



Relatório Integrado Anual  
**2023**



## 1. Introdução

Destaques do ano  
Mensagem do Conselho de Administração  
Mensagem da Diretoria

## 2. Sobre a C&A

Modelo de negócio  
Prêmios e reconhecimentos

## 3. Estratégia e desempenho

Cliente  
Produto  
Inovação e tecnologia  
Ecossistema de serviços financeiros  
Geração de valor e desempenho financeiro

## 4. Governança

Estrutura de governança  
Gestão de riscos  
Segurança de dados  
Ética e integridade

## 5. Gente e cultura

Gestão de pessoas  
Cultura Mais C&A  
Saúde, segurança e bem-estar

## 6. ASG

Inovar & Liderar  
Renovar & Restaurar  
Unir & Inspirar  
Equidade, Inclusão & Direitos Humanos

## 7. Olhar para 2024

## 8. Caderno de indicadores

Carta de asseguração  
GRI, SASB e TCFD

## 9. Créditos



introdução

# DESTAQUES DO ANO

---



**R\$ 2,3  
milhões**

em lucro líquido



**40%**

do Conselho de  
Administração composto  
por mulheres



**R\$ 6,7  
bilhões**

de receita líquida



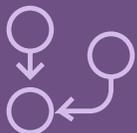
**R\$ 1.047,9  
bilhão**

em EBITDA Ajustado,  
crescimento de 39,7%



**15.381**

associados



Ingressamos na

**carteira do  
ISE, da B3**



**R\$ 400 mil**

investidos em 2023 em  
projetos sociais através do IC&A



**55,3%**

de margem bruta  
de vestuário

# DESTAQUES DO ANO

---



**64%**  
**de mulheres**  
em cargos de liderança



**26%**  
das lideranças  
são pessoas negras



**100%**  
do jeans produzido  
com algodão mais  
sustentável



+ de  
**60 mil**  
peças de roupas coletadas  
pelo Movimento ReCiclo



**100%**  
do consumo de energia  
de fontes renováveis



**+ 27%**  
de engajamento  
dos associados C&A no  
programa de voluntariado



Lançamento da  
**1ª coleção de  
jeans  
rastreadável**  
da C&A no Brasil



**27 mil**  
**pessoas**  
impactadas por meio  
das ações do IC&A

# Mensagem do Conselho de Administração

GRI 2-22

O ano foi marcado pelo bom desempenho da C&A, que possibilitou um crescimento acima do mercado, melhorando a rentabilidade e reduzindo a alavancagem financeira. Os resultados alcançados proporcionaram uma importante valorização da companhia a todos os nossos *stakeholders*.

Ações focadas em atender nossas clientes com uma oferta de moda mais versátil e atrativa, com qualidade e sustentabilidade, aumentaram o fluxo e a conversão em nossas lojas físicas e digitais. A utilização de tecnologia de dados assegurou um abastecimento mais preciso e efetivo, enquanto o C&A Pay e o programa de relacionamento C&A&VC se destacaram por facilitar a jornada e a experiência de compra das nossas clientes.

Nós do Conselho de Administração temos a convicção de que, na C&A, as oportunidades superam os desafios. Isso se deve à força da marca, à competência e experiência da diretoria e dos times e à cultura de inovação, sustentabilidade e valorização das pessoas. Em 2023, atuamos

de forma mais engajada, próxima e ativa com um só propósito: Impulsionar o Brilho e Valor da C&A aos olhos das clientes, colaboradores, acionistas e sociedade. Nesse sentido, concentramos nosso foco em cinco prioridades: (i) fortalecer a governança corporativa; (ii) acelerar e sustentar o desempenho; (iii) redesenhar a estratégia e acompanhar sua execução; (iv) fortalecer a Diretoria Executiva e as competências organizacionais; e (v) potencializar a cultura de *performance*, agilidade e responsabilidade.

Guiados por essas prioridades, impulsionamos a efetividade na pauta e dinâmica do Conselho e dos Comitês, aprofundamos e expandimos os diálogos com a Diretoria e incrementamos a proximidade com os times de gestão e lojas. Além disso, a criação do Comitê de Estratégia nos permitiu orientar nossa ambição e foco nos próximos anos, enquanto o Comitê de Gente & ASG fortaleceu nossa Diretoria com três novos talentos nas áreas de Finanças, Gente e Transformação Digital.



*Nosso empenho em promover o desenvolvimento sustentável é norteado pelos quatro pilares de ASG da C&A: Unir & Inspirar; Renovar & Restaurar; Inovar & Liderar; e Equidade, Inclusão & Direitos Humanos.*



As conquistas, resultados e projetos apresentados neste Relatório são reflexos da qualidade dos times da C&A, com seu olhar estratégico e experiente execução. Encerramos este ciclo certos de que a companhia se mantém em um patamar de referência no setor de varejo de moda no Brasil. Os compromissos e as efetivas ações ambientais e sociais realizados ao longo do ano foram reconhecidos em diversas ocasiões, reforçando nossa motivação para liderar o setor nas frentes ASG que fazem parte da nossa cultura e da Plataforma de Compromissos 2030 da companhia.

Os bons resultados aumentam a confiança de que estamos no caminho certo e, gradualmente, criando o brilho e o valor que a C&A merece. Para 2024, mantemos o compromisso em fortalecer nossa competitividade e a relevância da marca junto às clientes de forma disciplinada e ágil.

Convidamos os você a conhecer nossas iniciativas e conferir os dados que demonstram como estamos impactando as pessoas para que elas sejam o que desejam por meio da moda, de forma responsável e consciente.

Boa leitura!

**Conselho de Administração**

# Mensagem da Diretoria

## GRI 2-22

O ano de 2023 destacou-se pela entrega robusta de resultados, evidenciando que, mesmo diante de circunstâncias desafiadoras, demonstramos a relevância das nossas escolhas estratégicas e a consistência da nossa capacidade de execução. O crescimento da receita líquida e a melhoria da margem bruta de vestuário para 56,5% (o maior nível histórico) foram impulsionados pela nossa habilidade de oferecer coleções mais versáteis, combinada com a tecnologia e a digitalização dos nossos processos.

Trabalhamos para proporcionar a melhor experiência para a cliente, através da aplicação de tecnologia, uso de dados e digitalização dos processos “core” do negócio, através do nosso “Hub de Inteligência Comercial” (HIC), que atua nas principais frentes: Gestão da distribuição e reposição de produtos; Gestão dinâmica de precificação de produtos; Modelos de predição de demanda; e Decisões de estoques integrados. Com o nosso Hub, buscamos encontrar a melhor relação entre nível de vendas, margem e giro de estoques, oferecendo uma experiência mais completa para a cliente.

O C&A Pay celebrou seu segundo aniversário, alcançando a marca impressionante de 5,0 milhões de cartões digitais emitidos, destinados exclusivamente para uso em nossos canais C&A, representando 22% das vendas do ano. Nosso serviço de crédito totalmente digital oferece a melhor experiência de crédito no varejo, permitindo às clientes que realizem pagamentos com um simples sorriso, através da biometria facial.

Entendemos que a moda permite às pessoas se expressarem como indivíduos. Ao oferecer uma ampla gama de opções de vestuário em um ambiente omnicanal eficiente, e através de uma Jornada da Cliente focada em proporcionar a melhor experiência de compra, estamos ajudando as pessoas a serem autênticas em um mundo cada vez mais conectado.





Durante todo o ano, conduzimos nossas iniciativas alinhadas com nossa estratégia de ASG (ambiental, social e de governança corporativa) e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU). Nosso compromisso é liderar mudanças na indústria da moda, oferecendo às nossas clientes produtos mais sustentáveis para incentivar escolhas conscientes.

Além disso, alcançamos uma conquista significativa ao integrar a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3. Pelo sexto ano consecutivo, fomos reconhecidos como a empresa brasileira mais bem classificada no Índice de Transparência da Moda do Fashion Revolution.

Não posso deixar de mencionar o Instituto C&A, que realizou diversos projetos, atuando no fortalecimento das comunidades por meio da moda, desenvolvendo ações voluntárias, projetos de fomento ao empreendedorismo e à empregabilidade no setor.

Destaque importante é a nossa Cultura Mais C&A, que nos guia e nos orienta diante da complexidade do mundo atual, fornecendo os valores essenciais para os comportamentos e atitudes dos nossos 15 mil colaboradores em todo o país. É motivo de grande orgulho para a C&A ser reconhecida entre as 10 melhores empresas para se trabalhar no varejo nacional, e ser a líder no setor de varejo de moda, conforme o Great Place to Work (GPTW).

Encerramos 2023 de maneira otimista e com um olhar positivo para o futuro. Continuaremos a fortalecer nossas competências, estaremos mais próximos das nossas clientes, aprimorando nossa oferta, a experiência de compra e potencializando a força da nossa marca. Estamos preparados para crescer ainda mais.

Muito obrigado e ótima leitura!

**PAULO CORREA**  
CEO



sobre a  
**C&A**

# Sobre a C&A

GRI 2-1, 2-6

Acreditamos que beleza, diversidade e moda são elementos de autoexpressão. Por isso, somos muito mais que um dos maiores *players* de moda do setor. O nosso posicionamento como marca sempre foi o de oferecer uma experiência única às nossas clientes (centro da nossa estratégia) por meio de um portfólio versátil, composto por vestuário, acessórios e calçados diversos, bem como itens para cuidados do corpo e maquiagem.

Buscamos soluções para proporcionar beleza e bem-estar, com mais eficiência nos processos. Dessa forma, a jornada omnicanal que desenvolvemos para nossas clientes promove possibilidades e experiências diversas, com vários *touchpoints* de entrada, cada um com suas particularidades (leia mais na [pág. 20](#)).

Na vivência presencial em nossas lojas, as clientes C&A continuam tendo à disposição todos os serviços *on-line* por meio de *site*, aplicativo, redes sociais, atendimento via WhatsApp, o programa C&A&VC e o C&A Pay, plataforma multisserviço que oferece opções e produtos financeiros (leia mais na [pág. 33](#)).



Contamos com um time de mais de **15 mil** profissionais, atuantes em **125 cidades** do Brasil.



Toda essa jornada só é possível porque contamos com um time de mais de 15 mil profissionais. Por sermos muitos, estamos divididos entre a sede administrativa, em São Paulo (SP), em 334 lojas, localizadas em 125 cidades, e em três centros de distribuição (CD) – em São Paulo, Rio de Janeiro (RJ) e Florianópolis (SC). O CD paulista, inclusive, tem uma infraestrutura altamente tecnológica e abriga uma operação dedicada exclusivamente a *e-commerce*.

Para além dos negócios e da relação com o público, acreditamos que empresas precisam construir um legado positivo para a sociedade. Por meio do Instituto C&A, nosso impacto se expande para além do universo das nossas unidades, com ações e iniciativas que fazem diferença em nossa cadeia de valor. Completando 33 anos, o IC&A é referência no Brasil no desenvolvimento de projetos que promovem inclusão e empregabilidade por meio da moda; no fomento ao empreendedorismo; no programa de voluntariado, que engaja uma ampla rede de apoio; e em ações que visam contribuir com ajuda humanitária, fortalecendo nossos laços com as comunidades locais em emergências ou calamidades.

## Identidade **100% brasileira**

Apesar de o nosso olhar para a moda ser global, nossos produtos e coleções sempre buscam se conectar à realidade brasileira, considerando aspectos culturais, comportamentais, climáticos e econômicos.

## Nossa **paixão**

A gente acredita na moda que liberta, que inclui e potencializa a expressão do que existe de mais especial em cada um.

Trabalhamos para inspirar com a ousadia do novo, comprometidos com a sustentabilidade e reforçando os valores que nos trouxeram até aqui.

**Orgulho de ser C&A!**



## Nossa **marca**

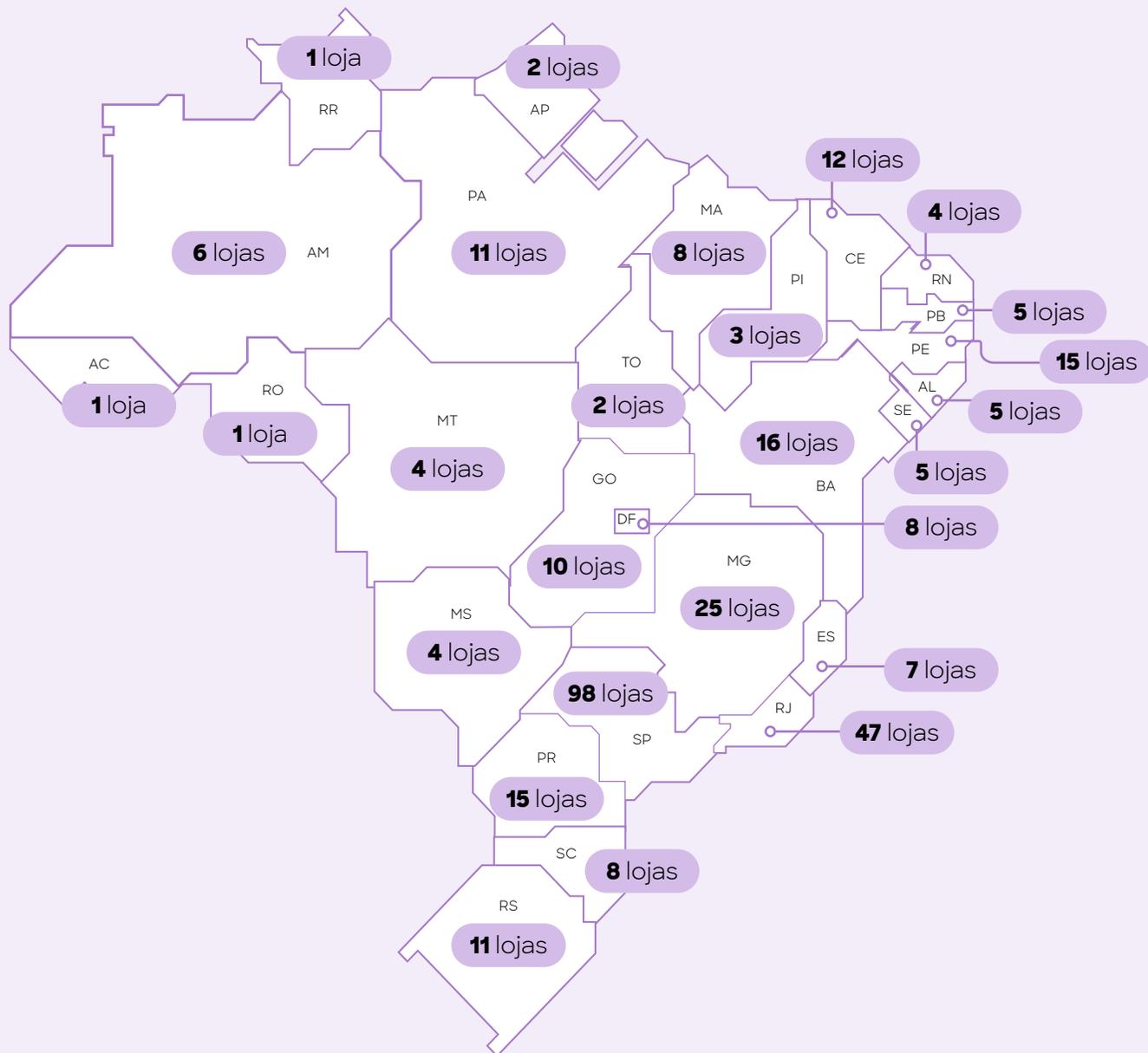
Somos a marca de moda que entrega sempre algo novo e lindo, que gere desejo, deixando nossas clientes mais felizes.

Somos alegres, vibrantes e pulsamos energia. Acreditamos na beleza da diversidade, e na moda como o maior elemento de autoexpressão.

## Nosso **propósito**

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

# PRESENÇA NACIONAL

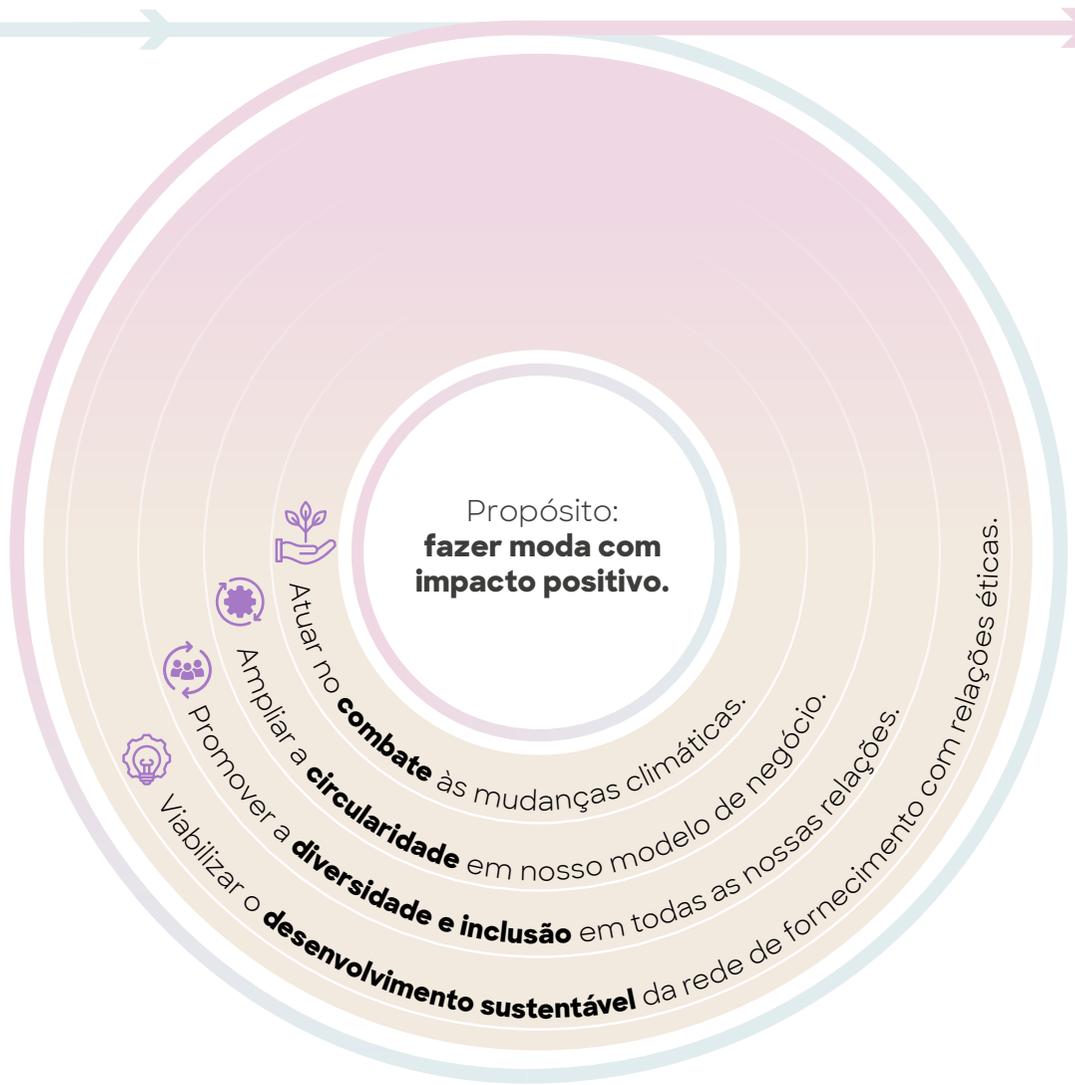


## INSUMOS

- Capital financeiro**
  - Caixa
  - Capital de terceiros
- Capital manufacturado**
  - Três centros de distribuição (SP, RJ e SC)
  - Um Escritório Central e 334 lojas: abrangência nacional
- Capital intelectual**
  - Cultura de inovação e sustentabilidade
- Capital humano**
  - 15.381 associados, sendo:
    - Mulheres 67%;
    - Amarelos 2,7%;
    - Branco 37,9%;
    - Indígenas 0,7%;
    - Pretos e Pardos 58,5%.
  - Mais de 300 mil horas de treinamento
- Capital social e de relacionamento**
  - Cliente
  - 808 fornecedores *tier 1* (64% selo ouro na ABVTEX)
  - Instituto C&A
  - Associações de classe
- Capital natural**
  - Algodão renovável
  - Viscose mais sustentável
  - Poliéster mais sustentável
  - Outras matérias-primas
  - Recursos hídricos

ENTRADAS

# Modelo de Negócio



SAÍDAS

- IMPACTOS** ● Positivo  
● Negativo
- Capital financeiro**
    - R\$ 6,7 bilhões em receita líquida
    - R\$ 2,3 milhões em lucro líquido
    - R\$ 356,6 milhões em receitas de serviços financeiros
  - Capital manufacturado**
    - Investimento nos centros de distribuição: unificação dos Centros e evolução *Push-Pull*
  - Capital intelectual**
    - Produto sustentável, pensado ao longo de toda a rede de fornecimento
  - Capital humano**
    - Programas de diversidade
    - Nota NPS
    - Programa de diversidade para estagiários
  - Capital social e de relacionamento**
    - 27 mil pessoas impactadas pelo Instituto C&A
    - ITM (Índice de Transparência da Moda)
    - ISE - C&A passou a integrar a carteira do ISE da Bolsa de Valores (B3)
    - Contribuição setorial através de associações
  - Capital natural**
    - Desenvolvimento de novos produtos com menor impacto
    - I-REC (compra de 100% de energia renovável)
    - C2C
    - 66% de matérias-primas sustentáveis
    - Redução de emissões
    - Emissões
    - Uso de recursos hídricos na rede de fornecedores

# Prêmios e reconhecimentos



**IBEVAR**

**Prêmio IBEVAR 2023:**

vencemos na categoria “Inovação”, com o case do Jeans Circular (*leia mais na [pág. 80](#)*).



**Disney**

**Melhor Experiência em Ponto de Venda dos Melhores Anos da Disney:**

vencemos o prêmio com o tema “A magia do universo da Disney” (*confira como foi o evento [aqui](#)*).



**merco**  
EMPRESAS Y LÍDERES

**Ranking Merco Responsabilidade ASG:**

a C&A está entre as 100 empresas mais responsáveis em ASG no Brasil, sendo a segunda colocada dentre as empresas varejistas de moda (*acesse o ranking completo [aqui](#)*).



**LICENSING  
COM**  
MARCAS &  
PERSONAGENS

**Prêmio Licensing Com:**

reconhecimento na categoria “Social/ Ambiental” pela coleção O Poder é Nosso, em colaboração com The Walt Disney Company.



**merco**  
TALENTO

**Ranking Merco Talento 2022/2023:**

a C&A figura entre as empresas com maior capacidade de atração e retenção de talentos no Brasil.



**WB**

**Melhores do Ano Warner:**

vencemos na categoria de melhor campanha de *marketing* com a coleção Animais Fantásticos 3.



**Prêmio da Associação Brasileira de Marketing de Dados (ABEMD), SAC/Contact Center e CRM/Loyalty:**

segunda colocação em duas categorias na 29ª edição do evento, com os cases “Gamificando o Engajamento de Clientes” e “Aplicação do Sistema de Plataforma CRM Salesforce na C&A”.



**Marcas Mais, do jornal Estadão:**

mais uma vez, integramos o *ranking* na categoria Loja de Roupas. Dentre os critérios para a premiação estão a preferência e a familiaridade com a marca.



**Selo RA1000 do Reclame AQUI:**

reconquista do selo, com base em critérios que incluem: índice de respostas com relação às reclamações e à solução dos problemas; número de clientes que voltariam a fazer negócios com a empresa; e avaliação do consumidor.



**Ranking GPTW Barueri e Região:**

pela quinta vez consecutiva, nos destacamos dentre as melhores empresas empregadoras.



**FILASA (Finance and Law Summit and Awards):**

na quarta edição do evento, a C&A conquistou um lugar entre as nove melhores empresas que promovem discussões dos setores jurídico e financeiro.



**Prêmio INBRASC:**

recebemos a premiação pelo projeto “Torre de Logística Integrada”, do nosso time de Atendimento e Logística, que aprimorou o controle e a gestão de *e-commerce*, otimizando etapas internas.



## C&A NO ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE B3)

Em 2024, a C&A (CEAB3) passou a integrar a carteira do ISE da Bolsa de Valores (B3). A participação da companhia é uma grande conquista, pois chancela nossos esforços e compromissos em promover uma agenda mais sustentável em nossa cadeia de valor. O ISE B3 atualmente reúne 78 organizações que se destacam por apresentar as melhores práticas em ASG.

O ISE B3 avalia as dimensões econômico-financeira, social e ambiental, assim como as ações que empresas adotam nas questões climáticas. As informações contidas na carteira contribuem para que as companhias avaliem sua *performance* na jornada de sustentabilidade, bem como orienta os investidores a utilizar essas informações como critério para que possam alocar seus recursos de forma mais assertiva.

*Um marco em nossa jornada ASG, integrar o ISE é uma conquista celebrada e compartilhada por toda a C&A.*



## C&A TEM A MAIOR PONTUAÇÃO NO ITMB 2023

A C&A foi destaque pela sexta vez no Índice de Transparência da Moda Brasil (ITMB). Em 2023, 60 das principais marcas varejistas foram avaliadas e classificadas com base em mais de 250 indicadores relacionados a direitos humanos, igualdade de gênero e racial e descarbonização. Ao fim da avaliação, seis marcas se destacaram na maior faixa de pontuação (61% a 70%), sendo a C&A a primeira colocada.

No ano, os destaques foram para igualdade de gênero e racial; hiperconsumo, resíduos e circularidade, água e químicos; trabalho decente e práticas de compra; e fornecimento e materiais sustentáveis. Os indicadores foram distribuídos em cinco seções que compõem o cálculo das pontuações médias. A C&A se destacou em dois deles: Políticas e compromissos - 1º lugar (97%) e Rastreabilidade - 4º lugar (85%).

O ITMB, uma iniciativa do Instituto Fashion Revolution Brasil, é um guia importante para empresas do setor que buscam traçar metas e ações mais eficazes em suas estratégias de responsabilidade social, ambiental e de governança (ASG). Além disso, o índice promove maior transparência na moda, impulsionando um setor mais sustentável e inspirador.



estratégia e  
**desempenho**

# Cliente

Somos alegres, vibrantes e pulsamos energia. Queremos criar experiências únicas e especiais por meio da moda, por isso nossas clientes estão no centro das decisões da companhia. Proporcionamos uma jornada de compra alegre e prazerosa e estamos comprometidos em entender perfis e atender suas expectativas.

A nossa cultura nos direciona a fazer uma moda que expresse o que existe de mais especial em cada um e, para entender tendências e preferências de consumo, investimos na inovação. A cada ano, seguimos evoluindo e criando experiências de compra, tanto nas lojas físicas quanto nos canais digitais. Além de oferecer uma moda acessível, nos destacamos por estabelecermos uma conexão de empatia com nossas clientes, por meio de um atendimento com calor humano e personalizado.



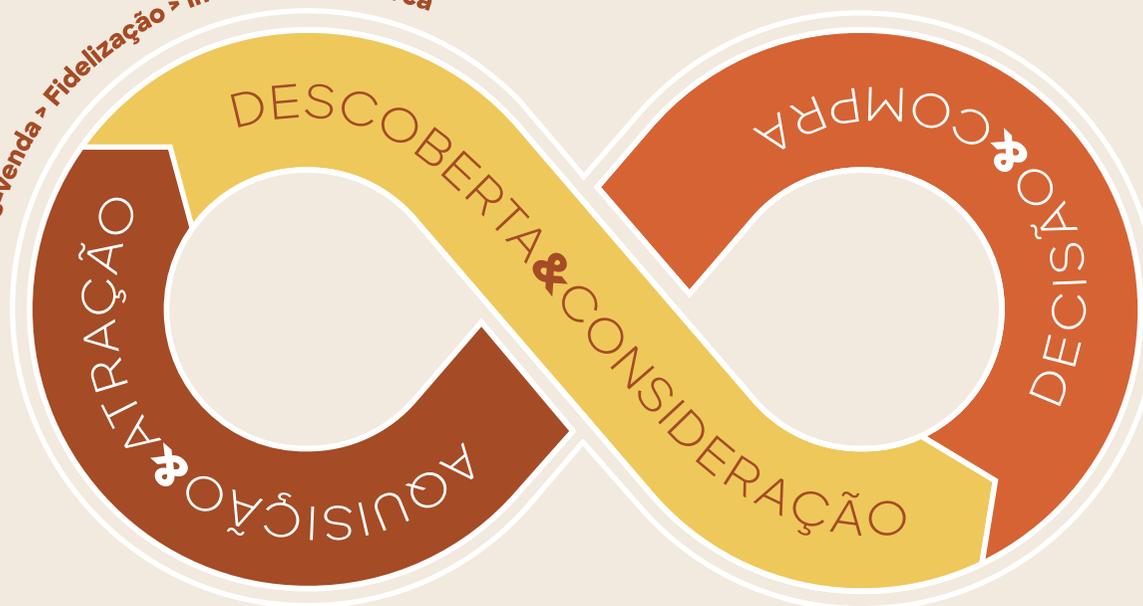
*A C&A reconhece e valoriza a moda como um canal fundamental de conexão das pessoas consigo mesmas e com todos ao seu redor. Por essa razão, colocamos nossas clientes no centro da nossa estratégia.*

# Ciclo da **jornada das clientes**

## PORTAS DE ENTRADA

- Site
- App
- Redes sociais
- WhatsApp
- Lojas físicas
- Minha C&A
- C&A&VC

Pós-venda > Fidelização > Indicação da marca



## INICIATIVAS OMNICANAIS

- C&A Pay
- SAC
- Clique e retire
- Ship from store
- Devolução em loja
- Self checkout

# Jornada omnicanal

As clientes estão no centro da nossa estratégia, e todas as nossas inovações são direcionadas a melhorar sua experiência com a nossa marca. Assim, disponibilizamos diferentes portas de entrada para o início da jornada C&A, sendo elas *off-line* e *on-line*. Para oferecer a experiência presencial, a companhia dispõe de 334 lojas físicas distribuídas por todo o Brasil. Já no universo digital, aliamos praticidade e rapidez em canais como o nosso *site*, *app*, redes sociais, o programa C&A&VC, o C&A Pay e o atendimento via WhatsApp.

Em 2023, nos reinventamos ainda mais na busca de novas soluções de melhoria no que diz respeito à navegabilidade nos canais de venda. Novos modelos também foram desenhados, a fim de dar maior robustez na integração entre o *e-commerce* da C&A, lojas físicas e logística de entrega do produto.

Por meio da entrega em domicílio ou da retirada do produto em uma das nossas lojas físicas, nosso compromisso é colocar as clientes no centro da jornada de compra, oferecendo opções práticas, independentemente de qual forma escolher.

## CANAIS DE VENDA

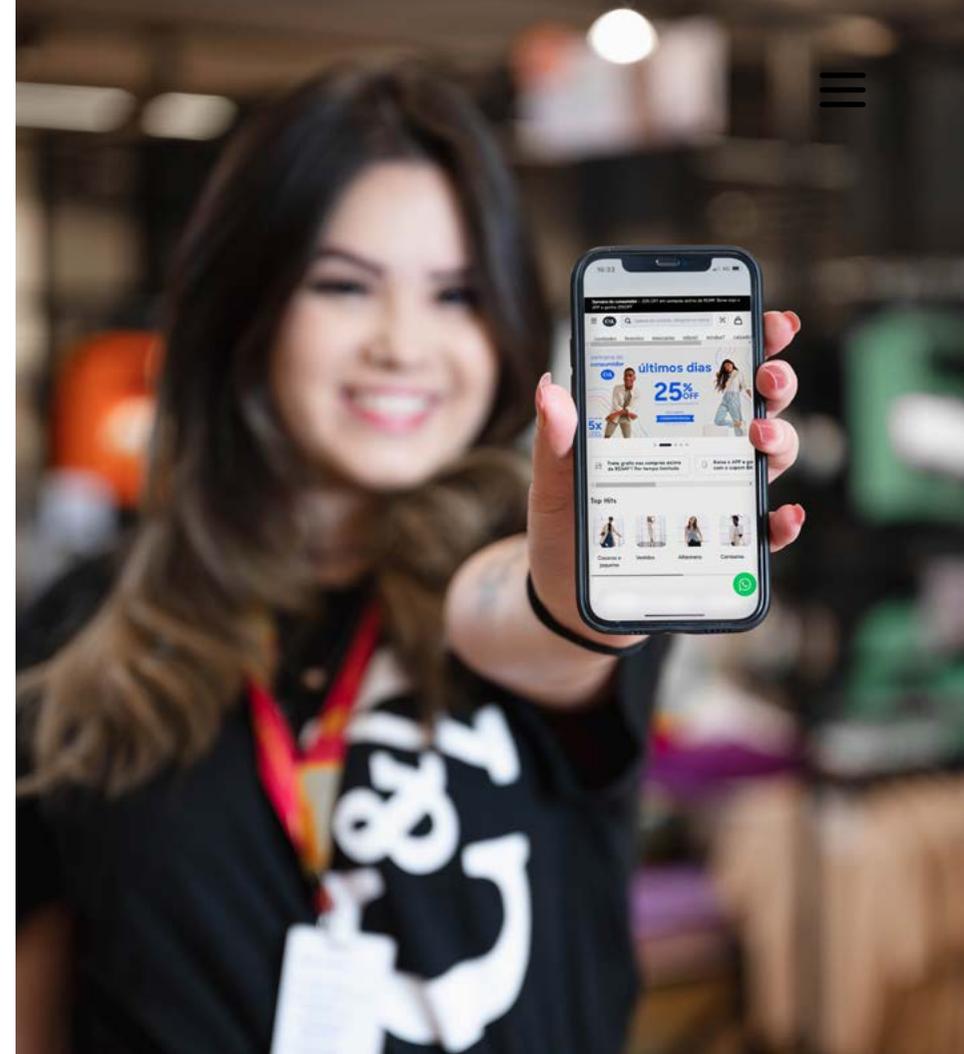
### SITE

Ficar por dentro de todas as novidades da C&A é fácil: nosso *site* oferece uma ampla variedade de vestuário, acessórios, calçados e itens de beleza, com uma estrutura de navegabilidade informativa e intuitiva. Atualizamos diariamente a plataforma com novos produtos e promoções.

### APP C&A

O *app* é uma grande loja *on-line*, com mais de 10 mil opções de produtos. Com ele instalado, nossas clientes podem fazer compras com rapidez e segurança, além de acompanhar os benefícios do C&A&VC. O *app* também oferece aos usuários a possibilidade de consultar a disponibilidade de produtos em estoque e a opção “clique e retire”, além de realizar o pagamento através do C&A Pay, nossa plataforma de serviço financeiro.

