



RELATÓRIO  
**INTEGRADO ANUAL 2025**



**C&A**

# SUMÁRIO

RELATÓRIO INTEGRADO ANUAL 2025

## APRESENTAÇÃO

- Mensagens da Companhia
- Sobre o relatório
- Dupla materialidade
- Destaques 2025

## A C&A

- A gente se encontra na C&A
- Modelo de negócios
- Desempenho financeiro
- Prêmios e reconhecimentos

## GOVERNANÇA CORPORATIVA

- Boas práticas
- Ética, *compliance* e segurança da informação
- Gestão de riscos

## ESTRATÉGIA

- O que nos faz seguir brilhando

## MODA COM IMPACTO POSITIVO

- Compromissos 2030
- Nosso impacto socioambiental

## GENTE E CULTURA

- Cultura que nos conecta
- Desenvolvimento dos talentos
- Saúde, bem-estar e segurança

## A GENTE SE ENCONTRA EM 2026

## CADERNO DE INDICADORES

- GRI, SASB e TCFD



Navegue  
pelas páginas  
deste relatório





# APRESENTAÇÃO

- Mensagens da Companhia
- Sobre o relatório
- Dupla materialidade
- Destaques 2025





*Da esquerda para direita:  
Cristina Presz Palmaka de Luca,  
Jamil Saud Marques, Marcos  
Guimarães Grasso, Isabella de  
Oliveira V. Cavalcanti Wanderley e  
Peter Takaharu Furukawa*

## MENSAGEM DO **CONSELHO**

O ano de 2025 representou um momento de consolidação na trajetória recente da C&A Brasil. Acompanhamos de perto a evolução da Estratégia Energia, ciclo iniciado em 2024 com horizonte de três anos, que orienta a Companhia na busca por maior rentabilidade, disciplina na alocação de capital e fortalecimento estrutural do negócio.

O exercício ocorreu em ambiente macroeconômico desafiador e exigiu ajustes ao longo da execução do plano estratégico. Ainda assim, a consistência da gestão permitiu avanços relevantes na qualidade das operações, na produtividade e na solidez financeira. O Conselho atuou de forma próxima na supervisão da estratégia, assegurando equilíbrio entre crescimento, expansão de rentabilidade e geração sustentável de valor.

Em 2025, foram realizados investimentos totais de R\$ 546 milhões, direcionados à modernização do parque de lojas, à expansão seletiva, à evolução tecnológica e ao aprimoramento da infraestrutura logística. Esses investimentos reforçam a prioridade atribuída a iniciativas estruturantes, conduzidas com rigor técnico e visão de longo prazo.

Os resultados evidenciam os efeitos desse movimento. Desde o início da execução da Estratégia Energia, a venda de vestuário por metro quadrado avançou 27,4%, traduzindo ganhos consistentes de produtividade. O Projeto Dispersão tem papel central nessa evolução ao mapear o desempenho de cada unidade e cruzar dados de vendas com o potencial de mercado, permitindo maior adequação do sortimento às características de cada região, cidade e loja, com o objetivo de maximizar o resultado por metro quadrado. O programa serviu de base para o desenvolvimento da Loja Energia C&A, novo formato que incorpora melhorias na apresentação do sortimento, maior automação e agilidade operacional, contribuindo para um modelo mais eficiente e alinhado aos hábitos de consumo da cliente.

Em governança, registramos avanços importantes. A Companhia alcançou 100% de aderência aos itens aplicáveis do Código Brasileiro de Melhores Práticas de Governança Corporativa, reafirmando seu compromisso com transparência e responsabilidade. Houve ainda o fortalecimento técnico dos comitês de assessoramento, com a incorporação de integrantes externos aos Comitês de Auditoria, Riscos e Finanças e de Gente e ASG, ampliando a profundidade das análises e a qualidade da supervisão estratégica.

Também evoluímos na integração da matriz de riscos corporativos aos temas de sustentabilidade e mudanças climáticas, em consonância com as normas internacionais IFRS S1 e S2. Esse movimento ampliou a capacidade de identificar, monitorar e mitigar

riscos estratégicos associados a fatores climáticos e socioambientais, incorporando essas dimensões de forma estruturada à tomada de decisão.

O fim de 2025 foi marcado por alteração relevante na estrutura acionária da Companhia. O Grupo COFRA reduziu sua participação após a alienação de 66 milhões de ações, passando a deter 30,92% do capital social, conforme comunicado ao mercado. De acordo com a informação divulgada à época, a operação não teve como objetivo alterar o controle da Companhia. A maior dispersão acionária decorrente dessa operação reforça a responsabilidade das instâncias de governança na condução estratégica do negócio e demanda permanente aprimoramento de nossas práticas institucionais.

Ao longo do ano, a C&A recebeu 43 prêmios e reconhecimentos em diferentes áreas de atuação, refletindo o fortalecimento da marca e o reconhecimento externo de suas práticas de gestão.

Em 2026, caminhamos para a etapa final do ciclo da Estratégia Energia, reafirmando nosso compromisso com a supervisão responsável da estratégia e com a preservação da perenidade da Companhia. Seguiremos exercendo nosso papel com independência, diligência e foco na geração sustentável de valor para todos os acionistas e demais *stakeholders*.

Convidamos você a conhecer, nas próximas páginas deste relatório, os principais destaques de 2025.

**Conselho de Administração C&A Brasil**

**27,4%**

de aumento na  
venda de vestuário  
por metro quadrado

**43**

**PRÊMIOS**  
e reconhecimentos  
em diferentes áreas  
de atuação, refletindo  
o fortalecimento  
da marca

# MENSAGEM DA DIRETORIA

GRI 2-22

Em 2025, demos um passo importante na consolidação de um modelo de crescimento mais disciplinado e sustentável. Nossa prioridade foi clara: crescer com rentabilidade, fortalecendo a marca e garantindo retorno consistente sobre o capital investido.

Executamos essa agenda com foco, disciplina e consistência. Mantivemos rigor na operação, eficiência na alocação de recursos e evoluímos na captura de valor das iniciativas estratégicas, criando as bases para um ciclo de crescimento mais sólido e resiliente.

A Estratégia Energia C&A ganhou tração ao longo do ano e se consolidou como o eixo que organiza nossas decisões. Mais do que um direcionamento, ela se traduziu em execução: alinhamos prioridades, integramos áreas e transformamos iniciativas em resultados concretos para o negócio e para a cliente.

Esse progresso se materializa de forma clara na evolução da experiência em loja. A Loja Energia C&A é a expressão mais visível desse movimento, um modelo que integra curadoria de moda, tecnologia e atendimento de forma fluida e conectada ao comportamento da cliente. À medida que expandimos esse conceito, ampliamos a relevância da marca, fortalecemos a conexão com a cliente e elevamos a produtividade dos nossos espaços físicos.



*Diretoria Executiva (inclui membros estatutários e não estatutários).  
Da esquerda para direita: Fernando Brossi,  
Bruno Ferreira, Laurence Beltrão, Paulo Correa,  
Carolina Borghesi Donatti, Cecília Preto*



A sustentabilidade segue integrada à forma como operamos o negócio e orientamos nossas decisões. Em 2025, avançamos na consolidação dessa agenda como um dos pilares estruturais da estratégia, conectando compromissos de longo prazo à execução do dia a dia. Na agenda climática, tivemos a validação da nossa meta pela Science Based Targets Initiative, que estabelece a redução de 42% das emissões absolutas até 2030, considerando toda a cadeia de valor. Esse avanço reflete a evolução dos nossos processos, o fortalecimento da governança climática e o engajamento crescente da cadeia de fornecimento.

Em circularidade, avançamos na ampliação do uso de matérias-primas mais sustentáveis e no desenvolvimento de iniciativas que promovem novos ciclos para os produtos, como o Movimento ReCiclo. Essas iniciativas conectam eficiência operacional, inovação em produto e engajamento da cliente, contribuindo para a construção de um modelo mais regenerativo para o setor.

No campo social, mantivemos o compromisso com a promoção da diversidade e inclusão, com metas públicas e avanços consistentes ao longo do ano, além de ampliar o impacto por meio do Instituto C&A, com foco em inclusão produtiva e fortalecimento de comunidades. Essas frentes contribuem para decisões mais qualificadas, maior representatividade e fortalecimento da relevância da marca.

Na base da operação, fortalecemos os fundamentos que sustentam essa transformação. Evoluímos o modelo de sortimento e distribuição, com maior precisão e previsibilidade, reduzindo rupturas e melhorando o giro de estoque. Quando a cliente percebe valor, a jornada se torna mais fluida, a operação mais eficiente e o digital mais relevante.

A tecnologia segue como um dos principais vetores dessa evolução. Aprofundamos a integração entre canais, ampliamos o uso de dados nas decisões e elevamos o nível de personalização da jornada. Iniciativas como o AI Personal Shopper e os modelos de recomendação reforçam um atendimento mais consultivo, aumentam a conversão e fortalecem a relação com a cliente.

Nada disso seria possível sem as nossas pessoas. Em 2025, seguimos investindo no desenvolvimento das equipes, fortalecendo a cultura e elevando o nível de execução. Esse avanço se reflete também no reconhecimento externo, com a C&A entre as melhores empresas para se trabalhar no Brasil.

Os resultados refletem a consistência da execução ao longo do ciclo. Crescemos receita, expandimos margem e aumentamos de forma relevante o lucro líquido, com melhora do retorno sobre o capital investido e uma estrutura de capital mais sólida. Esses avanços reforçam a qualidade da nossa execução e a capacidade de sustentar crescimento com disciplina.

Seguimos avançando com clareza de direção e confiança na nossa estratégia.

A Estratégia Energia C&A representa, acima de tudo, o compromisso com crescimento consistente, execução disciplinada e geração de valor no longo prazo.

Obrigado e ótima leitura!

**Paulo Correa**  
**CEO**



# SOBRE O RELATÓRIO

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

## Que bom a gente se encontrar aqui!

Este é o Relatório Integrado Anual 2025 da C&A. Compartilhamos neste documento as principais diretrizes e práticas que orientaram a nossa tomada de decisão e a nossa atuação ao longo do ano. O material reflete uma construção colaborativa e integrada, que envolveu diversas áreas da Companhia na articulação das informações que sustentam este relatório. Aqui, apresentamos uma visão integrada do desempenho da C&A nas dimensões financeira, ambiental, social e de governança, em alinhamento com a nossa estratégia de criar uma moda com impacto positivo.

O relatório reúne dados, indicadores e iniciativas relativos ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025, considerando os temas identificados como prioritários em nossa matriz de materialidade ([saiba mais](#)). O documento contempla todas as unidades de negócio da C&A Modas S.A., sociedade anônima de capital aberto que atua exclusivamente no Brasil, abrangendo as mesmas entidades apresentadas nas demonstrações financeiras da Companhia: C&A Modas S.A., Orion Instituição de Pagamentos S.A., C&A Pay Holding Financeira Ltda., C&A Pay Sociedade de Crédito Direto S.A. e C&A Pay FIDC. Apesar de serem entidades jurídicas diferentes, todas compartilham a mesma operação e a mesma localização de sede, em São Paulo (SP). As informações reunidas aqui foram avaliadas pelos órgãos

de governança da Companhia, inclusive o Conselho de Administração, com o objetivo de garantir o alinhamento e a validação, o que reforça a transparência e a confiabilidade dos dados divulgados.

Publicado anualmente desde 2009, o relato é elaborado com base nas normas da Global Reporting Initiative (GRI), nas normas do Sustainability Accounting Standards Board (SASB, Apparel, Accessories & Footwear) e nas orientações da International Financial Reporting Standards Foundation (IFRS Foundation). Também seguimos adotando o *framework* do Relato Integrado, Orientação Técnica CPC 09, correlata com a Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo International Integrated Reporting Council (IIRC) que apoia a adoção do pensamento integrado, e as 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), sinalizados no início de cada capítulo, e nos Dez Princípios Orientadores do Pacto Global.

Como forma de assegurar a confiabilidade das informações, os dados foram submetidos a um processo de verificação independente de terceira parte, conforme carta apresentada ([leia aqui](#)). A publicação do relatório aconteceu em de 2026.

Guiados pelo propósito de fazer uma moda com impacto positivo, destacamos nosso compromisso com uma atuação que valoriza as pessoas, impulsiona a moda de forma responsável e contribui para um futuro mais sustentável. Colocamos nossa energia na busca por impactar as pessoas para que sejam o que desejam ser por meio da moda.

É diante desse cenário que convidamos você a percorrer as próximas páginas e acompanhar a jornada que trilhamos ao longo de um ano marcado por conquistas importantes e desafios que nos motivaram a evoluir com consistência e responsabilidade.

## Boa leitura, e a gente se encontra na C&A!



### DÚVIDAS, ELOGIOS OU SUGESTÕES?

Entre em contato com a gente por e-mail:

[sustentabilidade@cea.com.br](mailto:sustentabilidade@cea.com.br) ou [ri@cea.com.br](mailto:ri@cea.com.br)

# DUPLA MATERIALIDADE

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

Para orientar nossa estratégia e conectar a tomada de decisão às prioridades dos nossos *stakeholders*, às demandas do mercado e ao futuro da moda, contamos com uma matriz de dupla materialidade. Por meio dela, identificamos os temas mais relevantes tanto sob a perspectiva de impacto da Companhia quanto de riscos e oportunidades para o negócio. Esses direcionadores orientam a definição de prioridades estratégicas e a alocação de capital, fortalecendo nosso modelo de negócio e contribuindo para sua resiliência em curto, médio e longo prazos.

Desde 2020, contamos com uma matriz de materialidade construída para refletir o cenário brasileiro, iniciativa desenvolvida após nossa abertura de capital em 2019. Para garantir o alinhamento à evolução do negócio, revisamos a matriz a cada dois anos. Na atualização mais recente, em 2024, avançamos com a adoção da abordagem da dupla materialidade por meio da qual analisamos:

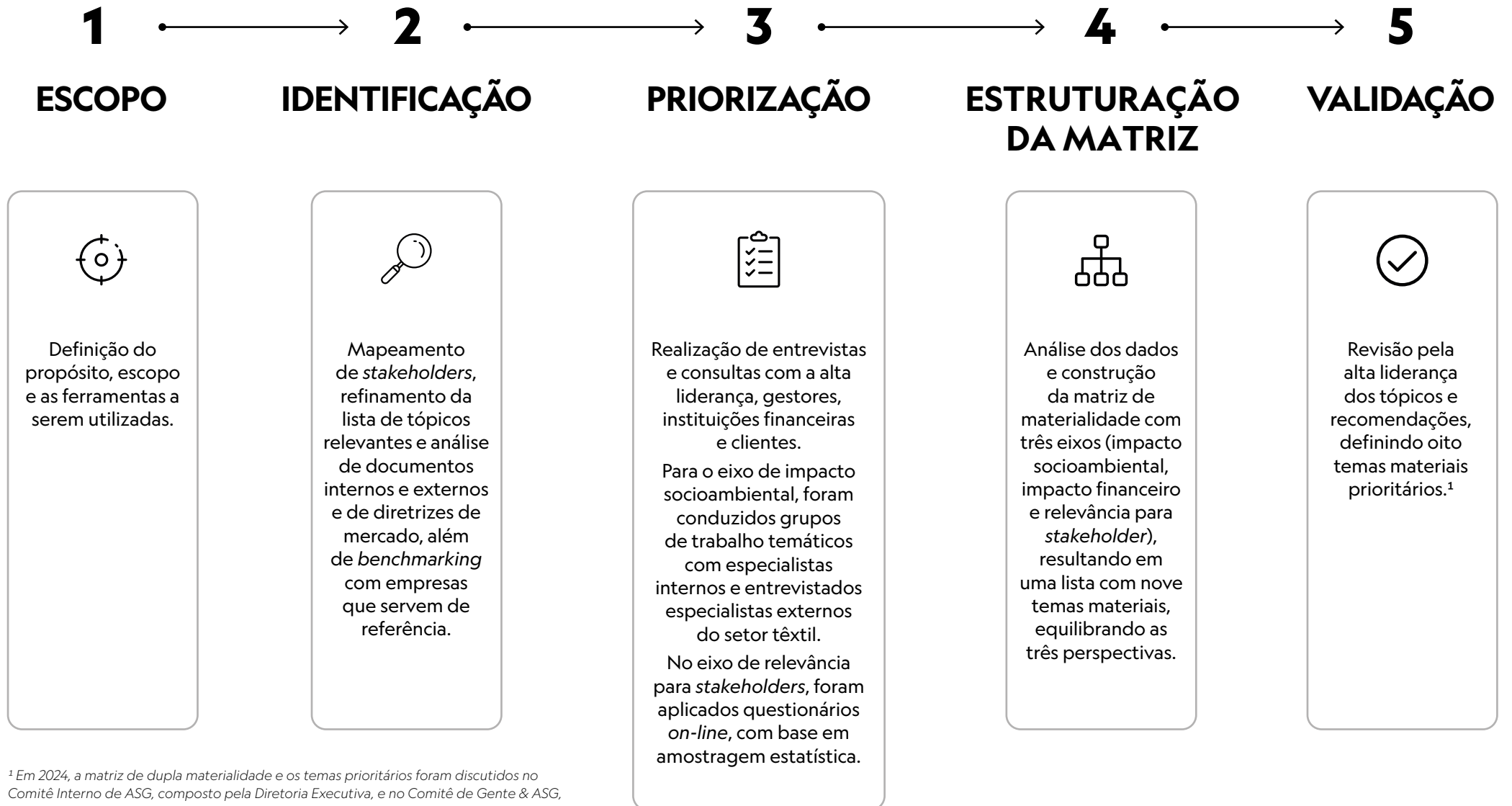
- **Materialidade externa:** considera os impactos de nossas operações no meio ambiente e na sociedade;
- **Materialidade interna:** avalia a influência de fatores ambientais, sociais e de governança (ASG) sobre nossos resultados financeiros e a resiliência do negócio.

Essa construção reafirma nosso compromisso com a escuta qualificada e com decisões baseadas em dados, combinando análises técnicas à percepção dos públicos envolvidos. Confira, a seguir, o processo de elaboração dessa matriz.

## STAKEHOLDERS ACIONADOS PARA ELABORAÇÃO DA MATRIZ



## ETAPAS PARA A DEFINIÇÃO DOS TEMAS MATERIAIS



# TEMAS MATERIAIS



Algodão + sustentável

## MUDANÇAS CLIMÁTICAS



## SAÚDE, BEM-ESTAR E SEGURANÇA



## DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO



## TRANSPARÊNCIA E RELACIONAMENTO COM CLIENTES



## GESTÃO DA CADEIA DE FORNECEDORES



## CIRCULARIDADE DO PRODUTO



## GESTÃO DE RESÍDUOS NÃO TÊXTEIS



## BIODIVERSIDADE E ÁGUA NA CADEIA PRODUTIVA





# DESTAQUES 2025



**FINANCEIRO  
& MERCADO**

**R\$ 7,9 bi**  
EM RECEITA LÍQUIDA

**R\$ 2,5 bi**  
EM EBITDA  
ajustado (pós-IFRS16)

**56,4%**  
DE MARGEM BRUTA  
em vestuário

**IBOVESPA B3**  
ingresso na carteira



**PESSOAS  
& CULTURA**

**31%**  
de pessoas negras  
e indígenas  
em cargos de  
**LIDERANÇA**

**TOP 10** no  
GPTW Brasil

**ELAS EM TECH**  
programa de estágio  
afirmativo para mulheres  
em tecnologia

**PROGRAMA DE  
ESTÁGIO AFIRMATIVO**  
para pessoas  
pretas, pardas  
e indígenas

**PROGRAMA  
DE TRAINEE,**  
com 90% de  
aprovação feminina



**ASG**

**NOVA META APROVADA  
PELO SCIENCE BASED  
TARGETS INITIATIVE - SBTI**

**42%**  
de redução de  
emissões até 2030

**ISE, ICO2 E IDIVERSA,**  
ingresso nas carteiras da B3

**IFRS S1 E S2**  
adoção antecipada

**460 MIL**  
peças coletadas no  
Movimento ReCiclo desde 2017

**31 TONELADAS**  
de embalagens plásticas  
substituídas por **PLÁSTICO  
BIODEGRADÁVEL**  
no e-commerce



**EXPANSÃO E  
EXPERIÊNCIA  
DA CLIENTE**

**8,1 PONTOS**  
percentuais de  
evolução no NPS

**9 MILHÕES**  
de cartões emitidos  
pelo C&A Pay

**NOVO CONCEITO  
DE LOJA ENERGIA**



# A C&A

ODS 5 8

- A gente se encontra na C&A
- Modelo de negócios
- Desempenho financeiro
- Prêmios e reconhecimentos





A C&A

# A GENTE SE ENCONTRA NA C&A

A C&A é uma das maiores plataformas de moda do Brasil, com presença nacional, marca reconhecida e um modelo operacional integrado que conecta produto, canais e serviços financeiros em uma única experiência para cliente. Há 49 anos no país, construímos uma marca democrática e acessível, capaz de evoluir junto com o comportamento da consumidora brasileira. Atuamos com foco e eficiência, agilidade e disciplina operacional, combinando escala, capilaridade e conexão emocional como pilares da nossa competitividade.

Colocamos a cliente no centro da estratégia. Nosso portfólio traduz tendências globais em produtos, coleções e experiências desenvolvidas a partir da realidade nacional, considerando aspectos culturais, comportamentais e climáticos, além das particularidades regionais que nos conectam às pessoas em diferentes localidades do país.

Nossa proposta é clara: viabilizar uma jornada fluida para o acesso à moda com qualidade, sustentando crescimento com foco em rentabilidade e geração de caixa.



## Nosso posicionamento é sustentado por três frentes:

### 1. MODA ATUAL, DEMOCRÁTICA E COM IMPACTO POSITIVO

Oferecemos um amplo sortimento de vestuário, calçados, acessórios e artigos de beleza e bem-estar, formado por itens que combinam qualidade, design e preço justo. Nossa rede de fornecedores se une ao nosso compromisso de oferecer uma moda com impacto positivo, por meio de matérias-primas mais sustentáveis e produtos com durabilidade e qualidade. Desenvolvemos marcas próprias, coleções exclusivas e *collabs*, que ampliam nossa relevância junto a diferentes perfis de clientes e fortalecem nossa proposta de valor.

### 2. EXPERIÊNCIA OMNICANAL INTEGRADA

Integramos loja física, aplicativo e *e-commerce* em uma jornada contínua e complementar, oferecendo conveniência, consistência e maior proximidade com a cliente em todos os pontos de contato.

### 3. SERVIÇOS FINANCEIROS COMO INSTRUMENTO DE FIDELIZAÇÃO

O C&A Pay, plataforma multisserviço que oferece produtos financeiros, fortalece o relacionamento com a cliente, ampliando a recorrência e contribuindo para o aumento do *ticket* médio. Também possibilita o uso de inteligência de dados para apoiar decisões comerciais e aprimorar a experiência da compra.



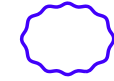
Nosso modelo operacional combina escala nacional com capacidade de adaptação regional. Operamos com três centros de distribuição e quatro hubs urbanos estrategicamente posicionados, assegurando eficiência logística, previsibilidade de abastecimento e redução de rupturas. Adotamos a metodologia de Test & Learn, que permite testar novos produtos antes da produção em larga escala, e o modelo de abastecimento Push-Pull, combinando previsões de mercado com reposição baseada no consumo real, o que permite maior precisão no sortimento, redução de risco de estoque e melhor giro de produto, contribuindo para a eficiência operacional e expansão de margens. Essa integração entre planejamento comercial, logística e dados sustenta uma operação mais leve, ágil e preparada para responder a ciclos curtos da moda.

Para viabilizar toda essa experiência, contamos com um time de 15,7 mil profissionais (chamados por nós de associados), pessoas apaixonadas por moda e que encontram na C&A um ambiente de trabalho onde o respeito, a ética e a diversidade são inegociáveis.

Mantemos uma agenda socioambiental integrada à estratégia do negócio, com foco em temas como mudanças climáticas, circularidade, diversidade e direitos humanos. Além disso, por meio do Instituto C&A, nosso pilar de investimento social, desenvolvemos iniciativas voltadas à inclusão produtiva em moda e fomentamos o voluntariado corporativo, ampliando nosso impacto social nos territórios onde estamos presentes.

Seguimos reafirmando nossa ambição de ser a marca de moda mais amada do país. Nossa história é construída com evolução contínua, adaptação às transformações do mercado e compromisso com geração de valor sustentável. Temos uma trajetória consolidada, mas olhamos para o futuro, fortalecendo nossa competitividade, ampliando eficiência e aprofundando a conexão com nossas clientes.

