



muito eu

Relatório
Anual
2020



Destaque do Ano

Expansão



10 novas lojas abertas

30 lojas reformadas no conceito Customer Value Proposition (CVP)¹



295 lojas

Total de **209 lojas** CVP

1. Conceito de acompanhamento do ciclo de produtos e da disposição dos produtos para fomentar vendas.



Transformação Digital



Aceleração crescimento vendas omni: 297% com 13% de *share*



App: principal canal de vendas, com 3,4 milhões de usuários ativos mensais



Galeria C&A: mais de 200 *sellers*, foco em moda e calçados



Todas as lojas com iniciativas omnicanais de Ship from Store, Clique e Retire e Corredor Infinito



Novos canais: vendas por WhatsApp, Minha C&A e *ministores*



C&A & VC: mais de 14 milhões de clientes



Clientes novos: aumento de 252% em relação à 2019



Squads corporativas e programa Open Innovation em parceria com Endeavor

Destaque do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Modernização do Modelo Operacional de *Supply Chain*



2. Equipamento para separação de produtos individualizados.



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Tendências Comportamentais e Redução de Impactos



- Mais de **90% dos produtos** de algodão contaram com algodão adquirido como mais sustentável
- Mais de **60% de toda a matéria-prima** utilizada vieram de origem mais sustentável
- Coleção de peças em *jeans* que reduziram em mais de **65% o uso de água** no processo de lavanderia
- Coleção Ciclos, **primeira com Certificação Cradle to Cradle (C2C)TM nível Gold produzida no Brasil**
- 163 lojas** com Movimento ReCiclo e mais de **42 mil peças** coletadas, equivalentes a cerca de **7 toneladas**

- Mais de **80% do volume** comercializado pela C&A Brasil vieram de empresas que participam do programa de segurança química
- Mais de **85% dos produtos** comercializados pela C&A Brasil vieram de fornecedores com as melhores classificações, de acordo com o nosso protocolo de auditoria
- Redução de 21%³** das emissões de CO₂
- Redução de 24% no consumo** total de energia elétrica e de **18%** no consumo total de água
- Mais de **93% dos associados** sentem orgulho da contribuição da C&A na comunidade, sociedade e ambiente

3. Resultado de programas internos de ecoeficiência e impactado pelas restrições impostas pela Covid-19.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Apresentação

Este documento inaugura uma nova etapa na produção de relatórios corporativos da C&A Modas S.A. Após vários anos publicando relatos de forma global, a partir do exercício de 2020, retomamos a produção de nosso Relatório Anual para o mercado brasileiro. Esta ação se alinha a nossa busca de melhor governança e mais transparência. [102-1](#) | [102-52](#)

Este relatório foi elaborado de acordo com as normas GRI Standards opção: Essencial, norma internacional em relato de sustentabilidade desenvolvida pela Global Reporting Initiative (GRI), com informações referentes ao período

de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2020. As informações contidas nesta publicação englobam todas as unidades próprias da C&A Modas S.A. no País e são uma síntese dos principais acontecimentos do ano de 2020, bem como de nosso desempenho neste cenário. [102-45](#) | [102-50](#) | [102-54](#)

Para destacar os temas relevantes para os nossos principais públicos e para nossa gestão, realizamos a priorização dos aspectos em uma lista de temas materiais, que permite a apresentação de nossa estratégia de criação de valor e um processo de comunicação mais assertivo ao longo desta publicação. Para mais informações sobre o processo de construção de nossa lista de materialidade, consulte o capítulo Sobre este relatório.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Mensagem do CEO 102-14

Os últimos anos foram de muitas mudanças no mundo, para a C&A e também para nossa cliente¹. Assim, sabemos que hoje é preciso ter muita clareza sobre o rumo que estamos tomando, quais os nossos objetivos e como entregar, para todos os nossos públicos, a melhor C&A Brasil possível.

Com o evento de Initial Public Offering (IPO), realizado no fim de 2019, adquirimos mais autonomia e independência para nossa operação no Brasil. Um plano para promover o crescimento e geração de valor foi estabelecido, e nossa estratégia foi construída

1. Como nosso público é majoritariamente feminino, traçamos nossa estratégia para **ELA**: nossa cliente. Dessa forma, pensamos nossos produtos e serviços para lhe proporcionar experiências únicas e especiais e estamos conectados com o seu jeito de ser.

sobre alavancas focadas na expansão física, na transformação digital, na oferta de produtos financeiros e na melhoria da infraestrutura da cadeia de suprimentos, com ações que se iniciavam já em 2020.

Nessa trajetória, uma pandemia se interpôs. Aprendemos a nos reinventar diariamente, em um dos setores mais afetados pelo fechamento de lojas e alterações nos padrões de consumo. As peculiaridades do ano trouxeram muitas perdas para o País, tanto humanas quanto financeiras, mas ocasionaram também a aceleração de vetores de impacto em nosso plano estratégico. Colocamos em prática, em tempo recorde, ações que estavam previstas para desenvolvimento ao longo dos próximos anos, especialmente em nossa estratégia omnicanal. Nos reinventamos durante a pandemia, promovendo um crescimento expressivo nas vendas on-line. Isto só foi possível a partir da transformação interna em nossa forma de trabalhar, com a resiliência e o engajamento de nossas equipes desde as adaptações necessárias em razão do modelo híbrido de trabalho, quanto na adoção de modelos ágeis, com *squads* multidisciplinares.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Nossa cliente está cada dia mais exigente: quer mais qualidade, rapidez e relevância. Além disso, há cada vez mais atenção à origem de nossos produtos, ao impacto que causamos no meio ambiente, aos materiais que utilizamos – a régua não para de subir. Por isso, nos preparamos continuamente, mantendo uma série de iniciativas para estar à altura desse nível de exigência.

Não falamos mais de diferença de canais *on* e *off*. Nossa jornada omnicanal foi pensada e construída com a cliente no centro do processo de decisão, priorizando sua experiência. Passamos a produzir coleções cápsula, o que aumentou a velocidade de lançamentos e a relevância dos produtos, sem deixar de lado atributos de sustentabilidade. Tudo isso só tem sido possível com uma forte integração entre as áreas, com uso de novas tecnologias e, claro, com o poder das parcerias.

Acreditamos que a moda é uma forma de autoexpressão. É a partir desse caminho que construímos nosso propósito. Queremos ser uma plataforma completa para que a nossa cliente possa se expressar por meio da moda e da beleza. Para isso contamos com uma ampla rede de varejo físico, que cresceu em 2020 e vai se expandir ainda mais; com uma estratégia omnicanal, que apresentou desempenho

exemplar no ano, renunciando o que vem por aí; e com o calor humano de milhares de associados (maneira como chamamos nossos funcionários), que reflete nossa personalidade e nossa paixão por este negócio.

O cuidado com a sustentabilidade, em todos os seus aspectos, não é uma novidade para a C&A. Somos comprometidos com esta questão e responsáveis por alguns dos mais importantes movimentos do varejo brasileiro nesse sentido. Conhecemos os impactos que o nosso setor pode causar, por isso buscamos fazer uma moda com impacto positivo. Com a perspectiva da circularidade, nosso cuidado começa no desenvolvimento do produto e passa pela escolha das matérias-primas, pelos fornecedores que fabricam as peças e pelas questões logísticas, até o descarte propriamente dito.

O ano de 2020, com todos os desafios, terminou por fortalecer o plano estabelecido no IPO: isso nos dá a certeza de trabalho bem-feito e a solidez necessária para seguir navegando em tempos complexos, como nesse momento de nossa história corporativa. Agrademos a todos que fazem parte dessa jornada conosco.

Paulo Correa
CEO da C&A Modas S. A.

Destaques do Ano

Apresentação

**Mensagem
do CEO**

A C&A –
Muito On,
Muito Eu

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

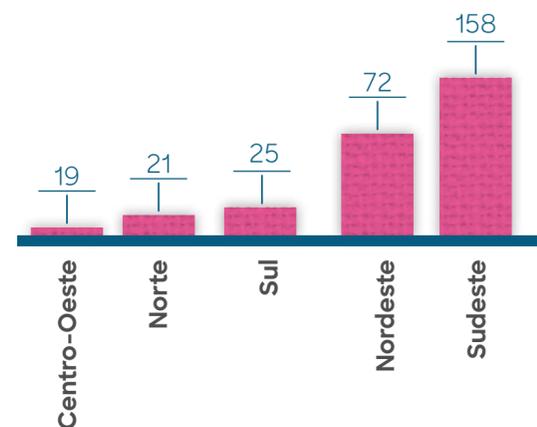
Informações
Corporativas

**A C&A -
Muito *On*,
Muito Eu**



Somos uma Empresa de moda de capital aberto, listada na Bolsa brasileira (B3) desde outubro de 2019, com destaque no varejo brasileiro em aspectos que englobam desde a sustentabilidade na rede de fornecimento até a jornada omnicanal oferecida a nossa cliente. No final de 2020, com mais de 14 mil associados, estávamos presentes em 111 cidades de todos os estados do País, com 295 lojas e 4 CDs. Além de moda jovem, inovadora, diversa e inclusiva para mulheres, homens e crianças, oferecemos uma linha de *fashiontronics* (celulares, *smartphones* e relógios) e cosméticos, e lançamos o Galeria C&A, *marketplace* que comercializa, além de itens de vestuário de moda, itens de decoração, *pet*, joias, entre outros segmentos. Entendemos a moda como um dos mais fundamentais canais de autoexpressão e, por isso, colocamos nosso público, formado especialmente por mulheres jovens, no centro de nossa estratégia. Além de atuar no varejo de moda, oferecemos o Cartão C&A e a venda de seguros como serviços financeiros. [102-4](#) | [102-5](#) | [102-6](#) | [102-7](#)

C&A Fashion Tech, a empresa de moda digital que mais entende a mulher brasileira com lojas físicas e muita conexão emocional



- Distribuição das Lojas
- Centros de Distribuição



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Somos uma Empresa inovadora, divertida e, acima de tudo, apaixonada pelas pessoas. Ao longo de 180 anos de história, atuamos com ética e foco para que todas as nossas clientes estejam sempre satisfeitas. Na C&A, nossos associados podem ser quem eles quiserem ser. O ambiente é divertido, inspirador e muito jovem. **102-16**

Nossos Valores

- Somos apaixonados por ELA (nossa cliente)
- Todos somos líderes e juntos somos mais fortes
- Atuamos com integridade, clareza, confiança e respeito pelas pessoas
- Amamos inovar, empreender e aprender
- Somos felizes, nos divertimos e temos orgulho em pertencer à C&A

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

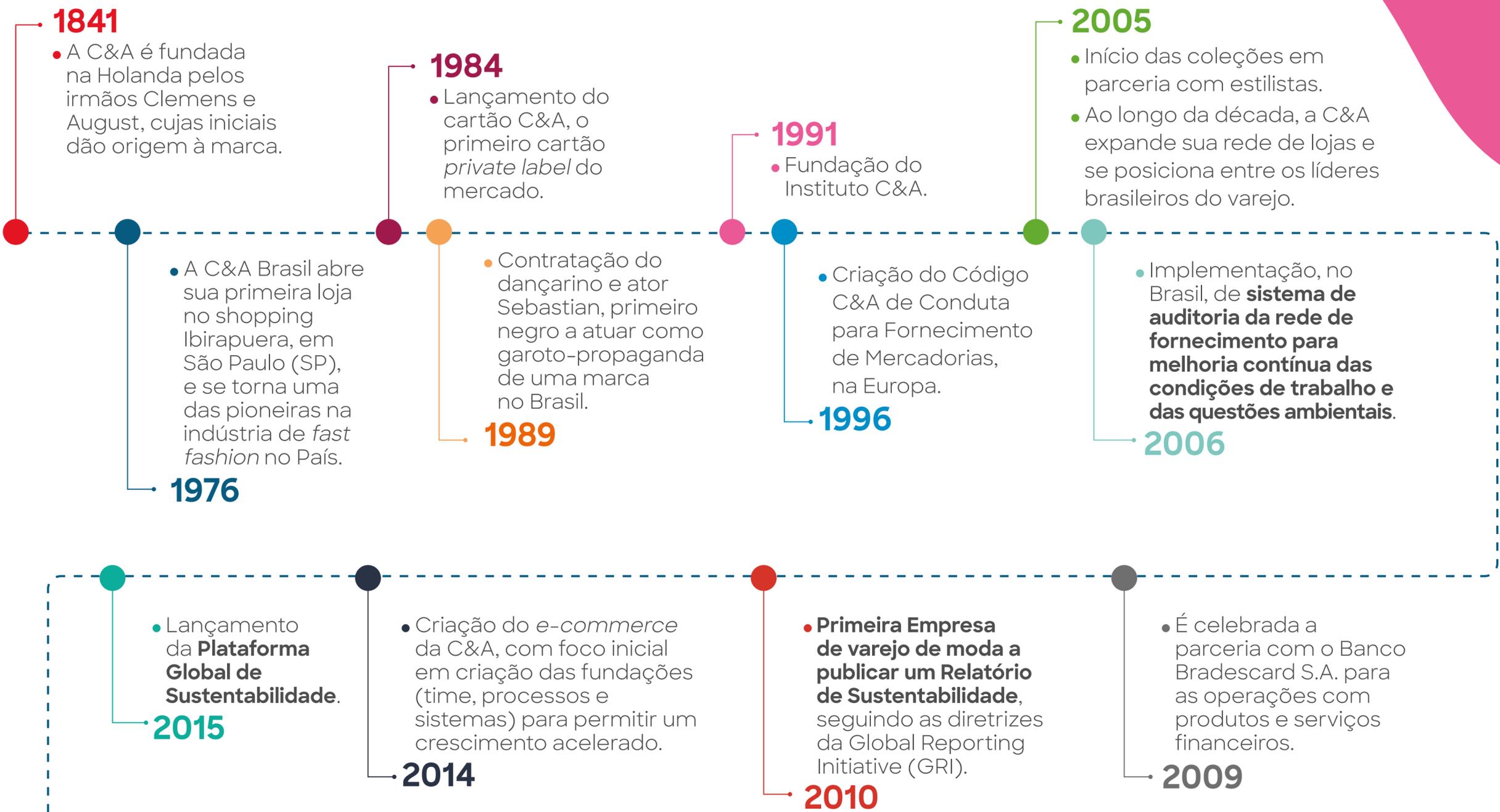
Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Uma História de Pioneirismo



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

2016

- Implementação do serviço de Clique & Retire.

2018

- Lançamento da marca nativa digital Mindse7.
- Criação do programa de relacionamento C&A&VC.
- C&A adere globalmente aos Princípios de Empoderamento das Mulheres da Organização das Nações Unidas (ONU).

- Lançamento do aplicativo C&A.
- Estoque das lojas passa a ser disponibilizado para venda omnicanal.
- É comercializada, no Brasil, a primeira coleção com a Certificação Cradle to Cradle (C2C)[™] nível Gold.
- Lançamento do Movimento ReCiclo.

2017

- IPO da C&A no Novo Mercado da B3.
- Lançamento do projeto-piloto Corredor Infinito.
- Lançamento da categoria Beleza.

2019

- Criação do Comitê de Aceleração Digital.
- Aceleração omnicanal exponencial, como oportunidade da pandemia.
- Lançamento de novos canais e serviços: Clique & Retire Drive-Thru, vendas por WhatsApp.
- Lançamento do nosso *marketplace*, Galeria C&A.
- Parceria com Endeavor no programa de inovação aberta Conecta C&A.
- C&A é a primeira nas Américas a desenvolver fornecedores para produzir com a Certificação C2C[™] nível Gold.

2020

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

**A C&A -
Muito On,
Muito Eu**

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas

Nossos Capitais

Nosso modelo de negócios apresentado na página a seguir reflete nossa atuação setorial por meio dos capitais, estratégia e contexto de negócios. Demonstramos também os resultados e a geração de valor.



Financeiro

Investimentos para expansão física e digital, oferta de produtos e melhorias na infraestrutura e gestão da cadeia de suprimentos



Manufaturado

Lojas, Centros de Distribuição e e-commerce



Intelectual

Cultura e conhecimento



Humano

Associados C&A



Social e relacionamento

Parceiros de negócios e públicos relevantes



Natural

Recursos naturais para as operações

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

**A C&A -
Muito On,
Muito Eu**

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas



Modelo de Negócios

Somos uma empresa inovadora, divertida e, acima de tudo, apaixonada pelas pessoas.



Maior autonomia local e transformação cultural pós-IPO
C&A Conecta com Endeavor



Contexto de Riscos

- Pandemia • Tendências de consumo
- Poder de compra dos clientes • Dependência de fornecedores
- Infraestrutura logística • Riscos socioambientais
- Instabilidade política, econômica e social.

Estratégia Fashion Tech

Empresa de moda digital que mais entende a mulher brasileira com lojas físicas e muita conexão emocional

- Uso de tecnologia e dados
- Fomento de Companhia de cultura de mudança
- Criação de *hub* de parcerias

Produtos e Serviços

Criamos e comercializamos moda, vestuário, *fashiontronics* e beleza. Também ofertamos serviços financeiros.



Iniciativas Omni: Clique e Retire, Ship from Store, Corredor Infinito
Inovação: pré-venda Mindse7, *ministores*
Coleção Ciclos: primeira com a certificação Cradle to Cradle™ nível Gold produzido no Brasil



* CD = Centro de Distribuição

Valor criado para nossos stakeholders



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Geração de Valor e Desempenho Financeiro [102-10](#)

O ano de 2020 teve um abalo inédito no varejo mundial, causando grande impacto em nossas operações no Brasil durante vários meses. **Por período superior a um mês, todas as nossas lojas estiveram fechadas** e a reabertura gradual se estendeu até 31 de agosto, mantendo restrições nos horários de funcionamento ao longo dos meses seguintes.

Este momento foi, para C&A Brasil, uma ruptura, uma janela de oportunidade, a partir das alterações profundas no comportamento de compra de nossa cliente. Nossa evolução na transformação digital foi radical. Intensificamos a entrega de nossa estratégia, de ser a plataforma completa para nossa cliente se expressar por meio da moda, oferecendo diferentes canais, formatos e conteúdos.

O resultado desta evolução foi o crescimento de vendas do *e-commerce*. Nosso Gross Merchandise Value (GMV), ou receita bruta de mercadorias vendidas on-line, atingiu R\$ 658,5 milhões e nossa receita líquida on-line apresentou aumento de 297% em relação a 2019, representando 13% das vendas totais de mercadorias. Encerramos o ano com caixa líquido de R\$ 297,9 milhões e R\$ 2.654,8 milhões de patrimônio líquido. [102-6](#)

Solidez e Autonomia

A nova estrutura de governança pós-abertura de capital nos deu mais autonomia para poder gerir recursos de liquidez e capital de giro. Antes mesmo da previsão da pandemia, já havíamos programado, para 2020, uma operação de tomada de dívida local para reforçar nossa solidez financeira e, no início de abril, realizamos a emissão de notas promissórias, no montante de R\$ 500 milhões e remuneração de Certificado de Depósito Interbancário (CDI) +1,09% ao ano com prazo de pagamento de três anos.

Tomamos medidas rapidamente, também em abril de 2020, para garantia do caixa diante da turbulência da pandemia, com a emissão de duas Cédulas de Crédito Bancário (CCBs), cada uma no valor de R\$ 350 milhões, sendo a primeira com prazo de pagamento de 1 ano e taxa média (*all in*) de CDI +3,45% e a segunda com prazo de 2,9 anos e taxa média de CDI +3,06%.

Nossa receita bruta de mercadorias vendidas on-line atingiu R\$ 658,5 milhões em 2020



Destaques do Ano

[Apresentação](#)

[Mensagem do CEO](#)

A C&A - Muito On, Muito Eu

[Estratégia e Operação](#)

[Pessoas](#)

[Sustentabilidade](#)

[Nossas Premiações](#)

[Sobre este Relatório](#)

[Sumário GRI](#)

[Informações Corporativas](#)

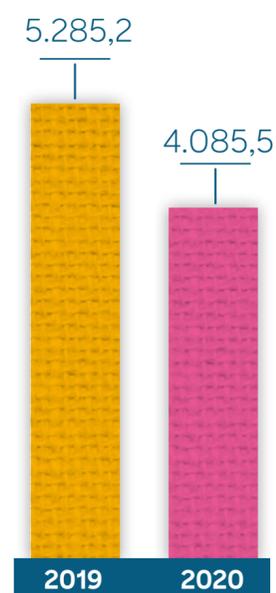
Indicadores¹

Tá bombando!

O comportamento das margens brutas da C&A em 2020 confirma que tivemos destaque no varejo brasileiro: na comparação com a concorrência direta, nossos indicadores foram os menos impactados pela peculiaridade do ano. Isso se deve a nossa efetividade em gestão de estoques e à oferta de produtos realmente relevantes para as clientes, que diminui a necessidade de descontos.

1. Em razão de nosso IPO, ocorrido em outubro de 2019, os dados financeiros não apresentam histórico dos anos anteriores – o calendário anual era de março a fevereiro e a contabilização dos números era realizada de acordo com parâmetros do acionista controlador. A partir de 2019, as informações encontram-se em bases comparáveis de calendário civil, regras contábeis e legislação societária do Brasil. Gradualmente, faremos a construção da série histórica a partir dos novos parâmetros.

RECEITA LÍQUIDA TOTAL (R\$ milhões)



variação
-22,7%

Como resultante dos impactos da pandemia, nossa receita líquida foi 22,7% inferior em 2020, se comparada à do ano anterior, totalizando R\$ 4.085,5 milhões. A partir de meados de março, houve redução em nossas vendas com o fechamento de nossas lojas. Com a reabertura gradual iniciada em abril, retomamos as vendas nas lojas físicas, mas a operação foi afetada ao longo de todo ano pelas imposições de restrição de horário e fluxo, bem como pelos diferentes momentos da pandemia. Por outro lado, as atividades de *e-commerce* cresceram de forma inimaginável, oferecendo alguma compensação às dificuldades do varejo físico.

Durante o quarto trimestre, observamos uma recuperação gradual e consistente das vendas, principalmente nas lojas, até o final do mês de novembro. Contudo, com o aumento do número de casos da Covid-19 em diferentes localidades e, por consequência, a imposição de novas restrições operacionais, o mês de dezembro, muito relevante para o comércio varejista de moda, foi negativamente impactado. Tal movimento contribuiu na magnitude de queda de receita observada no ano.

MARGEM BRUTA TOTAL



variação
-2,2 p.p.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

MARGEM BRUTA DE MERCADORIAS



variação
-1,7 p.p.

A margem bruta de mercadorias ficou apenas 1,7 p.p. inferior a 2019. A *performance* diferenciada da margem em um ano tão adverso em vendas foi consequência de uma gestão de estoques rigorosa, fechando o ano apenas 18% acima de 2019; e do lançamento de produtos relevantes para a cliente mesmo durante o pico da pandemia, vendidos a preço cheio.

LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO

(R\$ milhões exceto margem)

Pro forma



Contábil



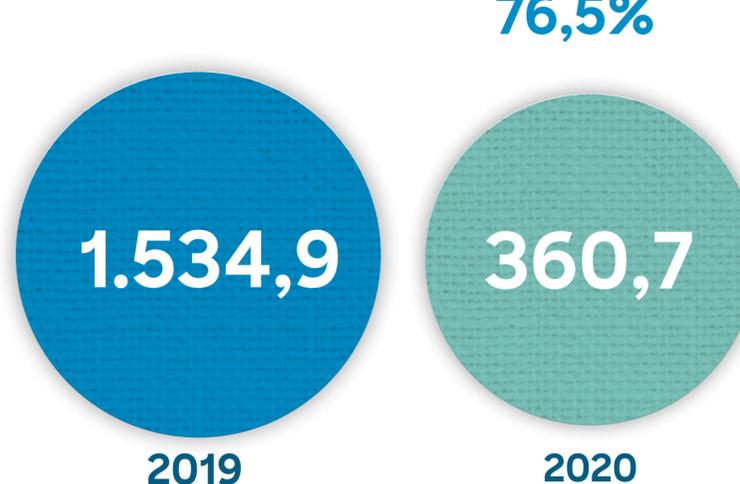
EBITDA

(R\$ milhões exceto margem)

Pro forma



Contábil



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Para refletir melhor a natureza do nosso negócio e sua realidade econômica, apresentamos lucro/prejuízo líquido e Ebitda *pro forma*, com ajustes que desconsideram o impacto do International Financial Reporting Standards (IFRS) 16 e o registro do ganho de crédito fiscal em 2019 no montante de R\$ 1.282,0 milhões.