*Dentre os nossos canais de venda on-line, estão a compra pelo site da C&A, pelo app ou pelo WhatsApp.*



## CANAIS DE RELACIONAMENTO

### NOSSAS REDES



**Facebook:** <https://pt-br.facebook.com/ceabrasil/>



**Instagram:** [https://www.instagram.com/cea\\_brasil/](https://www.instagram.com/cea_brasil/)



**Twitter:** [https://twitter.com/cea\\_brasil](https://twitter.com/cea_brasil)



## WHATSAPP

Ativo desde 2020, nosso canal via WhatsApp tem sido uma plataforma relevante para o relacionamento com nossas clientes e para impulsionar vendas, com atendimento personalizado e humanizado. Em apenas três anos tivemos resultados que superaram nossas expectativas.

Além disso, o WhatsApp desempenha um papel fundamental na jornada omnicanal, tendo em vista que muitas clientes escolhem retirar os produtos em uma loja física, conectando as experiências *on* e *off-line*.

## MINHA C&A

Lançado em 2020, o Minha C&A é um programa de venda *on-line* que possibilita às nossas clientes a oportunidade de se tornarem consultoras da nossa marca, vendendo nossos produtos, gerando uma renda extra. Também é uma oportunidade de adaptarmos nossas vendas às diferentes regiões do país por meio do perfil das redes sociais das interessadas, potencializando o comércio na região.

## C&A&VC

É o nosso programa de relacionamento da C&A lançado em 2018, que está integrado ao aplicativo C&A e tem como premissa aumentar a fidelidade das clientes por meio de processos interativos, como a gamificação, gerando benefícios em compras. A ferramenta tem contribuído para criar uma base robusta de dados que permite uma análise mais assertiva dos padrões de compra das consumidoras e, principalmente, para fortalecer nosso relacionamento com elas.

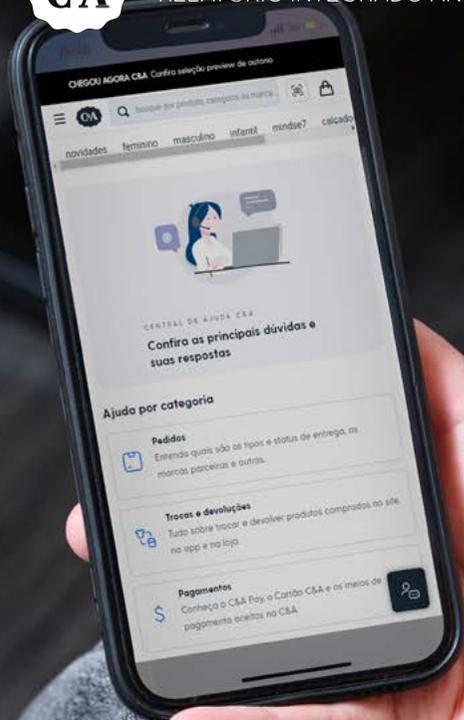
Por meio de *games*, captamos de forma lúdica a preferência e gosto das clientes que cumprem as missões propostas no programa. Os usuários ganham pontuações que podem ser trocadas por benefícios. Dessa forma, conseguimos entender os desejos e interesses das clientes, utilizados como *insights* para desenho de coleções e na tomada de decisão em relação ao desenvolvimento de novos produtos.

Em 2023, lançamos o C&A&VC Express, que coloca muito mais velocidade na hora de cadastrar clientes no programa. Para isso, utilizamos as mesmas tecnologias do C&A Pay, nossa plataforma digital para pagamentos, importando as informações cadastrais. Assim, as clientes não precisam preencher novamente seus dados.



### DESTAQUES DO ANO

**27,7 milhões** de clientes cadastradas no aplicativo, um acréscimo de **21%** em relação ao ano anterior.



## CENTRAL DE AJUDA (SAC)

Nossas clientes podem tirar dúvidas e entrar em contato conosco para tratar de diversos assuntos, incluindo, por exemplo, pedidos, trocas e devoluções e os nossos programas. A Central pode ser acessada pelo *site* ([clique aqui](#)), por telefone (11) 4571-2960 – o atendimento é realizado de segunda a domingo, das 9h às 22h, exceto em feriados. Em 2023, implementamos um canal receptivo também via WhatsApp.

## CANAIS DE ENTREGA - PRODUTO EM MÃOS



### Loja Física

Para quem deseja viver a experiência presencial, nossas lojas permitem às clientes caminhar livremente entre os corredores e experimentar uma grande variedade de vestuário e acessórios. Ao fim da jornada de compra, oferecemos a possibilidade de realizar um *self checkout*<sup>1</sup> e a oportunidade de realizar devolução ou troca de produtos adquiridos no *site* ou *app*, caso não tenha atendido às expectativas.



### Entrega em casa

Comodidade e praticidade são indispensáveis atualmente, e, para isso, oferecemos entregas via nosso *site* ou o *app* C&A nas modalidades normal, agendada, expressa e rápida (*consulte as opções [aqui](#)*).

<sup>1</sup> O *self checkout* é uma tecnologia de autopagamento, pela qual clientes podem finalizar suas compras diretamente no terminal disponível em algumas lojas.



### Ship from store

É o nosso estoque integrado que identifica a loja mais próxima que possui o item desejado. Assim, a cliente pode comprar *on-line* e receber em casa – com o pedido saindo de um lugar mais próximo com redução no tempo de entrega.



### Clique e retire

Nossas clientes podem fazer suas compras *on-line* e retirar os produtos em loja física. As mercadorias permanecem em armários fechados até a retirada. Em 2023, 334 lojas físicas contavam com armários clique e retire.

# Produto

Em 2023, oferecemos às nossas clientes diversas coleções e *collabs*, todas buscando contribuir para que as pessoas se vistam com autenticidade, conforto e beleza. Na C&A, acreditamos que a moda deve estar conectada à história e às buscas pessoais de cada um.

A digitalização tem alterado o contexto de desenvolvimento de produto, que precisa ser entregue de forma cada vez mais veloz para atender às demandas das clientes em um ambiente complexo e multicanal com assertividade.

Estamos sempre em busca de inovação e soluções que melhorem a experiência das clientes, e, por isso, nosso foco de atuação está sustentado na tomada de decisão baseada em dados e no desenvolvimento de uma cultura ágil, que tem como foco a comunicação e as necessidades das clientes.





## FASHION ANALYTICS

Para compreender com profundidade os desejos das nossas clientes, ampliamos as fontes de pesquisa de tendências e conexão do comportamento de compra do consumidor por meio de *analytics*. As ferramentas fornecem informações seguras, em tempo real, que nos ajudam a entender exatamente o que cada cliente procura.

Utilizamos como suporte canais como o C&A&VC (*saiba mais na [pág. 22](#)*) – e integramos ainda mais a cliente na tomada de decisão dos nossos produtos –, por meio de experimentos, testes e utilização de dados de forma estruturada.

Com um núcleo de estilistas responsável por mapear todas as tendências de moda e um time de analistas de dados que mapeia as tendências mais buscadas em nossos *sites*, qualificamos a tomada de decisão para desenvolvimento de produto, tendo como base as informações obtidas por meio dessas análises e, assim, conseguimos oferecer produtos de forma mais assertiva às nossas clientes.



## NOVIDADE NO BEL&ZA

A marca de cosméticos nasceu em 2019 da ideia de oferecer às clientes a possibilidade de completar seu look com uma variedade de produtos para pele e corpo. Nosso foco é impulsionar a companhia nesse segmento, e para isso a linha Bel&za foi ampliada em 2023 com o lançamento da coleção de maquiagem, trazendo mais opções para as clientes.

Com portfólio de qualidade, versátil e acessível, a linha de maquiagem promove uma sinergia entre moda e beleza, com opções variadas para compor o processo de identidade de cada pessoa e contribuir para a autoexpressão.

**SAIBA MAIS**

Conheça a linha completa da Bel&za C&A [aqui](#).

## Mindse7

Com roupas descomplicadas e ousadas que acompanham as mudanças e tendências da moda, a marca tem no seu DNA a premissa de criar uma comunidade de pessoas com estilo próprio, que amam moda e se expressam por meio dela. O Mindse7 apresenta coleções semanais que contemplam desde peças básicas e clássicas até as últimas novidades do Brasil e do mundo.

Veloz na captura de novas tendências, a marca constrói constantemente parcerias com artistas, estilistas e influenciadores do mundo da moda que se conectam às nossas propostas, dentre elas a valorização e respeito à diversidade de corpos e a criação de peças exclusivas e representativas. Em 2023, o Mindse7 lançou 52 coleções-cápsulas descomplicadas e ousadas.

Entre os lançamentos da Mindse7 em 2023, destacam-se:

**Collab com La Robertita:** unimos forças com a criadora de conteúdo Laís Roberta para desafiar os padrões e apresentar peças sofisticadas e minimalistas, capazes de comunicar inclusão, elegância e potência ([confira as peças aqui](#));

**Collab com Gabriella Garcia:** a marca se juntou à artista visual para criar uma sinergia entre a série “This dream might fade away” e o DNA da Mindse7. Nossas peças, com *shapes* amplos e modelagens clássicas revisitadas, se mesclaram às pinturas e esculturas da artista ([conheça mais aqui](#)).



## Collabs

Em nossa trajetória no Brasil, já foram mais de 100 *collabs*, tanto por meio de colaborações firmadas pela nossa área comercial quanto pelo Instituto C&A junto com estilistas, marcas e *influencers*. Estamos sempre repensando os nossos processos colaborativos,

trazendo diferenciais, abordagens e vozes que tenham conexão com a marca para entregar às nossas clientes mais conteúdos de moda com coleções repletas de inspiração, conceito, beleza e muito impacto positivo. Conheça cada uma delas a seguir.



*Nossas collabs sempre oferecem oportunidades para ampliar o alcance de vozes inspiradoras e desenvolver coleções com beleza e impacto positivo.*



### ATELIÊ MÃO DE MÃE - IC&A

A C&A, em parceria com o IC&A e o Ateliê Mão de Mãe, lançou a coleção Memórias, composta por peças de crochê feitas à mão. Idealizada pela artesã Luciene Santana, a essência da grife está na representatividade das crocheteiras da Bahia que realizam um trabalho primoroso, aliando criatividade e hábitos sustentáveis. A coleção trouxe mais de 20 peças atemporais e exclusivas, dentre elas jeans, camisaria, vestidos, saias, bolsas e óculos.



### NOSSO ENCONTRO 2023 - IC&A

Parceria com o *hub* criativo Nordeste, a *collab* reuniu diversas marcas da região Nordeste para fomentar a mão de obra e o talento de mulheres empreendedoras. As roupas e acessórios das coleções-cápsula são exclusivos e confeccionados com matérias-primas da região.



### MINDSE7 + IC&A + TODXS

A *collab* foi fruto de uma parceria entre o IC&A, nossa marca Mindse7 e a Todxs, ONG que promove a inclusão de pessoas LGBTQI+ no mercado de trabalho e na sociedade. Parte da venda do vestuário foi direcionada a negócios administrados por pessoas LGBTQI+.



### CARNAVAL

Em parceria com Ohlograma e Alexia Hentsch, a C&A traz uma coleção irreverente e sofisticada para vestir do bloco ao baile no Carnaval.



### FANDOM

Em parceria com a FANDOM, a C&A traz uma coleção com tricôs autorais, confortáveis e quentinhos.



### DISNEY 100

A C&A lança coleção do Dia das Crianças, em comemoração aos 100 anos da Disney.



### CHUPA CHUPS - BEL&ZA

Em parceria com a Chupa Chups, lançamos uma coleção de produtos de moda e beleza com a cara e o cheiro do pirulito mais famoso do mundo.



### PACE

Uma *collab* exclusiva com o melhor do *streetwear* brasileiro, com elementos urbanos que trazem um toque extra de estilo para o guarda-roupa.



### IDENTIDADES - IC&A

A *collab* é um projeto em parceria com estilistas nacionais e busca mostrar ao mundo um pouco da pluralidade do povo brasileiro e as causas sociais presentes no contexto de cada um.



### NFL - ACE

As marcas se unem para trazer os melhores times do futebol americano para a C&A. A coleção traz a identidade ACE somada a times mundialmente conhecidos.



### MARES

A coleção Mares traz o melhor da moda praia brasileira. As marcas Clube Bossa e Al Mare Collezione representam o *beachwear* da temporada em peças sofisticadas e atemporais.



### SEMANA JEANS

Coleção sustentável com as principais tendências do mercado.



*Em nossas quase cinco décadas no Brasil, foram firmadas mais de **100 collabs**.*



# Inovação e tecnologia

Somos movidos pela inovação e evolução: na C&A, digitalização e ferramentas inovadoras desempenham um papel central na melhora da experiência da consumidora.. Desde a abertura de capital, a C&A realizou investimentos em suas alavancas estratégicas, sendo uma delas a de transformação digital e modernização, e é uma das pioneiras na aplicação de inteligência artificial (IA) no varejo brasileiro.

Desde 2020, a C&A está na jornada de transformação digital, investindo em sistemas e equipamentos de tecnologia e a inteira automação dos CD para abastecimento das lojas físicas e uso de robôs para entregas do *e-commerce*.

Isso evidencia porque é estratégico para a companhia alocar recursos em inovação e tecnologia, garantindo que a C&A esteja alinhada às principais tendências nacionais e internacionais em relação a temas como gestão de dados e inteligência artificial. Para entrar em detalhes, vamos apresentar a seguir algumas frentes de atuação da C&A que foram impactadas positivamente por avanços tecnológicos em 2023:

## AUTOMAÇÃO DO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO (CD)

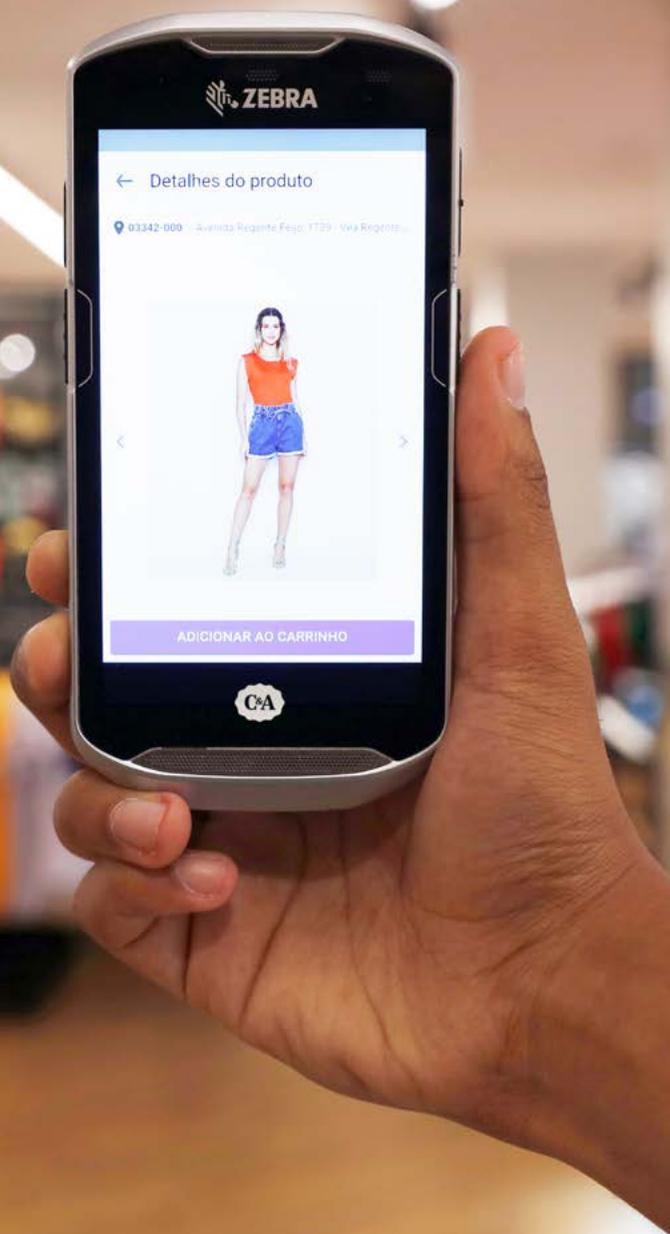
Em 2020, a empresa iniciou a modernização do modelo operacional de *Supply Chain*, com a automação total do Centro de Distribuição, que passou a ser operado 100% por um único *Warehouse Management System* (WMS), equipamento que realiza o controle digital e em tempo real de toda a operação logística por meio de *machine learning*. Atualmente, 35% da distribuição do vestuário para as lojas está no modelo *Push-Pull*, **reduzindo o estoque e eventos de ruptura em loja, melhorando os níveis de serviço**.

Além disso, no complexo logístico centralizado, que possui 60 mil metros quadrados e que opera com o processamento de 2 a 4 milhões de peças por semana, também fica a tecnologia robotizada Shuttle™, que promove a movimentação de estoque de forma automatizada, em que robôs localizam e coletam os itens de cada pedido do *e-commerce*, enviando-os por esteiras aos associados da C&A responsáveis pelas próximas etapas. A tecnologia contribuiu para a criação da **Entrega Super Expressa**, modalidade de entrega em que todos os pedidos *on-line* e realizados na região metropolitana de São Paulo são entregues em até 2 horas.



Nos últimos dois anos, a C&A investiu **R\$ 315 milhões** em inovação digital e tecnologia.

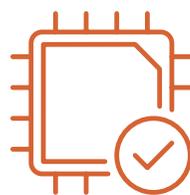
Em 2023, concluímos a unificação dos centros de distribuição em São Paulo. Com a consolidação do projeto, garantimos ainda mais eficiência à nossa logística, reduzindo custos, otimizando prazos e operando numa velocidade muito maior em relação aos anos anteriores. Como resultado, conseguimos tornar a jornada de compra mais ágil e eficiente.



## ESTOQUE E EXPOSIÇÃO NAS LOJAS

Rastrear e identificar diferentes objetos a distância é uma realidade com a transmissão de dados via radiofrequência. Na C&A, isso é feito com a tecnologia *Radio Frequency Identification* (RFID), pela qual monitoramos com rapidez e precisão as peças disponíveis em estoque. Além disso, é possível acompanhar o desempenho dos nossos produtos, o que permite dar mais exposição àqueles que têm maior potencial de venda.

No dia a dia operacional, essa solução possibilita que um único associado realize o inventário de uma loja inteira em apenas 30 minutos, aproximadamente. Com essa tecnologia, nosso time pode tomar decisões assertivas e rápidas na reposição de peças - inclusive, para produtos básicos, novos pedidos de compra são feitos automaticamente à medida que as peças forem vendidas.



*Em 2023, 90% das lojas contaram com a tecnologia RFID. Toda nova loja aberta da C&A inicia a operação de estoque com a ferramenta.*

## PRECIFICAÇÃO

Com a ajuda de uma célula *analytics* proprietária e *machine learning*, a companhia entende os desejos da cliente e padrão de compra de cada uma das lojas C&A e, a partir da demanda, amplia a oferta de produtos com uma visão granular loja a loja, que permite maior precisão de estoque.

Isso proporciona à cliente uma experiência mais fluida e uma jornada de compra mais assertiva, pois encontrará ofertas de peças que combinam com seu estilo na unidade em que mais frequenta.

Em mais um passo em sua jornada de transformação digital, os itens que correspondem à parte significativa do faturamento da empresa - jeans e básicos - agora possuem o planejamento do sortimento e a gestão de estoques gerenciados através de IA.

## BIOMETRIA FACIAL

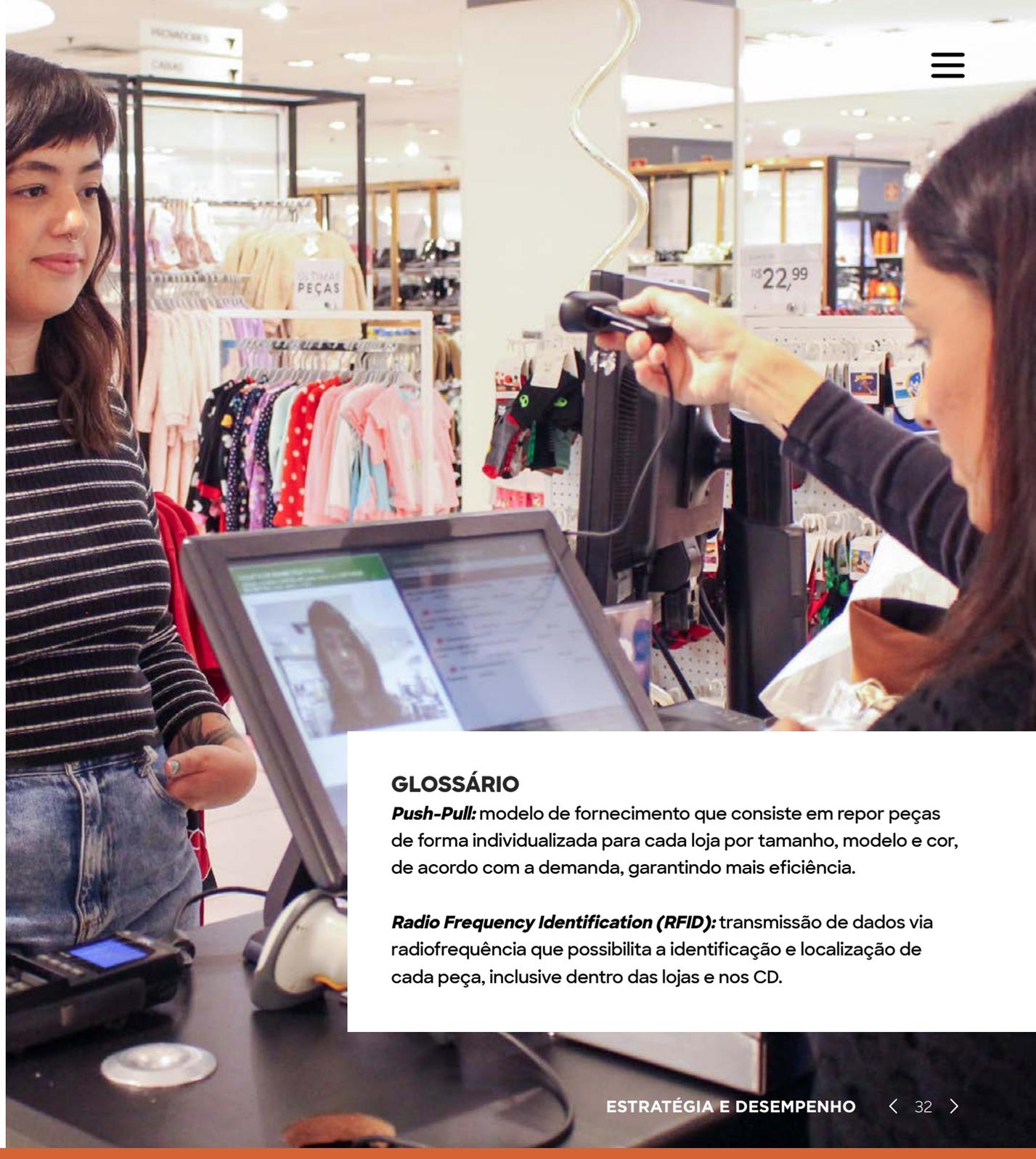
Outro avanço tecnológico que vale a pena citar é o pagamento por biometria facial, oferecido para o mais de 5 milhões de cadastrados no C&A Pay, cartão 100% digital da marca. A C&A também é a única varejista de moda que possui tal modalidade de pagamento.

Com a biometria, a cliente não precisa estar com cartão ou dinheiro em mãos para comprar em loja. Basta informar o número do CPF, mostrar o próprio rosto e pronto. O método proporciona uma melhor experiência de compra, com agilidade e fluidez na hora de pagar pelos seus novos produtos.

Todos os pontos de vendas (PDV) estão habilitados para realizar o processo, enquanto, na jornada *on-line*, o aplicativo no celular da cliente realiza essa função. Além de proporcionar uma experiência de compra mais fluida e rápida, a biometria adiciona novas camadas de segurança para a cliente, reduzindo o volume de fraudes transacionais.



*Pague com um sorriso  
– pagamento sem a  
necessidade de senha.*



## GLOSSÁRIO

**Push-Pull:** modelo de fornecimento que consiste em repor peças de forma individualizada para cada loja por tamanho, modelo e cor, de acordo com a demanda, garantindo mais eficiência.

**Radio Frequency Identification (RFID):** transmissão de dados via radiofrequência que possibilita a identificação e localização de cada peça, inclusive dentro das lojas e nos CD.

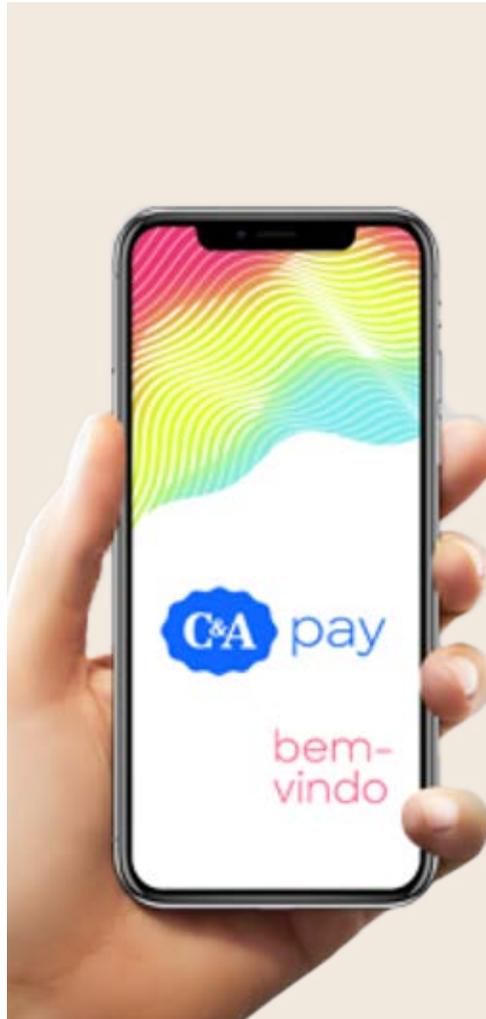
# Ecossistema de serviços financeiros

## C&A PAY

O C&A Pay é um ecossistema de serviços financeiros, totalmente digital da C&A, com objetivo de dar acesso e permitir uma melhor jornada à cliente.

O C&A Pay traz uma experiência 100% digital – da solicitação à aprovação, até o pagamento de fatura –, tornando o processo mais ágil para melhor atender às nossas clientes. Adicionalmente, tem como grande vantagem sua integração desde o momento inicial com o C&A&VC, nosso programa de relacionamento, de forma que a cliente que aderir ao C&A Pay passará a usufruir integralmente dos benefícios do programa.

O C&A Pay é um cartão digital, em formato *private label*, que pode ser utilizado somente para aquisição de produtos da C&A, tanto em suas lojas físicas quanto em seus canais de *e-commerce*. A plataforma multisserviço oferece também empréstimos, seguros e serviços de telemedicina e odontológico. Alinhado à nossa estratégia omnicanal, o C&A Pay tem sido uma importante frente de negócios para o aumento da receita líquida da companhia.





### 100% DIGITAL

- Crédito totalmente digital (sem plástico)
- Processo 100% *paperless* | Fatura Digital
- Integração com o C&A&VC, com *upgrade* para o nível AMA



### RÁPIDO DE FAZER

- *Pay Express* - 1 min em média
- Loja - 5 min em média
- App C&A&VC - 5 min em média



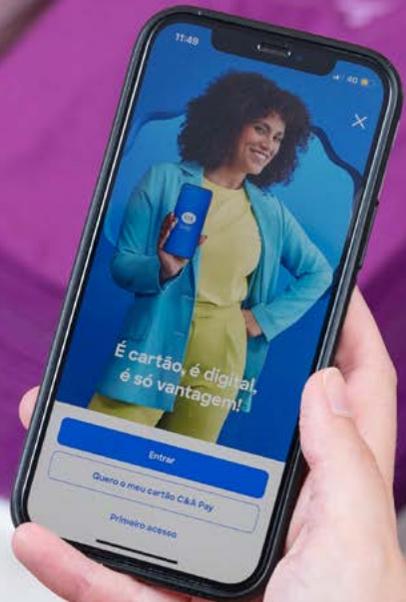
### PAGAMENTO VIA BIOMETRIA FACIAL

- Jornada transacional *cardless* nas lojas e *e-commerce*, apenas com biometria facial.



### PÓS-VENDAS COM ESTRATÉGIA DIGITAL

- Digitalização SAC Pay (WhatsApp/ChatBot)
- Cobrança digital via BOT



Um dos diferenciais do C&A Pay, é a velocidade para a concessão do cartão digital. Um processo que até pouco tempo levava cerca de 40 minutos para liberação de crédito, hoje realizamos em quatro minutos, sem utilização de papel nem de plástico. Neste ano, a jornada com a ferramenta tornou-se mais rápida e segura. Com os benefícios da tecnologia, trocamos o uso de senha pela biometria facial, método que também se estende às clientes que estão efetuando sua compra em uma das nossas lojas.

Olhando para o futuro, temos confiança na qualidade da carteira, e a expectativa quanto ao nível de inadimplência é positiva, tendo em vista a evolução dos modelos de concessão de crédito, indicando um desempenho melhor das novas safras originadas.

A expansão do C&A Pay está alinhada à nossa capacidade técnica e à prudência e responsabilidade na concessão de crédito. Trabalhamos com um modelo customizado, com informações de *performance* da nossa carteira, além de análises de fatores macroeconômicos. E a plataforma tem gerado resultados impressionantes: enquanto clientes C&A fazem compras em média duas vezes ao ano, pelo C&A Pay retornam quatro vezes no mesmo período.

Além disso, nossa parceria com o Bradescard tem impulsionado o ecossistema, com 28 mil novos cartões emitidos apenas no quarto trimestre. No ano, considerando o C&A Pay e a parceria, a participação do crédito oferecido representou 26% das vendas.

## DESTAQUES DO ANO



**Mais de 5 milhões**  
de contas



**Participação  
de 22%**  
nas vendas C&A

*O C&A Pay é rápido,  
seguro e tecnológico.  
Reduzimos o tempo  
de concessão do  
cartão digital de 40  
para 4 minutos.*

# Geração de valor e desempenho financeiro

Respondemos aos desafios vividos em 2023 com disciplina financeira e sólida geração de caixa operacional. E, claro, com a segurança de saber que oferecemos uma grande variedade de produtos e serviços que se conectam com as expectativas das nossas clientes, contribuem para a autoexpressão e tornam a moda uma ponte para experiências especiais, com a criação de impactos positivos. Mesmo diante de desafios, como o contexto macroeconômico e as altas taxas de juros, alcançamos números expressivos e evoluímos em nossas métricas operacionais.

Os indicadores financeiros do ciclo refletem nossa resiliência e capacidade de geração de valor. Em 2023, a receita líquida totalizou R\$ 6,71 bilhões, em comparação ao resultado de R\$ 6,18 bilhões no ano anterior, representando um crescimento percentual de 8,7%. Já o nosso lucro líquido no exercício atingiu R\$ 2,3 milhões, uma variação de 187,5% em relação ao último período.

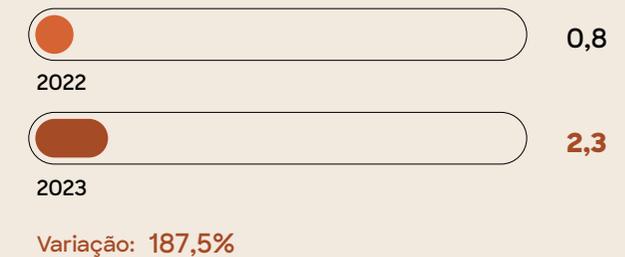
## Receita líquida total (R\$ milhões)



## Margem bruta total



## Lucro líquido (R\$ milhões)



## EBITDA ajustado (R\$ milhões)



Outro indicador financeiro de orgulho para a C&A no ciclo de 2023 foi o aumento da receita líquida de vestuário, que alcançou R\$ 5,5 bilhões no período, diante dos R\$ 5,02 bilhões registrados no ano anterior. Também se destaca o crescimento contínuo da margem bruta de vestuário, que registra aumento há oito trimestres consecutivos, e teve um incremento de 1,4 ponto percentual em 2023, em relação ao ano anterior, resultando em uma margem de 53,9% no ciclo. Nossas vendas de vestuário tiveram um crescimento de 10,6% no período.

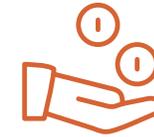
Os serviços financeiros ofertados pela C&A também seguem em ritmo de expansão, ampliando cada vez mais seu alcance. Em 2023, chegamos a uma carteira ativa de 963 milhões de clientes dentro do nosso ecossistema de pagamentos C&A Pay, um crescimento de 71% na nossa base. A participação do C&A Pay na venda do varejo atingiu 22%. Totalizamos R\$ 356,6 milhões em receitas de serviços financeiros – alta de 38,6%.

Outra fortaleza para a companhia no ano foi o EBITDA Ajustado, que atingiu R\$ 1,04 bilhão, um aumento de 39,7%. Além disso, impulsionados pelo desempenho em vendas de vestuário e por ações de otimização de capital de giro, encerramos 2023 com alavancagem financeira de 1,5x<sup>1</sup>, queda significativa em relação a 2022, ano em que registramos 3,9x no indicador.

### Demonstração de valor adicionado (R\$ mil)



<sup>1</sup> Incluindo o compromisso de pagamento com o Bradescard, nossa dívida líquida totalizou R\$ 881,2 milhões. A alavancagem foi calculada a partir da relação dívida líquida/EBITDA Ajustado (pré-IFRS 16).



Conheça abaixo os painéis de principais indicadores de desempenho operacional e financeiro. Para saber mais sobre os nossos resultados, acesse o Relatório da Administração.

### 2023 EM RESULTADOS

**R\$ 5.551 bilhões**  
em receita líquida de vestuário,  
10,6% a mais em relação a 2022

**52,4%**  
em margem bruta de vestuário,  
**oito trimestres** seguidos  
de aumento no indicador

**R\$ 1.047,9 bilhão**  
em EBITDA Ajustado,  
aumento de **39,7%**

Redução na alavancagem  
financeira para

**1,5x**



# Boas práticas

Estamos comprometidos com os princípios que privilegiam a transparência, equidade no tratamento dos acionistas, prestação de contas e responsabilidade corporativa.

Somos uma companhia de capital aberto, listada no segmento Novo Mercado da Brasil, Bolsa, Balcão (B3), adotando os mais elevados padrões de governança corporativa.