**Porque é assim que seguimos brilhando: encontrando pessoas na moda e encontrando a moda nas pessoas.**



## C&A em 2025

**18,7**  
MILHÕES  
de clientes

**15,7**  
MIL  
associados

**340**  
LOJAS  
em 178 cidades

Presença em  
**TODOS OS ESTADOS**  
do Brasil

Plataforma  
financeira própria  
**C&A PAY**

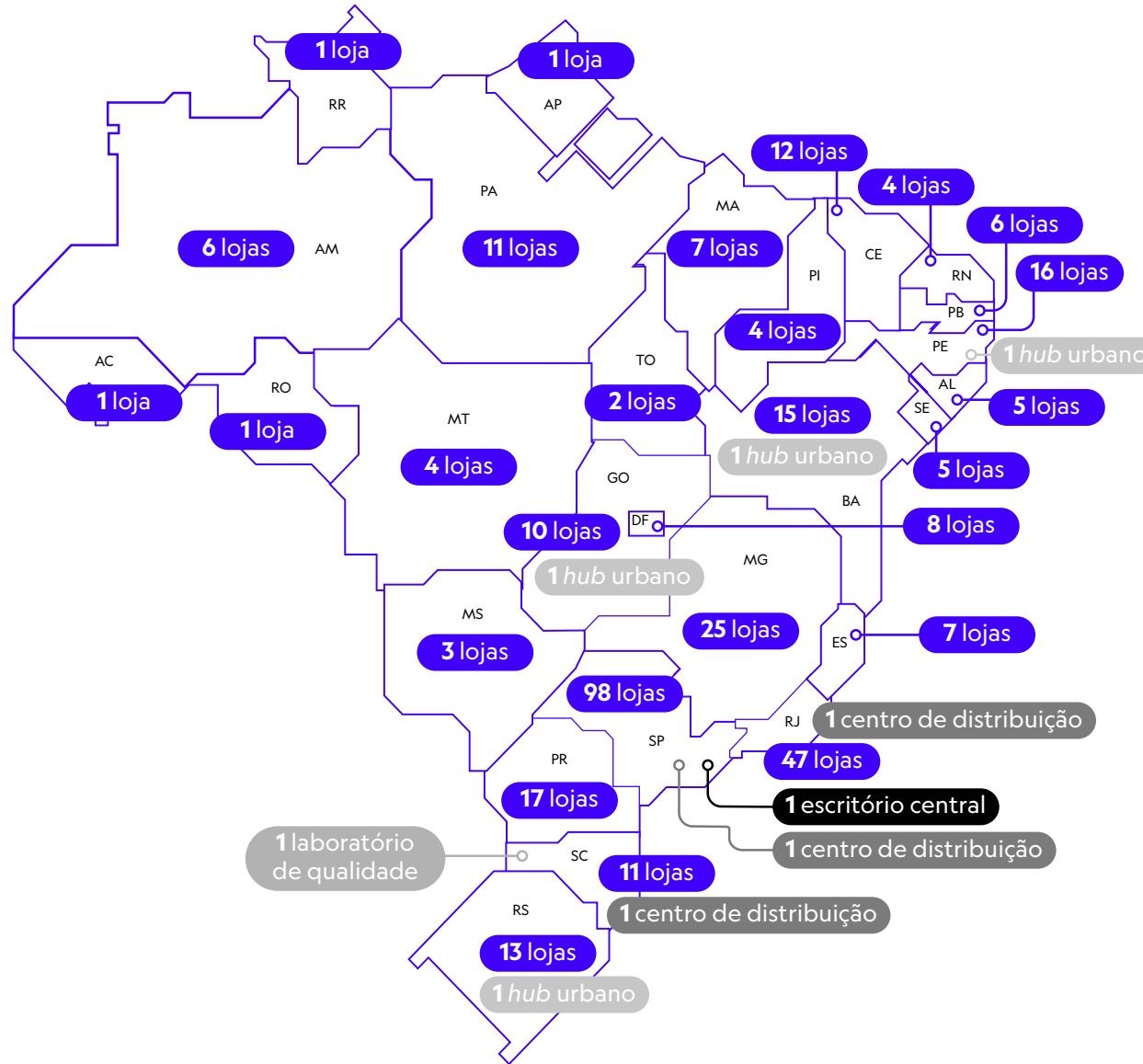




# PRESENÇA NACIONAL

Nossa presença em 178 cidades posiciona a C&A como uma marca verdadeiramente nacional. A diversificação geográfica contribui para a resiliência do nosso modelo de negócios, ao equilibrar diferentes dinâmicas regionais de consumo e ampliar nossa capacidade de adaptação a contextos locais.

Essa estrutura física é complementada por uma presença digital robusta, que permite alcançar clientes além das áreas de influência das lojas. A integração entre canais fortalece a experiência de compra e amplia nossa base ativa de clientes, consolidando uma atuação cada vez mais conectada e multicanal.



**340** LOJAS

**1** ESCRITÓRIO CENTRAL

**3** CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

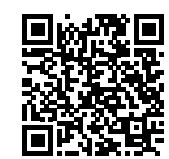
**1** LABORATÓRIO DE QUALIDADE

**4** HUBS URBANOS

## PRESENÇA DIGITAL



Android



iOS



## NOSSO PROPÓSITO

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

---

## NOSSA PAIXÃO

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

Orgulho de ser C&A!

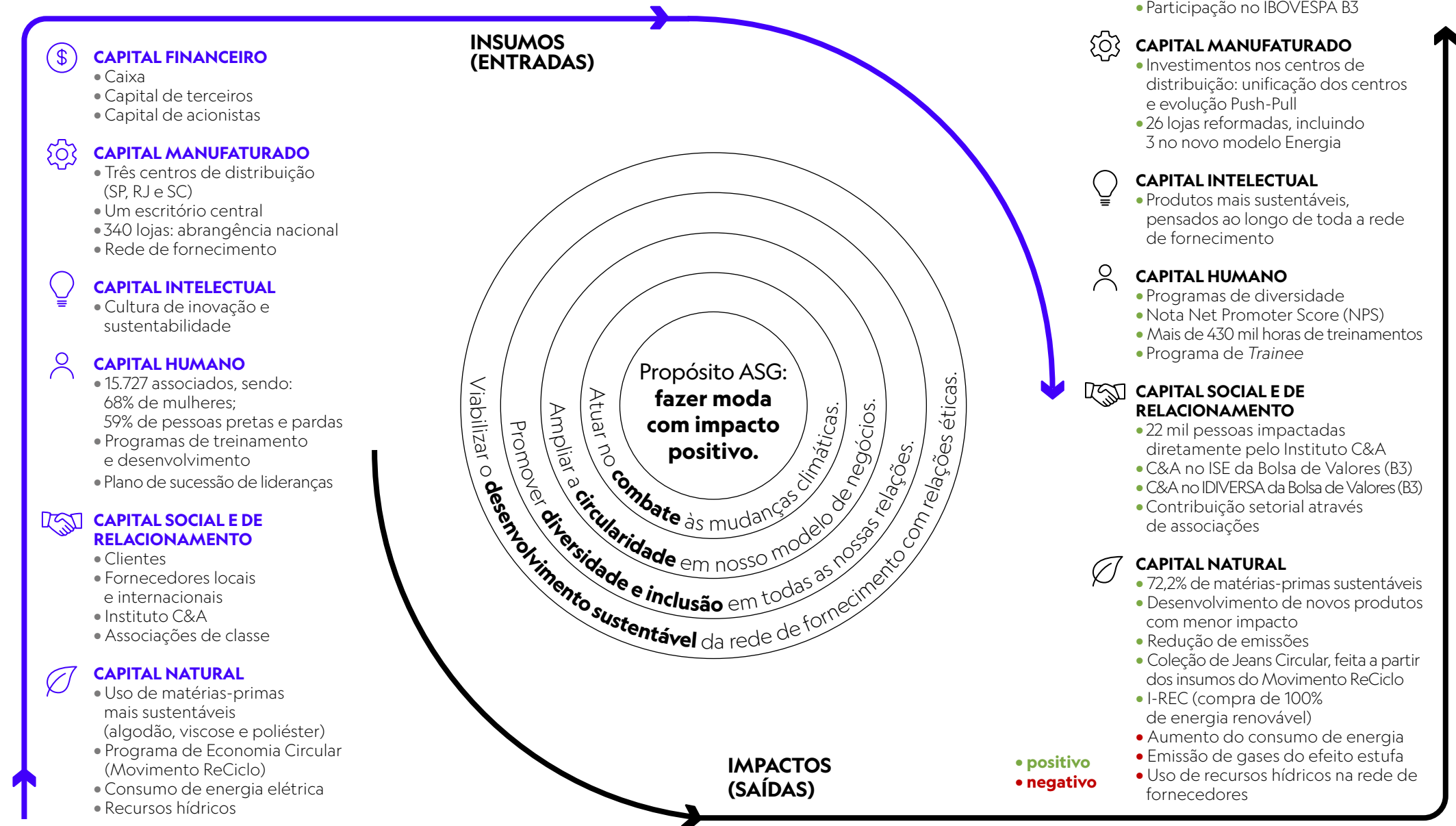
---

## NOSSA MARCA

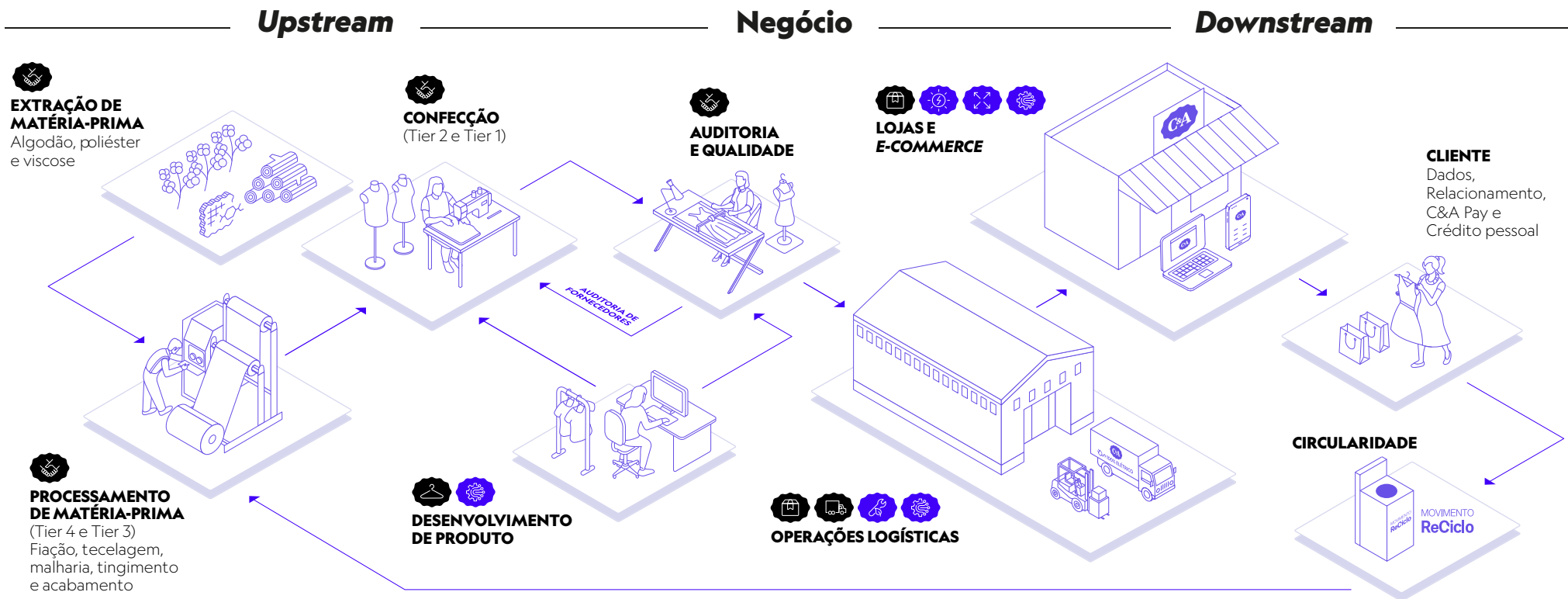
Somos uma marca que impulsiona pessoas, desejos e jornadas, que troca, escuta, aprende e transforma, e, por isso, faz todos se sentirem bem-vindos, envolve e traz novidades. Somos alegres, vibrantes e pulsamos energia. Acreditamos na beleza da diversidade e na moda como o maior elemento de autoexpressão.



# MODELO DE NEGÓCIOS



# CADEIA DE VALOR



**RISCOS**

- Assertividade das coleções
- Acuracidade dos estoques
- Dependência de terceiros
- Modelo e capacidade da distribuição logística

**OPORTUNIDADES**

- Escalabilidade de produtos sustentáveis
- Projeto de reforma e expansão com menor impacto
- Otimização operacional com Test & Learn, Push & Pull, Ship from Store e malha logística

**MODELO DE NEGÓCIOS**

**Insumos (capitais)**: Financeiro, Humano, Intelectual, Manufaturado, Social, Natural

**Upstream** ↓ **Negócio** ↑ **Downstream**

Proposta de valor: Moda acessível, relevante e responsável

**Impactos**: Econômicos, Sociais, Ambientais

# DESEMPENHO FINANCEIRO

A Estratégia Energia C&A finalizou seu segundo ano em 2025 consolidando avanços relevantes em todas as áreas de atuação da Companhia. As prioridades estratégicas foram executadas com disciplina financeira, e o exercício foi marcado pelo fortalecimento do nosso modelo de negócios e diligência na alocação de capital, ampliando a competitividade e a resiliência da Companhia.

As vendas de vestuário totalizaram R\$ 71 bilhões, com aumento de 9,2% no ano e de 8,4% de crescimento por metro quadrado, dados sustentados pela evolução do mix de produtos e pela execução das iniciativas do Energia ao longo do período. Ao mesmo tempo, a margem bruta de vestuário também foi maior, alcançando 56,4%, 0,4 ponto percentual (p.p) acima de 2024.

Além disso, seguimos com foco na construção de uma jornada de moda ainda mais relevante para nossa cliente. Dessa forma, descontinuamos a operação de telefonia, e a categoria de Beleza segue ganhando relevância em nosso portfólio.

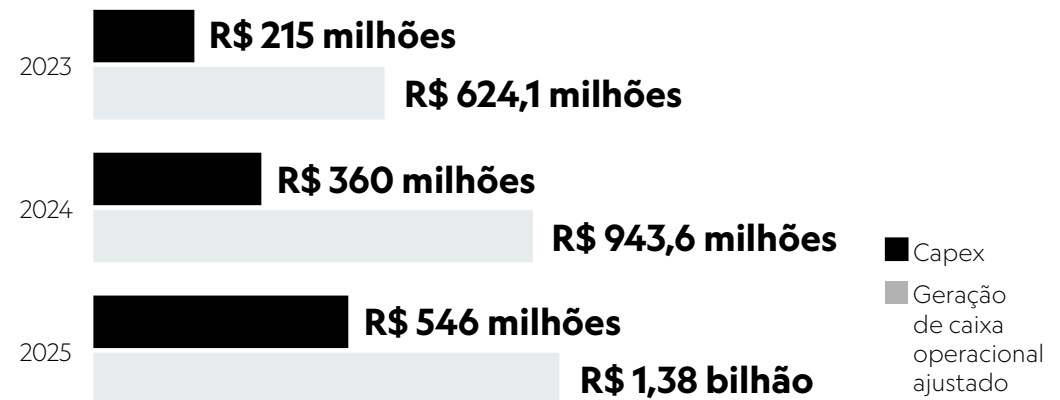
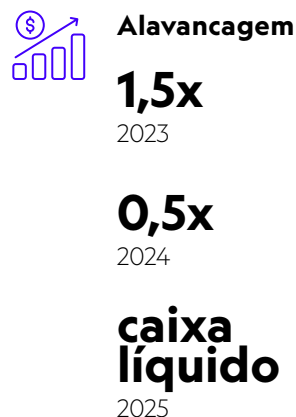
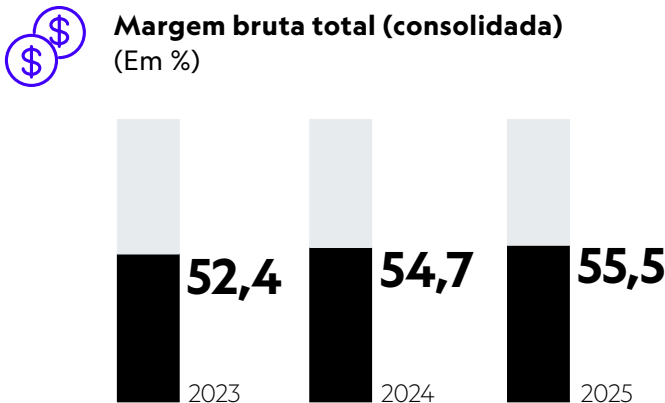
Como resultado dessa dinâmica com expansão da margem bruta em vestuário e maior participação do mix de beleza em nosso portfólio, a margem bruta de mercadorias alcançou 55,1%, 1,8 p.p. acima de 2024.

A disciplina financeira e a diligência na alocação de capital se refletiram no retorno sobre o capital investido (ROIC), que alcançou 21,8%, aumento de 5,5 p.p em relação a 2024, ao mesmo tempo que Companhia encerrou o ano com caixa líquido de R\$ 83,7 milhões.

Os investimentos totalizaram R\$ 546 milhões em 2025, crescimento de 51,8% em relação ao ano anterior. Os recursos foram direcionados principalmente à modernização do parque de lojas, com 26 reformas realizadas, incluindo a abertura de três Lojas Energia, além da inauguração de dez novas unidades. O C&A Pay manteve sua relevância como ferramenta de relacionamento, alcançando 27,3% de penetração, aumento de 2 p.p. em relação a 2024 e a marca de 9 milhões de cartões emitidos.

Os avanços de 2025 consolidaram bases sólidas e reforçaram a direção estratégica da Companhia para a etapa final do ciclo da Estratégia Energia C&A em 2026, com alavancas claras de crescimento.

[Acesse aqui](#) a íntegra das demonstrações financeiras de 2025.





## Reconhecimento internacional

Em 2025, fomos reconhecidos pelo *ranking* Extel (antigo Institutional Investor), uma das mais prestigiadas premiações do mercado financeiro global. Participam da votação para a construção do *ranking* analistas, investidores institucionais e equipes de *research*. Além de reconhecimentos individuais e da área de Relações Institucionais como um todo, a C&A figurou entre as empresas mais admiradas em seu recorte de mercado, uma conquista que reflete a consolidação da nossa agenda de RI e a solidez de nossa relação com a comunidade financeira.

### Nosso brilho no Extel

- #1 - **Empresa Mais Admirada** nos recortes de bens de consumo e de *market cap* (capitalização de mercado) na América Latina
- #1 - Melhor CEO: **Paulo Correa**<sup>1</sup>
- #1 - Melhor CFO: **Laurence Beltrão Gomes**<sup>1</sup>
- #1 - Melhor Conselho de Administração<sup>1</sup>
- #2 - Melhor Profissional de Relações com Investidores: **Rogério Ueno**<sup>1</sup>
- #2 - Melhor Time de Relações com Investidores<sup>1</sup>
- #2 - Evento para Investidores (C&A Day)<sup>2</sup>
- #2 - Melhor Programa de Relações com Investidores<sup>2</sup>

<sup>1</sup> De acordo com a votação do *sell-side* (votos de analistas de mercado).

<sup>2</sup> De acordo com a votação combinada *sell-side* e *buy-side* (votos de analistas de mercado e investidores).

## AVANÇOS NO MERCADO DE CAPITAIS

Em 2025, avançamos na relação com o mercado de capitais a partir de uma combinação de execução consistente e comunicação transparente. Ao longo do ano, mantivemos o ritmo de crescimento e expansão contínua de margens.

Esse movimento segue sendo reconhecido pelo mercado e temos visto esse reflexo em nossa base acionária, que apresentou aumento na participação de investidores institucionais e estrangeiros, ao mesmo tempo que nossa liquidez também foi maior.



## Entrada no Ibovespa B3

Em setembro de 2025, passamos a integrar o Ibovespa B3, principal indicador de desempenho das ações mais negociadas na bolsa brasileira. Trata-se de um feito relevante: para atingirmos esse marco, foi necessário alcançar níveis mínimos de liquidez e de volume de negociações, refletindo a evolução do interesse do mercado pelas nossas ações.

Com essa inclusão na lista das empresas mais importantes da bolsa, passamos a receber automaticamente investimentos de grandes fundos que seguem o índice. Além disso, o processo de compra e venda das ações da C&A, negociadas sob o código CEAB3, se tornou mais ágil e fácil, o que aumentou o volume de negócios diários.

# PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

A C&A foi reconhecida em mais de 40 premiações em 2025. Apresentamos as principais.

## PESSOAS E CULTURA



**GPTW Brasil:** somos a 8ª melhor empresa para trabalhar no Brasil.

**GPTW Barueri e Região:** estamos no Top 5 das melhores empresas para trabalhar na região.

**Liderança:** nosso CEO foi reconhecido como Liderança Inovadora pela revista *Consumidor Moderno* e como Embaixador do Futuro pela Money Report.

**Prêmio Melhor RH Brasil:** nossa Vice-presidente de Gente, Cultura e ASG foi eleita uma das três líderes de destaque do setor de Moda em pesquisa do Centro de Estudos em Comunicação e da Plataforma Melhor RH.

**Exame Melhores em Gestão de Pessoas:** estamos entre as 18 empresas-destaque da 2ª edição do prêmio, que reuniu companhias de diferentes portes.

## ASG E GOVERNANÇA



**Embaixadora do Movimento Conexão Circular do Pacto Global da ONU:** primeira varejista de moda a ser tornar embaixadora.

**ISE, IDIVERSA e ICO2:** estamos presentes nos três índices da B3.

**Melhores ESG:** conquistamos o top 3 na categoria Moda e Vestuário, nessa que é a principal premiação de sustentabilidade empresarial do Brasil, realizada pela *Exame*, um dos mais relevantes veículos sobre negócios do país.

**Prêmio Jatobá:** Movimento ReCiclo virou case e conquistou o Troféu Jatobá PR, principal premiação latino-americana de excelência e inovação em PR, na categoria ESG.

**Datafolha:** fomos reconhecidos como uma das empresas mais diversas do Brasil pelo segundo ano consecutivo, de acordo com estudo divulgado pela *Folha de S.Paulo*.

**Programa Brasileiro GHG Protocol:** mantivemos o selo ouro no programa brasileiro pelo segundo ano consecutivo.



## MARCA



**Exame Melhores e Maiores:** estamos entre as Top 10 empresas do setor de Moda e Vestuário.

**Estadão Marcas Mais:** 2ª colocada na categoria Lojas de Roupas/São Paulo.

**World's Best Brands - TIME Magazine:** conquistamos a primeira posição na categoria Everyday Fashion (Moda Casual/Dia a Dia).

**Ranking Merco Empresas:** no recorte setorial, ficamos em 2º lugar na categoria Varejo de Moda.

**Marca de roupa preferida das favelas:** reconhecimento conquistado com base nos dados do Instituto Data Favela.

**Prêmio Reclame Aqui: As melhores empresas para o consumidor:** campeã nas categorias Moda Online e Melhor Profissional de Atendimento.

**O Globo:** C&A é reconhecida a marca de moda feminina favorita pelos cariocas.

## INOVAÇÃO E PROJETOS



**Prêmio POPAI Brasil:** ganhamos Ouro na categoria Projetos para Design e Arquitetura de Loja e também conquistamos o 1º lugar em Store Design do Ano.

**Valor Inovação:** estamos entre as Top 5 empresas de comércio mais inovadoras do país.

**Melhores do Ano Warner Bros:** fomos reconhecidos na categoria Inovação, com o projeto *Squad Warner*, desenvolvido pelo time Minha C&A.



# PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES

GRI 2-28 ODS 8 13

Atuamos de forma colaborativa em associações e iniciativas nacionais e internacionais que promovem práticas empresariais responsáveis e que impulsionam a sustentabilidade na indústria da moda. Por meio dessas parcerias estratégicas, contribuímos para a construção coletiva de soluções que geram impacto positivo para o setor e a sociedade. Confira as principais associações das quais fazemos parte:



## PARTICIPAÇÃO GLOBAL

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

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

**PACTO GLOBAL DA ONU:** participante global desde 2015 e no Brasil desde 2021, onde atua como embaixadora do Movimento Conexão Circular e integra o comitê gestor do Grupo de Trabalho de Moda e Têxtil.



## PARTICIPAÇÃO NO BRASIL

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

**ABIT:** Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção.

**IDV:** Instituto para Desenvolvimento do Varejo.

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



## OUTRAS ASSOCIAÇÕES RELEVANTES

**AB2L:** Associação Brasileira de Lawtechs e Legaltechs.

**ABERJE:** Associação Brasileira de Comunicação Empresarial.

**ABRASCA:** Associação Brasileira das Companhias Abertas.

**AMCHAM:** Câmara Americana de Comércio para o Brasil.

**GIFE:** Grupo de Institutos, Fundações e Empresas.



## INICIATIVAS E MOVIMENTOS DE SUSTENTABILIDADE E DIVERSIDADE

**Instituto Ethos:** apoio a práticas empresariais socialmente responsáveis.

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

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

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

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



## PARCERIA EDUCACIONAL E TECNOLÓGICA

**Senai:** colaboração estratégica para promover treinamento para formadores e investimentos em tecnologia.



# GOVERNANÇA CORPORATIVA

ODS **5**

- Boas práticas
- Ética, *compliance* e segurança da informação
- Gestão de riscos



# BOAS PRÁTICAS

ODS 5 16

Desde 2019, somos uma companhia de capital aberto listada no Novo Mercado da B3 (CEAB3), segmento que reúne empresas comprometidas com os mais altos padrões de governança corporativa. Mantemos elevado nível de ações em circulação (*free float*), Conselho de Administração com participação relevante de membros independentes e estrutura formal de comitês de assessoramento, reforçando nosso compromisso com transparência, equidade e prestação de contas.

Nossa governança é o fundamento da confiança dos *stakeholders* na C&A. Ela sustenta a estratégia, orienta a gestão de riscos, disciplina a alocação de capital e assegura a integridade na condução dos negócios. Ao estabelecer responsabilidades claras e promover transparência na tomada de decisão, fortalece a resiliência e a perenidade da Companhia. Orientados pelos princípios da confiabilidade, transparência, ética e compromisso com a sustentabilidade do negócio, nossos instrumentos de governança seguem as diretrizes do Regulamento do Novo Mercado da B3 e do Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) e estão em constante atualização e aprimoramento.

Contamos com uma Assembleia Geral de Acionistas, Conselho de Administração, Conselho Fiscal, quando instalado nos termos da legislação aplicável, Diretoria Executiva e comitês de assessoramento, estruturas que organizam responsabilidades, asseguram independência nas deliberações e fortalecem os mecanismos de *accountability*.

Os comitês aprofundam a análise de temas críticos para o negócio, qualificando a tomada de decisão e ampliando a capacidade de supervisão estratégica. Essa articulação reforça a disciplina na gestão e mitiga riscos. Mais do que um requisito regulatório, essas estruturas representam um diferencial competitivo, ao promover decisões mais consistentes, transparentes e alinhadas à estratégia.

Em 2025, avançamos na consolidação da agenda de governança, com aprimoramento nos processos de supervisão e reporte e atuação ainda mais proativa das instâncias. No ano, alcançamos 100% de aderência aos itens aplicáveis do Código Brasileiro de Melhores Práticas de Governança Corporativa do IBGC.



