz de materialidade com três eixos: impacto socioambiental, impacto financeiro e relevância para *stakeholders*. Dessa análise, surgiu uma lista com nove temas materiais, equilibrando as três perspectivas.

5 VALIDAÇÃO

A alta liderança revisou os tópicos e recomendações e definiu os oito temas materiais prioritários para a Companhia.

TEMAS MATERIAIS

GRI 2-4, 3-2

A nova matriz de materialidade reflete a evolução da nossa estratégia e a escuta contínua dos nossos públicos. Nessa atualização, destacamos Biodiversidade e Água na cadeia produtiva e Gestão de resíduos não têxteis como temas materiais, ampliando nosso olhar para impactos cada vez mais relevantes para o nosso negócio e para a sociedade.



MUDANÇAS CLIMÁTICAS



GESTÃO DE CADEIA DE FORNECEDORES



BIODIVERSIDADE E ÁGUA NA CADEIA PRODUTIVA



SAÚDE, BEM-ESTAR E SEGURANÇA



TRANSPARÊNCIA E RELACIONAMENTO COM CLIENTES



GESTÃO DE RESÍDUOS NÃO TÊXTEIS



DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO



CIRCULARIDADE DO PRODUTO



MUDANÇAS **CLIMÁTICAS**

GRI 3-3: Temas materiais – Mudanças climáticas
TCFD: Governança climática
ODS 13

O setor de moda e têxtil tem uma relevância global significativa na questão climática – e é por isso que para nós esse tema, mais do que uma meta, é um chamado à ação. Nosso comprometimento em colaborar com a transição para uma economia de baixo carbono está estabelecido desde 2018, quando, alinhados à Science Based Targets initiative (SBTi), divulgamos publicamente a meta de reduzirmos as emissões absolutas de CO_2 em 30% nas nossas operações e rede de fornecimento (escopos 1, 2 e 3). Agora, avançamos ainda mais ao submeter, em 2024, o compromisso com uma nova meta de redução visando limitar o aquecimento terrestre em até no máximo 1,5°C, reforçando nossa ambição de fazer parte da solução para o desafio climático global (confira aqui).

B-
nossa nota no programa CDP

A eficácia do nosso comprometimento tem sido medida por meio do inventário anual de GEE e também pela avaliação do (CDP), programa que é referência mundial na avaliação das práticas ambientais adotadas pelas empresas e que serve como um norteador para analisar oportunidades de melhoria. Em 2024, alcançamos nota B- no programa CDP, o que indica nossa evolução positiva.

Nossa atuação nesse cenário também inclui um trabalho conjunto com nossa rede de fornecimento. Juntos buscamos soluções que possam contribuir para o uso de matérias-primas mais sustentáveis. Em 2024, realizamos um piloto para coleta e cálculo do inventário de fornecedores com nosso time, um passo importante para aprimorar a gestão das emissões da cadeia. A partir desse piloto, desenhamos um plano para, em 2025, iniciar a coleta de dados primários da nossa rede, que vão subsidiar os planos de ação de mitigação. Em nossas operações internas, utilizamos energia 100% renovável, retrofit de lâmpadas para promover eficiência energética e uma logística mais sustentável, com veículos elétricos e híbridos, movidos a GNV e *diesel*. Somente com a aquisição de Certificados Internacionais de Energia Renovável (I-RECs), evitamos a emissão de 10 mil toneladas de CO_2 por ano.

Há muito a se fazer, e é nesse sentido que olhamos os desafios como oportunidades que nos impulsionam a continuar inovando e buscando oportunidades para avançar ainda mais nessa direção, considerando a questão climática como fator estratégico.

100%
da operação abastecida por energia de fontes renováveis

10
lojas abastecidas por 3 USINAS SOLARES das regiões do RJ e DF

251
toneladas de CO_2 deixaram de ser emitidas por ano com a Frota Verde

ICO2 B3

ÍNDICE CARBONO EFICIENTE (ICO2)

Em 2024, passamos a fazer parte do Índice de Carbono Eficiente (ICO2), da B3. Esse índice avalia as empresas candidatas nas melhores práticas de gestão de emissões, bem como na melhor eficiência entre a razão emissões/receita bruta. Ou seja, o índice é capaz de não apenas reconhecer as empresas que se destacam nessas práticas, mas também orientar um caminho de evolução no tema de mudanças climáticas, demonstrando que é possível ter um crescimento financeiro sustentável.

A carteira é atualizada trimestralmente, garantindo que os dados e práticas estejam sempre atualizados e acompanhando a dinamicidade que esse tema exige. Estar listada na carteira do ICO2 demonstra que a C&A faz parte do grupo seleto de empresas brasileiras que estão de fato contribuindo para uma economia de baixo carbono. Para saber mais sobre o assunto, clique aqui.

EMISSÕES

Nosso compromisso com o enfrentamento das mudanças climáticas é de longa data, fortalecido em 2018 com a realização do nosso primeiro inventário local de gases de efeito estufa (GEEs). Na C&A, esse processo se traduz a partir de duas grandes frentes: operações internas e rede de fornecimento. Mensuramos as emissões por meio da metodologia internacional GHG Protocol, construindo um inventário de gases de efeito estufa, que concentra todas as emissões mapeadas da Companhia. Essa metodologia define diversas categorias e traz as diretrizes de cálculo necessárias para uma medição confiável.

Atualmente, reportamos dados detalhados em três categorias: as emissões diretas geradas pelas operações da empresa; as emissões indiretas resultantes do tipo de energia elétrica utilizada pela organização; e as emissões indiretas provenientes de processos de terceiros que, de alguma forma, estão envolvidos nas atividades da organização.

Em 2024, demos um passo importante nessa jornada ao engajar a coleta de dados de emissão com 12 fornecedores estratégicos para o nosso negócio. Com essas informações, trabalhamos juntos para avaliar com ainda mais precisão nosso inventário de GEE e traçar planos que nos aproximem de um futuro mais sustentável.

31 veículos
elétricos e GNV entre o eixo Rio-São Paulo

10 mil
toneladas em emissões de CO_2 evitadas com a aquisição de I-RECs

1/3 da frota da C&A
é composta por veículos híbridos ou elétricos

GHG Protocol:
selo ouro no programa brasileiro



Para que haja mais assertividade em toda a coleta de dados de todos os escopos, contamos com o apoio de uma consultoria especializada que nos auxilia em todo esse processo. Além disso, nosso inventário passa por uma auditoria externa, que valida os dados reportados e reforça sua credibilidade e transparência. Também reportamos todos os dados de inventário no Registro Público de Emissões brasileiro, contribuindo para a construção de uma base nacional de emissões de gases do efeito estufa.

PARCERIA PARA O CADERNO DE JUSTIÇA CLIMÁTICA

Em outubro, promovemos em nosso escritório central, um *workshop* do Pacto Global – Rede Brasil. A conferência reuniu autoridades, especialistas e representantes de grandes empresas do setor têxtil e da moda e teve como foco a pauta "justiça climática", um tema que, para nós, vai além de um desafio ambiental: é um compromisso com a promoção da equidade social e com o fortalecimento de nossas cadeias produtivas.

O evento fez parte de um projeto maior: como membros do Comitê Gestor do grupo de trabalho Moda Têxtil do Pacto Global, foi possivel contribuir para a construção do Caderno de Justiça Climática, publicação que foi lançada na COP29, no Azerbaijão. Queremos que nosso trabalho inspire outras empresas a se unirem nessa transformação.



MATÉRIAS-PRIMAS MAIS SUSTENTÁVEIS CG-AA-440a.3

Na C&A, cada peça conta uma história de compromisso com o futuro. Trabalhamos para que nossas matérias-primas sejam mais do que atributos de qualidade e tendência de moda – queremos que sejam exemplos de responsabilidade socioambiental.

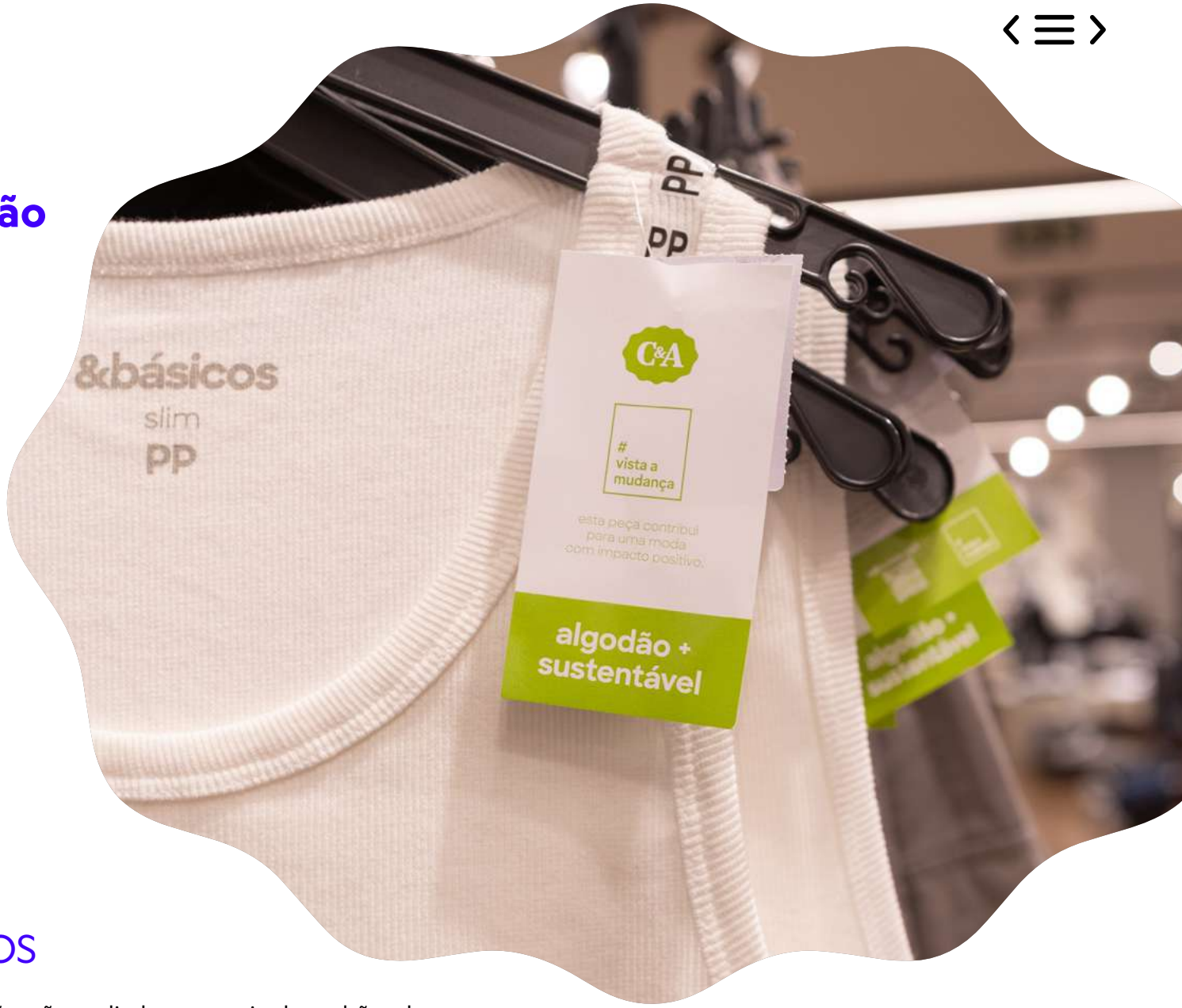
Nossa jornada rumo a uma moda mais consciente é guiada pelo objetivo de alcançar 80% de matérias-primas mais sustentáveis até 2030 – e, em 2024, atingimos um marco importante: 70,6% desse objetivo já foi alcançado. A base desse compromisso está em três pilares principais: algodão mais sustentável, viscose mais sustentável e poliéster mais sustentável.

Nesse sentido, durante o ano participamos ativamente de diálogos, buscando fomentar soluções sustentáveis para a produção de nossas matérias-primas, dentre elas, projetos-piloto de rastreabilidade para viscose e algodão. Para que essas soluções sejam concretizadas, engajamos fornecedores e equipes comerciais para alinhar metas e desafios relacionados às matérias-primas.

Em 2024, mantivemos a excelência de nosso algodão certificado, que já está presente em 96% das nossas peças (saiba mais sobre nosso algodão aqui). No caso da viscose, avaliamos sua origem sustentável com base no Padrão de Custódia da Cadeia de Viscose Sustentável e seguimos ampliando o uso de opções mais responsáveis. O percentual de viscose mais sustentável chegou a 41%, um aumento de 15% em relação ao ano anterior, enquanto a viscose nacional teve sua participação ampliada em 4% com avanços em rastreabilidade. Também estamos explorando soluções para incorporar viscose proveniente de têxteis reciclados.

Para fibras recicladas de algodão e poliéster, adotamos certificações reconhecidas, como o Recycled Claim Standard (RCS) e o Global Recycled Standard (GRS), garantindo a rastreabilidade dos materiais. Já em relação ao poliéster, seguimos com o desafio de reduzir seu uso, buscando alternativas mais sustentáveis para minimizar nossa dependência de fibras derivadas de combustíveis fósseis.

Nossa meta de matérias-primas mais sustentáveis está atrelada à remuneração variável da Companhia.



ALGODÃO

Desde 2014, quando demos início à construção de uma estratégia para uso de algodão mais sustentável, estamos empenhados em promover as melhores práticas no cultivo dessa fibra, que está presente em mais de 54% de nossos produtos. Para isso, realizamos mapeamentos e estudos detalhados para identificar os melhores fornecedores em práticas socioambientais.

Em 2024, celebramos uma década desse compromisso com um marco especial: 95% do algodão utilizado em nossos produtos é mais sustentável.

MATERIAIS CERTIFICADOS

Os materiais utilizados em nossas confecções são avaliados por meio de padrões de excelência na indústria. Um deles é o Índice de Fibras e Materiais, compilado pela organização Global Textile Exchange, que realiza análises detalhadas para autenticar as ações de sustentabilidade adotadas pelas empresas no mundo todo.

Algodão reciclado

Embora em escala menor, também trabalhamos com o algodão reciclado, proveniente de resíduos pós-consumo e de peças *jeans* depositadas nas urnas do Movimento ReCiclo, o programa de reciclagem da C&A. Com esse material produzimos nossas coleções do Jeans Circular, com certificação internacional pelo Recycled Claim Standard (RCS). Saiba mais sobre essa iniciativa aqui.

Em 2024, foi de 21 toneladas o total de algodão reciclado, composto de jeans pré e pós-consumo, proveniente de fornecedor com certificação RCS e da coleta do Movimento ReCiclo.

95%

do algodão utilizado em nossa produção é adquirido como Better Cotton Initiative (BCI)

22 mil

peças produzidas com algodão reciclado desde o início da utilização desse insumo





2.500
peças de *jeans*
rastreáveis lançados em parceria com o Sou ABR, do Movimento Sou Algodão

100%
do *jeans* produzido
com algodão mais sustentável

10.665
peças com rastreabilidade *blockchain*

JEANS RASTREÁVEL

Pela oitava vez, a C&A fez história ao ser reconhecida com o Prêmio ECO AMCHAM de inovação sustentável. Em 2024, celebramos o impacto positivo de nossas iniciativas com o lançamento da segunda coleção feminina do Jeans Rastreável, desenvolvido em parceria com a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (ABRAPA) e o movimento Sou de Algodão.

Por meio da tecnologia *blockchain* do programa SouABR, nossas clientes podem, com um simples escaneamento do *QR code* na etiqueta, acompanhar toda a jornada de produção do *jeans*. Do plantio do algodão certificado socioambiental nas fazendas até a chegada às nossas lojas, cada etapa carrega o cuidado com os biomas, a preservação dos recursos naturais e o respeito às pessoas envolvidas no processo.

A coleção

- ***BLEND* DE 53.460 KG DE ALGODÃO** produzidos em cinco fazendas brasileiras;
- **2.207,23 KG DE FIO;**
- **3.713,40 M DE TECIDOS**;
- **2.500 CALÇAS *JEANS* RASTREADAS;**
- **53 LOJAS FÍSICAS PELO BRASIL,** além do *app* e do *site* da C&A.

Para 2025, já planejamos novos lançamentos com a tecnologia *blockchain* e iniciamos o engajamento da cadeia de malha circular para expandir a rastreabilidade também a esses produtos.

CIRCULARIDADE

GRI 3-3 – Temas materiais – Circularidade do produto
ODS 12 13

Sabemos que a nossa cliente valoriza cada escolha e quer que suas roupas e acessórios favoritos acompanhem sua história por muito tempo. Por isso, estamos continuamente elevando nossos padrões de qualidade. Para nós, qualidade não é apenas um diferencial de venda, é também um compromisso na construção de uma moda duradoura e com impacto mais positivo e, por isso, esse é um pilar importante contemplado na nossa estratégia de ASG, nas nossas metas públicas, com critérios claros de circularidade, contexto do qual nos orgulhamos por sermos pioneiros.

Nosso compromisso público é que, até 2030, 50% dos produtos tenham princípios de circularidade em todas as etapas – do *design* à produção e ao pós-uso. Em 2024, já estamos em 34% da meta.

Também revisitamos os critérios de cálculo da quantidade de produtos com princípios de circularidade, incorporando variáveis essenciais como o tipo de produto, certificações existentes e as preferências das nossas clientes. Essa abordagem nos permitiu um indicador mais alinhado à realidade local, refletindo tanto a relevância do tema quanto a perspectiva nacional, mas nossos princípios continuam os mesmos:

Princípios da circularidade

1 ***DESIGN***
feito para ser reciclado, reutilizado ou reciclado

2 **MATÉRIA-PRIMA**
feita de materiais reciclados, regenerativos e seguros

3 **EXTENSÃO DO CICLO DE VIDA**
feito para durar mais

Dessa forma, garantimos uma visão mais precisa e contextualizada da circularidade, considerando toda a cadeia de valor, do consumidor à rede de fornecimento.

114
TONELADAS
em peças arrecadas nas urnas do Movimento ReCiclo desde 2017

22 mil
PEÇAS
para a coleção Circular, com certificação Recycled Claim Standard (RCS)

Para que continuemos a avançar ainda mais nessa meta, promovemos ações e estabelecemos parcerias estratégicas para fomentar a coleta e o reprocessamento de materiais têxteis, com o objetivo de incorporar práticas de circularidade em toda a nossa cadeia de valor.

Buscamos prolongar a vida útil de nossos produtos influenciando de forma consciente todas as etapas do ciclo – do *design* à aquisição, da produção ao uso e à reutilização. Seguimos testando novas abordagens para avançar nesse caminho, explorando alternativas como revenda, reparo e reciclagem. Cada uma dessas iniciativas contribui para a construção de uma economia circular restaurativa, na qual nada se perde, desde a criação até o descarte das peças.

Nossos times trabalham de forma integrada, buscando por soluções e modelos inovadores que conectem processos de circularidade ao nosso negócio, criando novos produtos que tenham como origem materiais reutilizáveis ou reciclados.

Em sete anos de atuação, o Movimento ReCiclo já arrecadou 350 mil peças, o que corresponde a 114 toneladas de vestuário.

MOVIMENTO RECICLO

Desde 2017, transformamos o compromisso com a circularidade com o lançamento do Movimento Reciclo, hoje uma iniciativa consolidada, que reflete nossa dedicação em criar uma moda com impacto positivo.

O programa visa garantir a correta destinação de peças doadas. Para isso, conta com as urnas ReCiclo disponíveis em 72% (236 unidades) das nossas lojas.
As peças arrecadadas ganham três destinos: são utilizadas na confecção de novas peças para as coleções do Jeans Circular por meio das técnicas de reciclagem; são devidamente recicladas; ou são doadas, por meio do Instituto C&A (saiba mais aqui), o pilar social da C&A Brasil há mais de 30 anos – e que distribui essas roupas em bom estado para instituições e para ajuda humanitária em crises ambientais, sociais ou sanitárias.



Movimento ReCiclo em 2024

33 **TONELADAS** peças de roupas arrecadas nas urnas

12 **TONELADAS** enviadas para doação

3 **TONELADAS** para reciclagem

CONHEÇA O PROCESSO RECICLO

MOVIMENTO RECICLO

1

A cliente leva as peças que quiser doar, conforme o regulamento, a uma loja C&A.

2

Deposita suas peças na urna do Movimento Reciclo.

3

As peças são transportadas para um dos centros de distribuição da C&A.

4

Onde é feita a triagem e classificação em peças com condições de uso e peças sem condições de uso.

5

As peças em boas condições de uso são encaminhadas para instituições parceiras, sendo destinadas para doação.

6

As peças *jeans* são encaminhadas para desfibramento para coleção Circular e as peças sem condições de uso são recicladas.