Encerramos o ano de 2020 com dívida bruta total de R\$ 1,2 bilhão e com uma sólida posição de caixa, com caixa líquido de R\$ 297,9 milhões. A dívida total tem um prazo médio de 1,68 anos e um custo médio (*all in*) de CDI +2,33%.

| ENDIVIDAMENTO (R\$ MILHÕES) | 2019 | 2020 | VARIAÇÃO |
|------------------------------------|-------------|-------------|-----------------|
| Dívida Bruta | 0,0 | 1.211,3 | 1.211,3 |
| Dívida de Curto Prazo | 0,0 | 390,6 | 390,6 |
| Dívida de Longo Prazo | 0,0 | 820,7 | 820,7 |
| (-) Caixa e Equivalentes | 447,1 | 1.509,2 | 1.062,1 |
| (=) Caixa ou (Dívida Líquida) | 447,1 | 297,9 | -33,4% |

| VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO (EVG&D) (R\$ MILHÕES) 201-1 | 2019 | 2020 |
|--|-------------|-------------|
| Valor econômico direto gerado | 7.516,9 | 5.431,8 |
| Valor econômico distribuído | 3.504,2 | 2.048,3 |
| Valor econômico retido | -4.012,7 | -3.383,5 |

Nota: As demonstrações individual e consolidada do valor adicionado (DVA), elaboradas sob a responsabilidade da Administração da Companhia e apresentadas como informação suplementar para fins de IFRS, são submetidas a procedimentos de auditoria executados em conjunto com a auditoria das demonstrações contábeis da Companhia. As demonstrações do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) estão conciliadas com as demonstrações contábeis e registros contábeis, conforme aplicável, e se a sua forma e conteúdo estão de acordo com os critérios definidos no Pronunciamento Técnico do CPC 09. [103-2 e 103-3: Desempenho econômico](#)

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

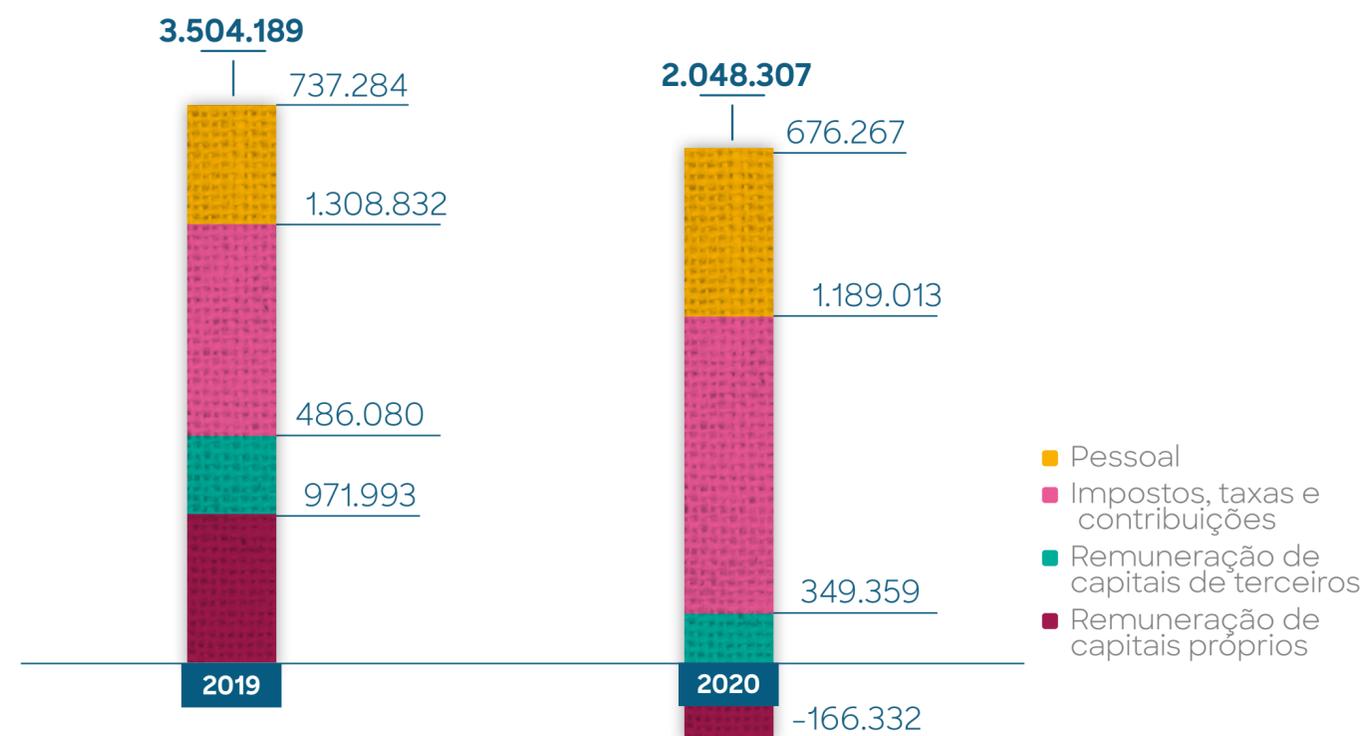
Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Nossa Demonstração do Valor Adicionado (DVA) contabiliza os recursos destinados a pagamentos de impostos, remuneração de pessoal e despesas para operação. Os resultados foram negativamente impactados pelas restrições em razão da pandemia, o que prejudicou a distribuição de proventos em 2020.

DEMONSTRAÇÃO DE VALOR ADICIONADO (R\$ milhares) 201-1



APOIO FINANCEIRO RECEBIDO DE GOVERNOS (R\$ MILHARES) 201-4

| | 2019 | 2020 |
|--|-----------|-----------|
| Benefícios e créditos fiscais | 2.408,42 | - |
| Subvenções para investimento, pesquisa e desenvolvimento e outros tipos relevantes de concessões | 11.050,32 | 10.341,34 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

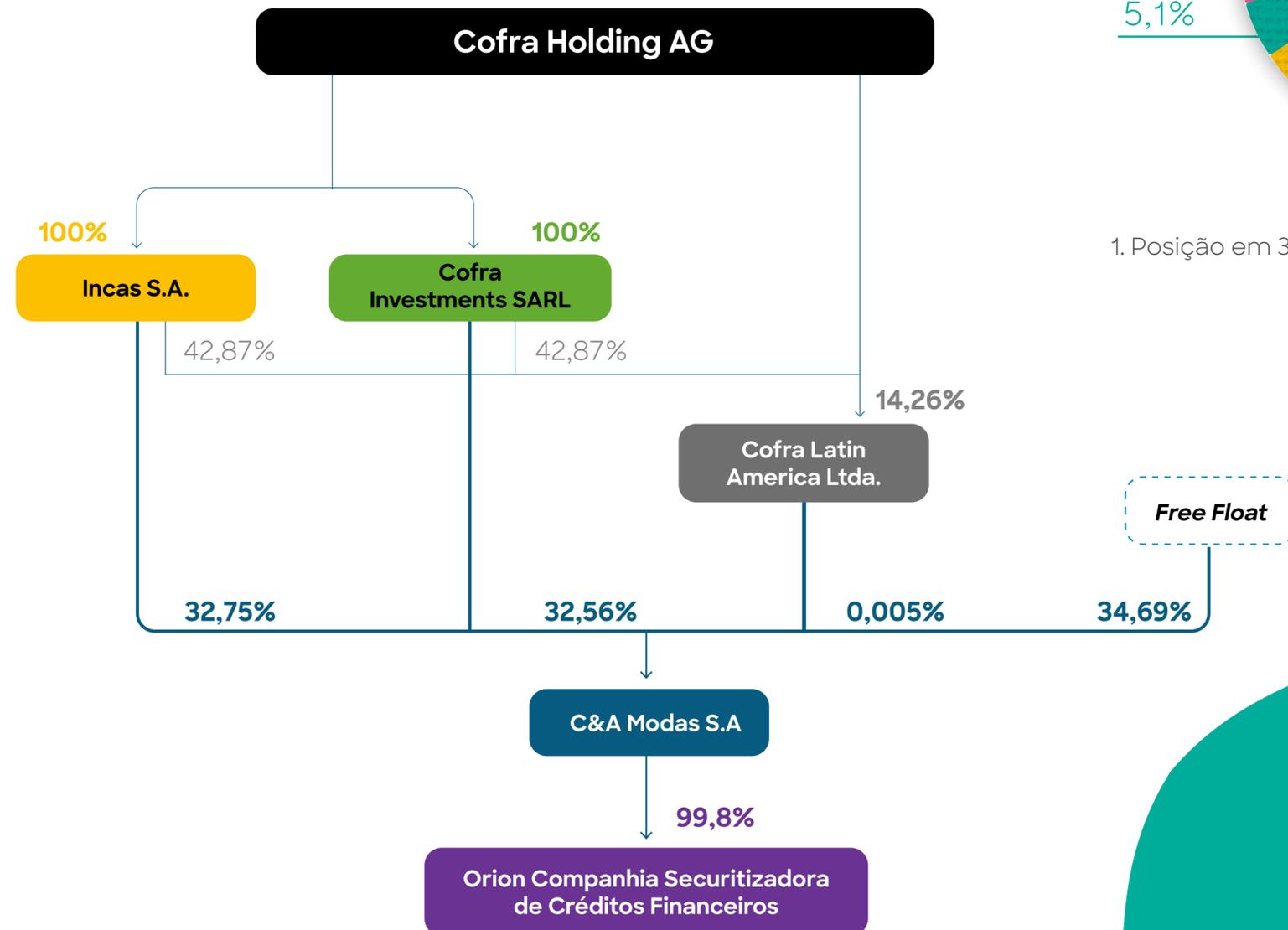
Sumário GRI

Informações Corporativas

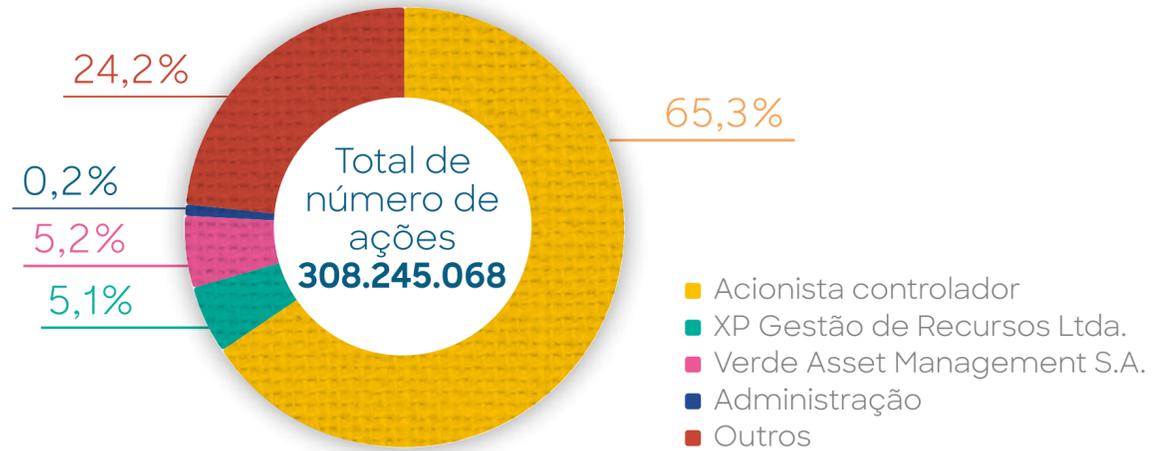
Governança Corporativa

A C&A Brasil faz parte do Grupo Cofra, que administra empresas dos ramos de varejo, setor imobiliário, energia renovável e fundos de investimento.

ESTRUTURA SOCIETÁRIA



COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA C&A BRASIL¹



1. Posição em 31 de dezembro de 2020.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

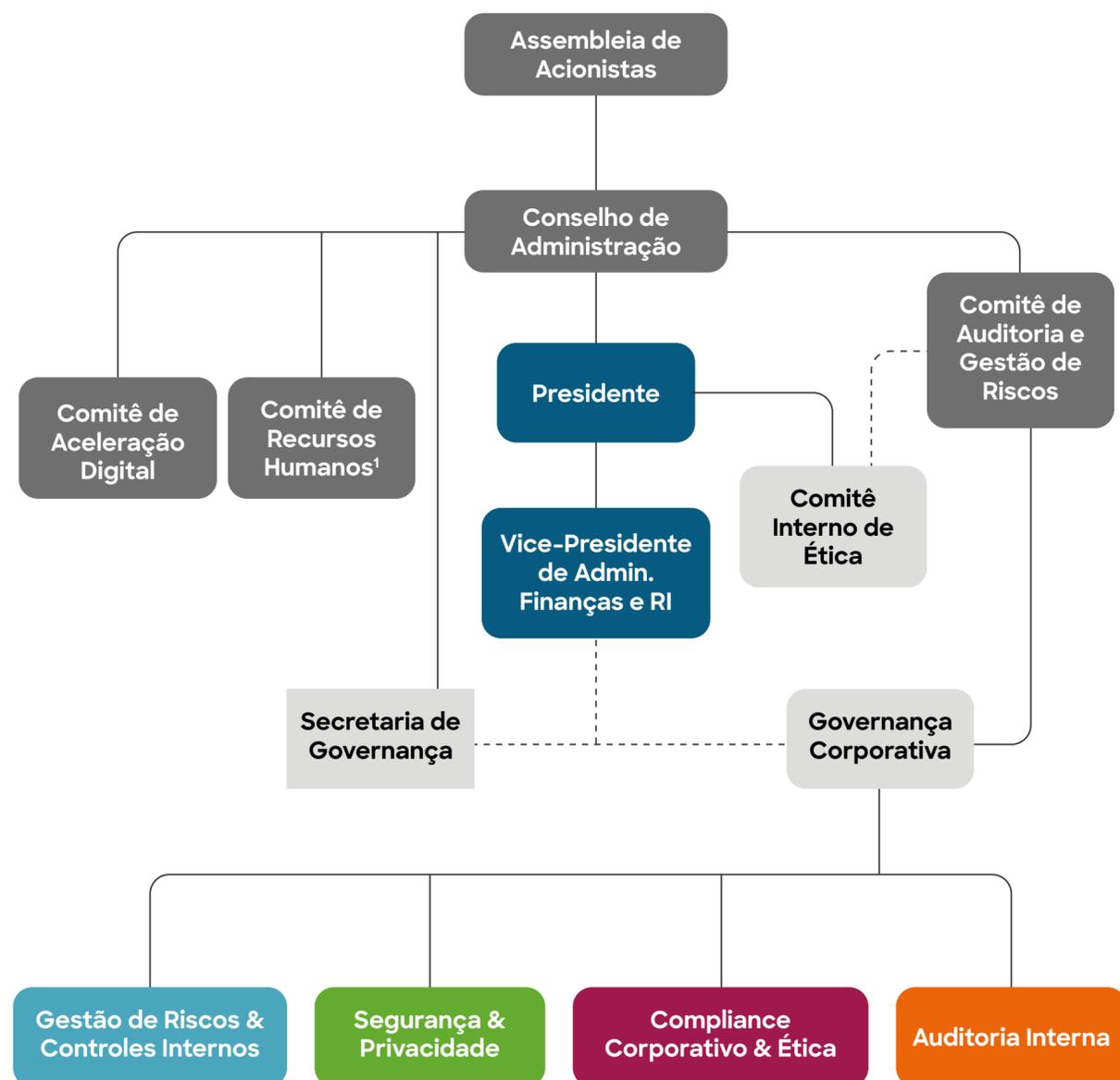
Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



1. O Comitê de Recursos Humanos foi oficializado em janeiro de 2021.

Destaques de Governança

- Autonomia para a gestão local
- Companhia no Novo Mercado
- 80% de membros independentes no Conselho de Administração
- Formação de comitês para aprimoramento da governança
- Fortalecimento dos processos e controles internos

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Chegou agora!

Formulado em 2020 e instalado em janeiro de 2021, o Comitê de Recursos Humanos tem o objetivo de auxiliar no recrutamento, remuneração, avaliação e planejamento sucessório de nossos líderes; e apoiar a Companhia com a implementação de uma cultura digital.

Em 2019, ao nos tornarmos uma Companhia de capital aberto, passamos a ser regulados pela Lei das Sociedades por Ações, além de regulamentações editadas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e B3 S.A, e optamos por aderir ao Regulamento do Novo Mercado, submetendo-nos, deste modo, às mais rígidas exigências de Governança Corporativa na legislação brasileira. Assim, nossa estrutura de governança passou por adaptações para se adequar a todas as novas exigências.

Nossa estrutura administrativa é constituída pelo Conselho de Administração, Diretoria-Executiva, Comitê de Auditoria e de Gestão de Riscos, e Comitê de Aceleração Digital. Em janeiro de 2021, foi criado o Comitê de Recursos Humanos. [102-18](#)

Nossa estrutura de Governança Corporativa se reporta ao Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos e está organizada em quatro pilares, com a adequada independência e segregação das funções. São eles: Gestão de Riscos & Controles Internos; Segurança & Privacidade; Compliance Corporativo & Ética; e Auditoria Interna.

Nosso Conselho de Administração (CA), em 31 de dezembro de 2020, era composto por cinco membros, sendo **quatro deles conselheiros independentes**. Buscando as melhores práticas de Governança Corporativa, tivemos no ano a troca de dois integrantes, proporcionando mais independência ao CA, agora com 80% dos membros independentes. Adicionalmente, sentíamos falta de diversidade e por isso um dos novos membros é uma mulher, que além de aportar suas habilidades específicas e visão do negócio, também contribuirá com nosso compromisso de empoderamento das mulheres.



Conheça mais sobre os membros do conselho de administração, diretoria executiva e dos comitês aqui.

Comitês

- O Comitê de Auditoria & Gestão de Riscos é um órgão estatutário e assessora o Conselho de Administração na supervisão das demonstrações financeiras e de outras atividades.
- Criado em 2020, o Comitê de Aceleração Digital trouxe especialistas externos para apoiar o Conselho de Administração na aceleração de nossa agenda digital.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Conduta e Ética

Nossos administradores, conselheiros e associados são responsáveis pela criação de um ambiente de trabalho que incentive uma conduta ética, e os nossos gestores devem servir de exemplo em termos de comportamento ético. Nosso [Código de Ética](#), disponibilizado a todos os públicos de interesse, deve ser seguido por todos que atuam na C&A, e nossos parceiros comerciais devem respeitar os nossos padrões de ética e condições de fornecimento. Em 2020, o Código de Ética foi disponibilizado para todos os associados por meio de nossas plataformas on-line de treinamento, permitindo maior engajamento e familiaridade com o documento e as diretrizes nele estabelecidas.

Nossas diretrizes anticorrupção fazem parte do Código de Ética e nossos contratos dispõem de cláusulas anticorrupção. Nosso arcabouço de normas e procedimentos inclui a Política Corporativa de Prevenção e Combate à Fraude e Corrupção, publicada em fevereiro de 2019. Divulgado internamente para nossos associados, o documento tem a finalidade de estabelecer as diretrizes que reforçam o compromisso da C&A na cooperação com as iniciativas nacionais e internacionais de prevenção e combate à fraude, corrupção e outros atos ilícitos, em todas as suas formas. O documento está apoiado em outras políticas

e procedimentos corporativos que garantem a prevenção de fraude e corrupção dentro da Companhia, como os procedimentos operacionais de gestão de riscos e tratamento de denúncias e as políticas corporativas de Cadastro de Fornecedores e de Recrutamento e Seleção, entre outras. [103-2 e 103-3: Combate à Corrupção](#)

Como previsto em nosso Código de Ética, disponibilizamos um curso que aborda as questões anticorrupção na Academia da Moda, nossa plataforma on-line de treinamento. O curso integra a trilha institucional dentro de uma seção com conteúdos de integração. Os novos associados, em seu primeiro dia de trabalho na loja, são orientados para a realização e conclusão do curso. Pela plataforma, é possível gerar relatórios que permitem identificar quais associados realizaram ou não a formação.

Em 2020, 231 (1,61%) associados receberam capacitação em combate à corrupção. Dos associados capacitados, 3% são aprendizes, 20% pertencem ao cargo de gerência, 35% são supervisores e 42% são de cargos operacionais. [205-2](#)

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

**A C&A -
Muito On,
Muito Eu**

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas



As condutas esperadas de nossos associados e terceiros, no tema discriminação, também são abordadas em nosso Código de Ética. Em 2020, recebemos cinco demandas extrajudiciais e seis denúncias via Canal Aberto. Todos os casos foram tratados, sem identificação de procedência, mas com atuação de contato com o consumidor e o associado para melhor conforto da pessoa reclamante e treinamento dos associados da loja. Quando eventualmente os casos são procedentes, realizamos leitura e consequências em base a criticidade, reforço do Código de Ética, desligamentos sem justa causa de alguns gestores e associados, advertência verbal e por escrito. [103-2 e 103-3: Não Discriminação](#) | [406-1](#)

Gestão de Riscos [102-11](#) | [102-15](#)

Entendemos que o gerenciamento efetivo de riscos é um diferencial que traz confiança aos planos e às estratégias de negócios, e que a gestão dos riscos aos quais estamos expostos é uma ferramenta importante para priorizar esforços para mitigar a sua materialização, ainda mais com o ambiente de negócios cada vez mais competitivo, rigoroso, digital e regulado.

Nesse contexto, desde o nosso IPO, em outubro de 2019, estamos numa jornada de adequação da nossa Governança Corporativa, com a estruturação do pilar de Gestão de Riscos e Controles Internos, que é o nosso guardião da Política de Gerenciamento de Riscos, e buscará constantemente fortalecer esse processo na C&A.

Com o apoio de consultoria de renome internacional, estamos alinhando a nossa Política de Gerenciamento de Riscos às recomendações de normas de gestão de risco empresarial reconhecidas no mercado, como a ISO 31000:2009, com o objetivo de conhecer e responder adequadamente aos riscos aos quais estamos expostos. A nossa Diretoria-Executiva tem participado ativamente nesse processo e na atualização do nosso Mapa Geral de Riscos.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

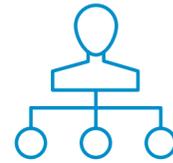
Em nosso escopo, consideramos riscos de natureza:



Estratégica: grupo de riscos que afetam nossos objetivos estratégicos, modelo de negócio, inteligência competitiva e governança, além de fatores externos e independentes de nossas ações;



Financeira: grupo de riscos relacionados à confiabilidade do balanço patrimonial e à exposição das operações financeiras;



Operacional: grupo de riscos relacionados à nossa infraestrutura (processos e pessoas), que afetam a eficiência operacional e a utilização efetiva e eficiente de recursos;



Tecnológica: grupo de riscos associados a sistemas aplicativos, ferramentas, tecnologias e informações/dados; e [103-2](#) e [103-3: Privacidade do cliente](#)



Regulamentar: grupo de riscos relacionados ao cumprimento de legislações, como trabalhista, cível e tributário/fiscal, ou que envolvem procedimentos relacionados a órgãos reguladores, como contábil, CVM, B3, entre outros.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Risco Socioambiental 102-11

Consideramos que o risco socioambiental é estratégico para nosso negócio e adotamos diversas iniciativas de gestão preventiva. Desde 2006, contamos com programa de monitoramento e gestão da rede de fornecedores, com o objetivo de coibir qualquer tipo de mão de obra irregular e buscar a melhoria contínua das condições de trabalho e das questões ambientais na rede

de fornecimento. Além disso, temos uma estratégia de sustentabilidade, estruturada em três grandes pilares de atuação: Produtos Sustentáveis, Rede de Fornecimento Sustentável e Vidas Sustentáveis (mais informações no capítulo Sustentabilidade). Contamos também com o Instituto C&A, que atua pelo fortalecimento de comunidades por meio da moda (mais informações no capítulo Comunidades).



Para saber mais sobre a governança corporativa da C&A, consulte nosso site de [Relações com os Investidores](#).

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

**A C&A -
Muito On,
Muito Eu**

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Estratégia e Operação

103-2 e 103-3: Impactos econômicos indiretos | 203-1



Fazemos a avaliação e o aprimoramento contínuo de nossas operações para atender às necessidades de nossa cliente e às tendências de mercado. Ao longo da última década, o avanço da experiência omnicanal impulsionou o lançamento de soluções digitais que alavancaram nossa grande rede de lojas físicas, criando uma experiência mais fácil, rápida e completa de compras e oferecendo mais conveniência e flexibilidade para nosso público.

Esses avanços estão alinhados à estratégia que estabelecemos em 2019 e que foi apresentada em nosso Initial Public Offering (IPO). As alavancas ali definidas, abertura e remodelação de lojas, *supply chain*, transformação digital e disponibilidade de crédito; continuaram guiando nossos passos ao longo de 2020, permitindo que pudéssemos manter o rumo mesmo diante das condições adversas existentes no ano. Esse direcionamento já existente foi um aspecto fundamental para diminuir nosso tempo de reação às limitações impostas pela pandemia, servindo de bússola e nos colocando à frente do mercado em crescimento de *e-commerce*.

Os investimentos em digitalização aceleraram as iniciativas que já vinham sendo desenvolvidas desde 2015 e que foram reforçadas em nosso IPO. As transformações radicais de 2020 tiveram impacto no *mindset* corporativo e no de nossos *stakeholders*, com a pandemia da Covid-19, alterando drasticamente as perspectivas socioeconômicas para o Brasil e as expectativas e comportamentos dos consumidores. As velozes e significativas evoluções realizadas no on-line em 2020 são agora embarcadas de forma consistente na integração com as lojas físicas. Dispomos de uma equipe de Privacidade de Dados responsável pelo mapeamento dos processos, pelo tratamento de dados pessoais, pelo atendimento às requisições dos titulares e por garantir que os processos estejam de acordo com as Leis e Regulamentos de Proteção de Dados e com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). [103-2](#) e [103-3: Privacidade do cliente](#)

Alavancas

-  Transformação digital
-  Modernização da cadeia de suprimentos
-  Expansão e formato de lojas
-  Aumento da oferta de crédito

Pilares de suporte

-  Uso de tecnologia e dados
-  Fomento de organização e cultura de mudança
-  Criação de *hub* de parcerias

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Destaque omnicanal em 2020

 **297% de crescimento** das vendas on-line



O aplicativo C&A se tornou o *hub* do ecossistema de marca



Número de usuários ativos mensais no *app* (MAU) passou de **0,56 milhão** em janeiro de 2020 para **3,4 milhões** em dezembro de 2020



229 sellers em nosso *marketplace*, Galeria C&A, ao fim de 2020

Transformação Digital

Valorizamos e entendemos como fundamental a integração e a complementaridade do on-line e do off-line. Em 2020, aceleramos nossa jornada omnicanal, criando a assinatura “C&A Muito On. Muito Eu”. Nossa cliente transformou sua experiência de compra e incorporou novos canais e pontos de contato em seu processo decisório, e continuamos nos desafiando a encontrar soluções omnicanais criativas e inovadoras. Investimos para que a experiência de compra seja mais fluida, rápida, natural e inteligente no oferecimento de sortimento.

Temos diferenciais que garantem nosso destaque nessa trajetória. A complementaridade entre o *e-commerce* e as lojas físicas permite à C&A capilaridade e ganhos importantes, inclusive logísticos, com aumento da oferta de sortimento para

nossas clientes. Esse potencial foi concretizado, por exemplo, na iniciativa Ship from Store, que transforma nossas lojas em minicentros de distribuição. Por outro lado, ações como o Corredor Infinito suprimem os limites das lojas, integrando a experiência da cliente de forma completa.

Nossos crescentes investimentos na estratégia omnicanal trouxeram a solidez necessária para que pudéssemos nos reinventar durante a pandemia de maneira acelerada, garantindo a transformação digital de forma robusta e significativa, o que resultou em um crescimento expressivo nas vendas on-line ao longo do ano. Encerramos o ano nos relacionando com nossa cliente por meio de múltiplos canais e com uma cultura digital interna em transformação, que vai da organização dos times ao processo de tomada de decisão.

Destaque do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Jornada integrada da cliente C&A nas plataformas on-line e off-line



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Desenvolvimento de Produtos

Aproveitamos o contexto de aceleração digital para transformar a forma como construímos coleções, identificamos e reagimos às necessidades da cliente e nos comunicamos com ELA. A criação de coleções no formato cápsula, já inaugurada em 2018 com a marca Mindse7, permitiu lançamentos de conteúdo de moda quinzenal e aceleração de coleções colaborativas. Em 2020, o desenvolvimento de coleções próprias, em cápsulas exclusivas web, em novas linhas de produto e também de parceiros de nosso *marketplace*, garantiu forte expansão do sortimento e disponibilidade no canal digital.