## Práticas reconhecidas

Na C&A, seguimos as melhores práticas de governança. Entre elas, destacam-se:

- Alcançamos **100% de aderência** ao Código Brasileiro de Melhores Práticas de Governança Corporativa
- Listagem no segmento de **Novo Mercado** da B3
- **80% do Conselho de Administração** composto por membros independentes
- Diversidade: **40%** do *board* composto **por mulheres**
- Avaliação **formal** do Conselho de Administração
- Emissão exclusiva de ações ordinárias (ON), garantindo que **todos os acionistas tenham direito a voto**
- **Tag Along** para todas as ações



- **Estrutura de Comitês de Assessoramento** ao Conselho de Administração
- **Metas ASG** atreladas à remuneração variável de toda a Diretoria
- **Separação das funções executivas e de supervisão**, com cargos distintos de Diretor-Presidente (CEO) e Presidente do Conselho de Administração
- Órgãos de governança possuem **regimento interno público**
- Canal de denúncias **terceirizado e independente**
- Políticas corporativas e compromissos **publicados no site** de Relação com Investidores
- **Ingresso** no IBOVESPA

# ESTRUTURA SOCIETÁRIA

O fim de 2025 foi marcado por uma alteração relevante em nossa estrutura acionária. O Grupo COFRA reduziu sua participação na Companhia após a alienação de 66 milhões de ações, conforme comunicado ao mercado.

Com a operação, a participação do Grupo COFRA passou a representar 30,92% do capital social da C&A. De acordo com a comunicação recebida, a alienação não teve a intenção de alterar o controle da Companhia. A maior dispersão acionária decorrente da operação reforça os mecanismos de *accountability* e a responsabilidade da gestão perante todos os acionistas.

## DESEMPENHO DAS AÇÕES

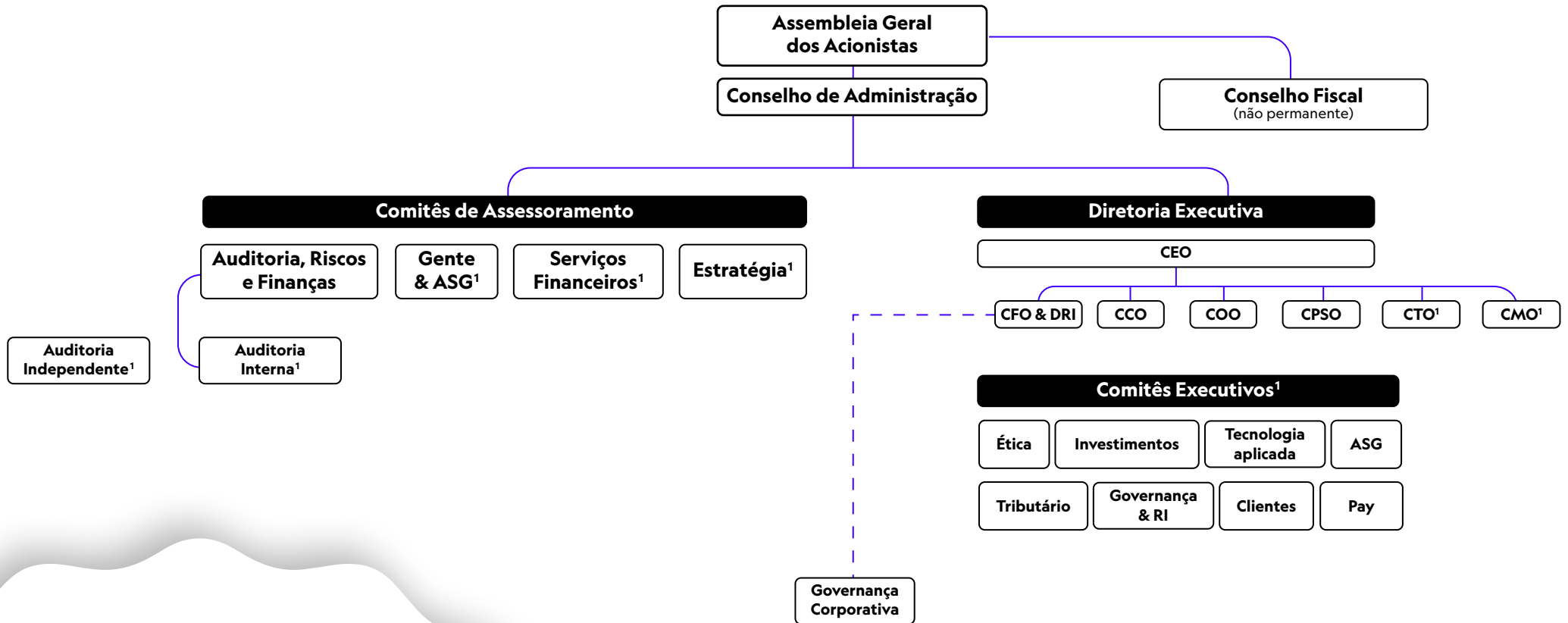
As ações CEAB3, listadas na B3, encerraram 2025 cotadas a R\$ 12,76, registrando valorização de 71,9% ao longo do ano. Em 31 de dezembro, o valor de mercado da Companhia alcançou R\$ 3,9 bilhões. O capital total da empresa é composto por 308.245.068 ações ordinárias e, em 31 de dezembro de 2025, o *free float* era de 66,5%.

### Composição acionária

	NÚMERO DE AÇÕES (ON)	% DO TOTAL
Acionista controlador (Grupo COFRA)	95.311.283	30,92
Administração	2.678.742	0,86
Tesouraria	5.330.734	1,73
Morgan Stanley	18.882.299	6,13
Outros	186.082.010	60,37
<b>TOTAL</b>	<b>308.245.068</b>	<b>100</b>



# ESTRUTURA DE GOVERNANÇA



<sup>1</sup> Não estatutários.

# ÓRGÃOS DA GOVERNANÇA CORPORATIVA

GRI 2-9 ODS 5 16

## ASSEMBLEIA GERAL DE ACIONISTAS

Órgão social composto pelos acionistas da C&A, realiza anualmente uma Assembleia Geral Ordinária, além de convocar reuniões extraordinárias sempre que necessário. Tem, entre suas missões, deliberar sobre assuntos de interesse da empresa e eleger os membros do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal.

Em abril de 2025, foi realizada uma Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária que aprovou as demonstrações financeiras de 2024 e o orçamento de capital para 2025; definiu a destinação de resultados, inclusive a distribuição de dividendos; e elegeu os membros do Conselho de Administração da Companhia para um mandato de dois anos. Diante de solicitação de acionistas, foi instalado o Conselho Fiscal. Além disso, foi aprovada a reforma e consolidação do Estatuto Social para adequação ao modelo de negócios e governança da Companhia.

## CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRI 2-10, 2-11, 2-12, 2-17, 2-18, TCFD

Principal órgão de governança corporativa da C&A, o Conselho de Administração é responsável por definir as diretrizes estratégicas, aprovar políticas corporativas, supervisionar o trabalho da Diretoria Executiva e tomar decisões para o crescimento sustentável.

O Conselho de Administração é informado trimestralmente sobre questões ASG e climáticas por meio de comitês, que acompanham o progresso das metas assumidas publicamente e integram essas pautas à definição de estratégias, orçamentos e ao desempenho da organização. A C&A atribui responsabilidades relacionadas às mudanças climáticas a gerências e comitês específicos, que reportam diretamente à Diretoria e ao Conselho. Esses comitês são responsáveis pela avaliação e gestão dessas questões, garantindo uma governança estruturada em sustentabilidade.

Contamos com um processo bem definido de indicação e seleção tanto para o Conselho quanto para os comitês de apoio ao órgão, conforme a Política Corporativa de Indicação da Administração. A política de indicação valoriza a diversidade de conhecimentos, experiências, perfis comportamentais, contextos culturais, faixa etária e gênero, além de considerar alinhamento com os valores e a cultura da empresa, reputação ilibada e formação acadêmica ou experiência profissional compatível com a função. Em 2025, houve nova eleição, com manutenção da composição do ciclo anterior.

A definição da composição do Conselho de Administração é apoiada por uma matriz de competências, utilizada como instrumento para avaliar a complementariedade de experiências, conhecimentos e perspectivas do colegiado, bem como para apoiar os processos de indicação, sucessão e avaliação do órgão. A composição atual do Conselho reflete a combinação equilibrada desses atributos, contribuindo para a qualidade das discussões, a diversidade de perspectivas e a efetividade do processo decisório.

**Composição:** Nos termos do Estatuto Social, o Conselho de Administração é composto por, no mínimo, três e, no máximo, nove membros, eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas, sendo assegurada a presença de, no mínimo, dois conselheiros independentes, ou 20% (vinte por cento) do total de membros, o que for maior. A atual composição do Conselho apresenta elevada participação de membros independentes e busca assegurar pluralidade de experiências, diversidade de perfis e complementariedade de competências, em linha com as melhores práticas de governança corporativa.

**Presidência:** O presidente do Conselho de Administração não exerce funções executivas na Companhia. Os cargos de Presidente do Conselho e de Diretor-Presidente são ocupados por pessoas distintas, conforme estabelece o Estatuto Social.

**Mandato:** Dois anos, com possibilidade de reeleição.

**Remuneração:** Composta por remuneração fixa mensal, baseada na dedicação de tempo e acréscimo por participação em mais de um comitê, há ainda a previsão de remuneração variável, alinhada à estratégia de crescimento da Companhia ([saiba mais](#)).

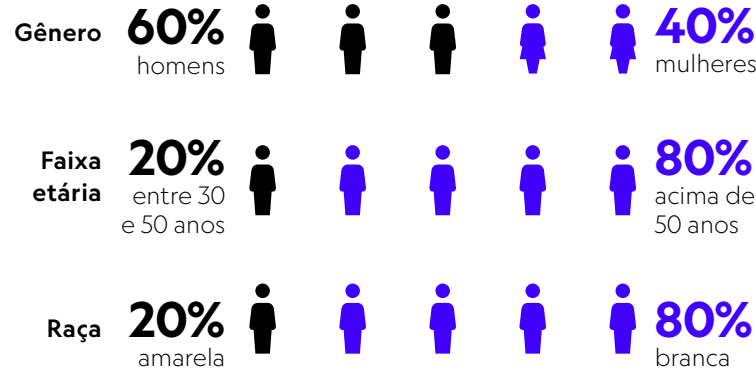
**Avaliação de desempenho:** Desde 2021, realizamos avaliações anuais conduzidas pela área de Governança Corporativa. O processo avalia de forma abrangente a composição e a dinâmica do Conselho de Administração e de seus comitês, com metodologia independente que inclui entrevistas com conselheiros, diretores e especialistas. Os resultados são apresentados ao Conselho e servem de base para *feedbacks* individuais e planos de ação acompanhados ao longo do ciclo seguinte.

## Programa de educação continuada

Em 2025, mantivemos o programa de educação continuada para os membros do Conselho. Entre os destaques estão um seminário sobre reforma tributária e um *workshop* específico sobre mudanças climáticas, fortalecendo o desenvolvimento contínuo das competências do órgão.



### Perfil do Conselho de Administração



### SECRETARIA DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Vinculada ao Conselho de Administração, apoia tecnicamente o funcionamento do nosso sistema de governança e atua junto aos órgãos de governança, aos comitês e à Diretoria Executiva. Seu papel é planejar e coordenar as reuniões dos órgãos de governança, organizar e manter os registros e documentos relevantes, facilitar a comunicação e o intercâmbio de informações entre as instâncias decisórias e apoiar o desenvolvimento e a implementação de políticas e procedimentos. Também monitora o cumprimento das normas legais, estatutárias e regulatórias aplicáveis, contribuindo para a conformidade e a transparência na nossa forma de atuar.

### Composição do Conselho de Administração

NOME	INÍCIO <sup>1</sup>	TOTAL DE MANDATOS	CARGO ATUAL	ELEIÇÃO	MANDATO
Marcos Guimarães Grasso	28/04/2023	2	Presidente	Abril/2025	Ago/2027
Cristina Presz Palmaka de Luca	20/10/2020	4	Membro independente	Abril/2025	Ago/2027
Isabella de Oliveira V. Cavalcanti Wanderley	28/04/2023	2	Membro independente	Abril/2025	Ago/2027
Jamil Saud Marques	23/03/2022	3	Membro independente	Abril/2025	Ago/2027
Peter Takaharu Furukawa	20/10/2020	4	Membro independente	Abril/2025	Ago/2027

<sup>1</sup> Cada mandato equivale a dois anos.

### Matriz de competências

	HABILIDADES ESTRATÉGICAS, OPERACIONAIS E COMERCIAIS	FINANÇAS/SERVIÇOS FINANCEIROS	GOVERNANÇA CORPORATIVA	AUDITORIA	MARKETING	INOVAÇÃO E TECNOLOGIA	PESSOAS E CULTURA	BENS DE CONSUMO/VAREJO
Marcos Guimarães Grasso	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Cristina Presz Palmaka de Luca	✓	✓	✓			✓	✓	
Isabella de Oliveira V. Cavalcanti Wanderley	✓				✓	✓		✓
Jamil Saud Marques	✓	✓	✓	✓			✓	
Peter Takaharu Furukawa	✓	✓	✓					✓

# COMITÊS DE ASSESSORAMENTO

Apoiam tecnicamente o Conselho de Administração, aprofundando análises e emitindo recomendações sobre temas específicos relevantes para o negócio. Com essa atuação, contribuem para uma tomada de decisão mais qualificada ao detalhar matérias que exigem avaliação técnica, regulatória ou especializada antes de sua deliberação pelo Conselho.

**Composição:** Atualmente totalizam 14 membros eleitos pelo Conselho de Administração. Os coordenadores dos comitês são membros do Conselho de Administração e reportam, nas reuniões do órgão, os temas discutidos, as atividades conduzidas e os encaminhamentos propostos para deliberação.

**Mandato:** Dois anos.

## COMITÊ DE AUDITORIA, RISCOS E FINANÇAS (CARF)

Órgão estatutário responsável por assessorar o Conselho de Administração na supervisão da integridade das demonstrações financeiras, da gestão de riscos e da efetividade dos controles internos e de compliance, em observância ao disposto no Regulamento do Novo Mercado. O CARF também acompanha temas financeiros relevantes, avalia a atuação e a independência dos auditores externos e supervisiona a gestão de ética e integridade da Companhia. Em 2025, a composição do comitê foi atualizada com a entrada de uma integrante externa com perfil técnico especializado.

No período, a atuação do CARF concentrou-se, principalmente, em:

- acompanhamento da **agenda de compliance**, incluindo aspectos tributários e regulatórios relevantes;
- monitoramento da **estrutura de gestão de riscos corporativos**;
- supervisão da **efetividade dos controles internos**, bem como das atividades da **auditoria interna**;

- acompanhamento da evolução de temas relacionados à segurança da informação, incluindo aderência à **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**;
- monitoramento de indicadores relevantes das **operações financeiras**;
- supervisão dos **mecanismos de ética e integridade** da Companhia.

## Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças em 2025

**3**

membros independentes

**23**

reuniões no ano

**100%**

de presença dos membros nas reuniões

## COMITÊ DE ESTRATÉGIA (CE)

Assessora o Conselho de Administração na formulação, revisão e acompanhamento da estratégia corporativa, incluindo a análise de projetos e investimentos relevantes. Em 2025, o comitê concentrou sua atuação no acompanhamento da implementação das principais iniciativas estratégicas da Companhia, com destaque para o monitoramento contínuo das frentes prioritárias da estratégia e de seus respectivos indicadores de desempenho (KPIs). No período, foram discutidos temas relacionados à evolução do modelo de negócios, ao posicionamento competitivo da Companhia e às principais alavancas de crescimento, com foco na geração de valor no médio e longo prazo.

Adicionalmente, o comitê dedicou atenção especial às iniciativas relacionadas à evolução da experiência *omnichannel* e ao fortalecimento do relacionamento com clientes, com discussões recorrentes sobre os avanços e desafios das frentes de CRM e programa de fidelidade (*Loyalty*), temas que permanecem como prioridades estratégicas para o ciclo de 2026.

## Comitê de estratégia em 2025

4

membros,  
sendo 3  
independentes

9

reuniões  
no ano

100%

de presença  
dos membros  
nas reuniões

## COMITÊ DE GENTE E ASG (CGASG) GRI 2-13, TCFD

Assessora o Conselho de Administração em temas relacionados à remuneração, ao planejamento sucessório dos membros dos órgãos de administração da Companhia e à sua estrutura organizacional. Também acompanha os processos de avaliação e de seleção dos membros do Conselho de Administração, de seus comitês de assessoramento e da Diretoria Executiva. Supervisiona a agenda de sustentabilidade, incluindo diversidade, equidade e inclusão, integrando aspectos ASG às decisões de governança. Seu reporte ao Conselho de Administração ocorre trimestralmente. Em 2025, o comitê passou a contar com uma integrante externa com perfil técnico em ASG, reforçando a qualificação da supervisão em temas estratégicos. No período, o destaque da atuação do órgão foi o acompanhamento do planejamento sucessório e do desenvolvimento da alta liderança, bem como o monitoramento de indicadores relevantes de gestão de pessoas, com atenção especial às iniciativas voltadas à redução do *turnover* nas lojas e ao fortalecimento da cultura organizacional.

O comitê também dedicou atenção à evolução da agenda ESG, incluindo o acompanhamento do plano de mudanças climáticas, iniciativas relacionadas ao ISE e à certificação B-Corp, além da avaliação dos impactos e da preparação da Companhia para os novos padrões de reporte de sustentabilidade IFRS S1 e S2. Adicionalmente, foram analisadas e discutidas as diretrizes da estrutura de remuneração executiva, buscando alinhamento com os objetivos estratégicos da Companhia, com as melhores práticas de governança e com a criação de valor no longo prazo.

## Comitê de Gente e ASG em 2025

4

membros  
independentes

13

reuniões  
no ano

100%

de presença  
dos membros  
nas reuniões

## COMITÊ DE SERVIÇOS FINANCEIROS (CSF)

Instância de assessoramento ao Conselho nas decisões relacionadas ao modelo de negócios e à estratégia de produtos e serviços financeiros, incluindo estrutura de capital, parcerias e apetite a riscos. Contribui para o alinhamento entre crescimento, rentabilidade e disciplina financeira. Em 2025, houve atualização em sua composição, reforçando a dinâmica de renovação que apoia o funcionamento do colegiado. No período, destacou-se o acompanhamento da execução da estratégia C&A Pay, com monitoramento da evolução da penetração dos produtos financeiros nas vendas da Companhia e da expansão da oferta de cartões e outros produtos financeiros.

O comitê também acompanhou a implementação de um novo modelo operacional para a oferta de serviços financeiros nas lojas, além dos avanços na integração entre a plataforma Pay e as iniciativas de CRM, com o objetivo de fortalecer o relacionamento com clientes e aumentar frequência e engajamento.

Adicionalmente, foram discutidos e monitorados temas relevantes para a sustentabilidade do negócio, incluindo a implementação de piloto de empréstimo pessoal, a gestão de risco e de inadimplência, que alcançou os melhores níveis históricos, a conclusão da *joint venture* com o Bradesco, e a avaliação de oportunidades e riscos associados ao uso de PIX no contexto das operações financeiras da Companhia.

Conselho fiscal foi instalado em 2025, a pedido de acionistas

## Comitê de Serviços Financeiros em 2025

3

membros, sendo 2 independentes

4

reuniões no ano

100%

de presença dos membros nas reuniões

## CONSELHO FISCAL

Órgão estatutário de funcionamento não permanente conforme previsto no nosso Estatuto Social, atua de forma independente na fiscalização da gestão dos administradores, contribuindo para a conformidade com a legislação e a regulamentação aplicáveis. É instalado a partir da solicitação de acionistas e deve ser composto por, no mínimo, três membros efetivos e igual número de suplentes, com mandatos coincidentes com o período de funcionamento do órgão, o que é definido em Assembleia Geral. Em abril de 2025, a pedido de acionistas, foi instalado um Conselho Fiscal, com mandato até agosto de 2026. Ao longo do ano, o órgão analisou as demonstrações financeiras e os reportes da Companhia, emitiu pareceres e reforçou a supervisão da gestão sob a ótica dos acionistas.

## Conselho Fiscal em 2025

3

membros

4

reuniões no ano

3

suplentes

100%

de presença dos membros nas reuniões

## DIRETORIA EXECUTIVA

A Diretoria Executiva é responsável pela gestão cotidiana da Companhia e pela implementação das diretrizes aprovadas pelo Conselho de Administração. Eleita pelo Conselho, atua conforme as atribuições estabelecidas no Estatuto Social e nas políticas internas. É apoiada por comitês executivos que aprofundam discussões estratégicas e contribuem para a execução alinhada aos objetivos estratégicos.

**Composição:** de 3 a 9 membros  
(em 2025, contou com 5 membros)

**Mandato:** dois anos, com possibilidade de reeleição

### COMITÊ EXECUTIVO DE ÉTICA

Responsável por fortalecer a cultura ética e de integridade da C&A, atua na prevenção de comportamentos em desacordo com o Código de Ética e as políticas internas. Delibera sobre penalidades e medidas cabíveis relacionadas a desvios de conduta apurados pelo time de Compliance Corporativo e Ética, sempre considerando a criticidade e a natureza de cada caso.

**Composição:** 3 membros (Diretores estatutários) e 2 convidados (Head Jurídico e Tributário e Gerente Sr. de Riscos, Compliance e Auditoria)

**Periodicidade das reuniões:** mensal



### COMITÊ EXECUTIVO DE SUSTENTABILIDADE

Apoia a Diretoria Executiva e o Comitê de Gente e ASG em suas atribuições relacionadas às práticas ambientais, sociais e de governança, contribuindo para a implementação de iniciativas estratégicas. Desempenha um papel central no acompanhamento de ações voltadas à mitigação de impactos socioambientais e promoção da ética corporativa.

**Composição:** todos os membros da Diretoria Executiva e C-Level

**Periodicidade das reuniões:** bimestral

### COMITÊ EXECUTIVO DE TECNOLOGIA APLICADA

Contribui com a Diretoria Executiva dando suporte consultivo em temas como cibersegurança, tecnologia e inteligência artificial, não apenas sob a ótica da eficiência operacional, mas como vetores de inovação e diferenciação competitiva.

**Composição:** todos os membros da Diretoria Executiva e 2 membros externos

**Periodicidade das reuniões:** bimestral

# 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. Aqui estão os princípios e mecanismos:

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

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

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

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

**Sustentabilidade e ética nos negócios,** não apenas para proteger a empresa contra riscos reputacionais e legais, mas também para garantir sua capacidade de operar e crescer em um futuro no qual práticas sustentáveis são cada vez mais urgentes.

**Adaptação e inovação,** especialmente para a criação de valor em médio e longo prazos, em um cenário de constante evolução.

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

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



# ÉTICA, INTEGRIDADE E COMPLIANCE

GRI 2-24 ODS 16

A C&A mantém um Sistema de Integridade estruturado e integrado à governança corporativa e à gestão de riscos, composto por políticas formais, controles internos, instâncias independentes de apuração, treinamentos obrigatórios e mecanismos regulares de reporte ao Conselho de Administração.

Em 2025, revisamos políticas centrais, incluindo o Código de Ética e a Política Anticorrupção, com o objetivo de atualizar diretrizes, alinhar conteúdos às práticas regulatórias mais recentes e tornar as orientações ainda mais claras para associados e parceiros de negócio.

A Diretoria Executiva passou a integrar o Comitê Interno de Ética, ampliando o nível de supervisão e fortalecendo as alçadas decisórias para temas sensíveis. Instituímos ainda uma cadência mensal de reportes aos órgãos de governança, o que viabilizou o acompanhamento de forma estruturada do volume de casos, o andamento das investigações e os temas recorrentes.

A área de Compliance possui autonomia funcional e realiza reportes periódicos ao Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças, assegurando independência nas apurações e na supervisão adequada pelo Conselho de Administração.

Como parte do aprimoramento contínuo, conduzimos, com apoio de consultoria externa independente, revisão dos principais processos de *compliance* tributário e jurídico. A análise confirmou a consistência do modelo adotado e fortaleceu a visibilidade sobre riscos potenciais e oportunidades de melhoria.

A agenda de *compliance* passou também a incorporar de forma mais estruturada temas regulatórios e ambientais e aqueles relacionados às operações do C&A Pay, avançando na integração com a gestão corporativa de riscos.

## CAPACITAÇÃO E CULTURA DE INTEGRIDADE

A disseminação da cultura de integridade é apoiada por programas recorrentes de capacitação. Em 2025, 100% dos associados foram submetidos a treinamentos sobre ética, direitos humanos e *compliance*, com taxa de conclusão superior a 95%. Os treinamentos abordam ética, anticorrupção, conflito de interesse, proteção de dados, diversidade e segurança da informação, sendo oferecidos em formatos *on-line* e presencial.



Todas as nossas políticas, bem como nosso Código de Ética, podem ser [encontradas no site de Relações com Investidores](#).

# CONFLITO DE INTERESSE

GRI 2-15

A C&A estabelece diretrizes claras para a prevenção e gestão de conflitos de interesses, aplicáveis a associados, administradores e membros dos Conselhos, Diretoria e Comitês. Em situações reais ou potenciais, o fato deve ser comunicado imediatamente à área Jurídica, conforme a Política de Transação com Partes Relacionadas e Conflito de Interesse. O profissional envolvido deve declarar seu impedimento e não participar das discussões nem das decisões relacionadas ao tema, com registro formal em ata. As diretrizes também abrangem casos como participações cruzadas em órgãos de administração, relações com fornecedores e partes relacionadas.

Em 2025, as políticas de *compliance* e de conflito de interesse foram atualizadas para ampliar transparência e aderência às melhores práticas.