Visando as melhores práticas, nossa estrutura de governança conta, além da Assembleia dos Acionistas, com um Conselho de Administração de maioria independente, Conselho Fiscal, Diretoria Executiva e Órgãos de Assessoramento (Comitês e Secretaria de Governança).

Tais princípios conferem maturidade da companhia em relação à sua forma de fazer negócio, bem como alinhar sua estratégia de crescimento com geração de valor em curto, médio e longo prazos. E isso só é possível alavancando estrategicamente o tema de sustentabilidade em todas as etapas do negócio. Como reflexo, é a nossa presença no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3).

## MELHORES PRÁTICAS DE GOVERNANÇA ADOTADAS

**33,5%**  
de *free float*.

**80%**  
de membros independentes no Conselho de Administração – 4 de 5.

**40% de mulheres**  
no Conselho de Administração – 2 de 5.

**33% de mulheres**  
no Conselho Fiscal – 1 de 3.

**20% de mulheres**  
na Diretoria Executiva – 1 de 5.

**100%**  
de membros independentes no Conselho Fiscal.

Listada no **segmento do Novo Mercado da B3**.

**Executivos diferentes** ocupando as posições de Presidente do Conselho de Administração e Diretor-Presidente.

**Comitês de Assessoramento** ao Conselho de Administração.

**Plano de incentivo** de longo prazo para alinhamento do interesse da administração e dos acionistas.

**Regimento Interno** para Conselho de Administração, Conselho Fiscal, Comitês de Assessoramento e Diretoria.

**Avaliação** do Conselho de Administração, Comitês e Diretoria.

**Secretaria de Governança Corporativa** – *Governance Officer*.

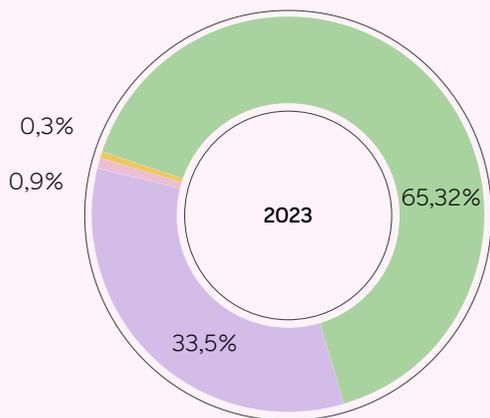
**Portal** de Governança.

# Desempenho das ações e composição acionária

**GRI 2-1**

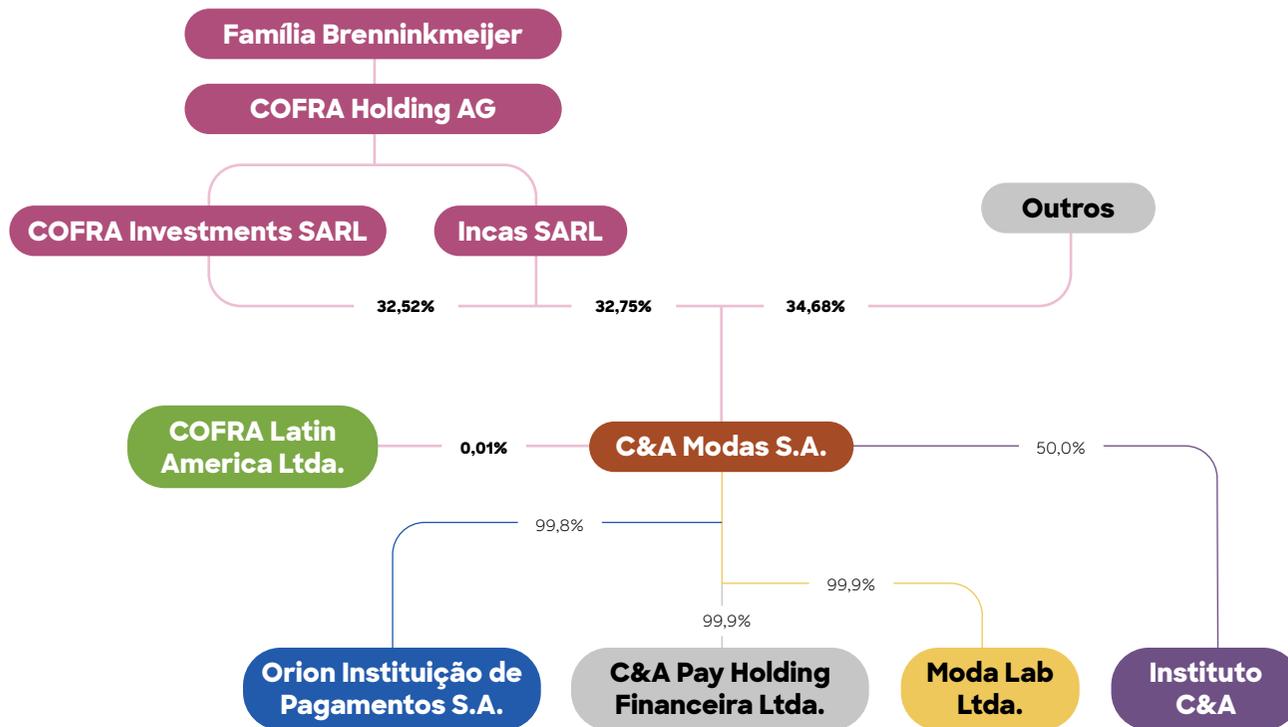
Nossas ações **CEAB3**, negociadas na B3, fecharam o ano cotadas a R\$ 7,83. No ano de 2023, as ações valorizaram 241,9% e, em 31 de dezembro de 2023, o valor de mercado da companhia atingiu R\$ 2,4 bilhões. O capital da Companhia totaliza 308.245.068 ações ordinárias e o *free float* é de 33,5%.

## Composição acionária



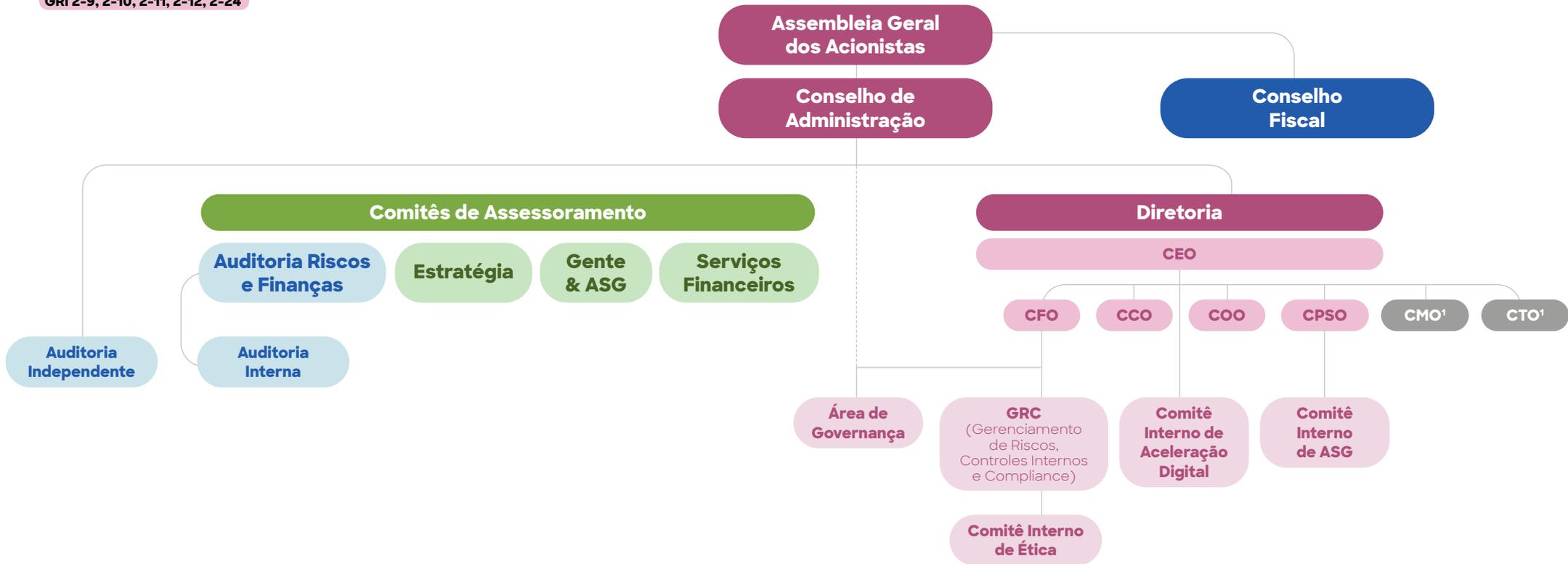
- Acionista controlador
- Outros (*free float*)
- Administração
- Tesouraria

## ESTRUTURA SOCIETÁRIA



# Estrutura de governança

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



<sup>1</sup> Diretores não estatutários.



Saiba mais sobre nosso Estatuto, Regimentos e Políticas consultando os documentos em nosso site de RI (acesse [aqui](#)).



## ASSEMBLEIA GERAL DE ACIONISTAS

Em 2022, realizamos nossa Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária (AGO/AGE) no formato exclusivamente digital. Contou com a participação acionistas da companhia, representando 69,15% do capital social votante. Entre as pautas da AGO/AGE, estavam a aprovação das contas de 2023, a distribuição de dividendos, a eleição de membros do Conselho de Administração e Fiscal e a remuneração dos Administradores.

## CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Nosso Conselho é composto por cinco membros, sendo quatro independentes, eleitos em Assembleia Geral de Acionistas para mandatos unificados de dois anos – é permitida a reeleição e a nomeação ocorre em conformidade com a Política de Indicação de Membros do Conselho de Administração, Comitês e Diretoria Estatutária<sup>1</sup>. Nosso Estatuto Social veda o exercício acumulado dos cargos de Presidente do Conselho e Diretor-Presidente; e os membros eleitos do Conselho, bem como dos comitês de assessoramento, não desempenham funções executivas na companhia.

Cabe ao Conselho de Administração, mais alto órgão de governança e estratégico, proteger e valorizar o patrimônio da companhia e estabelecer as diretrizes e orientação geral para os negócios sociais da C&A, em busca de perenidade. O Conselho de Administração também é responsável por acompanhar a execução dos planos estratégicos, de expansão e de investimentos e por deliberar sobre políticas e outros documentos normativos corporativos. Regularmente, o órgão convida especialistas em temas específicos para as reuniões, buscando atualizar e desenvolver os conselheiros em assuntos emergentes e extraordinários. Além disso, ao nomear membros para os comitês, o Conselho leva em consideração a *expertise* e experiência profissional dos indicados para temas específicos. O órgão, com o apoio do Comitê de Gente & ASG, também é responsável por deliberações e monitoramento dos impactos econômicos, sociais, ambientais e relacionados às pessoas. **GRI 2-17**

<sup>1</sup> O processo de nomeação tem entre seus critérios a diversidade e a independência de pelo menos dois ou 20% dos conselheiros: adota-se o que for maior. Esse processo pode incluir a assistência de uma consultoria externa e é supervisionado pelos membros do Comitê de Gente & ASG. Não há representação direta dos stakeholders no Conselho, que também não participam do processo de nomeação e seleção.



# Composição do Conselho de Administração

## CONSELHEIRO(A)

**Marcos Guimarães Grasso**

**Cristina Presz Palmaka de Luca**

**Isabella de Oliveira Vianna Cavalcanti Wanderley**

**Jamil Saud Marques**

**Peter Takaharu Furukawa**

## Mandato

5 membros



**Abril de 2023 a agosto de 2025**

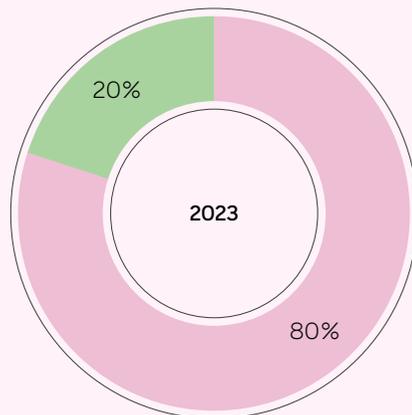
## Independência

4 membros



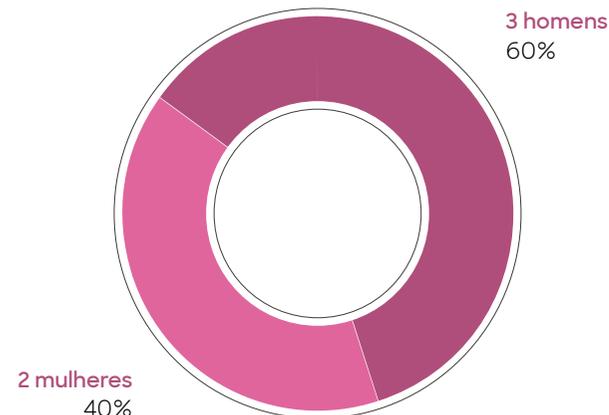
**4 de 5 membros independentes**

## Idade



De 30 a 50 anos    Acima de 50 anos

## Gênero



Seguindo as práticas de governança globalmente reconhecidas e enfatizando a relevância da diversidade de gênero, apoiamos o programa Women on Board, uma iniciativa independente respaldada pela ONU Mulheres. Alinhado ao programa, a companhia tem como objetivo destacar e promover ambientes corporativos que tenham pelo menos duas mulheres em seus conselhos de administração, visando evidenciar os benefícios dessa diversidade para o mundo empresarial e para a sociedade.

## Comitês de assessoramento

GRI 2-12

O Conselho de Administração da C&A dispõe do assessoramento de quatro comitês, aos quais cabe realizar análises e emitir opiniões quanto a temas de potenciais técnico ou estratégico, de maneira independente à Diretoria Executiva. Os comitês são compostos de ao menos três eleitos pelo Conselho para mandato de um ano, cuja nomeação obedece às previsões da Política de Indicação e dos Regimentos Internos da companhia. Os coordenadores de cada comitê têm uma sessão dedicada em todas as reuniões do Conselho para apresentar os resultados e processos em discussão.



### COMITÊ DE AUDITORIA, RISCOS E FINANÇAS

É um órgão estatutário e tem a importante função de assessoramento ao Conselho de Administração na supervisão das demonstrações financeiras e de outras atividades – como a gestão de riscos, conformidade, integridade ética. Os membros do Comitê (mínimo de três membros, respeitando os requisitos do Novo Mercado) são eleitos pelo nosso Conselho de Administração, possuem mandato de um ano e têm suas responsabilidades e poderes estabelecidos em nosso Estatuto Social, políticas e na legislação aplicável.

### COMITÊ DE ESTRATÉGIA

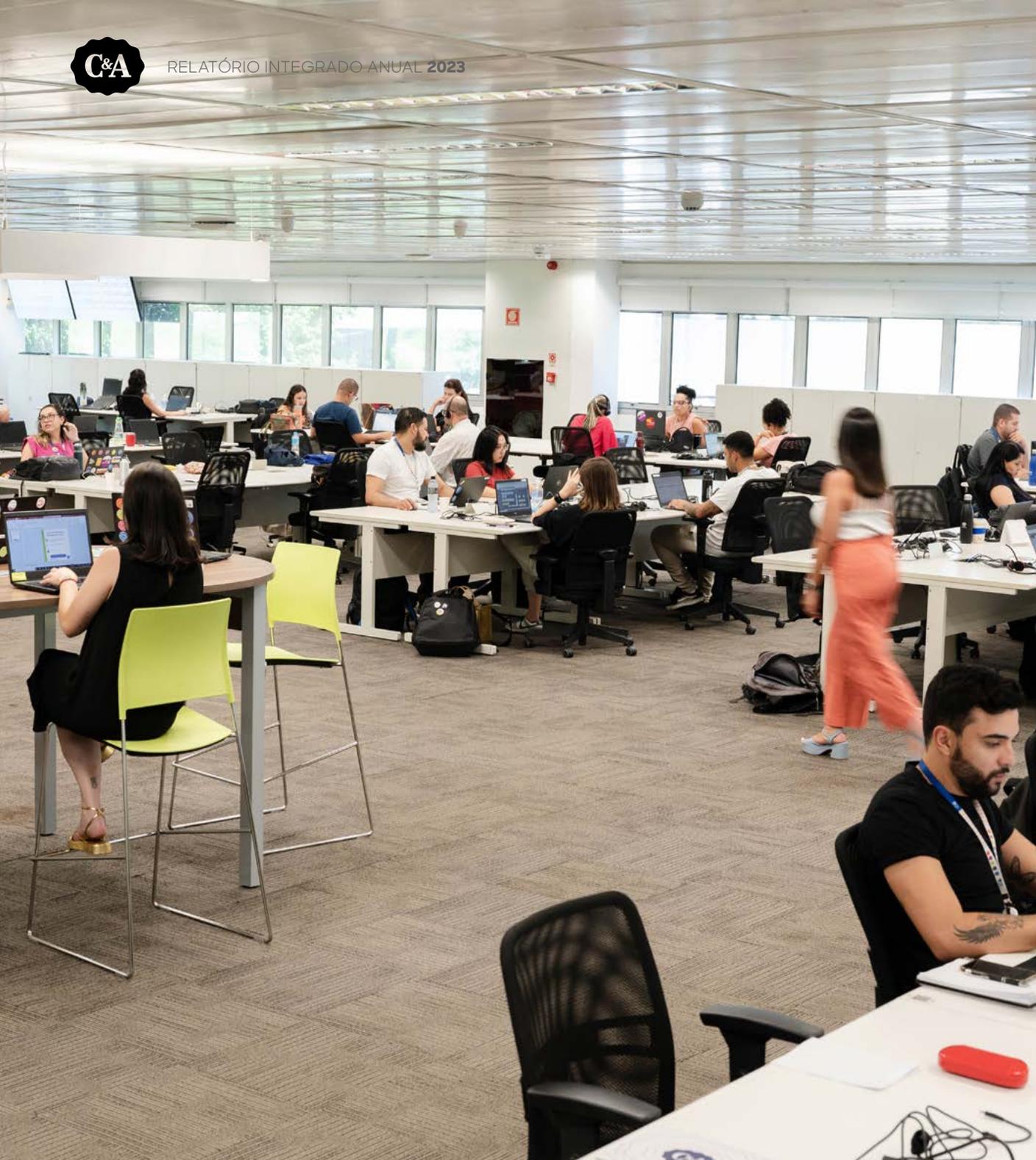
Auxilia o Conselho de Administração na definição, construção e revisão de diretrizes, planos e projetos estratégicos e de investimentos relevantes, visando contribuir para o direcionamento e monitoramento da estratégia corporativa da companhia, observados os parâmetros e diretrizes aprovados.

### COMITÊ DE GENTE E ASG

Auxilia o Conselho de Administração nos temas relacionados a pessoas, remuneração, estrutura organizacional, planejamento sucessório, avaliação e processo de seleção dos membros do Conselho de Administração e de seus comitês de assessoramento e da Diretoria, assegurando o seu alinhamento à estratégia da companhia e às melhores práticas de ASG, mitigando os impactos ambientais e promovendo a diversidade, equidade e ambiente inclusivo.

### COMITÊ DE SERVIÇOS FINANCEIROS

Auxilia o Conselho de Administração nas atividades de produtos e serviços financeiros, considerando as principais estratégias relacionadas ao modelo de negócio, portfólio de produtos, *funding*, parcerias, aderência às normas legais, estatutárias e regulatórias e declaração de apetite a riscos.



## SECRETARIA DE GOVERNANÇA

Vinculado e de assessoramento ao Conselho de Administração, o órgão atua no suporte técnico dos processos de governança corporativa, buscando promover, implementar e aperfeiçoar as melhores práticas de governança, apoiando todos os órgãos de governança da companhia.

## CONSELHO FISCAL

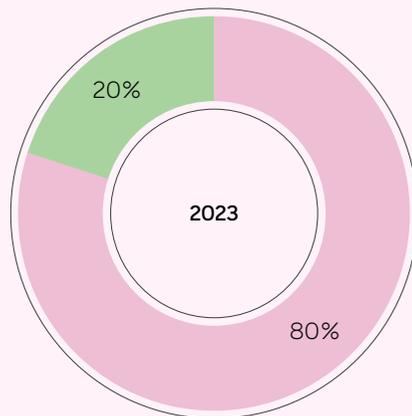
Trata-se de um órgão colegiado, de caráter estatutário e funcionamento não permanente, que atua com independência para fiscalizar a gestão dos administradores (membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva), em consonância com a legislação e regulamentação aplicáveis, além do regimento interno. A instalação do Conselho Fiscal cabe aos acionistas e é realizada em assembleia geral, com término previsto para a assembleia geral ordinária seguinte – o mandato dos integrantes equivale ao período de funcionamento do órgão.

## DIRETORIA EXECUTIVA

A Diretoria Executiva é responsável pela gestão dos negócios e tem a missão de proteger e valorizar o patrimônio da companhia, bem como contribuir com orientações que viabilizem sua perpetuidade. A Diretoria Executiva é eleita pelo Conselho de Administração para um mandato de dois anos e reeleição permitida. A Diretoria é assessorada por Comitês Internos, que contribuem para aprofundar as discussões de temas estratégicos.

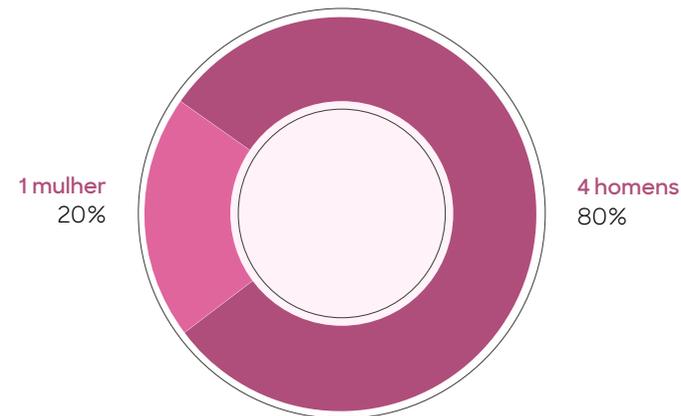
NOME	CARGO
<b>Paulo Correa Junior</b>	Presidente
<b>Laurence Beltrão Gomes</b>	Vice-Presidente de Administração, Finanças e de Relações com Investidores
<b>Francislei Cassio Donatti</b>	Vice-Presidente Comercial
<b>Fernando Garcia Brossi</b>	Vice-Presidente de Operações e Serviços Financeiros
<b>Maria Carolina Brasil Borghesi</b>	Diretora Vice-Presidente de Gente, Cultura e ASG

### Idade



De 30 a 50 anos    Acima de 50 anos

### Gênero



### Tempo de mandato



**Maior de 2025**

## COMITÊS INTERNOS

- **Comitê Interno de ASG (CIASG)**<sup>1</sup>: órgão interno da companhia vinculado à Diretoria Executiva, com o objetivo de assessorá-la em suas atribuições vinculadas a responsabilidade social, ambiental e com a governança (ASG).
- **Comitê Interno de Ética**: vinculado à Diretoria Executiva, este comitê contribui para fortalecer atividades, responsabilidades e compromissos referentes ao canal de denúncias da C&A.

<sup>1</sup>Para a gestão dos impactos da companhia, o Comitê Interno de ASG realiza ao menos quatro reuniões por ano. Com reporte trimestral ao Comitê de Gente e ASG e reporte semestral ao Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças e ao Conselho de Administração. **GRI 2-13**

*Nossos comitês são compostos de ao menos três eleitos pelo Conselho para o mandato de um ano.*

## GERAÇÃO DE VALOR

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

**1. Definição de visão e estratégia**, direcionando esforços para alcançar objetivos que oferecem valor sustentável ao longo do tempo;

**2. Tomada de decisão eficiente, ágil e informada**, vital para o sucesso em curto prazo e adaptação em ambientes de mercado voláteis.

**3. Gestão de riscos**, com processos para identificar, avaliar e gerenciar fatores de forma proativa, protegendo o valor da companhia no curto prazo e pavimentando o caminho para o crescimento sustentável em médio e longo prazos.

**4. Responsabilidade e transparência**, aspectos que contribuem para aumentar a confiança dos *stakeholders*, incluindo investidores, clientes e a comunidade em geral, essencial para o valor da marca e o sucesso em longo prazo.

**5. Sustentabilidade e ética nos negócios**, não apenas para proteger a companhia contra riscos reputacionais e legais, mas também para assegurar sua capacidade de operar e crescer em um futuro cada vez mais voltado para a sustentabilidade.

**6. Adaptação e inovação**, especialmente para a criação de valor em médio e longo prazos, à medida que o mercado e as tecnologias evoluem.

**7. Alocação eficiente de recursos**, seja capital, tempo ou talento, o que é fundamental para o sucesso operacional no curto prazo e para o investimento em oportunidades de crescimento em longo prazo.

**8. Engajamento com *stakeholders***, com estruturas efetivas de governança para facilitar o diálogo, entender e atender às expectativas, contribuindo para os valores percebido e real da companhia em todos os horizontes de tempo.

## Remuneração GRI 2-19, 2-20

Contamos com a Política de Remuneração dos Executivos ([acesse aqui](#)), que zela pelos princípios de atrair, recompensar, reter e incentivar executivos na condução de seus negócios de forma sustentável, observados os limites de risco adequados, estando alinhada aos interesses dos acionistas; proporcionar uma remuneração com base em critérios que diferenciem o desempenho e que permitam também o reconhecimento e a valorização da *performance* individual; e assegurar a manutenção de padrões compatíveis com as responsabilidades de cada cargo e competitivos ao mercado de trabalho referencial, estabelecendo diretrizes para a fixação de eventual remuneração e benefícios concedidos aos executivos.

Desde 2023, a remuneração variável da companhia, incluindo a Diretoria, é formalmente vinculada a metas ASG, relacionadas aos compromissos públicos para 2030, como monitoramento trimestral de indicadores de resultados. Dentre as principais temáticas, estão temas como diversidade e produtos mais sustentáveis.

Para a Diretoria Executiva, estão previstas a remuneração fixa, com pacote de benefícios; a remuneração variável, por

meio do programa de participação nos lucros e resultados, que é conectado a metas econômicas preestabelecidas; e a remuneração baseada em ações, que dispõe de um plano de incentivo de longo prazo.

A remuneração dos membros do Conselho de Administração é composta por uma remuneração fixa mensal, baseada na dedicação de tempo e responsabilidade das suas atribuições.



*Na C&A, a remuneração variável está atrelada a metas ASG, incluindo temas como diversidade e produtos mais sustentáveis.*

## Avaliação de desempenho **GRI 2-18**

Com o objetivo de aprimorar continuamente a sua efetividade, auxiliando os próprios conselheiros a analisarem suas contribuições bem como estabelecer planos de ação para o constante aperfeiçoamento do órgão, o Conselho realiza anualmente, a avaliação formal de seu desempenho, como órgão colegiado, e dos comitês de assessoramento, da Diretoria Executiva, do Presidente do Conselho, do Diretor-Presidente, dos conselheiros, individualmente considerados, e da Secretaria de Governança. Estará elegível para participar do processo de avaliação, como avaliador ou avaliado, qualquer membro do Conselho que estiver na função por, pelo menos, duas reuniões ordinárias desde a última avaliação. O processo de avaliação é conduzido pelo Conselho de Administração e monitorado pelo presidente do referido órgão. A avaliação é realizada pela Secretaria de Governança que poderá contar com o auxílio do Comitê de Gente e ASG e/ou do executivo responsável pela área de Recursos Humanos da companhia, sendo facultativa a utilização de assessoria externa especializada. O resultado da avaliação do Conselho é divulgado a todos os membros.

Em relação a 2023, a companhia vai contar com apoio de uma consultoria externa, que conduzirá, sob a coordenação do presidente do Conselho e com suporte da Secretaria de Governança, o *assessment* do Conselho de Administração e dos comitês, com o objetivo de avaliar sua efetividade e recomendar oportunidades de melhorias<sup>1</sup>. Serão analisados os processos, composição e dinâmica. O diagnóstico do trabalho será submetido à análise do Comitê de Gente & ASG, cujos resultados serão encaminhados para avaliação e deliberação do Conselho de Administração. O desempenho dos membros da Diretoria Executiva também será avaliado com apoio da consultoria externa.

Com base nos resultados e diagnósticos obtidos, a companhia se compromete a discutir e implementar as recomendações sugeridas, que podem incluir melhorias nas práticas organizacionais. Essas medidas são acompanhadas ao longo do ano para garantir que as ações propostas sejam efetivamente implementadas e contribuam para o aprimoramento contínuo da nossa governança corporativa.

<sup>1</sup> A avaliação é programada para ser concluída em fevereiro de 2024, quando a consultoria fornecerá um relatório detalhado sobre a eficácia do Conselho. Esta avaliação independente é realizada anualmente desde 2021.

# Gestão de riscos

## TCFD Governança (a)

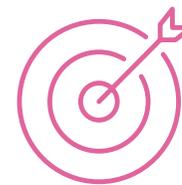
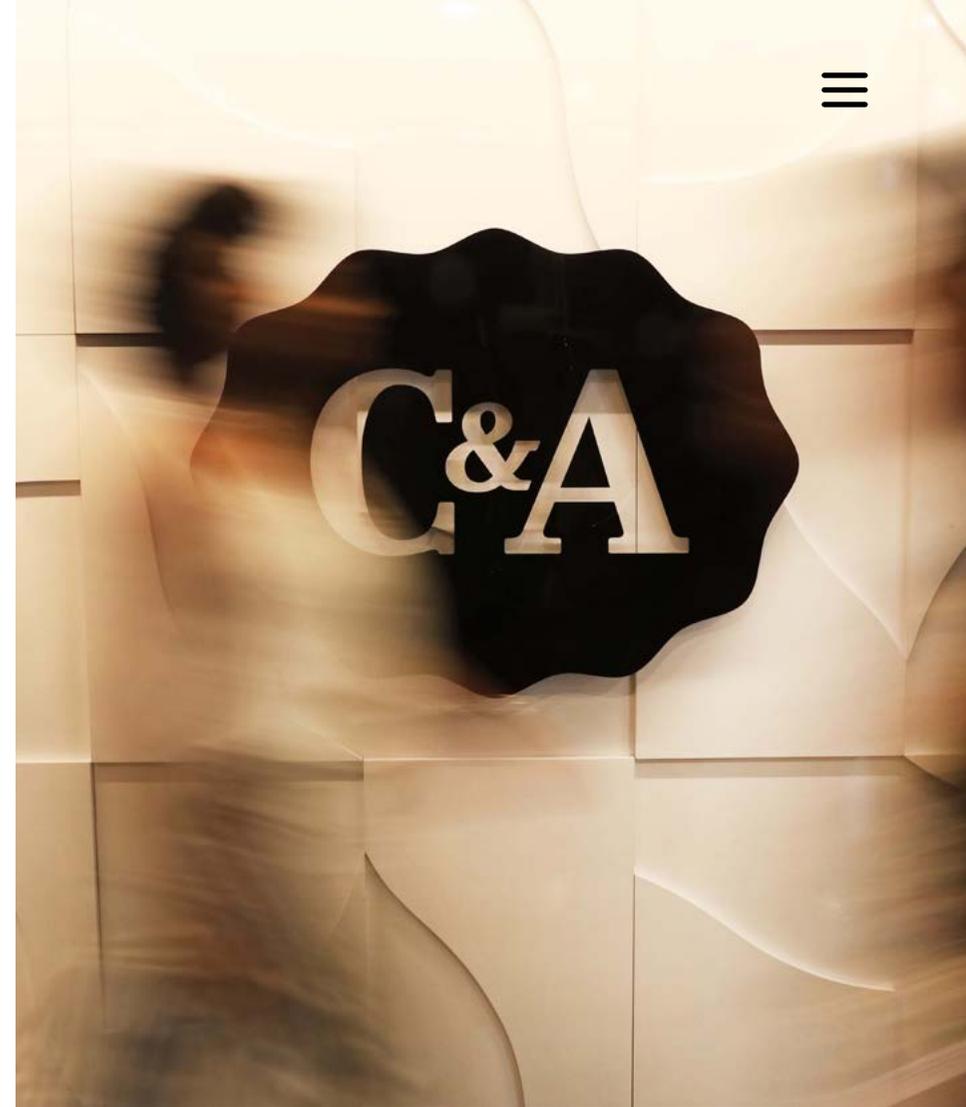
Com o objetivo de prevenir, mitigar e solucionar os riscos e impactos negativos inerentes ao nosso negócio, monitoramos diversos fatores, orientados pela nossa Política de Gerenciamento de Riscos ([acesse aqui](#)). Cumprimos com rigor todas as normas de gestão de risco reconhecidas no mercado, como a ISO 31000, e contamos com times multidisciplinares que estabelecem as devidas métricas e indicadores de monitoramento dos impactos negativos aos quais a companhia esteja exposta.

O Conselho de Administração, responsável pela governança do gerenciamento de riscos e pela aprovação da Política, conta com o suporte do Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças, cujo escopo de atuação inclui monitorar exposições a risco; acompanhar as atividades da auditoria interna; supervisionar o trabalho da auditoria externa (independente), entre outras responsabilidades.

Com recomendação do Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças (CARF), o Conselho de Administração aprovou em 2023 nossa Matriz de Riscos, que inclui

quatro categorias não financeiras, dentre as quais a classificação “Socioambientais e climáticos”, e quatro financeiras. Planos de ação para riscos identificados são acompanhados pelo Conselho e CARF.

Além de integrar as agendas relativas à gestão de riscos, atualmente o tema das mudanças climáticas é abordado nos reportes junto aos órgãos de governança nos seguintes períodos: bimestralmente para o Comitê Interno de ASG; todo semestre para o Comitê de Auditoria; e também semestralmente para o Comitê de Gente & ASG e o Conselho de Administração. O Conselho é responsável pela governança do processo local de gerenciamento de riscos, para que a companhia seja gerenciada de maneira consciente e diligente, conforme as seguintes atribuições e responsabilidades: aprovar as diretrizes da Política Corporativa de Gerenciamento de Riscos; decidir pela estrutura funcional e atribuições dos Comitês e áreas relacionadas à gestão de riscos; definir uma tolerância de risco apropriada; e supervisionar e aprovar planos de resposta a riscos, quando necessário.



*Métricas e indicadores ligados à gestão de riscos são monitorados por times multidisciplinares.*

## Documentos norteadores

### DICIONÁRIO DE RISCOS

Submetido à Diretoria Executiva, o documento é uma espécie de bússola que considera os aspectos de maior importância para uma gestão de risco eficaz. Contribui para que as áreas implementem melhorias que garantam o tratamento correto dos riscos. O escopo do dicionário inclui:

- Cenários interno, político e econômico;
- Projetos estratégicos da companhia;
- Resultados de auditoria;
- Evolução da cultura de *compliance* e riscos;
- Mapa geral de riscos.