9.393

Peças jeans desfibradas para confecção do Jeans Circular



78.522
peças arrecadadas em 2024 pelo Movimento ReCiclo

55.119
peças doadas para instituições sociais

14.010
peças recicladas e transformadas em estopas para uso industrial

Com o projeto Jeans Circular, oferecemos uma alternativa mais sustentável, com peças feitas de materiais reciclados e que promovem a circularidade na moda. A iniciativa reduz o impacto ambiental, com menos uso de água e solo.

Em 2024, o Movimento reciclo arrecadou 78.522 peças de roupas, um aumento de 30% em relação a 2023, quando foram coletadas 60 mil unidades. Desde sua criação, já são 350 mil peças encaminhadas para doação, reciclagem e reaproveitamento.

Do total arrecadado em 2024, 55.119 peças foram doadas a instituições sociais, enquanto 14.010 passaram por reciclagem e foram transformadas em estopas para uso industrial. Outras 9.393 peças de *jeans* foram desfibradas para confecção da coleção de Jeans Circular. Além disso, a C&A garantiu o coprocessamento de 8,4 toneladas de resíduos têxteis.

Além de possibilitar o descarte de produtos de vestuário, as clientes também podem descartar corretamente frascos, embalagens vazias de cosméticos e eletrônicos. Todos os itens coletados são recolhidos por uma empresa parceira da C&A, que garante o descarte ambientalmente responsável.

JEANS CIRCULAR

Em 2021, lançamos o Jeans Circular, uma linha desenvolvida com fios reciclados provenientes de peças coletadas pelo Movimento ReCiclo e de resíduos industriais. O Jeans Circular da C&A é certificado pelo Recycled Content Standard (RCS), que garante a utilização de materiais reciclados e sua rastreabilidade na cadeia de fornecimento. No Brasil, nossa coleção foi a primeira a receber essa certificação e a ser validada por uma terceira parte.

Além do algodão reciclado, todo o algodão virgem complementar é certificado pelo Better Cotton Initiative (BCI), o maior programa de sustentabilidade do algodão no mundo, que tem entre seus critérios a redução do uso de água e produtos químicos.



NOVA *SHOPPER BAG*

Em 2024, lançamos a nova *shopper bag* para nossas lojas, cujo *design* também foi desenvolvido a partir de práticas de circularidade. O projeto surgiu como uma alternativa para substituição da *shopper bag* de plástico por modelos de algodão reciclado com mais durabilidade.

A iniciativa oferece uma solução prática alinhada aos princípios da economia circular, priorizando a reutilização de materiais, o aumento da vida útil dos produtos e a redução na geração de resíduos.

Em uma parceria com uma empresa têxtil especializada em produtos circulares, produzimos um lote de 64 mil *shopper bags* que foram distribuídas para as nossas lojas. Criadas a partir da reciclagem de 2 toneladas de resíduos pré-consumo e 3 toneladas de *jeans* pós-consumo, coletadas pelo Movimento ReCiclo, as sacolas foram confeccionadas seguindo um modelo baseado nos princípios da economia circular, como a monomaterialidade, a recuperação de resíduos e a reciclabilidade do produto, que poderá ser reaproveitado ao fim de seu ciclo de uso para a fabricação de um novo lote de *shopper bags* circulares.

Aliado ao processo de inovação e sustentabilidade, destacamos a certificação RCS (Recycled Claim Standard) que comprova as etapas de produção e permite rastreabilidade, com validação de terceira parte da certificadora Control Union.

CIRCULARIDADE

Somos pioneiros na moda brasileira ao lançarmos coleções feitas a partir da economia circular e na aquisição de certificações que atestam nossas melhores práticas.

2017
Primeira varejista do mundo a lançar camisetas certificadas Cradle to Cradle® nível ouro.

2018
Primeiros *jeans* do mundo certificados Cradle to Cradle® nível ouro.

2020
Nacionalização da produção, desenvolvimento de fornecedores brasileiros para que estivessem aptos a produzir de acordo com os rígidos padrões de certificação. Nesse ano também reformulamos a comunicação e nomeamos a Linha Ciclos.

2023
Recertificação da rede de fornecimento brasileira na certificação Cradle to Cradle®.

LINHA CICLOS

A linha Ciclos já nasceu com o DNA da circularidade. Quando foi lançada, em 2017, a linha contemplava somente camisetas básicas com sete cores e dois modelos. De lá para cá a coleção tomou forma e hoje já conta com outros modelos de peças em seu portfólio, como bermudas e saias *jeans*.
A C&A tornou-se a única empresa da América Latina com a Certificação Cradle to Cradle® nível ouro.

Em 2024, lançamos uma **coleção Ciclos** que contava com produtos femininos e, pela primeira vez, com produtos masculinos e infantis



CERTIFICAÇÃO CRADLE TO CRADLE®

Desde 2017, temos a certificação Cradle to Cradle® (C2C) que atesta companhias que adotam os princípios da circularidade, segurança e responsabilidade dos materiais. Fomos a primeira varejista das Américas a conquistar o C2C nível ouro com a nossa linha de camisetas Ciclos.

As C2C são emitidas pelo Cradle to Cradle Products Innovation Institute, que utiliza metas mensuráveis de avaliação em cinco dimensões de desempenho em sustentabilidade: saúde dos materiais; circularidade do produto; ar limpo e proteção climática; administração da água e do solo; e justiça social.



BIODIVERSIDADE E ÁGUA NA CADEIA PRODUTIVA

GRI 3-3 - Temas materiais – Biodiversidade e água na cadeia produtiva, 304-1, 304-2

ODS 6 14 15

Em 2024, Biodiversidade e água na cadeia produtiva passou a integrar nossa matriz de temas materiais, refletindo a crescente relevância desse tema para o setor têxtil. A indústria como um todo exerce influência direta sobre os ecossistemas, especialmente nas etapas de cultivo de matérias-primas e beneficiamento têxtil, o que reforça a importância de aprofundar o olhar para essa agenda.

Embora não tenhamos unidades operacionais localizadas em áreas de proteção ambiental ou em regiões com alto valor de biodiversidade, reconhecemos que parte significativa dos impactos pode estar concentrada na nossa cadeia de fornecimento. Ao longo dos últimos anos, temos ampliado a atenção às práticas adotadas pelos nossos parceiros, considerando desde a extração de matérias-primas até o uso do solo, da água e a emissão de poluentes atmosféricos.

Avançamos, em 2024, com o reforço dos nossos processos de auditoria, incentivando o uso de práticas mais conscientes por meio de diálogo constante e iniciativas de letramento com os fornecedores. As orientações incluem temas como gestão de resíduos, consumo racional de água, uso de energia limpa, controle de substâncias químicas e restrição de insumos tóxicos. Acreditamos que a transformação só acontece com engajamento coletivo e construções feitas a muitas mãos.

Além disso, mantivemos o foco em nossa meta de atuar como líder na indústria da moda tendo 80% das nossas matérias-primas (algodão, viscose e poliéster) de origem sustentável. Isso inclui o uso de algodão certificado, fibras celulósicas rastreáveis e materiais reciclados, além de avanços na rastreabilidade do algodão e viscose.

USO DA ÁGUA

GRI 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5, CG-AA-430a.1.

A água é um bem indispensável em nossa cadeia de valor e por isso buscamos adotar as melhores práticas para o uso consciente. O uso da água em nossas unidades está conectado à rede de abastecimento local e à rede de saneamento para descarte. A evolução do consumo de água é monitorada continuamente e adotamos práticas para o uso eficiente, como a instalação de torneiras com arejadores e bacias sanitárias de baixo consumo. Além dos hidrômetros que controlam o uso da água, estamos implementando um sistema de monitoramento que funcionará em tempo real a fim de reduzir o tempo de resposta em caso de vazamentos.

Em nossas operações, o uso da água se destina somente ao consumo humano e já tomamos medidas para incentivar o uso consciente e responsável através de ações de conscientização e infraestrutura adaptada para menos consumo, como descargas econômicas e torneiras com temporizador. Em 2024, captamos e descartamos 197.036,52 megalitros de água na rede pública. O cálculo seguiu a metodologia das faturas de fornecimento, considerando que toda a água captada foi devolvida. Com relação ao consumo da água em nossa cadeia de fornecimento, temos um compromisso com o descarte correto de águas residuais, em particular aos efluentes industriais e sanitários. Nesse sentido, nossas auditorias são de extrema importância para averiguar as instalações da rede de fornecimento, que devem seguir as normas regulatórias federais e estaduais de acordo com a classificação do efluente e do corpo receptor, bem como atender às condicionantes das licenças ambientais.

Nesse contexto, toda atividade que gera efluentes está sujeita à regulamentação e ao tratamento adequado para que atendam aos parâmetros de lançamento estipulados pelas licenças ambientais. As implicações financeiras de não conformidade incluem multas e compensações aplicadas pelos órgãos competentes, suspensão de produção e possíveis perdas de valor de marca devido a danos reputacionais. No Brasil, não há substâncias ilegais identificadas no setor têxtil, mas a legislação regula parâmetros de lançamento de efluentes que devem ser seguidos, descritos nas condicionantes das licenças ambientais dos fornecedores.

Para a gestão de riscos, implementamos um programa de *compliance* de fornecedores, que verifica o cumprimento da legislação ambiental local nas unidades produtivas. Fornecedores identificados como de alto risco, priorizados com base na matriz de relevância x impacto ambiental, passam por uma gestão detalhada de insumos, processos produtivos e descartes.

Nossos fornecedores contam com estações de tratamento de efluentes e realizam o descarte conforme as determinações legais. Em casos específicos, como em estamparias, os efluentes são coletados e enviados para tratamento em plantas terceirizadas, com a devida emissão de certificado de destinação final.

RESÍDUOS NÃO TÊXTEIS

GRI 3-3 - Temas materiais – Gestão de resíduos não têxteis GRI 306-1, 306-2
ODS 3 6 11 12

A pauta de resíduos não têxteis ganhou ainda mais protagonismo em 2024, ao ser incorporada como um dos nossos temas materiais. Essa inclusão reflete a evolução do nosso olhar sobre os impactos indiretos da nossa operação e a importância crescente do tema para a indústria da moda, especialmente diante do volume de materiais envolvidos no ciclo de varejo.

Na prática, temos avançado em uma gestão mais consciente dos resíduos, cuidando tanto dos gerados diretamente nas operações quanto daqueles que chegam às clientes, como as embalagens. Em centros de distribuição, lojas e no escritório central, seguimos protocolos rigorosos de gerenciamento e descarte. Na cadeia de fornecimento, incentivamos práticas alinhadas à eficiência, rastreabilidade e redução de impactos.

Cuidamos atentamente de todas as etapas do processo de gestão de resíduos, desde a coleta até a destinação final dos resíduos. Isso inclui a segregação adequada, armazenamento temporário, coleta e envio por empresas terceiras e emissão de documentação adequada.

Desde 2020, com a implementação do Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), temos aprimorado continuadamente a gestão de resíduos sólidos, com foco na prevenção, redução e destinação ambientalmente adequada por meio de soluções inovadoras. Em 2024, revisamos as diretrizes do documento a fim de minimizar a geração de resíduos, ampliar taxas de reciclagem e garantir a correta destinação. Além disso, contamos com a Política de Resíduos Sólidos como orientadora das melhores práticas para as operações da Companhia quanto à segregação e destinação correta dos resíduos.

DESTINAÇÃO

Os resíduos gerados nas nossas lojas, escritório central e nos centros de distribuição são gerenciados de acordo com diretrizes e normas internas que estão alinhadas aos requisitos legais, seguindo um manual de práticas de descarte e o plano de gerenciamento de resíduos.

O destaque vai para o reaproveitamento de materiais recicláveis, como caixas de papelão e sacos plásticos, além da descaracterização de itens de visual *merchandising* para reciclagem. Além disso, seguimos processos de logística reversa para cabides e alarmes, devolvendo-os ao centro de distribuição. Também realizamos ações de logística reversa, como o Programa de Lixo Eletrônico e o Descarte de Cosméticos, garantindo a destinação adequada de resíduos pós-consumo por parte das nossas clientes. Além disso, o Programa de Coleta de Lixo Eletrônico permite que nossos associados deem um destino certo a celulares, pilhas e baterias. Já os resíduos de informática são enviados para uma empresa parceira que promove o descarte correto.

No escritório central, reciclamos materiais como papel, plástico, metal e vidro, e gerenciamos resíduos como lâmpadas e móveis descartados.



Nos centros de distribuição, otimizamos o descarte de papelão e plástico, e implementamos a logística reversa para cabides, pinos e alarmes, garantindo sua reutilização junto aos fornecedores.

PLÁSTICO

Desde o estabelecimento de nossa meta de reduzir em 50% os plásticos de uso único, temos trilhado um caminho de melhorias nessa agenda em nossas operações internas, com ênfase nos processos que envolvem centros de distribuição (CDs), venda pelo *e-commerce* e em nossas lojas.

Com o processo de automatização em nossos três CDs, nos desafiamos a eliminar o plástico utilizado em nossa operação Push-Pull. Foi um trabalho transversal, que envolveu várias frentes, incluindo nossa cadeia de fornecimento. Com o resultado, em 2023 conseguimos retirar de nossas operações 82 toneladas de plástico, gerando uma economia de R$ 41 milhões. Também nos tornamos uma das poucas empresas no mundo a utilizar um sistema de distribuição automatizado com zero uso de plástico, mesmo com o aumento de produtos rodando nos *sorters* do Push-Pull.

Em 2024, ampliamos a substituição de sacolas plásticas por sacolas de papel em nossas lojas, inclusive em localidades onde essa exigência não é obrigatória. No total, foram 78 lojas que passaram a oferecer às clientes sacolas recicladas, gerando 65 toneladas de redução de plástico. No contexto do *e-commerce*, durante o ano, demos início a um projeto-piloto que visa à produção dos *flyers* dos pedidos feitos com material biodegradável e reciclado.

Em 2024, substituímos as sacolas plásticas por sacolas de papel em 78 lojas, contabilizando um total de 65 toneladas reduzidas.

HIERARQUIA DA ELIMINAÇÃO DO PLÁSTICO

1
EVITAR/ REDUZIR

2
REUTILIZAR

3
SUBSTITUIR



DE&I E **DIREITOS HUMANOS**

GRI 3-3 – Temas materiais – Diversidade, equidade e inclusão
ODS 5

Respeito, ética e diversidade não são apenas valores da nossa marca — são compromissos inegociáveis. Reforçando esse posicionamento, assumimos metas públicas ambiciosas: até 2030, queremos manter no mínimo 60% de mulheres no nosso quadro geral, ter 30% de pessoas indígenas, pretas e pardas em posições gerenciais, além de desenvolver talentos para cargos de liderança executiva.

O reconhecimento da C&A como a empresa com mais diversidade do Brasil, segundo levantamento do Datafolha em dezembro de 2024, reforça que estamos no caminho certo. Seguimos trabalhando de forma consistente para criar um ambiente mais inclusivo para nossos associados, clientes e parceiros, entendendo a pluralidade como um diferencial competitivo — e como parte essencial de quem somos.

Promover um ambiente em que todas as pessoas possam se desenvolver com equidade faz parte da nossa essência. Desde 2021, somos signatários do Pacto Global da ONU e, a partir desse compromisso com os direitos humanos, estruturamos políticas, metas e práticas que se refletem no dia a dia da Companhia. Nossa Política Corporativa de Diversidade e Inclusão orienta a atuação dos times, com o apoio da alta liderança e do Comitê de Gente e ASG, e está alinhada ao nosso Código de Conduta, que reforça o respeito, o cuidado e a consciência de que nenhum ato discriminatório ou desrespeitoso será tolerado. Esse posicionamento se traduz em ações contínuas de treinamento e sensibilização, sempre com o envolvimento da liderança e o compromisso de transformar cultura em prática.

A diversidade está presente, também, no mais alto nível de governança da C&A. Em 2024, mantivemos duas mulheres no Conselho de Administração — o que garantiu, pelo segundo ano consecutivo, a conquista do selo Women on Board, da ONU Mulheres.

WOB
(Women on Board)
2º ano consecutivo
com o selo



INDICADORES QUE CONTAM HISTÓRIAS REAIS

Mais do que números, os dados de diversidade na C&A representam pessoas, trajetórias e possibilidades. Em 2024, superamos a meta de representatividade étnico-racial em cargos de liderança, com 30% de pessoas negras e indígenas nessas posições. Também alcançamos 18% de autodeclarações LGBTI+ entre os nossos associados, reflexo de um ambiente mais seguro para que todos possam ser quem são.

Desde 2023, integramos o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, incorporando à nossa atuação os dez compromissos da iniciativa e reafirmando nossa ambição de construir um ambiente mais plural e inclusivo. Nessa mesma linha, fomos pioneiros ao estender os benefícios corporativos aos parceiros

Em 2024, 66% dos cargos de liderança foram ocupados por mulheres, superando nossa meta de 60% de presença feminina em posições estratégicas.

Alcançamos a meta de 30% de representatividade de pessoas negras e indígenas em cargos de liderança, promovendo oportunidades iguais para grupos étnico-raciais.

de associados homoafetivos — medida adotada antes mesmo de sua obrigatoriedade por lei.

Nosso compromisso também se reflete na forma como desenhamos os espaços e as relações no dia a dia. Todos os banheiros da Companhia receberam sinalização acolhedora, reconhecendo esses ambientes como seguros para pessoas cisgêneras, transgêneras e não binárias. A cultura inclusiva se fortalece, ainda, com ações de letramento étnico-racial, atendimento respeitoso e práticas antidiscriminatórias — conteúdos já presentes no *onboarding* e nos treinamentos contínuos oferecidos aos nossos times.

Em 2024, ampliamos esse trabalho com foco na liderança. Estimulamos o protagonismo dos gestores na agenda de



IDIVERSA B3

C&A NO IDIVERSA!

Pelo segundo ano consecutivo, celebramos nossa marca na lista no IDiversa, da B3. O IDiversa é o primeiro índice da América Latina focado em diversidade e, para o ingresso das empresas, utiliza padrões e critérios rigorosos para medir a atuação das companhias em temas sobre gênero e raça. Para nós, a presença da C&A no índice reforça nosso compromisso contínuo com diversidade e inclusão, mantendo-nos sempre atentos à demografia da população brasileira nesse cenário e aprimorando nossas práticas com relação ao tema.

Para integrar esse índice, a empresa precisa demonstrar, por meio de dados públicos e reportados à CVM (Comissão de Valores Mobiliários), a presença de grupos sub-representados em cargos de decisão, como Conselho de Administração e Diretoria Estatutária, além de cargos de não liderança. Além disso, são analisadas políticas e compromissos institucionais voltados para equidade e inclusão. Para saber mais sobre o assunto **clique aqui**.

diversidade e demos os primeiros passos para a formação de grupos de afinidade, que devem ser consolidados nos próximos ciclos.

ESTÁGIO AFIRMATIVO

GRI 404-2

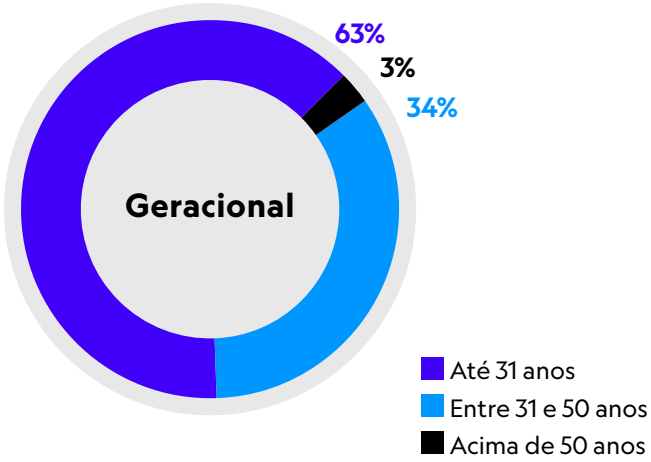
Acreditamos que ampliar o acesso e desenvolver jovens talentos é essencial para transformar realidades e renovar o futuro da moda. Foi com esse propósito que, em 2023, criamos o Programa de Estágio Afirmativo, voltado a estudantes negros e indígenas em início de carreira. A iniciativa conta com a parceria de uma consultoria que promove empregabilidade e desenvolvimento profissional para pessoas negras.

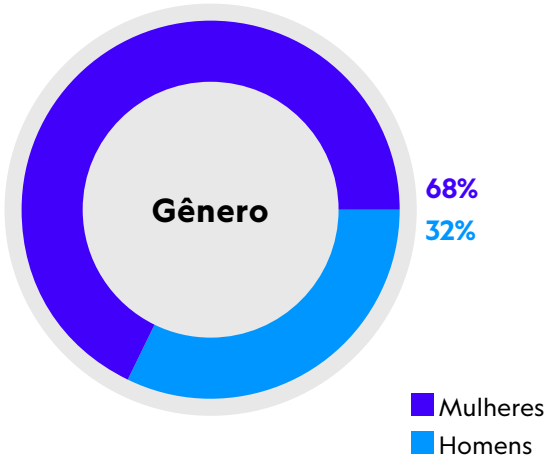
Ao todo, contamos com 18 jovens presentes e ativos no Programa de Estágio. O programa contempla trilhas de desenvolvimento, mentoria e capacitação, incluindo treinamentos em comunicação, gestão do tempo e Excel. Até o fim de 2024, quase 40% desses jovens já tinham sido efetivados na C&A.