# CANAL DE ÉTICA

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

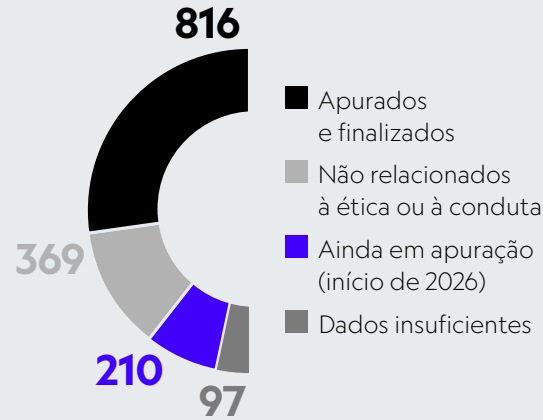
Nosso Canal de Ética está disponível 24 horas por dia, operado por empresa independente, com garantia de sigilo e anonimato e política formal de não retaliação. O canal possibilita a qualquer pessoa relatar casos de má de conduta, violações a leis ou desvios aos nossos valores.

Em 2025, aprimoramos o monitoramento dos indicadores do canal e iniciamos *benchmarking* com relatórios setoriais. Os casos recebidos passaram a orientar ações preventivas e programas de capacitação conduzidos pela área de Gente e Cultura.

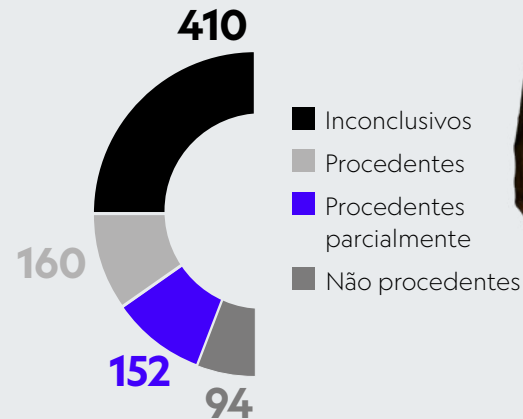
Incluimos pergunta específica sobre ética e o Canal de Ética na pesquisa de engajamento, obtendo nota média de 9,5 quanto ao conhecimento e conforto na utilização do canal.

As apurações são conduzidas pela área de Governança, Riscos e Compliance (GRC), com apoio do Comitê Executivo de Ética. Os resultados são reportados periodicamente ao Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças. Não foram identificadas ocorrências classificadas como de gravidade crítica com impacto material para a Companhia em 2025.

## Relatos recebidos em 2025



Dos 816 relatos apurados e finalizados, temos:



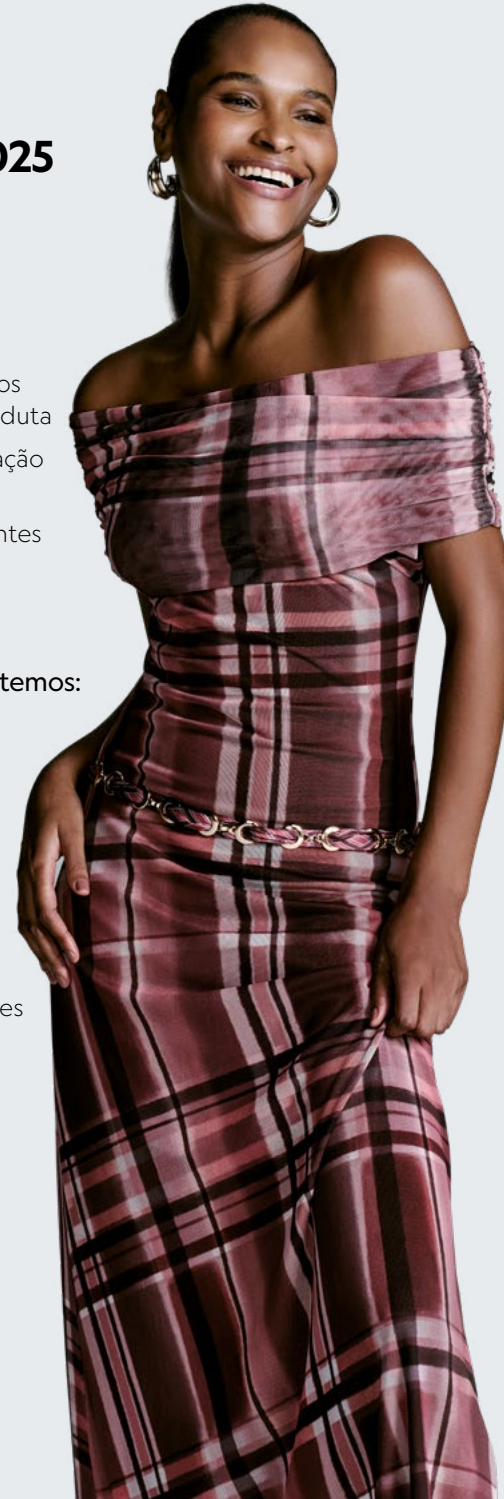
### CANAL DE ÉTICA C&A

Disponível todos os dias, 24 horas.

Telefone: 0800 591 8819

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

E-mail: [faleconosco@cea.com.br](mailto:faleconosco@cea.com.br)



## Reconhecimentos externos

Em 2025, registramos resultados positivos em avaliações externas relacionadas à nossa agenda de ética, integridade e *compliance*:

- No ciclo mais recente de avaliação do **Instituto Ethos**, melhoramos nosso desempenho no aprofundamento temático de Integridade, Prevenção e Combate à Corrupção, alcançando nota 9,0, acima dos resultados obtidos em 2023 (8,6) e 2024 (8,6). O resultado reflete a incorporação mais consistente de práticas de governança e a consolidação de processos internos.
- Fomos finalistas no **prêmio Leaders League**, que reconhece práticas corporativas em governança, integridade e *compliance*, na categoria Bens de Consumo.
- Avançamos em nossa jornada para a qualificação no **Selo Pró-Ética**, iniciativa da Controladoria-Geral da União (CGU) que reconhece empresas com programas de integridade efetivos. Em 2025, superamos a nota de corte da avaliação e nos preparamos para atender, no próximo ciclo, aos critérios necessários para a certificação.

# SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

GRI 3-3 – TEMAS MATERIAIS – TRANSPARÊNCIA E RELACIONAMENTO COM CLIENTES, 418-1

À medida que a tecnologia se consolida como base da operação da C&A, do relacionamento com a cliente à gestão de estoques, pagamentos e logística, a segurança da informação torna-se elemento estruturante da governança corporativa. Em 2025, fortalecemos a supervisão do tema, ampliando o envolvimento da alta liderança e do Conselho de Administração na definição de prioridades e no acompanhamento da evolução tecnológica, assegurando ainda maior alinhamento entre os investimentos em tecnologia e a execução da estratégia corporativa.

Além disso, a Companhia também fortaleceu controles e processos voltados aos principais vetores de risco observados no mercado, com ênfase em:

- governança de identidades e acessos;
- aprimoramento dos controles preventivos e de monitoramento;
- aumento da resiliência operacional;
- evolução da prontidão e da resposta a incidentes.

Atuamos para garantir a integridade de dados corporativos com base em práticas reconhecidas de mercado e em rotinas estruturadas de monitoramento e

controle. A agenda também se articula com auditoria e *compliance*, reforçando a disciplina na gestão e a confiabilidade das operações. Contamos com uma Política de Segurança da Informação e processos formais para identificar, avaliar e tratar vulnerabilidades, sempre orientados por critérios de conformidade e continuidade das operações. De forma complementar, possuímos uma Política Interna de Retenção de Dados alinhada à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), assegurando que os dados pessoais sejam tratados de forma segura, transparente e com finalidade legítima.

Disponibilizamos, em nosso *site*, um formulário de solicitação dos direitos dos titulares por meio do qual os titulares de dados podem exercer os direitos a respeito do tratamento de seus dados pessoais. Além disso, nossos contratos incluem cláusulas padrão para reforçar a conformidade no tratamento das informações pelos nossos fornecedores. Em 2025, não identificamos nenhuma queixa comprovada relacionada à violação da privacidade ou perda de dados de clientes. Não foram identificados casos de vazamentos, furtos ou perdas de dados que demandem divulgação, continuamos comprometidos com a proteção dos dados e a privacidade de nossos clientes, implementando rigorosas medidas de segurança e monitoramento contínuo.



## Prioridades estratégicas

- Fortalecimento da governança sobre acessos e identidades, com processos ainda mais consistentes.
- Ampliação e aumento de eficiência de práticas de revisão de acessos, assegurando aderência às funções e responsabilidades.
- Evolução dos controles sobre acessos críticos, com aumento da rastreabilidade e de disciplina operacional.
- Aprimoramento da capacidade de resposta a incidentes, com processos mais estruturados e maior prontidão organizacional.
- Avanços contínuos no fortalecimento dos controles preventivos e de monitoramento, com priorização de defesa baseada em risco.

Em outra frente, buscamos incluir ferramentas e soluções que ampliam a segurança das nossas clientes, sem comprometer a experiência. Um exemplo é o C&A Pay, que utiliza autenticação por biometria facial em compras físicas e digitais, elevando o nível de segurança das transações.

# GESTÃO DE RISCOS TCFD

Na C&A, a gestão de riscos é trabalhada de forma a proteger o presente e preservar nosso futuro. Monitoramos continuamente os principais riscos que podem impactar nossos negócios e comprometer a relação de longo prazo que estabelecemos com nossos *stakeholders*. Dispomos de uma estrutura voltada à governança de riscos, baseada no conceito das três linhas ([veja fluxograma](#)), envolvendo o compartilhamento de responsabilidades e o escalonamento de ações.

Adotamos processos para identificar, avaliar e monitorar riscos estratégicos, operacionais, financeiros e socioambientais, integrados ao modelo corporativo de gestão de riscos (ERM). O processo de identificação é conduzido pela Gerência de Governança, Riscos e Controles (GRC), com supervisão da Diretoria Executiva e acompanhamento do Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças (CARF) e do Comitê de Gente e ASG.

São utilizados instrumentos de análise, incluindo:

- mapeamento de processos críticos e da cadeia de valor;
- análise de riscos físicos (como eventos climáticos extremos, disponibilidade hídrica e temperaturas elevadas) e de riscos de transição (regulatórios, tecnológicos, de mercado e reputacionais);

- engajamento com *stakeholders* estratégicos;
- integração de cenários climáticos do IPCC e da IEA, alinhados às metas globais de limitação do aquecimento a 1,5 °C e 2 °C.

Os riscos identificados são classificados quanto à sua natureza e vinculados às respectivas áreas de negócio, responsáveis por sua gestão. Cada risco ou oportunidade é avaliado segundo critérios quantitativos e qualitativos, considerando:

- probabilidade de ocorrência e magnitude de impacto financeiro;
- correlação com riscos tradicionais, como crédito, liquidez e mercado;
- horizonte temporal de materialização (curto, médio e longo prazos);
- indicadores-chave de risco (KRI).

Essa abordagem permite estimar efeitos sobre receita, margens, custos operacionais, investimentos (Capex), despesas (Opex), fluxo de caixa, ativos e provisões. O monitoramento é realizado trimestralmente, com atualização da Matriz Integrada de Riscos pelo GRC e validação pela Diretoria Executiva.



A matriz corporativa é revisada pela Diretoria Executiva, pelo Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças (CARF) e pelo Conselho de Administração, garantindo coerência entre estratégia, apetite a risco e as decisões da C&A. Também estabelecemos diretrizes de apetite a risco alinhadas à nossa estratégia e capacidade financeira. Com base nessas diretrizes, definimos parâmetros de tolerância aprovados pelas instâncias de governança, que orientam a priorização dos riscos mais relevantes e as medidas para tratá-los.

Em 2025, a principal evolução da agenda de riscos no período foi a integração efetiva entre a matriz de riscos corporativos e os temas de sustentabilidade e mudanças climáticas, a partir do trabalho de adequação às novas normas CBPS 01 e CBPS 02 (equivalentes às normas internacionais IFRS S1 e S2, respectivamente) de divulgação financeira de sustentabilidade. Esse movimento possibilitou priorizar, dentro de nossos riscos estratégicos e operacionais, aqueles que possuem fatores associados a clima e sustentabilidade,

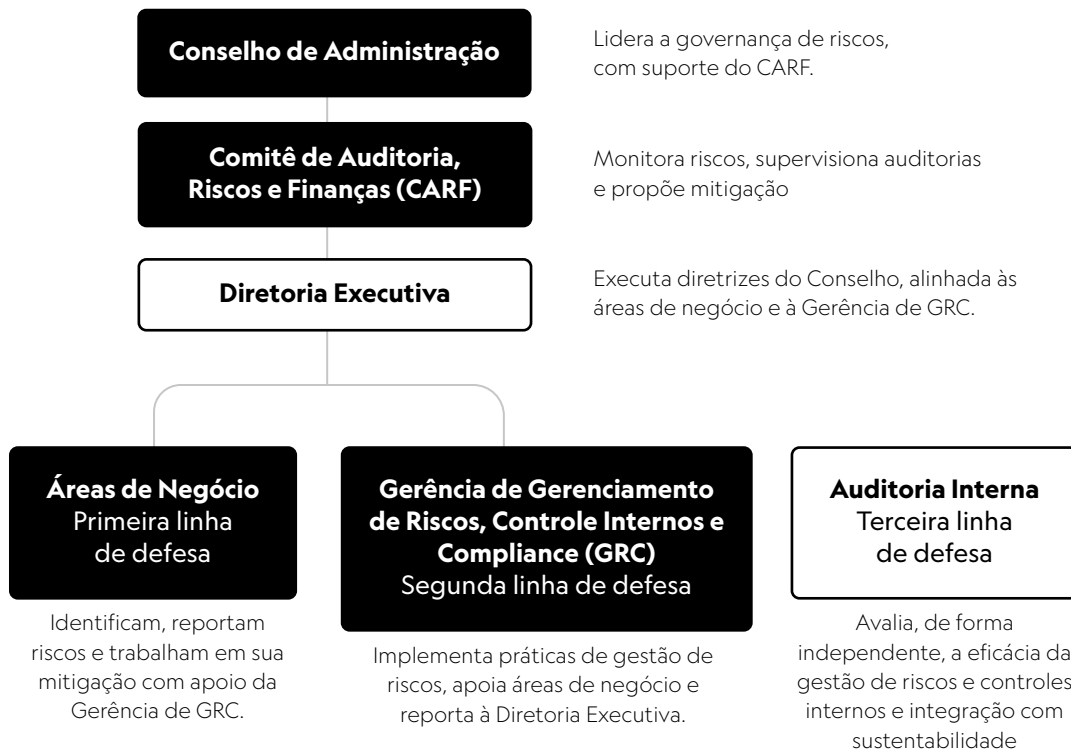
acrescentando uma nova camada de análise para apoiar a tomada de decisão. Por meio desse exercício, a gestão de riscos começou a operar de maneira integrada à agenda ASG, incorporando também essas dimensões.

A análise de riscos climáticos passou a considerar como eventos físicos e fatores de transição podem afetar a continuidade das operações, a eficiência dos processos e o desempenho financeiro do negócio. Para cada risco priorizado, são avaliados os efeitos em curto, médio e longo prazos, bem como seus potenciais impactos financeiros, incluindo reflexos em receita, margens, custos operacionais, investimentos (Capex), despesas (Opex) e capital de giro.

O processo incluiu a identificação de riscos climáticos físicos — como eventos extremos, alterações nos padrões de temperatura e disponibilidade hídrica — e de riscos de transição, relacionados a mudanças regulatórias, tecnológicas, de mercado e reputacionais.

Os riscos identificados são conectados aos temas materiais priorizados pela Companhia, permitindo visualizar como fatores climáticos influenciam decisões operacionais, financeiras e estratégicas. A abordagem contempla ainda potenciais impactos nas demonstrações financeiras, incluindo efeitos sobre resultado, fluxo de caixa e posição patrimonial, conforme a natureza e materialidade de cada risco. Com isso, fatores climáticos passam a integrar de forma mais direta o planejamento e as decisões financeiras do negócio.

## ESTRUTURA DA GOVERNANÇA DE RISCOS



## PRINCIPAIS RISCOS MONITORADOS EM 2025

Além do monitoramento contínuo da matriz corporativa, alguns temas receberam atenção prioritária ao longo de 2025. Entre os principais riscos acompanhados no período estão:



### Risco regulatório

A reforma tributária foi um dos temas centrais do ano, tanto pelo alcance das mudanças propostas quanto pelos potenciais impactos sobre a operação, a cadeia de fornecimento e a execução da estratégia. Foram conduzidas análises de impacto, simulações e adequações em sistemas e documentos fiscais, além do acompanhamento da adaptação de fornecedores às novas exigências legais.



### Risco de crédito (C&A Pay)

No âmbito dos serviços financeiros, foi acompanhado o comportamento da inadimplência, incluindo a análise de possíveis efeitos indiretos de eventos climáticos extremos sobre renda e capacidade de pagamento das clientes.



### Riscos climáticos físicos e de transição

**Físicos:** eventos climáticos extremos que podem impactar a assertividade das coleções, o modelo e a capacidade de distribuição logística, o risco de dependência de terceiros, além de possíveis impactos no modelo e na operação das lojas físicas.

**Transição:** alterações e/ou não cumprimento de legislação climática que possam impactar a dependência de terceiros.



### Riscos na cadeia de suprimentos

Foram monitorados riscos associados à concentração geográfica de fornecedores, à rastreabilidade e ao cumprimento de requisitos socioambientais, considerando potenciais impactos sobre custos e continuidade operacional.



### Riscos tecnológicos e de cibersegurança

Diante da crescente digitalização das operações, seguiram sob monitoramento riscos relacionados à segurança da informação, continuidade de sistemas e proteção de dados.



### SAIBA MAIS

Sobre os principais riscos monitorados no Relatório Financeiro de Sustentabilidade.

## PRÓXIMOS PASSOS

A partir da integração dos riscos climáticos à matriz corporativa, iniciamos, em dezembro de 2025, o mapeamento dos controles e planos de resposta associados aos principais riscos climáticos identificados. Esse trabalho seguirá ao longo de 2026, com o objetivo de detalhar ações e mecanismos de gestão voltados à redução da probabilidade de materialização desses riscos e à mitigação de seus impactos.



# ESTRATÉGIA

ODS 12 16



- O que nos faz seguir brilhando





# O QUE NOS FAZ SEGUIR BRILHANDO

Na C&A, estratégia, sustentabilidade e geração de valor caminham juntas. Acreditamos que o crescimento consistente de uma companhia nasce da capacidade de combinar visão de longo prazo, execução disciplinada e relevância contínua para a cliente. É essa combinação que orienta nossas decisões e sustenta um modelo de negócios preparado para evoluir junto com o mercado, responder às transformações do setor e capturar oportunidades de forma responsável e sustentável.

Nossa atuação parte de fundamentos claros: fortalecer a marca, oferecer um produto cada vez mais relevante, operar com eficiência e manter rigor na alocação de capital. Ao mesmo tempo, seguimos avançando em uma agenda de sustentabilidade integrada ao negócio, entendendo que competitividade e responsabilidade caminham lado a lado na construção de valor duradouro para todos os nossos *stakeholders*.

É a partir dessa visão que conduzimos o ciclo estratégico 2024-2026, estruturado na Estratégia Energia. O plano organiza nossas prioridades em três pilares centrais: Produto, Jornada Omni e Marca & Relacionamento, apoiados por três viabilizadores transversais: Tecnologia, Cultura e Sustentabilidade. Essa estrutura orienta nossas escolhas estratégicas, direciona investimentos e conecta toda a organização em torno de uma agenda clara de crescimento e transformação.

Em 2025, segundo ano desse ciclo, avançamos de forma consistente na execução das iniciativas estruturadas no ano anterior, aprofundando frentes que fortalecem nossa proposta de valor e ampliam a eficiência do negócio. Mantivemos foco na expansão de margens, na geração sólida de caixa e no fortalecimento do balanço, ao mesmo tempo que seguimos evoluindo na experiência da cliente e consolidando as bases para um crescimento sustentável no longo prazo.

**SAIBA MAIS**

[Sobre o desempenho financeiro e a geração de caixa](#)

## SOMOS IMPULSIONADOS PELA ENERGIA DAS NOSSAS CLIENTES

Quem encontra o look, sente!

Na C&A, tudo começa pela cliente. É a partir dela, de suas histórias, escolhas e formas de se expressar, que construímos nossas coleções, nossas campanhas e as experiências que oferecemos em cada ponto de contato com a marca.

Em 2025, aprofundamos essa escuta com a pesquisa “Quem encontra o look, sente”, que investigou o papel da moda no cotidiano das mulheres. O estudo revelou um *insight* simples e poderoso: quando alguém encontra o *look* certo, acontece algo além da escolha de uma peça de roupa. Surge uma sensação de confiança, pertencimento e autenticidade.

Esse olhar reafirma um princípio que acompanha a C&A há décadas: fazer uma moda democrática, inclusiva e conectada à vida real. Uma moda que celebra diferentes identidades, corpos e estilos de vida.

Essa visão inspirou campanhas, coleções e o desenvolvimento do novo conceito de Loja Energia C&A, que traduz no espaço físico uma experiência mais fluida, inspiradora e conectada ao ritmo contemporâneo de consumo.

Porque quando a cliente encontra o *look*, ela sente! E é nesse momento que a C&A acontece.



# PRODUTO

## CRIATIVIDADE, DADOS E VELOCIDADE

Na C&A, produto é o ponto de encontro entre estratégia, criatividade e comportamento do consumidor. É por meio dele que traduzimos tendências globais, cultura e tecnologia em coleções relevantes, acessíveis e conectadas ao cotidiano das pessoas.

Em 2025, avançamos de forma consistente na execução do pilar Produto da Estratégia Energia, fortalecendo um modelo de desenvolvimento de coleções mais orientado por dados, mais ágil e mais conectado às preferências das nossas clientes. Ao integrar inteligência analítica, criatividade e disciplina comercial, ampliamos nossa capacidade de oferecer o produto certo, no momento certo e pelo preço certo, fortalecendo a relevância da marca e contribuindo para a expansão consistente de vendas e margens.



## INTELIGÊNCIA DE DADOS A SERVIÇO DA MODA

A incorporação de tecnologia ao processo criativo tornou-se um dos principais vetores de evolução do produto. Em 2025, ampliamos o uso do Fashion AI Design, ferramenta baseada em inteligência artificial que apoia o desenvolvimento de novos produtos e amplia o sortimento com maior produtividade. A solução acelera o ciclo de criação e reduz o tempo entre concepção e chegada às lojas, permitindo respostas mais rápidas às tendências e aos sinais de demanda capturados no mercado.

Esse avanço se conecta à evolução da estratégia de sortimento dinâmico, que adapta a oferta de produtos ao perfil de consumo de cada loja. Ao considerar dados de vendas, preferências regionais e comportamento de compra, a iniciativa aumenta a aderência das coleções à demanda local, elevando a produtividade das lojas e melhorando o giro de estoque.

## VELOCIDADE COMO VANTAGEM COMPETITIVA

A maturidade do modelo Test & Learn consolidou um novo padrão de desenvolvimento de produto na Companhia. A metodologia permite testar produtos em pequena escala antes da ampliação de volumes, ajustando rapidamente cores, modelagens e categorias com base na resposta real das clientes.

Esse modelo fortalece a assertividade das coleções e reduz a necessidade de remarcações, ampliando o nível de vendas a preço cheio e contribuindo para a evolução consistente da margem bruta da Companhia.

Ao reduzir o intervalo entre criação, produção e comercialização, a C&A amplia sua capacidade de reagir rapidamente a mudanças de comportamento e tendências emergentes, um fator crítico em um setor cada vez mais dinâmico.



## CATEGORIAS ESTRATÉGICAS IMPULSIONAM CRESCIMENTO

O avanço do pilar Produto também se refletiu no fortalecimento de categorias estratégicas do portfólio, que ganharam maior protagonismo na jornada da cliente.

Categorias como Jeans, Lingerie, ACE e Beleza ampliaram sua relevância comercial e contribuíram para o aumento da produtividade das lojas. Entre elas, a vertical de Beleza se destaca como uma das principais avenidas de crescimento da Companhia, reforçando a complementaridade entre moda e categorias complementares, ampliando o *ticket* médio.

Ao mesmo tempo, como parte da disciplina de gestão do portfólio, a C&A concluiu a desmobilização da categoria de telefonia celular, reforçando o foco estratégico em moda, beleza e *lifestyle* e simplificando a operação.

## COLLABS: MODA COMO DIÁLOGO CULTURAL

As *collabs* consolidaram-se como uma importante plataforma de inovação e conexão cultural da marca. Mais do que lançamentos pontuais, essas iniciativas funcionam como laboratórios criativos que ampliam o território da C&A e reforçam sua presença no diálogo contemporâneo entre moda, arte e comportamento.

Em 2025, destacaram-se parcerias com *stylists* e criadores da cena nacional, que trouxeram novas leituras estéticas ao portfólio e estimularam exercícios de curadoria a partir das peças da coleção regular. Ao integrar produto, experiência e narrativa cultural, essas iniciativas ampliam o engajamento com a marca e fortalecem sua relevância junto às novas gerações de consumidores.

A estratégia de *collabs* também se desdobrou em uma parceria especial com um artista paraense, cocriada em conjunto com o Instituto C&A. A coleção cápsula, confeccionada em algodão mais sustentável e rastreável, trouxe estampas que valorizam a identidade local e os saberes tradicionais do território amazônico, ampliando o diálogo da marca com a diversidade cultural brasileira e reforçando seu compromisso com inovação responsável.



## QUALIDADE QUE SUSTENTA VALOR

A agenda de qualidade também evoluiu de forma estruturante. Em 2025, a C&A inaugurou o Centro de Excelência em Qualidade e Desenvolvimento Têxtil, em Blumenau (SC), fortalecendo o controle técnico e a padronização dos produtos da Companhia.

Com equipe especializada e laboratório dedicado, a estrutura permite realizar testes físicos e químicos e simulações de uso antes da produção em escala, elevando a consistência das coleções, reduzindo retrabalho e contribuindo para maior eficiência ao longo da cadeia produtiva.

## Destaques Produto C&A em 2025

- Design **ORIENTADO POR DADOS**

**FASHION AI DESIGN** apoia o desenvolvimento de coleções com maior velocidade e produtividade.

- **SORTIMENTO** dinâmico

Oferta de produtos adaptada ao **PERFIL DE CONSUMO** de cada loja.