### MAPA DE PROCESSOS

Documento em que os métodos são categorizados e formalizados em diretrizes, normas e procedimentos internos. Todos os processos identificados nesse mapa possuem uma Matriz de Riscos e Controles (MRC). É de responsabilidade da área de Gestão de Riscos & Controles Internos garantir que o documento esteja sempre atualizado pelas áreas de negócios, auxiliando em sua revisão, com a visão de riscos e busca por controles compensatórios, quando necessário. O mapa reúne:

- **Processos Entity Level:** relacionados às atividades estratégicas da companhia;
- **Processos Core:** referentes às atividades que dão suporte para a eficácia da estratégia e que geram valor diretamente para as clientes;
- **Processos Cross (ou transversais):** correspondem às atividades que oferecem suporte aos demais processos.

## MAPA DE RISCOS

Considera para cada risco o potencial impacto no negócio, a probabilidade de materialização e a significância. Os fatores descritos a seguir são aqueles que a C&A conhece e acredita que podem afetar a companhia de forma material e adversa. Cabe às áreas responsáveis implementar melhorias para garantir o tratamento adequado dos riscos. Em 2023, não houve alteração significativa na natureza dos principais fatores aos quais a companhia está exposta ou na Política de Gerenciamento de Riscos adotada. Consideramos os seguintes riscos:

### NÃO FINANCEIROS



#### Estratégico

Grupo que afeta os objetivos estratégicos, modelo de negócio, inteligência competitiva e governança da companhia, além de fatores externos e independentes de ações internas.



#### Operacional

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



#### Tecnológico

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



#### Regulamentar

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



#### Socioambiental

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

### FINANCEIROS



#### Liquidez

Grupo ligado à capacidade da companhia em honrar suas obrigações e manter suas operações diárias.



#### Mercado

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



#### Crédito

Grupo referente à oferta de crédito às clientes.



### Principais oportunidades identificadas



#### Economia circular

Desenvolvimento de processos e produtos de acordo com reaproveitamento e eficiência.



#### Marca bem-vista

O foco nas oportunidades fortalece a marca e nossa reputação.



#### Expansão

Investimentos feitos em modernização, tecnologia e digitalização para a transformação da C&A em *Fashion Tech*.



#### Uso de tecnologia em favor do meio ambiente

Adoção de tecnologia de *blockchain* para monitoramento de ações de preservação ambiental e práticas ASG, além de processos produtivos de menor impacto.

### Principais riscos identificados e monitorados a partir da matriz de materialidade



#### Mudanças climáticas

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



#### Recursos naturais e resíduos

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



#### Paralisação das operações

Podem decorrer de pandemias ou movimentos sociais, prejudicando a produção, comercialização ou entrega.



#### Prejuízo econômico-financeiro

Prejudica a geração de valor para nossos acionistas.

# Segurança de dados

Na C&A, atuamos em diversas frentes para garantir boas práticas de governança de dados, tema prioritário para a companhia. Temos evoluído continuamente por meio de investimentos e iniciativas desenvolvidas ao longo dos últimos anos, com destaque para treinamentos e conscientização, nossa estrutura e ativos tecnológicos e o monitoramento de riscos.

As áreas de Governança de Privacidade e Segurança da Informação atuam em conjunto para proteção de dados da C&A e das clientes e reportam à Diretoria Executiva. Já o monitoramento das iniciativas e indicadores, bem como a gestão de riscos e oportunidades, é atribuição do Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças.

Em 2023, nosso foco foi atuar a partir de *assessments* realizados para elevar nossa maturidade no assunto. Dentre as frentes de trabalho, destacam-se as seguintes: reestruturação das operações; prevenção a vazamento de dados; gestão de vulnerabilidades; e conscientização; entre outras. No ano, não registramos nenhuma

queixa comprovada relativa à violação da privacidade de clientes. Também não foram identificados casos de vazamentos, furtos ou perdas de dados desse público. **GRI 418-1**

Em conformidade com a legislação, as diretrizes e condições gerais de coleta, uso, armazenamento, tratamento, compartilhamento, transferência e proteção de dados nos *sites*, plataformas e aplicações de internet, bem como de participantes de programas de relacionamento, fidelidade e recompensas, estão previstas no Aviso de Privacidade para Clientes e Usuários de Canais.

## DESTAQUES DO ANO



Simulações e treinamentos sobre *phishing* (ameaças e ataques cibernéticos).



Criação do fluxo de respostas a incidentes de segurança da informação e privacidade de dados.



Testes iniciais em ferramenta voltada à prevenção contra perda de dados (DLP ou *Data Loss Prevention*, em inglês).



Implementação de indicadores de acompanhamento das rotinas de governança de privacidade, reportados mensalmente ao DPO (*Data Protection Officer*) da companhia.

# Ética e integridade

GRI 2-12, 2-23, 2-24, 3-3, 205-2

Transversais à nossa atuação, a ética e integridade são valores inegociáveis na C&A, reforçados, inclusive, em nossa matriz de materialidade. Para garantir que toda a companhia esteja engajada em torno desse pilar, realizamos treinamentos, ações de comunicação e contamos com o apoio da alta liderança, que também recebe capacitações voltadas ao tema.

Nosso compromisso com a ética e integridade é assegurado pela área de Compliance, por meio de documentos, ferramentas e instâncias de governança, incluindo: o Código de Ética ([acesse aqui](#)); as políticas corporativas ([veja aqui](#)); e o Comitê Interno de Ética, vinculado à Diretoria Executiva.

Nossas áreas de Compliance, Comunicação e Educação Corporativa atuam em conjunto para promover ações e treinamentos que fortaleçam a adesão ao Código de Ética na companhia - na C&A, todos os associados se comprometem a seguir as disposições do documento. Ao longo de 2023, 80,89% dos associados concluíram o treinamento obrigatório sobre o Código.





## CONFLITOS DE INTERESSE<sup>1</sup> **GRI 2-15**

A Lei das Sociedades por Ações (Lei nº 6.404/1976) e a nossa Política para Transações com Partes Relacionadas ([acesse aqui](#)) devem ser observadas e obedecidas por todos os associados e membros dos Conselhos de Administração e Fiscal, Diretoria e Comitês. Em eventuais conflitos de interesse, espera-se que a pessoa envolvida se declare impedida, explique o porquê, providencie detalhes, se houver necessidade, e se afaste das

deliberações relacionadas à questão. A ocorrência de conflitos, caso as pessoas envolvidas não se manifestem, também pode ser comunicada por outros profissionais. Vale dizer também que o caso deve constar na ata da reunião na qual o assunto for discutido.

*<sup>1</sup> Em relação à divulgação de conflitos de interesse para stakeholders, a C&A reporta situações que envolvam participação cruzada em outros órgãos de administração ou com fornecedores e outras partes interessadas.*

## COMBATE À CORRUPÇÃO **GRI 2-23, 205-1**

Na C&A, envolvemos diversos públicos em ações e iniciativas de combate à corrupção, com destaque para nossas campanhas de comunicação *on-line* e treinamentos internos. Essa frente é desenvolvida com base nas diretrizes da nossa Política Corporativa Anticorrupção ([acesse aqui](#)). Além disso, o tema integra nossa matriz de riscos (disponível no *Caderno de indicadores*) e, portanto, é acompanhado constantemente pela área de Gestão de Riscos.

A política é aplicável para todo o nosso time e se estende também para terceiros que representem a C&A. O documento tem por objetivo prevenir, detectar e responder a ocorrências de todas as formas de corrupção, assim como reiterar que a companhia se compromete a cooperar com iniciativas relacionadas ao tema, sejam elas nacionais ou internacionais. A implementação da política é responsabilidade da nossa área de Compliance, e o Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças se encarrega de acompanhar seu cumprimento. Ao longo de 2024, será realizada avaliação de riscos específica relacionada a risco de corrupção nas operações.

## Canal de Ética

GRI 2-25, 2-26

Nosso Canal de Ética é acessível todos os dias da semana, em três idiomas diferentes, para associados, terceiros e qualquer pessoa que queira enviar relatos sobre nosso Código de Ética e suas disposições. Administrado por empresa independente e especializada, o Canal assegura a confidencialidade das informações, o anonimato dos denunciadores e a não retaliação, bem como garante tratamento adequado e veda conflitos de interesse.

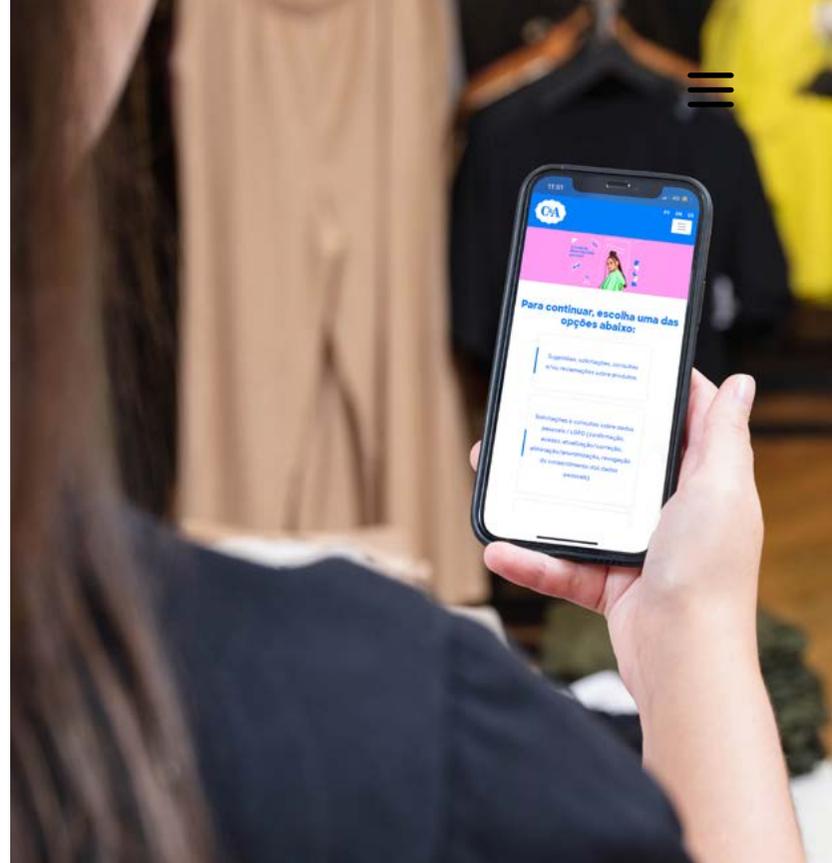
Em relação à apuração dos relatos, toda comunicação, via *site* ou telefone, é investigada pela C&A. A depender do resultado, é definida a consequência junto ao Comitê Interno de Ética, composto de nove membros de diferentes áreas<sup>1</sup>. As medidas e penalidades aplicadas pela companhia obedecem à proporcionalidade, considerando a natureza e gravidade do desvio comunicado. Em 2023, não houve nenhuma queixa a respeito de preocupações cruciais. **GRI 2-16**

Em 2023, o Canal Aberto recebeu 1.465 manifestações: e todas foram tratadas e concluídas<sup>2</sup>. Dentre as denúncias, questões sobre comportamento no ambiente de trabalho foram as mais frequentes. Na C&A, incentivamos o envio desses relatos a fim de promover um ambiente acolhedor para todo o nosso time, e reforçamos a importância e a segurança do Canal por meio de ações de comunicação interna e treinamentos.

<sup>1</sup> O Comitê Interno reporta periodicamente os resultados das apurações ao Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças, órgão de assessoramento do Conselho de Administração.

<sup>2</sup> Parte desses casos foram tratados em 2024 e nenhum deles se tornou motivo de preocupação crucial informada à administração.

*Disponível todos os dias da semana, em três idiomas diferentes, nosso Canal de Ética é fundamental para nutrir bons relacionamentos em nossa cadeia de valor.*



### #VOCÊNOCOMANDO

Disponível todos os dias da semana, o Canal pode ser acessado por qualquer pessoa interessada em comunicar uma situação incompatível com o nosso compromisso com a ética e integridade, nossos valores, Código de Ética e políticas.

 0800 591 8819

 [www.canaldeetica.com.br/cea](http://www.canaldeetica.com.br/cea)

 [faleconosco@e.cea.com.br](mailto:faleconosco@e.cea.com.br)



# gente e cultura

<p>3 SAÚDE E BEM-ESTAR</p>	<p>8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO</p>	<p>15 VIDA TERRESTRE</p>	<p>17 PARCERIAS EM REDE DE IMPLEMENTAÇÃO</p>
----------------------------	---	--------------------------	--

## Nossa **missão**

Crescer como negócio de moda preferido pelos brasileiros, omnicanal, com calor humano e evolução contínua dos nossos produtos, serviços e experiências.

## Nossa **paixão**

A gente acredita na moda que liberta, que inclui e potencializa a expressão do que existe de mais especial em cada um.

Trabalhamos para inspirar com a ousadia do novo, comprometidos com a sustentabilidade e reforçando os valores que nos trouxeram até aqui.

É ir além da tendência. É sobre a alegria de fazer o nosso melhor para alguém sentir que pode ser do jeito que quiser.

**Orgulho de ser C&A!**

## Nosso **sonho**

Ser a melhor e mais amada empresa de moda do Brasil.

## Nossos **valores**

### **Cliente**

Cliente é tudo

### **Produto**

Amamos moda e produto

### **Time**

Dinamismo e trabalho em equipe

### **Inclusão**

Respeito, ética e diversidade são inegociáveis

### **Gente**

Nos divertimos e temos orgulho em pertencer

Reconhecemos que nosso sucesso está intrinsecamente ligado às pessoas, às suas necessidades e ao calor humano dos nossos mais de 15 mil associados, desde o atendimento até a comunicação com nossas clientes. Ao longo de mais de quatro décadas de atuação no Brasil, acumulamos vasto conhecimento nas diversas regiões em que operamos e superamos numerosos desafios, sempre com a alegria que é parte de nossa essência.

## Nossa gestão de pessoas

Para nós, é fundamental que nossas equipes estejam completamente integradas aos valores da C&A, à nossa estrutura e ao modelo de operação, agregando valor à experiência das nossas clientes. Para alcançar esse objetivo, nosso time Gente, Cultura e ASG é estruturado com ênfase no desenvolvimento e engajamento de nossos colaboradores, alinhado aos objetivos estratégicos da companhia.

O ano de 2023 representou a consolidação do projeto Cultura Mais C&A e de todos os esforços dedicados a ele, especialmente no que diz respeito à promoção da diversidade.

Também em 2023 fortalecemos o time de liderança da C&A, com a entrada de Laurence Beltrão Gomes, Vice-Presidente de Administração, Finanças e de Relações com Investidores; de Maria Carolina Brasil Borghesi, Diretora Vice-Presidente de Gente, Cultura e ASG; de Bruno Ferreira, que assume o cargo de Diretor de Tecnologia e Transformação Digital; e de Mariana de Aguiar Moraes, nova CMO. Além disso, criamos uma posição de vice-presidência de Gente, Cultura e ASG para dar maior ênfase e foco a temas dessas áreas.

### PILARES ESTRATÉGICOS

## Experiência do associado

Oferecer aos associados uma jornada profissional dinâmica, interativa e recompensadora.

## Desenvolvimento humano

Possibilitar a todos os associados crescimento e desenvolvimento profissional, por meio de suas *soft* e *hard skills*, em benefício mútuo tanto para o indivíduo quanto para a companhia.

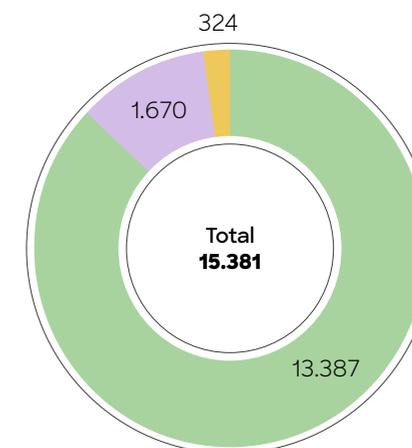
## Cultura, comunicação e transformação

Alinhar nossa cultura com todos os associados, de forma assertiva, clara e transparente, fortalecendo as relações profissionais e a estratégia do negócio.

## ASG

Promover as boas práticas implementadas pela área ASG, fazendo com que os benefícios dessa jornada impactem positivamente nossos associados, clientes e sociedade.

Número total de associados, por escritório central, centros de distribuição e lojas



- Lojas
- Escritório central
- Centros de distribuição

# Cultura Mais C&A

A história da C&A no Brasil é repleta de marcos relevantes, incluindo transformações tecnológicas e mudanças no setor e na sociedade, e um deles se iniciou em 2022, com nossas atenções voltadas à evolução da nossa cultura.

Na C&A, acreditamos em uma jornada dos nossos associados que seja ágil e sem complicação, e é por isso que investimos na Cultura Mais C&A. Desde 2022, estamos focados em evoluir nossa cultura, acompanhando as transformações tecnológicas e sociais que moldam nosso setor e nossa sociedade. Queremos garantir uma experiência ainda mais incrível para todos que fazem parte da nossa jornada na C&A.

Nesse processo, nosso foco é inspirar e envolver nossas equipes na adoção dos nossos valores e comportamentos essenciais: valorizamos nossas clientes, somos apaixonados por produtos e moda, promovemos dinamismo e trabalho em equipe, defendemos o respeito, ética e diversidade como fundamentais e nos divertimos enquanto temos orgulho de

pertencer. Queremos evoluir a partir disso, preservando tudo o que alcançamos ao longo de nossos 46 anos de história, sem deixar de lado nossas ambições e objetivos.

Contamos com um fluxo robusto de ações de comunicação e engajamento para promover o alinhamento à nossa cultura e a estratégia da companhia. Promovemos um importante evento de conexão com a liderança, conhecido como Convenção de Líderes, que representa um marco essencial em nossa cultura C&A. Em 2023, consolidamos essa jornada em uma convenção que reuniu 700 lideranças da C&A de todo o país, incluindo gerentes de lojas, do escritório central e dos centros de distribuição e diretoria, para promover a integração e trabalhar conteúdo de evolução dos pilares estratégicos da companhia. O conteúdo abordado na Convenção de Líderes foi posteriormente compartilhado com todos os associados da companhia. Rituais como esse são fundamentais para garantir que nossas lideranças sejam agentes da transformação, atuantes para o fortalecimento da Cultura Mais C&A em toda a companhia.



## A CULTURA MAIS C&A SIGNIFICA

Nosso **Jeito de Ser e Fazer**, nosso **DNA**, nossa **Identidade e Essência**, a alma da nossa Organização, com todos os elementos que são nossos e não podem ser copiados ou imitados. Portanto, é nossa Cultura que nos confere **personalidade única e singular**.

## Engajamento

Para promover a disseminação da Cultura Mais C&A, incentivamos a conexão, colaboração e digitalização para facilitar a integração. Investimos na formação de líderes, adotamos novas práticas de gestão de pessoas e incentivamos o engajamento de toda a equipe da C&A para reforçar nossos valores e propósito, mantendo viva a nossa cultura organizacional.

Para entender se estamos no caminho certo, durante todo o ano mantivemos constante diálogo com nossos associados, por meio de pesquisas, encontros com as lideranças e outras dinâmicas. Um dos nossos objetivos com essas trocas é assegurar que nenhuma oportunidade de melhoria passe despercebida, considerando a jornada dos associados e o potencial da C&A como marca empregadora.

*Realizamos uma pesquisa de satisfação e engajamento trimestralmente para medir os impactos da Cultura Mais C&A.*



A pesquisa de satisfação e engajamento é uma ferramenta crucial para manter um diálogo contínuo com toda a nossa equipe. Realizada a cada trimestre, tem o objetivo de coletar informações e dados sobre o impacto das nossas iniciativas na promoção da Cultura Mais C&A e da agenda ASG. Os resultados nos ajudam a entender a jornada dos associados, e isso inclui os valiosos *insights* fornecidos pelos times. Essas contribuições nos permitem ajustar nossa abordagem e direcionar nossos esforços de forma mais eficaz para impulsionar a transformação cultural na C&A.

Os resultados das pesquisas são organizados e compartilhados com a diretoria e com o Comitê de Gente e ASG. E na sequência são realizadas reuniões de trabalho como os líderes da companhia. Essas sessões preparam os líderes para desenvolverem e implementarem planos de ação em suas respectivas áreas e times.

### PROGRAMA #VEMPARA A LOJA

O programa tem como objetivo unir e motivar nossos associados do escritório central e dos centros de distribuição (CD), levando-os para trabalhar um dia em loja. Essa iniciativa visa ampliar a compreensão deles sobre a jornada das clientes. Em 2023, promovemos ações relacionadas ao programa, incluindo duas datas especiais na semana do Dia das Crianças e outra durante o período de Natal. O #VemParaLoja visa contribuir para uma jornada excepcional para a cliente.



## Desenvolvimento

GRI 2-24, 404-2

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.

### TREINAMENTO

As diretrizes do negócio orientam nosso plano corporativo de desenvolvimento, que visa assegurar a aquisição de novas habilidades e a atualização das competências relacionadas às alavancas estratégicas.

Ao longo de toda a jornada dos nossos associados, oferecemos oportunidades para desenvolvimento e capacitação. Dispomos de um robusto programa de desenvolvimento interno. Ao todo, são cerca de 600 cursos *on-line* e presenciais, com alto engajamento do nosso time. Esses treinamentos estão disponíveis em nossa plataforma Academia da Moda.

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.

Estamos comprometidos em elevar a experiência dos nossos associados, aprimorando sua jornada na C&A e reforçando nossa marca como empregadora. Investimos em todas as etapas do ciclo de gestão de pessoas e desenvolvimento para impulsionar a *performance* e a produtividade dos nossos times.

*19,6 horas, em média, dedicadas à capacitação, por associado, um aumento de mais de 150% em relação a 2022.*

## Programas para o aperfeiçoamento de competências dos associados e de suporte para transição de carreira

### ACADEMIA DE LÍDERES

Queremos que o nosso time cresça junto ao nosso negócio e disponibilizamos soluções específicas para alcançar esse objetivo. Lançado em 2022, o programa promove o desenvolvimento de gerentes seniores a partir de uma visão que engloba *soft e hard skills*, por meio de encontros mensais, distribuídos em quatro módulos trimestrais, com palestras, estudos de caso e *workshops*. Também oferecemos mentoria individual para os 30 líderes que participaram do programa e que foi finalizado em fevereiro de 2023.

Com a Academia, além de reter o talento dos nossos gerentes seniores, também estimulamos a sucessão interna. As ações do programa são personalizadas e têm como foco os seguintes pilares: visão estratégica; inovação; *mindset* digital; centralidade nas clientes; geração e gestão de resultados; liderança e engajamento de pessoas; e autoconhecimento.

### PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DE GERENTES FASHION TECH

Integrado à sólida trilha de desenvolvimento para gerentes do escritório central com até dois anos de empresa, o programa oferece uma visão abrangente da C&A, com ênfase nos processos organizacionais. Ao longo de seis meses, os participantes mergulham em temas que incluem inovação, mentalidade digital, foco na cliente, estratégias empresariais, obtenção de resultados e questões ambientais, sociais e de governança (ASG). Nosso objetivo é garantir que nossos profissionais estejam cada vez mais alinhados com as mudanças globais e as necessidades das consumidoras.



*Desde o início do programa, em 2017, já tivemos*  
**177 profissionais** formados,  
**mais de 40 horas de treinamento**  
*por ciclo de programa*  
**e mais de 12 workshops.**





## DESENVOLVIMENTO DE SUPERVISORES DE LOJA (PDS)

Na C&A, acreditamos no potencial de cada indivíduo e nos esforçamos para oferecer oportunidades que permitam a todos desenvolverem seus talentos e brilharem em suas carreiras. Nosso programa, especialmente desenhado para supervisores de loja, visa impulsioná-los para cargos de gerência. Durante o curso, realizamos atividades dinâmicas que ajudam no planejamento de escalas e apresentamos ferramentas para

fortalecer as habilidades de liderança. Com duração de 12 meses, o Programa de Desenvolvimento de Supervisores (PDS) é estruturado para que cada participante refine suas habilidades, em quatro fases de aprendizado: foco em *visual merchandising* e no atendimento à cliente; operação e gestão do negócio; governança; e gestão de pessoas. Mais de 80% dos associados que passaram pelo PDS alcançaram o cargo de gerente.

## LÍDERES DO FUTURO

Nossos líderes cuidam da nossa Cultura Mais C&A e têm uma capacidade única de multiplicar conhecimento. Direcionado para analistas seniores do escritório central, tem como enfoque investir nos talentos que demonstram potencial de liderança. Esse programa de aceleração de carreira dura 12 meses e aborda uma série de temas essenciais, como visão de futuro, *design thinking*, solução de problemas, comunicação assertiva, protagonismo e influência, entre outros. Desde a sua criação em 2015, o Líderes do Futuro já preparou mais de 190 profissionais para o desafio da primeira liderança.

## MASTER BUSINESS EXPERIENCE (MBE)

Pensando na evolução do nosso negócio, o *Master Business Experience* (MBE) é um programa voltado para o desenvolvimento das lideranças distritais responsáveis pela gestão dos gerentes de loja. Com duração média de nove meses, o programa aborda temas como a visão de uma loja do futuro, atendimento à cliente, *e-commerce*, *data driven*, entre outros. Em 2023, capacitamos 26 gerentes distritais, com uma média de 44 horas de treinamento cada.

## CICLO DE GESTÃO

Conduzimos, anualmente, a avaliação de desempenho dos associados. Na avaliação, todos os cargos passam pelo processo, exceto os aprendizes e estagiários. Além disso, são elegíveis todos os associados que tenham trabalhado ao menos três meses durante o ano e passado menos de 151 dias afastados.



No **Caderno de indicadores** estão disponíveis dados e informações sobre o nosso time.

O ciclo de gestão é formado por quatro etapas:

### 1. Avaliação/ Autoavaliação

Momento para associados se autoavaliarem, serem avaliados e avaliarem seus gestores, com base em competências corporativas e resultados/entregas individuais.

### 2. Calibração

Momento em que os gestores se reúnem para discutir sobre o desempenho dos times, garantindo critérios justos e equilibrados.

### 3. Feedback

Momento de os gestores abrirem os resultados das avaliações para o time, individualmente, assim como ajudar cada um na construção de seu Plano de Desenvolvimento Individual (PDI).

### 4. Plano de Desenvolvimento Individual

Os resultados são calibrados e os dados finais subsidiam decisões relativas a cargos, salários, promoções, desligamentos e recontrações etc. As etapas acontecem via sistema, garantido a governança dos dados e praticidade para os envolvidos.



Os resultados são calibrados, e os dados finais subsidiam decisões relativas a cargos, salários, promoções, desligamentos, recontrações etc. As etapas acontecem via sistema, garantido a governança dos dados e a praticidade para os envolvidos. O objetivo desse processo é estabelecer critérios justos e mensuráveis de avaliação, assim como proporcionar autoconhecimento aos associados, trabalhar meritocracia e promover ações de desenvolvimento mais assertivas.

e mais amada  
moda do Brasil  
Nosso Sonho



EM 2023

18

campanhas de saúde e segurança

5

treinamentos

5

tours e diálogos

## Saúde, segurança e bem-estar

GRI 3-3. Gestão dos temas materiais, 401-2, 403-6

Tão importante quanto proporcionar a melhor experiência para a cliente, é cuidar de cada um que escolhe embarcar nessa jornada conosco. Direcionamos esforços para que o nosso time esteja sempre bem.

Colocar as pessoas como prioridade é também reconhecer a importância de promover um ambiente seguro e de bem-estar. Trabalhamos intensamente para criar um clima positivo e acolhedor, além de oferecer meios para melhorar o ambiente de trabalho e preservar a qualidade de vida fora da empresa, cuidando da saúde física e mental das pessoas.

Na C&A, estamos sempre buscando inovar e melhorar a vida dos nossos associados. Por isso, oferecemos uma variedade

de benefícios que visam valorizá-los e promover um estilo de vida saudável. Entre esses benefícios, estão inclusos planos de saúde e odontológico, acesso à telemedicina 24 horas, teleterapia e parcerias com academias, farmácias e outros serviços. A gestão do conjunto de benefícios se direciona a proporcionar bem-estar, incluindo a implementação de programas voltados para a saúde mental, física e social. Isso envolve também a elaboração do Orçamento de Benefícios, de relatórios de gestão e indicadores; o desenvolvimento e atualização de políticas; e o planejamento e a execução de ações alinhadas aos objetivos organizacionais.

Também atuamos para promover ações de capacitação e conscientização a todos os nossos associados. Em 2023, organizamos 18 campanhas sobre o tema e 5 treinamentos. Também realizamos 5 *tours* e diálogos de segurança em nossos espaços. A essas iniciativas se somam projetos desenhados a fim de endereçar temas-chave e materializar nosso compromisso de cuidar das pessoas (*veja a seguir*).

## Principais iniciativas



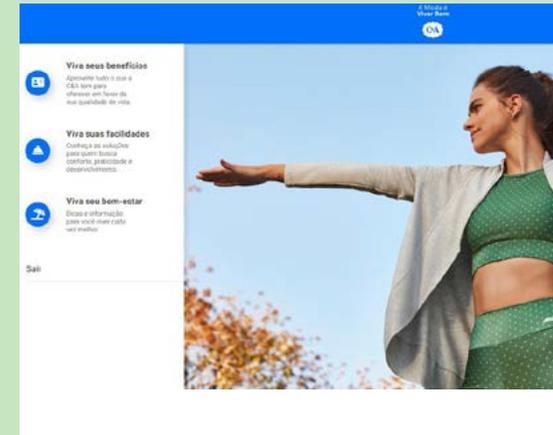
### DR. C&A

É essencial para a C&A que todos os associados do nosso time tenham uma vida saudável dentro e fora das nossas unidades. Com o Dr. C&A, oferecemos a associados e dependentes suporte de telemedicina e teleterapia para atendimento básico de saúde. A ferramenta também tira dúvidas sobre sintomas e providencia orientações médicas de diversas especialidades.



### PROGRAMA AMIGO

Para fortalecer ainda mais o cuidado com a nossa gente, o programa acolhe e apoia nossos associados e seus dependentes em momentos de dificuldade, oferecendo suporte para questões pessoais, profissionais, jurídicas e financeiras.



### PORTAL A MODA É VIVER BEM

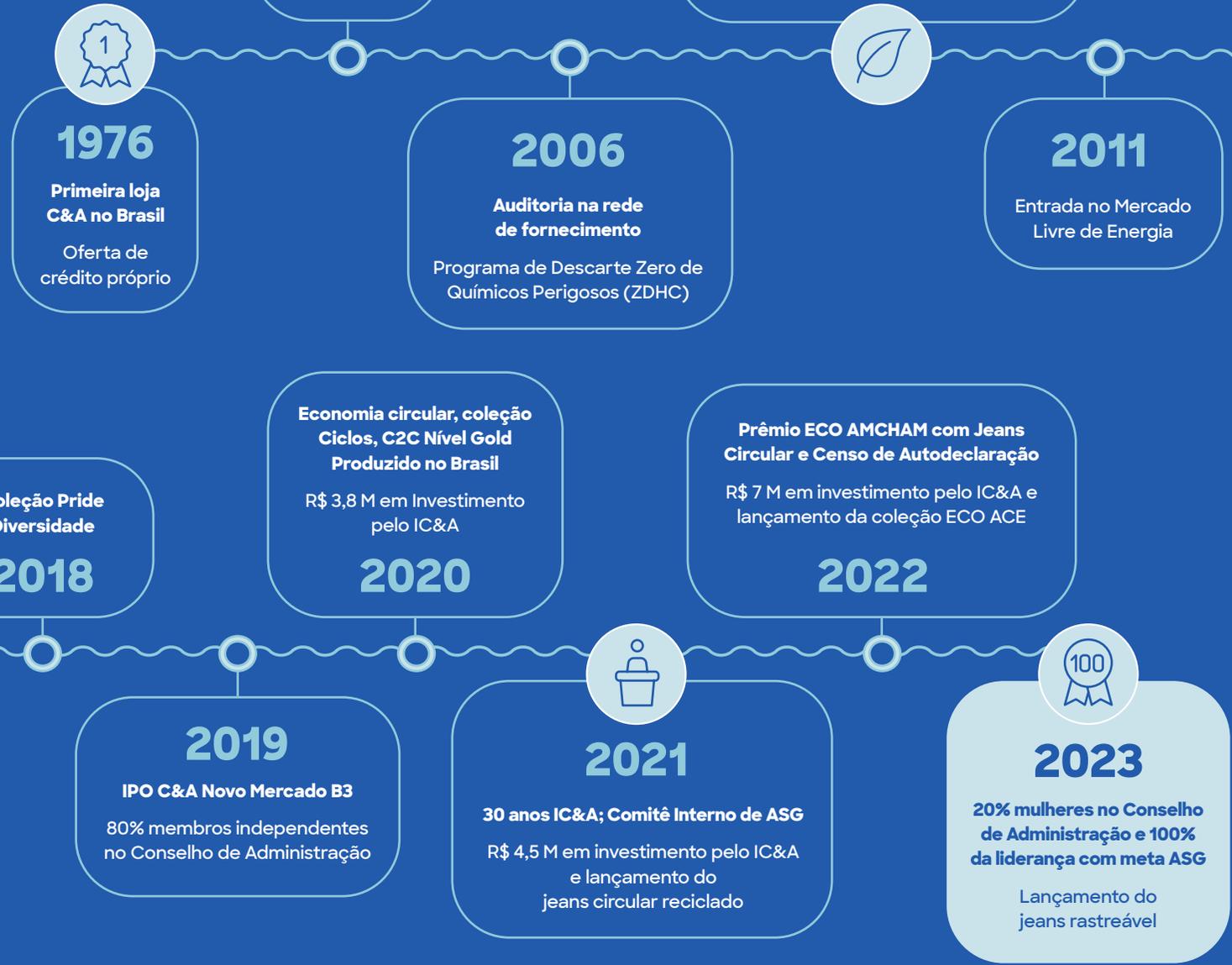
Todas as ações relacionadas à qualidade de vida e promoção da saúde permanecem em uma plataforma interna. Também criamos um aplicativo de celular, no qual nossos associados têm em mãos informações sobre seus pacotes de benefícios e boletins e ações realizadas durante o ano.