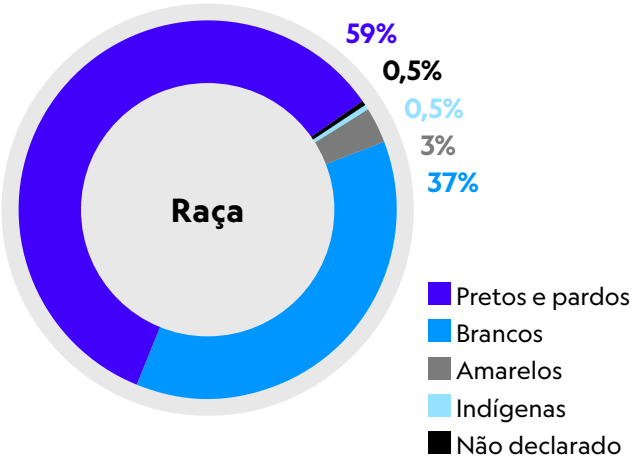
A PERCEPÇÃO DE NOSSOS ASSOCIADOS

A eficácia de nossas ações, no contexto da diversidade e da inclusão, é monitorada por meio de pesquisas trimestrais de clima e engajamento (E-NPS), que avaliam a percepção sobre o ambiente inclusivo e diverso. Os resultados são compartilhados com a alta liderança por meio do *dashboard* de diversidade e do relatório de gestão de pessoas.

Diversidade e inclusão na C&A







DIREITOS HUMANOS

ODS 5 8

Na C&A, reconhecemos que o respeito aos direitos humanos deve se estender por toda a nossa cadeia de valor. Por isso, atuamos com atenção e responsabilidade para que práticas como o trabalho infantil e o trabalho análogo ao escravo sejam não apenas coibidas, mas prevenidas de forma consistente.

Desde 2006, mantemos um programa de monitoramento e desenvolvimento de fornecedores e subcontratados, com foco especial na identificação de riscos relacionados ao trabalho infantil. As ações incluem auditorias regulares conduzidas pela própria C&A ou por meio de iniciativas reconhecidas, como os programas da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) e da Social & Labor Convergence Program (SLCP), referência global em avaliação social e trabalhista.

Também somos parceiros do Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO), com quem atuamos para fortalecer ações preventivas, promover o trabalho digno e compartilhar boas práticas ao longo das cadeias produtivas. **GRI 408-1 GRI 409-1**

Nosso Código de Conduta para Fornecimento de Mercadorias estabelece diretrizes claras de conduta, incluindo a prevenção de qualquer forma de trabalho análogo ao escravo. O descumprimento dessas diretrizes pode levar à interrupção da relação comercial, além da adoção de medidas de remediação.

Mais do que cumprir requisitos legais, buscamos promover melhorias contínuas nas condições de trabalho, na gestão ambiental e na cultura das relações com nossos fornecedores. Por isso, nossas auditorias também avaliam o cumprimento das leis trabalhistas, acordos coletivos e direitos sindicais.

Em 2024, não foram identificados casos de trabalho infantil ou análogo à escravidão em nossa rede de fornecimento.

100%

DOS FORNECEDORES

de produtos da C&A foram selecionados com base em critérios socioambientais





REDE DE **FORNECIMENTO**

GRI 3-3 – Temas materiais – Gestão da cadeia de fornecedores
GRI 2-6, GRI 2-24, 2-29, 407-1
ODS 5 8

Com uma rede de fornecimento fortalecida, seguimos entregando à nossa cliente produtos que não apenas celebram a moda, mas refletem o compromisso da C&A com as melhores práticas de produção. Afinal, cada etapa, desde a matéria-prima até o produto final, deve refletir o cuidado e o comprometimento que colocamos em tudo o que fazemos.

Para garantir conformidade com nossos padrões, mantemos um rigoroso processo de gestão de nossa rede de fornecimento. O processo inclui auditorias como parte da homologação de novos fornecedores, que também abrange análise tributária e de qualidade. A base ativa é submetida a auditorias regulares, muitas vezes sem aviso prévio, além de participar de programas de capacitação e desenvolvimento.

Em parceria com a Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), 100% dos fornecedores Tier 1 e subcontratados da C&A foram auditados em 2024.

Nossa rede de fornecimento é composta por 58% de fornecedores e subcontratados Tier 1 (responsáveis pela produção de mercadorias, como vestuário, calçados e produtos de beleza); 34% Tier 2 (envolvidos em processos de tecelagem, fiação e tingimento de tecidos e fios); e 8% Tier 3 (fornecedores de insumos e componentes, como etiquetas, cabides, caixas, sacolas, *tags*, botões e zíperes).

No Brasil, a C&A é pioneira na estruturação do monitoramento da rede de suprimentos.

ATUAÇÕES NA REDE DE FORNECIMENTO

Com o apoio da área de Sustainable Supply Chain (SSC) e com foco em auditorias e desenvolvimento de fornecedores, atuamos em três dimensões na rede de fornecimento:

- **SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL** Desenvolvimento e implantação de soluções e capacitação da rede de fornecimento nos temas de matérias-primas mais sustentáveis, gestão de químicos, efluentes e emissões de gases de efeito estufa, com ampliação de atuação no tema material Mudanças climáticas.

- ***COMPLIANCE* DE FORNECEDORES E MONITORAMENTO** Monitoramento e controle por meio das auditorias que também foram ampliadas para fornecedores de nível 2 e 3, garantia do cumprimento dos requisitos pra uso de marcas licenciadas, *due dilligence* por meio de verificação de antecedentes dos parceiros para *collabs*.

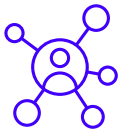
- **DESENVOLVIMENTO DE FORNECEDORES** Engajamento, capacitação e desenvolvimento em questões socioambientais, e também, a partir de 2024, na gestão de negócios.

AUDITORIAS GRI 308-2, 414-2

No Brasil, a C&A foi pioneira na estruturação do monitoramento da rede de suprimentos, iniciando esse movimento em 1996 com a publicação do Manual de Conduta para o Fornecimento de Mercadorias e avançando, em 2006, com a implementação efetiva das auditorias na rede de fornecedores. Desde então, temos sido rigorosos em nossos processos de auditoria a fim de promover condições de trabalho dignas e saudáveis, alinhadas ao bem-estar dos trabalhadores. Para isso, exigimos de nossos fornecedores total conformidade com as legislações trabalhistas e acordos coletivos, assegurando que os direitos de associação e negociação coletiva sejam respeitados.

Para fornecedores com mais potencial de impacto, avaliamos a conformidade nos padrões de sustentabilidade, utilizando nossa Matriz de Riscos que contempla critérios robustos, dentre eles histórico de auditorias, dispersão geográfica, complexidade da cadeia e qualidade da gestão socioambiental. Nesse sentido, mantemos nossa lista de prestadores acessível para todos que desejam conhecer mais sobre quem caminha conosco (confira aqui).

Nos casos de impactos negativos reais, implementamos ações corretivas em conjunto com os fornecedores, e elaboramos planos de ação específicos com prazos e indicadores transparentes. Nossa área de Desenvolvimento de Fornecedores acompanha a



100%
de fornecedores
cadastrados na Plataforma de Capacitação e Treinamento

Em 2024, iniciamos uma jornada com nossa rede de fornecimento por meio de uma nova frente de desenvolvimento. Queremos promover o aumento da capacidade de nossos fornecedores, não só no contexto em que atuam, mas também em outras áreas corporativas, engajando-os nas melhores práticas de produção.

Durante o ano, realizamos o primeiro piloto com 170 colaboradores de fornecedores diretos. Os conteúdos, ministrados por meio de encontros *on-line* e disponibilizados em nossa plataforma, contemplaram diversos temas, dentre eles políticas ambientais, abuso e assédio, documentos, reforço sobre nosso Código de Conduta, e Canal de Denúncias.

implementação das ações ao mesmo tempo em que promove capacitação, a fim de fortalecer temas em direitos humanos, meio ambiente e segurança.

A eficácia das medidas é rastreada por uma célula de desenvolvimento de fornecedores que utiliza a ferramenta Higg Facility Environmental Module (Higg FEM) para coleta de dados socioambientais. Além disso, indicadores operacionais monitoram o percentual de fornecedores que alcançam classificações A e B nas auditorias, bem como o número de trabalhadores impactados positivamente por iniciativas de bem-estar.

Em 2024, conduzimos auditorias de monitoramento na rede de fornecimento, com 47% realizadas pelo time próprio da C&A e 53% conduzidas exclusivamente pela ABVTEX. Além disso, avançamos em nosso processo de rastreabilidade com auditorias que foram além do Tier 1, abrangendo segmentos de fiações, tecelagem, tinturaria, componentes e aviamentos, com 12% dessas unidades auditadas. Em 2024, 100% dos fornecedores Tier 1 e seus subcontratados — como unidades de corte, costura, bordado e estamparia — passaram por auditorias socioambientais conduzidas pela C&A ou por meio da certificação ABVTEX. Entre eles, 70% possuem o selo ouro da ABVTEX, o que indica aderência às melhores práticas reconhecidas pelo setor.

Ao longo do ano, avaliamos 881 fornecedores quanto a impactos ambientais e sociais em sua cadeia de fornecimento. Além disso, avançamos em nosso processo de rastreabilidade por meio de auditorias para fornecedores além do Tier 1. Nesse contexto, durante o ano, foram realizadas 76 auditorias em unidades de produção.

No escopo da avaliação ambiental de fornecedores, 94 foram identificados como apresentando riscos ambientais reais ou potenciais (*with environmental risks*). Dentre esses, 6% foram incluídos em Planos de Desenvolvimento de Ação (PDAs), com medidas corretivas implementadas em alguns casos para mitigar os impactos identificados. Já no campo social, 37 fornecedores estiveram envolvidos em 56 infrações, caracterizadas por impactos sociais negativos significativos, reais ou potenciais. Como medida de mitigação, implementamos planos de ação em todas as unidades de produção identificadas ao longo do ano, com ações adicionais previstas para 2025.

Além disso, 100% dos fornecedores com infrações identificadas tiveram melhorias acordadas como resultado das avaliações realizadas. Apesar das infrações, não houve encerramento de relações comerciais em 2024. Em casos de não conformidade, os fornecedores podem ser bloqueados, ou seja, impossibilitados de receber novos pedidos de compra, conforme o Código de Conduta da C&A e as Condições Gerais de Fornecimento.



100%
AUDITORIAS
em unidades de produção Tier 1[1]

12%
AUDITORIAS
em unidades de produção além do Tier 1

[1] *A C&A possui um total de 1.526 fornecedores em sua cadeia de fornecimento, sendo 881 fornecedores de Nível 1, que realizam transações diretas com a empresa, e 645 fornecedores além do Nível 1, incluindo parceiros como fornecedores de tecido, fio, tinturarias, insumos, cabides, etiquetas,* tags *e aviamentos. Esses fornecedores além do Nível 1 são indicados pelos fornecedores diretos da C&A.*

NOVOS FORNECEDORES

GRI 308-1, 308-2, 414-1

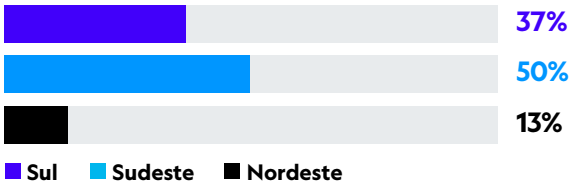
Para novos fornecedores nacionais, o processo contratual conta com critérios socioambientais rigorosos, que devem ser contempladas em sua totalidade. Os fornecedores são avaliados de acordo com os critérios da ABVTEX e/ou pelo processo de homologação da nossa área de Sustainable Supply Chain (SSC). Empresas que têm a certificação ouro ABVTEX, reduzem o tempo de análise de conformidade em mais de 80%. Essa certificação atende aos requisitos do Código de Conduta e garante a conformidade com os padrões globais da C&A, eliminando a necessidade de uma análise mais detalhada e auditoria de homologação. No caso de fornecedores internacionais, contamos com o C&A Source, nosso escritório na Ásia e com a colaboração da C&A Europa.

Nosso processo de *due diligence* incluiu análises de qualidade, comerciais e tributárias, garantindo transparência, segurança e alinhamento ao Código de Conduta da C&A. Essa abordagem busca minimizar impactos negativos e fortalecer a reputação da empresa. Além disso, toda conduta que esperamos de nossa rede de fornecimento é norteada pelo nosso Código de Conduta para o Fornecimento de Mercadorias da C&A, criado em 1996 e atualizado em 2015 e 2024; e pelas Diretrizes de Suporte ao Código de Conduta da C&A para fornecedores de mercadorias. Para acessar os documentos que regem nosso compromisso com as questões socioambientais em nossa rede de fornecimento clique aqui.



PERFIL DOS FORNECEDORES

Nacionais



Global





LINHA DO TEMPO

1996

Lançamento do Manual de Conduta para o Fornecimento de Mercadorias da C&A. Fomos a primeira empresa do varejo de moda a criar um documento com diretrizes com as melhores práticas de fornecimento.

2006

Criação do Programa de Monitoramento e Gestão da Rede de Fornecedores da C&A que abriu o caminho para nossas primeiras auditorias.

2010

C&A torna-se signatária do programa de monitoramento da cadeia de fornecimento da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX). Nossa categoria no programa é a de nível pleno, concedida às varejistas que contam cm 100% de seus fornecedores aprovados no programa da ABVTEX.

2015

Criação do Sustainable Supply Chain (SSC), plataforma global de monitoramento, desenvolvimento e gestão da rede de fornecimento, com auditores em todo o mundo.

Lançamento do Código de Conduta para Fornecimento de Mercadorias da C&A.

Criação da célula de desenvolvimento de fornecedores.

2020

Nacionalização da produção da linha Ciclos, desenvolvendo fornecedores brasileiros para que estivessem aptos a produzir de acordo com os rígidos critérios da certificação Cradle to Cradle®.

2023

Recertificação da rede de fornecimento brasileira na certificação Cradle to Cradle®

Lançamento da primeira coleção de Jeans Rastreável da Companhia com a tecnologia *blockchain*.

2024

Início das auditorias nos fornecedores Tier 2 da Companhia.

Lançamento da 2ª edição do Jeans Rastreável C&A.

GLOSSÁRIO

Programa ZDHC (sigla em inglês para Zero Descarte de Produtos Químicos Perigosos, em tradução livre): realiza análises de indicadores que constam na MRSL ZDHC1, que busca contribuir para a melhoria dos químicos utilizados na produção e para a qualidade dos efluentes, e que podem ser danosos ao meio ambiente.

MRSL ZDHC v2.0: lista de substâncias químicas restritas utilizadas na produção, que podem ser danosas para a segurança humana e para o meio ambiente.

Inventário químico: ferramenta utilizada para captação/gerenciamento das substâncias químicas utilizadas na produção, visualizando a conformidade dos químicos em relação à MRSL do ZDHC.

Higg FEM: estrutura responsável por medir e quantificar os impactos ambientais da cadeia produtiva. Essas informações são essenciais para a tomada de decisões e melhorias futuras nos processos de produção junto aos nossos fornecedores.

SEGURANÇA QUÍMICA

CG-AA-250a.1

A C&A entende a importância do uso responsável de químicos na fabricação de suas peças. Nosso compromisso com a segurança de quem produz e consome nossas roupas é refletido em rigorosos processos de certificação e homologação de laboratórios e fornecedores, incluindo tinturarias, tecelagens, estamparias e lavanderias. Desde 2011, adotamos um sistema preventivo que garante a conformidade com regulamentos de substâncias restritas, mesmo na ausência de legislação específica no Brasil.

Como base para nossos processos de avaliação, seguimos as diretrizes do programa Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC), utilizando a Manufacturing Restricted Substances List (MRSL), uma lista universal de substâncias químicas restritas na indústria têxtil. O controle é realizado por meio de ferramentas de inventário químico que identificam e monitoram a conformidade substâncias utilizadas em nossos processos produtivos (para detalhamento da lista clique aqui).

Além disso, realizamos testes em efluentes, em laboratórios homologados pelo ZDHC, e autoavaliações e verificações com o uso do Higg Index FEM, padrão internacional em sustentabilidade ambiental. Esses processos são aplicáveis a fornecedores de processos molhados, selecionados com base em uma matriz de relevância e risco ambiental.

INSTITUTO C&A

GRI 2-29, 203-1

ODS 1 3 8

Desde 1991, o Instituto C&A atua como um pilar social da Companhia, promovendo inclusão produtiva por meio da moda. Seu trabalho alcança públicos em situação de vulnerabilidade, com foco em empregabilidade, empreendedorismo e apoio humanitário.

Em 2024, seguimos impulsionando oportunidades para pessoas negras, indígenas, LGBTQIAPN+, periféricas, refugiadas e migrantes, conectando moda, geração de renda e afirmação de direitos. Também fortalecemos o voluntariado corporativo, com associados mobilizados tanto no apoio às organizações parceiras quanto em ações emergenciais que levam insumos essenciais a quem mais precisa.

A seguir, apresentamos os principais projetos realizados ao longo do ano.

Com uma governança estruturada, o Instituto C&A conta com um Conselho de Administração que define diretrizes estratégicas, valida investimentos e assegura alinhamento com a missão da organização.

As ações são planejadas, executadas e monitoradas com eficiência, em articulação com parceiros em todo o país. Essa atuação coordenada garante que nossos projetos gerem impacto real nas comunidades nas quais atuamos, sempre com foco em transformação social e desenvolvimento sustentável.

Instituto C&A em 2024

+35 mil
horas de voluntariado dedicadas pelos nossos associados e associadas

+4.900
voluntários

34,5%
de engajamento dos nossos associados

759
ações de voluntariado

+136
organizações sociais apoiadas

PILARES DE ATUAÇÃO

+R$ 8 MILHÕES
em investimentos

26 MIL PESSOAS
impactadas

Empreendedorismo

455
NEGÓCIOS de moda autoral apoiados

Empregabilidade

14,1%
de profissionais capacitados no IC&A de Portas Abertas absorvidos pela C&A Brasil

Apoio humanitário

+R$ 1 MILHÃO
investido

17 MIL PESSOAS
beneficiadas

RESULTADOS DA COMUNIDADE IC&A&VC EM 2024

R$ 100 MIL INVESTIDOS no fortalecimento de negócios autorais

R$ 80 MIL DE INVESTIMENTO na ponta

76 MARCAS IMPACTADAS diretamente

Marcas de todas as regiões do Brasil contempladas

EMPREENDEDORISMO

Por meio de parcerias e iniciativas próprias, o Instituto C&A apoia o desenvolvimento de micro e pequenos negócios de moda autoral liderados por mulheres, pessoas negras, indígenas, LGBTQIAPN+, migrantes, refugiados e pessoas com deficiência. Além de fomentar o empreendedorismo nesses grupos, promovemos conexões com a cadeia de valor da C&A Brasil por meio de plataformas criadas para troca e colaboração.

IC&A FASHION LAB

Em 2024, lançamos o IC&A Fashion Lab, metodologia voltada ao fortalecimento de negócios de moda autoral. Em seu primeiro ano, recebeu mais de 800 inscrições e selecionou 90 marcas para participar das trilhas de desenvolvimento.

COALIZÃO MODA JUSTA

A Coalizão Moda Justa oferece capacitação gratuita a microempreendedores da moda em comunidades de baixa renda, em parceria com empresas, governos e organizações sociais. Em 2024, a iniciativa ampliou seu alcance com ações voltadas à formalização de costureiras autônomas.

COMUNIDADE IC&A&VC

Em 2024, realizamos o IC&A Black FashionLab, uma imersão de três dias na sede da C&A Brasil com 12 empreendedores negros e indígenas de moda autoral. A iniciativa promoveu trocas com especialistas da C&A e com a consultora Renata Abranchs, do CRIÁVEL.

EMPREGABILIDADE

O Programa de Empregabilidade do Instituto C&A busca ampliar o acesso ao mercado de trabalho para grupos historicamente sub-representados na moda. Em 2024, as iniciativas atenderam públicos como jovens em busca do primeiro emprego, pessoas em vulnerabilidade econômica, migrantes e LGBTQIAPN+.

MEU PRIMEIRO CORRE

O Meu Primeiro Corre na Moda promove a inclusão produtiva de estudantes negros e indígenas por meio de uma experiência com marcas autorais de diferentes regiões.

EMPODERANDO REFUGIADAS

O Empoderando Refugiadas é uma iniciativa da ONU Mulheres em parceria com a ACNUR, voltada à capacitação e empregabilidade de mulheres refugiadas no Brasil. O projeto promove a qualificação profissional das participantes e também atua junto às empresas, sensibilizando e preparando o setor privado para sua inclusão produtiva.

Em 2024, o Instituto C&A destinou R$ 70 mil ao projeto e formalizou o compromisso público de contratar 20 mulheres beneficiadas.