A cliente está no centro da tomada de decisão no desenvolvimento de produto. Conectamos as equipes de design e os analistas de dados para garantir uma leitura de performance mais rápida, e para dar mais velocidade de reação simplificando e digitalizando os processos de compra. Esse novo formato tem permitido que o conteúdo e comunicação das coleções estejam cada vez mais aderentes ao momento da cliente, estratégia essencial para a construção de coleção em um período de intensas mudanças de comportamento.

Por meio do uso de dados e da análise do comportamento da cliente no *e-commerce*, quantificamos as apostas em tendências de moda de forma mais analítica, aumentando a probabilidade de acerto e a agilidade na tomada de decisão logo nas primeiras horas de venda de um produto. Esse aspecto foi importante para formatar as ações de pré-venda de três coleções do Mindse7, que foram verificadas antes mesmo do recebimento dos produtos. O formato possibilita testar e ter mais assertividade no investimento dos produtos mais vendidos e reduzir apostas nos menos procurados. Além disso, realizamos, de forma pioneira, o desenvolvimento de duas coleções com clientes do nível “ama” do programa de relacionamento C&A&VC.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Tá bombando! 

Nosso *app* registrou alta de **512%**
no número de clientes cadastradas
no ano em comparação a 2019.

O número de usuários ativos mensais no
app passou de **0,56 milhão**
em janeiro para **3,4 milhões**
em dezembro de 2020.

e-Commerce Aplicativo C&A

Nosso aplicativo, *hub* de experiência de nossa cliente, foi o *app* de moda mais baixado do Brasil em 2020, com 12,4 milhões de instalações. A ferramenta já era parte de nossa estratégia, mas, com o período de distanciamento social, direcionamos todos os esforços para canalizar a atenção de nossa cliente para o aplicativo. No final de 2020, cerca de 60% das nossas clientes já usavam a interface em constante desenvolvimento para oferecer uma das melhores experiências no varejo de moda brasileiro.

Galeria C&A

O lançamento do Galeria C&A, que já contava com 229 *sellers* ativos em dezembro de 2020, fortaleceu nosso objetivo estratégico de ser uma plataforma de autoexpressão de moda. Primeira plataforma de *marketplace* entre as grandes varejistas omnicanais de moda no País, o Galeria C&A expandiu nosso portfólio para categorias complementares, como casa, brinquedos, joias, livros e *pet*. Além de *top* marcas do mercado brasileiro, o Galeria C&A faz a curadoria de novos parceiros que tenham identificação com nossa cliente.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem
do CEO

A C&A -
Muito On,
Muito Eu

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas

Omnicanalidade Ship from Store

Presente em 100% de nosso varejo físico, o Ship from Store é processo de atendimento pelo qual o estoque das lojas fica disponível para atender também aos pedidos realizados em algum canal virtual. Assim, as lojas físicas passam a atuar como CDs e as atividades de logística são otimizadas, reduzindo a necessidade de transporte e o prazo de entrega, além de disponibilizar o estoque de maneira integrada.

Clique & Retire

O serviço Clique & Retire permite que a cliente compre pela internet e retire em nossa loja física. Além de evitar o custo de frete, a iniciativa estimula a jornada omnicanal ao promover a integração entre as compras on-line e os produtos oferecidos no varejo físico. Os *lockers* do Clique & Retire ficam disponíveis em áreas próximas aos provadores, o que facilita a oferta de produtos e a realização de venda cruzada. Criado em 2016, o serviço foi ampliado em 2020, sendo oferecido em todas as lojas no final do ano, com retirada disponível em até três horas para a cliente.

Clique & Retire *Drive-thru*

Em razão da pandemia, o Clique & Retire passou a contar com serviço de entrega do produto no modelo *drive-thru* em 2020, durante o período de quarentena. A C&A foi pioneira na oferta deste serviço no varejo de moda brasileiro, com agilidade em sua implementação no período próximo ao Dia das Mães, o que destacou a rápida organização dos times de loja. Em apenas uma semana, 95 lojas já ofereciam o serviço. Presente em 256 lojas, o serviço foi oferecido de forma gratuita e permitiu entregas mais rápidas do que no formato tradicional via *e-commerce*.

Corredor Infinito

Esta modalidade aumenta o sortimento oferecido a nossa cliente, pois permite a consulta e a venda de produtos que não estão fisicamente na loja. O Corredor Infinito está disponível em todas as nossas lojas e seu uso vem crescendo, aumentando a participação das vendas nas lojas físicas.

Plataforma Digital de Calçados

Presente em nossa loja conceito no Shopping Iguatemi em São Paulo, esse formato inédito no varejo de moda amplia a integração dos estoques *on* e *off*, disponibilizando na loja parte do sortimento do *e-commerce* da categoria de calçados. Exibidos em um painel digital de três faces, os produtos podem ser adquiridos pela cliente por meio do QR code da peça, sendo retirados na loja ou enviados para sua residência.

Tá bombando! 

Expandido de forma acelerada em 2020, o Ship from Store chegou a representar mais de **43%** de nosso faturamento de *e-commerce* no ano, oferecendo experiências de compra mais rápidas e inteligentes.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

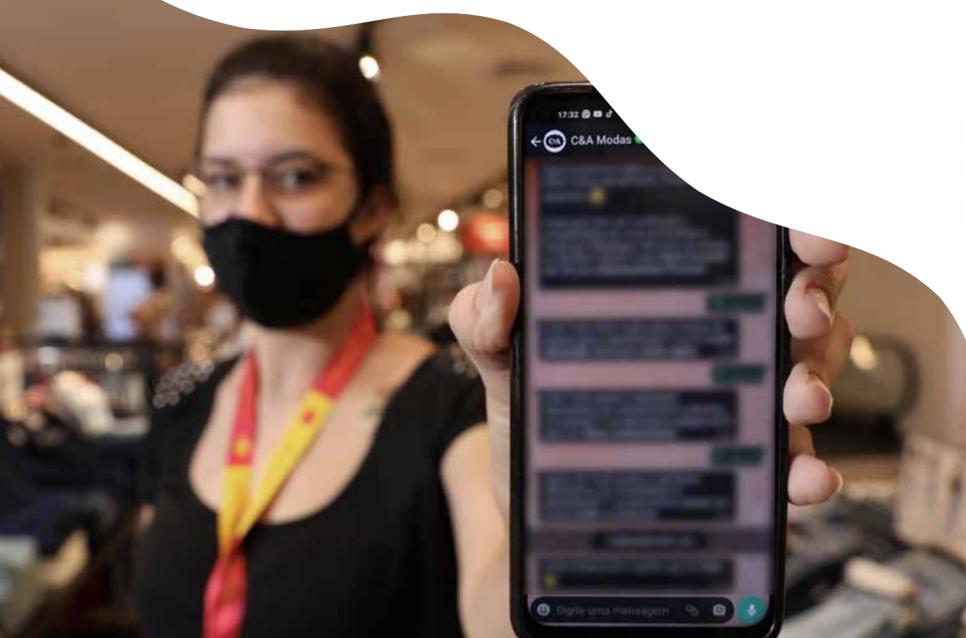
Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Atenção Personalizada Vendas por WhatsApp

Com o objetivo de oferecer o nosso calor humano também pelas ferramentas virtuais, iniciamos, em 2020, o atendimento ativo e receptivo de vendas pelo WhatsApp. Desenvolvido imediatamente como alternativa na pandemia, este se consolidou como um novo canal de vendas e relacionamento C&A, realizando mais de 615 mil atendimentos em dezembro de 2020. O atendimento receptivo é um canal exclusivo para as compras no *e-commerce*: a cliente pode tirar dúvidas, pedir ajuda para encontrar um produto e receber dicas de moda e explicações sobre as peças. No atendimento ativo, os associados fazem o contato com as clientes cadastradas em nosso programa de relacionamento, oferecendo produtos e dicas e colocando-se à disposição para ajudá-las no momento de compra. Criado em maio, no final de 2020 o serviço contava com aproximadamente 570 associados da C&A em todo o País e a conversão de vendas foi relevante.



Chegou agora!

O CONECTA C&A É UM PROGRAMA DE INOVAÇÃO ABERTA CRIADO EM PARCERIA COM A ENDEAVOR EM 2020. APRESENTAMOS NOSSOS DESAFIOS DE NEGÓCIOS, ATRAINDO SCALE-UPS QUE AUXILIAM NO DESENVOLVIMENTO DE FERRAMENTAS. NO ANO, SETE SCALE-UPS TROUXERAM SOLUÇÕES PARA DESAFIOS COMERCIAIS, OPERACIONAIS E DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS.

Assistente Virtual

Nossa nova integrante virtual, lançada em projeto-piloto em 2020, ajuda a recomendar looks completos, peças similares e tira dúvidas de produto. Com o uso de inteligência artificial, as informações tratadas com a assistente serão usadas no desenvolvimento de coleções, buscando atender às necessidades da consumidora. Nossa assistente virtual foi desenvolvida em parceria com a Catwalk, uma das *scale-ups* integrantes do Conecta C&A, primeiro programa de aceleração da Empresa, lançado no início de 2020 com a Endeavor. Inicialmente, o serviço foi executado em 2020 apenas para produtos da linha Mindse7.

Minha C&A

Mais que um serviço on-line, o Minha C&A é um novo modelo de negócio de venda direta, com consultoras selecionadas que oferecem curadoria de moda por meio de suas redes sociais, que funcionam como uma vitrine dos produtos, e de um espaço personalizado em nosso *e-commerce*. No final de 2020, cerca de 200 consultoras estavam cadastradas no programa, humanizando nosso atendimento e estreitando a relação com nossa marca. O Minha C&A amplifica nossa presença em vários pontos do País ao proporcionar mais proximidade com nossa cliente por meio de influenciadoras locais, que podem ajustar nossas ofertas criando *looks* adaptados às peculiaridades de cada região. Dessa forma, podemos ser muitas C&As e respeitar a diversidade cultural de nosso País.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem
do CEO

A C&A -
Muito On,
Muito Eu

**Estratégia e
Operação**

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas



Modernização da Cadeia de Suprimentos

Para ter toda essa agilidade e relevância no atendimento a nossa cliente, precisamos contar com uma cadeia de fornecimento conectada e ajustada para esses novos processos. No IPO, realizado no final de 2019, assumimos o compromisso de modernizar nosso *supply chain*, com fortalecimento do time e parceiros robustos, metodologia ágil e captura imediata de benefícios. Nosso objetivo é garantir uma operação eficiente, que ofereça velocidade de entrega e nível de serviço.

As operações em nossas lojas físicas são apoiadas por 4 CDs, 2 em São Paulo, um no Rio de Janeiro e um em Santa Catarina, com uma área total de mais de 110 mil metros quadrados. Nossa plataforma de comércio eletrônico também conta com uma operação logística dedicada em um dos CDs em São Paulo.

Malha e Distribuição

Em 2020, realizamos a otimização de nossa malha logística, avaliando estrutura, processos e transportes e obtendo redução de *lead time* e custos. Passamos a capturar maior eficiência em função da operação de importação e recebimento em Santa Catarina.

Já na frente de distribuição, continuamos aumentando a produtividade do *sorter* já instalado, que, adicionalmente à categoria jeans, serve também a outros produtos, contribuindo para aumento de vendas e eficiência de estoques. A entrada em operação do segundo *sorter* deve ocorrer no primeiro semestre de 2021, aumentando ainda mais o impacto positivo.

Adicionalmente, realizamos a compra de um terceiro *sorter*, cujo início de operação ocorrerá no segundo semestre. Com os três *sorters* operacionais até o fim de 2021, faremos a distribuição por *stock keeping units* (Skus), ou seja, por produto e não mais por pacote, da maior parte de nosso estoque, passo importante na alavanca de modernização do *supply* buscando o modelo de operação *push and pull*.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

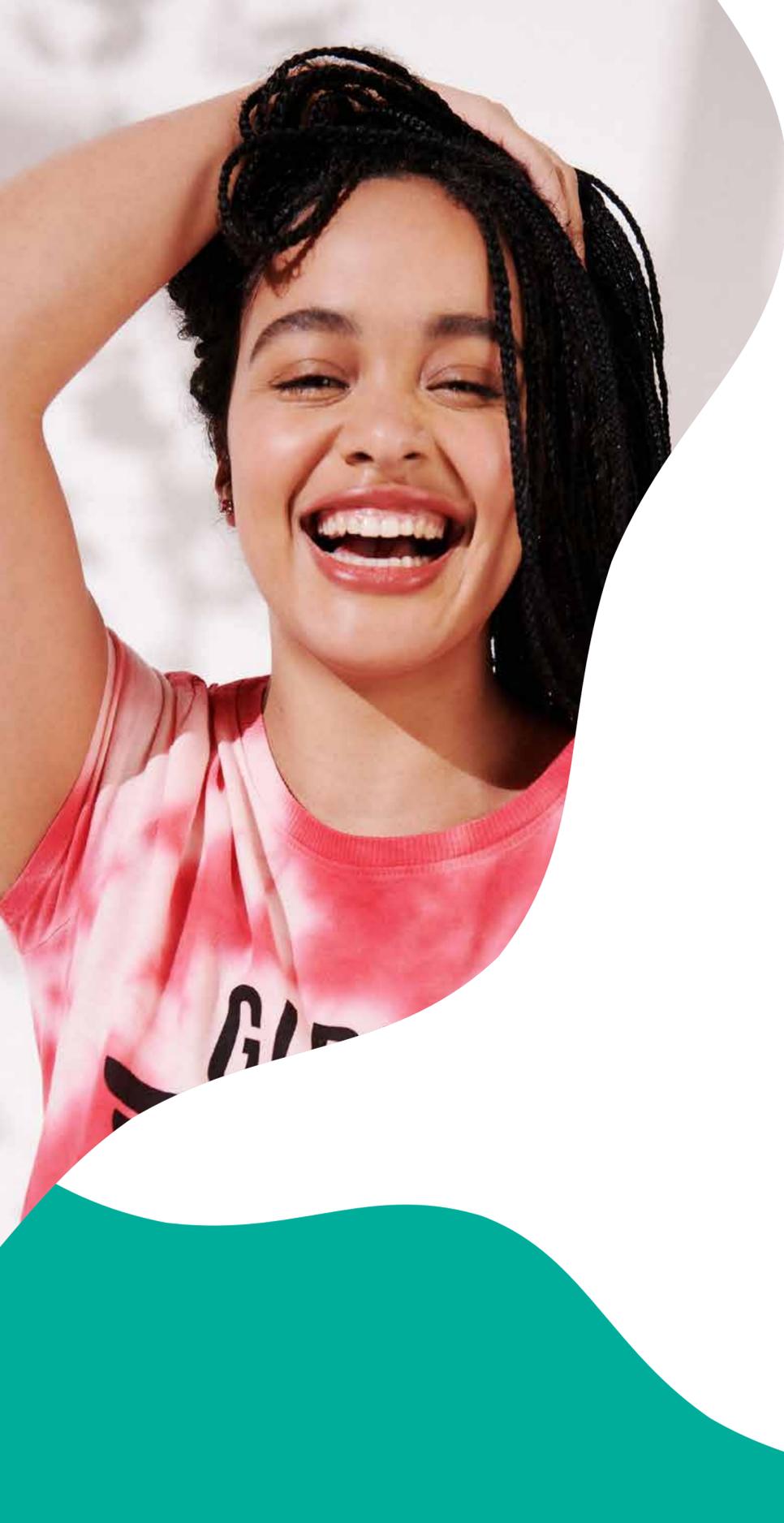
Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Operação Omnicanal

Implantamos uma nova matriz de transportes em loja com o objetivo de melhorar o prazo de entrega e reduzir custos. Nós já havíamos identificado risco com a alta exposição aos Correios como agente logístico. Com o anúncio da greve, em meados de agosto, antecipamos o projeto de implantação da nova matriz.

Depois de introduzir a nova matriz de transportes, a estabilização deste modelo começa a trazer seus benefícios: após termos triplicado o percentual de entregas em dois dias desde o início da pandemia, atualmente são várias as praças nas quais estamos operando com mais de 50% dos pedidos nesta modalidade. Fortalecemos escala, serviço e eficiência de nossa operação, multiplicando a capacidade de expedição de nosso CD-Web. Os ajustes no *layout* trouxeram ganhos de produtividade, aumentando a capacidade de atendimento de 10.000 pedidos/dia para 40.000 pedidos/dia.

Também neste pilar iniciamos o piloto das lojas *hub* para operação do Ship from Store. Após identificar as lojas com vocação para serem *hubs* regionais, iniciamos a operação em três delas para aumentar a eficiência operacional e a capacidade de expedição e fechamos o ano com 14 lojas em operação. O impacto na capacidade de processamento destas lojas é relevante e em alguns casos pode chegar a 1.000 pedidos por dia. O plano para 2021

nesta frente, além de evoluir ainda mais no aperfeiçoamento da nova matriz de transporte e na implantação das outras lojas *hub* para o Ship from Store, é automatizar CDs, com foco dedicado ao *e-commerce*. A expectativa é ganhar eficiência na separação dos pedidos e na melhoria dos processos, reduzindo possíveis erros.

Tecnologia

Estamos acelerando a modernização tecnológica do *supply chain*. O avanço no projeto de implantação de identificação por radiofrequência (RFID) permitiu atingir maior acuracidade nos estoques, equiparando a níveis de referência nesse escopo, bem como aumentar as vendas omnicanal pela capacidade de venda até a última peça. Por meio de uma etiqueta eletrônica, acessível por ondas eletromagnéticas, cada item passa a ter uma identidade única, possibilitando a identificação constante de discrepâncias em quantidades de cada produto, permitindo assim uma gestão mais eficiente de todo o nosso estoque.

Também aceleramos a adoção de *machine learning* em nossa distribuição, cobrindo 70% das vendas com essa ferramenta. Por fim, foi definida a substituição do sistema legado WMS por um sistema líder de mercado que dará suporte à arquitetura futura da C&A Fashion Tech que estamos construindo.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Expansão e Formato de Lojas 102-10

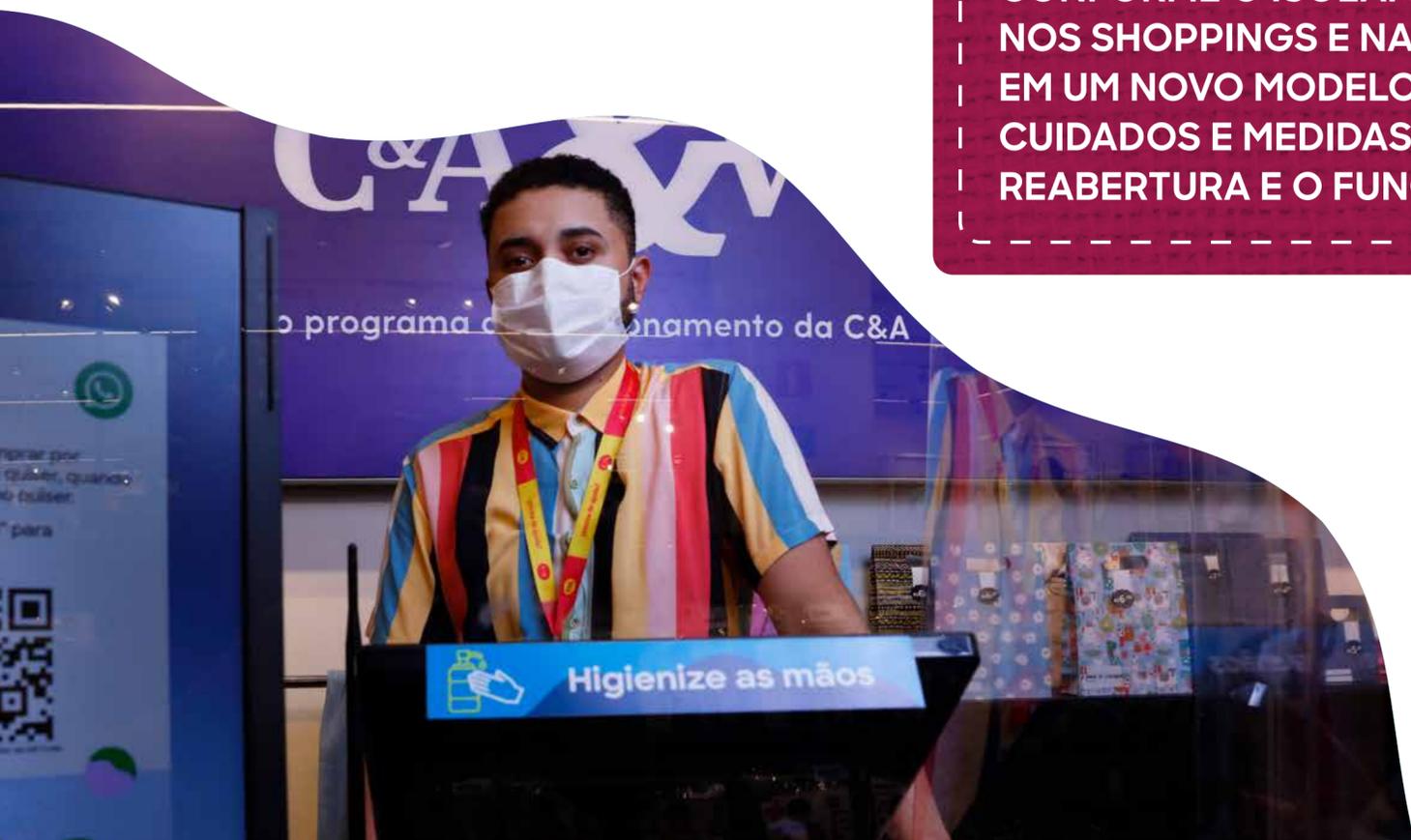
O varejo físico de moda foi um dos setores mais afetados pela pandemia. No dia 22 de março, fechamos todas as nossas lojas no Brasil, iniciamos a reabertura gradual em abril de 2020 e só reativamos todo o varejo físico no final de agosto, ainda com horários reduzidos. Essa mudança na dinâmica de negócios nos levou a realocar investimentos inicialmente previstos para as lojas físicas para atender às necessidades do *e-commerce*. As mudanças ocorridas no comportamento da consumidora trouxeram também a discussão sobre o formato de nosso varejo físico, principalmente diante da evolução das iniciativas omnicanais.

Assim, a pandemia acabou por impactar os objetivos de curto prazo da alavanca de novas lojas, diminuindo o ritmo de aberturas no ano. Por outro lado, foi possível rever o planejamento original em função do impacto do fechamento dos shoppings e das oportunidades que identificamos como efeito da pandemia, como a possibilidade de espaço em shoppings nos quais gostaríamos de estar presentes ou localização mais privilegiada da loja em empreendimentos já negociados.

Iniciativas desenvolvidas no ano inauguraram novos modelos de varejo físico em nossa estrutura, bem como serviços diferenciados nas lojas já existentes. Essas novidades atenderam à mudança do comportamento da cliente na jornada no mundo físico. No segundo semestre de 2020, com a reabertura gradual do varejo, a visita à loja era objetiva, rápida e focada em itens já definidos. Neste cenário, a venda se tornou resultante de um fluxo menor do que no ano anterior, mas com uma taxa de conversão mais elevada.

Estamos aqui pra você

CONFORME O ISOLAMENTO FOI SENDO FLEXIBILIZADO, O MOVIMENTO NOS SHOPPINGS E NAS RUAS FOI GRADUALMENTE AUMENTANDO. EM UM NOVO MODELO OPERACIONAL, ADOTAMOS TODOS OS CUIDADOS E MEDIDAS DE SEGURANÇA NECESSÁRIOS PARA A REABERTURA E O FUNCIONAMENTO.



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Centros de Experiências para a Cliente

Ao todo, inauguramos **10 novas lojas** em 2020.

O objetivo é voltar ao plano de expansão do IPO. Com nosso direcionamento omnicanal, as novas lojas abrem oportunidades regionais, com o potencial de serem transformadas em *hubs* de distribuição nas localidades próximas.



Além disso, mais do que apenas lojas no formato tradicional já conhecido, nossas unidades se transformam em centros de experiências para a cliente, que, por meio das instalações físicas, têm também contato com todo o sortimento e diversidade de produtos que oferecemos on-line, bem como acesso a serviços financeiros e facilidades, como o Movimento ReCiclo, alternativa para o descarte adequado de roupas. Esse conjunto de experiências aumenta a possibilidade de vendas e permite uma relação mais aprofundada com nosso público.

Finalizamos o ano de 2020 com **295 lojas**,

sendo 10 delas novas unidades e 30 reformadas no ano para o modelo Customer Value Proposition (CVP), que fornece uma melhor experiência de compra, com a reconfiguração de equipamentos de exibição de produtos e do percurso da cliente. Também fizemos a ampliação de duas lojas e inauguramos duas ministores. Duas lojas (Shopping Villa Lobos e Shopping Iguatemi Ribeirão Preto) foram fechadas no ano passado.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Novas Lojas

- ✓ GOLDEN SHOPPING CALHAU - SÃO LUÍS/MA
- ✓ PARTAGE SHOPPING MOSSORÓ - MOSSORÓ/RN
- ✓ PARQUE SHOPPING DA BAHIA - LAURO DE FREITAS/BA
- ✓ SHOPPING CENTER LAPA - SALVADOR/BA
- ✓ ÁGUAS CLARAS SHOPPING - BRASÍLIA/DF

- ✓ SHOPPING ANÁLIA FRANCO - SÃO PAULO/SP
- ✓ PLAZA SHOPPING CARAPICUÍBA - CARAPICUÍBA/SP
- ✓ GOLDEN SQUARE SHOPPING - SÃO BERNARDO DO CAMPO/SP
- ✓ NAÇÕES SHOPPING - CRICIÚMA/SC
- ✓ PARTAGE SHOPPING RIO GRANDE - RIO GRANDE/RS



Ministores

Em 2020, aumentamos nossa presença em locais estratégicos com grande circulação de pessoas, apostando em um novo formato de venda: as *ministores*. Localizadas no terminal de ônibus do Tatuapé e no metrô São Bento, na cidade de São Paulo, as *ministores* seguem o modelo dos quiosques de licenciados e aproximam ainda mais a relação com nossas clientes.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Oferta de Serviços Financeiros

A operação de produtos e serviços financeiros da C&A é oriunda de uma parceria com a Bradescard. Além dos cartões da loja e bandeirados, oferecemos saque parcelado no Cartão C&A; seguro perda e roubo e seguro odontológico; parcelamento com juros (planos mais alongados); e recebimento de contas (concessionárias, boletos, etc.) preferencialmente nos cartões C&A.