- **TEST & LEARN** em escala

**EXPERIMENTAÇÃO ANTES DA AMPLIAÇÃO** de volumes, aumentando assertividade das coleções.

- Categorias estratégicas **FORTALECIDAS**

Jeans, Lingerie, ACE e Beleza **AMPLIANDO RELEVÂNCIA** no portfólio.

- *Collabs* **CRIATIVAS**

Parcerias com *stylists* e criadores que **AMPLIAM O TERRITÓRIO CULTURAL** da marca.

- **CENTRO DE EXCELÊNCIA** Têxtil

**NOVA ESTRUTURA** em Blumenau para testes e desenvolvimento de produto.



### LEIA MAIS

Detalhes sobre [cadeia de fornecimento](#)

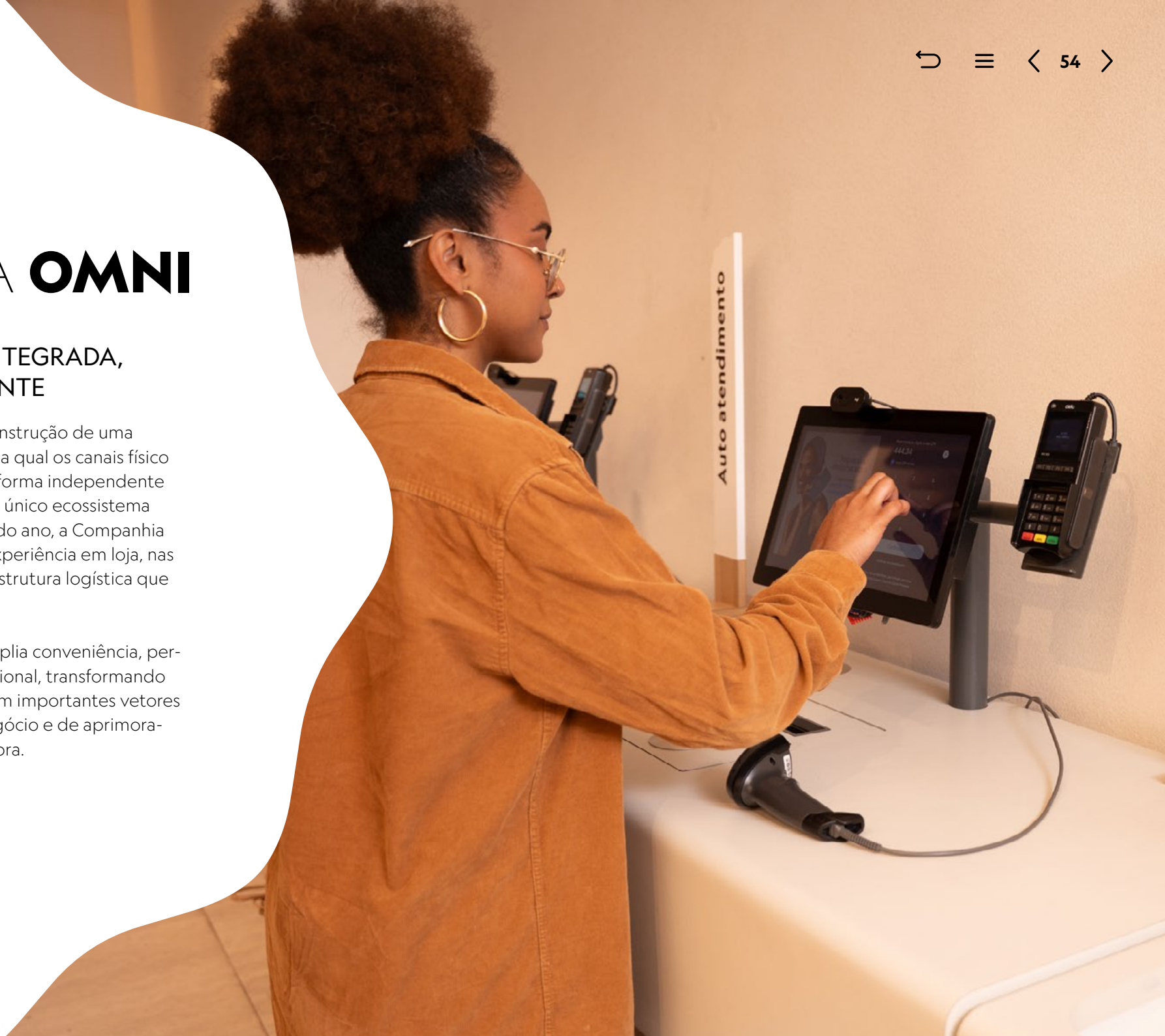
Consulte informações adicionais sobre [circularidade](#) e [matérias-primas mais sustentáveis](#)

# JORNADA **OMNI**

## UMA EXPERIÊNCIA INTEGRADA, MAIS FLUIDA E EFICIENTE

A C&A segue avançando na construção de uma jornada omnicanal integrada, na qual os canais físico e digital deixam de operar de forma independente e passam a funcionar como um único ecossistema centrado na cliente. Ao longo do ano, a Companhia evoluiu simultaneamente na experiência em loja, nas plataformas digitais e na infraestrutura logística que conecta toda a jornada.

Esse conjunto de iniciativas amplia conveniência, personalização e eficiência operacional, transformando dados, tecnologia e logística em importantes vetores de geração de valor para o negócio e de aprimoramento da experiência de compra.



## JORNADA OFF-LINE: EVOLUÇÃO DA EXPERIÊNCIA EM LOJA E PRODUTIVIDADE DO PARQUE FÍSICO

As lojas físicas seguem como elemento central da estratégia da C&A. Em 2025, a Companhia avançou na modernização e expansão do parque de lojas, reforçando seu papel como espaços de inspiração de moda, experimentação e relacionamento com a cliente.

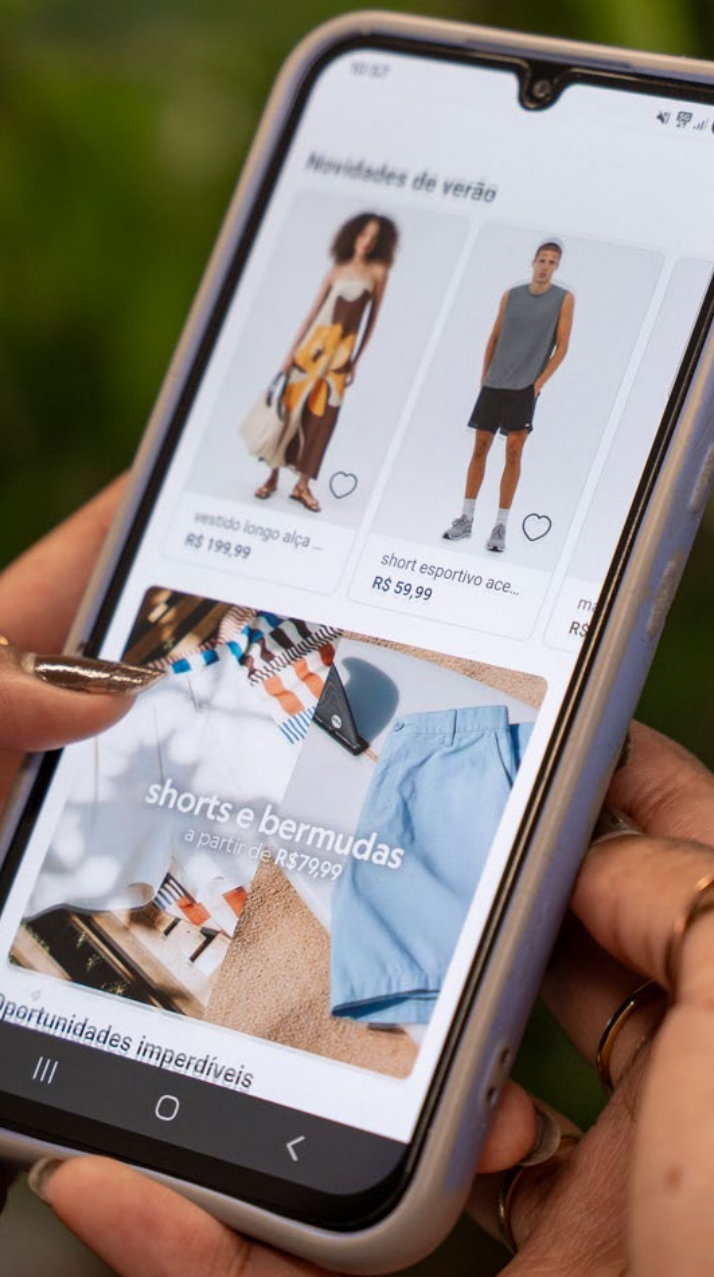
Um marco desse movimento foi a inauguração da primeira Loja Energia C&A, conceito que materializa a evolução da estratégia da Companhia ao combinar uma experiência de compra mais fluida com maior eficiência operacional. O novo formato traduz na loja física os avanços do programa Energia C&A e passa a orientar futuras reformas e aberturas, além de incorporar um novo espaço dedicado ao Movimento ReCiclo, reforçando o compromisso com a circularidade e a participação ativa da cliente como elemento essencial nessa jornada.

Ao longo do ano, foram realizadas 26 reformas, incluindo três no modelo Energia, fortalecendo a atratividade comercial e elevando o padrão de experiência nas lojas.

A expansão da rede também avançou, com 10 novas lojas inauguradas, ampliando a presença da marca em regiões estratégicas.

Outro destaque foi o avanço do Projeto Dispersão, iniciativa voltada à melhoria do sortimento e da produtividade das lojas por meio da regionalização da distribuição e da adaptação do *mix* de produtos ao perfil de consumo local. O projeto já está presente em cerca de 100 lojas e tem apresentado desempenho superior à média da rede.





## JORNADA ON-LINE: EVOLUÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS E PERSONALIZAÇÃO DA EXPERIÊNCIA

A jornada digital também avançou de forma relevante no período. A C&A evoluiu a estabilidade e a usabilidade do *site* e do aplicativo, ampliando o papel do digital como plataforma de descoberta, inspiração e conversão.

Entre os principais avanços está a implementação do AI Personal Shopper, ferramenta baseada em inteligência artificial que permite à cliente buscar produtos a partir de ocasiões ou estilos, recebendo recomendações personalizadas.

A jornada digital também evoluiu com o Provador Virtual, que auxilia na escolha do tamanho ideal das peças e contribui para uma experiência de compra mais assertiva.

Outra inovação foi a expansão da Home For You, vitrine personalizada construída a partir do histórico e das preferências de cada cliente.

Além disso, foram incorporados novos meios de pagamento, como Google Pay e Apple Pay, e evoluiu a integração da sacola entre *app*, *site* e loja física, tornando a jornada de compra mais fluida entre os canais.

## LOGÍSTICA E ENTREGA: INFRAESTRUTURA QUE SUSTENTA A JORNADA OMNICAL

Para sustentar essa evolução, a C&A iniciou uma transformação estrutural em sua cadeia logística, com a transição para uma malha logística regionalizada, combinando centros de distribuição, *hubs* urbanos e lojas para ampliar velocidade e flexibilidade no abastecimento.

Esse modelo aproxima os estoques dos principais centros de consumo, permitindo respostas mais rápidas às demandas das lojas e maior frequência de reposição.

Em paralelo, avanços em automação e gestão de estoques ampliaram a eficiência operacional, incluindo a expansão do modelo Push-Pull e a adoção de tecnologias como *pick-by-light* para maior velocidade e precisão na separação de pedidos.

Os canais de entrega também evoluíram, ampliando conveniência por meio de soluções como Ship from Store, Clique & Retire e modalidades expressas.



## CONEXÃO DA JORNADA: UM ECOSISTEMA INTEGRADO PARA GERAR VALOR

Ao conectar experiência em loja, evolução digital e infraestrutura logística, a C&A consolida um modelo omnicanal cada vez mais integrado.

Nesse ecossistema, os canais passam a atuar de forma complementar, ampliando a conveniência para a cliente, a eficiência operacional e a produtividade dos ativos, fortalecendo a capacidade de crescimento sustentável da Companhia.



### Destaques da evolução da jornada

- **NOVO CONCEITO** de Loja Energia C&A, que materializa a experiência integrada no ponto de venda
- **AVANÇO DA PERSONALIZAÇÃO DIGITAL** com inteligência artificial
- Implementação do **PROJETO DISPERSÃO** em aproximadamente 100 lojas
- **EVOLUÇÃO DA LOGÍSTICA REGIONALIZADA**, com *hubs* e maior velocidade de abastecimento
- **EXPANSÃO DOS CANAIS OMNICAL**, como Ship from Store e Clique & Retire

# Sortimento dinâmico

## 1 Inteligência comercial integrada

- Leitura da demanda
- Análise de desempenho por SKU (modelo/cor/tamanho) e por loja
- Histórico de compra e perfil regional
- Monitoramento contínuo de vendas e comportamento



**Inteligência comercial integrada** conecta demanda, estoque e canais, gerando valor para o negócio e para a cliente.



## 2 Personalização do mix por loja, com estoque integrado entre físico e digital

- Alocação e reposição
- Distribuição personalizada por loja
- Ajuste dinâmico de volumes
- Reposição orientada por performance

## 4 Impacto para o negócio e para a cliente

### Para a cliente

- Maior aderência do sortimento ao perfil local
- Menor ruptura e maior consistência entre canais

### Para o negócio

- Giro de estoque mais eficiente e menor necessidade de remarcação
- Melhor uso da malha logística
- Capital alocado com maior precisão



## 3 Ciclo contínuo entre demanda, abastecimento e venda

- Estoque conectado
- Integração entre centros de distribuição, lojas e hubs
- Estoque único para canais físico e digital
- Base única para venda on-line e off-line

# MARCA & RELACIONAMENTO

## FORTALECIMENTO DA MARCA, DADOS E RECORRÊNCIA COMO ALAVANCAS DE VALOR

Em 2025, Marca & Relacionamento consolidou-se como um dos principais vetores estratégicos de geração de valor da C&A. O posicionamento “A gente se encontra na C&A”, lançado no fim de 2024, evoluiu de plataforma criativa para um eixo estruturante da atuação da Companhia, orientando campanhas de comunicação, ativações culturais e a integração entre marca, produto e experiência.

Ao longo do ano, reforçamos o papel da C&A como uma marca relevante e conectada ao cotidiano das clientes, ampliando simultaneamente a conexão emocional com a moda e a capacidade de geração de valor a partir do relacionamento com a base.



## MARCA RELEVANTE E CONECTADA À CULTURA

A campanha “Quem encontra o look, sente” aprofundou essa narrativa ao conectar moda, identidade e expressão individual, reforçando atributos de reconhecimento, acolhimento e empoderamento.

A marca ampliou sua presença em territórios culturais relevantes, fortalecendo a proximidade com o cotidiano das clientes. Entre os destaques estão as ativações durante o Carnaval de 2025, com iniciativas no Arpoador, participação no Festival de Verão e o lançamento da coleção Do Bloco ao Baile, além de campanhas sazonais estratégicas como Dia das Mães e Natal.

A participação em eventos culturais como o Todo Mundo no Rio também contribuiu para consolidar a percepção da C&A como uma marca contemporânea e culturalmente conectada.

Esse fortalecimento de posicionamento se refletiu em reconhecimento externo e reputacional. Em 2025, a C&A conquistou o primeiro lugar na categoria Everyday Fashion do *ranking* World’s Best Brands – Brazil, desenvolvido pela TIME em parceria com a Statista, além de receber, pelo quarto ano consecutivo, o prêmio Marca dos Cariocas na categoria Moda Feminina.



## INTEGRAÇÃO ENTRE MARCA, PRODUTO E EXPERIÊNCIA

A evolução da marca foi acompanhada por uma integração cada vez maior entre comunicação, sortimento e jornada de compra. As campanhas passaram a dialogar diretamente com as coleções e com a experiência nos diferentes canais, garantindo consistência entre o que a marca comunica e o que a cliente encontra nas lojas e nas plataformas digitais.

A leitura contínua de dados de comportamento e engajamento também passou a orientar a construção de narrativas mais precisas e relevantes, fortalecendo a consistência da marca em todos os pontos de contato – no físico, no digital e nas interações financeiras.

## DADOS E RELACIONAMENTO IMPULSIONAM RECORRÊNCIA

A agenda de relacionamento evoluiu com o aprofundamento do uso de dados e personalização, ampliando a recorrência e engajamento da base de clientes.

O programa C&A&VC consolidou-se como plataforma estratégica de fidelização, conectando benefícios, experiências digitais e CRM para construir jornadas mais personalizadas e fortalecer o vínculo da cliente com a marca ao longo do tempo.

O C&A Pay desempenhou papel central nessa estratégia. Como cartão 100% digital e exclusivo dos canais C&A, tornou-se um importante instrumento de recorrência e frequência de compra. Em 2025, clientes usuárias do C&A Pay, compraram, em média, duas vezes mais do que aquelas que não utilizam a plataforma, e a participação do produto nas vendas evoluiu de 25,5% para 27,5%.

A integração ao aplicativo e o uso de biometria facial ampliaram segurança e conveniência, enquanto o uso estruturado de dados permitiu aprimorar estratégias de reengajamento da base ativa.

O WhatsApp também se consolidou como canal estratégico de relacionamento. A implementação de funcionalidades como pagamento de fatura por Pix via copiar e colar e o envio de lembretes antes do vencimento ampliaram conveniência para as clientes e contribuíram para reduzir inadimplência sem comprometer a confiança na relação com a marca.



## Posicionamento consolidado

**“A gente se encontra na C&A” como eixo estruturante da comunicação e experiência da marca.**

### Reconhecimento de marca

- 1º lugar na categoria Everyday Fashion do *ranking* World's Best Brands – Brazil (TIME + Statista).
- 4º ano consecutivo – Marcas mais amada pelos cariocas

### Relacionamento e fidelização

- Clientes que utilizam C&A Pay compram, em média, 2 vezes mais
- Crescimento da participação nas vendas
- C&A Pay evoluiu de 25,5% para 27,5% das vendas

# TECNOLOGIA

## DE VIABILIZADORA A DIFERENCIAL COMPETITIVO

A tecnologia tornou-se um dos principais viabilizadores da Estratégia Energia e hoje está integrada às decisões centrais do negócio. Mais do que suporte operacional, passou a atuar diretamente na construção de vantagens competitivas, apoiando decisões comerciais, logísticas e de relacionamento com a cliente.

Esse avanço reflete uma transformação iniciada após o IPO da Companhia, quando a C&A passou a investir de forma estruturada na modernização de sua arquitetura tecnológica. A migração para infraestrutura em nuvem, a evolução da arquitetura de dados, a digitalização do ciclo de vida do produto por meio do PLM Digital, a implementação de RFID (Radio-Frequency Identification) nas lojas e a expansão dos canais digitais criaram as bases para um modelo mais integrado e orientado por dados.

Com a implementação da Estratégia Energia, entramos em uma nova etapa: transformar essa infraestrutura tecnológica em impacto direto sobre receita, margem e produtividade.





## INTELIGÊNCIA DE DADOS INTEGRADA AO NEGÓCIO

Em 2025, avançamos na integração entre dados, negócio e operação. O Hub de Inteligência Comercial tornou-se um dos principais instrumentos dessa transformação ao consolidar informações de vendas, estoques, comportamento de navegação, clima e regionalidade em uma única camada analítica.

Essa inteligência passou a orientar decisões de sortimento, reposição e precificação com maior velocidade e precisão, reduzindo rupturas, ampliando o giro de estoque e fortalecendo a rentabilidade das operações.

Ao aproximar dados da tomada de decisão, a tecnologia passou a atuar diretamente na melhoria da eficiência comercial e na capacidade de resposta da Companhia às dinâmicas do mercado.

## INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL APLICADA À OPERAÇÃO

O uso estruturado de inteligência artificial (IA) ampliou essa capacidade analítica e passou a apoiar decisões em múltiplas frentes do negócio.

A IA já está presente em diferentes etapas da operação, da criação e desenvolvimento de produto à personalização da experiência digital, passando por modelos de precificação, previsão de demanda e otimização logística.

Mais do que digitalizar processos existentes, a Companhia avançou para um modelo em que tecnologia e negócio evoluem de forma integrada, com soluções desenvolvidas para responder diretamente a desafios comerciais e operacionais.

## TECNOLOGIA COMO BASE DA EFICIÊNCIA OPERACIONAL

A transformação logística também foi sustentada por avanços tecnológicos relevantes. A regionalização da malha logística, combinada à automação e mecanização dos centros de distribuição, ampliou a eficiência operacional e reduziu prazos de envio.

Tecnologias aplicadas à gestão da cadeia de suprimentos passaram a equilibrar disponibilidade de produtos, capital de giro e nível de serviço, fortalecendo a resiliência do modelo operacional da Companhia.

Nos canais digitais, a evolução do *site* e do aplicativo ampliou estabilidade, conversão e personalização, consolidando o digital como um vetor relevante de crescimento. Ao mesmo tempo, ferramentas integradas ao aplicativo utilizado pelos associados permitem consultar estoques em tempo real e apoiar o atendimento consultivo nas lojas, conectando os ambientes físico e digital em uma única jornada.

A tecnologia, cada vez mais, passa a atuar como **diferencial competitivo estruturante**

## PRÓXIMA ETAPA: TECH & AI COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

A C&A inicia agora uma nova etapa de sua agenda tecnológica, estruturada no plano Tech-IA, com foco em quatro frentes principais:

- experiência da cliente, com jornadas digitais mais fluidas e personalizadas;
- inteligência de produto, apoiando decisões de desenvolvimento e sortimento;
- hiperpersonalização, ampliando relevância nas interações com a cliente;
- produtividade operacional, por meio de automação e uso avançado de dados.

Nesse contexto, a tecnologia deixa de ser apenas infraestrutura e passa a atuar como um diferencial competitivo estruturante, impulsionando geração de valor de forma cada vez mais integrada à estratégia e às operações da Companhia.



## Bases digitais da Estratégia Energia

- Arquitetura de dados **EM NUVEM**
- Infraestrutura tecnológica mais **ESCALÁVEL E INTEGRADA**
- **HUB** de Inteligência Comercial
- **INTEGRAÇÃO DE DADOS** de vendas, estoques e comportamento da cliente
- Inteligência artificial **APLICADA AO NEGÓCIO**
- **USO DE IA** em produto, personalização digital, precificação e logística
- **RFID** nas lojas
- **MAIOR VISIBILIDADE** de estoque e integração entre canais
- **AUTOMAÇÃO** logística
- **MAIOR EFICIÊNCIA** e velocidade na cadeia de suprimentos

# CULTURA

## GENTE COMO MOTOR DA ESTRATÉGIA ENERGIA

Na C&A, entendemos a cultura como um dos principais viabilizadores da estratégia. Em uma operação de grande escala e presença nacional, são os associados e associadas que transformam direcionamentos estratégicos em experiências concretas para a cliente, na loja, no digital, na cadeia de suprimentos e em cada ponto de contato com a marca.

A Estratégia Energia, ao acelerar a evolução do produto, a integração entre canais, o uso intensivo de dados e inteligência artificial e a modernização da operação, exige uma organização cada vez mais preparada, colaborativa e orientada a resultados. Essa transformação só é possível com times engajados, alinhados a um propósito comum e capacitados para atuar em um ambiente mais dinâmico e orientado por tecnologia.





Ao longo de 2025, avançamos no fortalecimento das capacidades críticas para o negócio. Intensificamos programas de desenvolvimento de lideranças, ampliamos trilhas de capacitação técnica e digital e fortalecemos a formação contínua nas lojas e áreas corporativas. A agenda de treinamento passou a incorporar conteúdos relacionados a tecnologia, dados, experiência da cliente e novos modelos de atendimento, para que a evolução estratégica seja acompanhada pela evolução das competências internas.

Também aprofundamos iniciativas voltadas à escuta ativa e ao engajamento, reforçando a cultura de proximidade e diálogo. Em um ano de intensa transformação operacional e tecnológica, manter clareza de direcionamento e

alinhamento cultural foi fundamental para sustentar execução consistente e disciplina estratégica.

Acreditamos que cultura não é apenas ambiente, mas um ativo estratégico que sustenta produtividade, inovação e qualidade na entrega. Ao reconhecer a centralidade das pessoas na execução da Estratégia Energia, reforçamos nosso compromisso com o desenvolvimento contínuo, a diversidade e a construção de um ambiente que estimule protagonismo e responsabilidade compartilhada pelos resultados.

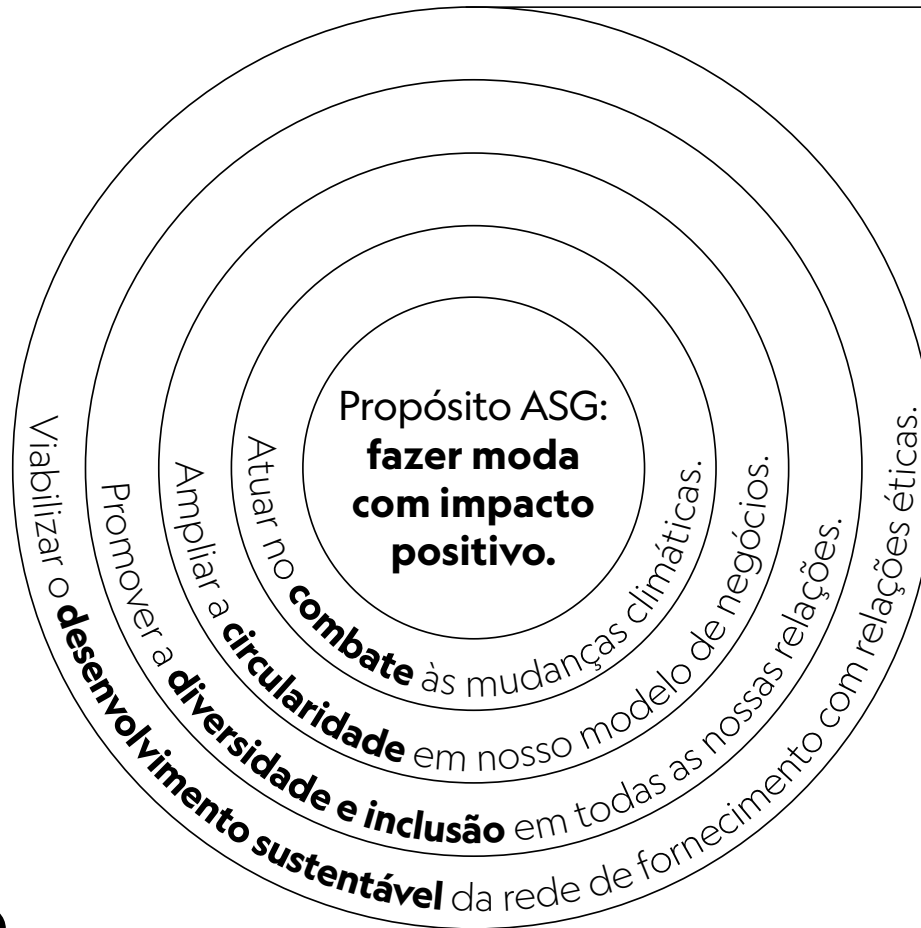
As iniciativas e os indicadores dessa agenda são detalhados no capítulo "[Gente e Cultura](#)", que aprofunda a conexão entre cultura, desenvolvimento de talentos e desempenho sustentável da Companhia.