PRÊMIO FASHION FUTURES

O Fashion Futures 2024 consolidou-se como um dos principais prêmios do setor, reconhecendo marcas, projetos e profissionais que impulsionam um futuro da moda mais justo, diverso, sustentável e regenerativo.

Com seis categorias, o programa distribuiu investimentos financeiros, mentorias estratégicas e visibilidade na mídia. Os finalistas também passaram a integrar a Comunidade IC&A&VC, espaço de desenvolvimento contínuo.

Em 2024, o prêmio bateu recorde de participação, com 715 iniciativas inscritas.

84 profissionais de moda alcançados e aproximados em eventos realizados pelos jovens em experimentação profissional

IC&A DE PORTAS ABERTAS: FORMAÇÃO PARA O VAREJO DE MODA

O IC&A de Portas Abertas é uma metodologia exclusiva do Instituto C&A para capacitação no varejo de moda, oferecendo formação prática e conexão com oportunidades de emprego. A metodologia do programa se diferencia por ser conduzida dentro das lojas da C&A, proporcionando uma experiência real de aprendizado e facilitando a inserção dos participantes no setor.

IC&A DE PORTAS ABERTAS – ATENDIMENTO NO VAREJO DE MODA

Foco no desenvolvimento de habilidades essenciais para o atendimento e experiência da cliente.

440 VAGAS abertas para curso presencial de 20 horas em 11 cidades brasileiras.

IC&A DE PORTAS ABERTAS – ESCOLA DE VM (VISUAL MERCHANDISING)

Foco no desenvolvimento de conhecimento técnico e práticas de *visual merchandising*.

140 VAGAS abertas para capacitação técnica em curso presencial de 40 horas em 7 cidades brasileiras.

14,1% de profissionais formados no IC&A de Portas Abertas foram **contratados**.



APOIO HUMANITÁRIO NO RS

Acompanhamos de perto uma das maiores catástrofes climáticas já registradas no Rio Grande do Sul, estado onde temos 12 lojas e mais de 380 associados. Em resposta, o Instituto C&A se mobilizou rapidamente para oferecer apoio humanitário às vítimas, incluindo nossos times, clientes e comunidades locais.

Durante a crise, todas as peças arrecadadas pelo Movimento ReCiclo foram destinadas ao estado, assim como itens essenciais como alimentos, água potável e *kits* de higiene, beneficiando ao menos 60 famílias.

Após o momento emergencial, seguimos atuando com foco em reconstrução. Um recurso adicional de R$ 1 milhão foi destinado a cerca de 150 famílias em Pelotas, Santa Maria e Porto Alegre, apoiando a compra de móveis, eletrodomésticos e itens domésticos.

VOLUNTARIADO

INTERCÂMBIO COMUNITÁRIO

Todos os anos, em uma comunidade local, promovemos engajamento, troca de conhecimento e reconhecimento de nossos voluntários associados mais engajados. Em 2024, o lugar que escolhemos para reunir 30 associados, não poderia ter sido mais significativo: a Amazônia.

Durante os dias 29/01 e 1°/02, em Manaus, nosso intercâmbio comunitário produziu o Manaus Fashion Day, um evento gratuito pré-organizado pelo instituto, com desfile, feira de moda autoral e atração musical no Centro Cultural dos Povos da Amazônia. Além disso, a agenda contemplou a capacitação imersiva para modelos e marcas, na qual assuntos como comunicação e vendas foram abordados.

34%
de engajamento
dos colaboradores
no voluntariado

VOLUNTARIADO C&A, UMA HISTÓRIA DO BEM

Em 1991, quando o Instituto C&A nasceu, alguns de nossos associados passaram a colaborar com as ações sociais no entorno da operação das lojas, CDs e escritório central da Companhia. No início, os projetos tinham como foco a educação básica, atendendo crianças nas etapas iniciais de aprendizado. Nesse contexto, colaboramos com a construção de bibliotecas, no reforço ao direito de brincar, dentre outras ações.

Em 2019, demos início à nossa jornada para promover mais inclusão social e produtiva por meio da moda, nas frentes de empregabilidade e ao empreendedorismo, tendo como prioridade os grupos minorizados. Os últimos anos mostraram a potência do voluntariado na construção desses novos futuros. Se a pandemia nos afastou fisicamente, o período pós-COVID reacendeu uma vontade coletiva de fortalecer redes, impulsionar oportunidades e ampliar o alcance das nossas ações.

Para além da capacitação e empregabilidade em moda, o voluntariado alcançou outras dimensões. A partir do Movimento Reciclo, peças de roupa em bom estado passaram a ser doadas a ONGs para que pudessem realizar bazares. Somadas a essas peças, colocamos outras que apresentavam pequenas avarias. Nos últimos três anos, a doação de roupas já beneficiou mais de cem instituições em todos os estados brasileiros, arrecadando valores que chegam a R$ 3 milhões, recurso utilizado para pagamento de funcionários e melhorias nas estruturas dos bazares. Tudo isso pode ser viabilizado pelos nossos voluntários, que se dispuseram a organizar toda essa dinâmica.

Fechamos 2024 certos de que os nossos voluntários são também força motriz na construção de novos futuros por meio da moda. Durante o ano, contamos com recorde histórico de 34% de engajamento. Isso só confirma o quanto o Instituto C&A se tornou referência quando falamos em engajar pessoas em ações sociais. Com o apoio de nossos associados, que cederam seu tempo e conhecimento, promovemos mais de 700 iniciativas e viabilizamos um trabalho coletivo com mais de 130 parcerias, dentre ONGs, empresas e outras redes de apoio. Encerramos 2024, com cerca de R$ 1,5 milhão investidos em projetos que impactaram positivamente a vida de mais de 25 mil pessoas.

SEMANA MODA PARA O BEM

Considerando as especificidades de cada frente de voluntariado, em 2024 foi realizada a 1ª Semana Moda Para o Bem, uma mobilização nacional do Programa de Voluntariado do Instituto C&A que conecta associados, parceiros e comunidades para fortalecer iniciativas de sustentabilidade, fortalecimento institucional de organizações sociais, empreendedorismo e empregabilidade na moda.

As ações foram pensadas considerando o território onde as lojas C&A estão, com um calendário sugerido de atividades diferentes que contemplavam o perfil dos associados de operações.

Já para os associados do escritório central e centros de distribuição, foram programadas ações voluntárias diferentes no decorrer de uma semana.

Em 2024, mais de 800 associados doaram tempo e conhecimento técnico durante uma semana de atividades.



Em sua 2ª edição, o C&A de Portas Abertas capacitou 700 pessoas em 12 capitais em 2024, ampliando oportunidades de trabalho dentro e fora da empresa.

+800
associados
doaram tempo e conhecimento técnico

120
organizações
estruturadas

ORGULHO EM **PERTENCER**

GRI 2-7, 2-29, 3-3, 401-2, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 404-2

GRI 3-3 – Temas materiais – Saúde, bem-estar e segurança

ODS 3 4 5 8 10 16

Pessoas que movem a moda
Cultura C&A
Talentos que brilham
Comunicação e reputação
Saúde, bem-estar e segurança





PESSOAS QUE MOVEM A MODA

GRI 2-29
ODS 8

A força de nossa cultura está em nossos associados e associadas que direcionam seus esforços diariamente no cuidado com a cliente e na construção de uma moda com impacto positivo, impulsionando nosso brilho e nossa energia. Para que isso aconteça, não medimos esforços para oferecer a cada um a melhor jornada profissional que se traduza em conquistas, aprendizados e oportunidades de crescimento.

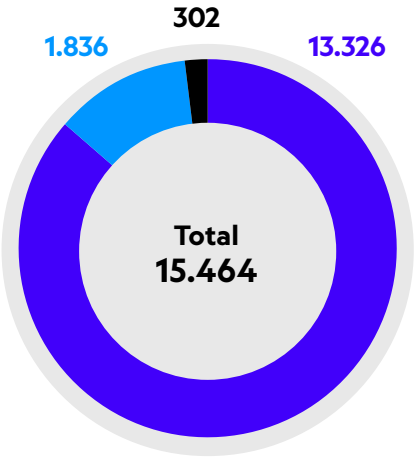
Em 2024, seguimos com foco em nossas pessoas, estabelecendo um novo modelo estratégico para a área de Gente, Cultura e ASG que irá suportar todos os pilares da estratégia Energia no ciclo 2024-2026. Esse novo ciclo de gestão, contempla a melhoria em frentes imprescindíveis que irão potencializar a *performance* de nossos associados, assim como fortalecer nosso posicionamento no mercado como uma marca empreendedora.

Nesse primeiro ciclo da estratégia, aprimoramos a eficiência de nossos processos, tornando as informações e análises mais robustas e integradas a fim de buscar mais assertividade, tanto em

Nossos associados e associadas têm paixão por moda e direcionam toda a sua energia para proporcionar à cliente C&A uma jornada de compra inesquecível, alegre e vibrante!

Número total de associados

Por escritório central, centros de distribuição e lojas



- Lojas
- Escritória central
- Centros de distribuição

nossas dinâmicas de recrutamento e seleção, quanto em melhorias na jornada de nossos associados, em temas como *onboarding*, avaliação de *performance*, treinamento e desenvolvimento.

Durante o ano, fomos reconhecidos pelo mercado e pela mídia como uma companhia que valoriza seus talentos e prioriza uma rotina de trabalho que seja alegre e recompensadora. Conquistamos mais de 25 prêmios de relevância em todas as áreas (saiba mais em Prêmios e reconhecimentos), o que demonstra que estamos na direção certa, trilhando, juntamente com nossas pessoas, um caminho de muitas vitórias.



PILARES ESTRATÉGICOS DE GENTE, CULTURA E ASG

Cultura forte que potencializa a nossa *performance*	Uma **liderança experiente, diversa e apaixonada** pelo que faz	**Modelo de gestão e Academia da moda** como alavancas de *performance*	Práticas de **ASG** pioneiras e consolidadas

CULTURA C&A

ODS 3 5 8

Nossos associados dizem muito sobre a força da marca C&A nesses quase 50 anos de atuação no Brasil. São cerca de 15 mil pessoas que constroem diariamente uma marca de moda próxima e conectada com as consumidoras, e que as ajuda a encontrarem os *looks* e suas melhores versões na C&A. Por meio do diálogo e escuta ativa, de um ambiente que favorece e possibilita a criatividade, a diversidade e a inclusão, conseguimos, mais uma vez em 2024, entregar uma experiência de compra de qualidade, desde o produto até a nossa forma de atender, garantindo uma jornada única e integrada.

Somos uma marca em constante reinvenção e que coloca a cliente no centro de tudo. Nosso compromisso se concretiza por meio de uma cultura forte que sustenta nossa *performance*.





Na C&A, o cuidado com nossos associados é essencial, sendo parte dos nossos valores. Construímos um lugar acolhedor, que compreende e reflete a identidade de nossas pessoas. Em 2024, integramos a lista nacional do Great Place To Work®, entre as 20 maiores empresas que conquistaram o selo. A premiação chancela nosso esforço em promover uma cultura sólida que acredita no espírito de colaboração e no protagonismo de nosso capital humano, fato que reflete diretamente na relação com a nossa cliente.

Seguimos nos reinventando, sem abrir mão dos nossos valores e essência, sendo uma marca empregadora que inspira nossas equipes diariamente desenvolvendo suas melhores habilidades. Temos nossa maneira própria de fazer as coisas acontecerem. Trabalhamos de forma coletiva, promovendo integração entre as lideranças e seus times e entregando resultados incríveis, graças à dedicação e energia das nossas equipes.



NOSSA CULTURA ORGANIZACIONAL

1. **Oferece uma jornada profissional dinâmica, interativa e recompensadora.**
2. **Possibilita crescimento e desenvolvimento profissional, beneficiando o indivíduo e a Companhia.**
3. **Fortalece as relações profissionais por meio da escuta ativa e comunicação assertiva em todos os níveis de atuação.**
4. **Promove as boas práticas de ASG de modo a impactar positivamente seus associados, clientes e sociedade.**



TALENTOS QUE **BRILHAM** ODS 3 5 8

ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE TALENTOS

O reconhecimento da C&A no varejo de moda vai além da nossa marca: ele inspira e atrai grandes talentos. Temos um time de executivos que é a força por trás da nossa estratégia Energia: profissionais experientes, com visão de negócio e paixão pelo que fazem. São eles que, juntamente com todos os nossos associados, ajudam a construir uma companhia que entrega resultados sólidos e que se conecta de verdade com as pessoas. Assim, em 2024, seguimos fortalecendo nossa liderança, trazendo novos talentos e promovendo nossos próprios associados. Acreditamos no potencial de quem já está conosco e investimos em seu futuro, criando oportunidades para crescerem juntos com a C&A.

Para sermos mais assertivos em nossos processos seletivos, durante o ano redesenhamos nossa estrutura de seleção. Dentre as melhorias implementadas destacam-se as análises mais sofisticadas no mapeamento de perfil de liderança e a ampliação das células de contratação para outros estados da C&A Brasil. Esses projetos, somados a ações mais efetivas de treinamento e desenvolvimento, contribuíram para a redução da taxa de *turnover*.

CÉLULAS DE CONTRATAÇÃO

Com ferramentas cada vez mais ágeis e eficientes, nosso time de recrutamento e seleção tem desenvolvido um olhar mais acurado nos processos de contratação. Além do que já fazemos, incluindo nosso teste de *fit* cultural, em 2024, aprimoramos as dinâmicas de seleção com a ampliação no número de Células Avançadas de Seleção. As células têm como objetivo descentralizar o recrutamento,



tornando-o mais assertivo e assim reduzindo a taxa de *turnover*.

Com o uso da IA, nossos recrutadores não só organizam o processo seletivo, como também trazem insumos para as células com dados de feiras de empregabilidade e outros canais. Desse modo, conseguimos ter mais exatidão nas contratações, colocando as pessoas certas nos lugares certos, o que eleva as chances de um novo associado se encontrar em sua jornada na C&A.

A primeira célula de seleção foi implementada na loja C&A de Guarulhos/SP, responsável pelos processos seletivos de 14 lojas da região. Durante o ano, outras oito foram criadas para atender às regiões do Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Belo Horizonte, Salvador, Litoral Sul de São Paulo, Brasília e Rio de Janeiro.

MARCA EMPREGADORA

Somos referência no varejo de moda como um lugar onde as pessoas desejam trabalhar, motivadas por diversos fatores. Graças aos nossos times, trabalhamos diariamente para criar uma conexão genuína com nossos associados em todas as esferas: no bem-estar; nas relações de equidade e diversidade nas quais somos referência; e em oportunidades para que todos cresçam profissionalmente e alcancem suas aspirações.

Um dos resultados desse trabalho pioneiro foi a conquista, em abril, do prêmio Employer Branding Brasil na categoria Redes Sociais (saiba mais em Prêmios e reconhecimentos). O reconhecimento veio pelo trabalho desenvolvido em nossas plataformas LinkedIn e Instagram C&A Carreiras. Essa vitória reflete um esforço coletivo, impulsionado pela dedicação e engajamento de nossos associados em compartilhar o universo da C&A com autenticidade e entusiasmo.

ENGAJAMENTO

Dentre as dinâmicas que promovemos o ano todo com nossos associados, como rodas de conversa, encontros *on-line* e *workshops*, contamos com a Pesquisa de Satisfação & Engajamento, uma poderosa ferramenta para entendimento de oportunidades de melhorias na jornada de nossos associados. A pesquisa nos dá insumos para implementarmos planos de melhoria mais assertivos, elevando os níveis de retenção.

Realizada trimestralmente, a pesquisa é respondida por todos os associados da C&A (exceto terceiros e temporários), sob total sigilo. As respostas são compartilhadas com as diretorias das áreas e o Comitê de Gente e ASG. Após as análises, reunimos todos os líderes a fim de desenvolvermos e implementarmos planos de ação.

JORNADA DO NOVO ASSOCIADO

GRI 404-2

A C&A se dedica muito para que o primeiro dia de trabalho dos associados seja um encontro especial entre eles e a Companhia. Buscamos trabalhar para que toda essa jornada seja valiosa e que traga sempre o orgulho de pertencer a um lugar único.

Para guiar os novos associados nessa jornada, contamos com um programa de integração completo, que mergulha nas principais áreas da Companhia, trazendo ao nosso associado uma visão 360° da empresa. Em 2024, o programa foi redesenhado passando a contemplar quatro pilares: inspiração, direcionamento técnico, sustentação e apoiadores. O programa também contempla dinâmicas importantes, como *lives* de boas-vindas, trilhas digitalizadas e capacitações sobre temas alinhados aos valores da empresa.

Para uma melhor integração e reforço das práticas diárias em sua área de atuação, depois de 45 dias de contratação, os novos contratados contam com o apoio de um de nossos associados para tirar as dúvidas que surgirem durante a rotina.

Para contratações temporárias, contamos com um formato otimizado de *onboarding* que viabiliza a integração rápida e assertiva de grandes volumes de contratações em períodos-chave para o varejo, como o fim de ano.

JORNADA DO ASSOCIADO C&A





TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

GRI 2-24, 404-2

Acreditamos que o amor pela moda é o que nos conecta e nos impulsiona a crescer. Por isso, capacitamos todos os associados C&A para potencializar aquilo que eles têm de melhor e assim oferecer às nossas clientes uma experiência de compra única, alinhada à nossa essência e valores. Para isso, em 2024, reforçamos nossas frentes de capacitação e desenvolvimento, alinhando os esforços aos valores e comportamentos da Cultura C&A.

Nesse período, lançamos novas trilhas de aprendizado voltadas para os líderes de loja, promovendo treinamentos especializados em áreas estratégicas que ganharam destaque neste ciclo. As atualizações do nosso aplicativo e *site* também foram incorporadas nos treinamentos, garantindo que nossos times estejam preparados para atuar de forma integrada. Além disso, fortalecemos programas de transição de carreira e iniciativas para acelerar o desenvolvimento de nossos líderes, sempre com o olhar voltado para o desenvolvimento e a excelência em tudo o que fazemos.

Nossos associados têm acesso a mais 600 cursos, *on-line* e presenciais. Todos os materiais permanecem disponíveis em nossa plataforma Academia da Moda. Além disso, também mantemos convênios com algumas instituições para aqueles que desejam realizar pós-graduação ou curso de idiomas.

Em 2024, continuamos com nossa trilha de desenvolvimento, garantindo uma média de 18 horas de treinamento por associado.

+280
mil horas de treinamentos diversos

+600
cursos *on-line* e presenciais à disposição de nossos associados

NOSSOS PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO

Acreditamos que nossos associados têm diferentes habilidades que contribuem para o sucesso da nossa marca. Em contrapartida, oferecemos oportunidades para que possam desenvolver talentos e aprimorar ainda mais suas carreiras. Por isso, construímos uma estrutura robusta de programas que oferecem oportunidades a todos, para que possam crescer profissionalmente e brilhar na área em que atuam.

Nossos programas de aperfeiçoamento abrangem todas nossas operações, incluindo escritório central. Para as lojas, contamos com capacitações para especialistas e líderes em temas que vão desde a operacionalização, passando por conhecimentos em *hard skills*, produtos e atendimento. Também oferecemos programas específicos para os líderes que almejam o cargo de gerente, assim como os gerentes que planejam atuar como gerentes distritais.

No escritório central e centros de distribuição, atuamos para que todos tenham oportunidades igualitárias, por meio de conhecimentos atuais e estratégicos, promovendo melhor produtividade e *performance* em sua área ou em outra que almeje atuar. A seguir, conheça um pouco mais nossos programas de desenvolvimento.

Programas de desenvolvimento das lideranças

- **Logística:** capacitação para líderes, supervisores e coordenadores, com foco em gestão operacional e de pessoas nos centros de distribuição.
- **Programa de sucessão:** para os níveis de alta liderança, com mapeamento de sucessores, estruturação de Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) e acompanhamento por *business partners*.
- **Gerentes distritais:** trilha presencial e na prática, preparando líderes para gerir grupos de unidades de negócios.

Capacitações específicas para áreas-chave

- **Lojas:** treinamentos sobre *hard skills*, produtos e atendimento.
- **CRM:** programa para gerentes e coordenadores, visando melhorias na comunicação e na gestão de times.
- **Sourcing:** treinamento em técnicas de negociação.
- **Prevenção de Perdas:** capacitação para especialistas e líderes em operação de lojas.
- **Gente & Cultura & ASG:** ferramentas voltadas à produtividade.
- **Medallia:** uso de tecnologia e visão de negócio.

Desenvolvimento de carreira

- **Líderes do Futuro:** suporte para analistas seniores assumirem posições de liderança no futuro.

- **Programa de Desenvolvimento de Supervisores de Loja (PDS)**: capacitação para os associados que desejam se tornar líderes de lojas. Com duração de 12 meses, o PDS é estruturado para desenvolvimento nas seguintes frentes: *visual merchandising*; atendimento à cliente; operação e gestão do negócio; governança; e gestão de pessoas.