Nosso time dedicado à operação de produtos e serviços financeiros soma 1.800 associados e está presente em 100% de nossas lojas. O processo de vendas é fluido e está inserido na jornada da cliente, sendo oferecido com praticidade e impressão imediata do cartão, com benefícios exclusivos.

A aceleração dos serviços digitais presente em 2020 chegou também a nossos serviços financeiros. As informações para as clientes sobre seus cartões passaram a ser disponibilizadas também no *site* e no aplicativo da C&A, o que proporciona mais comodidade e facilidade no acompanhamento de suas compras por meio da integração dos serviços.

Iniciamos também a implementação de iniciativas e ofertas voltadas às clientes do Cartão C&A.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Pessoas





Entendemos que nosso negócio depende das pessoas, de suas necessidades e do calor humano empregado desde o atendimento até a comunicação com nossa cliente. Ao longo de nossas mais de quatro décadas no Brasil, já aprendemos muito nas diferentes geografias em que atuamos, e enfrentamos muitos desafios, sempre com a alegria que faz parte do nosso DNA. Em 2020, a pandemia nos trouxe novas e radicais experiências, que reforçaram nossa convicção de que as pessoas devem sempre estar em primeiro lugar.

Mesmo distantes, continuamos juntos ao longo do ano, por meio da tecnologia e de novas dinâmicas que mudaram de forma indelével nossa forma de nos relacionarmos interna e externamente. No início da pandemia, adotamos um plano de contingenciamento, conduzido por um comitê de crise que, desde o início, acompanhou de perto o tema e implementou uma série de medidas preventivas em toda a operação da Companhia para garantir a segurança dos seus associados, clientes e parceiros em linha com as determinações das autoridades e órgãos de saúde do País.

Estamos aqui pra você

NA RETOMADA DAS OPERAÇÕES, MANTIVEMOS CUIDADO E SEGURANÇA. O NOVO MODELO OPERACIONAL INCLUIU: REFORÇO NA HIGIENIZAÇÃO DE TODOS OS AMBIENTES; DISPONIBILIZAÇÃO DE ÁLCOOL EM GEL PARA ASSOCIADOS E CLIENTES; QUADRO DE ASSOCIADOS REDUZIDO E REVISÃO DE TURNOS; DISTANCIAMENTO NOS PROVADORES E NOS CAIXAS; USO DE MÁSCARAS DE PROTEÇÃO; AFERIÇÃO DIÁRIA DE TEMPERATURA DOS ASSOCIADOS; E AFASTAMENTO DAQUELES PERTENCENTES AO GRUPO DE RISCO.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Nossa Cliente

Nosso público-alvo é composto principalmente por mulheres jovens que buscam um estilo inovador e divertido na moda. Acreditamos que as mulheres são responsáveis pela maior parte das compras de vestuário no Brasil (para si mesmas, seus parentes ou como presente para outros). Projetamos nossas coleções para fornecer moda atual e de qualidade com boa relação de custo-benefício.

Nossas decisões estratégicas estão cada vez mais pautadas na observação de nossa cliente. Para capturar de forma mais fidedigna seus comentários, iniciamos um projeto para troca do parceiro que nos auxilia na medição do NPS (Net Promoter Score) – metodologia para captar a satisfação do consumidor com a marca, trazendo mais conteúdo nos comentários e capturando a jornada omnicanal da cliente. Por esta razão, não mensuramos o indicador no ano. Ao longo de 2020, amplificamos nossa escuta estratégica

para detectar sua reação às mudanças ocorridas durante a pandemia. Muitas mulheres perderam renda, outras tiveram de gerenciar os filhos fora da escola. Identificar a dimensão humana de nossa cliente é um movimento fundamental para desenvolver e ofertar nossos produtos. Imediatamente, tomamos a decisão de suspender as campanhas comerciais e lançamos a plataforma C&A em Casa, inspirada no momento que nosso público estava vivendo.

Abrimos as nossas redes para que outras mulheres assumissem e oferecessem conteúdo de relevância para aquelas que estavam em casa. O conteúdo difundido foi de dicas financeiras, material para divertir as crianças, organização da casa, foco em saúde física e mental. As pessoas que produziam os conteúdos eram também profissionais liberais, clientes da C&A. Este foi um exemplo de como observamos a realidade e atuamos em sintonia com nossa cliente.

C&A&VC

O C&A&VC, nosso programa de relacionamento que somava mais de 14 milhões de clientes cadastradas em dezembro de 2020, também nos dá importantes *insights* sobre o comportamento de nosso público. O programa reconhece e fideliza as clientes que realizam mais compras na C&A.

O ano foi desafiador para o C&A&VC porque, até então, as lojas físicas eram um ponto de contato muito importante para cadastro e relacionamento. Apesar da diminuição do contato presencial, seguimos avançando com vendas que cresciam acima da média nos demais canais – o público do programa foi o que mais se aproximou da C&A no ano de pandemia e no acumulado do ano **representou 56% do faturamento da C&A.**

Esta plataforma abre um leque de opções de interatividade com a cliente a partir da omnicanalidade. Em 2020, foram realizadas campanhas que ofereciam, via aplicativo, benefícios a serem buscados nas lojas físicas. Dessa forma, a base de clientes pôde ser analisada em seus hábitos e preferências, o que serviu de base para o desenvolvimento de ações, e se estabeleceu um canal de estímulo à venda cruzada e melhor aproveitamento omnicanal. Uma novidade importante foi começarmos a comunicação, em 2020, com essas clientes via WhatsApp.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Comunicação e Marketing

Algumas ações de comunicação e *marketing* se destacaram em 2020. A entrada da C&A no Big Brother Brasil foi um dos principais vetores no ano para a extraordinária ampliação do uso de nosso aplicativo, que era o foco de nossa participação no programa televisivo.

Nosso provador virtual também foi estratégia fundamental depois de intensificarmos a experiência on-line de nossa cliente. O principal receio das brasileiras é não saber como cada peça veste, ou qual o caimento do tecido. Assim, em parceria com YouTube, criamos o projeto Eu Experimento pra Você, que transformou a plataforma em um provador da C&A. *Youtubers*

dos mais diversos corpos e estilos, do PP ao GG, foram convidadas a experimentar roupas de nossa marca com o objetivo de mostrar os detalhes de cada peça. Nosso canal é o maior de marcas de moda do YouTube no Brasil.

Para incrementar nossa presença on-line, além de outras iniciativas de *collabs*, apostamos na colaboração com marcas nativas digitais. Para criar nossa coleção de moda praia do verão 2021, convidamos seis grifes de destaque no ambiente digital, que desenvolveram opções para os segmentos feminino, masculino e infantil, unindo a essência de cada marca com nosso tom festivo.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Conformidade

A C&A cumpre a legislação e procura trabalhar com fornecedores para que atendam o padrão definido pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) sobre rotulagem. De acordo com plano amostral, 100% dos pedidos definidos são inspecionados e conferimos os dizeres da etiqueta, assim como a composição do produto, sendo um item passível de reprovação do lote. Também orientamos que produtos que dependem de certificação governamental não devem ser comercializados sem as devidas autorizações dos órgãos competentes. Isso demonstra nossa preocupação com a saúde e segurança das clientes e com nossa reputação.

[103-2 e 103-3: Marketing e rotulagem](#)

Em 2020, tivemos um caso de não conformidade em etiquetas que resultou em multa e sete casos que resultaram em advertência (notificação sem multa). Registramos também dez casos de não conformidade em relação à comunicação de *marketing* que resultaram em penalidade financeira. [417-2](#) | [417-3](#)

Segurança nos Produtos Infantis

[103-2 e 103-3: Saúde e segurança do cliente](#)

Temos o compromisso de assegurar que nenhum produto infantil comercializado pela C&A possa vir a causar nenhum acidente em nossas clientes.

Em 2020, mantivemos voluntariamente o programa de Segurança Mecânica nos Produtos Infantis. As exigências do nosso manual garantem o uso seguro de componentes como cordão, zíper, lantejola, *glitter*, botão, entre outros. Todas as regras são observadas ao longo do processo, desde o desenvolvimento do produto até a chegada ao ponto de venda. Esse manual é amplamente difundido entre os nossos associados envolvidos no desenvolvimento, negociação e controle de qualidade de produtos infantis, entre todos os nossos fornecedores por meio de treinamentos presenciais, on-line e no Portal C&A.

Embora não seja obrigatória no Brasil, seguimos a norma europeia aplicada pela C&A em todas suas operações na Europa. Dessa forma, garantimos o mais alto padrão para segurança mecânica dos produtos infantis.

A garantia desse processo se dá em duas etapas: análise visual e testes de laboratório na amostra de controle pelo Controle de Qualidade; e análise visual e testes de laboratório nos pedidos antes do envio para a loja. Todo o esforço da C&A Brasil em seguir as regras de segurança mecânica não só em roupas, mas também em calçados e acessórios, é voluntário.

Em 2020, 97,4% dos produtos infantis (nacionais e importados) foram avaliados em quesitos de saúde e segurança por nossa área de Controle de Qualidade, sendo que 100% de nossos produtos nacionais passaram por essa avaliação. Identificamos 132 casos de não conformidade de segurança mecânica entre os produtos apresentados por nossos fornecedores. Não houve devolução por segurança química, mas os pedidos que apresentaram risco foram devolvidos por segurança mecânica do produto infantil. 25,2% do volume recebido de produtos nacionais é da divisão infantil. [416-1](#) | [416-2](#) | [417-1](#)

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Nossos Associados

Consideramos que nossa política de gestão de pessoas é parte integrante de nossa estratégia empresarial, que visa ter as melhores pessoas nos lugares certos. Temos como base um modelo de competências, por meio do qual, anualmente, avaliamos todos os times, buscando o desenvolvimento destas habilidades e o constante desafio ao desempenho e, conseqüente, nossa alta *performance* nos negócios.

Em 2020, o cuidado com nossos associados foi ainda mais fundamental diante da emergência sanitária, o que reafirmou nossos valores éticos em relação às pessoas. Iniciamos o monitoramento e as medidas contra a Covid-19 desde o mês de janeiro, em razão da nossa relação de fornecimento com a China e as viagens de nossa área comercial. Em fevereiro montamos um Comitê de Contingência para a gestão de pessoas, que fez o acompanhamento de todos os casos de suspeita e confirmação de contágio, realizando informes periódicos para a Alta Liderança, com número de casos, curva de tendência e internações.

Estamos aqui pra você

ACOMPANHAMOS TODOS OS ASSOCIADOS COM SUSPEITA DE COVID-19. EM CASOS DE TESTES POSITIVOS, ALÉM DO MONITORAMENTO DE SAÚDE, UMA ASSISTENTE SOCIAL ACOMPANHA OS ASSOCIADOS E SUAS FAMÍLIAS, DANDO SUPORTE PARA O ENFRENTAMENTO DA DOENÇA. EM 2020, NÃO PERDEMOS NENHUM ASSOCIADO PARA A COVID-19.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Pessoas em Primeiro Lugar

No dia 22 de março fechamos todas as nossas lojas. Rapidamente preparamos nossa estrutura de *home office* para o Escritório Central, afastamos os associados de loja que estivessem nos grupos de risco e suspendemos eventos e viagens. Essas medidas, em maior ou menor grau, se estenderam ao longo de todo o ano.

Com a reabertura gradual das lojas, realizada entre abril e agosto, investimos nos cuidados sanitários e no distanciamento físico em todos os ambientes. Fizemos um manual com as instruções para o período, com informações sobre riscos de contaminação e protocolos. Para retorno das atividades, os associados fizeram leitura e assinatura do manual e termo de compromisso, preenchimento de questionário de saúde, além de seguir medidas como uso de máscara, distanciamento, álcool gel e sinalização, com fiscalização dessas medidas.

Nosso método ágil, com a formação de *squads*, além de um conceito de metodologia de trabalho, também é percebido fisicamente no Escritório Central (EC), localizado em Alphaville. Durante o período agudo do início da pandemia, fizemos mudanças na estrutura física do EC: fim de locais fixos por áreas, o que faz com que cada associado que vá ao EC possa selecionar o local onde ficará; diversas sinalizações e adaptações em todos ambientes para evitar o contágio; implementação do

sistema de reserva de mesas e *check-in* feito via aplicativo; *lockers* espalhados pelos andares para que os associados guardem, durante o dia de expediente, seus pertences em um local seguro e higiênico; e troca da empresa parceira no refeitório.

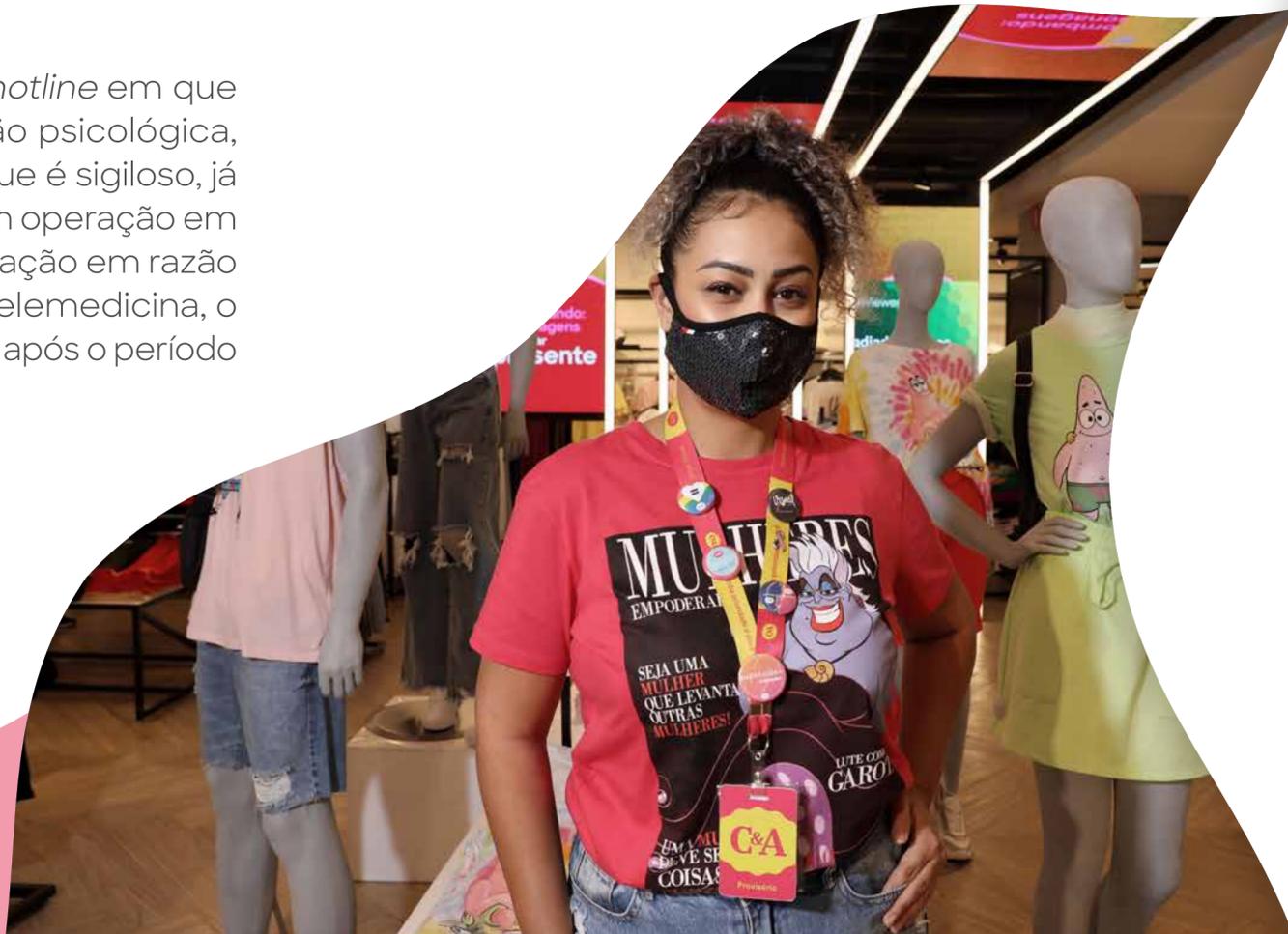
Saúde Mental e Emocional 401-2

Consideramos a saúde como um fator fundamental para o bem-estar e o consequente bom desempenho de nossas equipes. Reagimos rapidamente na busca de apoio para nossos associados. Em um momento em que quase não havia testes e que o atendimento ainda era precário, implantamos rapidamente a telemedicina e fizemos acordos com nossos planos de saúde.

Criamos o Programa Amigo, *hotline* em que o associado recebe orientação psicológica, jurídica e financeira. O canal, que é sigiloso, já estava mapeado para entrar em operação em 2020 e aceleramos sua implantação em razão da pandemia. Assim como a telemedicina, o programa será mantido mesmo após o período

de emergência sanitária. Disponibilizamos ainda, durante o ano, um programa de *mindfulness* e terapia.

Cuidar dos aspectos emocionais das pessoas é uma preocupação que se intensificou durante a pandemia e seguirá sendo prioridade. O trabalho representa um lugar social na vida das pessoas e o fechamento das lojas ocasionou um impacto emocional. O medo estava presente e, para amenizá-lo, mantivemos contato frequente com as lideranças, por meio da figura do *business partner* de RH que acompanhava os times. Os líderes também foram orientados a manter proximidade e uma escuta ativa com seus times.



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Emprego e Remuneração

Uma de nossas grandes preocupações, no primeiro momento de instabilidade da pandemia, era o risco de ter que desempregar pessoas, o que nos fez signatários do movimento **#NãoDemita**, no qual as empresas participantes firmaram o compromisso de não demitir nenhum funcionário até 31 de maio de 2020. Com isso possibilitamos, além do apoio econômico, um tempo de estabilidade para que as pessoas se adaptassem à nova realidade.

Estamos aqui pra você

A PARTIR DA LEGISLAÇÃO FEDERAL, USAMOS O RECURSO DE SUSPENSÃO DE CONTRATOS APÓS O PERÍODO INICIAL DA PANDEMIA, NO QUAL NÃO REALIZAMOS DEMISSÕES. NAS SUSPENSÕES, NOS CASOS EM QUE A PARCELA PAGA PELO GOVERNO ERA MENOR AO QUE O ASSOCIADO ESTAVA ACOSTUMADO A RECEBER, FIZEMOS COMPLEMENTO FINANCEIRO PARA QUE FOSSE GARANTIDO O VALOR DA REMUNERAÇÃO LÍQUIDA DE NOSSOS ASSOCIADOS.

Próximo Mesmo Longe

Em todos os níveis da Empresa, mantivemos o contato frequente, e a orientação para as lideranças era de que permanecessem perto das pessoas, mantendo a comunicação fluida e próxima.

A ferramenta Pulses, instituída a partir de parceria do Conecta C&A (veja mais informações no capítulo Transformação Digital), foi utilizada durante todo o ano, desde o início da pandemia, para medir como as pessoas se sentiam em relação ao retorno às atividades presenciais. Por meio dela, mudamos nossa forma de mensurar os indicadores de clima e engajamento, com a escuta ativa durante a jornada do associado. A ferramenta permite mensurar a opinião dos associados de forma rápida e flexível, com autonomia e protagonismo para a liderança. Em 2020, 2.970 associados utilizaram a ferramenta, representando em torno de 30% de adesão.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Perfil dos Associados 102-8

Norte

Contrato Temporário

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|------|------|------|
| MULHERES | 25 | 32 | 33 |
| HOMENS | 33 | 21 | 23 |

Contrato Permanente

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|------|------|------|
| MULHERES | 588 | 650 | 602 |
| HOMENS | 364 | 391 | 350 |

Centro-Oeste

Contrato Temporário

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|------|------|------|
| MULHERES | 28 | 32 | 26 |
| HOMENS | 19 | 14 | 5 |

Contrato Permanente

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|------|------|------|
| MULHERES | 519 | 496 | 477 |
| HOMENS | 221 | 243 | 219 |

Nordeste

Contrato Temporário

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|------|------|------|
| MULHERES | 114 | 152 | 130 |
| HOMENS | 73 | 50 | 43 |

Contrato Permanente

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|-------|-------|-------|
| MULHERES | 2.219 | 2.356 | 2.214 |
| HOMENS | 997 | 1.109 | 1.027 |

Sudeste

Contrato Temporário

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|------|------|------|
| MULHERES | 377 | 364 | 285 |
| HOMENS | 163 | 108 | 86 |

Contrato Permanente

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|-------|-------|-------|
| MULHERES | 5.393 | 5.537 | 5.328 |
| HOMENS | 2.839 | 2.869 | 2.593 |

Sul

Contrato Temporário

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|------|------|------|
| MULHERES | 35 | 39 | 30 |
| HOMENS | 15 | 16 | 15 |

Contrato Permanente

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|------|------|------|
| MULHERES | 524 | 584 | 577 |
| HOMENS | 264 | 300 | 287 |

Número total de associados de **tempo integral**

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|-------|-------|-------|
| MULHERES | 9.197 | 9.582 | 9.142 |
| HOMENS | 4.686 | 4.899 | 4.466 |

Número total de associados de **período parcial**

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|------|------|------|
| MULHERES | 625 | 660 | 560 |
| HOMENS | 302 | 222 | 182 |

Número total de associados

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------|--------------|---------------|--------------|
| MULHERES | 9.822 | 10.242 | 9.702 |
| HOMENS | 4.988 | 5.121 | 4.648 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

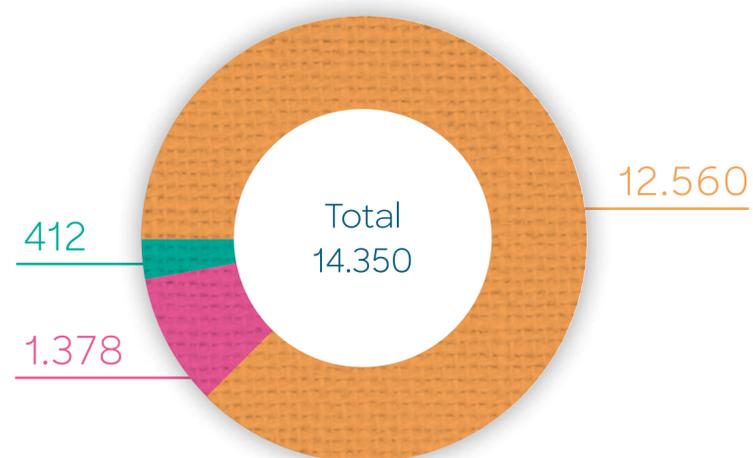
Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

NÚMERO TOTAL DE ASSOCIADOS POR ESCRITÓRIO CENTRAL, CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO E LOJAS



- Número total de associados de Lojas
- Número total de associados Centros de Distribuição
- Número total de associados o Escritório Central

Foram excluídos dos dados associados afastados acima de 150 dias e desligados.

A contratação de terceiros é realizada conforme o planejamento de operações, mediante necessidades apresentadas em datas comemorativas e estratégia de eventos, para garantir o funcionamento das lojas em momentos de alta demanda. As contratações são operacionalizadas por meio de agências parceiras, para distribuição de vagas, alinhamento de perfil, realização de recrutamento e seleção, controle de prazos estipulados e apoio às lojas para garantir a execução conforme regras estipuladas para o processo. [103-2](#) e [103-3: Emprego](#)

TRABALHADORES TERCEIRIZADOS

2019 - Total: 9.226

2020 - Total: 7.968

MULHERES 6.685

MULHERES 5.341

HOMENS 2.541

HOMENS 2.627

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Inovação e Tecnologia

A forma como organizamos nossas equipes já vinha em transformação com a adoção da metodologia ágil, que foi intensificada diante dos desafios de 2020. A estratégia omnicanal possibilitou maior integração e conexão entre as pessoas de diferentes áreas. Organizamo-nos por *squads*, times multifuncionais que acompanham a jornada da cliente no mundo digital. Fomos treinados por parceiros externos para aprimorar o processo e essa metodologia tem proporcionado uma nova forma menos hierárquica de organização interna, com grupos definidos de acordo com os desafios de negócios.

A digitalização dos canais de venda trouxe a necessidade de contratar pessoas com competências diversas, tanto para as lojas quanto para nosso Escritório Central. O nível de transformação necessário para o momento foi muito alto, o que também incrementou a necessidade de colaboração. Para isso, nos modernizamos reunindo conhecimento interno, apoio de *startups* e metodologias mais atuais de treinamento, avaliação de desempenho, engajamento, clima e recrutamento e seleção. Mais do que ferramentas, incrementamos um novo conceito de como trabalhar a jornada de nossos associados.

Nosso Ciclo de Gestão contou com uma nova plataforma intuitiva com funções que auxiliam a organização de tarefas e o alinhamento de prioridades, facilitamos o desenvolvimento genuíno de nossas pessoas, com *feedback* 360° contínuo e confidencial. Estimulamos também o fortalecimento das relações com o método One-on-One, reuniões periódicas e informais entre líder e apenas um liderado por vez.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Atração e Retenção

Temos estratégias para atrair e reter talentos e estamos atentos ao alto *turnover* que é característico de nosso setor. Com o objetivo de buscar talentos na estratégia *fashion tech*, temos trabalhado essa imagem publicamente, divulgando nossos processos de inovação e gerando curiosidade no mercado. No período de distanciamento social, ferramentas com o LinkedIn passaram a ter ainda mais relevância na atração de colaboradores, assim como a intensificação de entrevistas on-line, facilitando e agilizando processos. Praticamos soluções de remuneração e benefícios, recompensas e carreira, construindo uma proposta de valor para os associados que contemple aspectos monetários e intangíveis alinhados ao novo cenário e que resulte no melhor retorno sobre investimento em pessoas. [103-2 e 103-3: Emprego | 401-2](#)

Oferecemos remuneração em linha com o mercado e uma estrutura de cargos e salários adequada aos nossos processos organizacionais. Os planos de retenção são individuais. A cada ano, desenhamos quais são as posições críticas do negócio e diagnosticamos áreas nas quais pode haver disrupção em caso de saída. Assim, formulamos novas estratégias para retenção, que podem ser financeiras ou com atividades de formação, *coaching* e *mentoring*.