*Encontre mais dados e informações sobre saúde e segurança no **Caderno de indicadores.***



# A trajetória de ASG na C&A



**Fundação do Instituto C&A**  
Programa de voluntariado  
**1991**

**Relatório de Sustentabilidade produzido no Brasil e fundação da ABVTEX**  
Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo  
**2010**

**1**  
**1976**  
**Primeira loja C&A no Brasil**  
Oferta de crédito próprio

**2006**  
**Auditoria na rede de fornecimento**  
Programa de Descarte Zero de Químicos Perigosos (ZDHC)

**2011**  
Entrada no Mercado Livre de Energia

**Plataforma e Comitê Global de Sustentabilidade**  
Adesão ao Pacto da Global ONU  
**2015**

**Coleção Pride Diversidade**  
**2018**

**Economia circular, coleção Ciclos, C2C Nível Gold Produzido no Brasil**  
R\$ 3,8 M em Investimento pelo IC&A  
**2020**

**Prêmio ECO AMCHAM com Jeans Circular e Censo de Autodeclaração**  
R\$ 7 M em investimento pelo IC&A e lançamento da coleção ECO ACE  
**2022**

**2017**  
**Economia circular, coleção Ciclos, C2C Nível Gold**  
Logística Reversa com Movimento ReCiclo

**2019**  
**IPO C&A Novo Mercado B3**  
80% membros independentes no Conselho de Administração

**2021**  
**30 anos IC&A; Comitê Interno de ASG**  
R\$ 4,5 M em investimento pelo IC&A e lançamento do jeans circular reciclado

**100**  
**2023**  
**20% mulheres no Conselho de Administração e 100% da liderança com meta ASG**  
Lançamento do jeans rastreável

# Nossa estratégia

Estamos dedicados a promover mudanças na indústria da moda e nos empenhamos para oferecer às nossas clientes produtos mais sustentáveis para que possam fazer melhores escolhas. Compreendemos que nossas atividades geram impactos e, por isso, buscamos encorajar, promover e participar de iniciativas que assegurem o crescimento sustentável da nossa empresa. Nossa meta diária é criar moda com impacto positivo.

Nossa estratégia de ASG está estruturada nos seguintes pilares: **Unir & Inspirar** nossos *stakeholders*, **Renovar & Restaurar** os recursos naturais e **Inovar & Liderar** a pauta ASG no setor. Além disso, transversal a todos os nossos projetos e ações, temos o quarto pilar: **Equidade, Inclusão & Direitos Humanos**.

## Pilares ASG

### Inovar & Liderar

Acelerar a inovação em circularidade e modelos de negócios sustentáveis.

### Renovar & Restaurar

Fazer o bem para o hoje e para o amanhã.

### Unir & Inspirar

Unir forças com clientes, associados, rede de fornecimento e a comunidade para trazer mudanças autênticas e duradouras.

## Equidade, Inclusão & Direitos Humanos

Construir uma C&A inclusiva, onde todos possam ser suas melhores versões e gerar impactos sociais positivos para além do nosso negócio.

## Metas 2030

	2021	2022	2023 (STATUS DO ATINGIMENTO)	SAIBA MAIS NA PÁGINA
<b>1. ATUAR COMO LÍDER NO SETOR NO USO DE MATÉRIAS-PRIMAS MAIS SUSTENTÁVEIS</b>				
80% das matérias-primas principais devem ser de origem mais sustentável	58%	65%	66%	74
% de algodão mais sustentável	94%	96%	96%	
% de viscose mais sustentável	0%	0%	26%	
% de poliéster mais sustentável	0%	0%	0%	
<b>2. INOVAR E CONECTAR PRINCÍPIOS DE CIRCULARIDADE NO NEGÓCIO E NO PRODUTO</b>				
50% dos produtos devem incluir princípios de circularidade	0%	0%	0,02%	78
<b>3. BUSCAR A ELIMINAÇÃO DA POLUIÇÃO PLÁSTICA</b>				
Reduzir o plástico de uso único em 50% até 2030	0%	0%	15%	86
<b>4. PROMOVER A EQUIDADE NA LIDERANÇA</b>				
60% de mulheres em posição de liderança	N/A	68%	67%	104
Gerente e acima	N/A	64%	65%	
<b>5. PROMOVER A DIVERSIDADE NA LIDERANÇA</b>				
30% de negros e indígenas	N/A	57%	57%	104
Gerente e acima	N/A	20%	26%	

## INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E SUSTENTABILIDADE

Em 2023, a inovação também impulsionou novos projetos na área de sustentabilidade, especialmente na promoção de transparência, mas também para fortalecer a economia circular, com destaque para o lançamento da nossa primeira coleção de jeans rastreável, utilizando tecnologia *blockchain*.

Por meio de um QR code disponível na etiqueta do jeans, nossas clientes podem acompanhar todas as etapas de sua produção, incluindo a localização da colheita do algodão até os processos fabris, como fiação, tecelagem, costura, lavanderia, a entrega nos centros de distribuição, e, por fim, a chegada do produto em nossas lojas. Trata-se de um grande passo no nosso compromisso de oferecer uma moda cada vez mais sustentável, responsável e com transparência.



## #VistaAMudança

O movimento tem como objetivo engajar nossos públicos em torno da construção de uma moda mais responsável e com impacto positivo. Representa um conceito guarda-chuva de comunicação para a nossa estratégia de sustentabilidade e abraça todas as iniciativas para promover o desenvolvimento sustentável do nosso negócio.

Na C&A, queremos que nossas clientes se sintam bem ao adquirir os produtos da companhia e que nossos associados tenham orgulho das nossas contribuições para o planeta e a sociedade. Compreendemos que nossas atividades geram impactos e, por isso, queremos incentivar, promover e nos engajar em iniciativas que garantam o desenvolvimento sustentável do nosso negócio: buscamos todos os dias fazer uma moda com impacto positivo.

Embora seja uma transformação ambiciosa, sabemos que ela é possível com ações de engajamento coletivo e o envolvimento de todos os elos da cadeia de valor. O #VistaAMudança é nossa maneira de engajar todos os nossos públicos para juntos construirmos um futuro para a moda mais sustentável.

# Inovar & Liderar

Acelerar a inovação em circularidade e modelos de negócios sustentáveis.

Inovação e liderança são fundamentais para alcançarmos nossos objetivos. Para aumentar a disponibilidade de materiais mais sustentáveis, concentramos nossos esforços em melhorar a qualidade dos materiais reciclados, assim como em iniciativas de rastreabilidade da rede de fornecimento do algodão. Também estamos testando alternativas de plástico reciclado para reduzir o impacto da poluição plástica. Com o objetivo de apoiar a transição para uma economia circular, continuamos a construir as bases para a expansão do design circular e dos modelos de negócios circulares.



## BIG NUMBERS:

# 100%

do jeans é produzido com

## algodão mais sustentável

# 210 mil

## peças produzidas

com algodão reciclado

# 15%

## de redução de plástico

de uso único



## Matérias-primas mais sustentáveis

**GRI 3-3. Gestão dos temas materiais - Economia Circular, CG-AA-440a.3**

Na C&A, queremos ser líderes na indústria ao aumentar o uso de materiais mais sustentáveis. Para nós, um material mais sustentável é aquele que tem um impacto reduzido no meio ambiente e na sociedade em comparação com alternativas convencionais. Atuamos diariamente para desenhar e implementar soluções, com apoio de tecnologia e inovação, para envolver cada vez mais parceiros de negócio em torno desse compromisso.

A maior parte dos nossos produtos utiliza fibras do algodão, poliéster, viscose e similares. Estamos em diversos níveis de desenvolvimento sustentável para cada uma dessas matérias-primas, uma frente multidisciplinar que conta com os nossos times, parceiros e a rede de fornecimento.

O algodão mais sustentável, por exemplo, já está presente em 96% das nossas roupas. Nesse contexto, a C&A vem trabalhando para incentivar o cultivo de algodão regenerativo, cujas técnicas utilizam bioinsumos que causam menor impacto ao solo e promovem eficiência no uso da água, além de garantirem condições de trabalho saudáveis e seguras. Também estamos avançando na rastreabilidade dos principais materiais,

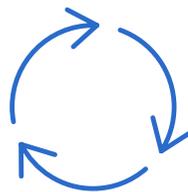
### COMO DEFINIMOS MATERIAIS MAIS SUSTENTÁVEIS

Definimos um material mais sustentável como aquele que tem menos impacto no meio ambiente e na sociedade do que seus equivalentes convencionais. Avaliamos os materiais utilizando ferramentas da indústria, como o Índice de Fibras e Materiais da Textile Exchange. Também exigimos que 100% dos materiais que obtivemos de forma mais sustentável sejam respaldados por padrões de terceiros. Isso se aplica ao algodão obtido por meio da Better Cotton Initiative (BCI), algodão reciclado e certificado GRS/RCS<sup>1</sup> e algodão com o certificado Regenagri, que atesta práticas de agricultura regenerativa, poliéster reciclado e viscose certificada pelo Padrão de Custódia da Cadeia de Viscose Sustentável.

<sup>1</sup> *Recycled Claim Standard (RCS) e Global Recycled Standard (GRS), saiba mais [aqui](#).*

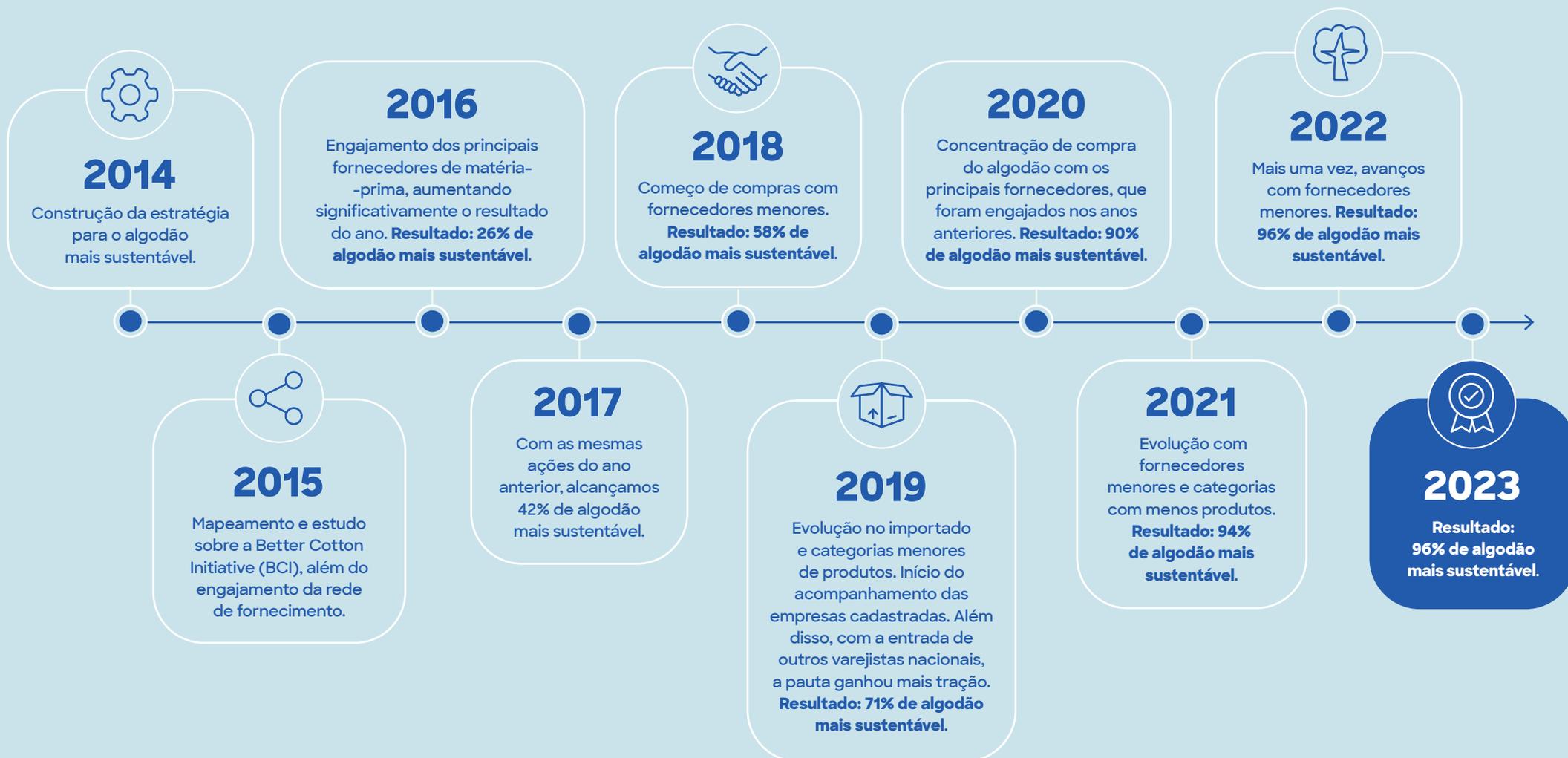
## ALGODÃO

O algodão representa cerca de 66% das fibras principais que obtemos para nossos produtos. Como o material mais amplamente utilizado, é uma área de foco estratégico para nós. O cultivo e os processos de produção convencionais do algodão são conhecidos por terem um impacto ambiental significativamente negativo em termos de uso de água e poluição, qualidade do solo, biodiversidade e emissões de gases de efeito estufa. Os produtos químicos usados no cultivo convencional de algodão também representam um risco para a saúde dos agricultores e da comunidade em geral. Ao obtermos algodão cultivado de forma mais sustentável do que as fibras convencionais, trabalhamos com diversos padrões diferentes. Isso significa que garantimos que todo o nosso algodão seja certificado como algodão obtido por meio da Iniciativa Better Cotton (BCI), algodão reciclado e certificado GRS/RCS1 e algodão com o certificado Regenagri.



De 2022 para 2023, o total de algodão reciclado, composto de jeans pré e pós-consumo, proveniente de fornecedor com certificação RCS utilizado saltou de **9,8 mil toneladas** para **77,8 mil toneladas**. **GRI 301-2**

# Linha do tempo do algodão





## RASTREABILIDADE

Estamos constantemente trabalhando para melhorar a rastreabilidade da origem das nossas matérias-primas e focamos no algodão desde 2022. Em 2023, em parceria com a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (ABRAPA) e o movimento “Sou de Algodão”, lançamos nossa primeira coleção de jeans rastreável no Brasil. Por meio da tecnologia *blockchain*, que permite rastrear o caminho de fabricação da peça, nossas clientes podem acompanhar todas as etapas de produção – do plantio do algodão, passando pelo processo de fiação, tecelagem ou malharia; confecção; até a chegada da mercadoria nas lojas. Basta apontar para o QR code presente na etiqueta da peça (*leia mais [aqui](#)*).

## VISCOSE

Em 2023, quase 9% dos materiais principais na C&A consistiam em fibras celulósicas sintéticas. Viscose, modal e lyocell são fibras obtidas a partir de celulose, principalmente da polpa dissolvida de árvores, e estão associadas a vários riscos. Florestas antigas e ameaçadas podem ser destruídas para a extração de matéria-primas na produção de viscose. Além disso, a viscose e o modal podem ter impactos ambientais significativos durante a fabricação se os produtos químicos não forem gerenciados adequadamente.

Na C&A, consideramos como mais sustentável a viscose e similares com a certificação Sustainable Viscose Chain of Custody, Control Union (SVCoC) e matérias-primas especiais com rastreabilidade física, como a LENZING™ ECOVERO™ e a Livaeco. Na gestão da rede de fornecimento, têm preferência os fornecedores mais bem avaliados pela CanopyStyle Initiative. Nossa participação em discussões a respeito do tema se dá por meio da Textile Exchange e da Sustainable Apparel Coalition.

## POLIÉSTER

O poliéster representa cerca de 25% das fibras principais que obtemos para nossos produtos. Derivada do petróleo, a matéria-primas é classificada como mais sustentável por meio da certificação GRS/RCS<sup>1</sup> para poliéster reciclado. Atuamos para reduzir gradualmente a utilização dessa matéria de fonte fóssil por meio do incentivo, em nossa rede de fornecedores, ao desenvolvimento de poliéster reciclado e de alta qualidade – para o médio prazo, estamos buscando desenvolver uma fibra de fonte renovável, a partir da cana-de-açúcar. A C&A também se engaja em discussões sobre poliéster na Textile Exchange e na Sustainable Apparel Coalition.

<sup>1</sup> *Recycled Claim Standard (RCS) e Global Recycled Standard (GRS).*

*Nosso processo integrado de tecnologia permite às clientes que rastreiem todo o caminho de fabricação da peça.*

## Economia circular

GRI 3-3. Gestão dos temas materiais - Economia Circular

### NOSSA ABORDAGEM

Na C&A, estabelecemos metas ambiciosas para avançar em direção à Moda Circular. Nossa estratégia baseia-se na integração de materiais reciclados em nossos produtos, na adaptação do *design* de nossos produtos a uma economia circular, além de testar e expandir modelos de negócios circulares viáveis. Aqui, levamos em consideração os desafios que existem na coleta, classificação automática, reprocessamento e reciclagem de têxteis. Com isso em mente, nosso objetivo é projetar e fabricar produtos que possam ser reutilizados, remanufaturados ou reciclados, e manter os produtos em uso pelo maior tempo possível.

Nossa abordagem é baseada em três princípios da circularidade:

## Feito de insumo seguro, reciclado ou renovável

Buscamos ampliar o uso de matérias-primas de origem mais limpa, a fim de ofertar às nossas clientes produtos mais sustentáveis. Atuamos junto aos nossos fornecedores para identificar produtos químicos mais seguros, eliminar o uso de produtos químicos perigosos e reduzir o impacto na produção.

## Feitos para serem feitos novamente

Os produtos e seus materiais são projetados e fabricados para que possam ser reutilizados, refeitos e reciclados.

## Usar mais

Além disso, estamos trabalhando para ampliar a vida útil dos nossos produtos, por meio de iniciativas circulares como reciclagem e reuso, evitando o desperdício e a geração de resíduos.



## FEITO DE INSUMO SEGURO, RECICLADO OU RENOVÁVEL

### Inovações na Reciclagem de Têxteis

No campo da reciclagem têxtil, seguimos várias estratégias-chave. Em 2023, a C&A concentrou-se em ampliar o uso de algodão reciclado, aumentar a participação de poliéster reciclado em nossos materiais e trabalhamos para avançar na reciclagem têxtil.

### Usando mais Algodão Reciclado

Embora o algodão reciclado represente apenas uma pequena porcentagem do nosso suprimento de algodão hoje, temos a intenção de que essa participação aumente significativamente nos próximos anos. Colaboramos com parceiros para abordar a escala, disponibilidade e limitações de qualidade na rede de suprimentos de algodão reciclado. Atualmente, o algodão reciclado utilizado provém de resíduos pós-consumo, peças jeans coletadas nas urnas do Movimento ReCiclo presente nas lojas físicas e resíduos de pré-consumo, como sobras de corte de fornecedores.

### Usando Mais Poliéster Reciclado

Em 2022, a C&A desenvolveu os primeiros produtos com poliéster reciclado certificado. Lançamos a coleção Eco ACE™, por meio da nossa marca esportiva, com todas as peças produzidas com tecidos provenientes 100% do fio de garrafa

PET reciclável. Desde então, buscamos aumentar constantemente nossa participação de poliéster reciclado. Ainda assim, as principais barreiras da indústria para adoção são os preços mais altos e a necessidade de soluções para reciclar resíduos têxteis de volta para têxteis.



*Nosso olhar para os insumos é abrangente e estratégico. Desenvolvemos projetos inovadores para enfrentar os desafios do setor.*



## JEANS CIRCULAR, PRODUZIDO COM ALGODÃO RECICLADO, GANHA PRÊMIO IBEVAR 2023

Nossa coleção de jeans circular ganhou uma mesa com 4 modelos em 51 lojas em 2023.

Os nossos investimentos para reduzir o desperdício têxtil no país nos levaram ao pódio. Em novembro de 2023, conquistamos o 1º lugar na edição do Prêmio de Inovação no Varejo do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo (IBEVAR). Vencemos a categoria “atributos em inovação e sustentabilidade”, com a coleção Jeans Circular. O prêmio é um dos mais importantes do Brasil, pois reconhece o trabalho de empresas comprometidas em criar boas práticas de produção em sua cadeia de valor.

*Nosso compromisso de inovar de forma sustentável se reflete no sucesso do jeans circular.*

O projeto conecta um sistema de manufatura reversa de peças em fim de ciclo de uso com uma rede formada por mais de 200 pontos de coleta do Movimento ReCiclo, utilizado pelas clientes. Essas peças retornam às lojas na forma de novos produtos a partir de técnicas de *upcycling*.

Além disso, para a produção dessa coleção, obedecemos aos princípios da monomaterialidade, que exige a utilização de uma única matéria-prima.

Em 2023, a coleção do Jeans Circular foi produzida com 2 toneladas de peças usadas, que chegaram por meio do Movimento ReCiclo e resíduos de nossa tecelagem.

Todo o processo fabril do jeans circular é auditado e certificado pelo Recycled Content Standard (RCS), reconhecido globalmente por apoiar iniciativas sustentáveis. No Brasil, nossa coleção foi a primeira a ser certificada e validada por terceira parte.



**210 mil peças**, com visuais, níveis de qualidade e de preço muito similares às nossas outras coleções, voltaram às nossas lojas na forma de novas peças jeans.

## O PROCESSO DO JEANS CIRCULAR

### Livre de anilina

Faz uso de corantes e químicos que estão em conformidade com o

**Programa ZDHC**, plataforma global que trabalha com a gestão sustentável de substâncias químicas

Utiliza **75%** de água proveniente **do meio subterrâneo ou da chuva**

### ODS IMPULSIONADOS PELO PROJETO





## Feitos para serem feitos novamente

### ESTRATÉGIAS DE DESIGN CIRCULAR

Um dos desafios recorrentes no modelo linear atual é que os produtos muitas vezes não são projetados para serem facilmente reutilizados ou reinventados. Acreditamos que os produtos possam ser projetados e fabricados para que possam ser desmontados e reutilizados, refeitos ou reciclados. Estamos empenhados em projetar para circularidade; um exemplo é o pioneirismo da C&A na introdução de produtos certificados pelo Cradle to Cradle® na indústria desde 2017, e queremos trazer mais desses produtos para o mercado.

### LINHA CICLOS

A certificação tem uma abordagem holística e certifica todos os aspectos da fabricação dos produtos, desde a fonte das matérias-primas, os produtos químicos, a água e a energia utilizadas na fabricação, como o desenvolvimento do produto possibilita a reutilização de materiais, até as condições sociais na cadeia de valor e a comunidade no entorno. Todas as peças levam a etiqueta Ciclos, com garantia de certificação do Cradle to Cradle Products Innovation Institute, organização internacional que atua na promoção da economia circular (saiba mais [aqui](#)).



### PIONEIRISMO COM COLEÇÕES DE ECONOMIA CIRCULAR, CERTIFICADAS COM CRADLE TO CRADLE®

#### 2017

Primeira varejista do mundo a lançar camisetas certificadas Cradle to Cradle Certified® nível Ouro.

#### 2018

Primeiros jeans do mundo certificados Cradle to Cradle Certified® nível Ouro.

#### 2020

Nacionalização da produção, desenvolvendo fornecedores brasileiros para que estivessem aptos a produzir de acordo com os rígidos critérios da certificação, reformulamos a comunicação e nomeamos a linha de Ciclos.

#### 2023

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

## USAR MAIS

Um conceito central da economia circular é manter produtos em uso o maior tempo possível. Atuamos para estender a vida das roupas existentes, integrando novos modelos de negócios circulares, como a reutilização e *upcycling*.

Seguimos evoluindo na abordagem de modelo de negócios circulares por meio de testes e pilotos nos próximos anos. Enquanto isso, seguiremos atuando na expansão do programa de coleta em nossas lojas.

## PROMOVENDO MODELOS DE NEGÓCIOS CIRCULARES

Novos modelos de negócios que prolongam o uso de roupas são uma maneira de aplicar os princípios da economia circular à indústria da moda. Estamos experimentando modelos de negócios circulares e as melhores formas de ampliar abordagens promissoras para o nosso negócio.





## MOVIMENTO RECICLO - COLETA DE PEÇAS USADAS

Não falamos mais de “fim de vida”, mas de “fim de uso” do produto. Essa é a filosofia da moda circular.

Completando seis anos de atuação, o ReCiclo em 2023 contribuiu para arrecadar mais de 60.444 peças, 32.045 delas encaminhadas para reuso, cerca de 20.227 para reciclagem e 8.172 para *upcycling*. Nessa breve jornada, o projeto já permitiu coletar mais de 272 mil peças e destiná-las corretamente.

Nossas urnas para depósito das roupas já estão disponíveis em 61% das nossas lojas – todas as unidades novas recebem uma urna. O programa não oferece descontos em futuras compras, pois seu objetivo é incentivar uma nova jornada para as clientes, em que possam se sentir engajadas numa causa que promova hábitos de compra mais conscientes e sustentáveis e que impulse a economia reversa.

## DESTAQUES 2023



**206**

pontos de coleta em todo o Brasil.



**Mais de 60 mil**

peças coletadas, direcionando cerca de 32.045 para reuso, 20.227 para reciclagem e 8.172 para *upcycling*.



**53%**

de roupas em boas condições separadas e doadas para projetos sociais por meio do Instituto C&A.



**13%**

das peças utilizadas na criação de uma nova coleção de jeans circular.

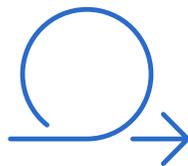
## C&A E DAZ ROUPAZ - VENDA DE ROUPAS DE SEGUNDA MÃO

Em 2022, com o objetivo de incentivar o consumo consciente, ampliar a vida útil das peças e democratizar o acesso à moda, lançamos a iniciativa piloto “Os seus desapegos valem créditos” em parceria com o brechó Daz Roupaz. Por ela, nossas clientes podem trocar roupas usadas e em bom estado de quaisquer marcas por créditos para adquirir peças novas da C&A.

As peças aprovadas pela curadoria se transformam no “Vale Circular”, cupom que vale créditos para que as clientes possam utilizá-los na compra de peças novas, nas lojas físicas ou pelo nosso *e-commerce*. Os produtos que não são aceitos na seleção podem ser depositados nas urnas de coleta do Movimento ReCiclo e tem dois destinos: a doação para entidades sociais, por meio do Instituto C&A, ou reutilização na fabricação de jeans circular.



*Em 2023, diversas peças de roupas usadas chegaram até nossas lojas pelas mãos da Daz Roupaz.*



*Por meio da tecnologia Vale Circular, desenvolvida e usada pela Daz Roupaz, a peça é conferida e convertida em um crédito de 40% sobre o valor da avaliação.*

## Redução da poluição plástica

Queremos fazer a nossa parte para reduzir a poluição por plástico e temos como objetivo reduzir a quantidade de plásticos de uso único em nossas lojas, *e-commerce* e embalagens de transporte até 2030. Na C&A, trabalhamos em soluções viáveis para evitar o uso de plástico virgem, abraçando e desenvolvendo materiais reciclados e alternativas inovadoras.

Outra frente que seguiu fortalecida em 2023 foi a reciclagem de cabides – desde 2013, nossos centros de distribuição realizam a logística reversa desses itens. Na C&A, assumimos a responsabilidade pelo plástico usado em nosso negócio. Quando não podemos reduzir ou evitar o uso de plástico, substituiremos o material por plástico reciclado, uma alternativa de plástico compostável e *biobased*, ou uma opção durável e reutilizável.

Estamos implementando programas com o objetivo de reduzir o uso de plásticos. Continuaremos a avaliar nossa pegada plástica total, incluindo nossas lojas, nosso negócio *on-line* e as embalagens dos nossos fornecedores.

### HIERARQUIA DA ELIMINAÇÃO DO PLÁSTICO



*O destaque de 2023 foi na área logística: a C&A se tornou a primeira empresa de moda no Brasil a zerar o uso de plástico nas operações de Push-Pull.*



## ELIMINAÇÃO DE EMBALAGEM NA LOGÍSTICA NA OPERAÇÃO PUSH-PULL

A C&A está liderando o caminho para a sustentabilidade na indústria da moda no Brasil ao se tornar a primeira empresa do setor a eliminar completamente o uso de plástico em suas operações de *Push-Pull*. Essa iniciativa não apenas teve um impacto significativo na redução do desperdício de plástico, mas também resultou em uma economia substancial de custos operacionais. Até o momento, conseguimos eliminar 82 toneladas de plástico das nossas operações, o que equivale a uma economia impressionante de R\$ 41 milhões em custos. Este compromisso demonstra nossa determinação em adotar práticas mais sustentáveis e responsáveis, além de inspirar outras empresas a seguirem nosso exemplo na busca por um futuro mais verde e consciente.

## EMBALAGEM RECICLADA PARA E-COMMERCE

Estamos em processo de transição das embalagens de plástico virgem usadas em nossos envios de *e-commerce* para embalagens plásticas 100% recicladas pós-consumo. Em 2023, iniciamos um projeto piloto, introduzimos embalagens plásticas recicladas e estamos acompanhando diversos aspectos que abrangem itens como funcionalidade, impacto, custo e até percepção da cliente para evolução em 2024.

Conseguimos eliminar de nossas operações **82 toneladas de plástico**, gerando uma economia de **R\$ 41 milhões**.



# Renovar & Restaurar

Fazer o bem para o hoje e para o amanhã.

Queremos minimizar nosso impacto no meio ambiente - tanto na nossa rede de suprimentos quanto no nosso próprio negócio. Nossa abordagem abrangente inclui a redução das emissões de gases de efeito estufa, a promoção do uso de produtos químicos seguros e a minimização de resíduos.



## BIG NUMBERS:

# 100%

do nosso consumo de energia é derivado de fontes renováveis, por meio da aquisição de Certificados Internacionais de Energia Renovável (I-REC)

# 30%

de redução das nossas emissões absolutas de gases de efeito estufa até 2030

## Mudanças climáticas

### GRI 3-3. Gestão dos temas materiais:

#### Emissões de gases de efeito estufa, TCFD Estratégia, Métricas e metas

As mudanças climáticas são uma das crises mais sérias de nosso tempo e exigem ação urgente. Na C&A, queremos fazer nossa parte para enfrentar esse problema global e agir em vários níveis. Buscamos uma abordagem holística e baseada em ciência em todos os nossos esforços para sermos eficazes. Desde 2018, atuamos na definição de metas ambiciosas e cientificamente sólidas, aprovadas pela Science Based Targets Initiative (SBTi). Nosso objetivo é uma redução de 30% nas emissões absolutas de gases de efeito estufa em todos os escopos até 2030.

Nossa jornada climática tem marcos importantes: desde 2019, realizamos o inventário anual de emissões; desde 2021, respondemos ao questionário do Carbon Disclosure Project (CDP) – em 2023, alcançamos a nota C no tema; e desde 2022, dispomos frota verde com 11 veículos elétricos e 31 híbridos que realizam o percurso Rio-São Paulo. Para mitigar os impactos negativos causados pelas mudanças climáticas, temos buscado atingir melhores patamares em eficiência energética. Em 2023, alcançamos um marco relevante: 100% do nosso consumo

de energia deriva de fontes renováveis, por meio da aquisição de certificados de padrão internacional (leia mais a seguir).

Determinamos nosso inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) para Escopos 1, 2 e 3 de acordo com o GHG Protocol. Isso nos proporciona avaliar as categorias em que temos o potencial de reduzir ainda mais as emissões. A maior parte do nosso impacto está na nossa cadeia de valor – na obtenção de matérias-primas ou na fabricação de nossos produtos, por exemplo. No entanto, queremos aproveitar todas as oportunidades para reduzir as emissões no nosso negócio.

**100%** do nosso  
consumo de energia  
vem de fontes renováveis.



### ENERGIA RENOVÁVEL

Na C&A, 100% do nosso consumo de energia é derivado de fontes renováveis, por meio da aquisição de Certificados Internacionais de Energia Renovável (I-REC), o que representa uma redução de 7,3 mil toneladas de emissões de CO<sub>2</sub> por ano. A emissão desses certificados é realizada pelo Complexo Eólico Renascença, composto de cinco parques localizados no município de Parazinho, no Rio Grande do Norte.

### FROTA VERDE

# 1/3

da frota atual da C&A é movida por veículos híbridos ou elétricos

Em 2023, estimamos que

**286 toneladas de CO<sub>2</sub>**  
deixaram de ser emitidas com a frota



## Segurança química

CG-AA-250a.1

Há cerca de cinco anos, demos início a uma jornada cujo objetivo é garantir que as substâncias químicas utilizadas na confecção das nossas roupas sejam seguras para as nossas clientes e para o planeta. Assim surgiu o Programa Produção mais Limpa com Conformidade Ambiental da C&A, referência até os dias atuais quando se pensa em processos limpos na cadeia de produção do varejo de moda.

De lá para cá, criamos um roteiro para avançar em direção à eliminação gradual de substâncias perigosas. Para alavancar as ações planejadas, passamos a adotar metodologias e métricas confiáveis, como:

### SAIBA MAIS

Mais detalhes sobre a gestão de produtos químicos podem ser encontrados em nosso site, [aqui](#).

- **Programa ZDHC** (sigla em inglês para Zero Descarte de Produtos Químicos Perigosos, em tradução livre): realiza análises de indicadores que constam na MRSL ZDHC<sup>1</sup>, que busca contribuir para a melhoria dos químicos utilizados na produção e para a qualidade dos efluentes, e que podem ser danosos ao meio ambiente.
- **MRSL ZDHC v2.0:** lista de substâncias químicas restritas utilizadas na produção, que podem ser danosas para a segurança humana e para o meio ambiente.
- **Clean Chain da ADEC e Gateway do ZDHC:** ferramenta utilizada para captação/gerenciamento das substâncias químicas restritas utilizadas na produção, visualizando os possíveis gaps e oportunidades para o desenvolvimentos de melhorias nos níveis de conformidade dos químicos em relação à MRSL do ZDHC.
- **Higg FEM, do SAC (Sustainable Apparel Coalition):** estrutura responsável por medir e quantificar os impactos gerados pela cadeia produtiva. Essas informações são essenciais para a tomada de decisões e melhorias futuras nos processos de produção junto aos nossos fornecedores.

<sup>1</sup> A ZDHC Manufacturing Restricted Substances List (acesse [aqui](#)) é uma lista de substâncias químicas banidas do uso intencional no processamento de materiais têxteis, couro e borracha, entre outros.

## NOSSA ABORDAGEM PARA QUÍMICOS MAIS SEGUROS



### Químicos Mais Seguros

Identificar químicos mais seguros, começar a aplicação desses produtos e eliminar o uso de químicos perigosos



### Processo Mais Inteligente

Avaliar e verificar sistemas e práticas de gestão de produtos químicos e efluentes nas localidades da nossa operação



### Melhores Resultados

Validar a eliminação de químicos perigosos no meio ambiente e em nossos produtos.