Acreditamos que a  
**cultura é um ativo estratégico**

---

# ESTRATÉGIA

## ASG



## Comunicação e Reputação

Potencializar o pilar de ASG da C&A pelo reconhecimento do mercado

## Ambição

Transformar a C&A em referência em ASG e DE&I no varejo de moda brasileiro

# SUSTENTABILIDADE

Na C&A, a Estratégia de Sustentabilidade 2030 define os direcionadores de longo prazo do negócio e orienta nossas prioridades de crescimento, eficiência e fortalecimento de marca.

A Estratégia ASG (ambiental, social e de governança) integra esse direcionamento e traduz nossa ambição de fazer moda com impacto positivo em compromissos públicos e metas concretas até 2030.

Em um setor de alta escala e complexidade como o varejo de moda, esses compromissos conectam impacto socioambiental, governança e desempenho operacional, integrando-se à gestão da Companhia e às decisões de investimento. Organizada em quatro pilares – mudanças climáticas, circularidade, rede de fornecimento, e diversidade e inclusão –, a agenda fortalece a resiliência do modelo de negócio e amplia nossa capacidade de geração de valor no longo prazo.



## SAIBA MAIS

As iniciativas, metas e resultados associados a cada um desses pilares são apresentados no capítulo [“Moda com impacto positivo”](#).

## PILARES DA ESTRATÉGIA ASG



### Mudanças climáticas

Estamos determinados a enfrentar o desafio global das mudanças climáticas com iniciativas estruturadas e objetivos claros e mensuráveis. Em 2025, tivemos aprovada pela Science Based Targets Initiative (SBTi) nossa nova meta de redução de emissões, alinhada ao cenário de 1,5 °C: reduzir em 42% nossas emissões de gases de efeito estufa (escopos 1, 2 e 3) até 2030, ampliando a ambição anterior, que era de 30%.



### Rede de fornecimento

Nosso objetivo é consolidar uma rede de fornecimento alinhada aos princípios ASG, capaz de enfrentar desafios e inovar para gerar impacto positivo de forma duradoura. Atuamos para fortalecer padrões socioambientais ao longo da cadeia de valor, para que a sustentabilidade esteja presente nas principais etapas.



### Circularidade

Entendemos que a transição para uma economia circular é um desafio estrutural para o setor e também uma oportunidade de transformação. Assumimos o compromisso de incorporar princípios de circularidade em 50% dos produtos até 2030, considerando desde o design até a produção e os próximos ciclos de uso. Em vez de pensar em “fim de vida”, adotamos a lógica de “fim de uso”, ampliando o potencial de reaproveitamento e prolongamento do ciclo dos produtos.



### Diversidade e inclusão

Buscamos consolidar um ambiente inclusivo que reflita a pluralidade das nossas clientes e da sociedade brasileira. Promovemos a equidade e a diversidade, com metas públicas para ampliar a presença de mulheres, pessoas negras e indígenas em posições estratégicas até 2030.

# LOJA ENERGIA C&A

## A MATERIALIZAÇÃO DA ESTRATÉGIA ENERGIA

Em 2025, a C&A avançou na execução da Estratégia Energia com a implementação do novo conceito de Loja Energia C&A, que consolida, no ambiente físico, a integração entre produto, tecnologia, jornada omnicanal e relacionamento, com foco direto em produtividade, eficiência e geração de valor.

A primeira unidade foi inaugurada no Shopping Center Norte, em São Paulo, após mais de um ano de testes e experimentações em lojas-laboratório. O modelo foi desenvolvido a partir de pesquisa estruturada com clientes e validação operacional, reduzindo risco de implementação e garantindo maior previsibilidade de resultados. Ao longo do ano, outras duas lojas no formato Energia foram abertas, totalizando três unidades em 2025. Os resultados iniciais superaram as expectativas.





O modelo combina dois modos complementares de jornada, *fast* e *slow*, que equilibram agilidade transacional e experiência inspiradora, ampliando conversão e permanência em loja. Recursos como *self-checkout*, biometria integrada ao C&A Pay e provadores inteligentes reduzem fricções e aumentam eficiência de atendimento.

A integração digital é estruturante: consulta de estoque em tempo real, solicitação de tamanhos via *app* e finalização de compra integrada fortalecem a conversão e diminuem rupturas. A reorganização do *layout* e o destaque a categorias estratégicas elevam a clareza do sortimento e contribuem para maior rentabilidade por metro quadrado.

Sob a ótica operacional, o conceito também melhora a alocação de capital. A leitura mais precisa do sortimento, reposições mais frequentes e integração com o modelo *Push-Pull* ampliam disponibilidade, reduzem estoques improdutivos e fortalecem o giro. A regionalização logística complementa essa equação ao reduzir prazos e aumentar eficiência da cadeia.

A sustentabilidade está incorporada ao projeto, com energia 100% renovável e soluções de circularidade como o Movimento ReCiclo, alinhando eficiência operacional e gestão de risco socioambiental.

A Loja Energia C&A não é apenas um novo formato de loja, mas um modelo escalável que orienta futuras aberturas e reformas, funcionando como plataforma de captura de produtividade e modernização da rede. Ao traduzir estratégia em execução disciplinada, o conceito reforça nossa capacidade de crescer com rentabilidade e fortalecer o retorno sobre o capital investido.



# MODA COM **IMPACTO POSITIVO**

ODS 5 6 8 11 12 13 14 15 17



- Compromissos 2030
- Nosso impacto socioambiental



# COMPROMISSOS 2030

Em alinhamento com nosso propósito de fazer moda com impacto positivo, e conscientes do papel que exercemos na cadeia do varejo de moda e têxtil, definimos, em 2022, um conjunto de compromissos públicos a serem alcançados até 2030.

Esses compromissos são convergentes aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU e estruturados sobre a nossa matriz de dupla materialidade, que identifica os temas mais relevantes sob a perspectiva de impacto socioambiental e de riscos e oportunidades para o negócio ([saiba mais](#)). A agenda abrange mudanças climáticas, circularidade, rede de fornecimento e diversidade, orientando decisões relacionadas a produto, abastecimento, operações e gestão de pessoas ao longo de toda a cadeia de valor.

Cada meta possui métricas técnicas definidas, cronograma de implementação e indicadores de acompanhamento integrados aos processos de gestão e reporte. O monitoramento ocorre de forma recorrente pela área de ASG, com reporte aos fóruns executivos e

supervisão do Comitê de Gente e ASG e do Conselho de Administração. Essa estrutura assegura disciplina de execução, transparência e capacidade de realinhamento estratégico diante de mudanças regulatórias, evolução tecnológica ou novas expectativas de mercado.

Em 2025, avançamos na consolidação dessa governança e na integração efetiva da agenda ASG à estratégia corporativa. A sustentabilidade passou a ser tratada de forma ainda mais explícita como vetor de mitigação de riscos, eficiência operacional e fortalecimento de marca. Ao conectar compromissos de longo prazo à gestão do negócio, reforçamos a resiliência do modelo operacional e ampliamos nossa capacidade de geração de valor sustentável para clientes, colaboradores, fornecedores e acionistas.

O desempenho atualizado das metas 2030 e os principais avanços do exercício estão detalhados nas páginas a seguir, com os direcionadores estratégicos para a continuidade da jornada



# NOSSOS COMPROMISSOS **ATÉ 2030**

PILAR ESTRATÉGIA ASG E ODS	COMPROMISSO	META 2030	DESEMPENHO												
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mudanças climáticas</li> <li>Rede de fornecimento</li> </ul> <p><b>13</b></p>	Contribuir para o enfrentamento global das mudanças climáticas	Reduzir em <b>42%</b> nossas emissões absolutas de CO <sub>2</sub> (escopos 1, 2 e 3), tendo 2023 como ano-base	<p>Meta aprovada em 2025 pelo SBTi. O reporte referente ao <i>status</i> dessa meta acontecerá nos próximos ciclos.</p> <table border="1"> <caption>Progresso de redução de emissões de CO<sub>2</sub></caption> <thead> <tr> <th>Ano</th> <th>Progresso</th> <th>Meta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023</td> <td>66%</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>70,6%</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>72,2%</td> <td>80%</td> </tr> </tbody> </table>	Ano	Progresso	Meta	2023	66%	80%	2024	70,6%	80%	2025	72,2%	80%
Ano	Progresso	Meta													
2023	66%	80%													
2024	70,6%	80%													
2025	72,2%	80%													
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mudanças climáticas</li> <li>Rede de fornecimento</li> </ul> <p><b>8 12 13 15 17</b></p>	Aumentar o uso de matérias-primas mais sustentáveis	<b>80%</b> das matérias-primas principais devem ser de origem sustentável, considerando algodão, viscose e poliéster	<table border="1"> <caption>Progresso de uso de matérias-primas sustentáveis</caption> <thead> <tr> <th>Ano</th> <th>Progresso</th> <th>Meta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023</td> <td>66%</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>70,6%</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>72,2%</td> <td>80%</td> </tr> </tbody> </table>	Ano	Progresso	Meta	2023	66%	80%	2024	70,6%	80%	2025	72,2%	80%
Ano	Progresso	Meta													
2023	66%	80%													
2024	70,6%	80%													
2025	72,2%	80%													
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mudanças climáticas</li> </ul> <p><b>12 13 17</b></p>	Buscar a eliminação da poluição plástica	Reduzir em <b>50%</b> o plástico de uso único nas nossas operações, lojas e e-commerce	<table border="1"> <caption>Progresso de redução de plástico de uso único</caption> <thead> <tr> <th>Ano</th> <th>Progresso</th> <th>Meta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023</td> <td>15%</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>29%</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>41%</td> <td>50%</td> </tr> </tbody> </table>	Ano	Progresso	Meta	2023	15%	50%	2024	29%	50%	2025	41%	50%
Ano	Progresso	Meta													
2023	15%	50%													
2024	29%	50%													
2025	41%	50%													
<ul style="list-style-type: none"> <li>Circularidade</li> <li>Rede de fornecimento</li> </ul> <p><b>12 13 17</b></p>	Inovar e conectar princípios de circularidade no negócio e no produto	<b>50%</b> dos produtos devem incluir princípios de circularidade	<table border="1"> <caption>Progresso de princípios de circularidade</caption> <thead> <tr> <th>Ano</th> <th>Progresso</th> <th>Meta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023</td> <td>0,02%</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>34%</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>37%</td> <td>50%</td> </tr> </tbody> </table>	Ano	Progresso	Meta	2023	0,02%	50%	2024	34%	50%	2025	37%	50%
Ano	Progresso	Meta													
2023	0,02%	50%													
2024	34%	50%													
2025	37%	50%													
<ul style="list-style-type: none"> <li>Diversidade e inclusão</li> </ul> <p><b>5 8</b></p>	Promover a equidade na liderança	Ter <b>60%</b> de mulheres em posição de liderança (a partir de cargos gerenciais)	<table border="1"> <caption>Progresso de mulheres em liderança</caption> <thead> <tr> <th>Ano</th> <th>Progresso</th> <th>Meta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023</td> <td>66%</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>66%</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>64%</td> <td>60%</td> </tr> </tbody> </table>	Ano	Progresso	Meta	2023	66%	60%	2024	66%	60%	2025	64%	60%
Ano	Progresso	Meta													
2023	66%	60%													
2024	66%	60%													
2025	64%	60%													
<ul style="list-style-type: none"> <li>Diversidade e inclusão</li> </ul> <p><b>8 18</b></p>	Promover a diversidade na liderança	Ter <b>30%</b> de negros e indígenas em posição de liderança (a partir de cargos gerenciais)	<table border="1"> <caption>Progresso de diversidade na liderança</caption> <thead> <tr> <th>Ano</th> <th>Progresso</th> <th>Meta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023</td> <td>26%</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>30%</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>31%</td> <td>30%</td> </tr> </tbody> </table>	Ano	Progresso	Meta	2023	26%	30%	2024	30%	30%	2025	31%	30%
Ano	Progresso	Meta													
2023	26%	30%													
2024	30%	30%													
2025	31%	30%													

# NOSSO IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

## MUDANÇAS CLIMÁTICAS

GRI 3-3 TEMAS MATERIAIS - MUDANÇAS CLIMÁTICAS ODS 13

### TRANSIÇÃO CLIMÁTICA COMO AGENDA ESTRATÉGICA

As mudanças climáticas representam um dos principais desafios estruturais para o setor de moda. Seus efeitos, da volatilidade de matérias-primas aos eventos climáticos extremos e às crescentes exigências regulatórias, impactam diretamente custos, cadeia de fornecimento, disponibilidade de insumos e comportamento de consumo. Na C&A, tratamos essa agenda como tema central da estratégia corporativa e da gestão de riscos de longo prazo.

Em 2025, alcançamos um marco relevante com a aprovação, pela Science Based Targets Initiative (SBTi), da nossa nova meta climática alinhada ao cenário de limitação do aquecimento global a 1,5 °C. Assumimos o compromisso de reduzir em 42% nossas emissões absolutas de gases de efeito estufa até 2030, ampliando a ambição anterior de 30%. Essa evolução reforça



nossa responsabilidade na transição para uma economia de baixo carbono e posiciona a Companhia em linha com as melhores práticas internacionais.

A meta está ancorada em um Plano de Redução de Emissões aprovado no período, que orienta decisões relacionadas à eficiência energética, matriz elétrica, logística e rede de fornecimento. Em paralelo, atualizamos nossa matriz de riscos e oportunidades climáticas, incorporando cenários de transição e riscos físicos às análises estratégicas.

A governança da agenda climática envolve acompanhamento recorrente pelos fóruns executivos e supervisão do Conselho de Administração, assegurando disciplina na execução e alinhamento entre ambição e prática. Essa gestão também envolve indicadores vinculados à remuneração variável da liderança executiva, reforçando sua integração à estratégia do negócio.

A aprovação da nova meta passou a orientar decisões práticas em diferentes frentes da Companhia. Em 2025, estruturamos esse plano com foco nas principais fontes emissoras, detalhando as alavancas de descarbonização nos escopos 1 (emissões diretas), 2 (emissões associadas ao consumo de energia) e 3 (emissões relacionadas à cadeia de valor) e organizando a implementação das ações previstas para os próximos anos. Paralelamente, avançamos na consolidação de um Plano de Transição Climática, que sistematizará a adaptação do modelo de negócios diante dos riscos e oportunidades associados às mudanças climáticas. A conclusão desse instrumento está prevista para o próximo ciclo de reporte.

Em 2025, as emissões totais da C&A somaram 339 mil tCO<sub>2</sub>e, distribuídas entre os escopos 1, 2 e 3. O perfil do inventário confirma uma característica do varejo de moda: a predominância das emissões na cadeia de valor.



#### CONFIRA AQUI

Os detalhes do [nosso inventário de gases do efeito estufa](#).

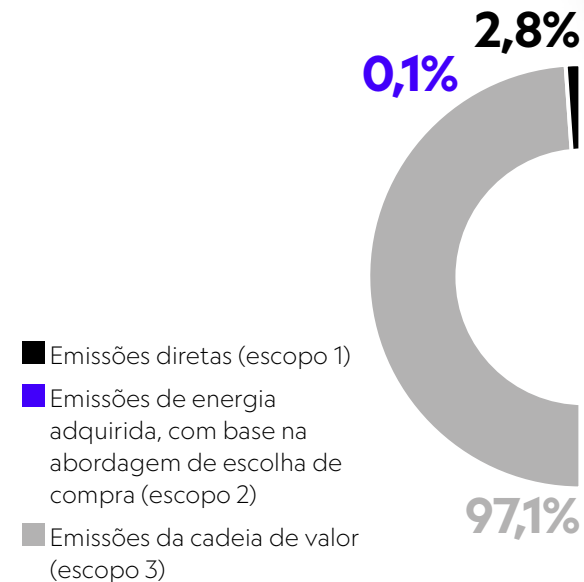


#### SAIBA MAIS

Sobre os riscos e oportunidades relacionados a mudanças climáticas no Relatório Financeiro de Sustentabilidade.

## Estamos comprometidos com a **transição para uma economia de baixo carbono**

### PERFIL DE EMISSÕES



## EMISSÕES DIRETAS

As emissões diretas da C&A representaram 2,8% do total registrado em 2025 e estão associadas principalmente aos sistemas de climatização das lojas e centros de distribuição (99,5%), especialmente ao uso de gases refrigerantes. Ainda que tenham menor participação relativa, essas emissões permitem intervenções diretas com impacto mais imediato. Por isso, nossa atuação está focada na modernização gradual dos sistemas de ar-condicionado, com substituição por equipamentos mais eficientes e utilização de fluidos refrigerantes de menor potencial de aquecimento global. Essa frente reduz emissões fugitivas e contribui para ganhos de eficiência energética.

No ano, registramos crescimento de 50% em relação a 2024, como resultado de maior aquisição de gases refrigerantes para manutenção de sistemas de ar-condicionado.



## EMISSÕES DE ENERGIA ADQUIRIDA

Com a aquisição de energia renovável no mercado livre e de I-RECs (certificados internacionais que atestam a origem renovável da eletricidade consumida), as emissões associadas à energia adquirida corresponderam a quase zero no total de emissões em 2025, considerando a eletricidade utilizada nas lojas, centros de distribuição e escritórios. Além disso, possuímos 10 lojas abastecidas por três usinas solares das regiões do Rio de Janeiro e do Distrito Federal. A continuidade desse modelo sustenta o compromisso de manter emissões zero nesse escopo até 2030.

De forma complementar, buscamos reduzir o consumo de energia. Como parte das ações de eficiência energética, nossas lojas operam com soluções de eficiência energética, como iluminação 100% LED e automação de monitoramento remoto para funcionamento de luzes e ar-condicionado.

Em 2025, as emissões de escopo 2 totalizaram 444,29 tCO<sub>2</sub>, como resultado da manutenção dos nossos contratos de compra de energia e I-REC.

## EMISSÕES DA CADEIA DE VALOR

Principal vetor das nossas emissões, a cadeia de valor concentrou 97,1% (329 mil t de CO<sub>2</sub>e) das emissões totais em 2025, envolvendo matérias-primas, processos produtivos, logística terceirizada, além de deslocamento dos associados e resíduos gerados na operação.

Por sua relevância, a cadeia de valor é a nossa principal emissora de gases do efeito estufa, por isso temos consciência da necessidade de atuação conjunta com fornecedores para a redução dessas emissões e, assim, concentramos esforços para o engajamento desses parceiros.

As ações estão direcionadas para três frentes principais:

- **Substituição de matérias-primas**, com o uso de fibras certificadas, recicladas ou provenientes de práticas regenerativas ([saiba mais](#)).
- **Logística mais eficiente**, com a otimização de rotas, maior eficiência de carga e adoção progressiva de modais e tecnologias menos intensivas em carbono, em 2025, 1/3 da frota que atendeu a C&A era composta por veículos híbridos ou elétricos.
- **Engajamento de fornecedores**, promovendo eficiência nos processos produtivos, reduzindo emissões associadas às etapas de fiação, tecelagem, tingimento e confecção. Em 2025, fizemos um piloto de capacitação, coleta e gestão de dados para cálculo de inventário de emissões.



## Transparência na jornada de mudanças climáticas

Seguimos evoluindo no nível de transparência e qualidade na divulgação dos nossos impactos e práticas de nossa jornada de descarbonização. No ano, integramos as carteiras do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e do Índice Carbono Eficiente (ICO2), da B3, registros que consolidam a C&A como uma empresa que contribui ativamente para uma economia de baixo carbono.

Além disso, nos últimos três anos, avançamos de forma consistente em nossa submissão ao Carbon Disclosure Project (CDP), iniciativa global que avalia a gestão corporativa de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas, alcançando a nota B em 2025, o que evidencia o amadurecimento contínuo da nossa gestão climática. Também realizamos aprimoramentos contínuos em nosso inventário de emissões, culminando, em 2024, com o reconhecimento com o selo ouro de reporte na metodologia do GHG Protocol.



### Evolução da nossa nota no CDP



## Marcos do inventário de emissões

2016

Primeiro inventário global de emissões de gases de efeito estufa (GEE)

2018

Primeiro inventário de emissões com foco no cenário brasileiro

2022

Inventário GEE submetido à auditoria externa com asse-guração limitada

2024

Inventário publica-do no Registro Público de Emissões, com obtenção do selo ouro

# COP30: visibilidade e articulação

A participação da C&A na COP30, realizada em Belém (PA) em 2025, marcou a consolidação pública de uma agenda de sustentabilidade já integrada à estratégia corporativa. Nossa presença no principal fórum global de clima reforçou o alinhamento entre propósito, execução e posicionamento institucional, ampliando visibilidade para iniciativas estruturantes em circularidade, rastreabilidade e cadeias produtivas responsáveis.

Ao longo do ciclo pré, durante e pós-COP, atuamos de forma coordenada em debates multissetoriais sobre economia circular, bioeconomia e transparência, fortalecendo nossa articulação com indústria, varejo e sociedade civil. Durante o evento, assumimos o papel de embaixadores do Movimento Conexão Circular, do Pacto Global da ONU no Brasil, reforçando o compromisso com a aceleração da circularidade no setor. A agenda contribuiu para consolidar a C&A como voz ativa em temas estratégicos e ampliar o alcance da nossa atuação institucional.

A sustentabilidade também se refletiu no portfólio. Avançamos na oferta de produtos com menor impacto ambiental, incluindo algodão reciclado, rastreável e regenerativo, em linha com o compromisso de alcançar 80% de matérias-primas mais sustentáveis até 2030. O avanço dessa meta depende de escalabilidade e desenvolvimento de cadeia, frente em que seguimos atuando por meio de parcerias e engajamento de fornecedores.

Em colaboração com o Instituto C&A, lançamos ainda uma coleção cápsula cocriada com o Matheus Souza, artista da Região Norte, conectando moda, identidade territorial e rastreabilidade. Complementarmente, capacitamos equipes de loja sobre a agenda climática e compromissos ASG, ampliando a disseminação de informação qualificada no ponto de venda.

A COP30 representou um marco de visibilidade, mas, sobretudo, reafirmou a sustentabilidade como componente estruturante do modelo de negócios da C&A e vetor de fortalecimento reputacional e competitivo no longo prazo.



# CIRCULARIDADE

GRI 3-3 TEMAS MATERIAIS - CIRCULARIDADE ODS 12

## REDESENHANDO O MODELO LINEAR DA MODA

Acreditamos que a moda tem um papel transformador e, quando feita com responsabilidade, pode gerar impacto positivo por muito mais tempo. Por isso, nossa estratégia é ampliar a circularidade em nosso modelo de negócio. Reforçar esse pilar significa também fortalecer a qualidade e a durabilidade das nossas peças, atributos que acompanham a rotina das nossas clientes e fazem parte da história que cada uma deseja contar. Ao elevar continuamente esses padrões, tornamos possíveis escolhas mais conscientes e ampliamos a vida útil dos produtos, construindo uma moda com critérios claros de circularidade, contexto do qual nos orgulhamos por sermos pioneiros.

Nosso compromisso é incorporar princípios de circularidade em 50% dos produtos na etapa de design, produção ou pós-uso até 2030. Essa agenda já está em execução e vem avançando de forma consistente, alcançando 37% em 2025. Desde 2022 atuamos nos seguintes princípios:



### Princípios da circularidade

#### 1. DESIGN

Feito para ser reciclado, reutilizado ou reciclado

#### 2. MATÉRIA-PRIMA

Feita de materiais reciclados, regenerativos e seguros

#### 3. EXTENSÃO DO CICLO DE VIDA

Feito para durar mais

**Meta:** atingir princípios de circularidade em 50% dos produtos **37% atingido em 2025**

## MOVIMENTO RECICLO

Em 2025, o Movimento ReCiclo completou 8 anos, consolidando-se como a principal plataforma de circularidade da Companhia. Desde sua criação, já mobilizou mais de 460 mil peças arrecadadas em todo o país e se aproxima do marco de 500 mil unidades, resultado do engajamento contínuo das clientes e da consolidação da circularidade como prática permanente do negócio. Por meio das urnas presentes em 77% das lojas em todo país, as peças seguem diferentes fluxos: doação, reciclagem ou coprocessamento. Itens em bom estado são destinados a ações sociais via Instituto C&A; materiais sem condição de uso retornam à cadeia produtiva como insumo reciclado ou têm destinação ambientalmente adequada, evitando envio a aterros.

A circularidade também passou a integrar a experiência física na Loja Energia C&A, onde a agenda ganha visibilidade por meio de espaços dedicados, comunicação clara e integração com soluções de produto. Além de receber roupas, disponibilizamos pontos de coleta de embalagens de cosméticos, ampliando a atuação em resíduos e reforçando o compromisso com destinação adequada ([saiba mais](#)).