Iniciamos, em 2018, a seleção de associados para as lojas por meio de aplicativos, com geolocalização, testes on-line e uso de inteligência artificial na hora de selecionar o perfil de candidatos, e a pandemia foi uma catalisadora deste processo. Em parceria com a Levee, adotamos *machine learning* e inteligência artificial na transformação e automatização dos

processos de atração de talentos para operações, o que acelerou o fechamento médio das vagas para três dias, oferecendo ainda mais dados para as tomadas de decisão.

Para as vagas do Escritório Central e de seleção interna também implementamos o Kenoby, *software* de recrutamento e seleção que nos permite fazer contratações de forma mais inteligente, com redução de custos e tempo.

Os benefícios corporativos são oferecidos aos associados (contrato indeterminado, determinado e aprendizes) de acordo com o cargo: [401-2](#)

- Licença-maternidade/paternidade;
- Previdência privada;
- Assistência médica
- Assistência odontológica
- *Checkup*
- Veículo
- Estacionamento (EC e CDs)
- Auxílio-creche
- Auxílio-funeral
- Clube de parcerias
- Convênio farmácia
- Desconto em compras
- Dr. Aon (Telemedicina)
- Empréstimo consignado
- Programa Amigo
- Refeição
- SESC
- Vale-transporte

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

LICENÇA-MATERNIDADE/ PATERNIDADE 401-3

| NÚMERO TOTAL DE ASSOCIADOS | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|--|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
| | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS |
| Com direito a tirar licença-maternidade/paternidade | 9.822 | 4.988 | 10.242 | 5.121 | 9.702 | 4.648 |
| Que tiraram licença-maternidade/paternidade | 631 | 0 | 568 | 0 | 554 | 0 |
| Que retornaram ao trabalho depois do término da licença-maternidade/paternidade | 621 | 0 | 559 | 0 | 544 | 0 |
| Que retornaram ao trabalho depois do término da licença-maternidade/paternidade e continuaram empregados 12 meses após seu retorno ao trabalho | 239 | 0 | 260 | 0 | 407 | 0 |
| Taxas de retorno ao trabalho e retenção de empregados que tiraram licença-maternidade/paternidade | 98,42% | | 98,42% | | 98,19% | |
| Taxa de retenção | | | 42% | | 73% | |

Os dados da taxa de retenção de 2018 não serão reportados, pois dependem de dados de 2017, que não foram consolidados nas métricas do presente Relatório.

Somos apaixonados por pessoas e por isso queremos potencializar aquilo que os nossos associados têm de melhor, por meio de processos consistentes de avaliação de desempenho e ações de desenvolvimento

assertivas que proporcionem a melhor experiência para eles. Nosso processo de avaliação de desempenho tem frequência anual e é estruturado pelas seguintes etapas:

- **Avaliação:** momento para associados se autoavaliarem, serem avaliados e avaliarem seus gestores, com base em cinco competências corporativas mais resultados/entregas individuais.
- **Calibração:** momento em que os gestores se reúnem para discutir sobre o desempenho dos times, assim como classificar os associados entre as dimensões: decidir, desenvolver, valorizar ou investir, garantindo critérios justos e equilibrados.
- **Feedback:** momento de os gestores abrirem os resultados das avaliações para o time, individualmente, assim como ajudá-los na construção do Plano de Desenvolvimento Individual (PDI).

As etapas acontecem via sistema, garantido a governança dos dados e praticidade para os envolvidos. O objeto desse processo é estabelecer critérios justos e mensuráveis de avaliação, assim como proporcionar o autoconhecimento aos associados, trabalhar meritocracia e promover ações de desenvolvimento mais assertivas.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

**ASSOCIADOS QUE RECEBERAM
AVALIAÇÃO REGULAR DE DESEMPENHO
E DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA
EM 2020** 404-3

| | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|--|--------------|---------------|--------|---------------|--------|--------------|--------|
| | | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS |
| DIRETORIA | Número total | 1 | 5 | 1 | 5 | 0 | 2 |
| | % | 17 | 83 | 17 | 83 | 0 | 100 |
| GERENCIAL | Número total | 261 | 196 | 278 | 186 | 298 | 187 |
| | % | 57 | 43 | 60 | 40 | 61 | 39 |
| CONSULTOR/ COORDENADOR | Número total | 383 | 207 | 412 | 217 | 411 | 228 |
| | % | 65 | 35 | 66 | 34 | 64 | 36 |
| OPERACIONAL | Número total | 8.399 | 3.965 | 7.458 | 3.555 | 371 | 287 |
| | % | 68 | 32 | 68 | 32 | 56 | 44 |
| TRAINEES | Número total | 0 | 0 | 8 | 1 | 4 | 1 |
| | % | 0 | 0 | 89 | 11 | 80 | 20 |
| ESTAGIÁRIOS | Número total | 0 | 0 | 1 | 0 | 8 | 6 |
| | % | 0 | 0 | 100 | 0 | 57 | 43 |
| Total | Número total | 9.044 | 4.373 | 8.158 | 3.964 | 1.092 | 711 |
| | % | 67 | 33 | 67 | 33 | 61 | 39 |
| Total de associados que receberam avaliação regular de desempenho | | 13.417 | | 12.122 | | 1.803 | |

Em razão da pandemia, muitos associados estavam com contratos suspensos na época da avaliação (junho), o que reduziu os índices, especialmente no nível operacional.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem
do CEO

A C&A –
Muito On,
Muito Eu

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas

Programas para o Aperfeiçoamento de Competências dos Associados e de Assistência para Transição de Carreira ⁴⁰⁴⁻²

Líderes do Futuro: programa de aceleração de carreira que tem como objetivo potencializar e desenvolver habilidades de liderança em nossos talentos, assim como reter e engajar os participantes. Tem duração de um ano e os associados avaliados entre as dimensões valorizar e investir se tornam elegíveis a participar do programa. A escolha dos contemplados se dá a partir da indicação dos gestores e de *business partners*.

Ecossistema de Aprendizagem Colaborativa: para todos os associados do Escritório Central, CDs e liderança de loja, disponibilizamos uma plataforma digital de aprendizagem, que tem como objetivo promover o aprendizado contínuo e assim potencializar e desenvolver as habilidades e competências por meio do protagonismo. Disponibilizamos diversos conteúdos, promovemos encontros e fomentamos a troca de conhecimento, e os associados, por meio de *machine learning*, têm acesso a muita informação, de modo personalizado, de acordo com suas preferências.

Programa de Desenvolvimento de Supervisores (PDS): exclusivo para supervisores de loja, tem como objetivo formar os participantes para o seu próximo passo de carreira – se tornar gerente de loja. Para ser contemplado no programa, é necessário ter sido avaliado no último ciclo de desempenho entre as dimensões valorizar e investir, assim como ser indicado pelo gestor e passar por uma avaliação técnico/comportamental que indique potencial para a posição. O programa tem duração de um ano e os participantes passam por diversas experiências de aprendizagem que os levam para, ao final do período, serem promovidos à posição de gerente de loja – assim, buscamos apenas 20% de nossos gerentes no mercado.

Programa de Estágio: contratamos e desenvolvemos jovens para atuação em sua área de formação/interesse. Todos os estagiários passam por um ciclo de aprendizagem com conteúdos assíncronos em nossa plataforma e encontros ao vivo. O programa tem duração de um ano e nosso objetivo é que, ao final do período, os jovens estejam preparados para ocuparem posições efetivas na Companhia.

Programa Trainee: o programa, com duração de dois anos, tem como objetivo contratar e formar talentos para ocuparem posições de liderança na C&A. Os jovens contratados passam por formação completa de habilidades técnicas e comportamentais, assim como atuação *on the job* e suporte de um gerente treinador. Em 2020, em razão da pandemia, o programa foi suspenso.

Academia da Moda: com objetivo de desenvolver os associados de loja para melhor desempenho em sua função, a Academia da Moda é um ambiente on-line, no qual disponibilizamos uma variedade de cursos/conteúdos exclusivos, que vão desde processos operacionais à estratégia do negócio.



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Treinamento e Desenvolvimento

103-2 e 103-3: Treinamento e educação

Nossos treinamentos estão a serviço do negócio e acontecem para suportar a estratégia do ano. Para o time de loja, os treinamentos são acompanhados pela plataforma de treinamento Academia da Moda e lista de presença, no caso de treinamentos presenciais. Por conta da pandemia, os treinamentos presenciais passaram a ser realizados via Webex, e o associado pode fazer o seu *check-in* por meio de QR code.

Os treinamentos são organizados em uma matriz, na qual cada função tem obrigatoriedade de concluir os cursos que são pertinentes à sua área/função, além dos treinamentos de integração. Os cursos são disponibilizados em formatos diferenciados para potencializar o aprendizado. Ao longo das atividades, promovemos interações que permitem identificar e mapear o quanto o associado compreendeu/absorveu do assunto. Novos associados seguem o mapa de aprendizagem para integrar-se à loja, à função e à C&A. Já o público do escritório realiza os seus treinamentos on-line na plataforma Degreed, de acordo com as competências necessárias para seu cargo e função.

Em razão da capilaridade do negócio – grande quantidade de lojas espalhadas por um amplo território – e do *turnover* do varejo, disponibilizar os treinamentos on-line é uma forma efetiva e

segura de este conhecimento chegar para todos os nossos associados. Além disso, conseguimos acompanhar em tempo real com mais assertividade a realização dos cursos, de modo que a informação chegue de forma padronizada, ao mesmo tempo, para todos os associados. A plataforma contratada entrega uma solução de *dashboard* que confere bastante praticidade: é possível extrair relatórios detalhados, cruzar informações e realizar análises que geram dados para planos de ação e de reforço e outras iniciativas de treinamento.

Degreed

Implementamos em 2020 a Degreed, ferramenta que muda totalmente a forma de educar nas corporações, colocando o associado como protagonista do seu desenvolvimento e educação. Além de nossos temas de formação obrigatória, a Degreed oferece um ecossistema de aprendizagem colaborativa, com temas adequados ao perfil de cada usuário. Isso proporciona agilidade e engajamento no aprendizado, competências que são de base para a C&A Fashion Tech. O colaborador pode compartilhar o que aprendeu na ferramenta, que funciona como uma rede social de aprendizagem, no formato *social learning*. A ideia é criar, nas pessoas, a vontade de aprender. Em 2020, a Degreed foi disponibilizada para as equipes do Escritório Central e lideranças, e nosso objetivo é expandir seu uso para todos os associados ao longo dos próximos anos.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO 404-1



2020

MULHERES MÉDIA DE HORAS

| | |
|-------------|-------|
| Diretor | 2,44 |
| Gerente | 32,25 |
| Supervisor | 20,95 |
| Operacional | 2,99 |
| Estagiário | 2,69 |
| Aprendiz | 1,09 |

2020

HOMENS MÉDIA DE HORAS

| | |
|-------------|-------|
| Diretor | 0,00 |
| Gerente | 20,55 |
| Supervisor | 37,28 |
| Operacional | 2,98 |
| Estagiário | 0,00 |
| Aprendiz | 1,08 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Diversidade 103-2 e 103-3: Diversidade e igualdade de oportunidades

Diversidade é um pilar importante em nossa gestão de pessoas – estamos avançando nesse assunto, ampliando nossas ações com clientes e associados. Em 2020, criamos um novo Comitê de Diversidade, que apoia a Companhia ao abordar questões relacionadas a este tema. Em nossas campanhas e coleções, marcamos nosso posicionamento no assunto, destacando-nos como pioneiros no varejo nacional lançando a Collection Pride no mês

de junho, do orgulho LGBTQIA+ (movimento lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, queer, intersexo, assexual e outros grupos e variações de sexualidade e gênero). A C&A foi uma das primeiras empresas do Brasil a estender o benefício de assistência médica a cônjuges em casais homoafetivos, muito antes da exigência legal. Além disso, assinamos globalmente os Princípios de Empoderamento das Mulheres da Organização das Nações Unidas, que marca nosso compromisso de trabalhar para alcançar a equidade de gênero dentro da Empresa.



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

ASSOCIADOS POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA E CATEGORIA FUNCIONAL 405-1
2018

| Por categoria funcional | MULHERES | | | HOMENS | | |
|-------------------------|--------------------|--------------------|------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| | Abaixo dos 30 anos | Entre 30 e 50 anos | Acima de 50 anos | Abaixo dos 30 anos | Entre 30 e 50 anos | Acima de 50 anos |
| Diretoria | 0 | 0 | 1 | 0 | 4 | 3 |
| Gerencial | 36 | 245 | 3 | 27 | 175 | 5 |
| Consultor/Coordenador | 152 | 242 | 11 | 82 | 137 | 8 |
| Operacional | 6.661 | 1.813 | 109 | 3.055 | 1.129 | 82 |
| Estagiários | 23 | 0 | 0 | 10 | 0 | 0 |
| Aprendizes | 526 | 0 | 0 | 271 | 0 | 0 |
| Número total | 7.398 | 2.300 | 124 | 3.445 | 1.445 | 98 |
| Percentual (%) | 75,3 | 23,4 | 1,3 | 69 | 29,0 | 2,0 |
| Total | 9.822 | | | 4.988 | | |
| | 14.810 | | | | | |

2019

| Por categoria funcional | MULHERES | | | HOMENS | | |
|-------------------------|--------------------|--------------------|------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| | Abaixo dos 30 anos | Entre 30 e 50 anos | Acima de 50 anos | Abaixo dos 30 anos | Entre 30 e 50 anos | Acima de 50 anos |
| Diretoria | 0 | 0 | 1 | 0 | 4 | 3 |
| Gerencial | 37 | 268 | 2 | 22 | 167 | 6 |
| Consultor/Coordenador | 177 | 245 | 11 | 81 | 143 | 9 |
| Operacional | 6.936 | 1.826 | 123 | 3.193 | 1.195 | 92 |
| Estagiários | 13 | 0 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| Aprendizes | 603 | 0 | 0 | 198 | 0 | 0 |
| Número total | 7.766 | 2.339 | 137 | 3.502 | 1.509 | 110 |
| Percentual (%) | 75,8 | 22,8 | 1,4 | 68,4 | 29,5 | 2,1 |
| Total | 10.242 | | | 5.121 | | |
| | 15.363 | | | | | |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

| Por categoria funcional | 2020 | | | 2020 | | |
|-------------------------|--------------------|--------------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------------------|
| | Abaixo dos 30 anos | Entre 30 e 50 anos | MULHERES Acima de 50 anos | Abaixo dos 30 anos | Entre 30 e 50 anos | HOMENS Acima de 50 anos |
| Diretoria | 0 | 1 | 0 | 0 | 5 | 3 |
| Gerencial | 31 | 277 | 1 | 16 | 158 | 3 |
| Consultor/Coordenador | 150 | 265 | 11 | 84 | 162 | 6 |
| Operacional | 6.464 | 1.920 | 97 | 2.860 | 1.108 | 76 |
| Estagiários | 7 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 |
| Aprendizes | 478 | 0 | 0 | 163 | 0 | 0 |
| Número total | 7.130 | 2.463 | 109 | 3.127 | 1.433 | 88 |
| Percentual (%) | 73,5 | 25,4 | 1,1 | 67,3 | 30,8 | 1,9 |
| Total | 9.702 | | | 4.648 | | |
| | 14.350 | | | | | |

ASSOCIADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL E POR GÊNERO (%) 405-1

| | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|-----------------------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
| | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS |
| Diretoria | 12,50 | 87,50 | 12,50 | 87,50 | 11,11 | 88,89 |
| Gerencial | 57,84 | 42,16 | 63,58 | 36,42 | 63,58 | 36,42 |
| Consultor/Coordenador | 64,08 | 35,92 | 65,02 | 34,98 | 62,83 | 37,17 |
| Operacional | 66,80 | 33,20 | 66,48 | 33,52 | 67,71 | 32,29 |
| Estagiários | 69,70 | 30,30 | 61,90 | 38,10 | 63,64 | 36,36 |
| Aprendizes | 66,00 | 34,00 | 75,28 | 24,72 | 74,57 | 25,43 |

Nota: optamos por seguir as premissas estabelecidas na apresentação de indicadores do novo Comitê de RH. Excluimos os demitidos da contagem, no entanto em 2019 foi considerado com demitidos, visto que por um ponto de vista eles estavam ativos em dezembro em algum momento.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

ASSOCIADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL E ETNIA (%) 405-1
2018

| | AMARELA | BRANCA | INDÍGENA | NÃO INFORMADA | PARDA/PRETA | TOTAL |
|-----------------------|-------------|--------------|-------------|---------------|--------------|------------|
| Diretoria | 0 | 100 | 0 | 0 | 0 | 100 |
| Gerencial | 1,63 | 84,32 | 0 | 1,02 | 13,03 | 100 |
| Consultor/Coordenador | 1,27 | 65,98 | 0,32 | 1,11 | 31,32 | 100 |
| Operacional | 1,58 | 41,64 | 0,58 | 0,24 | 55,96 | 100 |
| Estagiários | 0 | 75,76 | 0 | 0 | 24,24 | 100 |
| Aprendizes | 1,38 | 38,52 | 0,88 | 0,38 | 58,84 | 100 |
| Total | 1,55 | 44,03 | 0,57 | 0,31 | 53,53 | 100 |

2019

| | AMARELA | BRANCA | INDÍGENA | NÃO INFORMADA | PARDA/PRETA | TOTAL |
|-----------------------|-------------|--------------|-------------|---------------|--------------|------------|
| Diretoria | 0 | 100 | 0 | 0 | 0 | 100 |
| Gerencial | 1,59 | 82,07 | 0,40 | 0,60 | 15,34 | 100 |
| Consultor/Coordenador | 1,20 | 63,06 | 0,90 | 0,75 | 34,09 | 100 |
| Operacional | 1,62 | 39,45 | 0,61 | 0,16 | 58,16 | 100 |
| Estagiários | 0 | 80,95 | 0 | 0 | 19,05 | 100 |
| Aprendizes | 1,00 | 38,58 | 0,87 | 0 | 59,55 | 100 |
| Total | 1,56 | 41,91 | 0,62 | 0,20 | 55,71 | 100 |

2020

| | AMARELA | BRANCA | INDÍGENA | NÃO INFORMADA | PARDA/PRETA | TOTAL |
|-----------------------|-------------|--------------|-------------|---------------|--------------|------------|
| Diretoria | 0 | 100 | 0 | 0 | 0 | 100 |
| Gerencial | 1,44 | 80,25 | 0,21 | 0,41 | 17,69 | 100 |
| Consultor/Coordenador | 1,77 | 65,04 | 0,88 | 0,44 | 31,87 | 100 |
| Operacional | 1,71 | 38,44 | 0,68 | 0,23 | 58,94 | 100 |
| Estagiários | 0 | 81,82 | 0 | 0 | 18,18 | 100 |
| Aprendizes | 1,87 | 34,95 | 0,31 | 0,31 | 62,56 | 100 |
| Total | 1,71 | 41,02 | 0,66 | 0,25 | 56,36 | 100 |

Destaques do Ano

Apresentação

 Mensagem
do CEO

 A C&A -
Muito On,
Muito Eu

 Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

 Nossas
Premiações

 Sobre este
Relatório

Sumário GRI

 Informações
Corporativas

**PROPORÇÃO ENTRE O SALÁRIO-BASE
E A REMUNERAÇÃO RECEBIDOS PELAS
MULHERES E AQUELES RECEBIDOS
PELOS HOMENS (%) 405-2**

| | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|-------------------------|-----------------------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
| | | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS |
| Escritório Central | Diretoria | 97,0 | | 96 | | 66 | |
| | Gerencial | 88,3 | | 84,0 | | 83,5 | |
| | Consultor/Coordenador | 92,8 | | 93,9 | | 91,8 | |
| | Operacional | 87,8 | | 91,8 | | 89,8 | |
| Centros de Distribuição | Consultor/Coordenador | 108,9 | | 107,2 | | 102,4 | |
| | Operacional | 108,3 | | 106,7 | | 103,4 | |
| Lojas | Consultor/Coordenador | 105,4 | | 106,8 | | 105,8 | |
| | Operacional | 97,7 | | 98,3 | | 98,5 | |

Estagiários e aprendizes recebem o mesmo valor.
Os cargos gerenciais de Lojas são contabilizados no Escritório Central.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Comunidades

103-2 e 103-3: Comunidades locais

O Instituto C&A nasceu em 1991 com o propósito de investir em organizações, projetos e iniciativas que tinham como objetivo alavancar a educação de base, de crianças de zero a doze anos. Já no começo do Instituto, os associados da C&A eram convidados a participar de ações voluntárias com este público.

Em 2015, o Instituto mudou seu propósito, atuando globalmente na transformação da indústria da moda, com um olhar holístico no suporte a projetos que apoiavam desde a produção de matérias-primas, questões de direito e trabalho da manufatura e também para o consumo e pós-consumo. Com esta mudança, os associados começam uma jornada de trabalho voluntário também na cadeia da moda.

Em 2020, o legado transformacional do Instituto C&A em todo o mundo migrou para a Laudes Foundation, e o Instituto C&A retornou para uma atuação regionalizada e com foco no fortalecimento de comunidades por meio da moda. O Programa de Voluntariado continua agora 100% focado em organizações que utilizam moda para realização de trabalhos de promoção social com seu público beneficiado.

Um novo Programa de Empreendedorismo surge no Instituto, com foco no desenvolvimento de iniciativas protagonizadas por pessoas de grupos sociais que lutam para afirmar seus direitos em todo o País.

Uma das premissas do novo posicionamento do Instituto é manter o legado do Programa de Voluntariado que trazemos desde 1991, um dos voluntariados colaborativos mais antigos do Brasil. Assim, mantivemos o Programa a partir de uma mudança estratégica, voltando-o para organizações sociais que têm a moda como elemento central. Criamos ainda uma frente de empreendedorismo específica com grupos que lutam para afirmar seus direitos: mulheres, comunidades periféricas, comunidades negras, LGBTQIA+, população do sistema prisional e pessoas com deficiência. Nosso objetivo é fomentar projetos e iniciativas empreendedoras que englobem práticas mais sustentáveis e valorização do trabalho decente, para que em médio ou longo prazo eles consigam se integrar à rede de valor da C&A.

Por conta das desigualdades sociais do País, há um afastamento natural desses públicos e territórios marginalizados. Por meio da conexão dos voluntários, acreditamos ser possível criar movimentos de empatia que se faz ao conhecer as dificuldades de perto. O lançamento do Programa de Empreendedorismo deve ser feito em 2021.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Organização do Instituto

O Instituto C&A conta com um Conselho de Administração composto por pessoas internas e externas da C&A. O papel do conselho é direcionar e contribuir para o andamento do planejamento anual, além de realizar aprovações de investimentos financeiros acima de R\$ 100 mil. Além disso, semestralmente é realizada prestação de contas para a Cofra Foundation, que é um dos investidores do Instituto C&A. Em 2020, a Cofra Foundation investiu € 800 mil para a operação do Instituto C&A no Brasil.

Cada programa possui metas e objetivos estabelecidos. Em 2019, para o Programa de Voluntariado, tivemos um engajamento de 16% de nossos associados envolvidos em pelo menos uma ação voluntária na comunidade por meio de 360 ações realizadas em todos os estados do Brasil. Com isso, atendemos cerca de 120 organizações sociais em todo o País. Em 2020, tivemos as ações voluntárias presenciais suspensas, o que afetou drasticamente o nosso engajamento. Não estipulamos metas para esse ano, mas agimos para reverter o valor investido do Programa de Voluntariado nas nossas ações de ajudas humanitárias.

Atuação na Pandemia

O Instituto C&A também realiza aportes financeiros para ajudas humanitárias em situações que envolvem calamidade pública em razão de crises ambientais, sociais e sanitárias. No início de 2020, deslocou investimentos da ajuda humanitária para iniciativas e projetos que estavam fazendo o enfrentamento da pandemia na base com comunidades e com o pessoal da saúde, tendo investimento total de R\$ 554 mil.

O microempreendedorismo e o apoio às comunidades mais vulneráveis foram as nossas causas no combate à pandemia. As ações foram apoiadas por meio de três frentes:

● **parceiros do Instituto C&A:** a partir de contatos com os parceiros para mapear as necessidades e o cenário, elegemos as organizações mais impactadas;

● **fundos da sociedade civil:** aporte financeiro a fundos de arrecadação que trabalharam na compra e distribuição de suprimentos que atenderão hospitais, comunidades e microempreendedores mais vulneráveis com a crise; e

● **articulação de redes:** recursos para articulação da Rede Asta na confecção de EPIs hospitalares, conectando costureiras, fornecedores de matérias-primas e distribuição.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

| AÇÕES | INVESTIMENTO (R\$ MILHARES) | OBJETIVO |
|---|-----------------------------|---|
| Coletivo Trans Sol | 15 | Fornecer dois meses de auxílio para a operação do Coletivo |
| Ipê | 7,5 | Fornecer dois meses de auxílio às costureiras do projeto Costurando o Futuro |
| Associação das Mulheres de Paraisópolis | 20 | Fornecer 3 mil refeições para a comunidade de Paraisópolis |
| Rede Asta | 180 | Confeccionar e distribuir 15 mil <i>faceshields</i> (Rio de Janeiro, São Paulo, Manaus e Fortaleza) e articular costureiras e artesãos na produção e distribuição de EPIs |
| Coalizão Éditodos | 50 | Apoiar microempreendedores em comunidades periféricas do País |
| Matchfunding Enfrente | 27 | Apoiar microempreendedores e comunidades de todo o País |
| Fundo Volta por Cima | 50 | Apoiar microempreendedores com empréstimos a juro zero |
| Redes da Maré | 20 | Comprar itens de higiene e cestas básicas para famílias do Complexo da Maré |
| OCA Escola Cultural | 20 | Comprar itens de higiene e cestas básicas para comunidades de Carapicuíba |
| Amebras | 10 | Pagar costureiras na confecção de máscaras no Rio de Janeiro |
| Fundo CoVida | 25 | Efetivar ação de fundo nacional de apoio à continuidade de negócios sociais impactados pela crise |
| Coletivo Tem Sentimento | 15 | Apoiar a confecção e distribuição gratuita de máscaras na Cracolândia, em São Paulo |
| Plana Vivências | 5 | Comprar e distribuir itens básicos para comunidade indígena do Jaraguá, em São Paulo |
| Rede Nós por Nós | 5 | Apoiar microempreendedoras do Grajaú, zona sul de São Paulo |
| Conexão Musas | 10 | Apoiar a produção de máscaras de tecido feitas por mulheres em situação de vulnerabilidade social |
| Ficas de Máscara | 10 | Apoiar a estruturação do projeto de geração de renda para mulheres deste projeto |
| #EuCuido | 10 | Comprar e doar para comunidades da região norte do país máscaras de tecido feitas por mulheres que saíram do cárcere |
| Atrium SP | 20 | Apoiar a produção de marmitas para distribuição a pessoas em situação de rua no centro de São Paulo |
| Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável (CIEDS) RJ | 20 | Apoiar a produção de marmitas para distribuição a pessoas em situação de rua no centro do Rio de Janeiro |
| Casa Miga Manaus | 15 | Auxiliar no custo de manutenção do abrigo a LGBTs expulsos de casa em Manaus por três meses |
| Aliança Povos Indígenas Manaus | 20 | Apoiar a compra de itens de higiene e alimentos a comunidades indígenas do município de Manaus |
| Total | 554 | |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Voluntariado

Para os associados das nossas lojas, oferecemos um programa de voluntariado 100% focado nas necessidades das comunidades nas quais estamos presentes como negócio. Quando o programa se inicia, os voluntários e um gerente de loja vão até a organização social localizada no entorno da unidade de negócio. Neste momento, realizam um planejamento anual das atividades voluntárias a serem executadas, bem como uma assinatura de um termo de compromisso. Esta carta formaliza a parceria em que as necessidades da organização e as habilidades e possibilidades de ações voluntárias dos associados da C&A são coordenadas em um planejamento. [413-1](#)

Com a transformação do Instituto, que antes priorizava organizações focadas na educação de base de crianças de 0 a 12 anos e passou a trabalhar com organizações sociais relacionadas à moda, fizemos um aporte significativo às

instituições atendidas em 2019, para que conseguissem se sustentar, e também um trabalho de despedida dos voluntários para evitar o rompimento brusco dos vínculos. O aporte foi de R\$ 3.500 por organização, somando 117 organizações e R\$ 409,5 mil de auxílio.