## SEGURANÇA MECÂNICA EM PRODUTOS INFANTIS

A C&A também promove uma gestão cuidadosa e em conformidade com a legislação nacional no que se refere à segurança dos produtos infantis e às informações constantes nas etiquetas de nossos produtos. Para isso, disponibilizamos nosso Manual de Etiquetas Internas e o Manual de Segurança Mecânica em Produtos Infantis.

O Manual é amplamente divulgado entre os nossos associados envolvidos no desenvolvimento, negociação e Controle de Qualidade de produtos infantis, bem como entre todos os nossos fornecedores, através de treinamentos presenciais e *on-line*. O processo acontece em duas fases:

- Análise visual e testes de laboratório na amostra de controle pelo Controle de Qualidade.
- Análise visual e testes de laboratório nos pedidos antes do envio para a loja pelo Controle de Qualidade.



Em 2023, **100%** dos produtos infantis nacionais e importados passaram por avaliação de Segurança Mecânica, **34.945.677** peças infantis foram recebidas.



## Gestão de resíduos

### GRI 3-3. Gestão dos temas materiais - Economia Circular, 306-1, 306-2

Por meio de nosso Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), temos desenvolvido um mapeamento e monitoramento de todos os tipos de resíduos que geramos nas nossas operações, abrangendo o escritório central, centros de distribuição e lojas.

Estamos comprometidos em reduzir nosso impacto ambiental e, por isso, assumimos a responsabilidade pela geração dos nossos resíduos e implementamos controles rigorosos nos nossos processos de gerenciamento e descarte e destinação de resíduos. Acompanhamos e monitoramos as empresas que fazem o processo de coleta e destino final dos resíduos, bem como para reciclagem, e conduzimos auditorias regulares em nossas unidades produtivas. Cuidamos atentamente de todas as etapas do processo de gestão de resíduos, desde a coleta até a destinação final dos resíduos. Isso inclui a segregação adequada, armazenamento temporário, coleta e envio por empresas terceiras e emissão de documentação adequada.

Estamos empenhados a ajudar a melhorar os sistemas de monitoramento de resíduos da nossa rede de fornecimento, contribuindo cada vez mais para o controle e mensuração desses resíduos. Estamos empenhados em fazer nossa parte para proteger o planeta enquanto continuamos a oferecer produtos de qualidade às nossas clientes.

Dos resíduos que geramos, a maior parte, 99%, é considerada não perigosa, apenas 1% é classificada como perigosa, que segue a destinação final conforme legislação vigente. Além disso, destinamos cerca de 83% dos nossos resíduos para a reciclagem. Esse é um passo significativo em direção a uma escolha mais sustentável, contribuindo para redução do impacto ambiental.

# Unir & Inspirar

Unir forças com clientes, associados, rede de fornecimento e a comunidade para trazer mudanças autênticas e duradouras.

Nós construímos alianças, trabalhamos de perto com fornecedores, fortalecemos a nossa cultura e promovemos impacto positivo na sociedade. Estamos convencidos de que operar de forma aberta, transparente e colaborativa contribuirá para uma mudança positiva.



**27 mil pessoas**

foram impactadas pelas iniciativas do Instituto C&A.

**+ de R\$ 8 milhões**

investidos nos últimos cinco anos na rede de fornecimento para o descarte de químicos perigosos.

# Instituto C&A

## GRI 3-3. Gestão dos temas materiais:

### Relacionamento com a Comunidade

Pilar social da C&A, o Instituto C&A atua na construção de novos futuros por meio da moda em todo o território onde a marca está inserida. Com esse propósito, em suas frentes de Voluntariado Corporativo, Empreendedorismo e Empregabilidade, fortalece comunidades de todo o Brasil, atua em sustentabilidade na cadeia e fomenta o acesso a trabalho digno e justo para pessoas e grupos que lutam pela afirmação de seus direitos: comunidades periféricas, pessoas negras, indígenas, LGBTQIAPN+, mulheres, refugiados e migrantes. Com mais de 30 anos de história, também realiza apoios humanitários em situações de calamidade pública, atuando nas necessidades mais urgentes após uma crise. Traduzimos isso em números, contando com 115 organizações sociais de todo país que, junto a outras iniciativas e rede, somaram um impacto direto de 27 mil pessoas em 2023.



## CONHEÇA EM DETALHES A ATUAÇÃO DO INSTITUTO



**Site:** [institutocea.org.br](http://institutocea.org.br)



**Instagram:** [instagram.com/instituto\\_cea/](https://www.instagram.com/instituto_cea/)



**LinkedIn:** [linkedin.com/company/instituto-c&a](https://www.linkedin.com/company/instituto-c&a)



**YouTube:** [youtube.com/channel/UC57\\_bNaAe9owUUGFpt71cmA](https://www.youtube.com/channel/UC57_bNaAe9owUUGFpt71cmA)



**Facebook:** [facebook.com/Instituto.cea.br](https://www.facebook.com/Instituto.cea.br)

O Instituto C&A opera com uma estrutura de governança corporativa que inclui um Conselho de Administração responsável por fornecer orientações estratégicas e validar investimentos. Esse conselho desempenha um papel fundamental na tomada de decisões estratégicas e na supervisão das atividades do instituto. Além disso, o Instituto C&A trabalha no planejamento, execução e monitoramento das iniciativas em todo o Brasil. Isso envolve coordenar e mobilizar parceiros de todos os estados do país para garantir o alcance e o impacto das ações. Essa abordagem colaborativa e estratégica garante que o Instituto C&A possa atingir seus objetivos de forma eficaz e alinhada com o seu propósito de construir novos futuros por meio da moda.

Em 2023, **27 mil** pessoas foram impactadas pelas iniciativas do Instituto C&A.

## PILARES DE ATUAÇÃO

### EMPREENDEDORISMO

Por meio de parcerias, oferecemos oportunidades de desenvolvimento para pequenos e microempreendedores da área de moda, em especial pessoas em vulnerabilidade social.

### EMPREGABILIDADE

Contamos com a colaboração de importantes marcas e criadores brasileiros para promover trabalho digno, desenvolvimento profissional e conexão com uma rede de profissionais da moda.

### VOLUNTARIADO

Temos uma rede de voluntários que nos ajuda em jornadas sociais, promovendo ações em nosso entorno por todo o Brasil.

### APOIO HUMANITÁRIO

Oferecemos aportes financeiros e/ou materiais como contribuição aos momentos de emergência em nosso país.

**EM 2023, O INSTITUTO C&A TEVE INVESTIMENTO DIRETO DE R\$ 5 MILHÕES E R\$ 360 MIL VIA INCENTIVO FISCAL, COM ISSO IMPACTAMOS POSITIVAMENTE:**



**402 marcas**

pele Programa de Empreendedorismo



**189 pessoas**

em ações de empregabilidade



**4.301 voluntários**

atuantes no Programa de Voluntariado



**5.212 pessoas**

em iniciativas humanitárias



## MODA INCLUSIVA

Em 2023, o Instituto C&A e a plataforma Meu Corpo é Real lançaram o “Curadoria Inclusiva – Costurando Vivências para Desenhar Novos Futuros”. Em formato de minissérie com quatro episódios, o projeto teve como propósito lançar um olhar educativo nas questões sobre acessibilidade de roupas às pessoas com deficiência física. Na concepção do programa, mais do que serem funcionais e adaptáveis, as peças deveriam oferecer, de fato, conforto e estilo.

Ancorado por Michele Simões, a minissérie traz, ao longo dos capítulos, um grupo de influenciadoras que ajudam a traçar o conceito da inclusão por meio da moda, com histórias e *insights*. Lançado em 21 de setembro, no Dia Nacional da Luta da Pessoa com Deficiência, o material está disponível no canal do Instituto no YouTube ([acesse aqui](#)).

## FASHION FUTURES

Criado em 2021, o projeto tem como objetivo reconhecer, fortalecer e dar visibilidade para personalidades, projetos e organizações que estão trabalhando por um futuro da moda mais justo, diverso, sustentável e regenerativo, reduzindo as desigualdades e desacelerando os impactos negativos ao meio ambiente. Em sua segunda edição, o prêmio contou com oito vencedores, em sete categorias diferentes.

## PILARES DE ATUAÇÃO

### EMPREENDEDORISMO

As ações dessa frente já impactaram mais de 500 pequenos negócios de moda autoral, alguns deles com parcerias comerciais com a C&A, resultando em mais de seis *collabs*. Oferecemos aporte financeiro e assessoria técnica por meio de capacitações e mentorias. Em 2023, o instituto investiu mais de R\$ 1 milhão e apoiou 402 marcas que deram início às suas jornadas na cadeia da moda.



Em 2023, oito projetos e marcas foram premiados.

## EMPREGABILIDADE

### C&A de Portas Abertas

Em 2023, desenvolveu uma metodologia voltada para capacitação de pessoas interessadas em trabalhar no varejo de moda, o C&A de Portas Abertas. O curso intensivo, ministrado por especialistas voluntários de moda da C&A Brasil, contemplou 70 pessoas em situação de vulnerabilidade econômica em seis estados, tem a ambição de aumentar a empregabilidade dos beneficiados e, sempre que possível, absorver no quadro de associados da C&A.

Lançado em 2023, o programa tem como premissa transformar lojas da C&A em escolas de capacitação para atendimento no varejo de moda. Em sua primeira edição, sete capitais (São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Belém, Natal, Brasília e Salvador) foram contempladas com um curso de 20 horas, ministrado por gerentes distritais, supervisores e líderes de loja. Por conta do elevado número de inscrições, 700 ao todo, a perspectiva é que, em 2024, o projeto se expanda para outras cidades.



### Meu primeiro corre na moda

O projeto oferece capacitação a estudantes negros e indígenas com estilistas de renome na moda brasileira. Em 2023, durante quatro meses, nove jovens tiveram a oportunidade de fazer uma imersão de conhecimento com esses profissionais.

### Minha Criação de Moda

Também com foco em juventudes negras e indígenas, o projeto é uma parceria com o curso de moda da Faculdade Santa Marcelina, em São Paulo. Em 2023, ofertamos 15 bolsas de estudo com bons índices de resultado em relação à empregabilidade dos alunos.

### De férias com o Instituto C&A

O projeto consiste em um curso imersivo ofertado em parceria com o Senac Faustolo, em São Paulo. Durante cinco semanas os alunos realizaram uma trilha de conhecimento sobre moda e por fim acompanharam todo o processo de um *shooting* de moda da C&A. Em 2023, cinco alunos se destacaram e acompanharam essa dinâmica, e três foram contratados.

Para realização desse projeto, abrangemos toda nossa cadeia de valor, tendo como parceiros nossos próprios fornecedores, que se envolvem com as ações sociais do Instituto. Nossa meta é expandir essa parceria nos próximos anos.



O *Fashion Futures* contribui para construir um futuro na moda mais **justo, diverso, sustentável, regenerativo e circular.**



## APOIO HUMANITÁRIO

Promovemos ações de ajuda humanitária em situações de calamidade pública no Brasil.

Em 2023, destacaram-se as seguintes ações:

### Comunidades indígenas

Em Roraima, R\$ 50 mil destinados para a compra de 200 cestas básicas, impactando 200 famílias Yanomamis.

Na região amazônica, apoio às comunidades Pãñã Kawanã, Hutukara Assoc Yanomani, Yawanawa e Xingu, com R\$ 10 mil alocados para a compra de 1 tonelada de absorventes, impactando 100 pessoas.

### Impactos das enchentes

Em São Sebastião (litoral norte de São Paulo): R\$ 30 mil utilizados na compra de alimentos e *kits* de higiene. O aporte beneficiou 6 mil pessoas.

Em Rio Branco (AC): R\$ 30 mil enviados para a compra de 50 cestas básicas e 50 *kits* de higiene. No total, beneficiamos 200 famílias.

Em Porto Alegre e Rio Grande do Sul: doação de mais de 500 peças de roupas coletadas pelos voluntários das lojas, beneficiando 200 famílias.

### Grupos minorizados

Casa Maria Maria (São Paulo): criação de um guarda-roupa solidário com peças doadas do Movimento ReCiclo; doação de cerca de 200 absorventes; e *kits* de higiene pessoal. A ação beneficiou 110 mulheres cis e trans.

Escola Municipal Ugo Meregalli (São Paulo): R\$ 10 mil investidos na compra de 100 cestas básicas.

*Ao longo do ano, somamos esforços para ajudar pessoas e comunidades em todo o Brasil. Em momentos de emergência, ajudamos com o envio de recursos financeiros e materiais.*



## VOLUNTARIADO

Em 32 anos de atuação, somos o programa de voluntariado mais longo do Brasil. Com a ajuda dos nossos associados e outras parcerias, conseguimos promover ações sociais em todos os estados onde estamos presentes. São mais de 100 ONGs, coletivos, redes de apoio e empresas que colaboram com a transformação de inúmeras comunidades.

Nossos associados dispõem de três dias ao ano para participar de ações voluntárias, seja de forma presencial ou *on-line*, com o seu conhecimento técnico ou com trabalhos manuais. Com o apoio do Instituto C&A, já formamos 127 parcerias com nosso escritório central, centros de distribuição e lojas. Em 2023, investimos R\$ 400 mil em ações sociais que impactaram mais de 100 comunidades.



Em 2023, investimos **R\$ 400 mil** em ações sociais que impactaram **mais de 100** comunidades.



## EM 32 ANOS DE ATUAÇÃO



**+ de 4 mil**  
voluntários



**27% de**  
**engajamento**  
dos nossos associados



**550 ações sociais**  
Brasil afora



**90 organizações**  
**sociais**  
com bazares de roupas com avaria  
doadas pela C&A

## Fornecedores

**GRI 2-6, 2-24, 3-3. Gestão dos temas materiais:**

**Condições de trabalho e direitos humanos na cadeia de fornecimento**

No Brasil, a C&A é pioneira no monitoramento da rede de suprimentos: em 1996, estivemos na vanguarda ao publicar nosso Manual de Conduta para o Fornecimento de Mercadorias. Em 2006, essa jornada ganhou ainda mais tração com o início dos processos de auditoria da rede de fornecedores. Mais adiante, em 2015, lançamos o Código de Conduta para Fornecimento de Mercadorias ([acesse aqui](#)), vigente até hoje. Outro marco dessa jornada ocorreu no ano seguinte, com a estruturação da nossa célula de desenvolvimento de fornecedores.

Nosso modelo de atuação exige um olhar estratégico para a cadeia de suprimentos, a fim de garantir que todos os nossos parceiros estejam alinhados com nossos valores e compromissos. Para além das diligências, realizadas ao menos duas por ano, sem aviso prévio, temos abordado com nossos fornecedores a importância da cultura do fornecimento sustentável.

Dentre as unidades de produção da nossa cadeia de valor, aproximadamente 32% fornecem insumos têxteis, matérias-primas para os processos de tecelagem, fiação, tingimento de tecidos e fios; 5% são fornecedores de insumos não têxteis, etiquetas, cabides, manequins, cabines, caixas, sacolas e *tags*, dentre outros; e 63% são fornecedores diretos e seus subcontratados, responsáveis pela finalização das mercadorias, como roupas, calçados, acessórios e produtos de beleza. Todos os nossos fornecedores diretos são selecionados com base em critérios socioambientais e estão cadastrados em nossa plataforma de capacitação e treinamento. **GRI 308-1, 414-1**

Em 2015, a C&A criou o Sustainable Supply Chain (SSC), plataforma global de monitoramento, desenvolvimento e gestão da rede de fornecimento, com auditores em todo o mundo. Dentre as atribuições do time, estão a implementação e suporte de planos de auditoria e processo de cadastro de novas unidades produtivas. Tudo isso para que tenhamos condições de trabalho justas e seguras em toda a rede de fornecimento.



Em 2023, **149.320** trabalhadores, sendo **56,6% mulheres** e **43,4% homens**, nos ajudaram com a produção das nossas mercadorias

**+ de R\$ 8 milhões** investidos nos últimos cinco anos na cadeia de fornecimento para o descarte de químicos perigosos

*Confira na íntegra nosso Manual de Boas Condições de Trabalho – Rede de Fornecimento Sustentável [aqui](#).*



# DESTAQUES 2023

GRI 204-1, CG-AA-000.A

## 100%

de auditorias em unidades *tier 1*<sup>1</sup>

## 15%

de auditorias em unidades de produção *tier 2*

## 76%

do orçamento de compras em unidades operacionais importantes destinado a fornecedores locais<sup>2</sup>

## Novo protocolo Disney

atuação junto à rede de fornecimento para diagnóstico e adequação das unidades de produção

<sup>1</sup> Fornecedores *tier 1* correspondem a 808 empresas; enquanto as *tier 2* e *tier 3* se referem a 406 e 64 unidades, respectivamente. O *tier 1* diz respeito a empresas de processo produtivo pós-corte, como costura, lavanderia, estampa e acabamento de peças. O *tier 2*, por sua vez, é responsável pelos processos de tecelagem, fiação e tingimento de tecidos e fios. E o *tier 3* inclui empresas de insumos como etiquetas, cabides, manequins, cabines, caixas, sacolas e tags, dentre outros.

<sup>2</sup> "Local" é definido geograficamente como nacional, abrangendo todo o Brasil. As "unidades operacionais importantes" são referentes à C&A Modas.

## PERFIL DOS FORNECEDORES

Fornecedores nacionais, por região:

**Sul** (35%)  
**Sudeste** (51%)  
**Nordeste** (5%)

Fornecedores internacionais:

**China** (85%)  
**Bangladesh** (14%)  
**Peru** (1%)

## 924

unidades de produção

## 205

fornecedores diretos

## 603

fornecedores subcontratados

## COMPROMISSOS EM FORNECIMENTO SUSTENTÁVEL

## 100%

dos nossos produtos serão provenientes de fornecedores de alto desempenho, com classificação A e B

Capacitaremos as pessoas dentro de nossa rede de fornecimento, indo além das auditorias para engajar nossos fornecedores e seus funcionários

## Zero descarte

de Produtos Químicos Perigosos (ZDHC)

## 30% de redução

no uso de água em etapas relacionadas a matérias-primas

## AUDITORIAS<sup>1</sup> **GRI 308-2, 414-2**

Atuante desde 2016, nossa célula de desenvolvimento de fornecedores é responsável por assessorar o cumprimento do plano de ações corretivas estabelecido no escopo do Sustainable Supply Chain (SSC). Essa equipe também realiza treinamentos com a rede de fornecimento, incluindo orientações sobre nosso Código de Ética, legislações vigentes e boas práticas.

Em 2023, realizamos auditorias em 805 unidades de produção dos nossos fornecedores e 58 infrações sociais concretas e possíveis foram identificadas<sup>2</sup>, com planos de ação em implementação para todos os casos. A reparação de eventuais impactos negativos é realizada pelos fornecedores ou subcontratados.

<sup>1</sup> A C&A utiliza uma matriz de risco para segmentar os fornecedores e direcionar esforços de monitoramento e desenvolvimento.

<sup>2</sup> Nenhum dos fornecedores foi identificado como causador de impactos ambientais negativos significativos, reais ou potenciais. Os riscos ambientais negativos potenciais identificados incluem a atualização do inventário de químicos, o descarte inadequado de efluentes e o cumprimento da legislação ambiental. Os riscos sociais negativos potenciais incluem a liberdade de associação sindical, saúde e segurança do trabalhador, infraestrutura predial e segurança contra incêndio e condições salariais e benefícios previdenciários.

## CAPACITAÇÃO DE FORNECEDORES

Em 2023, capacitamos cerca de 172 colaboradores de fornecedores diretos sobre bem-estar dos trabalhadores. Também realizamos três *workshops* presenciais para mais de 100 participantes. Dentre os assuntos abordados, debatemos a temática socioambiental e os procedimentos e desafios futuros da C&A nesse contexto; a necessidade de evoluirmos na produção de matérias-primas mais sustentáveis; produtos com princípios de circularidade; ações para reduzir emissões de gases de efeito estufa; e bem-estar no trabalho.



Em 2023, capacitamos cerca de **172 colaboradores** de fornecedores diretos sobre bem-estar dos trabalhadores.



## Equidade, Inclusão & Direitos Humanos

GRI 3-3. Gestão dos temas materiais

Construir uma C&A inclusiva, onde todos possam ser suas melhores versões e gerar impactos sociais positivos para além do nosso negócio.

Mais do que ser reconhecida como uma empresa que preza pela diversidade, equidade e inclusão, queremos garantir que nosso discurso se reflita no dia a dia e nas práticas da companhia.

Como resultado do trabalho que temos feito nessa frente, com apoio da alta liderança e do Comitê de Gente e ASG, divulgamos em 2023 nossa Política Corporativa de Diversidade Inclusão ([acesse aqui](#)).



**BIG NUMBERS:**

# 64% de mulheres

em posição de liderança

# 40% de mulheres

no Conselho de Administração



Esse movimento também marca presença no mais alto órgão de governança da C&A. Duas mulheres integram o nosso Conselho de Administração, o que representa 40% do órgão. Por conta disso, conquistamos o selo *Women on Board* (WOB), iniciativa independente da ONU Mulheres que reconhece, valoriza e divulga a participação de pelo menos duas consultoras efetivas nos conselhos de administração e/ou fiscal.

Em relação à inclusão da comunidade LGBTQIAPN+, avançamos em 2023 com o ingresso da C&A no Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, que engaja diversas empresas em torno de 10 compromissos (*saiba mais [aqui](#)*).

## ESTÁGIO AFIRMATIVO

Nossos esforços para promover a diversidade e a inclusão se estendem para toda a companhia, desde as posições iniciais. Lançamos em 2023 o programa de estágio afirmativo, direcionado a pessoas negras e indígenas, com o propósito de oferecer oportunidades para que esses jovens se tornem futuros líderes da moda.

Os estudantes trabalham por um ano em uma das áreas do escritório central da C&A, com possibilidade de contratação após a finalização do contrato. A primeira ação do programa foi uma parceria com a Indique uma Preta, consultoria que promove a empregabilidade e desenvolvimento profissional para pessoas negras. A ação resultou na contratação de 18 jovens como estagiários (*saiba mais sobre a parceria [aqui](#)*).



Finalizamos 2023 com **26% de líderes negros** e **64% mulheres** em posições de liderança.

# DESTAQUES 2023



## Conquista do selo WOB

(Women on Board), iniciativa independente da ONU Mulheres.



Ingresso no

## Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+.



Programa de

## estágio afirmativo.

### AÇÕES 2023

## Conscientização, engajamento e educação

Com diálogos e treinamentos em todos os pilares de diversidade, como letramento étnico-racial e atendimento inclusivo, dentre outros.

## Inclusão do tema diversidade

no *onboarding* de novos associados.

## Transformação dos banheiros em ambientes inclusivos.

Implementação do

## intérprete de libras

em todas as *lives* da C&A na Semana da Diversidade.

### PROJETOS PARA 2024



Implementação de

## grupos de afinidade.



Mapeamento de postos e

## acessibilidade

para pessoas com deficiência.



Incremento das ações de

## conscientização, engajamento e educação

nos temas da agenda.

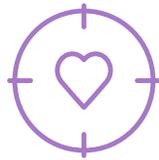


## Ações mensais

respeitando o calendário de diversidade.



Olhar para  
**2024**



*Ser a marca de moda **preferida** e **mais amada** é a nossa ambição para os próximos anos.*

Nossos avanços em resultados operacionais ao longo de 2023 fortalecem a confiança de que continuaremos evoluindo em competitividade. Por meio da inteligência nos processos e de uma proposta de valor atrativa para as nossas clientes, estamos concentrados em nos destacar no segmento de vestuário. A competência da liderança e dos times, aliada à cultura de inovação, à sustentabilidade e à valorização das pessoas, tem sido essencial nesse processo. Mantemos nosso compromisso em resgatar

o Brilho e Valor da C&A aos olhos das clientes, colaboradores, acionistas e sociedade.

Para 2024, mantemos o compromisso em fortalecer nossa competitividade e a relevância da marca junto às clientes de forma disciplinada e ágil. Além disso, vamos continuar atuando para aprimorar processos, com uma oferta de moda mais versátil e atrativa, com qualidade e sustentabilidade, de olho principalmente na gestão de sortimento e na assertividade da distribuição.

## Desafios ASG

Nossa ambiciosa Estratégia de ASG para 2030 desempenha um papel crucial em nos guiar em direção a um futuro sustentável.

Para fortalecer a relevância do nosso compromisso com o tema, 100% dos executivos e lideranças de todos os níveis e de diferentes áreas da companhia passam a ter a remuneração variável de curto prazo, alinhada ao alcance de metas ASG.

Para 2024, buscaremos consolidar uma moda mais sustentável e diversa, escalando modelos de negócio circulares e reduzindo o impacto climático. Com base nisso, vamos protocolar uma nova meta climática, além de evoluir o uso de insumos químicos seguros e desenvolver um processo de gestão de resíduos na rede de fornecimento.

Seguiremos atuando com uma cultura sustentável nas nossas relações, ampliando a rastreabilidade e a transparência em todo o processo de produção, impactando positivamente a sociedade através das ações do Instituto C&A e promovendo a equidade e a inclusão em toda a organização.



caderno de  
**indicadores**

# Sobre o relatório

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

Neste Relatório, compartilhamos compromissos, práticas e evoluções no caminho de uma moda com impacto positivo, que transcenda o estético, promovendo a sustentabilidade em cada etapa da cadeia produtiva. Esta publicação é resultado de uma jornada anual de ações e iniciativas ambientais, sociais e de governança voltadas a fortalecer nosso alinhamento à Agenda 2030. Nesse processo, contamos com uma dinâmica multidisciplinar, reunindo esforços de várias equipes e com a validação do Conselho de Administração da companhia.

De periodicidade anual, elaboramos o Relatório com base nas Normas da Global Reporting Initiative (GRI) e com a utilização das Normas do Sustainability Accounting Standards Board (SASB, Apparel, Accessories & Footwear), da IFRS Foundation. Também seguimos adotando o *framework* do Relato Integrado<sup>1</sup>, validado pela alta liderança da companhia<sup>2</sup>, que apoia a adoção do pensamento integrado, e as

<sup>1</sup> Neste documento, a única exigência do *framework* não informada é a classificação completa de riscos e oportunidades em curto, médio e longo prazos. Atendemos parcialmente ao item e estamos buscando aprimorar nossa análise e trazer aspectos de temporalidade aos nossos riscos.

recomendações da Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD). Além disso, o documento se baseia nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da Organização das Nações Unidas (ONU) e nos Dez Princípios do Pacto Global ([acesse aqui](#)).

A organização deste documento anual obedece à lógica dos temas identificados em nossa matriz de materialidade ([saiba mais na pág. 112](#)) e inclui dados e informações de todas as unidades da C&A Modas S.A. no Brasil, referentes ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2023. Para garantir ainda mais confiabilidade ao conteúdo, os dados passaram por verificação independente de terceira parte, conforme a carta apresentada na pág. 131. Em relação ao relato financeiro, como empresa de capital aberto, divulgamos um reporte trimestral, mas as informações são compiladas e reportadas anualmente.

Boa leitura!

<sup>2</sup> Nossa Diretora Vice-Presidente de Gente, Cultura e ASG acompanhou o processo para assegurar a completude do Relatório e seu alinhamento ao *framework* do Relato Integrado, considerando a Orientação Técnica CPC 09 - Relato Integrado, correlata com a Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo International Integrated Reporting Council (IIRC).



Tem dúvidas e comentários sobre o conteúdo deste relatório? Encaminhe para: [sustentabilidade@cea.com.br](mailto:sustentabilidade@cea.com.br) e/ou [ri@cea.com.br](mailto:ri@cea.com.br).



## MELHORES PRÁTICAS DE TRANSPARÊNCIA E GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE

### RELATO INTEGRADO

*Framework* que se firmou como referência internacional para relatórios, reúne diretrizes e princípios voltados a demonstrar a geração de valor em curto, médio e longo prazos a partir da integração dos capitais da companhia.

### TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES (TCFD)

Estabelece recomendações para a gestão de riscos e oportunidades em mudanças climáticas.

### GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) STANDARDS

Normas internacionais para divulgação em relatórios de sustentabilidade.

### OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

Integram um plano de ação universal para a promoção da sustentabilidade, da Organização das Nações Unidas (ONU), no escopo da Agenda 2030.

### SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB)

Padrão voluntário para o reporte de sustentabilidade setorial, com o olhar voltado aos impactos ASG no desempenho financeiro.

### VERIFICAÇÃO INDEPENDENTE

Realizada em conformidade com a NBC TO 3000 - Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade (ISAE 3000).

# Nossa materialidade

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

Nossa atuação em ASG conta com o direcionamento estratégico dos nossos temas prioritários, identificados por meio de um processo de materialidade – recurso que considera as diferentes perspectivas dos nossos *stakeholders* e a visão de negócios da companhia. A cada dois anos, realizamos um processo novo a fim de garantir que essa lista esteja sempre atualizada.

Nosso último processo de materialidade, realizado em 2022, contou com as seguintes etapas: análise de documentos internos e externos, bem como de diretrizes de mercado e setor; *benchmarking* de empresas do setor tidas como referências em sustentabilidade; consulta a *stakeholders*<sup>1</sup>; e *workshop* com a liderança da companhia. Nessa última etapa, a matriz e os temas prioritários foram aprovados pelo Comitê Interno de ASG, que comunicou o resultado ao Comitê de Gente e ASG; Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças; e Conselho de Administração.

Ao fim das etapas, a matriz de materialidade da C&A resultou em treze temas de muita relevância para a companhia, dentre os quais foram selecionados os oito temas prioritários.

## PRIORIZAÇÃO DE TEMAS



<sup>1</sup> Foram considerados os seguintes stakeholders: associados, clientes, empresas do setor, entidades setoriais, fornecedores, imprensa, mercado de capitais e comunidades, incluindo organizações não governamentais (ONGs) e empreendedores de moda. Ao total, a pesquisa contou com 786 respondentes.



## TEMAS PRIORITÁRIOS PARA A C&A

CONDIÇÕES DE TRABALHO E DIREITOS HUMANOS NA CADEIA DE FORNECIMENTO



DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO



BEM-ESTAR DE ASSOCIADO DA C&A, INCLUINDO SAÚDE FÍSICA E MENTAL



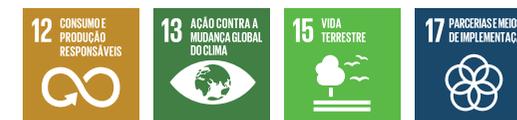
ECONOMIA CIRCULAR



ÉTICA E INTEGRIDADE



EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA



COMUNICAÇÃO PARA CLIENTES E TRANSPARÊNCIA



RELACIONAMENTO COM COMUNIDADES



## RELACIONAMENTO COM STAKEHOLDERS<sup>1</sup>

GRI 2-25, 2-29, 3-3. Gestão dos temas materiais: Comunicação para clientes e transparência

### PÚBLICO AÇÕES DE ENGAJAMENTO E RELACIONAMENTO

#### Clientes

Ativamente buscamos ouvir e entender suas perspectivas. Utilizamos pesquisas de Net Promoter Score (NPS) para avaliar a fidelidade e opiniões. A partir desses resultados, desenvolvemos estratégias para fortalecer a lealdade dos adeptos, engajar os neutros e abordar as preocupações dos menos satisfeitos. Mantemos interações contínuas, incluindo grupos focais via C&A&VC, aplicativos para capturar *feedback* e identificar tendências, além de estratégias direcionadas para atender tanto às clientes entusiastas quanto às que apresentam críticas, promovendo um engajamento amplo e relevante.

#### Associados

O envolvimento dos associados é mantido de maneira contínua por meio de treinamentos, transmissões ao vivo, campanhas e ações específicas. Utilizamos canais oficiais de comunicação para esse propósito. Os treinamentos são disponibilizados por meio da Academia da Moda, tanto presencial quanto virtualmente. Para gerir o ciclo de gestão, empregamos a ferramenta Culture Rocks. Realizamos pesquisas de engajamento trimestralmente, visando compreender ainda mais a jornada e o comprometimento dos nossos associados. O processo é simples: a cada trimestre, os associados recebem dez perguntas para responder.

#### Comunidades

O Instituto C&A mantém um compromisso consistente com as comunidades locais, realizando ações contínuas de ajuda humanitária e programas de voluntariado. Essas práticas refletem não apenas um comprometimento em contribuir para a sociedade, mas também uma busca ativa por impactos positivos nas comunidades. Esses esforços resultam em melhorias tangíveis nas áreas de atuação do Instituto, demonstrando o alcance e a eficácia das ações realizadas.