- **Programa de Sucessão:** como detalhado na página 120, essa iniciativa é direcionada aos níveis de alta liderança e contempla ações estratégicas como o mapeamento de sucessores, a estruturação de Planos de Desenvolvimento Individual (PDIs) e o acompanhamento próximo realizado por *business partners*.

- **Programa de Estágio:** incluiu trilhas de desenvolvimento, mentoria e capacitações, com alta taxa de efetivação de talentos.



Mais de 80% dos associados que passaram pelo Programa de Desenvolvimento de Supervisores de Loja alcançaram o cargo de gerente.



GESTÃO DE DESEMPENHO ODS 3 5

Na C&A, valorizamos cada etapa da jornada de nossos associados, garantindo que cada passo seja significativo e inspirador. Oferecemos uma comunicação clara e efetiva sobre seu crescimento e oportunidades de desenvolvimento, sempre através de *feedbacks* transparentes e construtivos. Para isso, promovemos programas de desenvolvimento que incluem planos individuais, alinhamento de objetivos e programas anuais de desempenho, assegurando a participação ativa de todos os associados. Nosso compromisso é proporcionar uma experiência enriquecedora que reflete o orgulho de pertencer à C&A. Na Companhia, todos os associados que tenham mais de três meses de casa são elegíveis para participar do processo de gestão de desempenho. Em 2024, redefinimos nossa abordagem com o novo projeto Performa, que visa proporcionar mais clareza nos critérios e ferramentas de gestão aos líderes, apoiando nossa nova estratégia Energia. O projeto está dividido em três pilares:

AVALIAÇÃO ANUAL

Realizamos avaliações anuais que refletem nossa cultura, com foco no progresso contínuo e na preparação dos times para os desafios de suas funções. Em 2024, cerca de 98% dos nossos associados participaram dessas avaliações, que foram simplificadas para garantir mais clareza. As avaliações incluem conversas estruturadas entre líderes e liderados, promovendo o desenvolvimento individual através dos Planos de Desenvolvimento Individual (PDI).

PROGRAMA PERFORMA ODS 3 5 8

Para o ano de 2024, a C&A estruturou um desenho integrado de processos de gestão de pessoas, com o objetivo principal de promover mais clareza de critérios e ferramentas de gestão aos líderes. O projeto, denominado Performa, está dividido em três pilares fundamentais: gestão de metas, avaliação comportamental e gestão de resultados. Esses pilares visam garantir uma abordagem mais transparente e eficaz na administração de metas, na avaliação das competências comportamentais e na gestão dos resultados alcançados, proporcionando um ambiente de trabalho mais organizado e produtivo.

GESTÃO DE METAS

Dividido em metas corporativas e metas individuais, nosso programa assegura que todos estejam caminhando na mesma direção. Essa nova gestão possibilitou uma reorganização na distribuição dos pesos das metas, levando em conta cada nível hierárquico e sua contribuição em cada classificação. Além disso, contamos com o envolvimento do Conselho de Administração na validação das metas dos executivos, que são desdobradas para suas equipes.

Para a gestão de *performance* dos demais níveis, criamos o Comitê de Metas que conta com a participação de diversas áreas da Companhia. Durante o processo de apuração, todas as áreas são responsáveis por informar os resultados obtidos ao longo do ano, bem como fornecer evidências que comprovam o atingimento das metas. Todas as informações obtidas pelo comitê são validadas pela Auditoria Interna da Companhia visando à veracidade e à acurácia de todas as metas que irão impactar diretamente o pagamento de incentivos variáveis.

AVALIAÇÃO COMPORTAMENTAL

O ciclo de avaliação de desempenho é um processo essencial na gestão de pessoas, focado na *performance* e na conexão entre nossos resultados, cultura e valores. Avaliamos entregas e resultados e, no processo de avaliação de 2024, implementamos a avaliação de metas



individuais. Além de mensurar a *performance*, o ciclo é uma ferramenta fundamental para a discussão de planos de desenvolvimento individuais, sucessão, carreira, reconhecimento e incentivos de curto e longo prazos para todos os associados da Companhia, abrangendo o escritório central, o centro de distribuição e as lojas.

O processo na C&A apresenta índices de aderência entre 95% e 98% nas avaliações. Associado às discussões com as lideranças nos processos de calibração e outros fóruns, esse índice reflete a consolidação da prática na companhia. A estrutura adotada proporciona aos líderes um processo claro e fluido, com informações que permitem uma avaliação justa e uma comunicação transparente com os colaboradores.

Avaliamos tanto as entregas e resultados quanto a adesão à cultura da empresa, com pesos distribuídos igualmente (50% cada), reforçando que os resultados devem ser alcançados respeitando a cultura organizacional. A metodologia adota três comportamentos para cada um dos cinco valores da nossa cultura, avaliados em uma escala de frequência de quatro pontos: raramente, às vezes, frequentemente e sempre.

A avaliação 360° – que inclui autoavaliação, *feedback* de liderados, pares, parceiros e líder – tem se consolidado para grupos de gerente sênior e acima. Além disso, a pontuação dos liderados passou a ser considerada na nota das lideranças, aumentando a responsabilização e promovendo um ambiente de mais colaboração e compromisso entre todos os associados.

O ciclo acontece anualmente, sendo composto por cinco etapas: avaliação, calibração, *feedback*, construção do plano de desenvolvimento individual e a revisão de meio de ano, garantindo a sustentação do processo ao longo do ano. Todos os associados participam de sessões de capacitação sobre o modelo e o aplicativo de avaliação.

GESTÃO DE RESULTADOS

Esse pilar consiste em consolidar todo o processo de gestão de *performance* do associado, considerando o atingimento de metas e avaliação dos resultados de suas competências comportamentais. Todas as informações permanecem em um sistema *on-line* dinâmico ao qual o líder tem acesso, possibilitando uma visão completa de seu time, dinâmica fundamental para o reconhecimento de talentos.

Os resultados dessa fase nos fornecem os insumos necessários para avançarmos para a etapa de mérito e promoção, tornando o associado elegível ou não a reconhecimento. Com a automatização dessa etapa e a consolidação de toda a jornada do associado em um único sistema, a avaliação dos líderes tornou-se muito mais ágil, reduzindo o tempo total do processo.





COMUNICAÇÃO E REPUTAÇÃO

ODS 8

Na C&A, nós acreditamos na força da moda com impacto positivo e seguimos a premissa de que não há investimento em negócio que não gera impacto. Em 2024, reforçamos nossos valores tanto entre os associados com muito diálogo, informando e engajando frequentemente todos os times, quanto para o mercado da moda, conquistando espaços de relevância na mídia e reconhecimento em premiações.

Todas essas conquistas são viabilizadas por uma forte cultura, guiada por transparência e bem-estar, fundamentada na *performance* e aliada à nossa energia. Nossos times de comunicação elaboram estratégias eficazes para facilitar a interação da Companhia com o público interno promovendo um senso de pertencimento, e com o mercado, desenvolvendo uma forte reputação entre formadores de opinião e públicos de interesse.

Temos construído uma estrutura de comunicação interna robusta com canais, eventos e campanhas por meio dos quais os associados e associadas podem ter acesso aos nossos projetos e ações de forma clara e transparente. Esse processo faz toda diferença, pois traz confiança e otimismo, reações percebidas inclusive em nossas pesquisas de clima.

COMUNICAÇÃO INTERNA

"A gente se encontra na C&A" é o nosso posicionamento e acreditamos que as pessoas, sejam elas clientes, fornecedores ou associados, podem encontrar suas melhores versões na C&A.

Temos construído uma sólida estrutura de comunicação interna, com canais que permitem aos associados acessar nossos

projetos e ações de maneira clara e transparente. Esse processo é fundamental, pois gera confiança e otimismo, sentimentos que também são refletidos em nossas pesquisas de clima.

Um dos momentos de grande relevância, e muito apreciado pelos associados, é o encontro 30 minutos C&A. Trimestralmente, nosso CEO, Paulo Correa, promove uma conversa com os associados de todo o Brasil. É uma oportunidade de atualizar a Companhia com todas as informações e metas, garantir o alinhamento e transparência com nossas equipes, além de fortalecer a missão de fazer com que a cliente saia feliz de sua jornada de compra, encontrando tudo que precisa. O encontro também promove a interação em tempo real, com a possibilidade de todas as pessoas fazerem perguntas.

Na C&A, amamos moda e produto, e é por isso que, sazonalmente, também oferecemos a *live* Mais Produto, um momento no qual compartilhamos com a Companhia os destaques das coleções lançadas nas principais datas comemorativas no varejo.

COMUNICAÇÃO EXTERNA

Nossa estratégia de comunicação externa abrange um amplo contexto e tem como propósito potencializar a imagem da C&A como uma companhia apaixonada pela cliente, inovadora e comprometida com a sustentabilidade desde sua criação, não medindo esforços para oferecer uma moda vibrante, contemporânea e versátil.

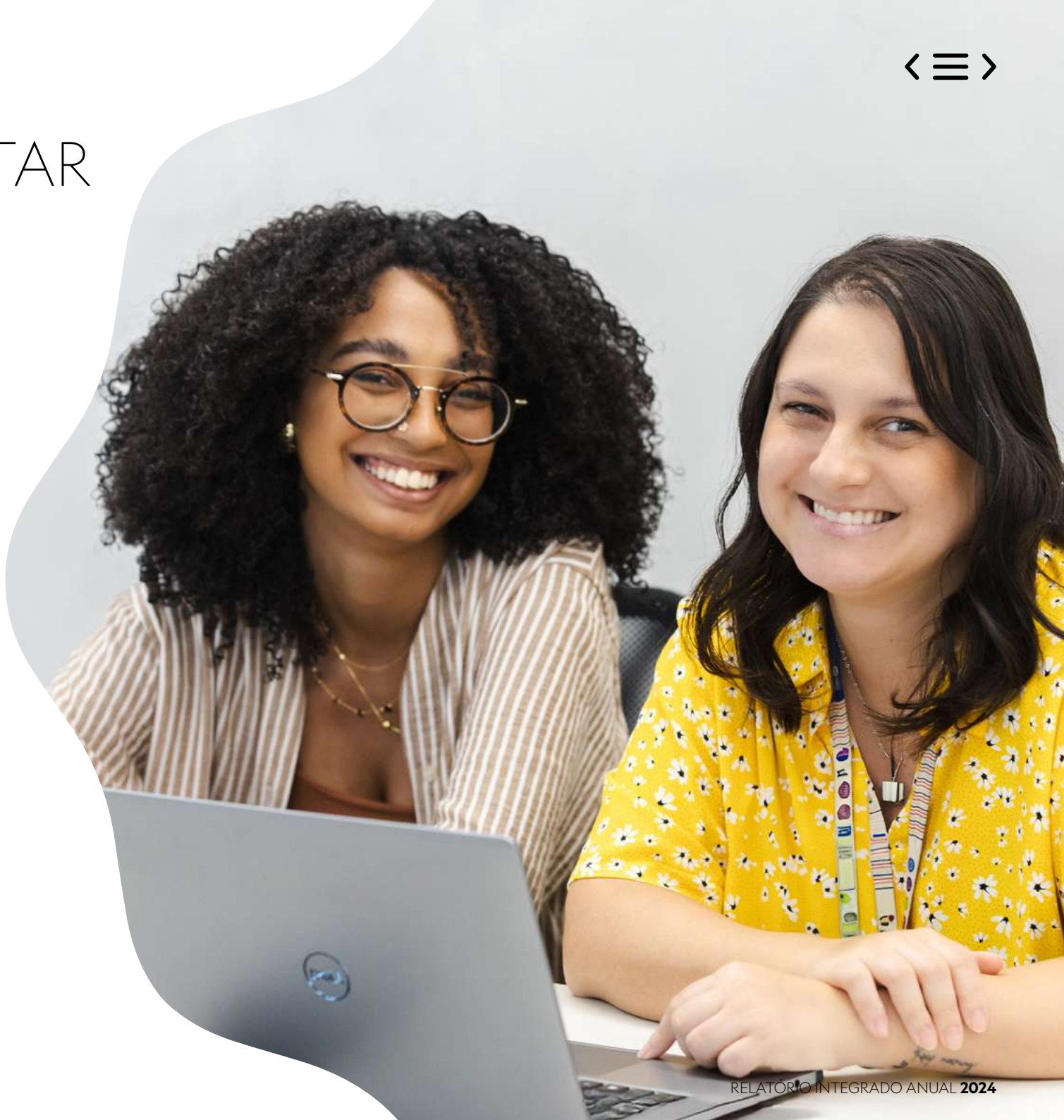
Durante o ano de 2024, fomos destaque na imprensa, em diferentes editorias como referência em negócios, tecnologia e sustentabilidade, além de reconhecimento no varejo de moda.

Queremos estar onde nossas clientes estão e marcamos presença em redes sociais, *podcasts*, *videocasts*, eventos e conferências de relevância em diferentes setores com porta-vozes da Companhia.



SAÚDE, BEM-ESTAR E **SEGURANÇA**

GRI 3-3 – Temas materiais – Saúde, bem-estar e segurança
GRI 401-2, 403-6
ODS 3 8



Na C&A, o cuidado com nossos associados não é apenas uma diretriz, mas algo intrínseco à nossa essência e à forma como nos conectamos com as pessoas. Por isso, cultivamos um ambiente acolhedor, pautado pelo respeito aos direitos humanos e comprometido em promover a energia, a saúde física e o bem-estar emocional de todos. Para otimizar as soluções que oferecemos, contamos com a área de Bem-estar & Experiência, responsável pela gestão integrada dos benefícios corporativos, dos ambientes de trabalho, cuidado da segurança e saúde ocupacional de todos os associados

Acreditamos na importância de proporcionar uma jornada confortável e enriquecedora para nossos associados, investindo constantemente em soluções que valorizem cada etapa de sua experiência na C&A. Por isso, celebramos com orgulho a conquista do Selo Destaque Saúde Emocional, uma categoria exclusiva para

empresas participantes dos *rankings* GPTW Brasil. Agora, integramos um seleto grupo de oito organizações que se dedicam a criar ambientes emocionalmente saudáveis para seus colaboradores.

NOSSOS BENEFÍCIOS

GRI 401-2

Na C&A, não medimos esforços para que nossos associados estejam com a mente e o corpo saudáveis. Para isso, contamos com um robusto pacote de benefícios que os auxiliam sempre que buscarem por serviços que promovam o seu bem-estar.

Oferecemos aos associados: plano de saúde e odontológico que cobre todo o território nacional; serviço de telemedicina; uma plataforma que oferece teleterapia, auxílio-creche; auxílio-funeral; e assistência e consultoria social.

Também garantimos descontos em serviços com os quais mantemos convênio, como farmácias, universidades, academias, cursos de idiomas, restaurantes etc. Além disso, confira outros programas disponíveis para nossos associados:



+3.500
CONSULTAS
feitas através do canal Dr. C&A

113
MÃES ATENDIDAS
pelo Programa Baby C&A

DR. C&A: nosso serviço de telemedicina oferece atendimento médico e psicológico 24h, sete dias por semana. Durante o ano, mais de 3.500 consultas foram feitas por meio desse canal.

PROGRAMA AMIGO: uma iniciativa que apoia nossos associados e seus dependentes em situações de dificuldade, oferecendo suporte para questões pessoais, profissionais, jurídicas e financeiras.

PROGRAMA BABY C&A: realiza acompanhamento durante toda a gestação das nossas associadas e parceiras. Em 2024, o programa atendeu 113 mães.

PLATAFORMA DE BEM-ESTAR CORPORATIVO: nossa plataforma de bem-estar corporativo que oferece aconselhamentos sobre saúde física, emocional, nutricional, financeira, dentre outros temas. Todos os nossos associados em todo o Brasil têm acesso a essa plataforma.

SEGURANÇA NO TRABALHO

GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-7
ODS 3 8

Na C&A, procuramos criar um ambiente no qual nosso time possa crescer, inovar e se sentir bem. Colocamos a segurança e o bem-estar em primeiro lugar, garantindo que cada associado tenha o suporte necessário para oferecer o seu melhor e alcançar todo o seu potencial.

Nossos esforços incluem um modelo integrado de gestão de saúde e segurança, que abrange desde a identificação e mitigação de riscos até o acompanhamento contínuo da saúde de nossos associados. Contamos com uma rede credenciada de clínicas médicas, ambulatórios em algumas unidades e um time especializado, garantindo suporte a todos que fazem parte da nossa jornada.

A atuação é guiada por programas essenciais para a gestão da segurança e saúde ocupacional, como o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR) e o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO). Esses programas possibilitam a prevenção de doenças ocupacionais e a implementação de melhorias contínuas, garantindo



Em 2024, preparamos nossos associados com treinamentos presenciais e *on-line* sobre segurança elétrica, combate a incêndios, ergonomia, CIPA e uso de EPIs.



que cada espaço de trabalho seja mais seguro e adequado às necessidades dos nossos associados.

Oferecemos ainda treinamentos frequentes, tanto presenciais quanto *on-line*, abordando temas como ergonomia, segurança com eletricidade, combate a incêndios, uso de EPIs e boas práticas no ambiente de trabalho. Terceiros que atuam em nossas unidades também passam por capacitações específicas, garantindo que todos sigam os mesmos padrões de segurança. Além disso, promovemos a Semana Interna de Prevenção de Acidentes (SIPAT), um momento dedicado à conscientização e ao fortalecimento da cultura de segurança na empresa.

Para investigar incidentes de trabalho, a empresa utiliza processos integrados ao Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), que incluem a identificação de perigos e a avaliação de riscos associados.



GERAÇÃO DE VALOR E **DESEMPENHO FINANCEIRO**

ODS 8 9

Em 2024, a C&A alcançou um marco histórico em sua trajetória no mercado de capitais. Desde a abertura de capital, em 2019, este foi o melhor exercício fiscal da Companhia, traduzindo em números o efeito direto de uma estratégia clara, execução com disciplina e foco.

Por trás desses resultados está a entrega consistente de valor — com coleções mais assertivas, experiência de compra aprimorada e uma operação mais enxuta e eficiente. A execução precisa da estratégia Energia C&A mostrou que investir com pragmatismo, escutar ativamente as clientes e integrar inteligência comercial à moda é um diferencial competitivo. O desempenho de vestuário foi o grande protagonista, impulsionado por aumento de volume e preço, enquanto a disciplina na gestão de despesas e a expansão dos canais digitais reforçaram a *performance* como um todo.

A receita líquida consolidada cresceu 13,7% no ano, alcançando R$ 7,6 bilhões, com destaque para o vestuário, que avançou 16,4% e totalizou R$ 6,5 bilhões. A rentabilidade acompanhou esse movimento: o Ebitda ajustado pós-IFRS 16 chegou a R$ 1,4 bilhão, um salto de 61,1% sobre 2023, com margem de 12,8%. Já o lucro líquido ajustado ficou em R$ 250,1 milhões.

O desempenho sólido registrado no período resultou em uma margem bruta consolidada de 54,7%, um avanço de 2,3 pontos percentuais em relação ao ano anterior. Esse crescimento reflete a maior assertividade na curadoria das coleções, impulsionada por uma escuta ativa da consumidora, análise contínua de tendências e agilidade na tomada de decisão. As entregas mais alinhadas aos desejos da cliente têm fortalecido a relevância das coleções, com impactos positivos na *performance* dos produtos tanto no canal físico quanto no digital.

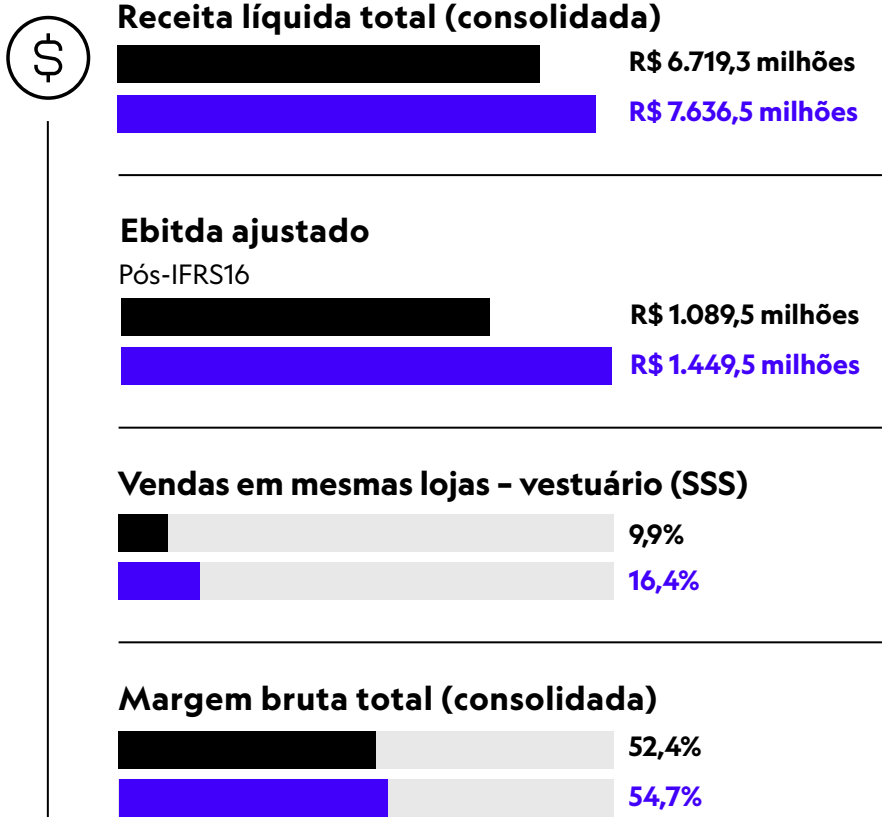
Além disso, a Companhia avançou em frentes estratégicas como o modelo

Maior receita, mais rentabilidade e operação mais eficiente: 2024 nos levou a um novo patamar.