No Escritório Central, nossos associados exercem funções mais multidisciplinares e diversas em comparação ao perfil do associado das nossas lojas. Por isso, o programa de voluntariado tem um potencial diferenciado na contribuição com nossas organizações sociais parceiras. Nesse sentido, obtivemos uma resposta bastante positiva de engajamento em 2020, fortalecendo as atividades on-line.

O desenvolvimento das novas atividades no ano foi particularmente difícil em razão da crise sanitária. Adequamos o programa para podermos fazer tudo com distanciamento social, mas, das mais de 70 equipes inscritas no começo do ano, somente 20 puderam desenvolver o trabalho da maneira que havia sido projetado.

Em 2020, somando voluntariado e ajudas humanitárias, contemplamos 78 organizações, com um investimento total de R\$ 3,8 milhões. [203-1](#)

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Atividades Voluntárias de 2020

■ **Instituto C&A em casa:** associados da C&A foram convidados a utilizar as suas redes sociais pessoais para divulgar campanhas de arrecadação de recursos para quatro organizações sociais que estavam trabalhando no apoio ao atendimento a famílias afetadas pelas consequências da crise da Covid-19: Redes da Maré no Rio de Janeiro, Associação do Bairro do Coroadó em Salvador, Jurunas no Pará (Projeto Telas em Movimento) e Associação de Catadores em Porto Alegre.

■ **Hackathon Social:** por meio de encontros on-line e recursos investidos, 75 voluntários do Escritório Central da C&A realizaram um plano de trabalho para solucionar problemas de quatro organizações sociais da grande São Paulo: o Coletivo Tem Sentimento, que atua na região da Cracolândia com a inserção de mulheres do território por meio de um ateliê de costura; o Coletivo Trans Sol, que atende o público de travestis e transexuais com cursos de capacitação em técnicas de costura e bonecaria; o Projeto Cerzindo, que realiza atendimento e capacitação em oficinas de costura e serigrafia para migrantes e refugiados; e a Oficina do Bem do Centro Social Carisma, que atua na capacitação de mulheres da periferia de Osasco.

■ **Moda para o Bem:** associados de loja firmaram parcerias com mais de 20 organizações que se utilizam da moda, mapearam as suas necessidades e, por meio desse trabalho, o Instituto C&A realizou investimentos para apoio institucional dessas organizações no momento de crise de arrecadação de recursos por conta da pandemia da Covid-19.

| VALOR (R\$ MILHARES) | AÇÕES | |
|------------------------------|----------------|--|
| Programa de Voluntariado | 2.100,0 | Consultoria para gestão do voluntariado de lojas, CDs e Social Hackathon com investimentos nas organizações sociais escolhidas com voluntários |
| Programa de Empreendedorismo | 80,0 | Consultorias para estruturação do programa |
| Assistência humanitária | 554,0 | Respostas do Instituto C&A à pandemia da Covid-19 com parceiros e organizações brasileiras |
| Comunicação | 340,0 | Rebranding e redesenho de canais internos e externos (novo <i>site</i> e redes sociais) |
| Custos de administração | 311,0 | Custos de infraestrutura, serviços e participação em organizações |
| Salários | 429,1 | |
| Total | 3.814,1 | |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

C&A na Pandemia

Além das ações desenvolvidas pelo Instituto, a C&A também fez investimento social direto em ações de apoio à sociedade em meio à pandemia de Covid-19. Desde o início da disseminação do novo coronavírus, implementamos um comitê de crise que passou a monitorar as ações e impactos aos associados, clientes e fornecedores, de forma a apresentar soluções rápidas e adequadas ao cenário de cada momento.



Doação de camisetas brancas para profissionais de saúde

Para contribuir com os profissionais que atuam na linha de frente de combate ao coronavírus, realizamos a doação de 10 mil camisetas brancas de algodão para a Prefeitura de São Paulo, destinadas aos profissionais de saúde da rede municipal. A ação foi possível graças a uma parceria com a Cotton Star e a Têxtil Cristina, beneficiando aqueles que estão mais expostos ao vírus.



Doação de máscaras para a população

Em conjunto com alguns de nossos fornecedores e time de logística, viabilizamos a doação de 100 mil máscaras de tecido para pessoas em situação de vulnerabilidade. Foram doados 50 mil *kits* com duas máscaras não cirúrgicas reutilizáveis de dupla camada, feitas em tecido 100% algodão. Contamos com parceiros estratégicos para essa ação, desde o fornecimento do tecido até a entrega. A produção das máscaras é fruto de nossa parceria com Rede Asta, NCCV, Aerosoft Cargas Aéreas, Azzurra, Dimatex, Elastisul, Elastok Elásticos, Estrela Elásticos, Focus Têxtil, Lorsa, Nasul Cargo Logística, Sequoia, Studio 40 e Top Sport. Nos *kits* com duas máscaras, havia um folder com instruções de uso e lavagem, de forma a orientar aqueles que as receberiam.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



Sustentabilidade

A sustentabilidade é uma premissa da C&A, que buscamos reforçar em nossas relações com os diversos públicos de interesse, disseminando boas práticas por meio dos produtos seguros e adequados à realidade de nossa cliente, bem como de processos transparentes e baseados em uma conduta ética com as pessoas e o meio ambiente.

Temos o diferencial de estarmos conectados a uma estrutura internacional que aposta em práticas inovadoras em sustentabilidade. Temos um time dedicado ao gerenciamento e monitoramento de nossas práticas relacionadas ao tema, dando suporte às metas definidas em nossa Estratégia Global 2015-2020.

Diversas iniciativas que adotamos ao longo dos últimos anos foram disruptivas no mercado brasileiro, incentivando a mudança de padrões do varejo como um todo. É o caso dos produtos Ciclos (com a Certificação Cradle to Cradle™ nível Gold), o monitoramento da rede de fornecimento, a gestão sustentável de químicos na rede de fornecimento, o uso de matérias-primas mais sustentáveis e o Movimento ReCiclo, iniciativa em loja para o descarte adequado de roupas que a cliente não quer mais.

Nosso pioneirismo é comprovado por nossa contribuição, já em 2010, para a construção do programa de certificação da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), pelo qual as varejistas signatárias assumem o compromisso de monitorar 100% de sua rede de fornecedores e somente adquirir produtos das empresas aprovadas nas auditorias realizadas pela entidade.

Estratégia de Sustentabilidade

Nossa estratégia de sustentabilidade está vinculada à Plataforma Global de Sustentabilidade da C&A, que norteia, de forma integrada, nossas ações e metas relacionadas ao tema em todos os países onde estamos presentes. Durante o período de 2015-2020, essa plataforma esteve estruturada em três pilares de atuação: Produtos Sustentáveis, Rede de Fornecimento Sustentável e Vidas Sustentáveis.

As metas aspiracionais globais foram definidas com a participação coletiva das regiões nas quais o grupo atua. A operação brasileira passou a ser referência em muitas práticas do grupo. Inovamos na comunicação para a sustentabilidade, com a implementação do #VistaAMudança (versão brasileira do #WearTheChange), movimento global de comunicação multicanal para sustentabilidade, em 2018. O processo sobre como traduzimos o conceito global de comunicação para a sustentabilidade no Brasil como um movimento, e não como uma campanha, foi o grande diferencial entre as regiões.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Plataforma Global de Sustentabilidade 2015-2020



Produtos Sustentáveis



Materiais sustentáveis

Utilizar matérias-primas mais sustentáveis

- Mais de 90% do algodão utilizado em nossos produtos adquirido como mais sustentável (0% em 2015)
- Mais de 60% das nossas matérias-primas mais sustentáveis (0% em 2015)



Economia Circular

Desenvolver e produzir produtos considerando seu próximo ciclo de vida

- Coleção Ciclos, primeira com Certificação Cradle to Cradle™ nível Gold produzida no Brasil
- Mais de 160 lojas com Movimento ReCiclo, e mais de 42 mil peças coletadas, equivalente a cerca de 7 toneladas



Rede de Fornecimento Sustentável



Meio Ambiente Limpo

Reduzir nosso impacto ambiental

- Mais de 80% de volume coberto pelo Programa de Zero Descarte de Químicos Perigosos (0% em 2015)
- Coleção de peças em jeans que reduziram em cerca de 65% o uso de água no processo de lavanderia



Condições de Trabalho Justas e Seguras

Garantir condições de trabalho justas e seguras

- Mais de 85% de produtos de produtos vindos de fornecedores classificados como A/B (0% em 2015)¹

1. Classificação vai de A a E, sendo A a melhor classificação com base em mais de 150 itens avaliados nas auditorias.



Vidas Sustentáveis



Engajamento Associados

Criar uma cultura de sustentabilidade entre nossos funcionários

- Mais de 93% dos associados sentem orgulho da contribuição da C&A na comunidade, sociedade e ambiente



Engajamento Clientes

Ajudar clientes a atuarem de forma mais sustentável

- Maior pontuação no Índice de Transparência da Moda Brasil
- Cerca de 10 mil clientes envolvidas na ação de desapego Sacola do Bem do Repassa
- Produtos com atributos mais sustentáveis são identificados nas lojas
- Movimento #VistaAMudança

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Produtos Sustentáveis

Temos como objetivo fazer uma moda com impacto positivo, e isso começa quando oferecemos para nossas clientes produtos com menor impacto ambiental ou com atributos de circularidade em seu desenvolvimento.

Materiais mais Sustentáveis 102-11

Um dos nossos compromissos é que o algodão utilizado em nossos produtos seja adquirido como mais sustentável, já que ele é matéria-prima mais utilizada em nossas peças e gera impactos significativos ao meio ambiente. Na C&A, consideramos três tipos de algodão:

● O algodão cultivado de acordo com os padrões da BCI (associação internacional sem fins lucrativos) minimiza o uso de pesticidas nocivos, usa água de forma eficiente, zela pela saúde do solo, conservação de habitats e biodiversidade, tem cuidado com a saúde da fibra e busca promover o trabalho decente.

● O algodão orgânico certificado na origem é mais seguro para os agricultores e para a saúde de suas comunidades; protege a biodiversidade e o abastecimento hídrico, evitando a poluição da água e reduzindo a emissão de carbono.

● O algodão reciclado com certificação é o algodão proveniente do processamento do resíduo industrial, gerando um novo fio, o qual deve ser rastreado em toda a rede de valor – reduzindo, assim, o consumo de água, produtos químicos e emissões nas etapas de plantio e processamento.

Nossa meta aspiracional é que 100% do algodão utilizado em nossas roupas seja de origem mais sustentável. Embora o objetivo fosse chegar a esse patamar em 2020, a pandemia afetou os processos e atingimos a marca de mais de 90% no ano, uma evolução significativa dado que este número era zero e a BCI era pouco conhecida no Brasil em 2015.

Além das iniciativas com o algodão, apoiamos a conservação de florestas antigas ou ameaçadas pela produção de viscose por meio do trabalho com a Canopy Style Initiative. Com essa adesão global, nós nos comprometemos a avaliar a origem de fibras à base de celulose e eliminar as quais sejam provenientes de florestas antigas ou ameaçadas. Nossas ações incluem treinamento e engajamento de fornecedores na CanopyStyle Initiative, incentivando-os a dar preferência aos produtores de viscose alinhados a esta referência. [103-2](#) e [103-3: Biodiversidade](#)

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Economia Circular

Em 2020, reforçamos nosso compromisso com a moda circular e nos tornamos a primeira empresa nas Américas a lançar produtos feitos no Brasil com a Certificação Cradle to Cradle (C2C)™ nível Gold. Isso só foi possível graças a um intenso trabalho de desenvolvimento de nossa rede de fornecimento local, que agora pode produzir produtos em jeans e em malha com essa Certificação. Intitulada Ciclos, a coleção certificada revoluciona o varejo de moda brasileiro e estimula a cadeia produtiva a repensar seu modelo e a adotar inovações em sustentabilidade já aplicadas na indústria têxtil em países que são referência no tema.

A Certificação C2C™ é a medida com base na ciência mais avançada para materiais e produtos que sejam seguros, circulares e feitos de forma responsável. O programa especifica critérios que vão desde o cultivo do algodão com menor impacto ambiental, a utilização de materiais seguros e a gestão de recursos hídricos até o incentivo ao uso de energia renovável na produção das peças, além da aplicação de práticas justas e seguras nos negócios. Existem cinco níveis de certificação podem ser alcançados no Programa de Certificação C2C™: Basic, Bronze, Silver, Gold e Platinum.

Nossos produtos Ciclos são pensados e criados de forma inteligente, com algodão mais sustentável e feitos com materiais que preservam o solo e a água, e que podem ser reciclados ao fim de sua vida útil. Depois que as peças não fizerem mais sentido no guarda-roupa de nossas clientes, incentivamos que doem ou, caso prefiram, depositem nas urnas do Movimento ReCiclo (iniciativa da C&A presente em mais de 160 lojas físicas), que oferece uma alternativa para o descarte adequado de peças de qualquer marca (veja mais em Atuação Mais Responsável).

A Certificação C2C™ nível Gold para esses produtos assegura que:

- ✓ 100% dos produtos químicos utilizados não apresentam riscos para o meio ambiente e para as pessoas, além de não conter metais pesados perigosos nos botões;
- ✓ 100% de todo o algodão utilizado nos produtos são de origem mais sustentável;
- ✓ 50% da energia utilizada na confecção dos produtos veio de origem renovável ou fomentou esse tipo de geração;
- ✓ 100% dos produtos são fabricados por empresas que mantêm condições de trabalho em padrões superiores aos da legislação local para seus funcionários, além de conduzir projetos sociais que impactam a vida da comunidade local;
- ✓ 100% da água utilizada no processo de produção retorna ao meio ambiente sem causar impacto negativo; e
- ✓ os produtos da coleção foram desenhados pensando em seus próximos ciclos de uso.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

ciclos

eu faço essa moda circular

Nosso compromisso com a moda circular também foi reforçado pela parceria com a *startup* Repassa. Por meio do projeto Sacola do Bem, oferecemos a cerca de 10 mil clientes a possibilidade de darem nova utilidade a peças que não faziam mais sentido em seus guarda-roupas. A Repassa é uma *startup* de moda consciente e o maior brechó on-line do País. Por meio da parceria-piloto, fizemos a distribuição gratuita das sacolas, incentivando o aumento do ciclo de uso das peças por meio da comercialização daquilo que não tem mais uso.

Cada cliente pode colocar na sacola cerca de 30 peças, que passam por uma triagem para avaliar as condições dos itens para revenda. Com os desapegos, as consumidoras têm a possibilidade de utilizar 60% do lucro obtido pela venda de diversas formas, como efetuar o saque do valor, doar o montante para ONGs parceiras da Repassa ou reverter em crédito para novas compras na Repassa ou na C&A.

Movimento ReCiclo

O Movimento ReCiclo oferece para nossas clientes ou qualquer interessado uma alternativa de descarte para roupas usadas. Recebe roupas em boas condições que são encaminhadas para reuso, além de ser também uma opção para o descarte de peças que não podem ser reaproveitadas. Até dezembro de 2020, o programa estava disponível em 163 lojas, em todos os estados do Brasil. As peças depositadas nas urnas são encaminhadas ao CD da C&A, onde passam por uma triagem e classificação.

Para participar, qualquer interessado pode depositar voluntariamente na urna ReCiclo as roupas que não interessam mais. São aceitas peças de qualquer marca, desde que estejam higienizadas e de acordo com o regulamento. As roupas em boas condições são destinadas ao Centro Social Carisma, localizado em Osasco (SP). O Centro Social Carisma cuida para que essas peças sejam reaproveitadas por quem mais precisa. Há planos de incluir outras organizações sociais, que passarão a ser beneficiadas com a frente de reuso dos itens coletados.

Já as peças que não têm mais condições de uso são destinadas à Retalhar, empresa certificada pelo Sistema B. Lá é feito o processo de manufatura reversa dessas roupas, ou seja, separação dos componentes como zíperes e botões, que são destinados de forma ambientalmente adequada. O tecido é enviado para desfibramento, um processo que o transforma em matéria-prima usada principalmente na indústria automotiva, entre outras indústrias.

Ao longo do ano de 2020, mais de 27 mil peças, equivalentes a cerca de 5,5 toneladas, foram destinadas para reuso, e mais de 15 mil peças, equivalentes a cerca de 2 toneladas, foram encaminhadas para reciclagem. Desde o início do programa, em 2017, já arrecadamos mais de 100 mil peças, o equivalente a cerca de 27 toneladas enviadas para os parceiros do ReCiclo.

Destaques do Ano

[Apresentação](#)

[Mensagem do CEO](#)

[A C&A – Muito On, Muito Eu](#)

[Estratégia e Operação](#)

[Pessoas](#)

Sustentabilidade

[Nossas Premiações](#)

[Sobre este Relatório](#)

[Sumário GRI](#)

[Informações Corporativas](#)



Movimento ReCiclo



A cliente **leva as peças que não quer mais**, conforme o regulamento, a uma loja participante.



E deposita na urna do **Movimento ReCiclo**.



As peças são transportadas para o **CD da C&A**.



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



As **peças sem condições de uso são encaminhadas** ao parceiro **responsável pela manufatura reversa**, que retira os aviamentos e envia os tecidos para **reciclagem** e transformação em novos materiais.



As **peças boas são encaminhadas** para **instituições parceiras**, sendo destinadas para reuso.



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

**Desde 1996,
somos
pioneiros no
monitoramento
de fornecedores**

Rede de Fornecimento Sustentável

103-2 e 103-3: Avaliação social de fornecedores | 103-2 e 103-3: Avaliação ambiental de fornecedores | 103-2 e 103-3: Avaliação de direitos humanos

Somos pioneiros e referência nacional no monitoramento de fornecedores e subcontratados: desde 1996, contamos com **Código de Conduta para o Fornecimento de Mercadorias**, cuja aceitação em contrato é obrigatória e válida em todo o mundo. Em 2006, criamos um sistema de auditoria de nossa rede de fornecimento, com o objetivo de coibir qualquer tipo de mão de obra irregular e buscar a melhoria contínua das condições de trabalho

e das questões ambientais. As auditorias são periódicas, sem agendamento prévio, e têm como foco verificar se as condições de trabalho são adequadas e se a legislação trabalhista é respeitada. A ocorrência de trabalho análogo ao escravo ou infantil, entre outras infrações, é considerada inaceitável pela C&A. Todos os novos fornecedores (100%) são selecionados com base em critérios socioambientais. [308-1](#) | [414-1](#)

Fomos a primeira empresa do varejo de moda no Brasil a divulgar, em 2017, nossa **lista completa de fornecedores**, um importante passo rumo à transparência. Classificamos nossos fornecedores em três níveis:



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Nossa rede de fornecimento é estruturada de duas formas: nacional e importada. O fornecimento nacional é responsável pela compra de produtos de vestuário, calçados, complementos e acessórios. A rede local de fornecedores da C&A, responsável por cerca de 80% do fornecimento, encerrou o ano de 2020 com 712 unidades de produção, sendo 186 fornecedores diretos e 526 subcontratados que, juntos, empregam 114 mil trabalhadores. Em 2020, tivemos a inclusão de 133 novas unidades de produção, ampliamos as possibilidades de compra e por necessidade de fornecedores

de expandir suas unidades subcontratadas, e foi descontinuado o trabalho com 75 unidades. Aproximadamente 65% das unidades de produção estão localizadas nos estados de São Paulo e Santa Catarina. Temos também fornecedores de eletrônicos (16), cosméticos e beleza (40), relógios (5), óculos (3) e embalagens (3). [102-9](#) | [102-10](#)

O fornecimento importado equivale a 20% de volume comprado e conta com 144 fornecedores cadastrados.



Acesse o site de Sustentabilidade da C&A e saiba mais.

Nossa equipe de Sustainable Supply Chain (SSC) conta com auditores que vão a campo e são responsáveis pelo monitoramento de nossos fornecedores e seus subcontratados. Além disso, o Time de SSC conta com uma célula denominada Desenvolvedores de Fornecedores, que atuam de forma consultiva e tem como objetivo acompanhar os planos de ação dos fornecedores com as notas mais baixas, apoiando-os no desenvolvimento para atingirem os nossos padrões de fornecimento. A consistência adquirida nessa frente, que engloba os fornecedores dos níveis 1 e 2, auxiliou-nos a reduzir impactos nas condições de trabalho e segurança das pessoas envolvidas na nossa rede de fornecimento durante a crise sanitária. O monitoramento das empresas do nível 3, como tecelagens e fiações, iniciado de forma piloto em 2019, teve sua expansão adiada em razão da pandemia.

Tipos e frequências das auditorias



inicial

Auditoria completa **antes** de iniciar a fabricação de produtos C&A

Realizada em até 30 dias (após aprovação dos documentos)

completa

Auditoria **completa**

Rating A
Em até 24 meses

Rating B
Em até 12 meses

follow up

Acompanhamento de **Plano de Ação** (Limite de um *follow up* entre auditorias anuais)

Rating C
Em até 180 dias

Rating D/E
Em até 120 dias

desktop

Auditoria realizada a distância com envio de evidências (fotos/vídeos)

Rating A/B/C/D/E
Limite de um *desktop* por ciclo completo de auditoria.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Nossas auditorias presenciais foram suspensas no dia 18 de março de 2020, logo no início da pandemia, e retomadas em 5 de agosto em um formato híbrido – on-line e presencial. Visitamos as empresas de acordo com as autorizações dos órgãos reguladores e as condições sanitárias de cada cidade. O grande desafio foi encontrar uma forma de fazer avaliações remotas garantindo a confiabilidade nas informações. Para garantir a eficiência do processo híbrido, todas as empresas que foram temporariamente monitoradas apenas a distância entraram em grupos prioritários para serem as primeiras a ser visitadas quando possível. Dadas as peculiaridades do ano, revisamos a meta de 2020 para 90% dos produtos vindos de fornecedores com *rating* A e B – essa proporção foi de mais de 85% no fechamento do ano.

Em 2020, muitos de nossos fornecedores tiveram impacto financeiro pelo longo período de fechamento de lojas físicas, principalmente nas pequenas empresas e na geração de empregos. Para apoiar a recuperação da rede, elaboramos o Programa de Retomada com Impacto Positivo em parceria com o Sebrae, voltado às micro e pequenas empresas do setor. Foram beneficiadas 100 empresas, unidades de produção pequenas que são terceirizadas dos fornecedores (em SP, SC e MG). [203-1](#)

Nossos contratos de fornecimento refletem o cuidado com a pessoa, exigindo o cumprimento legal dos direitos humanos, principalmente na relação de trabalho. Nossos fornecedores e subcontratados também são avaliados com foco em trabalho infantil e trabalho forçado ou análogo ao escravo, práticas empregatícias, práticas de saúde e segurança, relações trabalhistas, incidentes, salários e remuneração, horas de trabalho, segurança química e práticas ambientais adequadas. Diariamente, nossa equipe de auditores visitava fornecedores e subcontratados para verificar se as leis e as regras do Código de Conduta para Fornecimento de Mercadorias da C&A estão sendo cumpridas. O principal mecanismo de queixa utilizado para esse tema é o Canal Aberto (canalaberto@cea.com.br). [103-2 e 103-3: Liberdade de associação e negociação coletiva](#) | [103-2 e 103-3: Trabalho infantil](#) | [103-2 e 103-3: Trabalho forçado ou análogo ao escravo](#)

Destaques do Ano

[Apresentação](#)

[Mensagem do CEO](#)

[A C&A – Muito On, Muito Eu](#)

[Estratégia e Operação](#)

[Pessoas](#)

Sustentabilidade

[Nossas Premiações](#)

[Sobre este Relatório](#)

[Sumário GRI](#)

[Informações Corporativas](#)

Em 2020, identificamos cinco unidades de produção que não possuíam ou não cumpriram com a totalidade das exigências do acordo coletivo (um fornecedor e quatro subcontratados). Dos casos identificados, dois efetivaram a regularização por meio do plano de ação no mesmo ano e três têm o prazo até abril de 2021 para ajustarem a questão. Não foram identificados riscos significativos ou indícios de trabalho infantil, trabalho forçado ou análogo ao escravo em nossa rede de fornecimento no ano. [407-1](#) | [408-1](#) | [409-1](#)

Identificamos 13 diferentes tipos de impactos sociais negativos significativos reais e potenciais em nossa rede de fornecimento, incluindo itens de saúde e segurança do trabalho e direitos trabalhistas, entre outros. Do total de 378 fornecedores avaliados nesse quesito, 85 apresentaram não conformidades; com 69% destes, foram acordadas melhorias, e com os 31% restantes encerramos nossas relações de negócios. [414-2](#)

Avaliamos 378 fornecedores quanto a seus impactos ambientais negativos, e identificamos oito casos de impacto em três diferentes aspectos: lista desatualizada de inventário de produtos químicos, ausência ou estação de tratamento de efluentes inadequada e descarte de efluentes fora dos requisitos legais. Em 63% dos casos, acordamos melhorias como decorrência da avaliação realizada; e nos outros 37% deles, os contratos foram encerrados. [308-2](#) | [103-2](#) e [103-3](#): [Conformidade ambiental](#)

O uso de matérias-primas provenientes de animais é pouco representativo em nossos produtos, mas mesmo assim, temos compromisso com respeito ao tema, divulgado a todos os fornecedores. Conforme nosso Código de Conduta para Fornecimento de Mercadorias, nossos parceiros também se responsabilizam pelo cumprimento de nossos compromissos. [103-2](#) | [103-3](#): [Bem-estar animal](#)

Programa de Monitoramento Participativo

Lançado em 2019, é uma evolução da célula de desenvolvimento de fornecedores. As empresas qualificadas para este programa, que é voluntário, precisam ter um profissional de auditoria dentro da empresa e cumprir outros pré-requisitos, como, por exemplo, a necessidade de consistência nas melhores avaliações de auditoria. Até o fim de 2020, cerca de 25% dos produtos adquiridos pela C&A vieram de fornecedores que estavam neste programa.