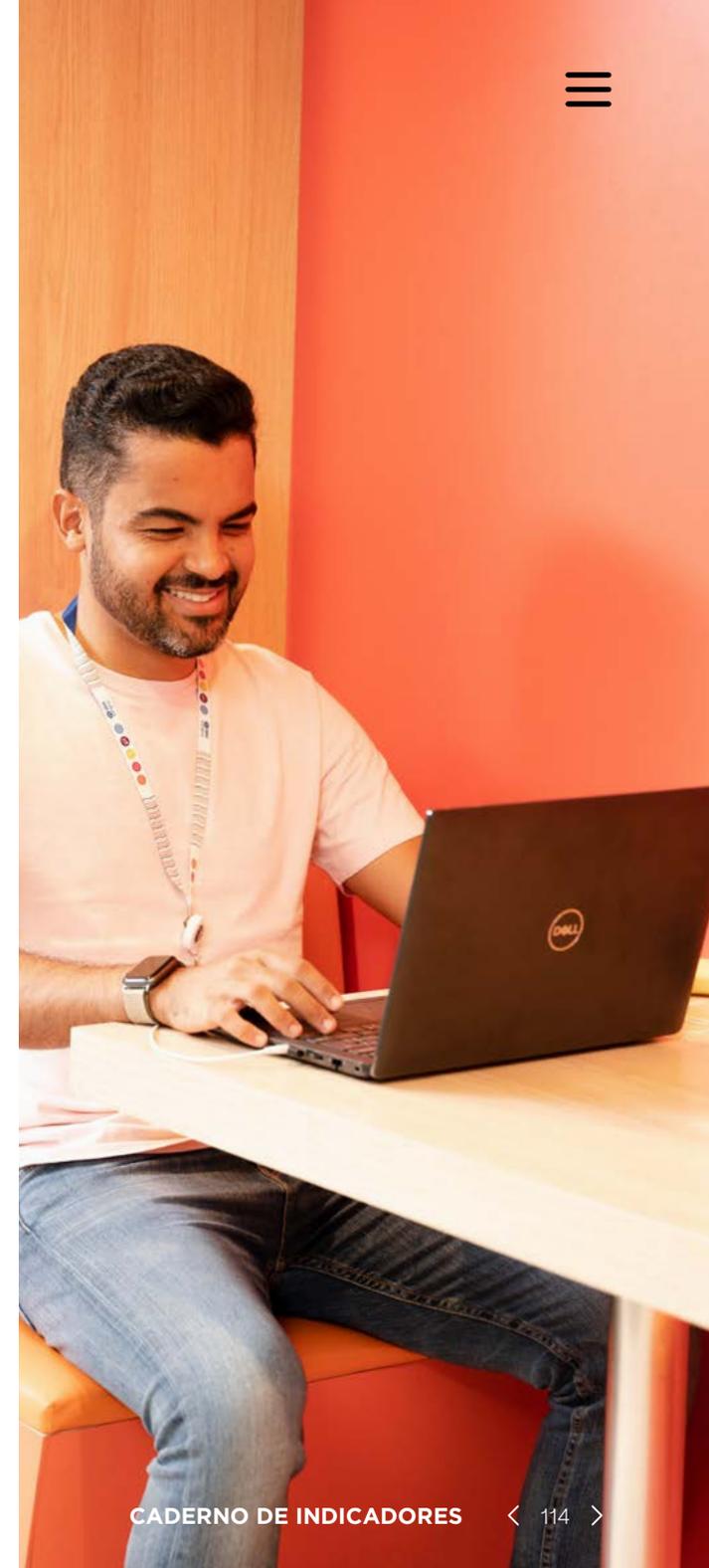
#### Fornecedores

Estabelecemos parcerias sólidas com nossos fornecedores, adotando uma abordagem proativa ao monitorar e realizar auditorias periódicas em todas as unidades produtivas, além de visitas e reuniões. Esse engajamento direto e consistente reforça um diálogo aberto e colaborativo, permitindo um intercâmbio de informações valioso e a construção de soluções conjuntas que visam ao aprimoramento contínuo das práticas sustentáveis e éticas em toda a cadeia de suprimentos.

#### Investidores

Nossa equipe de relações com investidores mantém comunicação regular com esse segmento, e, em determinadas ocasiões, envolvemos também a equipe especializada em ASG para fornecer informações e dados sobre nossas operações e impactos. Isso se deve ao crescente interesse do mercado financeiro por informações relacionadas à sustentabilidade e a práticas ambientais, sociais e de governança, e reflete nossa dedicação em prestar contas sobre nossas atividades e metas nesses âmbitos aos investidores interessados.

<sup>1</sup> A companhia adota uma abordagem delineada na Política de Engajamento com Stakeholders (acesse [aqui](#)). A participação dos stakeholders na concepção, revisão e operação dos mecanismos de queixas ainda não ocorreu, mas a C&A está aberta a implementar melhorias com base nos compromissos estabelecidos na Política. A eficácia desses mecanismos e processos de reparação será avaliada após um período de um a dois anos a partir da aprovação da política, em agosto de 2023, para determinar sua eficácia.





## A C&A

### GRI 2-28. Participação em associações

Globalmente, a companhia se compromete com programas de referência como o Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) e somos membros da Better Cotton Initiative (BCI). Desde 2017, estabelecemos parceria com o Cradle to Cradle Products Innovation Institute Certification Standards e nos juntamos à aliança global Sustainable Apparel Coalition (SAC), composta por mais de 250 marcas líderes em vestuário. Além disso, apoiamos iniciativas fundamentais como a Social and Labor Convergence (SLCP), dedicada à melhoria das condições de trabalho nas cadeias de suprimentos globais, e a CanopyStyle Initiative, unindo os principais *players* da moda em prol do planeta.

No Brasil, fazemos parte do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) desde 2021 e fomos pioneiros no setor de moda ao aderir ao Programa Na Mão Certa em 2007. Também integramos o programa

de certificação da cadeia de suprimentos da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), da qual somos membros. Também marcamos presença na Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT), na American Chamber of Commerce for Brazil (AMCHAM), Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE), Associação Brasileira de Companhias Abertas (ABRASCA), o Instituto para o Desenvolvimento do Varejo (IDV) e o Grupo de Instituto e Fundações Empresariais (GIFE).

Também apoiamos o Instituto Ethos, o Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPacto) e somos parceiros do Colabora Moda Sustentável, por meio do IC&A. Ingressamos no segundo semestre de 2023 no Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+ e nos associamos ao movimento do Capitalismo Consciente, comprometendo-nos com a evolução contínua de práticas empresariais socialmente responsáveis e sustentáveis.

## Ética e integridade

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

CATEGORIA	2022		2023	
	CAPACITADOS	COMUNICADOS	CAPACITADOS	COMUNICADOS
Conselho de Administração	0%	29%	100%	100%
Diretoria	27%	100%	100%	100%
Gerência	57%	95%	90%	100%
Consultor/ Coordenador/ Supervisor	28%	71%	21%	100%
Operacional	65%	98%	83%	100%
Estagiários	25%	100%	93%	100%
Aprendizes	29%	94%	75%	100%

## Gestão de pessoas

Empregados por gênero GRI 2-7

GÊNERO	2021	2022	2023
Homens	5.397	5.140	5.053
Mulheres	12.006	10.865	10.328
<b>TOTAL</b>	<b>17.403</b>	<b>16.005</b>	<b>15.381</b>

Empregados por região GRI 2-7

REGIÃO	2021	2022	2023
Norte	1.264	1.100	1.017
Nordeste	4.065	3.639	3.547
Centro-Oeste	986	916	817
Sudeste	9.933	9.206	8.837
Sul	1.155	1.144	1.163
<b>TOTAL</b>	<b>17.403</b>	<b>16.005</b>	<b>15.381</b>

Empregados por tipo de emprego e região GRI 2-7

REGIÃO	2022		2023	
	TEMPO INTEGRAL	PERÍODO PARCIAL	TEMPO INTEGRAL	PERÍODO PARCIAL
Norte	1.040	60	957	60
Nordeste	3.438	201	3.341	206
Centro-Oeste	855	61	758	59
Sudeste	8.716	490	8.338	499
Sul	1.076	68	1.097	66
<b>TOTAL</b>	<b>15.125</b>	<b>880</b>	<b>14.491</b>	<b>890</b>

## Empregados por tipo de emprego GRI 2-7

TIPO DE EMPREGO	2021			2022			2023		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL	HOMENS	MULHERES	TOTAL	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Tempo integral	5.152	11.348	<b>16.500</b>	4.899	10.226	<b>15.125</b>	4.810	9.681	<b>14.491</b>
Período parcial	245	658	<b>903</b>	241	639	<b>880</b>	243	647	<b>890</b>

## LICENÇA-MATERNIDADE/PATERNIDADE

### Licença-maternidade/paternidade<sup>1</sup> GRI 401-3

		2021	2022	2023
		Empregados que tiveram direito a tirar a licença	homens	4.648
	mulheres	12.006	10.930	10.328
Empregados que tiraram a licença	homens	0	0	0
	mulheres	501	697	573
Empregados que retornaram ao trabalho, no período do relatório, após o término da licença	homens	0	0	0
	mulheres	501	524	573
Empregados que retornaram a trabalhar após a licença e continuaram empregados 12 meses após o retorno ao trabalho	homens	0	0	0
	mulheres	411	310	414
Taxa de retorno	homens	0	0	0
	mulheres	100	75,18%	100%
Taxa de retenção	homens	0	0	0
	mulheres	100%	59,16%	72,25%

<sup>1</sup> No que diz respeito à licença-paternidade, atualmente, os colaboradores que a utilizam simplesmente justificam suas ausências no ponto ou informam ao gestor, sem que haja um registro formal de afastamento.

## REMUNERAÇÃO

### Aumento percentual da remuneração total anual GRI 2-21

	2023
	VALOR
Maior remuneração paga (no período coberto pelo relatório)	R\$ 4.051.108,96
Remuneração total anual média para todos os empregados (exceto o indivíduo mais bem pago)	R\$ 58.329,26
Proporção	69,45%

### Mudança na proporção da remuneração total anual GRI 2-21

	2023
	ANO ANTERIOR
Aumento percentual da maior remuneração paga (%)	15%
Aumento percentual da remuneração total média (%)	5,44%
Proporção do aumento percentual da maior remuneração paga pelo aumento percentual da remuneração total média	36%

## DESENVOLVIMENTO E CAPACITAÇÃO

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

	2022		2023	
	TOTAL DE HORAS	MÉDIA	TOTAL DE HORAS	MÉDIA
Homens	38.685,78	7,5	97.899,083	19,40
Mulheres	85.957,26	7,9	203.263,316	19,70
<b>TOTAL</b>	<b>124.643,05</b>	<b>7,8</b>	<b>301.162,400</b>	<b>19,60</b>

Média de horas de capacitação de empregados por categoria funcional GRI 404-1

	2022		2023	
	TOTAL DE HORAS	MÉDIA	TOTAL DE HORAS	MÉDIA
Diretoria	23,00	0,95	17,33	1,45
Gerência	127,55	0,2	4.834,68	8,14
Supervisor	6.990,10	8,7	7.754,16	8,79
Operacional	111.718,51	7,65	287.788,91	20,76
Estagiários	5.783,88	722,9	767,45	25,58
<b>TOTAL</b>	<b>124.643,05</b>	<b>7,8</b>	<b>301.162,400</b>	<b>19,60</b>

## AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

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

	2022		2023	
	ASSOCIADOS	TOTAL	ASSOCIADOS	TOTAL
Diretoria	12	100	9	75
Gerência	10	100	594	100
Supervisor	594	99	839	95
Operacional	10.260	74	6.770	52
Estagiários	801	74	0	0
Aprendizes	-	-	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>801</b>	<b>100</b>	<b>8.230</b>	<b>53</b>

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

	2022		2023	
	ASSOCIADOS	TOTAL	ASSOCIADOS	TOTAL
Homens	3.733	72%	3.733	74%
Mulheres	7.944	72%	7.944	77%
<b>TOTAL</b>	<b>11.677</b>	<b>72%</b>	<b>11.677</b>	<b>76%</b>

## ROTATIVIDADE

### Rotatividade dos associados por gênero GRI 401-1

	2021			2022			2023					
	NÚMERO DE NOVOS ASSOCIADOS CONTRATADOS	TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES	NÚMERO TOTAL DE ASSOCIADOS DESLIGADOS	TAXA DE ROTATIVIDADE	NÚMERO DE NOVOS ASSOCIADOS CONTRATADOS	TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES	NÚMERO TOTAL DE ASSOCIADOS DESLIGADOS	TAXA DE ROTATIVIDADE	NÚMERO DE NOVOS ASSOCIADOS CONTRATADOS	TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES	NÚMERO TOTAL DE ASSOCIADOS DESLIGADOS	TAXA DE ROTATIVIDADE
Homens	3.748	69%	3.151	64%	4.021	32%	4.245	31%	4.405	29%	4.477	29%
Mulheres	8.387	70%	6.472	62%	8.444	68%	9.500	69%	8.819	57%	9.344	61%
<b>ROTATIVIDADE DOS ASSOCIADOS POR FAIXA ETÁRIA</b>												
Abaixo de 30 anos	10.392	84%	7.961	74%	10.587	85%	11.295	82%	10.851	71%	11.219	73%
Entre 31 e 50 anos	1.717	37%	1.614	35%	1.828	15%	2.381	17%	2.299	15%	2.522	16%
Acima de 51 anos	26	1%	48	10%	52	0%	69	1%	74	0,5%	80	0,5%
<b>ROTATIVIDADE DOS ASSOCIADOS POR REGIÃO</b>												
Centro-oeste	851	95%	633	75%	1.063	9%	1.132	8%	1.008	7%	1.095	7%
Nordeste	2.436	86%	2.008	55%	2.094	17%	2.489	18%	2.261	15%	2.348	15%
Norte	949	60%	271	66%	996	8%	1.140	8%	977	6%	1.053	7%
Sudeste	6.796	75%	5.376	61%	6.943	56%	7.619	55%	7.245	47%	7.607	50%
Sul	1.103	68%	885	86%	1.371	11%	1.365	10%	1.733	11%	1.718	11%
<b>TOTAL</b>	<b>12.135</b>	<b>70%</b>	<b>9.623</b>	<b>55%</b>	<b>12.465</b>	<b>100%</b>	<b>13.745</b>	<b>100%</b>	<b>13.224</b>	<b>86%</b>	<b>13.821</b>	<b>90%</b>

## DIVERSIDADE

### Membros do Conselho, por gênero GRI 405-1

	2022				2023			
	HOMENS	%	MULHERES	%	HOMENS	%	MULHERES	%
Conselho de Administração e Fiscal	4	80,00	1	20,00	5	62,50	3	37,50
Comitê de Aceleração	3	100,00	0	0	-	-	-	-
Comitê de RH e Sustentabilidade	1	33,33	2	66,67	1	33,33	2	66,67
Comitê de Serviços Financeiros	3	100,00	0	0	3	100	0	0
Comitê de Auditoria	2	66,67	1	33	2	66,67	1	33,33
Comitê de Estratégia	-	-	-	-	2	66,67	1	33,33
Diretoria Executiva	-	-	-	-	4	80,00	1	0

### Membros do Conselho, por faixa etária GRI 405-1

	2022						2023					
	ABAIXO DE 30	%	ENTRE 30 E 50	%	ACIMA DE 50	%	ABAIXO DE 30	%	ENTRE 30 E 50	%	ACIMA DE 50	%
Conselho de Administração e Fiscal	0	0	1	20	4	80	0	0	4	50	4	50
Comitê de Aceleração	0	0	1	33,33	2	66,67	-	-	-	-	-	-
Comitê de RH e Sustentabilidade	0	0	0	0	3	100	0	0	0	0	3	100
Comitê de Serviços Financeiros	0	0	0	0	3	100	0	0	1	33,33	2	66,67
Comitê de Auditoria	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0	1	33,33	2	66,67
Comitê de Estratégia	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	3	100
Diretoria Executiva	-	-	-	-	-	-	0	0	1	20	4	80

**Membros do Conselho, por raça GRI 405-1**

	2022										2023							
	AMARELA	%	BRANCA	%	INDÍGENA	%	PRETOS E PARDOS	%	NÃO INFORMADO	%	AMARELA	%	BRANCA	%	INDÍGENA	%	PRETOS E PARDOS	%
Conselho de Administração e Fiscal	0	0	5	100	0	0	0	0	0	0	1	12,50	6	75	0	0	1	12,50
Comitê de Aceleração	0	0	3	100	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
Comitê de RH e Sustentabilidade	0	0	3	100	0	0	0	0	0	0	0	0	3	100	0	0	0	0
Comitê de Serviços Financeiros	0	0	3	100	0	0	0	0	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0	0	0
Comitê de Auditoria	0	0	3	100	0	0	0	0	0	0	0	0	2	66,67	0	0	1	33,33
Comitê de estratégia	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	3	100	0	0	0	0	0	0
Diretoria Executiva	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	5	100	0	0	0	0	0	0

**Empregados, por categoria funcional e gênero (%) GRI 405-1**

	2021				2022				2023			
	HOMENS	%	MULHERES	%	HOMENS	%	MULHERES	%	HOMENS	%	MULHERES	%
Diretoria	10	83	2	17	10	90,91	1	9,09	10	83	2	17
Gerência	207	36	366	64,00	195	33,97	379	66,03	195	33	400	66%
Supervisão	348	40	515	60	323	40,02	484	59,98	358	41	524	59
Operacional	4.608	30	10.570	70	4.407	31,70	9.496	68,30	4.257	33,00	8.806	67
Estagiários	8	50	8	50	3	37,50	5	62,50	7	23	23	77
Aprendizes	216	28	28	72,00	226	28,57	565	71,43	226	28	573	72

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

	2022						2023					
	ABAIXO DE 30 ANOS	%	ENTRE 30 E 50 ANOS	%	ACIMA DE 50 ANOS	%	ABAIXO DE 30 ANOS	%	ENTRE 30 E 50 ANOS	%	ACIMA DE 50 ANOS	%
Diretoria	0	0	8	72,73	3	27,27	0	0	8	33,00	4	67,00
Gerência	30	5,23	535	93,21	9	1,57	29	4,87	553	92,94	12	2,01
Supervisão	206	25,53	580	71,87	21	2,6	230	27,00	630	71,00	22	2,00
Operacional	9.459	68,04	4.118	29,62	326	2,48	8.379	64,00	4.304	33,00	380	3,00
Estagiários	8	100,00	0	0	0	0	30	100,00	0	0	0	0
Aprendizes	791	100,00	0	0	0	0	798	99,75	2	0,75	0	0

**Associados, por raça GRI 405-1**

	AMARELA		BRANCA		INDÍGENA		PRETOS E PARDOS		NÃO INFORMADA (%)	
		%		%		%		%		%
2021	Diretoria	-	0	-	100	-	0	-	0	0
	Gerência	-	1,90	-	77,50	-	0,20	-	31,50	0
	Supervisão	-	2,80	-	64,80	-	0,20	-	31,50	0,70
	Operacional	-	2,10	-	37,70	-	0,40	-	59,60	0,20
	Estagiários	-	0	-	62,50	-	0	-	37,50	0
	Aprendizes	-	2,10	-	39,60	-	0	-	58,30	0
2022	Diretoria	0	0	11	100	0	0	0	0	0
	Gerência	14	2,44	432	75,26	1	0,17	127	22,13	0
	Supervisão	20	2,48	502	62,21	2	0,25	283	35,07	0
	Operacional	293	2,11	5.149	37,04	53	0,38	8.408	60,48	0
	Estagiários	0	0	5	62,0	0	0	3	37,50	0
	Aprendizes	14	1,77	288	36,41	2	0,25	487	61,57	0
2023	Diretoria	0	0	12	100	0	0	0	0	0
	Gerência	37	6	391	66	0	0	166	28	0
	Supervisão	40	5,00	475	53	5	1,00	362	41	0
	Operacional	340	3	4.652	35	100	1,00	7.971	61	0
	Estagiários	1	3	5	17	1	3	23	77	0
	Aprendizes	11	1	308	38	5	1	476	60	0

**Associados, por grupo vulnerável GRI 405-1**

	MULHERES	%	NEGROS	%	PCD	%	LGBTQIAPN+	%	INDÍGENAS	%	50+	%	
	Diretoria	1	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Gerência	379	94,04	14	3,47	0	0,17	0	0	1	0,25	9	2,23
	Supervisão	484	86,74	47	8,42	4	0,72	0	0	2	0,36	21	3,76
	Operacional	9.496	75,96	2.033	16,26	593	4,74	0	0	53	0,42	326	2,61
	Estagiários	5	62,50	3	37,5	0	0	0	0	0	0	0	0
	Aprendizes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2023	Diretoria	2	17	0	0	0	0	1	8	0	0	4	33
	Gerência	399	67	166	28	1	2	53	9	0	0	0	0
	Supervisão	524	59	362	41	5	1	110	12	5	1	22	2
	Operacional	8.806	67	7.791	61	642	4	1.991	15	0	0	380	3
	Estagiários	23	77	23	77	0	0	8	27	1	3	0	0
	Aprendizes	574	72	476	60	3	0	101	13	5	1	0	0

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

	2023	
	RAZÃO ENTRE O SALÁRIO-BASE DE MULHERES E HOMENS	RAZÃO ENTRE A REMUNERAÇÃO DE MULHERES E HOMENS
Diretoria	0,88	0,88
Gerência	1,03	1,03
Coordenação	0,88	0,88
Analistas	0,98	0,98
Operação	0,95	0,95

# Segurança do trabalho

Na promoção da segurança e saúde de nossos associados, contamos com três frentes responsáveis pela avaliação, identificação e prevenção de riscos: o Serviço Especializado de Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT); o Programa de Controle Médico da Saúde Ocupacional (PCMSO); e o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR). Além disso, a companhia possui ambulatórios em algumas unidades e clínicas credenciadas em todo o Brasil. Para mitigar riscos, a C&A adota medidas administrativas, como orientações e sugestões de melhorias em *layouts*; diálogos de segurança; avaliação de documentos; verificação de exames; certificados; e treinamentos. **GRI 403-2, 403-3, 403-7**

Também atuamos de forma contínua com a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e Assédio (CIPA), em nosso escritório central, centros de distribuição e lojas. Os integrantes se reúnem mensalmente, com participação de profissionais da C&A e funcionários de empresas prestadoras de serviços, para avaliar e discutir riscos e acidentes no trabalho ou trajeto, bem como deliberar sobre melhorias ligadas à saúde e segurança operacional. **GRI 403-4**

Os treinamentos oferecidos, *on-line* e presencialmente, incluem temas e regulamentações como segurança com eletricidade (NR-10), combate e prevenção a incêndios e formação de brigadistas (NR-23), ergonomia (NR-17) e segurança do trabalho para membros da CIPA (NR-5). **GRI 403-5**

Além disso, nosso Comitê de Saúde tem reuniões trimestrais que incluem a participação de empresas parceiras de saúde ocupacional e assistencial, juntamente com associados da C&A das áreas de benefícios e do SESMT. Nessas reuniões, todos os participantes contribuem ativamente para as decisões e melhorias relacionadas à saúde e segurança.

## Acidentes de trabalho<sup>1</sup> 2023 GRI 403-9

EMPREGADOS	
Número de horas trabalhadas	136.700.504,00
Número de mortes resultantes de lesões relacionadas ao trabalho	0
Taxa de fatalidades resultantes de lesões relacionadas ao trabalho	0,00
Número de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)	15
Taxa de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)	0,11
Número de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	174
Taxa de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	1,27

*1 Os principais tipos de acidente de trabalho incluem acidentes de trajeto, que envolvem colisões com outros veículos, incluindo carros e motos, e acidentes típicos, como quedas de mesmo nível, queda de equipamento ou mobiliários, e acidentes envolvendo escadas.*

# Direitos Humanos

## GRI 407-1. OPERAÇÕES E FORNECEDORES EM QUE O DIREITO À LIBERDADE SINDICAL E À NEGOCIAÇÃO COLETIVA PODE ESTAR EM RISCO

Três unidades de produção (do mesmo grupo empresarial) não apresentaram Convenção Coletiva válida em uma auditoria realizada em agosto de 2023. Já foi implantado um plano de ação, e uma auditoria completa está programada para 2024. Essas unidades estão localizadas no Brasil, país identificado como área geográfica em situação de risco em relação à violação do direito dos trabalhadores de exercer liberdade sindical ou negociação coletiva.

A companhia possui um Código de Conduta para fornecimento de mercadorias, que orienta os fornecedores a adotarem uma postura aberta e colaborativa, permitindo que os trabalhadores exerçam sua liberdade de associação e negociação coletiva. Além disso, a liberdade sindical e de negociação coletiva são critérios de avaliação nas auditorias realizadas.

## GRI 408-1. OPERAÇÕES E FORNECEDORES COM RISCO SIGNIFICATIVO DE CASOS DE TRABALHO INFANTIL

Não há operações ou fornecedores que apresentem riscos significativos. Para contribuir para a efetiva abolição do trabalho infantil, a C&A implementa medidas proativas, incluindo auditorias realizadas para validar as condições de trabalho e garantir a observância da idade mínima legal dos trabalhadores. Além disso, há uma avaliação rigorosa das atividades exercidas por menores de 18 anos (e maiores de 14 anos) para assegurar que eles não realizem atividades perigosas ou trabalhem durante a noite. Adicionalmente, todos os fornecedores são obrigados a assinar um termo de aceite às condições do Código de Conduta no momento da homologação, reforçando o compromisso com a prevenção do trabalho infantil.





### **GRI 409-1. OPERAÇÕES E FORNECEDORES COM RISCO SIGNIFICATIVO DE CASOS DE TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO**

Não há operações ou fornecedores que apresentem riscos significativos. Durante o período de relato, a C&A adotou medidas para contribuir para a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou análogo ao escravo, incluindo a realização de auditorias. Além disso, o Código de Conduta Global para fornecimento de mercadorias da companhia destaca as ações esperadas dos fornecedores para prevenir qualquer forma de trabalho análogo ao escravo em suas operações. O descumprimento deste requisito é tratado com tolerância zero, podendo levar à interrupção do relacionamento comercial e à implementação de medidas de remediação.

### **GRI 410-1. PESSOAL DE SEGURANÇA CAPACITADO EM POLÍTICAS OU PROCEDIMENTOS DE DIREITOS HUMANOS<sup>1</sup>**

Na C&A, 100% do pessoal de segurança recebeu capacitação formal nas políticas ou nos procedimentos específicos da companhia em direitos humanos e sua aplicação na segurança. No entanto, os requisitos de capacitação não se aplicam a empresas contratadas que fornecem pessoal de segurança.

*<sup>1</sup> O número total do pessoal de segurança que recebeu capacitação no ciclo de 2023 foi de 1.938, ultrapassando os 1.564 profissionais dessa área registrados no fechamento do ano, pois foram considerados também aqueles desligados.*

# Meio ambiente

## MATÉRIAS-PRIMAS

### Materiais utilizados na produção e embalagem<sup>1</sup> GRI 301-1

NOME DO MATERIAL	FONTE RENOVÁVEL/NÃO RENOVÁVEL	UNIDADE DE MEDIDA	2022	2023
Algodão	Renovável	Fornecedores externos (medição direta em kg, método utilizado que contabiliza composições, partes, quantidade, PO)	6.991.116,83	9.162.493,00
Poliéster	Não renovável		2.481.378,82	4.618.468,00
MMCF (viscose, modal, liocel)	Renovável		1.171.253,14	1.702.029,00
Poliuretano	Não renovável		882.686,21	1.360.392,00
Poliamida	Não renovável		519.888,73	800.028,00
Elastano	Não renovável		156.423,28	202.450,00
Acrílico	Não renovável		124.067,61	136.020,00
Policloreto de vinila	Não renovável		41.230,78	42.153,00
Papel	Renovável		11.315,41	10.073,00
Metal	Não renovável		10.718,09	25.042,00
Plástico	Não renovável		6.676,00	9.017,00
Polipropileno	Não renovável		2.491,88	2.569,00
Linho	Renovável		30.110,65	56.324,00
Liocel	Renovável		11.262,64	-
Outros	Não renovável/Renovável		23.172,17	72.819,00
<b>TOTAL RENOVÁVEL</b>				<b>8.259.364,54</b>
<b>TOTAL NÃO RENOVÁVEL</b>		<b>4.207.502,79</b>	<b>7.268.958,00</b>	
<b>TOTAL</b>				<b>18.199.877,00</b>

<sup>1</sup> Não realizamos o controle de embalagens, valores preenchidos considerando matérias-primas utilizadas na produção.

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

Textile Exchange's Recycled Claim Standard (RCS)	77.865,00	77.865,00	100
Better Cotton Initiative	9.162.493,00	8.795.846,49	96
<b>TOTAL DAS MATÉRIAS-PRIMAS QUE COMPÕEM OS PRODUTOS DA ORGANIZAÇÃO</b>	<b>18.199.876,00</b>	<b>8.795.846,49</b>	<b>48,75</b>

## GESTÃO DE RESÍDUOS

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

	2021	2022	2023
<b>RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS</b>			
Orgânico	5.541,76	199,93	63,21
Papelão e papel	471,05	436,83	616,94
Material de construção	592,13	352,96	168,37
Outros - não perigosos <sup>1</sup>	190,13	181,65	16.041,00
<b>RESÍDUOS PERIGOSOS</b>			
Eletrônicos (computadores e acessórios)	18,46	6,29	11,19
Outros perigosos <sup>2</sup>	9,18	16,1	0,01
<b>Total (Não perigosos + perigosos)</b>	<b>6.929,97</b>	<b>1.193,76</b>	<b>16.900,96</b>

<sup>1</sup> Em "Outros - não perigosos", foram considerados: plásticos gerais, plásticos de cabides, alumínio e outros metais, metal de cabides, vidro, uniforme de associados das lojas, liner, itens que são depositados na urna do ReCiclo, mas são considerados fora do regulamento nem possuem condições de uso e resíduos não segregados (luminárias e mix de resíduos).

<sup>2</sup> Em "Outros - perigosos", foram considerados: pilhas, lâmpadas, reatores, baterias, celulares, óleo vegetal, perigosos não segregados, produtos químicos, ambulatoriais, outros contaminados, além de resíduos de escritório e centros de distribuição. As unidades operacionais consideradas para o cálculo de resíduos são centros de distribuição e escritório central.

**Destinação de resíduos, em toneladas<sup>1</sup> GRI 306-4, 306-5**

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	2021			2022			2023		
	RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	RESÍDUOS PERIGOSOS	TOTAL	RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	RESÍDUOS PERIGOSOS	TOTAL	RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	RESÍDUOS PERIGOSOS	TOTAL
Reciclagem	1.200,89	24,96	<b>1.225,86</b>	763,86	22,36	<b>786,22</b>	16.744,02	5,56	<b>16.749,58</b>
Preparação para reutilização	-	-	-	-	-	-	-	5,63	<b>5,63</b>
Incineração (com recuperação de energia)	1,12	0	<b>1,12</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
Incineração (sem recuperação de energia)	0	0,18	<b>0,18</b>	0	0,03	<b>0,03</b>	0	0,01	<b>0,01</b>
Aterro	5.661,60	0	<b>5.661,60</b>	342,34	0	<b>342,34</b>	145,74	0	<b>145,74</b>
Outras operações de disposição	38,72	2,50	<b>41,22</b>	65,17	0	<b>65,17</b>	0	0	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6.902,33</b>	<b>27,64</b>	<b>6.929,97</b>	<b>1.171,37</b>	<b>22,39</b>	<b>1.193,76</b>	<b>16.889,76</b>	<b>11,20</b>	<b>16.900,96</b>

<sup>1</sup> As unidades operacionais consideradas para o cálculo de resíduos são centros de distribuição e escritório central.

**EMISSÕES**
**Emissões diretas de gases de efeito estufa (t CO<sub>2</sub> equivalente) GRI 305-1**

	2021	2022	2023
Combustão estacionária	94,91	59,77	39,01
Emissões fugitivas	1.070,66	2.385,30	8.156,66
Total de emissões brutas de CO <sub>2</sub>	1.165,57	2.445,07	8.195,67

<sup>1</sup> Os dados de emissões foram calculados diretamente pela ferramenta do PBGHG Protocol e considera os gases CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, NO<sub>2</sub>.

**Emissões indiretas provenientes da aquisição de energia (t CO<sub>2</sub> equivalente) GRI 305-2**

	2021	2022	2023
Eletricidade (localização)	21.682,34	8.231,99	6.857,87
Eletricidade (escolha de compra)	-	5.502,49	0,00

**Outras emissões de gases de efeito estufa (t CO<sub>2</sub> equivalente) GRI 305-3**

	2021	2022	2023
<b>A MONTANTE</b>			
Bens e serviços adquiridos	-	110.160,38	230.466,87
Atividades relacionadas à energia e combustíveis	-	55,74	9,74
Transporte e distribuição a montante	-	63.634,84	77.784,06
Resíduos gerados nas operações	8.098,73	183,95	679,91
Viagens a negócios	251,46	1.086,12	1.617,81
Deslocamento casa-trabalho	10.775,03	15.916,09	15.906,89
<b>A JUSANTE</b>			
Transporte e distribuição <i>downstream</i>	-	1.986,40	1.868,53
<b>TOTAL</b>	<b>19.125,29</b>	<b>193.023,52</b>	<b>328.333,81</b>

**Reduções de emissões de GEE (t CO<sub>2</sub> equivalente) GRI 305-5**

	2023
Reduções provenientes de compensações <sup>1</sup>	6.857,87

<sup>1</sup> Compensação proveniente da compra de IREC para o Escopo 2.

**Emissões biogênicas de CO<sub>2</sub> (t CO<sub>2</sub> equivalente) GRI 305-1, 305-3**

	2021	2022	2023
Escopo 1	-	6,1590	4,70
Escopo 3	-	9.180,44	12.536,39



# Carta de **asseguração**



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

## Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2023

Ao Conselho de Administração, Acionistas e Diretores da  
**C&A Modas S.A.**  
São Paulo - SP

### Introdução

Fomos contratados pela C&A Modas S.A. ("Companhia" ou "C&A") para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre as informações não financeiras constantes no "Relato Integrado 2023" da C&A, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2023.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relato Integrado 2023, incluindo quaisquer imagens, arquivos de áudio ou vídeos incorporados.

### Responsabilidades da administração da C&A Modas S.A.

A administração da C&A Modas S.A. é responsável por:

- selecionar e estabelecer critérios adequados para a elaboração das informações constantes no Relato Integrado 2023;
- preparar as informações de acordo com os critérios e diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI – Standards)*, com o *Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear*, do *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, com o *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)* e da Orientação CPC 09 – Relato Integrado, correlatas com a Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council (IIRC)*;
- desenhar, implementar e manter controles internos sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relato Integrado 2023, que estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

### Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2023, com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos de acordo com o Comunicado Técnico CTO 07/2022 emitido pelo CFC e com o NBC TO 3000 – Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*, emitida pelo *International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)*. Essas normas requerem o planejamento dos trabalhos e a execução dos procedimentos de forma a obter segurança limitada de que as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2023, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

A KPMG Auditores Independentes Ltda. ("KPMG") aplica a Norma Brasileira de Gestão de Qualidade (NBC PA 01), que requer que a firma planeje, implemente e opere um sistema de gestão de qualidade, incluindo políticas ou procedimentos relacionados com o cumprimento de requerimentos éticos, normas profissionais e exigências legais e regulatórias aplicáveis. Cumprimos com os requisitos de independência e outros requisitos éticos do Código de Ética Profissional do Contador e das Normas Profissionais (incluindo as Normas de Independência) baseados nos princípios fundamentais de integridade, objetividade, competência profissional e devido zelo, confidencialidade e comportamento profissional.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 revisada (ISAE 3000 revised) consiste principalmente de indagações à administração da C&A e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir, na forma de asseguração limitada, sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relato Integrado 2023, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações contidas no Relato Integrado 2023, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relato Integrado 2023, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam, entre outros:

- a. planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relato Integrado 2023;
- b. o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- c. a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações constantes no Relato Integrado 2023;
- d. para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, o confronto desses indicadores com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis.
- e. análise dos processos para a elaboração do Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Princípios de Conteúdo e Qualidade dos *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative – GRI*, com o *Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear*, do *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, com o *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)*, com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado (que tem correlação à Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council – IIRC*);
- f. avaliação dos indicadores não-financeiros amostrados; e

- g. entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações.

Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a aderência às diretrizes e aos critérios da estrutura de elaboração *Global Reporting Initiative (GRI – Standards)*, com o *Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear, do Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, com o *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)* e da Orientação CPC 09 – Relato Integrado, correlatas com a Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council (IIRC)*, aplicáveis na elaboração das informações constantes do Relato Integrado 2023.

#### Alcance e limitações

Os procedimentos executados em trabalho de asseguração limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguração razoável. Consequentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguração limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se tivesse sido executado um trabalho de asseguração razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relato Integrado 2023. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, nem em relação a projeções futuras e metas.

A preparação e apresentação de indicadores de sustentabilidade e relato integrado seguiu os critérios da *Global Reporting Initiative (GRI – Standards)*, com o *Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear, do Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, com o *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)* e da Orientação CPC 09 – Relato Integrado, correlatas com a Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council (IIRC)*, portanto, não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões preveem, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da ocorrência de sanções ou multas significativas. Nosso relatório de asseguração deve ser lido e compreendido nesse contexto, inerente aos critérios selecionados do *Global Reporting Initiative (GRI – Standards)*, com o *Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear, do Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, com o *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)* e da Orientação CPC 09 – Relato Integrado, correlatas com a Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council (IIRC)*.

#### Base para conclusão com ressalva

A C&A Modas S.A. declara que seu Relatório Integrado 2023 foi elaborado de acordo com as recomendações da *TCFD - Task Force on Climate-Related Financial Disclosures*. Contudo, a Companhia não cumpriu integralmente os requisitos da TCFD com relação ao

seguinte tema: (i) Métricas e metas – ausência de divulgação no Relatório Integrado 2023 sobre as métricas e metas utilizadas pela Companhia para avaliar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas de acordo com sua estratégia e seu processo de gestão de riscos.

#### Conclusão com ressalva

Nossa conclusão foi formada com base nos, e está sujeita aos, assuntos descritos neste relatório.

Acreditamos que as evidências obtidas em nosso trabalho são suficientes e apropriadas para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório e nas evidências obtidas, exceto pelos efeitos do assunto descrito no parágrafo base para conclusão com ressalva, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2023 para o exercício findo em 31 de dezembro de 2023 da C&A Modas S.A., não foram elaboradas, em todos os aspectos relevantes, com base nos *Standards do Global Reporting Initiative (GRI – Standards)*, com o *Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear, do Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, com o *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)* e da Orientação CPC 09 – Relato Integrado, correlatas com a Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council (IIRC)*.

São Paulo, 8 de abril de 2024

KPMG Auditores Independentes Ltda.  
CRC 2SP-014428/O-6

  
Bernardo Moreira Peixoto Neto  
Contador CRC RJ-064887/O-8

# Sumário **GRI, SASB e TCFD**

DECLARAÇÃO DE USO

GRI 1 USADA

NORMA(S) SETORIAL(AIS) DA GRI APLICÁVEL(EIS)

C&A relatou com base nas Normas GRI para o período de 01/01/2023 a 31/12/2023.

GRI 1: Fundamentos 2021

Não houve

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	REQUISITO(S) OMITIDO(S)	OMISSÃO	
				MOTIVO	EXPLICAÇÃO
<b>CONTEÚDOS GERAIS</b>					
<b>GRI 2: Conteúdos Gerais 2021</b>	<b>2-1</b> Detalhes da organização	11, 39			
	<b>2-2</b> Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	110			
	<b>2-3</b> Período de relato, frequência e ponto de contato	110	-		
	<b>2-4</b> Reformulações de informações	Não houve reformulação de informações nesse ciclo.			
	<b>2-5</b> Verificação externa	O Relatório passou por auditoria externa.			
	<b>2-6</b> Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	11, 101			
	<b>2-7</b> Empregados	116, 117			
	<b>2-8</b> Trabalhadores que não são empregados	Razão de Omissão: Não reportamos os dados de trabalhadores que não são empregados, por motivos estratégicos.			
	<b>2-9</b> Estrutura de governança e sua composição	40			
	<b>2-10</b> Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	40			
	<b>2-11</b> Presidente do mais alto órgão de governança	40			
	<b>2-12</b> Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	40, 43, 54			
	<b>2-13</b> Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	46			

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	REQUISITO(S) OMITIDO(S)	OMISSÃO	
				MOTIVO	EXPLICAÇÃO
<b>GRI 2: Conteúdos Gerais 2021</b>	<b>2-14</b> Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	110, 112			
	<b>2-15</b> Conflitos de interesse	55			
	<b>2-16</b> Comunicação de preocupações cruciais	56			
	<b>2-17</b> Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	41			
	<b>2-18</b> Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	48			
	<b>2-19</b> Políticas de remuneração	47			
	<b>2-20</b> Processo para determinação da remuneração	47			
	<b>2-21</b> Proporção da remuneração total anual	117			Não reportamos os dados de proporção de remuneração por motivos estratégicos.
	<b>2-22</b> Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	6, 8			
	<b>2-23</b> Compromissos de política	54, 55			
	<b>2-24</b> Incorporação de compromissos de política	40, 54, 62, 101			
	<b>2-25</b> Processos para reparar impactos negativos	56, 114			
	<b>2-26</b> Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	56			
<b>2-27</b> Conformidade com leis e regulamentos	Em 2023, a companhia não registrou nenhum caso significativo de não conformidade com leis e regulamentos. Da mesma forma, não foram aplicadas sanções não monetárias. A C&A define casos significativos de não conformidade como aqueles que envolvem processos judiciais de grande relevância e impacto.				
<b>2-28</b> Participação em associações	115				

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	REQUISITO(S) OMITIDO(S)	OMISSÃO	
				MOTIVO	EXPLICAÇÃO
<b>GRI 2: Conteúdos Gerais 2021</b>	<b>2-29</b> Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	114			
	<b>2-30</b> Acordos de negociação coletiva	Na C&A, 100% do time está coberto por acordos de negociação coletiva.			
<b>TEMAS MATERIAIS</b>					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-1</b> Processo de definição de temas materiais	112			
	<b>3-2</b> Lista de temas materiais	112			
<b>[CONDIÇÕES DE TRABALHO E DIREITOS HUMANOS NA CADEIA DE FORNECIMENTO]</b>					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-3</b> Gestão dos temas materiais	101			
<b>Práticas de compras 2016</b>	<b>GRI 204-1</b> Proporção de gastos com fornecedores locais	102			
<b>Liberdade de Associação e Negociação Coletiva 2016</b>	<b>GRI 407-1</b> Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	125			
<b>Trabalho infantil 2016</b>	<b>GRI 408-1</b> Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	125			
<b>Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016</b>	<b>GRI 409-1</b> Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	126			
<b>Práticas de segurança</b>	<b>GRI 410-1</b> Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	126			
<b>Avaliação social de fornecedores 2016</b>	<b>GRI 414-1</b> Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	101			
	<b>GRI 414-2</b> Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	103			
<b>Condições de Trabalho na Cadeia de Suprimentos</b>	<b>CG-AA-430b.1</b>	143			
	<b>CG-AA-430b.2</b>	143			
	<b>CG-AA-430b.3</b>	143			
	<b>CG-AA-000.A</b>	102			

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	REQUISITO(S) OMITIDO(S)	OMISSÃO	
				MOTIVO	EXPLICAÇÃO
[BEM-ESTAR DE ASSOCIADO DA C&A: SAÚDE FÍSICA E MENTAL]					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-3</b> Gestão dos temas materiais	66			
<b>Emprego 2016</b>	<b>GRI 401-1</b> Novas contratações e rotatividade de empregados	109			
	<b>GRI 401-2</b> Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial		Seguro de vida; plano de saúde, oferecido a todos, com empregados de loja elegíveis após 12 meses; licença-maternidade e paternidade, conforme a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT); plano de aquisição de ações, disponível para gerentes seniores e acima. Além disso, oferecemos telemedicina, programa de gestante, plataforma de teleterapia, refeição, plano odontológico, Gympass, desconto em compras e convênio para farmácia e <i>checkup</i> . Não oferecemos previdência privada <sup>1</sup> .		
	<b>GRI 401-3</b> Licença-maternidade/paternidade	117			
<b>Relações Trabalhistas</b>	<b>GRI 402-1</b> Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais		O prazo mínimo de aviso geralmente dado a empregados e seus representantes antes da implementação de mudanças operacionais significativas que possam afetá-los substancialmente varia conforme a situação e o impacto da mudança. A organização ajusta o aviso de acordo com a necessidade, garantindo que os empregados sejam informados de maneira apropriada e tempestiva.  Em relação às organizações com acordos de negociação coletiva, os prazos de aviso, bem como os dispositivos sobre consultas e negociações, são especificados nos acordos coletivos. Após a conclusão das negociações das convenções coletivas e seus devidos registros, a organização disponibiliza a norma coletiva para todas as lojas, visando a consulta de todos os empregados ou associados.		

<sup>1</sup> Após a aprovação da Superintendência Nacional de Previdência Complementar (Previc), em novembro de 2022, não são permitidas novas adesões ao Plano, ou seja, associados admitidos após esse mês, ou admitidos depois de agosto de 2020 que não realizaram a adesão, não poderão mais aderir ao plano de previdência.

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	REQUISITO(S) OMITIDO(S)	OMISSÃO	
				MOTIVO	EXPLICAÇÃO
Saúde e segurança do trabalho 2018	<b>GRI 403-1</b> Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho				Ainda não temos um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho completamente implementado. Nossos processos têm como base legislações vigentes, principalmente as Normas Regulamentadoras (NR), além de Instruções Técnicas e Decretos Estaduais do Corpo de Bombeiros. O sistema tem abrangência nacional, recebendo informações de todas as unidades da companhia, que são utilizadas por uma rede credenciada de clínicas médicas associadas ao nosso fornecedor e são gerenciadas centralizadamente pela equipe de Saúde Ocupacional. O sistema é aplicável a todos os trabalhadores, atividades e locais de trabalho controlados pela companhia.
	<b>GRI 403-2</b> Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	124			
	<b>GRI 403-3</b> Serviços de saúde do trabalho	124			
	<b>GRI 403-4</b> Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referente a saúde e segurança do trabalho	124			
	<b>GRI 403-5</b> Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança ocupacional	124			
	<b>GRI 403-6</b> Promoção da saúde do trabalhador	66			
	<b>GRI 403-7</b> Prevenção e mitigação de impactos na saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócio	124			
	<b>GRI 403-8</b> Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho		O Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho está sendo implementado.		
	<b>GRI 403-9</b> Acidentes de trabalho	124			
	<b>GRI 403-10</b> Doenças profissionais		O número de óbitos resultantes de doenças profissionais e de casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória, incluindo mortes, foi zero.		

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	REQUISITO(S) OMITIDO(S)	OMISSÃO	
				MOTIVO	EXPLICAÇÃO
Capacitação e educação 2016	<b>GRI 404-1</b> Média de horas de capacitação por ano, por empregado	118			
	<b>GRI 404-2</b> Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e assistência para transição de carreira	62			
	<b>GRI 404-3</b> Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	118			
[ÉTICA E INTEGRIDADE]					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-3</b> Gestão dos temas materiais	54			
Combate à corrupção 2016	<b>GRI 205-1</b> Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	55			
	<b>GRI 205-2</b> Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	54, 116			
	<b>GRI 205-3</b> Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não houve casos confirmados de corrupção no ciclo de 2023.			
[COMUNICAÇÃO PARA CLIENTES E TRANSPARÊNCIA]					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-3</b> Gestão dos temas materiais	114			
Saúde e Segurança do Consumidor 2016	<b>GRI 416-1</b> Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	23% das categorias significativas de produtos e serviços são avaliadas quanto aos seus impactos na saúde e segurança, visando a busca por melhorias.			
	<b>GRI 416-2</b> Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	Durante o período de relato, a companhia não registrou nenhum caso de não conformidade. Não há registro de riscos dessa natureza no setor de atuação da C&A.			
Marketing e Rotulagem 2016	<b>GRI 417-1</b> Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	A companhia cumpre com os procedimentos relativos à informação e à rotulagem de produtos e serviços, assegurando total transparência. Todos os produtos e serviços, cobrindo 100% das categorias significativas, são avaliados quanto à conformidade com esses procedimentos.			

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	REQUISITO(S) OMITIDO(S)	OMISSÃO	
				MOTIVO	EXPLICAÇÃO
	<b>GRI 417-2</b> Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	Houve sete casos de não conformidade com leis que resultaram em multa ou penalidade e sete casos de não conformidade com códigos voluntários. Não houve casos de não conformidade com leis que resultaram em advertência.			
<b>Marketing e Rotulagem 2016</b>	<b>GRI 417-3</b> Casos de não conformidade em relação à comunicação de marketing	Registramos um total de 30 casos de não conformidade com leis relacionadas à comunicação de marketing, que inclui publicidade, promoção e patrocínio. Todos esses casos resultaram em multas, por conta de questões como divergência de preço e de oferta. Não foram registrados casos de não conformidade com leis que resultaram em advertência nem casos de não conformidade com códigos voluntários.			
<b>Privacidade do cliente</b>	<b>GRI 418-1</b> Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	53			
[DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO]					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-3</b> Gestão dos temas materiais	114			
<b>Diversidade e igualdade de oportunidades 2016</b>	<b>GRI 405-1</b> Diversidade em órgãos de governança e empregados	120, 121, 122, 123			
	<b>GRI 405-2</b> Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	123			
<b>Não discriminação 2016</b>	<b>GRI 406-1</b> Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Considerando apenas casos com sentença condenatória transitada em julgado, não há registro relativo a 2023.			
[ECONOMIA CIRCULAR]					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-3</b> Gestão dos temas materiais	74			
<b>Resíduos</b>	<b>GRI 301-1</b> Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	127			
	<b>GRI 301-2</b> Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	75			

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	REQUISITO(S) OMITIDO(S)	OMISSÃO	
				MOTIVO	EXPLICAÇÃO
Resíduos 2020	<b>GRI 306-1</b> Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos				
	<b>GRI 306-2</b> Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	93			
	<b>GRI 306-3</b> Resíduos gerados	128			
	<b>GRI 306-4</b> Resíduos não destinados à disposição final	129			
	<b>GRI 306-5</b> Resíduos destinados à disposição final	129			
Avaliação ambiental de fornecedores 2016	<b>GRI 308-1</b> Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	101			
	<b>GRI 308-2</b> Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	103			
Gerenciamento de Produtos Químicos	<b>CG-AA-250a.1</b>	90			
Impactos Ambientais na Cadeia de Suprimentos	<b>CG-AA-430a.1</b>	142			
	<b>CG-AA-430a.2</b>	142			
Aquisição de Matérias-Primas	<b>CG-AA-440a.3</b>	74			
	<b>CG-AA-440a.4</b>	128			
[EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA]					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-3</b> Gestão dos temas materiais	89			
Emissões 2016	<b>GRI 305-1</b> Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	129			
	<b>GRI 305-2</b> Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	129			
	<b>GRI 305-3</b> Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	130			

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	REQUISITO(S) OMITIDO(S)	OMISSÃO	
				MOTIVO	EXPLICAÇÃO
<b>Emissões 2016</b>	<b>GRI 305-5</b> Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	130			
[RELACIONAMENTO COM COMUNIDADE]					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-3</b> Gestão dos temas materiais	95			
<b>Impactos econômicos indiretos 2016</b>	<b>GRI 203-1</b> Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Não há desenvolvimento de investimentos em infraestrutura e apoio a serviços significativos, nem impactos, positivos ou negativos, nas comunidades e economias locais.			
	<b>GRI 203-2</b> Impactos econômicos indiretos significativos	Não foram identificados impactos econômicos indiretos significativos.			
<b>Comunidades locais 2016</b>	<b>GRI 413-1</b> Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Em 100% das comunidades locais, realizamos programas de desenvolvimento.			

## Sumário SASB (Apparel, Accessories & Footwear)

CÓDIGO	MÉTRICA CONTÁBIL	PÁGINA DO RELATÓRIO OU RESPOSTA DIRETA
<b>CG-AA-250a.1</b>	Discussão dos processos para manter a conformidade com os regulamentos relativos a substâncias restritas	90
<b>CG-AA-430a.1</b>	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier 1</i> e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier 1</i> em conformidade com as licenças de descarte de águas residuais e/ou acordo contratual	<p>99,6% das instalações de fornecedores estão em conformidade com licenças de águas residuais e/ou acordos contratuais e 2% das instalações de fornecedores estão em conformidade com o padrão de águas residuais. Os riscos associados à cadeia de fornecedores no descarte de água são: não conformidade com compromissos legais; e nível de toxicidade do corpo d'água.</p> <p>Os métodos de tratamento utilizados se baseiam no gradeamento no tratamento primário; em sistema biológico aeróbico no tratamento secundário; e na decantação para remoção do lodo; além de empresas que possuem recuperação de efluentes, nas quais há o tratamento terciário de polimento físico-químico seguido de filtração em leito de areia.</p> <p>A escolha das exigências é fundamentada na natureza do efluente têxtil e nas normas regulatórias e legislações aplicáveis. A preferência é dada ao descarte na rede pública, incentivando-se também o reúso do efluente. O tratamento adequado dos efluentes é essencial para minimizar impactos negativos ao meio ambiente, definidos pela Resolução Conama nº 1. Além disso, há implicações financeiras significativas envolvidas, como multas e compensações que podem ser aplicadas pelos órgãos competentes em caso de não conformidade.</p>
<b>CG-AA-430a.2</b>	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier 1</i> e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier 1</i> que completaram a avaliação do Módulo Ambiental de Instalações Higg Facility (Higg FEM) da Sustainable Apparel Coalition ou uma avaliação de dados ambientais equivalente	A porcentagem de instalações de fornecedores que complementam a avaliação do módulo ambiental de instalações Higg da Sustainable Apparel Coalition (Higg FEM) ou avaliação equivalente foi de 2%.
<b>CG-AA-440a.3</b>	(1) Lista de matérias-primas prioritárias para cada matéria prioritária; (2) fatores ambientais e/ou sociais com maior probabilidade de ameaçar o abastecimento; (3) discussão sobre riscos e/ou oportunidades de negócios associados a fatores ambientais e/ou sociais; e (4) estratégia de gestão para lidar com riscos e oportunidades de negócios	74
<b>CG-AA-440a.4</b>	Porcentagem de matérias-primas certificadas por terceiros com um padrão/norma de sustentabilidade ambientais e/ou social	128

CÓDIGO	MÉTRICA CONTÁBIL	PÁGINA DO RELATÓRIO OU RESPOSTA DIRETA
<b>CG-AA-430b.1</b>	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier 1</i> e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier 1</i> que foram auditadas por um código de conduta trabalhista, (3) porcentagem do total de auditorias realizadas por um auditor externo	A C&A possui 808 unidades de produção <i>tier 1</i> e 99,6% foram auditadas em 2023, sendo que 52% dessas unidades foram auditadas por auditores da própria C&A e 48% por auditoria externa (ABVTEX). Além do <i>tier 1</i> , compõem a base 406 unidades <i>tier 2</i> (32%) e 64 empresas <i>tier 3</i> (5%). Em 2023, foram realizadas auditorias em 12% das unidades de produção <i>tiers 2</i> e 3 por auditores C&A.
<b>CG-AA-430b.2</b>	Taxa de não conformidade prioritária e taxa de ação corretiva associada para auditorias do código de conduta do trabalho dos fornecedores	Em 2023, a taxa de não conformidade prioritária associada às auditorias do código de conduta trabalhista dos fornecedores foi de 7%, e a taxa de ação corretiva para não conformidade com normas da auditoria desenvolvidas internamente foi de 100%. As não conformidades referem-se a empresas no nível 1.
<b>CG-AA-430b.3</b>	Descrição dos maiores (1) riscos trabalhistas e (2) riscos ambientais, de saúde e de segurança na cadeia de fornecimento	Trabalho análogo ao escravo, trabalho infantil, tratamento irregular (abuso ou assédio) são infrações consideradas de tolerância zero dentro do protocolo e Código de Conduta C&A.
<b>CG-AA-000.A</b>	Número de (1) fornecedores <i>tier 1</i> e (2) fornecedores além do <i>tier 1</i>	102

# Sumário TCFD

RECOMENDAÇÃO	DIVULGAÇÃO RECOMENDADA	PÁGINA DO RELATÓRIO OU RESPOSTA DIRETA
<b>Governança</b>	a. Descrição da supervisão do conselho em relação aos riscos e oportunidades relacionados ao clima	49
	b. Descrição do papel da administração na avaliação e gestão de riscos e oportunidades relacionados ao clima	<p>O Conselho de Administração é o órgão responsável pela governança do processo de gerenciamento de riscos. O Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças (CARF), por sua vez, tem o papel de avaliar e monitorar a exposição da companhia a riscos, bem como a efetividade do modelo de gestão de riscos, além de recomendar melhorias ao Conselho e assessorar o órgão na avaliação de políticas e planos de ação.</p> <p>A Diretoria Executiva assegura a aplicação do modelo de “três linhas” aos processos de gerenciamento de riscos e controles, assim como acompanha o processo de gerenciamento de riscos, incentivando a implementação de ações de tratamento de riscos identificados. Já a Gestão de Riscos e Controles Internos (GR&amp;CIs) toma decisões sobre os relatórios de riscos; responde a novos fatores; incentiva uma cultura de gestão de riscos; reporta atividades para a Diretoria Executiva, CARF e Conselho de Administração; busca melhorias contínuas no processo de gerenciamento de riscos; e supervisiona programas de treinamento e conscientização de riscos.</p> <p>As áreas de negócios seguem o processo de gerenciamento identificando, controlando e mitigando riscos, além de desenhar e implementar a “Estratégia de Respostas”. E a Auditoria Interna fornece avaliações independentes, imparciais e tempestivas sobre os riscos da companhia e a efetividade dos processos de governança.</p> <p>A companhia também integra a sustentabilidade em seus processos decisórios, com uma diretoria responsável pelo tema, um Comitê Interno de ASG que reporta diretamente à Diretoria Executiva, e um Comitê de Gente e ASG que assessora o Conselho de Administração em temas sociais e ambientais, promovendo a diversidade, equidade e um ambiente inclusivo.</p> <p>Especificamente sobre riscos climáticos, a área responsável é a de ASG, supervisionada pelo Comitê Interno de ASG, que reporta à Diretoria Executiva. Os assuntos climáticos também são levados ao Conselho de Administração pelo Comitê de Gente e ASG, reforçando o compromisso da companhia em mitigar impactos ambientais e se alinhar às melhores práticas.</p>

RECOMENDAÇÃO    DIVULGAÇÃO RECOMENDADA    PÁGINA DO RELATÓRIO OU RESPOSTA DIRETA

<p><b>Estratégia</b></p>	<p>a. Descrição dos riscos e oportunidades relacionados ao clima identificados pela organização no curto, médio e longo prazos</p>	<p>Com as práticas de gerenciamento dos riscos, a C&amp;A busca prevenir, mitigar e tratar todo e qualquer tipo de risco que possa impactar a execução da estratégia da companhia, assegurando que os riscos e seus impactos sejam considerados no processo de tomada de decisão. Definimos os horizontes temporais de curto, médio e longo prazo da seguinte forma: até um ano para curto prazo; de dois a cinco anos para médio; e de cinco a dez para longo. Os riscos relacionados às mudanças climáticas identificados pela C&amp;A foram:</p> <p>(1) Curto prazo: 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. Períodos prolongados de temperaturas mais altas durante o inverno ou mais frias durante o verão podem tornar uma parte do nosso inventário incompatível com as condições climáticas esperadas e levar à venda do excesso de nossos estoques a preços descontados, reduzindo nossas margens e gerando um efeito material negativo. Isso pode ser mais significativo nos casos de coleções de inverno, que têm preços médios mais altos.</p> <p>(2) Médio prazo: dependemos dos sistemas público e privado de infraestrutura logística para enviar nossos produtos para nossas instalações e consumidores: a ocorrência de qualquer evento adverso, como greves, problemas logísticos, aumento no preço de combustíveis, fechamento de fronteiras, restrições de deslocamento locais, eventos climáticos externos, incêndios, inundações e roubo, entre outros, pode levar a interrupções significativas ou à redução nas atividades de infraestrutura e operações de transporte. Além disso, qualquer falha no transporte de produtos entre nossas instalações, fornecedores ou consumidores, por qualquer motivo, pode atrasar ou afetar nossa capacidade de distribuir nossos produtos, prejudicar a demanda e os preços, impedir ou retardar entregas, impor custos adicionais aos nossos produtos e reduzir o tráfego de pedestres, situações que podem reduzir nossas vendas e afetar adversamente nossos negócios, resultados das operações e condições financeiras.</p> <p>(3) Longo prazo: mudanças climáticas extremas, desastres naturais e crises de recursos naturais podem afetar a companhia e a rede de fornecimento, com impactos significativos desde a plantação de algodão até a produção de roupas. Ocorrências dessa natureza também podem afetar adversamente a nossa gestão de estoques, nossas operações, levando a interrupções ou redução nas atividades, nossa capacidade de distribuir produtos e nossos resultados financeiros.</p> <p>Em relação às oportunidades identificadas pela companhia, foram mapeadas: a automatização dos processos nos centros de distribuição; o desenvolvimento de uma rede de fornecimento mais sustentável, desde o cultivo da matéria prima, um diferencial competitivo da C&amp;A; e a utilização dos dados do inventário de gases de efeito estufa, considerando a questão climática como fator estratégico.</p> <p>Para mais detalhes dos processos de avaliação, consultar nossa Política de Gerenciamento de Riscos (<a href="#">acesse aqui</a>).</p>
	<p>b. Descrição dos impactos dos riscos e oportunidades relacionados ao clima sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização</p>	<p>Questionário respondido pela C&amp;A ao CDP disponível <a href="#">aqui</a>.</p>
	<p>c. Descrição da resiliência da estratégia da organização, considerando diferentes cenários relacionados ao clima, incluindo um cenário de 2 °C ou menos</p>	<p>A C&amp;A global, ao se comprometer com a meta de redução da Science Based Targets Initiative (SBTi), realizou uma análise e nossas metas de redução de emissões absolutas estão alinhadas com cenários climáticos que mantêm o aquecimento global bem abaixo dos 2° C (<i>veja na íntegra a divulgação do nosso compromisso <a href="#">aqui</a></i>). Além disso, nossa estratégia de Sustentabilidade em busca de uma moda com impacto positivo confere resiliência ao negócio frente às mudanças climáticas: priorizamos o uso de matérias-primas mais sustentáveis, sendo mais de 96% de nosso algodão de origem mais sustentável, desenvolvemos produtos para serem usados novamente, pensando em todo o seu ciclo de vida, e 100% da nossa energia vem de fontes renováveis certificadas por I-REC.</p>

RECOMENDAÇÃO	DIVULGAÇÃO RECOMENDADA	PÁGINA DO RELATÓRIO OU RESPOSTA DIRETA
	<p>a. Descrição dos processos da organização utilizados para identificar e avaliar os riscos relacionados ao clima</p>	<p>Em 2023, a C&amp;A começou a estruturar o programa de Riscos Socioambientais, com a ajuda da consultoria Morrow Sodali. Esse processo está dividido em duas fases, sendo que a primeira fase contou com um estudo do ambiente em que a C&amp;A está inserida e dos principais riscos aos quais a companhia pode estar exposta, considerando o Quadro TCFD.</p> <p>A materialidade dos Riscos Socioambientais e Climáticos nesse primeiro mapeamento aborda uma variedade de métodos para identificar e avaliar os riscos associados às mudanças climáticas. Isso inclui uma análise cuidadosa da materialidade desses riscos em comparação com outros enfrentados pela companhia, conforme o Dicionário de Riscos. A categoria “Risco Socioambiental e Climático” é dividida entre os riscos sociais: (1) Direitos fundamentais; (2) Diversidade, equidade e inclusão; (3) Projetos sociais; (4) Coesão social &amp; saúde pública; e os riscos ambientais: (1) Sustentabilidade; (2) Gestão de resíduos; (3) Mudanças climáticas; e (4) Desastres naturais.</p> <p>A consideração de requisitos regulatórios existentes e emergentes relacionados ao clima, como limites de emissões, fez parte desse processo, assim como os demais riscos do programa de riscos estratégicos.</p> <p>Ainda nessa primeira fase, a consultoria contratada levantou que, para a Indústria da Moda, os riscos podem variar com base em fatores como práticas da rede de abastecimento, fornecimento de matérias-primas, processos de fabricação e comportamento do consumidor. Os riscos foram classificados nos níveis alto, médio e baixo.</p>
<p><b>Gestão de riscos</b></p>	<p>b. Descrição dos processos organizacionais utilizados para gerenciar os riscos relacionados ao clima</p>	<p>Ao final da etapa de avaliação do grau de exposição da companhia, é realizado o processo de tomada de decisão quanto ao tratamento de riscos, de acordo com as diretrizes de apetite a riscos determinadas pela alta administração. Essa fase envolve identificar, treinar e apoiar os donos dos riscos no desenvolvimento e formalização de um plano de reposta que inclua possíveis alternativas para endereçar os riscos: (1) Evitar: eliminar riscos, redefinir os objetivos e/ou estratégias de negócios; (2) Reduzir: diversificar, intensificar o nível de gestão e/ou melhorar os controles; (3) Aceitar: nenhuma ação adicional, manter o monitoramento; e (4) Compartilhar ou transferir de forma parcial ou total os riscos.</p> <p>De acordo com as diretrizes de apetite a riscos determinadas pela alta administração da companhia, o risco de mudanças climáticas não foi priorizado, mas está sendo monitorado. Vale ressaltar que o risco relacionado ao tema socioambiental foi priorizado e um plano de respostas foi criado, sendo acompanhado pela Diretoria Executiva, Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos e Conselho de Administração.</p>
	<p>c. Descrever como os processos utilizados para identificar, avaliar e gerenciar os riscos relacionados ao clima são integrados à gestão geral de riscos da organização</p>	<p>A C&amp;A realizou em 2020 uma Avaliação de Riscos, que é atualizada sempre que necessário ou a cada três anos, com o objetivo de revisar o atual modelo de gestão de riscos corporativos, considerando a documentação dos principais riscos de negócio que podem impactar a execução da estratégia, e define os riscos que serão priorizados no Dicionário.</p> <p>A metodologia de gestão dos riscos, conforme explicado em outros itens, segue uma governança e acompanhamento pelo Conselho de Administração e comitês de assessoramento, além de comitês internos.</p> <p>Para os riscos socioambientais e climáticos, a área de Gestão de Riscos segue os mesmos processos de identificação, avaliação e gestão dos demais riscos e o papel desempenhado pelas áreas de negócio fica sob responsabilidade da área de sustentabilidade, que, por sua vez, leva assuntos ao Comitê Interno de ASG, e da Diretoria Executiva, que leva ao Comitê de Gente &amp; ASG e ao Conselho de Administração, conforme aplicável.</p>

RECOMENDAÇÃO	DIVULGAÇÃO RECOMENDADA	PÁGINA DO RELATÓRIO OU RESPOSTA DIRETA
<p><b>Métricas e Metas</b></p>	<p>a. Informar as métricas utilizadas pela organização para avaliar os riscos e oportunidades relacionados ao clima de acordo com a estratégia e o processo de gestão de riscos</p>	<p>Temos como objetivo promover 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. No contexto atual, no qual já vivenciamos as mudanças climáticas, nossa agenda de crescimento está sujeita a riscos, descritos anteriormente. Além disso, cenários extremos, como desastres naturais e crises de recursos naturais, podem afetar a companhia e a rede de fornecimento, conforme resposta ao item (a) de Estratégia.</p> <p>Riscos e oportunidades climáticos exercem influência no planejamento financeiro, considerando, por exemplo, custos indiretos, aquisições e desinvestimentos. As ações de resposta aos riscos e oportunidades podem incorrer em despesas indiretas ou investimentos, devendo estar previstas em plano aprovado pela Administração e órgãos de governança competentes. Além disso eventual redução na demanda por produtos e serviços, assim como a incapacidade ou morosidade em identificar mudanças de hábitos e comportamentos de consumo, pode ocasionar queda em receitas (<i>saiba mais aqui</i>). Realizamos no ano investimentos contínuos na modernização da rede de fornecimento e dos processos de construção das coleções para atender às demandas dos consumidores rapidamente, considerando: (1) malha e distribuição; (2) operação omnicanal; e (3) tecnologia.</p> <p>Também estamos suscetíveis ao risco de impacto reputacional e de imagem perante clientes, associados, fornecedores, órgãos reguladores e investidores caso, se não demonstrarmos adequadamente as nossas iniciativas ligadas ao tema. Investimos em processos produtivos mais eficientes no uso de recursos para nossas coleções, olhando para uso de água, produtos químicos e consequentemente emissões. Investimentos em tecnologia para nossas operações na forma de iniciativas de eficiência também foram realizados em lojas, incluindo: iluminação 100% LED (retrofit feito em 2022); equipamentos de ar-condicionado Inverter; gerador de emergência com baixo consumo de diesel; monitoramento de energia remoto em tempo real; setpoint de temperatura ajustado remotamente; e automação para ligar e desligar a distância os equipamentos de ar-condicionado, elevadores e escadas rolantes com inversor. Além disso, em 2023 investimos em energia renovável para 100% do nosso consumo, por meio da aquisição de Certificados Internacionais de Energia Renovável (I-REC), o que representa uma redução de emissões de CO2 por ano. Também expandimos o projeto de logística verde, com a substituição do combustível para GNV e caminhão elétrico, com monitoramento da mitigação de emissões.</p>
	<p>b. Informar as emissões de gases de efeito estufa de Escopo 1, Escopo 2 e, se apropriado, de Escopo 3, e os riscos relacionados a elas</p>	<p>129 e 130</p>
	<p>c. Descrição das metas utilizadas pela organização para gerenciar os riscos e oportunidades relacionados ao clima, e a <i>performance</i> com relação às metas</p>	<p>Para gerenciar os impactos das mudanças climáticas, a C&amp;A se comprometeu a reduzir as emissões de GEE dos Escopos 1, 2 e 3 em 30% até 2030, baseando-se nos anos de 2018 globalmente e 2019 no Brasil, após o IPO, para alinhamento às especificidades locais e à Science Based Targets Initiative (SBTi), visando limitar o aquecimento global a menos de 2 °C. A companhia está revisando sua metodologia regionalmente para um alinhamento mais preciso com o cenário nacional.</p>

# Créditos e informações corporativas

## **COORDENAÇÃO-GERAL**

Equipe ASG da C&A

## **FOTOS**

Anna Fischer e Acervo C&A

## **GESTÃO DE PROJETO, CONSULTORIA E DESIGN**

Grupo Report

[www.gruporeport.com.br](http://www.gruporeport.com.br)

## **REVISÃO ORTOGRÁFICA**

Alícia Toffani