## CONHEÇA O PROCESSO RECICLO



### Movimento ReCiclo

**460 mil**  
Total acumulado de peças arrecadadas até 2025

**110 mil**  
Peças arrecadadas em 2025



### Destinação em 2025

**72 mil**  
peças doadas

**26 mil**  
peças coprocessadas

mais de **11 mil**  
peças recicladas

## PRODUTO CIRCULAR: INOVAÇÃO APLICADA AO PORTFÓLIO

A circularidade também se materializa no desenvolvimento de produto. Um dos destaques é o Jeans Circular, que integra fibras recicladas ao processo produtivo e conecta design e redução de impacto. A categoria jeans, estratégica para a Companhia, tornou-se laboratório para soluções escaláveis de reaproveitamento de fibras.

Na rede de fornecimento, ampliamos o uso de matérias-primas recicladas, como poliéster reciclado, e ampliamos o uso de algodão circular, fortalecendo a conexão entre circularidade e redução de emissões ([saiba mais](#)).

Decisões comerciais também contribuem para reduzir desperdício. A estratégia de sortimento em pequena escala, reposições mais frequentes e maior precisão na alocação de estoque diminuem excedentes, remarcações e uso ineficiente de recursos ao longo da cadeia.

**A circularidade na C&A não se limita a iniciativas pontuais. Trata-se de uma mudança estrutural que conecta design, cadeia de suprimentos, operação e relacionamento com a cliente. Ao reduzir desperdício, ampliar reaproveitamento e estimular novos fluxos de materiais, fortalecemos a eficiência do modelo de negócios, mitigamos riscos regulatórios e ampliamos nossa contribuição para a transição do setor rumo a uma economia mais regenerativa.**



## Circularidade em números

### Meta 2030

- 50% dos produtos com princípios de circularidade, já tendo alcançado 37%

### Movimento ReCiclo

- 8 anos de Movimento ReCiclo
- Urnas presentes em 77% das lojas em todo o Brasil
- Coleta de roupas de qualquer marca

### Destinação

- Doação via Instituto C&A
- Reciclagem de fibras
- Coprocessamento
- Coleta de embalagens de cosméticos

### Produto Circular

- Jeans Circular com fibras recicladas
- Ampliação do uso de poliéster reciclado
- *Shopper bags*



## Movimento Conexão Circular

Durante a COP30, a C&A formalizou sua adesão ao [Movimento Conexão Circular](#), do Pacto Global da ONU – Rede Brasil, tornando-se a primeira varejista de moda do país a integrar a iniciativa.

O movimento articula empresas e cadeias produtivas para acelerar a economia circular, reduzir resíduos e desenvolver soluções colaborativas. Ao aderir, assumimos o compromisso de engajar a alta liderança, compartilhar boas práticas e construir soluções coletivas com impacto em escala.

Mais do que um marco institucional, a iniciativa reforça nossa estratégia de circularidade, amplia nossa capacidade de influência no setor e consolida a sustentabilidade como um diferencial competitivo e de geração de valor no longo prazo.



**SAIBA MAIS**  
[Sobre a presença da C&A na COP30](#)

# MATÉRIAS-PRIMAS MAIS SUSTENTÁVEIS

GRI 3-3 GESTÃO DOS TEMAS MATERIAIS - BIODIVERSIDADE E  
ÁGUA NA CADEIA PRODUTIVA, 301-2, SASB CG-AA-440A.4

ODS 12 13

A transformação da base de matérias-primas é um dos eixos estruturantes da Estratégia 2030 da C&A. Trabalhamos para que elas sejam mais do que atributos de qualidade ou tendências de moda, queremos que representem escolhas conscientes, capazes de impulsionar transformações positivas em toda a cadeia.

No setor de moda, a maior parte das emissões está concentrada na cadeia de valor, especialmente na produção de fibras e tecidos. Por isso, a escolha de matérias-primas não é apenas uma decisão de produto, mas um instrumento para o enfrentamento das mudanças climáticas, mitigação de riscos regulatórios e fortalecimento da proposta de valor.

Nesse contexto, desde 2022 assumimos o compromisso público de alcançar, até 2030, 80% das principais matérias-primas de origem mais sustentável, considerando algodão, fibras celulósicas (viscose, liocel, modal e acetato) e poliéster, objetivo vinculado à remuneração variável da liderança executiva, reforçando sua integração à estratégia do negócio.

Em 2025, avançamos nessa agenda: 72,2% das matérias-primas utilizadas já são provenientes de fontes mais sustentáveis, sendo 83,9% desse volume de origem brasileira, consolidando um padrão elevado de conformidade socioambiental ao possuírem certificação Better Cotton Initiative (BCI). Em 2024, o percentual de incorporação de matérias-primas mais sustentáveis foi de 70,6%; o aumento reflete incorporação progressiva desses critérios às decisões de desenvolvimento e abastecimento.



## ALGODÃO

### ESCALA, CERTIFICAÇÃO E CONSISTÊNCIA

O algodão desempenha um papel central no portfólio de produtos comercializados pela C&A, o que torna essa fibra estratégica para capturar impacto em escala. Desde 2014, estruturamos um plano de transição para ampliar o uso de algodão certificado e fomentar práticas agrícolas mais responsáveis. A estratégia combina critérios técnicos, engajamento com fornecedores e monitoramento contínuo, reduzindo riscos de origem e fortalecendo a credibilidade da marca.

Em 2025, mais de 95 % do algodão utilizado foi comprado como matéria-prima mais sustentável, consolidando um padrão elevado de conformidade socioambiental ao possuírem certificação Better Cotton Initiative (BCI). O BCI é o principal programa global de sustentabilidade do algodão e estabelece critérios que incluem a redução do uso de água e de produtos químicos de forma eficiente, bem como a adoção de práticas agrícolas mais sustentáveis. Entre essas exigências, destacam-se a proteção da saúde do solo, a preservação de habitats naturais e o fortalecimento da biodiversidade local, garantindo que os ecossistemas ao redor das plantações sejam conservados enquanto se promovem melhores condições de trabalho nas fazendas.

## FIBRAS CELULÓSICAS

### AVANÇO EM ORIGEM RESPONSÁVEL E RASTREABILIDADE

Nas fibras celulósicas (viscose, liocel, modal e acetato), ampliamos o uso de fibras provenientes de fontes mais sustentáveis e avançamos na qualificação da cadeia. Em 2025, a participação de fibras celulósicas de origem mais sustentável alcançou 48,7%, dentro da meta de matérias-primas mais sustentáveis, um avanço de 7,7 pontos percentuais em relação ao ano anterior.

Além disso, também aumentamos em 7,1 p.p. a quantidade de fibras celulósicas de origem mais sustentável na produção nacional. A agenda inclui avaliação contínua de fornecedores, com priorização de produtores com melhor desempenho socioambiental em referências setoriais reconhecidas, além da incorporação de mecanismos de rastreabilidade que fortalecem a transparência e a gestão de riscos.

## POLIÉSTER

### REDUÇÃO DE DEPENDÊNCIA E ALTERNATIVAS MAIS SUSTENTÁVEIS

O poliéster representa um desafio estrutural para o setor, dada sua origem fóssil e sua relevância no perfil de emissões da cadeia. Por isso, nossa estratégia combina a incorporação de alternativas recicladas e o fortalecimento de certificações como Recycled Claim Standard (RCS) e Global Recycled Standard (GRS), que asseguram a rastreabilidade do conteúdo reciclado. Em 2025, o total de poliéster reciclado chegou a mais de 280 toneladas.

Essa frente está diretamente conectada à mitigação de riscos de transição e à preparação para um ambiente regulatório mais exigente.



**72,2%**

matérias-primas de origem mais sustentável em 2025

**mais de 95%**

do algodão utilizado com certificação BCI

**2,9MM**

de peças produzidas com poliéster reciclado

**254 mil**

peças de jeans circular produzidas desde 2021, a partir dos insumos coletados pelo Movimento ReCiclo

# RASTREABILIDADE

## TRANSPARÊNCIA COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

A rastreabilidade é um elemento estruturante da agenda de matérias-primas. Em 2025, avançamos com projetos-piloto para algodão, fibras celulósicas e poliéster reciclado, ampliando a visibilidade sobre a origem das fibras e os processos de controle e validação das informações reportadas. No algodão, participamos de iniciativas setoriais de rastreabilidade, como o programa SouABR, que utilizam tecnologia *blockchain* para acompanhar a jornada da fibra até o produto final.

Paralelamente, aprimoramos nossa governança ambiental com o desenvolvimento de um protocolo próprio de coleta e consolidação de dados, integrado a ferramentas setoriais de monitoramento. O acompanhamento periódico das matérias-primas e a classificação de fornecedores com base em critérios de criticidade ambiental ampliam a capacidade de gestão sobre processos produtivos mais sensíveis, como os processos molhados.

Esse avanço viabiliza a assertividade na mensuração das emissões na nossa cadeia de valor, reduz a exposição a riscos socioambientais na cadeia e prepara a C&A para exigências crescentes de *due diligence* e transparência.



**1º volume**  
de algodão BCI rastreado  
com origem em Bangladesh  
(+ 11 mil peças)

**+ 100 mil**  
peças rastreadas via SouABR  
com tecnologia *blockchain*

# RESÍDUOS NÃO TÊXTEIS

GRI 3-3 - TEMAS MATERIAIS - GESTÃO DE RESÍDUOS NÃO TÊXTEIS, 306-1, 306-2

ODS **6** **11** **12**

Os impactos dos resíduos não têxteis no meio ambiente têm se tornando um tema cada vez mais relevante no setor de varejo de moda. De forma alinhada a esse movimento, a gestão desses resíduos passou a integrar nossa matriz de temas materiais e, a cada ano, concentramos esforços no aprimoramento de nossas práticas, cuidando dos resíduos que geramos diretamente nas nossas operações. Além disso, cuidamos para que as embalagens (sacolas e *flyers*) que chegam às clientes sejam de origem mais sustentável. Na cadeia de fornecimento, incentivamos práticas alinhadas à eficiência, rastreabilidade e redução da geração de resíduo.

Nossa abordagem combina redução, segregação adequada e destinação ambientalmente correta, em conformidade com a legislação aplicável. Como parte dessas ações, em 2025 revisamos nosso Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), ampliando o foco na redução da geração, aumento da reciclagem e melhoria da rastreabilidade da destinação final. A Política Interna de Resíduos Sólidos complementa esse direcionamento, estabelecendo parâmetros para segregação e descarte adequado em nossas operações.



## DESTINAÇÃO E LOGÍSTICA REVERSA

Os resíduos gerados em lojas, centros de distribuição e escritório central são gerenciados conforme diretrizes internas alinhadas aos requisitos legais. Priorizamos o reaproveitamento de materiais como caixas de papelão e sacos plásticos, destinando posteriormente para reciclagem após o fim do ciclo de vida e realizamos a descaracterização de itens de visual *merchandising* encaminhando também para reciclagem. Além disso, adotamos um fluxo de logística reversa de cabides, pinos e alarmes para reuso pelos fornecedores. No escritório central, reciclamos materiais como papel, plástico, metal e vidro, e gerenciamos resíduos como lâmpadas e móveis descartados.

Também incentivamos nossas clientes a darem uma destinação correta a resíduos pós-consumo, disponibilizando urnas para o descarte de lixo eletrônico (como celulares, pilhas e baterias) e de cosméticos em nossas lojas.

Contamos com processos que acompanham as etapas de segregação, armazenamento temporário, coleta e destinação final dos resíduos, realizadas por empresas especializadas, licenciadas e respaldadas por documentos como Manifestos de Transporte de Resíduos (MTR) e Certificados de Destinação Final (CDF). Os dados coletados permitem análises periódicas de classificação e volume, assegurando a transparência e a identificação de oportunidades de melhoria contínua dos processos ambientais.

## PLÁSTICO

Conscientes do impacto desse material no meio ambiente, assumimos o compromisso público de promover redução de 50% no plástico de uso único em nossas operações (centro de distribuição, lojas e *e-commerce*) tendo como referência os dados coletados em 2022. Naquele ano, utilizamos pesos estimados para calcular o consumo. Já em 2025, revisamos esses números a partir dos pesos reais das embalagens, aprimorando a precisão do monitoramento.

As iniciativas dentro desse pilar seguem uma lógica de priorização que busca evitar ou reduzir o uso do material na origem, promover sua reutilização sempre que possível e, quando necessário, substituí-lo por alternativas de menor impacto.

Um dos principais avanços nesse sentido foi a implementação, desde 2023, de uma iniciativa logística para zerar o uso do plástico no *sorter* dos centros de distribuição, com revisão de embalagens internas e processos de distribuição, o que possibilitou alcançar redução de 29% em 2024. Outra ação relevante é o processo gradual de substituição de sacolas plásticas por sacolas de papel em nossas lojas, inclusive em localidades onde essa exigência não é obrigatória. Em 2025, reduzimos 230 toneladas nesse processo. Além disso, também nesse ano, alcançamos mais 31 toneladas de redução na substituição das embalagens plásticas do nosso *e-commerce* por embalagens de bioplástico feito a partir do milho. O conjunto das ações fez com que o percentual de redução chegasse a 41% no ano, mantendo a trajetória rumo ao compromisso estabelecido para 2030.

### EM 2025

Redução de  
**230 toneladas**  
de sacolas plásticas pelo uso de sacolas de papel

+ de  
**31 toneladas**  
de plásticos reduzidas pelo uso de bioplástico

# BIODIVERSIDADE E ÁGUA NA CADEIA PRODUTIVA

GRI 3-3 (TEMAS MATERIAIS - BIODIVERSIDADE E ÁGUA NA CADEIA PRODUTIVA), 101-1, 101-2, 101-4, 303-2

ODS **6** **14** **15**

No setor têxtil, os principais impactos potenciais sobre ecossistemas e recursos hídricos estão concentrados nas etapas de extração de matérias-primas e nos processos produtivos intensivos em água. Em um cenário de crescente pressão sobre recursos hídricos e maior exigência de transparência nas cadeias produtivas, a gestão responsável torna-se um elemento relevante para a sustentabilidade do setor e para a resiliência das cadeias de valor. Conscientes do nosso potencial de exercer uma influência positiva na busca pela mitigação desses impactos, buscamos aprofundar nosso olhar à temática da biodiversidade e água na cadeia produtiva, que, inclusive, passou a fazer parte dos nossos temas materiais em 2024.

Para aprofundar o entendimento sobre nossos impactos potenciais, realizamos um mapeamento ao longo de toda a cadeia de valor, da extração de matérias-primas à manufatura dos produtos.

Utilizamos ferramentas reconhecidas, como Science Based Targets Network (SBTN) e Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure (ENCORE), para identificar fatores diretos de perda de biodiversidade associados às atividades próprias e rede de fornecimento *upstream* e *downstream*.

O diagnóstico indicou maior exposição nas etapas de extração de matérias-primas, especialmente algodão e fibras celulósicas, onde se destacam como fatores relevantes o volume de água utilizado, o uso e modificação da terra e a poluição de solo e água. Com base nesse mapeamento, nossa atuação está direcionada ao acompanhamento das práticas ambientais adotadas por fornecedores, bem como na ampliação do uso de matérias-primas mais sustentáveis, com foco na prevenção e minimização de impactos associados ao uso do solo, da água e à emissão de poluentes.



Para orientar essa agenda, estabelecemos metas relacionadas à conformidade ambiental da cadeia de suprimentos, incluindo:

- realização de avaliação ambiental em 80%\* dos fornecedores Tier 1 e 20% dos fornecedores Tier 2 ([saiba mais](#));
- manutenção de inventário de produtos químicos em 80%\* dos fornecedores Tier 1 e 42% de Tier 2;
- auditoria em 100% dos fornecedores Tier 1 quanto aos aspectos legais de meio ambiente;
- ampliação do uso de matérias-primas mais sustentáveis, que alcançou 72,2% em 2025 ([saiba mais](#)).

Nesse contexto, adotamos um programa de gestão e *compliance* de fornecedores, que verifica o atendimento à legislação ambiental local nas unidades produtivas, incluindo a verificação de requisitos legais, parâmetros de lançamento de efluentes. No ano, 99% das instalações operaram em conformidade com suas licenças de descarte de efluentes e acordos contratuais, refletindo a consistência do acompanhamento realizado ao longo do ano.

\* Fornecedores que representam o percentual de volume (share)



## CONSUMO NAS NOSSAS OPERAÇÕES

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

Para além da cadeia produtiva, adotamos um olhar cuidadoso também no consumo de recursos hídricos em nossas operações próprias. Nos escritórios, lojas e centros de distribuição, o uso da água se destina somente ao consumo humano. Para promover o uso eficiente desse recurso, adotamos soluções como torneiras com arejadores e bacias sanitárias de baixo consumo, além de realizar ações de conscientização para o uso consciente e responsável.

O consumo é acompanhado continuamente por meio de hidrômetros instalados nas unidades, e seguimos avançando na implementação de um sistema de monitoramento em tempo real, que permitirá maior agilidade na identificação e correção de eventuais vazamentos. Em 2025, captamos e descartamos 193.349,59 metros cúbicos. O cálculo seguiu a metodologia baseada nas faturas de fornecimento e não foram identificadas unidades operacionais com captação ou descarte em áreas de estresse hídrico.

# D&I E DIREITOS HUMANOS

## DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO

GRI 3-3 (DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO)

ODS **5** **8**

Na C&A, a diversidade, equidade e inclusão são compromissos inegociáveis e parte fundamental da forma como construímos nosso futuro. Em um cenário em que parte do mercado revisita compromissos socioambientais, mantemos a convicção de que diversidade e sustentabilidade são fundamentos do nosso modelo de negócio e da maneira como queremos exercer nossa liderança no setor. Seguimos determinados a promover uma moda com impacto positivo para a sociedade e o planeta.

Acreditamos que uma empresa só é relevante quando está verdadeiramente conectada às necessidades e características da sociedade. Por isso, buscamos refletir em nossas equipes e lideranças a pluralidade do país em que atuamos. Nossa agenda de Diversidade, Equidade e Inclusão possui alicerces sólidos, com metas públicas, monitoramento contínuo, e acompanhamento direto pela liderança e Conselho de Administração. Também estão atreladas à remuneração variável da liderança executiva, reforçando sua integração à estratégia do negócio. Essa abordagem visa ampliar

a representatividade, fortalecer a cultura de respeito e promover ambientes seguros e colaborativos.

Em 2022, estabelecemos nosso compromisso público de garantir pelo menos 60% de mulheres e 30% de pessoas pretas, pardas e indígenas em cargos de liderança, objetivos já atingidos de forma antecipada. Em 2025, registramos 64% de mulheres em posições de liderança e 31% de pessoas pretas, pardas e indígenas nesses cargos. No Conselho de Administração, mantivemos 40% de representatividade feminina, reforçando a diversidade também nas instâncias de decisão estratégica, o que nos garantiu, pelo terceiro ano consecutivo, a conquista do selo Women on Board, da ONU Mulheres.

Além, disso, 18% dos nossos associados se autodeclararam LGBTI+, indicador que reflete um ambiente seguro e inclusivo. Desde 2023, integramos o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, incorporando os dez compromissos da iniciativa que contribuem para a construção de um ambiente cada vez mais plural e inclusivo.

Esse posicionamento também se reflete externamente: fomos reconhecidos pelo segundo ano consecutivo como uma das empresas mais diversas do Brasil pelo Datafolha.



## IDIVERSA B3 Seguimos no IDIVERSA!

Em 2025, a C&A manteve sua presença no IDIVERSA, índice da B3 que reconhece companhias com práticas consistentes em diversidade e inclusão. Primeiro índice da América Latina focado em diversidade, o IDIVERSA utiliza padrões e critérios rigorosos para medir a atuação das companhias em temas sobre gênero e raça. A avaliação considera a presença de grupos sub-representados em cargos de decisão, como Conselho de Administração e Diretoria Estatutária, além de cargos de não liderança. Também são analisadas políticas e compromissos institucionais voltados para equidade e inclusão. A permanência demonstra a consistência de nossas ações nessas temáticas.

### INICIATIVAS AFIRMATIVAS

Para transformar metas em oportunidades reais, mantemos iniciativas afirmativas que ampliam o acesso, desenvolvem talentos e contribuem para a formação de uma liderança mais diversa.

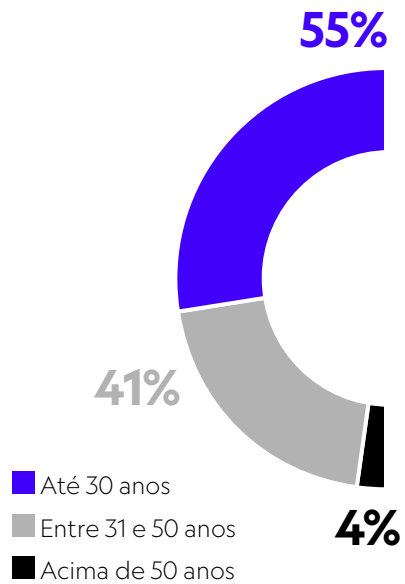
Em 2025, demos continuidade ao Programa de Estágio Afirmativo para pessoas pretas, pardas e indígenas. Em sua segunda edição, o programa ampliou o acesso ao ambiente corporativo e criou condições concretas para o desenvolvimento de carreira desde o início da jornada profissional. Com duração de 12

meses, o estágio oferece trilha estruturada de desenvolvimento, mentorias e acompanhamento ao longo do ciclo. As 15 vagas contemplam diferentes áreas do escritório central e contribuíram para ampliar a representatividade em posições de entrada.

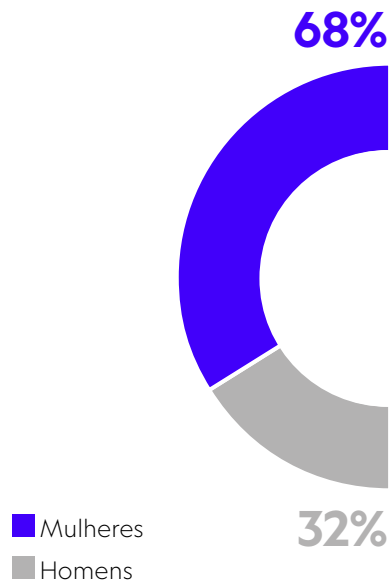
O programa Elas em Tech representa uma oportunidade para oferecer às mulheres um caminho de desenvolvimento, ao mesmo tempo que contribui para a construção de um ambiente mais diverso, criativo e representativo. A primeira edição do programa atraiu

mais de 2.700 candidatas, demonstrando a relevância e o alcance da iniciativa, e resultou na seleção de dez estagiárias para áreas essenciais da estratégia digital. Estruturado para unir formação técnica, desenvolvimento de *soft skills* e mentoria contínua, o programa acelera o ingresso de mulheres em segmentos historicamente sub-representados e contribui para garantir que a transformação digital da C&A seja guiada por perspectivas diversas e alinhadas ao nosso compromisso de inovar com responsabilidade, representatividade e impacto no negócio.

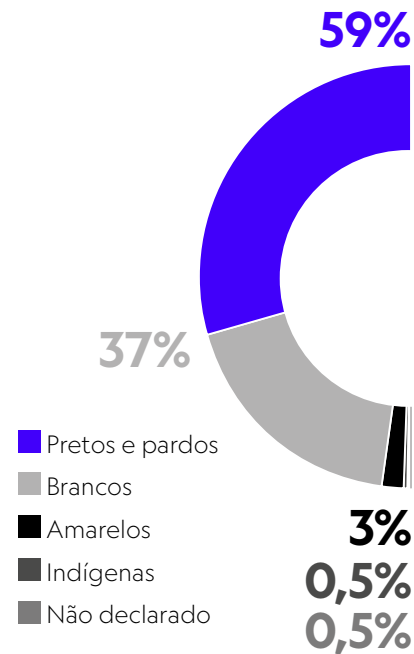
**Geracional**



**Gênero**



**Raça**



**DIREITOS HUMANOS GRI 2-23, 408-1, 409-1**

Na C&A, o respeito aos direitos humanos é a base que orienta nossa atuação. Acreditamos que esse compromisso deve se estender a toda a nossa cadeia de valor, sustentando relações responsáveis, transparentes e genuinamente humanas. Por isso, contamos com práticas sólidas e processos rigorosos que garantem não apenas a identificação e o enfrentamento institucional de práticas como o trabalho infantil e o trabalho análogo ao escravo, mas principalmente sua prevenção contínua. Trabalhamos diariamente para assegurar que nossos produtos e relações reflitam o cuidado, o respeito e a ética que consideramos inegociáveis.

Mais do que cumprir requisitos legais, buscamos promover melhorias contínuas nas condições de trabalho, na gestão ambiental e na cultura das relações com nossos fornecedores. Mantemos, desde 2006, um programa de monitoramento e desenvolvimento de fornecedores e subcontratados, com foco especial na identificação de riscos relacionados ao trabalho infantil e análogo ao escravo. A iniciativa envolve auditorias realizadas pela própria C&A e também as conduzidas por entidades como a Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) e a Social & Labor Convergence Program (SLCP), referência global em avaliação social e trabalhista.

Além disso, somos parceiros do Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO) unindo esforços para a promoção do trabalho digno, fortalecendo as ações preventivas e compartilhando

boas práticas ao longo da cadeia produtiva. No fim de 2025, avançamos nessa agenda com a implementação do Índice de Vulnerabilidade InPacto (IVI), uma metodologia baseada em análise estatística e *machine learning* para mapear municípios com maior risco de ocorrência de trabalho escravo e infantil, a fim de direcionar com maior precisão nossas ações com fornecedores presentes nesses locais de maior vulnerabilidade.

Para reforçar a conscientização e demonstrar a relevância dessas temáticas para a C&A, organizamos agendas de capacitações regulares com nossos fornecedores. Em 2025, por exemplo, foram realizados dois *workshops* presenciais em Santa Catarina e São Paulo com a rede de fornecimento para reforçar a importância da garantia de condições justas e seguras de trabalho.

Formalmente, nosso [Código de Conduta para Fornecimento de Mercadorias](#) estabelece diretrizes claras de conduta, incluindo a prevenção de qualquer forma de trabalho infantil ou análogo ao escravo. Os fornecedores devem dar aceite ao documento como parte do processo de contratação, e o descumprimento dessas diretrizes pode levar à interrupção da relação comercial, além da adoção de medidas de remediação.

O monitoramento das condições de trabalho na cadeia é detalhado no capítulo Rede de Fornecimento Responsável, onde apresentamos os resultados das avaliações de conformidade social realizadas em 2025.