O objetivo é transformar o fornecedor em protagonista do processo de monitoramento, promovendo confiança e transparência em nossas relações. Nossa frequência de monitoramento é reduzida nas empresas que aderem ao programa e, desta forma, concentramos nossos esforços na busca por condições justas e seguras de trabalho nos fornecedores do nível 3.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Gestão de Produtos Químicos 102-11

A indústria da moda é uma das mais poluentes do mundo. Isso se dá nos processos que ocorrem em tinturarias, tecelagens com acabamento, estamparias e lavanderias, que utilizam produtos químicos para obtenção do resultado desejado. Reconhecemos esse impacto e queremos garantir que as substâncias químicas utilizadas na fabricação de nossos produtos sejam seguras para as pessoas que estão envolvidas no processo produtivo e para o planeta, além de garantir a segurança das clientes que utilizarão a peça depois de pronta.

Por isso incentivamos a eliminação de substâncias químicas perigosas em toda a produção, com a rastreabilidade sobre a utilização de insumos na indústria do vestuário, calçados e acessórios. Somos membros fundadores do Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC), uma coalizão de varejistas globais com o compromisso compartilhado de não descartar produtos químicos perigosos em suas redes de fornecimento. Internamente, criamos o Programa de Gestão Sustentável de Produtos Químicos, que atua no engajamento e na capacitação das unidades de produção para promover melhorias na gestão de ambiental de seus processos.

Por suas características, esse monitoramento – que é realizado por meio de plataforma Higg FEM do Sustainable Apparel Coalition (SAC) além da análise de efluentes conforme o guia do ZDHC para águas servidas e Manufacturing Restricted Substances List (MRSL)¹ – envolve nossos fornecedores dos níveis 2 e 3. A metodologia e as ferramentas são da plataforma ZDHC, e a C&A auxilia no desenvolvimento dos fornecedores com aquisição das ferramentas, treinamento e orientações. Em 2020, os fornecedores participantes do programa representavam mais de 80% de nosso volume de produtos comprados. Somos os varejistas pioneiros desse programa no Brasil, e as melhorias alcançadas têm impacto em todo o setor têxtil, uma vez que as empresas fornecedoras atendem outros *players* do mercado nacional. 203-1

Também incentivamos nossa rede de fornecimento a adotar medidas para redução dos resíduos por meio da eficiência operacional; separar os perigosos e não perigosos para que os destinem da forma adequada; e facilitar a reutilização de água no processo ou manutenção da fábrica e reciclagem sempre que possível, além de adotar medidas para minimizar a poluição do ar e da água. 306-2

1. Lista de substâncias químicas restritas, cujo uso intencional está proibido no processamento de materiais têxteis, couro, borracha, espuma, adesivos e peças de acabamento em têxteis, vestuário e calçados.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Vidas Sustentáveis

O movimento #VistaAMudança da C&A promove iniciativas de sustentabilidade para preservar o futuro do planeta. Nosso compromisso é ampliar a oferta de produtos feitos com matérias-primas mais sustentáveis, ter uma abordagem para economia circular, promover condições de trabalho justas e seguras em nossa rede de fornecimento e engajar clientes e associados em busca de uma moda com impacto positivo. Nas lojas, identificamos os produtos que possuem atributos mais sustentáveis por meio de etiquetas (*tags*), sinalizações em equipamentos ou então por meio de *spots* de áudio que tocam nas lojas. Assim, chamamos

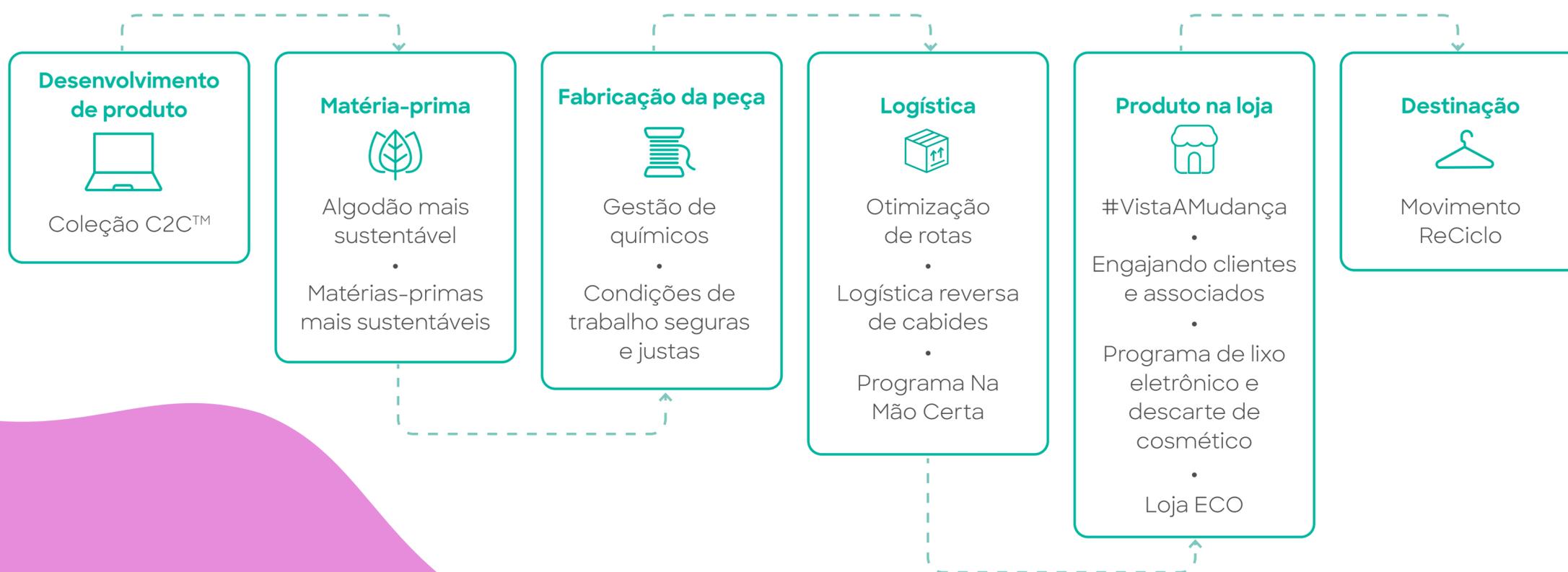
a atenção de nossas consumidoras para as ações, as iniciativas e os produtos C&A que de alguma forma expressam relação com práticas de sustentabilidade.

Acreditamos também que nossos associados têm um papel fundamental em nossa jornada para fazer moda com impacto positivo. Queremos que cada um deles se torne embaixador desse tema, fazendo a conexão com a cliente. Para isso, promovemos eventos específicos para abordar o tema e engajar as pessoas, como a Semana de Sustentabilidade. Medimos seu nível de engajamento em nossas pesquisas, e o resultado da mensuração em

2020 indicou que 93% deles sentem orgulho da contribuição da C&A para a comunidade, a sociedade e o meio ambiente.

Em 2020, criamos a Biblioteca de Conhecimento de Sustentabilidade, disponível internamente, que oferece aos associados manuais, fotos e orientações relativas à nossa estratégia e às nossas ações relacionadas ao tema. Também divulgamos informações no Mês do Meio Ambiente e realizamos uma *live* sobre sustentabilidade voltada ao público interno, entre outros materiais de comunicação interna.

Atuação mais sustentável em todo o ciclo de vida dos produtos



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Temos como objetivo fazer moda com impacto positivo e, por isso, atuamos com responsabilidade em todo o ciclo de vida de nossos produtos, incluindo as atividades de transporte e as ações desenvolvidas nas lojas. Além de ajudar as clientes a darem destinação correta a produtos que não usam mais, nós também consideramos a temática nos recursos utilizados em nossas operações – lojas, CDs e escritórios. Fazemos otimização das rotas para ganhar mais efetividade com menor impacto. Nesse sentido, o Ship from Store teve um papel importante na redução de distâncias percorridas pelos produtos.

Uma série de iniciativas de sustentabilidade que estão implementadas em nossas lojas são fruto da experiência e testagem feita na nossa Loja ECO C&A. Essa loja foi o nosso laboratório para teste de ações de ecoeficiência. Localizada em Porto Alegre e existente desde 1978, a partir de reforma realizada em 2009, esta unidade trouxe atributos práticos de sustentabilidade, abrigando mais eficiência no uso dos recursos. Em 2013, a loja conquistou a certificação Leadership in Energy and Environmental Design (LEED), o selo internacional mais utilizado no mundo, que atesta e incentiva a transformação das edificações com foco na sustentabilidade. Para difundir nossas práticas e falar sobre a

sustentabilidade na C&A, oferecíamos, antes da pandemia, visitas monitoradas abertas ao público quatro vezes ao ano.

Mudanças Climáticas 201-2

Entendemos que mudanças climáticas extremas, desastres naturais e falta de água têm impacto sobre nossas operações e resultados financeiros. Nossa agenda de crescimento está sujeita a riscos de gerenciamento de estoque, como variações climáticas, sazonalidade, mudanças nas preferências dos consumidores e tendências de moda.

Além disso, nossa cadeia de suprimentos de produtos pode ser afetada adversamente por conta desses fatores, com prejuízos significativos desde a plantação de algodão até a produção de roupas, bem como a operação de lojas e CDs, levando a interrupções significativas ou redução nas atividades. Esses eventos podem ainda abalar nossa capacidade de distribuir nossos produtos, impedir ou atrasar entregas, impor custos adicionais e reduzir o tráfego de pedestres, o que pode diminuir nossas vendas e lesar os resultados das operações e nossas condições financeiras.

A definição da coleção é um dos nossos principais diferenciais estratégicos em relação ao mercado e, portanto, a seleção de produtos, o apelo da marca de terceiros, a qualidade dos tecidos e as mudanças climáticas são considerados riscos

estratégicos durante a construção da coleção. Não podemos fornecer qualquer garantia de que selecionaremos corretamente novos produtos a serem comprados ou que nossa estimativa inicial da demanda de qualquer produto será mantida ou precisa. Certos produtos que compramos podem exigir prazos de entrega mais longos e nossos fornecedores podem não aceitar devoluções ou trocas desses produtos.

Podemos não conseguir vender nossos produtos em quantidades suficientes ou vender quantidades acima do esperado durante os períodos de pico de vendas. Ainda, o manuseio incorreto ou armazenamento por tempo prolongado de peças em estoque pode levar à obsolescência ou perda indesejada de parte destes produtos. A ocorrência de qualquer um dos fatores acima pode causar ineficiência em nosso volume de estoque, gerar distorções no inventário real disponível para vendas e, ainda, afetar adversamente nossos resultados operacionais.

Períodos prolongados de temperaturas mais altas durante o inverno ou mais frias durante o verão podem deixar uma parte do nosso inventário incompatível com as condições climáticas esperadas. Desta forma, períodos de clima alterado podem nos levar a vender o excesso de nossos estoques a preços descontados, reduzindo nossas margens, o que pode ter um efeito material negativo. Isso pode ser mais significativo nos casos de coleções de inverno, que têm preços médios mais altos.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Gestão de Emissões

103-2 e 103-3: Emissões | 305-5

Para o ano de 2020, também realizamos o inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) das operações da C&A Brasil. Contamos com o apoio de uma consultoria especializada e de diversas áreas internas capitaneando esse processo. Foi realizado um

momento de coleta de dados e informações e, posteriormente, o estabelecimento de premissas para o cálculo das emissões. Com base no resultado obtido, a consultoria elaborou um relatório de recomendações que nos apoiará a melhorar a gestão de nossas emissões localmente.

INVENTÁRIO DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) - tCO₂e - PROTOCOLO DE KYOTO 305-1 | 305-2 | 305-3

| Escopo | 2019 | 2019 | 2020 | 2020 |
|--|-------------------|---------------------|-------------------|---------------------|
| | (Localização) | (Escolha de compra) | (Localização) | (Escolha de compra) |
| Escopo 1 | 463,58 | 463,58 | 2343,57 | 2.343,57 |
| Combustão estacionária | 80,71 | 80,71 | 64,31 | 64,31 |
| Combustão móvel | 1,81 | 1,81 | 1,51 | 1,51 |
| Fugitivas | 381,06 | 381,06 | 2.277,75 | 2.277,75 |
| Escopo 2 | 12.914,02 | 10.417,81 | 9.118,64 | 7.012,50 |
| Aquisição de energia elétrica | 12.914,02 | 10.417,81 | 9.118,64 | 7.012,50 |
| Escopo 3 | 130.238,45 | 130.238,45 | 101.934,26 | 101.934,26 |
| Atividades relacionadas com combustível e energia não inclusas nos Escopos 1 e 2 | 82,03 | 82,03 | 43,76 | 43,76 |
| Bens e serviços comprados | 17,03 | 17,03 | 13,69 | 13,69 |
| Deslocamento de associados (casa-trabalho) | 102.592,48 | 102.592,48 | 83.137,95 | 83.137,95 |
| Resíduos gerados nas operações | 11.156,91 | 11.156,91 | 6.986,38 | 6.986,38 |
| Transporte e distribuição (<i>downstream</i>) | 750,45 | 750,45 | 766,91 | 766,91 |
| Transporte e distribuição (<i>upstream</i>) | 14.375,03 | 14.375,03 | 10.666,62 | 10.666,62 |
| Viagens a negócios | 1.264,52 | 1.264,52 | 318,95 | 318,95 |
| Total geral | 143.616,05 | 141.119,84 | 113.396,47 | 111.290,33 |

1. O aumento de emissões de 2019 para 2020 foi devido à troca de equipamentos de ar condicionado e à consequente reposição de gases. Essa ação teve como objetivo instalar máquinas mais modernas e, dessa forma, esperamos ter uma menor emissão de GEE nos anos seguintes.

2. A diminuição das emissões de escopo 2 e 3 ocorreram por conta das limitações na operação do negócio impostas pela pandemia do Covid-19 em 2020.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Gestão de Energia

103-2 | 103-3: Energia | 302-1

Temos uma equipe dedicada à melhor gestão de energia na C&A, além do apoio de uma consultoria externa e da Central de Compras de Indiretos CCI para a parte comercial de compra de energia. Trabalhamos para garantir a disponibilidade de energia e conforto nas lojas para os associados e clientes, considerando as peculiaridades regionais, aliada ao uso eficiente da energia e controle de custos. Entre nossas metas estão reduzir o consumo de energia por metro quadrado de área de vendas e aumentar a participação de energias de fontes renováveis e com menor nível de emissão de CO₂ em nossa base de contratos.

As lojas inauguradas a partir de 2016 seguem algumas premissas de eficiência:

- ✓ iluminação 100% LED;
- ✓ equipamentos de ar-condicionado *inverter* (exceto em lojas sem viabilidade técnica);
- ✓ gerador de emergência com baixo consumo de diesel;
- ✓ monitoramento de energia remoto em tempo real;
- ✓ *setpoint* de temperatura ajustado remotamente;
- ✓ automação para ligar/desligar remotamente os equipamentos de ar-condicionado e iluminação conforme políticas de eficiência na gestão de cargas;
- ✓ elevadores e escadas rolantes com inversor e com sistema de diminuição de consumo quando estão fora de uso.

Nas lojas existentes, temos:

- iluminação focal (luminárias “quentes”) em LED;
- monitoramento de energia remoto em tempo real;
- *setpoint* de temperatura ajustado remotamente em 48 lojas;
- automação para ligar/desligar remotamente os equipamentos de ar-condicionado e iluminação conforme políticas de eficiência na gestão de cargas.

O monitoramento remoto com a automação permite que possamos ligar/desligar a iluminação remotamente e também ajustar o horário de funcionamento dos equipamentos de ar-condicionado conforme o horário de funcionamento das lojas, e ainda reduzir o percentual de uso do ar-condicionado nos horários de menor fluxo de clientes. As contas de energia das lojas são monitoradas e as informações registradas em bancos de dados a fim de controlar os custos e avaliar melhorias.

Buscamos inserir atributos de sustentabilidade em nossas práticas

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Mercado Livre e Energias Renováveis

Para o consumo eficiente de energia, migramos grande parte de nossas lojas para o Mercado Livre de Energia (Ambiente de Contratação Livre), sendo então abastecidos por fontes renováveis e com o objetivo de economia no custo acima de 30% na comparação com o mercado cativo. Em 2020, 33 lojas foram migradas para o mercado livre de energia, chegando ao total de 197 lojas, e mais 9 estão previstas para migração em 2021. Ter as lojas no mercado livre nos permite ter o consumo de energia gerado a partir fontes renováveis, como Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCHs), eólica, solar e biomassa. 102-10

Em 2020, estabelecemos parceria com empresa de energia solar que abastecerá lojas em um projeto de geração distribuída. Foi iniciada no ano a construção de duas usinas solares que abastecerão inicialmente 11 lojas localizadas no Rio de Janeiro e em Brasília pelo período de dez anos, com possibilidade de ampliação e prorrogação de contrato. Nossas usinas solares terão capacidade para gerar 5,5 GWh por ano – energia suficiente para abastecer o equivalente a 2,8 mil residências no mesmo período. Com isso, evitaremos anualmente a emissão de 1,8 mil toneladas de CO₂, o que equivale ao plantio de 11 mil árvores ou menos 1 mil veículos, com média de 12 mil

km rodados cada, circulando pelas estradas brasileiras. Estimamos ainda uma economia potencial de cerca de R\$ 20 milhões até o fim do contrato, além dos ganhos socioambientais, como redução das emissões dos gases de efeito estufa e a obtenção de energia renovável.

Ainda no caminho do uso de energia mais limpa, incentivamos unidades produtivas de nossa rede de fornecimento do estado de Minas Gerais a realizarem parcerias para o compartilhamento de fazendas solares, economizando na conta de energia sem a necessidade de qualquer investimento por parte das unidades produtivas.

CONSUMO DE ENERGIA 302-1



- Consumo de resfriamento (GJ)
- Fontes não renováveis (GJ)
- Consumo de eletricidade (GJ)

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Gestão da Água

103-2 | 103-3: Água e efluentes | 303-1 | 303-2

O uso de água em praticamente todas as nossas unidades é exclusivamente para consumo humano e para limpeza dos ambientes. Somente nove lojas possuem torres de condensação para o sistema de ar-condicionado. Não existem processos industriais internos com uso de água e, portanto, não geramos efluentes industriais.

A gestão do consumo é feita por meio da utilização de materiais e processos eficientes, com adoção de torneiras e sanitários com baixo desperdício. Promovemos o uso consciente da água em nossas unidades. Entre nossas metas estão a redução do consumo de água por metro quadrado de área de vendas, realizar acompanhamento financeiro dos pagamentos e monitorar o consumo de água das lojas.

Entre as ações desenvolvidas para economia de água estão a:

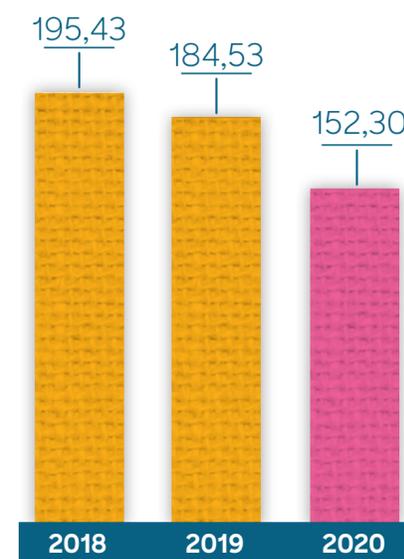
- ✓ Instalação de torneiras com fechamento e arejadores;
- ✓ Substituição das válvulas de parede e dos sistemas de descarga de caixa acoplada de ação única para acionamento duplo (3 e 6 litros por acionamento) para economia de água;

✓ instalação de sistema de controle de fluxo em 20 lojas no ano de 2016 para redução do consumo de água; e

✓ substituição de tubulação subterrânea no CDR para tubulação aérea, facilitando a identificação de vazamentos.

CONSUMO DE ÁGUA (megalitros)

303-3 | 303-4 | 303-5



Nota: Para a água, foram considerados os volumes das faturas de cada unidade (concessionária ou *shopping*/boleto condomínio); na ausência dessa informação, foi considerada a média para os meses da unidade ou de loja-espelho.

Não captamos água em áreas com estresse hídrico. Por não possuímos processos industriais em nossas unidades, não há efluentes industriais. O único efluente de nossas unidades é o esgoto comum, que é destinado à rede de esgotamento sanitário de cada localidade.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Gestão de Resíduos

103-2 | 103-3: Materiais | 301-1 | 103-2 |
103-3: Resíduos | 306-1 | 306-2

A gestão adequada de resíduos faz parte de nossa atuação. Para os resíduos gerados em nossa operação, a gestão é pautada por documentos como o Plano Coletivo de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PCGRS), fluxos de descarte de resíduos e manual de orientações para descarte de resíduos. Esses materiais, além de exigidos por lei, orientam o descarte correto, priorizando o máximo de reaproveitamento e evitando, sempre que possível, a destinação final para aterros sanitários.

Nosso PCGRS mapeia a geração de mais de 20 tipos de resíduos ligados à operação. No manual de resíduos constam todas as diretrizes corporativas para a destinação de cada tipo de resíduo mapeado no PCGRS.

O gerenciamento de resíduos para cada uma de nossas obras de reformas, ampliações ou inaugurações é realizado por empresa contratada. É realizado um plano de diagnóstico dos resíduos abrangendo as etapas de coleta e homologação de empresas de transporte para destinação final.

Programa de Lixo Eletrônico 301-3

Implementando em 2010, é um programa de coleta de celulares, pilhas e baterias em urnas localizadas em todas as lojas, escritório e CDs da C&A. Uma empresa parceira faz a coleta e destinação correta desses itens e envia periodicamente certificados de destinação e controle de itens arrecadados na loja. Desde o início do programa, mais de 640 mil itens foram coletados – o equivalente a cerca de 35 toneladas. Em 2020, esses materiais (celulares, pilhas, baterias e acessórios) somaram cerca de 3,2 toneladas que foram encaminhadas para reciclagem.

Programa de Descarte de Cosméticos

Como forma de possibilitar o descarte adequado das embalagens, lançamos em 2019 o Programa de Descarte de Cosméticos nas lojas que contam com o Espaço Beleza. Para participar, as clientes podem depositar frascos vazios e produtos vencidos nas urnas identificadas em nossas lojas, e terem a confiança de que serão destinados de forma ambientalmente adequada, como reciclagem ou coprocessamento.



Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Logística Reversa e Reciclagem de Cabides

301-2 | 301-3

Implementamos a logística reversa dos cabides em nossos CDs em 2013. Nesse processo, os cabides em condições de uso são separados e reenviados às lojas em caixas de papelão reaproveitadas dos produtos importados, que antes eram descartadas. Os cabides quebrados ou sucateados são enviados para a reciclagem ou recuperação. Em 2020, o estoque de cabides somou 34.100.488 unidades; destes, 0,04% foi destinado para a reciclagem (cabides de plástico) e 2,15% foram recuperados (cabides de metal).

RESÍDUOS POR COMPOSIÇÃO (TON)

306-3 | 306-4 | 306-5

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|
| Orgânico | 8.074,58 | 8.884,16 | 5.572,74 |
| Papelão e papel | 390,36 | 355,53 | 407,83 |
| Material de construção | 1.491,18 | 612,63 | 377,06 |
| Outros - não perigosos ¹ | 83,99 | 157,72 | 127,94 |

RESÍDUOS PERIGOSOS

| | | | |
|---|------------------|------------------|-----------------|
| Eletrônicos (computadores e acessórios) | 20,99 | 32,67 | 17,68 |
| Outros - perigosos ¹ | 10,14 | 32,3 | 11,86 |
| Total | 10.071,24 | 10.075,01 | 6.515,11 |

1. Em "Outros - não perigosos", foi considerado: plásticos gerais, plásticos de cabides, alumínio e outros metais, metal de cabides, vidro, uniforme de associados das lojas, cápsulas de café, resíduos de etiquetas, resíduo de fossa séptica, resíduos eletroeletrônicos (painel de LED), itens que são depositados na urna do ReCiclo, mas são considerados fora do regulamento e não possuem condições de uso e resíduos não segregados (luminárias e mix de resíduos). Em "Outros - perigosos", foi considerado: pilhas, toners, lâmpadas, reatores, baterias, celulares, óleo vegetal, perigosos não segregados, produtos químicos, ambulatoriais, outros - contaminados. Os dados de materiais de construção de 2018 e de cabides de plásticos de 2019 foram revistos e ajustados. Resíduos do EC, CDP, CDR e CDT.

DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS (TON)

306-4 | 306-5

| DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS (TON) | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|--|------------------------|--------------------|------------------|------------------------|--------------------|------------------|------------------------|--------------------|-----------------|
| | Resíduos não perigosos | Resíduos perigosos | Total | Resíduos não perigosos | Resíduos perigosos | Total | Resíduos não perigosos | Resíduos perigosos | Total |
| Reciclagem | 1.384,09 | 29,07 | 1.413,16 | 856,32 | 64,29 | 920,61 | 793,12 | 29,53 | 822,65 |
| Incineração (com recuperação de energia) | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,46 | 0,00 | 1,46 |
| Incineração (sem recuperação de energia) | 0,00 | 0,03 | 0,03 | 0,00 | 0,25 | 0,25 | 0,00 | 0,01 | 0,01 |
| Confinamento em aterro | 8.654,53 | 2,00 | 8.656,53 | 9.137,72 | 0,44 | 9.138,16 | 5.674,99 | 0,00 | 5.674,99 |
| Outras operações de disposição | 1,49 | 0,02 | 1,51 | 16,00 | 0,00 | 16,00 | 16,00 | 0,00 | 16,00 |
| Total | 10.040,11 | 31,12 | 10.071,23 | 10.010,04 | 64,98 | 10.075,02 | 6.485,57 | 29,54 | 6.515,11 |

Não houve destinação de resíduos para reutilização e recuperação.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas



**Nosso objetivo é
fazer moda com
impacto positivo**

Compromissos e Atuação Setorial

102-12 | 102-13

Além de, globalmente, sermos signatários dos programas Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) e Better Cotton Initiative (BCI) e fazermos parte, no Brasil, do programa de certificação da cadeia de suprimentos da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), fomos também a primeira empresa do setor da moda a aderir ao Programa Na Mão Certa, em 2007. Realizamos ações de sensibilização para engajar e orientar nossos motoristas nesta ação, que é uma iniciativa da Childhood Brasil para o enfrentamento mais eficaz da exploração sexual de crianças e adolescentes nas rodovias brasileiras.

A adesão a essas iniciativas, que apoiam a nossa estratégia e nosso posicionamento nas questões sociais e ambientais, impacta diretamente nossos fornecedores e a comunidade como um todo.

Acreditamos também na participação associativa como forma de intercâmbio e estímulo setorial. Nesse sentido, além de sermos associados à ABVTEX, somos parte da Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT), da American Chamber of Commerce for Brazil (AMCHAM) e da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE). Apoiamos ainda o Instituto Ethos, a Fundação ABRINQ e o Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPacto).

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem
do CEO

A C&A –
Muito On,
Muito Eu

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas

Nossas Premiações



Somos destaque em transparência: em 2020, pela **terceira vez consecutiva**, atingimos **a maior pontuação** no Índice de **Transparência da Moda** Brasil (ITMB). A análise, feita pela **Fashion Revolution Brasil**, englobou 40 grandes marcas e varejistas do mercado brasileiro, avaliadas de acordo com a quantidade de informações disponibilizadas sobre suas políticas, práticas e impactos sociais e ambientais.

Em 2020, nosso **Programa de Monitoramento Participativo** da rede de fornecedores foi **vencedor** na **37ª edição** do **Prêmio Eco Amcham**, na **categoria Processos**. Este foi o **quarto ano consecutivo** em que ganhamos o destaque, com um total de seis prêmios.

Somos a **marca mais admirada** pelos cariocas na categoria **moda feminina**, segundo a 11ª edição da pesquisa Marcas dos Cariocas, feita pelo jornal O Globo em parceria com a TroianoBranding.

Pelo segundo ano consecutivo, estivemos entre as **20 melhores empresas** para se trabalhar no varejo brasileiro. Fomos destacados no *ranking* **Great Place To Work (GPTW)**, na lista de Melhores Empresas Nacional (Categoria Varejo). Estamos também na lista do GPTW Barueri e região, onde nos destacamos entre as dez Melhores Empresas Grande Porte no *ranking*.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Ficamos no **top 3** pelo **Júri Academia iBest** como **eCommerce de Moda**.

Mantivemos em 2020 o Selo **Empresa Amiga da Criança**, da Abrinq. O programa engaja empresas para que **assumam compromissos** com a garantia dos **direitos das crianças e dos adolescentes** e reconhece as que são comprometidas com essa causa.

Recebemos o **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços à Cliente**, sendo vencedores na categoria **Varejo de Moda**. O reconhecimento homenageia empresas e profissionais que demonstram manter um compromisso com a **qualidade no relacionamento com as clientes**.

A C&A mantém o **sinal verde** no aplicativo **Moda Livre**, que avalia como **marcas combatem trabalho escravo**. Atualmente são avaliadas mais de 120 marcas, e a nota atribuída a cada empresa é calculada a partir de um questionário respondido voluntariamente e um histórico elaborado com base em fiscalizações do governo federal. Somos a **única empresa** com **status “verde” desde o lançamento da ferramenta** em 2013.

Também somos **“O Melhor de São Paulo”** na categoria **Loja de Departamentos**, empatado com outro grande varejista de moda. O levantamento é feito pelo jornal **Folha de S. Paulo**.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Sobre este Relatório



O conteúdo desta publicação foi desenvolvido a partir de entrevistas com nossos principais executivos, além de informações adicionais contidas em materiais institucionais, informativos internos, informações divulgadas à imprensa e documentos e dados complementares pesquisados.

Na consolidação do conteúdo, foram consideradas premissas como coesão da narrativa, equilíbrio dos temas, clareza do conteúdo e abrangência. Reformulações de informações estão descritas ao longo do relatório. Este documento é publicado em português e inglês, e sua versão digital está disponível no *site* <https://sustentabilidade.cea.com.br/> e em nossa página de Relações com Investidores (<https://ri.cea.com.br/>). Para comentários, sugestões ou dúvidas a respeito deste Relatório, entre em contato pelo e-mail sustentabilidade@cea.com.br ou ri@cea.com.br. 102-48 | 102-53

Materialidade 102-44 | 102-46

O conteúdo do presente Relatório Anual foi, também, definido levando em consideração uma revisão de materialidade em função de mudanças nos cenários que envolvem a atuação da Companhia, avaliação de tendências e alterações no contexto da sustentabilidade, principalmente no tocante à gestão dos negócios. Buscamos:

- unificar nossos temas de sustentabilidade e de negócios e identificar oportunidades para evoluirmos em estratégias e práticas;
- identificar e relatar informações relevantes para os negócios da Companhia, considerando seu impacto e influência nos aspectos ambientais, sociais e econômicos;

- priorizar os tópicos que têm maior impacto na criação de valor ao longo do tempo;
- indicar quais direcionadores de valor (receita, custo ou risco) são impactados por esses temas;
- indicar quais estratégias, produtos ou iniciativas estão relacionadas aos temas; e
- apoiar a elaboração da comunicação com nossos *stakeholders* tendo como foco os temas materiais.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

O processo de revisão da materialidade englobou as seguintes etapas:

- Temas da Estratégia de Sustentabilidade 2015-2020;
- análise de documentos internos da Companhia;
- *benchmarking* com empresas do setor, nacionais e internacionais, avaliando relatórios públicos;
- análise de documentos e estudos internacionais, como: Dow Jones Sustainability Index (DJSI), Sustainability Accounting Standards Board (SASB), Materiality for Sectors (GRI) e Global Risks Report 2020; e
- verificação de adequações, com base nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) e do Relato Integrado (IR).

Para este ciclo do Relatório, a lista de *stakeholders* incluiu a consulta por meio de entrevistas on-line a executivos da C&A, investidores, associados, clientes, fornecedores, associação setorial, uma influenciadora e imprensa, totalizando 12 entrevistas em profundidade. Após a consolidação dos resultados, foi realizada a apresentação, discussão e aprovação com a direção da C&A. [102-40](#) | [102-42](#) | [102-43](#)

A seguir a lista de temas validada pela diretoria. [102-46](#) | [102-47](#) | [103-1](#)

| TEMA 2020 | IMPACTOS | | TÓPICO GRI | DIVULGAÇÕES GRI |
|---|----------|---------|---|---|
| | INTERNO | EXTERNO | FORMA DE GESTÃO | 103-1 103-2 103-3 |
| Transformação digital, novos canais de Venda, Infraestrutura | X | X | Impactos econômicos indiretos 2016 | 203-1 |
| Bem-estar de trabalhadores (rede de fornecimento) | | | Trabalho infantil 2016 | 408-1 |
| | | X | Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016 | 409-1 |
| | | | Avaliação social de fornecedores 2016 | 414-1; 414-2 |
| Bem-estar de associados | X | | Emprego 2016 | 401-2; 401-3 |
| | | | Capacitação e educação 2016 | 404-2 |
| | | | Diversidade e igualdade de Oportunidades 2016 | 405-1; 405-2 |
| Comunicação e transparência (clientes) | | X | Engajamento de <i>stakeholders</i> | 102-40; 102-42; 102-44; 102-44 |
| | | | Práticas de relato | 102-47; 102-50; 102-51; 102-53; 102-54; 102-56 |
| Circularidade | X | X | Não há tópico GRI relacionado | |
| Desempenho econômico e desenvolvimento | X | X | Desempenho econômico 2016 | 201-1; 201-2; 201-3; 201-4 |
| Comunidade | | X | Comunidades locais 2016 | 413-1; 413-2 |
| Matérias-primas mais sustentáveis e bem-estar animal | X | X | Materiais 2016 | 301-1; 301-2; 301-3 |
| | | | Conformidade ambiental 2016 | 307-1 |
| Gestão sustentável de produtos químicos na rede de fornecimento | X | X | Avaliação ambiental de fornecedores 2016 | 308-1; 308-2 |
| Resíduos | X | X | Resíduos 2020 | 306-1; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5 |
| Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE) | X | X | Emissões 2016 | 305-1; 305-2; 305-3; 305-5; 305-6; 305-7 |
| Redução da pegada hídrica (rede de fornecimento) | | X | Água e efluentes 2018 | 303-1; 303-2; 303-3; 303-4; 303-5 |
| Colaboração setorial | X | X | Perfil da organização | 102-12; 102-13 |
| Poluição plástica | | X | Materiais 2016 | 301-2; 301-3 |
| Biodiversidade | | X | Biodiversidade 2016 | 304-1 |

Os temas permitem uma visão geral de nossa estratégia e reforçam o alinhamento do processo de revisão da materialidade com as principais demandas setoriais e diretrizes globais.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

Sumário de Conteúdo da GRI 102-55

GRI 101: FUNDAMENTOS 2016

GRI 102: DIVULGAÇÃO GERAL 2016

PADRÃO

PÁGINA

OMISSÃO

PACTO GLOBAL

ODS

Perfil da organização

| | | | | |
|---|----------------|--|---|----|
| 102-1: Nome da organização | 5 | | | |
| 102-2: Principais atividades, marcas, produtos e serviços | 10 | | | |
| 102-3: Localização da sede da organização | 111 | | | |
| 102-4: Localização das operações | 9 | | | |
| 102-5: Controle acionário e forma jurídica da organização | 9 | | | |
| 102-6: Mercados em que a organização atua | 9; 15 | | | |
| 102-7: Porte da organização | 9 | | | |
| 102-8: Informações sobre empregados e outros trabalhadores | 49 | | 6 | 8 |
| 102-9: Cadeia de fornecedores da organização | 77 | | | |
| 102-10: Mudanças significativas ocorridas na organização ou em sua cadeia de fornecedores | 15; 37; 77; 85 | | | |
| 102-11: Abordagem ou princípio da precaução | 24; 26; 72; 80 | | | |
| 102-12: Iniciativas desenvolvidas externamente | 89 | | | 17 |
| 102-13: Participação em associações | 89 | | | 17 |

Estratégia

| | | | | |
|---|----|--|--|--|
| 102-14: Declaração do presidente | 6 | | | |
| 102-15: Principais impactos, riscos e oportunidades | 24 | | | |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem
do CEO

A C&A –
Muito On,
Muito Eu

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas

GRI 101: FUNDAMENTOS 2016

| GRI 102: DIVULGAÇÃO GERAL 2016 | PADRÃO | PÁGINA | OMISSÃO | PACTO GLOBAL | ODS |
|---|---|--|---------|-----------------|-----|
| Ética e integridade | | | | | |
| | 102-16: Valores, princípios, padrões e normas de comportamento | 10 | | 1, 10 | 16 |
| Governança | | | | | |
| | 102-18: Estrutura de governança | 21; 22 | | | |
| Engajamento de partes interessadas | | | | | |
| | 102-40: Lista de grupos de <i>stakeholders</i> | 95 | | | |
| | 102-41: Acordos de negociação coletiva | 100% dos empregados são cobertos por acordos de negociação coletiva. | | 3 | 8 |
| | 102-42: Identificação e seleção de <i>stakeholders</i> | 95 | | | |
| | 102-43: Abordagem adotada pela organização para envolver os <i>stakeholders</i> | 95 | | | |
| | 102-44: Principais tópicos e preocupações levantadas | 94 | | | |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A –
Muito On,
Muito Eu

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas

GRI 101: FUNDAMENTOS 2016

GRI 102: DIVULGAÇÃO GERAL 2016

PADRÃO

PÁGINA

OMISSÃO

PACTO GLOBAL

ODS

Práticas do relato

102-45: Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas

5

102-46: Definição do conteúdo do relatório e limites dos temas materiais

94; 95

102-47: Lista dos temas materiais

95

102-48: Reformulações de informações

95

102-49: Alterações no relatório

Houve uma mudança no período de coleta dos dados que antes correspondiam ao período de março a fevereiro (período requerido pelas divulgações globais) e agora estão reportados de janeiro a dezembro.

102-50: Período do relatório

5

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem
do CEO

A C&A –
Muito On,
Muito Eu

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas

GRI 101: FUNDAMENTOS 2016

GRI 102:
DIVULGAÇÃO
GERAL 2016

PADRÃO

PÁGINA

OMISSÃO

PACTO
GLOBAL

ODS

Práticas do relato

102-51: Data do relatório anterior mais recente

O Relatório Global de Sustentabilidade 2019 foi a publicação mais recente da C&A. A C&A Brasil, bem como com as outras regiões onde atua (México, China e Europa), reportou os indicadores (período de março a fevereiro, adotado para esta publicação) para que fosse construído um relatório único com destaques para cada região.

102-52: Ciclo de relato do relatório

5

102-53: Contato para perguntas sobre o relatório

94

102-54: Abordagem do relato de acordo com os padrões

5

102-55: Sumário de conteúdo GRI

96

102-56: Asseguração externa

Não houve.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem
do CEO

A C&A –
Muito On,
Muito Eu

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas

| TÓPICOS MATERIAIS | PADRÃO | PÁGINA | OMISSÃO | PACTO GLOBAL | ODS |
|--|---|----------------|---|--------------|----------------|
| GRI 201: Desempenho econômico 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 18; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 18; 95 | | | |
| | 201-1: Valor econômico direto gerado e distribuído | 18; 19 | | | 2, 5, 7, 8, 9 |
| | 201-2: Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades relacionados a mudanças climáticas | 82 | | 7 | 13 |
| | 201-3: Obrigações do plano de benefício definido e outros planos de aposentadoria | | Em 30 de setembro de 2020, o valor justo dos ativos do plano, relacionados ao benefício mínimo acima descrito, supera o valor atuarial presente das obrigações acumuladas de benefícios em aproximadamente R\$ 2.925 (R\$ 1.078 em 31 de dezembro de 2019). | | |
| | 201-4: Assistência financeira recebida do governo | 19 | | | |
| GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 27; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 27; 95 | | | |
| | 203-1: Investimento em infraestrutura e serviços oferecidos | 27; 66; 78; 80 | | | 2, 5, 7, 9, 11 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

| TÓPICOS MATERIAIS | PADRÃO | PÁGINA | OMISSÃO | PACTO GLOBAL | ODS |
|--|--|--------|--|--------------|-------------|
| GRI 205: Combate à Corrupção 2016 | | | | | |
| GRI 103: Abordagem de gestão 2016 | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 23; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 23; 95 | | | |
| | 205-1: Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção | | As operações não são avaliadas. | 10 | 16 |
| | 205-2: Comunicação e treinamento sobre políticas e procedimentos sobre anticorrupção | 23 | | 10 | 16 |
| | 205-3: Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas | | Não houve casos de corrupção registrados no ano. | 10 | 16 |
| GRI 301: Materiais 2016 | | | | | |
| GRI 103: Abordagem de gestão 2016 | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 87; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 87; 95 | | | |
| | 301-1: Materiais usados, discriminados por peso ou volume | 87 | | 7, 8 | 8, 12 |
| | 301-2: Materiais usados provenientes de reciclagem | 88 | A matérias-primas recicladas estão em processo de certificação, tanto do processo quanto da custódia para ter rastreabilidade. | | 8, 12 |
| | 301-3: Produtos recuperados e o material de suas embalagens | 87; 88 | | | 8, 12 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

| TÓPICOS MATERIAIS | PADRÃO | PÁGINA | OMISSÃO | PACTO GLOBAL | ODS |
|---------------------------------------|--|--------|---|--------------|--------------|
| GRI 302: Energia 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 84; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 84; 95 | | | |
| | 302-1: Consumo de energia dentro da organização | 84; 85 | | 7, 8 | 7, 8, 12, 13 |
| GRI 303: Água e efluentes 2018 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2018 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 86; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 86; 95 | | | |
| | 303-1: Interação com a água como um recurso compartilhado | 86 | O consumo de água nas unidades é muito pequeno comparado ao consumo na rede de fornecimento, para a qual são desenvolvidas ações de acompanhamento. | 7, 8 | 6, 12 |
| | 303-2: Gestão de impactos relacionados ao descarte de água | 86 | | 7, 8 | 6, 12 |
| | 303-3: Retirada de água | 86 | | 7, 8 | 6 |
| | 303-4: Descarte de água | 86 | | 7, 8 | 6 |
| | 303-5: Consumo de água | 86 | | 7, 8 | 6 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

| TÓPICOS MATERIAIS | PADRÃO | PÁGINA | OMISSÃO | PACTO GLOBAL | ODS |
|-------------------------------------|---|--------|---|--------------|-------------|
| GRI 304: Biodiversidade 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 72; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 72; 95 | | | |
| | 304-1: Unidades operacionais próprias, arrendadas ou administradas dentro ou nas adjacências de áreas protegidas e áreas de alto índice de biodiversidade situadas fora de áreas protegidas | | Não temos lojas locadas dentro ou nas adjacências de áreas de proteção ambiental e de áreas de alto valor de biodiversidade situadas fora de áreas de proteção ambiental. | 8 | 6, 14, 15 |
| GRI 305: Emissões 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 83; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 83; 95 | | | |
| | 305-1: Emissões diretas (Escopo 1) de GEE | 83 | | | |
| | 305-2: Emissões indiretas (Escopo 2) de GEE provenientes da aquisição de energia | 83 | | | |
| | 305-3: Outras emissões indiretas (Escopo 3) de GEE | 83 | | | |
| | 305-5: Redução de emissões de GEE | 83 | | 8, 9 | 13, 14, 15 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

| TÓPICOS MATERIAIS | PADRÃO | PÁGINA | OMISSÃO | PACTO GLOBAL | ODS |
|--|---|--------|---|--------------|-------------|
| GRI 306: Resíduos 2020 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2020 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 87; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 87; 95 | | | |
| | 306-1: Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos | 87 | | 8 | 3, 6, 12 |
| | 306-2: Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos | 80; 87 | | 8 | 3, 6, 12 |
| | 306-3: Resíduos gerados | 88 | | 8 | 3, 6, 12 |
| | 306-4: Resíduos não destinados para disposição final | 88 | | 8 | 3, 6, 12 |
| | 306-5: Resíduos destinados para disposição final | 88 | | | |
| GRI 307: Conformidade ambiental 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 79; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 79; 95 | | | |
| | 307-1: Não conformidades com leis e regulamentações ambientais | | Não identificamos nenhum caso de não conformidade com leis e/ou regulamentos ambientais no ano de 2020. | 8 | 16 |
| GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 76; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 76; 95 | | | |
| | 308-1: Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais | 76 | | 8 | 8 |
| | 308-2: Impactos ambientais negativos significativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas | 79 | | 8 | |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

| TÓPICOS MATERIAIS | PADRÃO | PÁGINA | OMISSÃO | PACTO GLOBAL | ODS |
|---|--|------------|---------|--------------|-------------|
| GRI 401: Emprego 2016 | | | | | |
| GRI 103: Abordagem de gestão 2016 | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 50; 52; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 50; 52; 95 | | | |
| | 401-2: Benefícios para empregados de tempo integral que não são oferecidos a associados temporários ou em regime de meio período | 47; 52 | | | 3, 8 |
| | 401-3: Licença-maternidade/paternidade | 53 | | 6 | 5, 8 |
| GRI 404: Treinamento e educação 2016 | | | | | |
| GRI 103: Abordagem de gestão 2016 | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 56; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 56; 95 | | | |
| | 404-1: Número médio de horas de treinamento por ano por empregado | 57 | | 6 | 4, 5, 8 |
| | 404-2: Programas para o desenvolvimento de competências dos associados e de assistência para a transição de carreira | 55 | | | 8 |
| | 404-3: Percentual de associados que recebem regularmente avaliações de desempenho e de desenvolvimento de carreira | 54 | | 6 | 5, 8 |
| GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016 | | | | | |
| GRI 103: Abordagem de gestão 2016 | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 58; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 58; 95 | | | |
| | 405-1: Diversidade em órgãos de governança e empregados | 59; 60; 61 | | 6 | 5, 8 |
| | 405-2: Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens | 62 | | 6 | 5, 8, 10 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

| TÓPICOS MATERIAIS | PADRÃO | PÁGINA | OMISSÃO | PACTO GLOBAL | ODS |
|--|---|--------|---|-----------------|-------------|
| GRI 406: Não discriminação 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 24; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 24; 95 | | | |
| | 406-1: Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas | 24 | Os dados históricos do indicador não serão reportados devido à alteração na métrica de consolidação das informações, impossibilitando a comparabilidade dos dados. | 6 | 5, 8, 16 |
| GRI 407: Liberdade de associação e negociação coletiva 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 78; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 78; 95 | | | |
| | 407-1: Operações e fornecedores identificados em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva possa estar sendo violado | | Todos os associados na admissão assinam o Código de Ética da C&A, que garante a liberdade de associação e 100% dos nossos associados são abrangidos por acordos de negociação coletiva. | 3 | 8 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

| TÓPICOS MATERIAIS | PADRÃO | PÁGINA | OMISSÃO | PACTO GLOBAL | ODS |
|---|---|--------|---------|--------------|-------------|
| GRI 408: Trabalho infantil 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação do tópico material e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Forma de gestão e seus componentes | 78; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da forma de gestão | 78; 95 | | | |
| | 408-1: Operações e fornecedores identificados como de risco para a ocorrência de casos de trabalho infantil | 79 | | 5 | 8, 16 |
| GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação do tópico material e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Forma de gestão e seus componentes | 78; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da forma de gestão | 78; 95 | | | |
| | 409-1: Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo | 79 | | 4 | 8 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A - Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

| TÓPICOS MATERIAIS | PADRÃO | PÁGINA | OMISSÃO | PACTO GLOBAL | ODS |
|--|--|--------|---|--------------|-------------|
| GRI 412: Avaliação de direitos humanos 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 76; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 76; 95 | | | |
| | 412-1: Operações que foram sujeitas a revisões ou avaliações de impacto em direitos humanos | | A C&A faz a análise dos direitos fundamentais previstos no Código de Ética por meio das denúncias realizadas em nosso Canal Aberto. | 1 | |
| | 412-3: Acordos e contratos de investimentos significativos que incluem cláusulas de direitos humanos ou que foram submetidos à avaliação em direitos humanos | | Em 2020, 100% dos 1.732 contratos estabelecidos continham essas cláusulas. | 2 | |
| GRI 413: Comunidades locais 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 63; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 63; 95 | | | |
| | 413-1: Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local | 66 | | 1 | 1, 10 |
| | 413-2: Operações com impactos negativos significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais | | Não aplicável: não há impacto negativo nas comunidades locais onde a C&A opera. | 1 | 1, 2 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

| TÓPICOS MATERIAIS | PADRÃO | PÁGINA | OMISSÃO | PACTO GLOBAL | ODS |
|---|---|--------|---------|--------------|-------------|
| GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 76; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 76; 95 | | | |
| | 414-1: Novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios sociais | 76 | | 2 | 6, 8, 16 |
| | 414-2: Impactos sociais negativos na cadeia de suprimentos e ações tomadas | 79 | | 2 | 6, 8, 16 |
| GRI 416: Saúde e segurança do cliente 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 45; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 45; 95 | | | |
| | 416-1: Avaliação dos impactos de saúde e segurança do produto e categorias de serviço nos clientes | 45 | | | |
| | 416-2: Casos de não conformidade em relação à saúde e impactos de segurança de produtos e serviços nos clientes | 45 | | | 16 |
| GRI 417: Marketing e rotulagem 2016 | | | | | |
| GRI 103: | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| Abordagem de gestão 2016 | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 45; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 45; 95 | | | |
| | 417-1: Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços | 45 | | | 12, 16 |
| | 417-2: Casos de não conformidade relativo a informação e rotulagem de produtos e serviços | 45 | | | 16 |
| | 417-3: Casos de não conformidade em relação a comunicações de <i>marketing</i> | 45 | | | |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem do CEO

A C&A – Muito On, Muito Eu

Estratégia e Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas Premiações

Sobre este Relatório

Sumário GRI

Informações Corporativas

**TÓPICOS
MATERIAIS****PADRÃO****PÁGINA****OMISSÃO****PACTO
GLOBAL****ODS****GRI 418: Privacidade do cliente 2016**

| | | | | | |
|---|---|---|--|------|-------------|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2016 | 103-1: Explicação da materialidade e seu limite | 95 | | | |
| | 103-2: Abordagem de gestão e seus componentes | 25; 28; 95 | | 1, 8 | 1, 5, 8, 16 |
| | 103-3: Avaliação da abordagem de gestão | 25; 28; 95 | | | |
| | 418-1: Queixas comprovadas relativas a violação de privacidade e perda de dados de clientes | Não houve nenhuma queixa relacionada ao tema. | | | 16 |

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem
do CEO

A C&A –
Muito On,
Muito Eu

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

Informações
Corporativas

Informações Corporativas/ Expediente

COORDENAÇÃO GERAL

Relações com Investidores, Sustentabilidade e Comunicação

FOTOS

Acervo C&A Brasil e Rodrigo Paiva

REDAÇÃO, CONSULTORIA DE INDICADORES E MATERIALIDADE (GRI), DIREÇÃO DE ARTE E DESIGN

TheMediaGroup

C&A MODAS S.A.

Alameda Araguaia, 1.222/1.022, Alphaville Centro Industrial e Empresarial, CEP 06455-000 – Barueri/SP – Brasil [102-3](#)

A C&A realiza testes nos funcionários e os solicita para prestadores de serviço com regularidade, como no caso das fotos de divulgação deste Relatório, para evitar a propagação do coronavírus.

Destaques do Ano

Apresentação

Mensagem
do CEO

A C&A –
Muito On,
Muito Eu

Estratégia e
Operação

Pessoas

Sustentabilidade

Nossas
Premiações

Sobre este
Relatório

Sumário GRI

**Informações
Corporativas**