R$ 298,9
MILHÕES DE LUCRO
líquido ajustado

REDUÇÃO DA ALAVANCAGEM
para **0,5x *vs* 1,5x**
no 4T23

7,6% EXPANSÃO
na base dos clientes



Push-Pull e a precificação dinâmica, que contribuíram para uma gestão de estoques mais eficiente e para a maximização das receitas. Esses resultados reforçam a consistência da execução e a robustez das alavancas operacionais que sustentam a evolução dos principais indicadores da Companhia.

Também houve avanço importante no pilar financeiro: o C&A Pay encerrou o ano com resultado positivo de R$ 28 milhões, margem de 6,4% e carteira ativa de R$ 1 bilhão. O controle de inadimplência, somado à gestão eficiente do portfólio, trouxe mais estabilidade para a operação.

Em síntese, 2024 consolidou um novo patamar para a C&A, combinando disciplina financeira, relevância de marca e uma operação cada vez mais preparada para crescer com escala e eficiência. A moda continua no centro — agora com dados, tecnologia e gente preparada para acelerar ainda mais.

PERFORMANCE

As ações CEAB3, listadas na B3, encerraram 2024 cotadas a R$ 7,76, registrando uma valorização de 2,8% ao longo do ano. Em 31 de dezembro, o valor de mercado da Companhia alcançou R$ 2,4 bilhões. Distribuímos a título de dividendos o montante de R$ 101.934.154,37, equivalente a R$ 0,33483787 por ação ordinária.

No vestuário, nossas vendas cresceram 16,4% em 2024.



OLHAR PARA **2025**



EM **2025** VAMOS BRILHAR AINDA MAIS!

Nossa sólida *performance* em 2024, fruto de nossa nova estratégia Energia, nos colocou em uma posição de destaque no varejo de moda, fortalecendo ainda mais nossa competitividade no mercado. Com investimentos em várias áreas da Companhia, durante o ano, a C&A entregou produtos com maior valor percebido e se consolidou como uma marca que cria uma conexão profunda com suas clientes.

Para 2025, nossa ambição é continuar colocando energia em tudo que fazemos. Vamos continuar fortalecendo nossa estratégia, consolidando as melhorias realizadas e avançando em uma jornada cada vez mais veloz e eficiente, sem abrir mão de nosso brilho e responsabilidade. O sonho de ser a marca mais amada do Brasil segue firme. Para isso, a escuta ativa e o diálogo com as nossas clientes continuarão sendo nosso foco, para criarmos coleções alinhadas ao desejo delas.

AVANÇO DOS COMPROMISSOS ASG

Em 2024, alcançamos marcas históricas para a jornada de ASG da C&A, com compromissos públicos tendo sua meta alcançada seis anos antes da nossa projeção. Continuaremos investindo em inovação e tecnologia, e em uma forte parceria com a rede de fornecimento, para que a C&A possa oferecer uma moda com impacto positivo para as pessoas e o meio ambiente.

Em 2025, continuaremos apostando nos talentos C&A, promovendo a inclusão e a diversidade em nossos times e reforçando a Cultura Mais C&A. Acreditamos fortemente que uma empresa só é relevante quando está verdadeiramente conectada às necessidades e características da sociedade. Diversidade, inclusão e sustentabilidade não são apenas compromissos, mas alicerces da nossa visão de futuro. Continuaremos a liderar pelo exemplo, promovendo escolhas conscientes e com impacto positivo em todas as nossas ações!

Além disso, seguiremos avançando em nossos compromissos públicos, alinhados aos pilares estratégicos. Em 2024, assumimos uma nova meta climática local ao assinar a carta de compromisso do Science Based Targets initiative (SBTi) e continuaremos desenvolvendo o plano de redução relacionado às mudanças climáticas. Também daremos continuidade às ações em circularidade. Este ano foi decisivo para um salto de evolução, e agora estamos mais alinhados à realidade local, o que nos permitirá avançar ainda mais em nossa meta. Cada uma dessas iniciativas contribui para a construção de uma economia circular restaurativa, na qual nada se perde — da criação ao descarte das peças.

A estratégia fortalece nossa energia e amplia nossa conexão com as clientes para 2025.

CADERNO DE **INDICADORES**



ENGAJANDO
NOSSAS PARCERIAS

GRI 2-29
ODS 8

Somos uma empresa que prima pelas relações sólidas e transparentes com todas as nossas partes interessadas, pois entendemos que juntos podemos entregar jornadas especiais e únicas, tanto para nossa cliente quanto para outros públicos com quem nos relacionamos.

CLIENTES: a C&A busca ativamente ouvir e entender as perspectivas das clientes por meio de pesquisas como o Net Promoter Score (NPS). Esses resultados são usados para criar estratégias que fortaleçam a lealdade de clientes adeptas, engajem clientes neutras e enderecem preocupações das menos satisfeitas. Outras interações incluem *focus groups*, o uso do aplicativo C&A&VC para capturar *feedback*, e estratégias personalizadas para aprimorar o engajamento e a experiência da cliente.

ASSOCIADOS: o envolvimento dos associados é mantido de forma contínua por meio de treinamentos oferecidos pela Academia da Moda, tanto presencialmente quanto *on-line*. A empresa utiliza ferramentas como Yammer e Qulture Rocks para comunicação interna e gestão do ciclo de desempenho, respectivamente. Pesquisas trimestrais de engajamento permitem monitorar e melhorar a satisfação e o comprometimento dos associados.

COMUNIDADES: por meio do Instituto C&A, a empresa realiza ações contínuas de voluntariado e ajuda humanitária, impactando positivamente as comunidades locais. Essas iniciativas refletem o compromisso da C&A em contribuir para a sociedade e gerar mudanças tangíveis nas áreas em que atua.

FORNECEDORES: a C&A mantém auditorias regulares e visitas frequentes às unidades produtivas de seus fornecedores, promovendo um diálogo aberto e colaborativo. Essa abordagem fortalece parcerias e facilita o desenvolvimento de soluções conjuntas para melhorar continuamente práticas sustentáveis e éticas na cadeia de suprimentos.

INVESTIDORES: a equipe de Relações com Investidores mantém comunicação frequente com os investidores e, quando necessário, envolve a equipe ASG para fornecer informações sobre sustentabilidade e governança. Isso se deve ao crescente interesse do mercado financeiro por informações relacionadas à sustentabilidade e a práticas ambientais, sociais e de governança, e reflete nossa dedicação em prestar contas sobre nossas atividades e metas nesses âmbitos aos investidores interessados.

ÉTICA E INTEGRIDADE

Empregados que foram comunicados e capacitados em políticas e procedimentos anticorrupção, por categoria funcional[1] GRI 205-2

		2022		2023		2024	
Categorias		**Capacitados**	**Comunicados**	**Capacitados**	**Comunicados**	**Capacitados**	**Comunicados**
Conselho de Administração	Número	0	5	5	5	0	5
	%	0%	100%	100%	100%	0%	100%
Diretoria	Número	3	19	12	12	1	9
	%	27%	100%	100%	100%	11%	100%
Gerência	Número	325	544	533	594	168	632
	%	57%	95%	90%	100%	27%	100%
Consultor/ Coordenador/ Supervisor	Número	470	571	182	882	248	981
	%	28%	71%	21%	100%	25%	100%
Operacional[2]	Número	9.008	13.556	10.852	13.063	3818	13.074
	%	65%	98%	83%	100%	29%	100%
Estagiários	Número	2	8	28	30	4	26
	%	25%	100%	93%	100%	15%	100%
Aprendizes	Número	232	742	598	800	150	737
	%	29%	94%	75%	100%	20%	100%

[1] As políticas e os procedimentos de combate à corrupção são públicos e disponíveis para todos os stakeholders *da Companhia, incluindo clientes e acionistas.*
[2] A variação nos percentuais de capacitação registrados para a categoria Operacional entre 2022 e 2024 reflete diferentes contextos ao longo dos ciclos de treinamento. O resultado alcançado em 2022 é considerado consistente para o período, marcado pelo lançamento das ações e o início da estruturação dos treinamentos em ética e compliance. Em 2023, o percentual subiu, impulsionado por campanhas internas de desenvolvimento, maior engajamento dos colaboradores e reforço nos treinamentos diante de mudanças regulatórias. Já em 2024, o índice alcançado refletiu a proximidade do lançamento do curso com eventos de grande escala no varejo, o que comprometeu a adesão dos colaboradores. Para 2025, estão sendo retomadas as estratégias bem-sucedidas de 2023, com foco na recuperação dos níveis de participação.

Empregados que foram comunicados e treinados em políticas e procedimentos anticorrupção, por região[1] GRI 205-2

Região		2024 Capacitados	2024 Comunicados
Norte	Número	510	175
	%	52%	100%
Nordeste	Número	1.222	824
	%	36%	100%
Centro-Oeste	Número	180	439
	%	22%	100%
Sudeste	Número	2.160	180
	%	24%	100%
Sul	Número	317	1.618
	%	27%	100%

[1] As políticas e os procedimentos de combate à corrupção são públicos e disponíveis para todos os stakeholders da Companhia, incluindo clientes e acionistas.

GESTÃO DE PESSOAS

Empregados por gênero[1, 2] GRI 2-7

Gênero	2022	2023	2024[3]
Homens	5.140	5.053	4.981
Mulheres	10.865	10.328	10.483
Total	**16.005**	**15.381**	**15.464**

[1] Não possui em seu quadro empregados sem garantia de carga horária.
[2] Não foram observadas flutuações significativas no número de empregados.
[3] Os dados foram compilados com base na listagem alfabética do ano de 2024, considerando empregados ativos em 31/12/2024. Os dados incluem estagiários e aprendizes. Não foram incluídos empregados contratados para o evento de Natal, que possuem prazo determinado.

Empregados por região[1, 2] GRI 2-7

Região	2022	2023	2024[3]
Norte	1.100	1.017	990
Nordeste	3.639	3.547	3.423
Centro-Oeste	916	817	811
Sudeste	9.206	8.837	9.057
Sul	1.144	1.163	1.183
Total	**16.005**	**15.381**	**15.464**

[1] Não possui em seu quadro empregados sem garantia de carga horária.
[2] Não foram observadas flutuações significativas no número de empregados.
[3] Os dados foram compilados com base na listagem alfabética do ano de 2024, considerando empregados ativos em 31/12/2024. Os dados incluem estagiários e aprendizes. Não foram incluídos empregados contratados para o evento de Natal, que possuem prazo determinado.

Empregados por tipo de emprego[1,2] GRI 2-7

Tipo de emprego	2022			2023			2024[3]		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Tempo integral	4.899	10.226	**15.125**	4.810	9.681	**14.491**	4.767	9.879	**14.646**
Período parcial	241	639	**880**	243	647	**890**	214	604	**818**

[1] Não possui em seu quadro empregados sem garantia de carga horária.
[2] Não foram observadas flutuações significativas no número de empregados.
[3] Os dados foram compilados com base na listagem alfabética do ano de 2024, considerando empregados ativos em 31/12/2024. Os dados incluem estagiários e aprendizes. Não foram incluídos empregados contratados para o evento de Natal, que possuem prazo determinado.

Empregados por tipo de emprego e região[1,2] GRI 2-7

Região	2022		2023		2024[3]	
	Tempo integral	Período parcial	Tempo integral	Período parcial	Tempo integral	Período parcial
Norte	1.040	60	957	60	930	60
Nordeste	3.438	201	3.341	206	3.225	198
Centro-Oeste	855	61	758	59	764	47
Sudeste	8.716	490	8.338	499	8.606	451
Sul	1.076	68	1.097	66	1.121	62
Total	**15.125**	**880**	**14.491**	**890**	**14.646**	**818**

[1] Não possui em seu quadro empregados sem garantia de carga horária.
[2] Não foram observadas flutuações significativas no número de empregados.
[3] Os dados foram compilados com base na listagem alfabética do ano de 2024, considerando empregados ativos em 31/12/2024. Os dados incluem estagiários e aprendizes. Não foram incluídos empregados contratados para o evento de Natal, que possuem prazo determinado.

Licença-maternidade/paternidade[1] GRI 401-3

		2022	2023	2024[2]
Empregados que tiveram direito a tirar a licença	Homens	5.164	5.053	4.981
	Mulheres	10.930	10.328	10.483
Empregados que tiraram a licença	Homens	0	0	0
	Mulheres	697	573	633
Empregados que retornaram ao trabalho, no período do relatório, após o término da licença	Homens	0	0	0
	Mulheres	524	573	478
Empregados que retornaram a trabalhar após a licença e continuaram empregados 12 meses após o retorno ao trabalho	Homens	0	0	0
	Mulheres	310	414	270
Taxa de retorno	Homens	0	0	0
	Mulheres	75,18%	100%	75,51%
Taxa de retenção	Homens	0	0	0
	Mulheres	59,16%	72,25%	56,49%

[1] No que diz respeito à licença-paternidade, atualmente, os colaboradores que a utilizam simplesmente justificam suas ausências no ponto ou informam ao gestor, sem que haja um registro formal de afastamento.
[2] A variação entre 2023 e 2024 nas taxas de retorno e retenção após licença não decorre de mudanças nas políticas internas ou nos procedimentos de afastamento. A licença-maternidade permanece de 120 dias, podendo ser estendida com férias. Parte dos colaboradores que iniciaram a licença em 2024 ainda não havia retornado até a data de corte da apuração, influenciando temporariamente os indicadores e gerando oscilações em relação ao ano anterior.

REMUNERAÇÃO

Aumento percentual da remuneração total anual[1] - GRI 2-21

	2023	2024
Maior remuneração paga (no período coberto pelo relatório)	R$5.553.548,01	R$5.665.123,85
Remuneração total anual média para todos os empregados (exceto o indivíduo mais bem pago)	R$40.928,85	R$44.043,27
Proporção	135,69%	128,63%

[1] Em 2024, a metodologia foi reformulada. Por confidencialidade, é considerado o segundo maior salário, excluindo o maior. A base inclui estagiários, aprendizes, intermitentes e afastados por menos de seis meses. Afastados por mais de seis meses foram excluídos. **GRI 2-4**

Mudança na proporção da remuneração total anual[1] - GRI 2-21

	2023	2024
Aumento percentual da maior remuneração paga (%)	3,65%	4%
Aumento percentual da remuneração total média (%)	5,00%	5,70%
Proporção do aumento percentual da maior remuneração paga comparado ao aumento percentual da remuneração total média	0,73	0,70

[1] Em 2024, a metodologia foi reformulada, e os dados de 2023 foram ajustados de acordo com os novos critérios. Por confidencialidade, é considerado o segundo maior salário, excluindo o maior que pertence aos associados. A base inclui estagiários, aprendizes, intermitentes e afastados por menos de seis meses. Afastados por mais de seis meses foram excluídos. As adequações foram realizadas com o objetivo de alinhar os indicadores de pessoas. **GRI 2-4**

DESENVOLVIMENTO E CAPACITAÇÃO

Média de horas de capacitação de empregados por gênero GRI 404-1

	2022		2023		2024	
	Total de horas	Média	Total de horas	Média	Total de horas	Média
Homens	38.685,78	7,50	97.899,08	19,40	86.980,65	17,46
Mulheres	85.957,26	7,90	203.263,32	19,70	196.252,17	18,72
Total	**124.643,05**	**7,80**	**301.162,40**	**19,60**	**283.232,82**	**18,32**

Média de horas de capacitação de empregados por categoria funcional

GRI 404-1

	2022		2023		2024	
	Total de horas	Média	Total de horas	Média	Total de horas	Média
Diretoria	23,00	0,95	17,33	1,45	13,26	0,95
Gerência	23,00	0,20	4.834,68	8,14	6.130,68	9,70
Supervisor	6.990,10	8,70	7.754,16	8,79	11.661,45	11,89
Operacional	111.718,51	7,65	287.788,91	20,76	264.568,41	19,16
Estagiários	5.783,88	722,90	767,45	25,58	859,10	33,04
Total	**124.643,05**	**7,80**	**301.162,40**	**19,60**	**276.229,86**	**17,86**

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

Empregados que recebem análises de desempenho por categoria funcional

GRI 404-3

	2022		2023		2024	
	Associados	Total (%)	Associados	Total (%)	Associados	Total (%)
Diretoria	12	100	9	75	12	86
Gerência	10	100	594	100	625	99
Supervisor	594	99	839	95	850	87
Operacional	10.260	74	6.770	52	8.738	67
Estagiários	801	74	0	0	20	77
Aprendizes	-	-	0	0	0	0

Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira por gênero GRI 404-3

	2022		2023		2024	
	Associados	Total (%)	Associados	Total (%)	Associados	Total (%)
Homens	3.733	72	3.733	74	3.369	68
Mulheres	7.944	72	7.944	77	6.876	66

ROTATIVIDADE

Rotatividade dos associados por gênero GRI 401-1

	2022				2023				2024[1]			
	Número de novos associados contratados	Taxa de novas contratações	Número total de associados desligados	Taxa de rotatividade	Número de novos associados contratados	Taxa de novas contratações	Número total de associados desligados	Taxa de rotatividade	Número de novos associados contratados	Taxa de novas contratações	Número total de associados desligados	Taxa de rotatividade
Homens	4.021	32%	4.245	31%	4.405	29%	4.477	29%	4.122	27%	4.190	27%
Mulheres	8.444	68%	9.500	69%	8.819	57%	9.344	61%	8.699	56%	8.520	55%
Rotatividade dos associados por faixa etária												
Abaixo de 30 anos	10.587	85%	11.295	82%	10.851	71%	11.219	73%	9.959	64%	9.715	63%
Entre 31 e 50 anos	1.828	15%	2.381	17%	2.299	15%	2.522	16%	2.699	17%	2.857	18%
Acima de 51 anos	52	0%	69	1%	74	0,50%	80	0,5%	163	1%	138	1%
Rotatividade dos associados por região												
Centro-Oeste	1.063	9%	1.132	8%	1.008	7%	1.095	7%	1.022	7%	1.019	7%
Nordeste	2.094	17%	2.489	18%	2.261	15%	2.348	15%	2.102	14%	2.206	14%
Norte	996	8%	1.140	8%	977	6%	1.053	7%	940	6%	959	6%
Sudeste	6.943	56%	7.619	55%	7.245	47%	7.607	50%	7.282	47%	7.073	46%
Sul	1.371	11%	1.365	10%	1.733	11%	1.718	11%	1.475	10%	1.453	9%
Total	**12.465**	**100%**	**13.745**	**100%**	**13.224**	**86%**	**13.821**	**90%**	**12.821**	**83%**	**12.710**	**82%**

[1] Não foram considerados os empregados contratados especificamente para o evento de Natal, com contratos de prazo determinado. Esses colaboradores, admitidos entre novembro e dezembro e com contratos encerrados no mesmo mês, totalizaram 4.482 associados.

DIVERSIDADE EM ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA E EMPREGADOS

Membros do Conselho, por gênero GRI 405-1

	2022				2023				2024			
Categoria	**Homens**	**%**	**Mulheres**	**%**	**Homens**	**%**	**Mulheres**	**%**	**Homens**	**%**	**Mulheres**	**%**
Conselho de Administração	4	80,00	1	20,00	5	62,50	3	37,50	3	60,00	2	40,00
Comitê de Aceleração	3	100,00	0	0,00	-	-	-	-	-	-	-	-
Comitê de Gente e ASG	1	33,33	2	66,67	1	33,33	2	66,67	1	33,33	2	66,67
Comitê de Serviços Financeiros	3	100,00	0	0,00	3	100,00	0	0	3	100,00	0	0,00
Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças	2	66,67	1	33,00	2	66,67	1	33,33	2	66,67	1	33,33
Comitê de Estratégia	-	-	-	-	2	66,67	1	33,33	2	66,67	1	33,33
Diretoria Executiva	-	-	-	-	4	80,00	1	0	4	80,00	1	20,00

Membros do Conselho, por faixa etária GRI 405-1

Categoria	2022						2023						2024					
	Abaixo de 30	**%**	**Entre 30 e 50**	**%**	**Acima de 50**	**%**	**Abaixo de 30**	**%**	**Entre 30 e 50**	**%**	**Acima de 50**	**%**	**Abaixo de 30**	**%**	**Entre 30 e 50**	**%**	**Acima de 50**	**%**
Conselho de Administração	0	0	1	20,00	4	80,00	0	0	4	50	4	50,00	0	0	1	20,00	4	80,00
Comitê de Aceleração	0	0	1	33,33	2	66,67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comitê de Gente e ASG	0	0	0	0,00	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00
Comitê de Serviços Financeiros	0	0	0	0,00	3	100,00	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0	1	33,33	2	66,67
Comitê de Auditoria	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0	1	33,33	2	66,67
Comitê de Estratégia	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00
Diretoria Executiva	-	-	-	-	-	-	0	0	1	20,00	4	80,00	0	0	1	20,00	4	80,00

Membros do Conselho, por raça GRI 405-1

Categoria	2022						2023						2024					
	Amarela	%	Branca	%	Pretos e pardos	%	Amarela	%	Branca	%	Pretos e pardos	%	Amarela	%	Branca	%	Pretos e pardos	%
Conselho de Administração	0	0	5	100,00	0	0	1	12,50	6	75,00	1	12,50	1	20,00	4	80,00	0	0
Comitê de Aceleração	0	0	3	100,00	0	0	-	-	-	-	-	-	0	0			0	0
Comitê de Gente e ASG	0	0	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00	0	0
Comitê de Serviços Financeiros	0	0	3	100,00	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0
Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças	0	0	3	100,00	0	0	0	0	2	66,67	1	33,33	0	0	2	66,67	1	33,33
Comitê de Estratégia	-	-	-	-	-	-	3	100,00	0	0	0	0	0	0	3	100,00	0	0
Diretoria Executiva	-	-	-	-	-	-	5	100,00	0	0	0	0	0	0	5	100,00	0	0

Empregados por categoria funcional e gênero GRI 405-1

	2022				2023				2024			
Categoria	**Homens**	**%**	**Mulheres**	**%**	**Homens**	**%**	**Mulheres**	**%**	**Homens**	**%**	**Mulheres**	**%**
Diretoria	10	90,91	1	9,09	10	83,00	2	17,00	11	79,00	3	21,00
Gerência	195	33,97	379	66,03	195	33,00	399	67,00	206	33,00	426	67,00
Supervisão	323	40,02	484	59,98	358	41,00	524	59,00	393	40,00	588	60,00
Operacional	4.407	31,7	9.496	68,3	4.257	33,00	8.806	67,00	4.167	32,00	8.907	68,00
Estagiários	3	37,5	5	62,5	7	23,00	23	77,00	7	27,00	19	73,00
Aprendizes	226	28,57	565	71,43	226	28,00	574	72,00	197	27,00	540	73,00

Empregados, por categoria funcional e faixa etária (%) GRI 405-1

	2022						2023						2024					
Categoria	**Abaixo de 30 anos**	**%**	**Entre 30 e 50 anos**	**%**	**Acima de 50 anos**	**%**	**Abaixo de 30 anos**	**%**	**Entre 30 e 50 anos**	**%**	**Acima de 50 anos**	**%**	**Abaixo de 30 anos**	**%**	**Entre 30 e 50 anos**	**%**	**Acima de 50 anos**	**%**
Diretoria	0	0	8	72,73	3	27,27	0	0	8	67,00	4	33,00	0	0	9	64,00	5	36,00
Gerência	30	5,23	535	93,21	9	1,57	0	0	553	67,00	12	33,00	56	9,00	562	89,00	14	2,00
Supervisão	206	25,53	580	71,87	21	2,6	230	27,00	630	71,00	22	2,00	299	30,00	662	68,00	20	2,00
Operacional	9.459	68,04	4.118	29,62	326	2,48	8.379	64,00	4.304	33,00	380	3,00	8.570	66,00	4.051	31,00	453	3,00
Estagiários	8	100	0	0	0	0	30	100,00	0	0	0	0	26	100,00	0	0	0	0
Aprendizes	791	100	0	0	0	0	798	99,75	2	0,75	0	0	737	100,00	0	0	0	0

Empregados, por raça GRI 405-1

Categoria		Amarela	%	Branca	%	Indígena	%	Pretos e pardos	%
2022	Diretoria	0	0	11	100,00	0	0,00	0	0
	Gerência	14	2,44	432	75,26	1	0,17	127	22,13
	Supervisão	20	2,48	502	62,21	2	0,25	283	35,07
	Operacional	293	2,11	5.149	37,04	53	0,38	8.408	60,48
	Estagiários	0	0	5	62,00	0	0,00	3	37,50
	Aprendizes	14	1,77	288	36,41	2	0,25	487	61,57
2023	Diretoria	0	0	12	100,00	0	0	0	0
	Gerência	37	6,00	391	66,00	0	0	166	28,00
	Supervisão	40	5,00	475	53,00	5	1,00	362	41,00
	Operacional	340	3,00	4.652	35,00	100	1,00	7.971	61,00
	Estagiários	1	3,00	5	17,00	1	3,00	23	77,00
	Aprendizes	11	1,00	308	38,00	5	1,00	476	60,00
2024	Diretoria	0	0	13	93,00	0	0	1	7,00
	Gerência	32	5,00	408	64,00	1	1,00	142	30,00
	Supervisão	38	4,00	519	53,00	6	1,00	296	42,00
	Operacional	315	2,00	4.613	35,00	90	1,00	5.819	62,00
	Estagiários	0	0	11	42,00	1	4,00	14	53,00
	Aprendizes	10	1,00	274	37,00	2	4,00	328	58,00

Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens, por categoria funcional[1] GRI 405-2

	2022		2023		2024	
Categoria	Razão entre o salário-base de mulheres e homens	Razão entre a remuneração de mulheres e homens	Razão entre o salário-base de mulheres e homens	Razão entre a remuneração de mulheres e homens	Razão entre o salário-base de mulheres e homens	Razão entre a remuneração de mulheres e homens
Diretoria	0,87	0,9	0,85	0,56	0,81	0,50
Gerência	0,83	0,85	0,86	0,84	0,85	0,83
Coordenação	0,9	0,91	0,78	0,76	0,74	0,75
Analistas	0,86	0,87	0,94	0,94	-	-
Operação	1	1	1,00	1,16	0,94	0,89
Estagiários	-	-	-	-	1,00	0,78
Aprendizes	-	-	-	-	1,01	0,92

[1] Em 2024, a metodologia de cálculo e critérios para divisão de níveis foram reformulados. Os dados de 2023 foram ajustados conforme as novas premissas, enquanto os de 2022 mantêm a anterior. Por questão de confidencialidade, considera-se o segundo maior salário na base.
A base inclui estagiários, aprendizes, intermitentes e colaboradores afastados por menos de seis meses. Afastados por mais de seis meses e o CEO foram excluídos. A categoria de analista não foi considerada separadamente, tendo seus dados incorporados a outra categoria. As adequações foram realizadas com o objetivo de alinhar os indicadores de pessoas.
Além disso, reforçamos que esse dado pode diferir de outros reportes que a Companhia possa vir a fazer, já que diferentes premissas podem ser seguidas para atender às recomendações metodológicas de cada tipo de índice e reporte. Para garantirmos transparência e confiabilidade dos dados, temos o compromisso de sempre divulgar as premissas seguidas em cada cálculo.

Acidentes de trabalho relacionados a empregados[1, 2, 3, 4, 5] GRI 403-9

	2023	2024
Número de horas trabalhadas	136.700.504,00	20.282.122,50
Número de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)	15	10
Taxa de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)	0,11	0,49
Número de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	174	137
Taxa de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	1,27	6,75

[1] Base de número de horas trabalhadas foi de 1.000.000.
[2] Considerado acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos) as ocorrências com afastamento do trabalhador por um período acima de 15 dias.
[3] Em 2023 e 2024, não houve registros de óbitos decorrentes de lesões relacionadas ao trabalho.
[4] Os principais tipos de acidente de trabalho incluem acidentes de trajeto, que envolvem colisões com outros veículos, incluindo carros e motos, e acidentes típicos, como quedas de mesmo nível, queda de equipamento ou mobiliários, e acidentes envolvendo escadas.
[5] Por motivos estratégicos, não reportamos os dados de trabalhadores.

MEIO AMBIENTE

MATÉRIAS-PRIMAS

Materiais utilizado na produção e embalagem (kg)[1, 2] GRI 301-1

Nome do material	Fonte renovável/não renovável	2022	2023	2024
Algodão	Renovável	6.991.116,83	9.162.493,00	13.798.431,39
Poliéster	Não renovável	2.481.378,82	4.618.468,00	6.251.810,47
MMCF (viscose, modal, lionel)	Renovável	1.171.253,14	1.702.029,00	2.346.353,55
Poliuretano	Não renovável	882.686,21	1.360.392,00	1.335.527,06
Poliamida	Não renovável	519.888,73	800.028,00	1.175.504,59
Elastano	Não renovável	156.423,28	202.450,00	285.245,94
Acrílico	Não renovável	124.067,61	136.020,00	138.770,22
Policloreto de vinila	Não renovável	41.230,78	42.153,00	65.643,21
Papel	Renovável	11.315,41	10.073,00	18.831,11
Metal	Não renovável	10.718,09	25.042,00	26.125,10
Plástico	Não renovável	6.676,00	9.017,00	952,78
Polipropileno	Não renovável	2.491,88	2.569,00	1.822,97
Linho	Renovável	30.110,65	56.324,00	138.165,43
Liocel	Renovável	11.262,64	-	-
Outros	Não renovável/Renovável	23.172,17	72.819,00	78.921,72
Total renovável		**8.259.364,54**	**10.930.919,00**	**16.302.349,53**
Total não renovável		**4.207.502,79**	**7.268.958,00**	**9.359.756,01**
Total		**12.466.867,33**	**18.199.877,00**	**25.662.105,54**

[1] Fornecedores externos (medição direta em kg, método utilizado que contabiliza composições, partes, quantidade, PO).
[2] Não realizamos o controle de embalagens. Valores preenchidos considerando matérias-primas utilizadas na produção.

Porcentagem de matérias-primas certificadas por terceiros com um padrão/norma de sustentabilidade ambiental e/ou social[1] SASB CG-AA-440a.4

	2023			2024		
Padrão/norma	**Peso total das matérias--primas (t)**	**Peso das matérias-primas certificada por terceiros segundo um padrão/norma ambiental e/ou social (t)**	**Porcentagem de matérias--primas certificadas por terceiros com um padrão/norma ambiental e/ou social (%)**	**Peso total das matérias--primas (t)**	**Peso das matérias-primas certificada por terceiros segundo um padrão/norma ambiental e/ou social (t)**	**Porcentagem de matérias--primas certificadas por terceiros com um padrão/norma ambiental e/ou social (%)**
Global Reycled Standard (GRS)	-	-	-	6.251.810,47	200.886,00	3,21
Textile Exchange's Recycled Claim Standard (RCS)	77.865,00	77.865,00	100	-	-	-
Better Cotton Initiative	9.162.493,00	8.795.846,49	96	13.798.431,39	13.149.827,00	95,30
Total das matérias-primas que compõem os produtos finais da organização	**18.199.876,00**	**8.795.846,49**	**48,75**	**25.662.105,54**	**13.350.713,00**	**52,02**

[1] O peso total de matérias-primas considera todas as partes, composições e categorias (fibras totais) que compõem os produtos finais da organização. Já o peso de matérias-primas certificadas é extraído do relatório mensal de performance das matérias-primas sustentáveis, considerando apenas as partes e composições principais, como algodão, viscose e poliéster.

EMISSÕES

Emissões diretas de gases de efeito estufa (t CO_2 equivalente)[1] GRI 305-1, TCFD 4.B

	2022	2023	2024
Combustão estacionária	59,77	39,01	43,72
Emissões fugitiva	2.385,30	8.156,66	6.309,88
Total de emissões brutas de CO_2	**2.445,07**	**8.195,67**	**6.353,60**

[1] Os dados de emissões foram calculados diretamente pela ferramenta do PBGHG Protocol e considera os gases CO_2, CH_4, NO_2.

Emissões indiretas proveniente da aquisição de energia (t CO_2 equivalente) GRI 305-2, TCFD 4.B

	2022	2023	2024
Eletricidade (localização)	8.231,99	6.857,87	10.058,81
Eletricidade (escolha de compra)	5.502,49	0	0
Total	**8.231,99**	**6.857,87**	**10.058,81**

Emissões biogênicas de CO_2 (t CO_2 equivalente) GRI 305-1, 305-3, TCFD 4.B

	2022	2023	2024
Escopo 1	6,16	4,70	6,42
Escopo 3	9.180,44	12.536,39	16.843,27

Reduções de emissões de GEE (t CO_2 equivalente) GRI 305-5

	2023	2024
Escopo 1	-5.750,60	1.842,07
Escopo 2	1.374,12	-3.200,94
Escopo 3	-135.310,29	-126.003,61

Outras emissões de gases de efeito estufa (t CO_2 equivalente) GRI 305-3, TCFD 4.B

	2022	2023	2024
A montante			
Bens e serviços adquiridos	110.160,38	230.466,94	293.775,05
Atividades relacionadas com combustível e energia não inclusas nos escopos 1 e 2	55,74	9,74	43.380,82
Transporte e distribuição *upstream*	63.634,84	77.784,07	98.381,50
Resíduos gerados nas operações	183,95	679,91	943,62
Viagens a negócios	1.086,12	1.617,81	1.170,82
Deslocamento casa-trabalho	15.916,09	15.906,89	15.194,63
Bens arrendados	-	-	8,30
A jusante			
Transporte e distribuição *downstream*	1.986,40	1.868,54	1.482,79
Total	**193.023,52**	**328.333,92**	**454.337,53**

Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)[1, 2, 3] GRI 305-4, TCFD 4.A

	2023	2024
Intensidade por receita bruta (tCO_2eq/milhões de R$)	38,41	46,12
Intensidade por matéria-prima (tCO_2eq/t)	19,17	18,24

[1] Foram consideradas as emissões dos escopos 1, 2 e 3. Para verificar as categorias incluídas em cada escopo, consulte os indicadores 305-1, 305-2 e 305-3.
[2] Os gases incluídos no cálculo do inventário de GEE são: CO_2, CH_4, N_2O e HFCs.
[3] As matérias-primas utilizadas incluem: algodão, poliéster, viscose, poliuretano, poliamida, elastano, poliéster reciclado e acrílico.

RESÍDUOS

Total de resíduos gerados, por composição (t) GRI 306-3

	2022	2023	2024[1]
Resíduos não perigosos			
Orgânico	199,93	63,21	21,24
Papelão e papel	436,83	616,94	439,32
Material de construção	352,96	168,37	331,34
Outros – não perigosos[2]	181,65	16.041,00	269,86
Resíduos perigosos			
Eletrônicos (computadores e acessórios)	6,29	11,19	20,92
Outros – perigosos[3]	16,1	0,01	0
Total (Não perigosos + perigosos)	**1.193,76**	**16.900,96**	**1.082,68**

[1] Em 2023, tivemos o processo de unificação dos CDs de São Paulo na unidade que temos hoje. Devido a esse processo, tivemos um aumento considerável nos resíduos gerados nesse ano, o que explica a grande variação no número entre 2022, 2023 e 2024
[2] Em "Outros – não perigosos", foram considerados: plásticos gerais, plásticos de cabides, alumínio e outros metais, metal de cabides, vidro, uniforme de associados das lojas, liner, madeira, gesso e resíduos não segregados (luminárias e mix de resíduos).
[3] Em "Outros – perigosos", foram considerados: pilhas, lâmpadas, reatores, baterias, celulares, óleo vegetal, perigosos não segregados, produtos químicos, ambulatoriais,outros contaminados, além de resíduos de escritório e centros de distribuição.
As unidades operacionais consideradas para o cálculo de resíduos são centros de distribuição e escritório central.

Destinação de resíduos (t)[1] GRI 306-4, 306-5

	2022			2023			2024		
	Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos	Total	Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos	Total	Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos	Total
Reciclagem	763,86	22,36	786,22	16.744,02	5,56	16.749,58	969,27	8,85	978,11
Preparação para reutilização	-	-	-	-	5,63	5,63	55,50	12,07	67,57
Incineração (sem recuperação de energia)	0	0,03	0,03	0	0,01	0,01	0	0	25.171,17
Aterro	342,34	0	342,34	145,74	0	145,74	37,00	0	37,00
Outras operações de disposição	65,17	0	65,17	0	0	0	0	0	0
Total	**1.171,37**	**22,39**	**1.193,76**	**16.889,76**	**11,2**	**16.900,96**	**1.061,76**	**20,92**	**1.082,68**

[1] As unidades operacionais consideradas para o cálculo de resíduos são centros de distribuição e escritório central.

SUMÁRIO DE CONTEÚDO **GRI**

DECLARAÇÃO DE USO	**A C&A relatou com base nas Normas GRI para o período de 1º de janeiro de 2024 a 31 de dezembro de 2024.**
GRI 1 usada	**GRI 1: Fundamentos 2021**
Norma(s) Setorial(ais) da GRI aplicável(eis)	Não houve

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	**2-1** Detalhes da organização	10, 28
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	5
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	3
	2-4 Reformulações de informações	Em relação à materialidade anterior, foram incluídos dois novos temas materiais, Biodiversidade e água na cadeia produtiva e Gestão de resíduos não têxteis. Por outro lado, os temas Ética e integridade e Relacionamento com comunidades embora sejam relevantes na gestão e na estratégia, não figuram na lista de temas atual.
	2-5 Verificação externa	166
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	10, 71, 99
	2-7 Empregados	110, 139, 140
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	Informação confidencial. Não reportamos os dados de trabalhadores que não são empregados, que inclui somente terceiros, por motivos estratégicos.
	2-9 Estrutura de governança e sua composição	19, 20, 21
	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	19, 21
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	19, 21
	2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	19, 21, 25, 31
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	27
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	3, 71, 74
	2-15 Conflitos de interesse	30

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	**2-16** Comunicação de preocupações cruciais	Durante o período de relato de 2024, não houve preocupações cruciais comunicadas ao mais alto órgão de governança.
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	19, 22
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	30
	2-19 Políticas de remuneração	29
	2-20 Processo para determinação da remuneração	29
	2-21 Proporção da remuneração total anual	141
	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	6, 8
	2-23 Compromissos de política	31
	2-24 Incorporação de compromissos de política	19, 21, 31, 71, 99, 119
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	33
	2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	33
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	No ano, não registramos nenhum caso significativo de não conformidade com leis e regulamentos. Da mesma forma, não foram aplicadas sanções não monetárias. A organização define casos significativos de não conformidade como aqueles que envolvem processos judiciais de grande relevância e impacto.
	2-28 Participação em associações	17
	2-29 Abordagem para engajamento de *stakeholders*	39, 56, 71, 99, 105, 110, 111, 137
	2-30 Acordos de negociação coletiva	Na C&A, 100% dos colaboradores estão cobertos por acordos de negociação coletiva. Nas localidades onde as negociações ainda não foram assinadas ou concluídas, a empresa mantém as condições estabelecidas em negociações anteriores, com atualizações na parte econômica, garantindo que todos os empregados sejam contemplados pelas condições definidas nos acordos coletivos.
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-1** Processo de definição de temas materiais	71, 74
	3-2 Lista de temas materiais	71, 74, 76
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	76

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	77
GRI 301: Materiais 2016	**301-1** Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	149
	301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	Em 2024, o percentual de materiais reciclados utilizados na fabricação de produtos e serviços pela C&A foi de 0,78% (200,9 toneladas), sendo composto por poliéster reciclado, certificado pelo GRS/RCS. Em 2023, o percentual foi de 0,43% (77,8 toneladas), e, em 2022, 0,08% (9,8 toneladas), ambos compostos por algodão reciclado, proveniente de *jeans* pré e pós-consumo, de fornecedores com certificação RCS.
GRI 305: Emissões 2016	**305-1** Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	151
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	151
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	151
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	151
	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	151
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	99
GRI 204: Práticas de compras 2016	**204-1** Proporção de gastos com fornecedores locais	Em 2024, destinamos 79,30% do orçamento de compras para fornecedores locais, ou seja, fornecedores brasileiros localizados no território nacional.
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016	**308-1** Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	71, 102
	308-2 Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	71, 100, 102
GRI 407: Liberdade de associação e negociação coletiva 2016	**407-1** Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	71, 99
GRI 408: Trabalho infantil 2016	**408-1** Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	71, 98
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	**409-1** Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	98
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	**414-1** Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	71, 102
	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	71, 100

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	89
GRI 303: Água e efluentes 2018	**303-1** Interações com a água como um recurso compartilhado	71, 91
	303-2 Gestão dos impactos relacionados ao descarte de água	71, 91
	303-3 Captação de água	71, 91
	303-4 Descarte de água	71, 91
	303-5 Consumo de água	71, 91
GRI 304: Biodiversidade 2016	**304-1** Locais operacionais próprios, arrendados, administrados dentro ou adjacências de áreas protegidas e áreas de alto valor de biodiversidade fora das áreas protegidas	71, 90
	304-2 Impactos significativos de atividades, produtos e serviços na biodiversidade	71, 90
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	110, 127
GRI 401: Emprego 2016	**401-1** Novas contratações e rotatividade de empregados	143
	401-2 Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	110, 127, 128
	401-3 Licença-maternidade/paternidade	140

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	**403-1** Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	110, 129
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	110, 129
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	110, 129
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referente a saúde e segurança do trabalho	110, 129
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança ocupacional	110, 129
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	110, 127
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos na saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócio	110, 129
	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	A C&A registrou um total de 15.464 empregados, todos 100% cobertos pelo sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho, que atende integralmente aos requisitos legais.
	403-9 Acidentes de trabalho	148
	403-10 Doenças profissionais	Em 2024, a C&A não registrou óbitos resultantes de doenças profissionais, nem casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória. As informações foram compiladas a partir de relatos de profissionais de saúde, associados, exames médicos e investigações realizadas. Por motivos estratégicos, não reportamos os dados de trabalhadores.
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	39, 56
GRI 416: Saúde e segurança do consumidor 2016	**416-1** Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	39, 49
	416-2 Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	39, 49

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
GRI 417: *Marketing* e rotulagem 2016	**417-1** Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	39, 49
	417-2 Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	A C&A registrou um caso de não conformidade com leis de rotulagem, resultando em uma multa de R$ 3.998,00 pelo Inmetro. No ano anterior, foram sete casos. Não houve advertências ou não conformidades com códigos voluntários.
	417-3 Casos de não conformidade em relação a comunicação de *marketing*	Registramos seis casos de não conformidade com leis de comunicação de *marketing*, resultando em multas ou penalidades. Em 2023, foram 30 casos. Não houve advertências ou não conformidades com códigos voluntários.
GRI 418: Privacidade do cliente	**418-1** Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	34
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	92
GRI 306: Resíduos 2020	**306-1** Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	71, 92
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	71, 92
	306-3 Resíduos gerados	152
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	153
	306-5 Resíduos destinados a disposição final	153
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	94
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	**405-1** Diversidade em órgãos de governança e empregados	144, 145, 146, 147
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	148
GRI 406: Não discriminação 2016	**406-1** Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Três ações judiciais por discriminação foram identificadas no ano, mas todas foram julgadas improcedentes e arquivadas, sem reconhecimento de casos pela C&A. Apenas são considerados os casos com trânsito em julgado.
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	**203-1** Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	71, 105
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	Não foram identificados impactos econômicos indiretos significativos.

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
GRI 205: Combate à corrupção 2016	**205-1** Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Avaliamos 100% das operações quanto a riscos de corrupção, seguindo a metodologia da Política Corporativa de Gestão de Riscos. O processo identificou 11 tópicos relevantes, como a necessidade de reforço em processos internos, avaliação periódica e conscientização dos associados sobre treinamentos anticorrupção. Também foram mapeados riscos relacionados a interações com agentes públicos, oferta indevida de vantagens e terceiros. Para mitigar esses riscos, aprimoramos controles internos e adotou medidas preventivas.
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	31, 138, 139
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Em 2024, a C&A não registrou casos confirmados de corrupção.
GRI 404: Capacitação e educação 2016	**404-1** Média de horas de capacitação por ano, por empregado	142
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e assistência para transição de carreira	71, 97, 110, 118, 119
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	142

SUMÁRIO **SASB** (*Apparel*, accessories & footwear)

CÓDIGO	MÉTRICA CONTÁBIL	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
CG-AA-250a.1	Discussão dos processos para manter a conformidade com os regulamentos relativos a substâncias restritas.	104
CG-AA-430a.1	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores Tier 1 e (2) instalações de fornecedores além do Tier 1 em conformidade com as licenças de descarte de águas residuais e/ou acordo contratual	71, 91
CG-AA-430a.2	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores Tier 1 e (2) instalações de fornecedores além do Tier 1 que completaram a avaliação do Módulo Ambiental de Instalações Higg Facility (Higg FEM) da Sustainable Apparel Coalition ou uma avaliação de dados ambientais equivalente.	Em 2024, 2% das instalações de fornecedores completaram a avaliação do Módulo Ambiental de Instalações Higg (Higg FEM) ou uma avaliação equivalente.
CG-AA-440a.3	(1) Lista de matérias-primas prioritárias para cada matéria prioritária; (2) fatores ambientais e ou sociais com mais probabilidade de ameaçar o abastecimento, (3) discussão sobre riscos e/ou oportunidades de negócios associados a fatores ambientais e/ou sociais e (4) estratégia de gestão para lidar com riscos e oportunidades de negócios.	71, 80
CG-AA-440a.4	Porcentagem de matérias-primas certificadas por terceiros com um padrão/norma de sustentabilidade ambientais e/ou social	150
CG-AA-430b.1	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores Tier 1 e (2) instalações de fornecedores além do Tier 1 que foram auditadas por um código de conduta trabalhista, (3) porcentagem do total de auditorias realizadas por um auditor externo.	A porcentagem de instalações de fornecedores que foram auditados por um código de conduta trabalhista foi de 62% e a porcentagem de fornecedores que foram auditados por um código de conduta trabalhista por um auditor externo foi de 33%.
CG-AA-430b.2	Taxa de não conformidade prioritária e taxa de ação corretiva associada para auditorias do código de conduta do trabalho dos fornecedores.	Em 2024, a taxa de não conformidade prioritária nas auditorias do código de conduta trabalhista dos fornecedores foi de 2%, enquanto a taxa de ação corretiva alcançou 100%. As não conformidades identificadas referem-se a fornecedores e subcontratados de Nível 1.

CÓDIGO	MÉTRICA CONTÁBIL	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
CG-AA-430b.3	Descrição dos maiores (1) riscos trabalhistas e (2) riscos ambientais, de saúde e de segurança na cadeia de fornecimento.	A C&A adota tolerância zero para trabalho análogo à escravidão, infantil e tratamento irregular. Auditorias garantem a conformidade com o Código de Conduta desde 2006. Na frente ambiental, saúde e segurança, a empresa exige licenças obrigatórias, tratamento adequado de efluentes e descarte responsável. Signatária do ZDHC, incentiva boas práticas na cadeia de fornecimento.
CG-AA-000.A	Número de (1) fornecedores Tier 1 e (2) fornecedores além do Tier 1.	A C&A conta com 1.526 fornecedores em sua cadeia de fornecimento, sendo 881 de Nível 1, com transações diretas, e 645 além do Nível 1, incluindo fornecedores de tecidos, fios, tinturarias, insumos e aviamentos. Esses últimos são indicados pelos fornecedores diretos, garantindo rastreabilidade e alinhamento com nossos padrões.

SUMÁRIO DE CONTEÚDO **TCFD**

RECOMENDAÇÃO	DIVULGAÇÃO RECOMENDADA	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
Governança	a. Descrição da supervisão do conselho em relação aos riscos e oportunidades relacionados ao clima	19, 20 e 21
	b. Descrição do papel da administração na avaliação e gestão de riscos e oportunidades relacionados ao clima	19, 20, 21 e 22
Estratégia	a. Descrição dos riscos e oportunidades relacionados ao clima identificados pela organização no curto, médio e longo prazos	A C&A adota práticas de gerenciamento de riscos para prevenir, mitigar e tratar qualquer fator que possa impactar sua estratégia, garantindo que esses riscos sejam considerados na tomada de decisão. Os horizontes temporais são definidos como curto prazo (até um ano), médio prazo (dois a cinco anos) e longo prazo (cinco a dez anos). Os riscos climáticos identificados incluem: (i) Curto prazo: nossa agenda de crescimento está exposta a variações climáticas que afetam o gerenciamento de estoque. Períodos atípicos de calor no inverno ou frio no verão podem tornar parte do inventário inadequada às condições esperadas, exigindo liquidações que reduzem margens, especialmente em coleções de inverno, de maior valor médio. (ii) Médio prazo: dependemos de infraestrutura logística para movimentação de produtos. Eventos adversos como greves, restrições de deslocamento, aumento nos combustíveis, incêndios e inundações podem interromper operações, gerar custos adicionais, impactar preços e reduzir vendas. (iii) Longo prazo: mudanças climáticas extremas e crises de recursos naturais podem afetar a cadeia de fornecimento, desde a plantação de algodão até a produção de roupas, resultando em impactos operacionais, interrupções na distribuição e efeitos financeiros adversos. As oportunidades identificadas incluem: automação dos centros de distribuição, fortalecimento da rede de fornecimento sustentável – diferencial competitivo da C&A – e uso estratégico dos dados do inventário de emissões de gases de efeito estufa. Para mais detalhes sobre o processo de avaliação, acesse nossa Política de Gerenciamento de Riscos.
	b. Descrição dos impactos dos riscos e oportunidades relacionados ao clima sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização	Informações disponíveis no questionário respondido pela C&A ao CDP, aqui.
	c. Descrição da resiliência da estratégia da organização, considerando diferentes cenários relacionados ao clima, incluindo um cenário de 2 °C ou menos	A C&A global, ao se comprometer com a meta de redução da Science Based Targets initiative (SBTi), realizou uma análise e nossas metas de redução de emissões absolutas estão alinhadas com cenários climáticos que mantêm o aquecimento global abaixo dos 2° C. Veja na íntegra a divulgação do nosso compromisso aqui.

RECOMENDAÇÃO	DIVULGAÇÃO RECOMENDADA	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
Gestão de risco	a. Descrição dos processos da organização utilizados para identificar e avaliar os riscos relacionados ao clima	35
	b. Descrição dos processos organizacionais utilizados para gerenciar os riscos relacionados ao clima	Ao fim da etapa de ponderação do perfil dos riscos estratégicos (impacto vs. probabilidade/ vulnerabilidade), é realizado o processo de tomada de decisão quanto ao tratamento de riscos, de acordo com as diretrizes de apetite a riscos determinadas pela alta administração. Essa fase envolve identificar, treinar e apoiar os donos dos riscos no desenvolvimento e formalização de um plano de reposta que inclua possíveis alternativas para endereçar os riscos altos e críticos: (i) Evitar: eliminar riscos, redefinir os objetivos e/ou estratégias de negócios; (ii) Reduzir: diversificar, intensificar o nível de gestão e/ou melhorar os controles; (iii) Aceitar: nenhuma ação adicional, manter o monitoramento; e (iv) Compartilhar ou transferir de forma parcial ou total os riscos. No que diz respeito à ponderação dos riscos de "mudanças climáticas" e "socioambiental" dentro da matriz, cabe monitoramento pela área de ASG como respectivos planos de resposta. Considerando o resultado da matriz de materialidade, de forma complementar ao trabalho realizado no âmbito das práticas de gestão de riscos da Companhia, os potenciais impactos negativos relacionados ao tema de Mudanças climáticas e outros temas socioambientais foram priorizados e um plano específico de respostas foi criado, sendo acompanhado pela Diretoria Executiva, Comitê de Gente e ASG e Conselho de Administração.
	c. Descrever como os processos utilizados para identificar, avaliar e gerenciar os riscos relacionados ao clima são integrados à gestão geral de riscos da organização	36, 37, 38

RECOMENDAÇÃO	DIVULGAÇÃO RECOMENDADA	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA DIRETA
Métricas e metas	a. Informar as métricas utilizadas pela organização para avaliar os riscos e oportunidades relacionados ao clima de acordo com a estratégia e o processo de gestão de riscos	Nosso compromisso é promover uma moda com impacto positivo, oferecendo produtos com menos impacto ambiental ou atributos de circularidade. Diante das mudanças climáticas, nosso crescimento exige uma gestão estratégica de riscos, incluindo desastres naturais e crises de recursos, que podem afetar tanto nossa operação quanto a cadeia de fornecimento. Os riscos e oportunidades climáticos influenciam diretamente nosso planejamento financeiro, impactando custos, aquisições e desinvestimentos. Mitigar esses riscos e capturar oportunidades requer investimentos estratégicos, previamente avaliados pela administração e pelos órgãos de governança. Além disso, a adaptação rápida às mudanças no comportamento das clientes é essencial para evitar impactos na receita (saiba mais aqui). Ao longo do ano, modernizamos nossa rede de fornecimento e aprimoramos os processos de criação das coleções, garantindo mais agilidade no atendimento ao mercado. Nossos esforços incluem otimização logística, expansão da operação omnicanal e avanço tecnológico. Também reforçamos a transparência e o diálogo com *stakeholders*, reconhecendo a reputação como um ativo essencial. Priorizamos a eficiência no uso de recursos, reduzindo o consumo de água e produtos químicos e mitigando emissões. Nossas lojas operam com soluções de eficiência energética, como iluminação 100% LED, ar-condicionado *inverter*, geradores de baixo consumo de *diesel* e automação de monitoramento remoto. Em 2024, eliminamos 64,77 toneladas de plástico das operações. Desde 2023, nosso consumo de energia é 100% renovável, viabilizado por certificados internacionais de energia renovável (I-RECs), reduzindo emissões de CO_2. Além disso, seguimos expandindo a logística verde, substituindo o *diesel* por GNV e incorporando caminhões elétricos, com monitoramento contínuo da mitigação de emissões. A principal métrica utilizada para avaliar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas considera as emissões absolutas e sua intensidade. As métricas de intensidade por receita bruta e matéria-prima permitem acompanhar a eficiência das operações em relação às emissões de gases de efeito estufa (GEE) e servem como ferramenta de gestão para monitorar o progresso rumo à meta de redução absoluta de 30% até 2030, conforme compromisso assumido com a Science Based Targets Initiative (SBTi).
	b. Informar as emissões de gases de efeito estufa de Escopo 1, Escopo 2 e, se apropriado, de Escopo 3, e os riscos relacionados a elas	151
	c. Descrição das metas utilizadas pela organização para gerenciar os riscos e oportunidades relacionados ao clima, e a *performance* com relação às metas	Nos comprometemos a reduzir as emissões absolutas de GEE em 30% até 2030, tomando como referência o ano-base de 2018. Esse compromisso foi estabelecido globalmente para todas as regiões e unidades de negócio, em conformidade com a SBTi. Os detalhes quantitativos da nossa *performance* em relação à meta podem ser conferidos na página 151.

RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DOS AUDITORES INDEPENDENTES GRI 2-5

KPMG Auditores Independentes Ltda.
Rua Verbo Divino, 1400, Conjunto Térreo ao 801 - Parte,
Chácara Santo Antônio, CEP 04719-911, São Paulo - SP
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo - SP - Brasil
Telefone +55 (11) 3940-1500
kpmg.com.br

Relatório de Asseguração Limitada dos Auditores Independentes

Ao Conselho de Administração e Acionistas da
C&A Modas S.A
Barueri - SP

Relatório de asseguração limitada sobre as informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório Integrado Anual 2024 da C&A Modas S.A. referrentes ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024

Conclusão
Realizamos um trabalho de asseguração limitada sobre as informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no "Relatório Integrado Anual 2024" ("Relatório") da C&A Modas S.A. ("Companhia"), referrentes ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024 preradas com base nas Normas da *Global Reporting Initiative* (GRI – *Standards*), do *Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear, do Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, com as recomendações do *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)* e da Orientação Técnica CPC 09 da Resolução CVM 14/2020, correlata com a Estrutura Conceitual Internacional para Relato Integrado sob responsabilidade da *IFRS Foundation* ("Critérios").

Com base nos procedimentos executados e nas evidências obtidas, não temos conhecimento de nenhum fato que nos leve acreditar que as informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório Integrado Anual 2024 da C&A Modas S.A. referrentes ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024 não foram preparadas, em todos os aspectos relevantes, com base nas Normas da *Global Reporting Initiative* (GRI – *Standards*), do *Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear, do Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, com as recomendações do *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)* e da Orientação Técnica CPC 09 da Resolução CVM 14/2020, correlata com a Estrutura Conceitual Internacional para Relato Integrado sob responsabilidade da *IFRS Foundation*.

Base para a conclusão

Conduzimos nosso trabalho de acordo com a NBC TO 3000 (revisada) - Trabalho de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão e *International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised)*, *Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitidas pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e *International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)*, respectivamente. Nossas responsabilidades em relação a essas normas estão descritas mais detalhadamente na seção "Nossas responsabilidades" do relatório.

Cumprimos com os requisitos de independência e outros requisitos éticos do Código de Ética Profissional do Contador e das Normas Profissionais (incluindo as Normas de Independência) emitidos pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) baseados nos princípios fundamentais de integridade, objetividade, competência profissional e devido zelo, confidencialidade e comportamento profissional.

Nossa firma aplica a NBC PA 01 Gestão de Qualidade para Firmas (Pessoas Jurídicas e Físicas) de Auditores Independentes e o *International Standard on Quality Management* (ISQM) 1, *Quality Management for Firms that Perform Audits or Reviews of Financial Statements*, ou *Other Assurance or Related Services Engagements*, emitidas pelo CFC e IAASB, respectivamente. Essas normas requerem que a firma elabore, implemente e opere um sistema de gestão de qualidade, incluindo políticas ou procedimentos relativos ao cumprimento de requisitos éticos, normas profissionais e requisitos legais e regulatórios aplicáveis.

Acreditamos que as evidências obtidas são suficientes e apropriadas para fundamentar a nossa conclusão.

Responsabilidades da administração da Companhia pelo Relatório

A Administração da Companhia é responsável pelo(a):

- desenho, implementação e manutenção dos controles internos relevantes para a preparação do Relatório que está livre de distorção relevante, independente se devido a fraude ou erro;
- seleção dos Critérios como sendo adequados para a preparação do Relatório e a referência apropriada aos Critérios utilizados ou descrição desses Critérios; e
- preparação e apresentação adequada das informações constantes no Relatório com base nos Critérios.

Nossas responsabilidades

Somos responsáveis por:

- planejar e executar o trabalho para obter uma asseguração limitada sobre se as informações constantes no Relatório da Companhia relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024, preparadas com base nos Critérios, estão livres de distorções relevantes, independente se devido a fraude ou erro;
- formar uma conclusão independente, de acordo com os procedimentos executados e nas evidências obtidas; e
- reportar nossa conclusão ao Conselho de Administração e acionistas da Companhia.

Resumo do trabalho que executamos como base para nossa conclusão

Exercemos julgamento profissional e mantivemos o ceticismo profissional ao longo do trabalho. Desenhamos e executamos nossos procedimentos para obter evidência sobre o Relatório que é suficiente e apropriada para fornecer uma base para nossa conclusão. Nossos procedimentos selecionados dependem do nosso entendimento do Relatório e de outras circunstâncias do trabalho, além de nossa consideração das áreas em que é provável que surjam distorções materiais. Ao realizar o trabalho, nós realizamos os seguintes procedimentos:

a. planejamos os trabalhos, considerando a materialidade dos aspectos para as atividades da Companhia, a relevância das informações divulgadas, o volume das informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relatório;

b. obtivemos o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações e entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;

c. realizamos a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações constantes no Relatório; e

d. avaliamos os processos para a elaboração do Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Critérios.

Os procedimentos realizados em um trabalho de asseguração limitada variam em termos da natureza e época, e sua extensão é restrita (menos extensa) do que em trabalho de asseguração razoável. Assim, o nível de segurança obtido em um trabalho de asseguração limitada é substancialmente menor do que a segurança que teria sido obtida caso um trabalho de asseguração razoável tivesse sido realizado.

São Paulo, 27 de maio de 2025

KPMG Auditores Independentes Ltda.
CRC 2SP-014428/O-6

Bernardo Moreira Peixoto Neto
Contador CRC RJ-064887/O-8

KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membro independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada.

KPMG Auditores Independentes Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.

CRÉDITOS E INFORMAÇÕES CORPORATIVAS



COORDENAÇÃO-GERAL

Maria Carolina Brasil Borghesi
Cyntia Watanabe Rosa Kasai
Nivea Araújo Pizzolito
Marcelo Cantarino
Ana Clara de Souza Varella
Ercilia do Nascimento Diniz

GESTÃO DE PROJETO, CONTEÚDO, CONSULTORIA E *DESIGN*

GRUPO REPORT
WWW.GRUPOREPORT.COM.BR

FOTOS

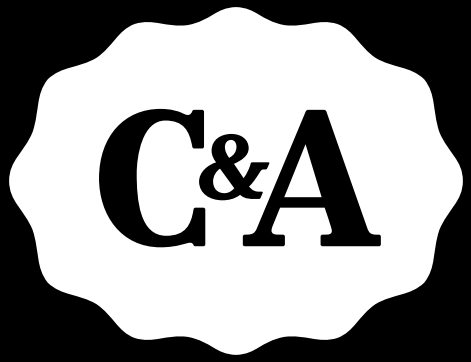
Camila Piccolo, Katia Eira e Acervo C&A

REVISÃO ORTOGRÁFICA

Fábio Valverde

AGRADECIMENTOS

Nosso agradecimento especial a todos os times C&A que contribuíram, direta ou indiretamente — com dados, histórias, projetos e, principalmente, com dedicação e colaboração —, para tornar possível mais uma edição do nosso Relatório de Sustentabilidade.



A gente se encontra na C&A

www.cea.com.br