## Referência setorial em direitos humanos

Em 2025, a C&A assumiu papel de protagonismo na agenda setorial de direitos humanos na cadeia da moda. Como membros do comitê gestor do Grupo de Trabalho Moda e Têxtil do Pacto Global da ONU - Rede Brasil, lideramos, em conjunto com outras organizações, a construção de referenciais de *due diligence* em direitos humanos aplicados ao setor têxtil.

A iniciativa resultou na elaboração do [Guia Prático de Devida Diligência em Direitos Humanos para o Setor de Moda e Têxtil](#), que reúne orientações para identificação, prevenção e mitigação de riscos socioambientais ao longo da cadeia de valor.

O material foi apresentado em Genebra, na Suíça, ampliando a visibilidade internacional da iniciativa e fortalecendo o compartilhamento de práticas desenvolvidas no contexto brasileiro.

## REDE DE FORNECIMENTO

GRI 2-6, 2-29, 3-3 (GESTÃO DA CADEIA DE FORNECEDORES), 308-1, 308-2, 407-1, 408-1,

414-1, 414-2, CG-AA-000.A. CG-AA-430A.2 ODS 6 8 12 14

A moda que chega às nossas clientes começa muito antes das lojas. Ela nasce na relação com nossos fornecedores que compartilham conosco o compromisso por qualidade, ética e responsabilidade socioambiental. Estabelecemos um relacionamento próximo e de parceria para garantir que cada etapa, desde a matéria-prima até o produto final, seja realizada a partir das melhores práticas e se traduza em uma moda de impacto positivo.

Para garantir a efetividade desses objetivos, estruturamos um modelo de gestão que combina homologação criteriosa de novos parceiros, auditorias periódicas e programas de desenvolvimento contínuo. Em 2025, seguimos avançando de maneira consistente na qualificação da cadeia, ampliando critérios técnicos, socioambientais e de qualidade e reforçando o acompanhamento direto ao longo do ciclo de desenvolvimento e produção. Além disso, revisamos nosso [Código de Conduta para Fornecedores](#), reforçando as diretrizes que orientam as relações comerciais e as expectativas socioambientais.



Nossa cadeia de fornecimento é estruturada em diferentes níveis. O Tier 1 é responsável pela produção direta de vestuário, calçados e produtos de beleza. O Tier 2 abrange fornecedores de processos como tecelagem, fiação e tingimento. O Tier 3 inclui fornecedores de insumos e componentes, como etiquetas, cabides, aviamentos e sacolas. Ao todo, contamos com 1.762 fornecedores, sendo 946 de Nível 1 do Tier 1 e 816 fornecedores de Nível 2 (que comporta os fornecedores do Tier 2 e 3).

Ao longo do ano, promovemos espaços formais de alinhamento com fornecedores mais relevantes para o negócio, realizando *workshops* técnicos reunindo diferentes elos da cadeia produtiva, iniciativa que ampliou a visão sistêmica dos parceiros e contribuiu para a identificação de problemas e oportunidades de melhoria. Em paralelo, fortalecemos nossa capacidade técnica interna com a criação do Centro de Excelência e Qualidade em Blumenau, ampliando o suporte especializado à cadeia.

Adotamos cuidados especiais para trazer novos parceiros para nossa rede de fornecimento, contando com um sistema de *due diligence* que antecede a homologação e o início de qualquer relação comercial, integrando análises comerciais, tributárias e de qualidade com exigências fundamentais de direitos humanos e conformidade socioambiental. Em 2025, 100% dos novos fornecedores foram selecionados com base em critérios ambientais e sociais.



## Centro de Excelência em Qualidade e Desenvolvimento Têxtil

Com mais de 200 m<sup>2</sup>, o laboratório reúne tecnologia e processos avançados para testar, avaliar resistência, durabilidade, conforto e *performance* das peças. O centro funciona como um *hub* de inovação e desenvolvimento, impulsionando parcerias técnicas e apoiando diretamente diversas áreas da Companhia.

Esse é mais um passo importante no nosso compromisso com a melhoria contínua. O objetivo é entregar produtos com mais qualidade e aumentar a percepção de valor das clientes.

## MONITORAMENTO E AUDITORIAS

SASB CG-AA-430B.1, CG-AA-430B.2, CG-AA-430A.2

Pioneirismo e consistência são as marcas dos nossos processos de monitoramento da rede de suprimentos. Iniciamos esse movimento em 1996, nos tornando a primeira empresa do varejo de moda brasileiro a criar um documento com diretrizes com as melhores práticas de fornecimento e seguimos registrando avanços em controles para garantir o rigor que exigimos no atendimento dos fornecedores para a garantia de condições de trabalho dignas e saudáveis, padrões de sustentabilidade e conformidade a leis.

A gestão da cadeia é sustentada por um sistema estruturado de acompanhamento, que combina auditorias socioambientais próprias, certificações setoriais reconhecidas e mecanismos contínuos de verificação de riscos. As avaliações contemplam aspectos sociais, saúde e segurança, meio ambiente e governança, podendo ser conduzidas por auditores da própria C&A ou reconhecidas por meio de certificações setoriais como ABVTEX e SLCP.

O processo de monitoramento da C&A abrange também os fornecedores internacionais, que são avaliados segundo os princípios e requisitos estabelecidos no Código de Conduta para o Fornecimento de Mercadorias da marca C&A. Essas avaliações são realizadas por meio de auditorias socioambientais conduzidas por certificadoras independentes ou, alternativamente, por meio de avaliações reconhecidas

pelo Social and Labor Convergence Program (SLCP), iniciativa multissetorial adotada pela C&A para promover a convergência e a eficiência das avaliações sociais e trabalhistas na cadeia de valor. 100% dos novos fornecedores passam obrigatoriamente pelo processo de homologação, apenas fornecedores aprovados nesse processo integram a base de fornecimento da companhia.

Em 2025, realizamos auditorias de monitoramento em 100% dos fornecedores de Nível 1 e 8% dos parceiros de Nível 2. No caso do Nível 1, 43% das auditorias foram realizadas tanto pelo time próprio da C&A quanto pelo programa de certificação da ABVTEX, enquanto 57% foram conduzidas apenas por auditores externos da ABVTEX.

Dessa forma, ao longo do ano, um total de 946 fornecedores do Nível 1 foi avaliado com relação às suas práticas socioambientais, crescimento de 7% em relação ao ano anterior. No contexto da análise ambiental, foram registrados 88 fornecedores que apresentavam riscos ambientais reais ou potenciais, destacando-se aqueles que utilizam “processos molhados”, e possuem alto risco associado ao uso de químicos, recursos hídricos e emissões. A partir desse diagnóstico, estruturamos Planos de Desenvolvimento de Ação (PDA), com medidas corretivas para 5,74% dos fornecedores identificados com impactos ambientais.

Com relação aos impactos sociais, identificamos 132 fornecedores (4,6% do total) com não conformidades reais ou potenciais de alta criticidade. Nesse contexto, determinamos a implementação de planos de ação para 100% dos casos a fim de assegurar o cumprimento do Código de Conduta para Fornecedores e a continuidade do fornecimento, resultando na manutenção de todos os contratos vigentes.

Além dessas ações, em 2025, evoluímos no escopo de monitoramento e fortalecemos o uso de dados ambientais para a tomada de decisão. Além da aplicação do Módulo Ambiental de Instalações Higg (Higg FEM), ferramenta global e padronizada para medir e quantificar os impactos ambientais, desenvolvemos um protocolo próprio de coleta e consolidação de dados. O monitoramento permite classificar fornecedores conforme seu perfil ambiental e seus processos produtivos, com atenção especial àqueles mais intensivos no uso de água. Fornecedores classificados como de maior criticidade ambiental passam por acompanhamento específico quanto à gestão de insumos, processos produtivos e descarte de efluentes, com o desenvolvimento de planos de ação.

# SEGURANÇA DOS PRODUTOS

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

ODS 3 12

Garantir que nossos produtos sejam seguros é parte essencial da experiência que oferecemos às nossas clientes. Desde o desenvolvimento até a disponibilização nas lojas e no *e-commerce*, adotamos controles e verificações que asseguram conformidade regulatória e prevenção de riscos.

Esses controles abrangem roupas, calçados e acessórios, incluindo critérios de segurança para produtos infantis, avaliação de matérias-primas e verificação da rotulagem e das informações ao consumidor.

As orientações sobre certificações também se estendem às áreas comerciais e aos fornecedores e incluem categorias como cosméticos, perfumes, material escolar e brinquedos, garantindo que apenas produtos com as autorizações exigidas sejam comercializados.

Em 2025, seguimos avaliando os impactos na saúde e segurança em 25% das categorias significativas de produtos e serviços, com o objetivo de mitigar riscos e promover melhorias. Para a categoria de cosméticos, a avaliação segue

integralmente os requisitos estabelecidos pela RDC nº 48/2013 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). No segmento de vestuário infantil, a segurança e a qualidade são asseguradas pela adesão a normas nacionais e internacionais, incluindo as diretrizes para cordões e aviamento, recomendações de concepção e fabricação, segurança física e mecânica e normas específicas para a fixação de botões, fechos metálicos e outros componentes.

No que diz respeito à conformidade das informações e rotulagem de produtos e serviços, seguimos exigências legais e voluntárias, incluindo a identificação da origem do país de fabricação em todas as etiquetas de vestuário e nos rótulos de cosméticos. Produtos de beleza trazem informações sobre percentual de material sustentável e reciclado de suas embalagens, instruções de uso seguro e incluem, quando aplicável, o selo *Cruelty Free* (que indica que o produto não foi testado em animais). Etiquetas de produtos de vestuário trazem instruções de lavagem e orientações específicas para itens infantis.

## SEGURANÇA QUÍMICA SASB CG-AA-250A.1

O cuidado com as substâncias químicas utilizadas na cadeia produtiva é parte do nosso compromisso com a saúde das pessoas e com a proteção do meio ambiente. Ainda que o setor têxtil no Brasil não conte com regulamentação específica sobre o tema, adotamos voluntariamente referências internacionais para orientar nossos controles e exigências.

Utilizamos a AFIRM RSL (Restricted Substances List) como referência para limites e métodos de teste em produtos acabados e aplicamos a metodologia da ZDHC Foundation (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) para reduzir o uso de substâncias perigosas nos processos produtivos. Para o controle na manufatura, utilizamos a MRSL (Manufacturing Restricted Substances List) da ZDHC, proibindo o uso intencional de substâncias listadas em instalações que processam têxteis, couro, borracha e outros componentes ([confira a lista aqui](#)). A aderência é assegurada por meio de ferramentas de inventário químico, custeada pela C&A para os fornecedores, e, quando necessário, por testes em efluentes e produtos químicos realizados em laboratórios homologados. Para químicos

não conformes, é implementado, em parceria com o fornecedor e a indústria química, um plano de ação para substituição do(s) produto(s) químico(s) em questão. Além disso, auditorias são realizadas para avaliar os processos de controle de químicos nos fornecedores. Em 2025, foram realizados testes de efluentes com parâmetros ZDHC em 10 unidades produtivas.

Para o controle em produtos acabados e matérias-primas, a C&A possui uma Matriz de Testes Químicos, sendo responsabilidade do fornecedor cumprir integralmente a AFIRM RSL e os requisitos químicos adicionais da Companhia, conforme previsto nas [Condições Gerais de Fornecimento](#) e no documento interno Requisitos Químicos.

No caso de PFAs, o time de Qualidade da C&A realiza a verificação de produtos com características de repelência à água e exige testes em laboratórios homologados, atestando a conformidade com o limite de 50 ppm. Em caso de reprovação, os produtos podem ser recusados, assegurando a aplicação de ações corretivas e o atendimento aos requisitos definidos.



# INSTITUTO C&A

GRI 203-1 ODS 1 8

O Instituto C&A é o nosso pilar de investimento social desde 1991 e, ao longo desses 34 anos de atuação, passou por diferentes ciclos. De uma agenda vanguardista em educação infantil, evoluiu para a atual configuração, mobilizando a moda como ferramenta de impacto social e inclusão produtiva.

Atualmente, sua atuação se concentra nos Programas de Inclusão Produtiva, com foco em empreendedorismo e empregabilidade, e no Voluntariado Corporativo. O eixo de Apoio Humanitário não registrou acionamentos em 2025, uma vez que sua atuação está condicionada a emergências que afetem diretamente os territórios onde há operação.

Em 2025, o Instituto passou por uma revisão estratégica que revisitou sua governança, diretrizes programáticas, priorização de portfólio e práticas de monitoramento e avaliação a fim de fortalecer foco, relevância e capacidade de resposta diante dos desafios sociais atuais. Os resultados, apresentados à liderança e validados pelo Conselho, orientaram o desenho da atuação do Instituto a partir de 2026.

A revisão ocorreu ao mesmo tempo que os programas eram executados, assegurando a continuidade das iniciativas. A seguir, destacamos as principais realizações de 2025. [O relatório completo de atividades do Instituto C&A pode ser acessado aqui.](#)



## PROGRAMAS DE INCLUSÃO PRODUTIVA/EMPREENDEDORISMO

No pilar de empreendedorismo, o Instituto fortaleceu a metodologia do IC&A Fashion Lab, estruturada em trilhas formativas que combinam conteúdo técnico, troca com especialistas e prática orientada. Ao longo do ano, iniciativas presenciais, *on-line* síncronas e assíncronas alcançaram 380 marcas de moda autoral em todo o país, sendo 40 marcas acompanhadas em profundidade.

Presencialmente, a metodologia foi aplicada em recortes territoriais e em ambientes de economia criativa. Um dos destaques foi a atuação do Instituto no contexto do Rio2C, onde o IC&A Fashion Lab integrou a programação do evento, proporcionando a 19 marcas de moda autoral do Rio de Janeiro acesso a conteúdo, debates e conexões relevantes do ecossistema criativo. Também foi realizada uma edição presencial na Paraíba, envolvendo 17 marcas locais.

Ações do Instituto trabalham a moda como **ferramenta de impacto social e inclusão produtiva**

Todas as edições do IC&A Fashion Lab se conectam à Comunidade IC&A&VC, que funciona como um espaço estratégico de acompanhamento pós- formação. Em 2025, a comunidade reuniu 81 marcas, oferecendo mentorias, conteúdos complementares, acesso a editais, oportunidades e conexões, contribuindo para a consolidação dos negócios e o fortalecimento de trajetórias em médio e longo prazos.

Ainda nesse eixo, o Festival Colabora Moda Sustentável, uma realização do Instituto C&A em parceria com outras marcas do varejo de moda, beneficiou diretamente quatro estilistas, oito marcas, dois bazares e dois projetos que foram selecionados via *pitch*. A iniciativa alcançou mais de 3 mil pessoas em debates sobre moda justa e sustentável.

## PROGRAMAS DE INCLUSÃO PRODUTIVA/EMPREGABILIDADE

No campo da empregabilidade, a Escola de Varejo realizou duas edições em 2025, formando 109 pessoas em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro. A formação combina conteúdos técnicos, preparação para o mercado de trabalho e desenvolvimento de habilidades socioemocionais. Voltado tanto a jovens em início de carreira quanto a mulheres em busca de recolocação profissional, o programa também promove a aproximação direta com oportunidades de contratação. Como resultado, 10 participantes foram contratados diretamente pela C&A, além de inserções em outras empresas.

Ainda nesse pilar, o Instituto realizou uma edição do IC&A Fashion Lab voltada ao desenvolvimento de coleção, em parceria com a Faculdade Santa Marcelina (FASM). A iniciativa qualificou 20 estudantes pretos, pardos e indígenas, com nove concluintes, além do acompanhamento de 36 estudantes por meio da Comunidade IC&A&VC.

Já o projeto Empoderando Refugiadas, iniciativa da ACNUR (Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados), ONU Mulheres e Pacto Global da ONU, viabilizou, em 2025, a contratação de 19 mulheres refugiadas pela C&A Brasil, reforçando a conexão entre formação, diversidade e acesso ao trabalho formal.

Através das ações  
do Instituto C&A

+ de

**22 mil**

beneficiários diretos

+ de

**88 mil**

beneficiários indiretos

## VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Em 2025, nosso Programa de Voluntariado Corporativo manteve atuação ativa e capilarizada, mobilizando equipes das lojas, do escritório e dos centros de distribuição em ações alinhadas à estratégia do Instituto C&A e às demandas dos territórios onde a Companhia está presente.

O programa alcançou 25,6% de engajamento de voluntários únicos, métrica que considera cada associado apenas uma vez, mesmo que tenha participado de diversas iniciativas, garantindo uma leitura fiel do engajamento real em relação ao total de associados.

Nas lojas, o programa manteve sua estrutura nacional, com ações direcionadas ao longo do ano, campanhas de mobilização e apoio contínuo a organizações sociais parceiras. Parte desse apoio ocorre por meio da doação de peças para a realização de bazares sociais, contribuindo diretamente para a geração de renda e sustentabilidade financeira das organizações.

Ao longo de 2025, ações como mutirões, *bootcamps* e campanhas temáticas ampliaram o alcance do voluntariado. Entre os destaques, estão o Mutirão do Bem, a Fábrica de Cultura, Feira Moda Para o Bem e a campanha de combate à pobreza menstrual. Nas lojas e centros de distribuição, a Semana do Instituto C&A mobilizou voluntários em todo o país e beneficiou 12.339 pessoas, com campanhas de doação que geraram, em média, R\$ 16.750 por loja em bazares sociais.

O voluntariado também esteve diretamente conectado às iniciativas de empregabilidade do Instituto. Na Escola de Varejo, profissionais da C&A atuaram como facilitadores e convidados, compartilhando conhecimentos técnicos, experiências de carreira e vivências do dia a dia do varejo de moda.

O ano também marcou a continuidade do piloto de trilhas de desenvolvimento para organizações sociais parceiras, com foco em comunicação, fortalecimento de rede e captação de recursos, ampliando o impacto para além das ações pontuais.



## Reconhecimento

O Programa de Voluntariado Corporativo da C&A foi reconhecido nacionalmente com o **Prêmio Aplaude 2025**. A conquista atesta a consistência do modelo, a articulação com organizações sociais e o engajamento das equipes ao longo dos anos.

# GENTE & CULTURA

ODS 3 4 5 8 10 16

- 
- Cultura que nos conecta
  - Desenvolvimento dos talentos
  - Saúde, bem-estar e segurança



# CULTURA QUE NOS **CONECTA**

GRI 2-29 ODS 3 5 8

A energia que move a C&A vem das pessoas. Nossos associados e associadas são pessoas apaixonadas por moda e exercem um papel essencial na execução da estratégia da C&A. Sua energia e atuação são responsáveis por proporcionar uma jornada de compra inesquecível às nossas clientes. Unidos pela mesma cultura e valores, somos 15.727 associados orientados pelo propósito de fazer as pessoas serem quem quiserem através da moda.

Dentro da nossa visão estratégica, a experiência da cliente é um dos pilares que sustentam o futuro do negócio. E ela começa pelas pessoas. Atendimento resolutivo, facilidade para encontrar o que se procura, agilidade quando a jornada pede rapidez e acolhimento quando a cliente quer tempo e atenção. Para que essa engrenagem funcione, os times precisam ser conectados à cultura, capacitados e sentir que contam com o suporte da marca que representam.

Ao longo de 2025, aprimoramos a forma de atrair, integrar e desenvolver nossos talentos, buscamos fortalecer vínculos com as equipes e demos passos importantes para tornar a gestão de pessoas cada vez mais estratégica, conectando decisões a dados e ao desempenho do negócio e da operação. Iniciativas para reduzir o *turnover*, investir em formação com foco na prática e reforçar a cultura como diferencial competitivo não foram



ações pontuais, mas partes da nossa escolha de cuidar ainda mais de quem faz a C&A acontecer.

Em uma empresa com milhares de pessoas distribuídas em diferentes regiões e realidades, a cultura é o que nos ajuda a manter o alinhamento e o senso de pertencimento, é o que nos faz ter certeza de que o nosso propósito está presente nos encontros, nas conquistas e em cada gesto que conecta moda, pessoas e impacto positivo. Em 2025, esse compromisso ganhou novos protagonistas. Um movimento relevante do ano foi o fortalecimento do projeto Influenciadores da Cultura, formado por 20 lideranças representando escritório, centros de distribuição e lojas.

Esse cuidado com as pessoas se expressa também nos rituais que ajudam a sustentar o orgulho em pertencer. Um dos mais simbólicos é o momento em que a Companhia celebra, junto com o aniversário da marca, o tempo de casa de seus associados. Em 2025, 791 pessoas foram homenageadas por completarem marcos de 5 a 35 anos de trajetória na empresa, abrangendo colaboradores das lojas, centros de distribuição e do escritório central. Esse é um gesto que valoriza histórias e reafirma que crescer junto faz parte da identidade da C&A.



**GTPW:  
evolução  
contínua**

Em 2025, a C&A foi reconhecida como uma das 10 melhores empresas para se trabalhar no Brasil, em uma trajetória de evolução contínua.

**2020, 2021, 2022, 2023**

Selo GTPW

**2024**

Entrada no *ranking* -  
Categoria Gigantes -  
19ª posição

**2025**

Avanço no *ranking* -  
Categoria Gigantes -  
8ª posição - Única empresa  
do varejo de moda



O reconhecimento aos comportamentos alinhados à cultura também ganhou novos contornos em 2025 com o Vale Atitude, programa que homenageia associados que se destacam pelo atendimento ao cliente, pela colaboração e pela energia que levam para as lojas todos os dias. Na edição desse ano três finalistas foram selecionados entre mais de 12 mil associados, e o vencedor, um associado de Pernambuco, subiu ao palco para representar a força da cultura vivida na ponta da operação.

A Convenção de Líderes reuniu mais de 800 lideranças de todo o Brasil em três dias de intensa troca, celebração e preparação para o futuro. O encontro começou com muita energia, revisitando conquistas, fortalecendo conexões e alinhando os times para os projetos do fim do ano. Entre discursos inspiradores, convidados especiais e dinâmicas coletivas, reafirmamos nossa cultura, nossos valores e o compromisso de seguir fazendo acontecer.



## Nossos valores

**CLIENTE** - Cliente é tudo.

**PRODUTOS** - 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.

# NOSSA CULTURA ORGANIZACIONAL

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



# COMUNICAÇÃO QUE APROXIMA

Na C&A, comunicação, cultura organizacional e reputação são dimensões inseparáveis da forma como conduzimos o negócio e nos relacionamos com nossos *stakeholders*. Mais do que transmitir informações, a comunicação atua como um instrumento estratégico para alinhar prioridades, fortalecer a cultura e construir relações de confiança com associados, clientes, parceiros e sociedade.

Em um ambiente de transformação acelerada do varejo e de crescente expectativa em relação ao papel das empresas, a consistência entre discurso, prática e experiência tornou-se um elemento essencial para a construção de valor no longo prazo.

## CULTURA E ALINHAMENTO PARA EXECUÇÃO DA ESTRATÉGIA

A comunicação interna desempenha papel fundamental na construção de uma cultura forte e alinhada às prioridades da Companhia. Em uma organização com presença nacional e mais de 15

mil associados, garantir que as equipes compreendam os direcionadores estratégicos do negócio e sua contribuição para os resultados é essencial para a consistência da operação.

Ao longo de 2025, a comunicação buscou ampliar a proximidade entre liderança e equipes, fortalecer a transparência no compartilhamento de resultados e traduzir os principais movimentos estratégicos da Companhia de forma clara e acessível.

Esse movimento ganhou relevância especial na implementação da Estratégia Energia, contribuindo para engajar os times nas transformações do negócio e apoiar a tradução da estratégia em prática nas diferentes áreas da organização.

Ao conectar informação, propósito e cultura, a comunicação interna fortalece o senso de pertencimento e amplia a capacidade da Companhia de executar sua estratégia de forma consistente em toda a rede.



## REPUTAÇÃO CONSTRUÍDA COM CONSISTÊNCIA

A comunicação externa da C&A tem como diretriz assegurar a coerência entre posicionamento institucional, práticas de negócio e experiência da marca. Em 2025, a atuação esteve voltada ao fortalecimento da reputação da Companhia por meio da presença qualificada em debates relevantes para o setor e para a sociedade.

Temas como sustentabilidade, circularidade, diversidade e inovação ganharam destaque no diálogo com imprensa, formadores de opinião e parceiros institucionais, posicionando a C&A como participante ativa na construção de novos caminhos para o varejo de moda.

A presença das lideranças da Companhia nesses espaços também contribuiu para ampliar a visibilidade das prioridades estratégicas da organização e fortalecer a credibilidade da marca em temas estruturais para o futuro do setor.

Ao estimular reflexões e compartilhar experiências sobre os desafios e oportunidades da moda contemporânea, a C&A reforça seu papel na articulação de discussões relevantes para o mercado e para a sociedade.



## MARCA EMPREGADORA

A comunicação também desempenha papel relevante no fortalecimento da marca empregadora da C&A. Ao compartilhar histórias, trajetórias e experiências das pessoas que constroem a Companhia diariamente, a organização busca aproximar a percepção externa da realidade vivida pelos associados.

Essa abordagem contribui para fortalecer a autenticidade da marca empregadora e reforçar o alinhamento entre cultura, propósito e experiência de trabalho.

Ao valorizar o protagonismo das pessoas e tornar visível a diversidade de trajetórias dentro da empresa, a C&A

amplia sua capacidade de atrair talentos alinhados à sua cultura e reforça seu posicionamento como um ambiente de desenvolvimento e crescimento profissional.

# DESENVOLVIMENTO DOS TALENTOS

GRI 404-2 ODS 2 5 8

Ao longo dos últimos anos, a C&A vem estruturando sua agenda de desenvolvimento de pessoas, entendendo que formar talentos é essencial para a sustentabilidade do negócio. Em 2025, esse processo ganhou um novo fôlego com melhorias nos processos de atração, integração e formação, que operam de forma coordenada entre si e com a estratégia da Companhia. Dessa forma, conseguimos proporcionar um lugar onde cada pessoa pode se desenvolver, se expressar e vestir sua potência todos os dias.

No contexto do varejo, que historicamente conta com alta rotatividade, o foco passou a ser encontrar pessoas com maior aderência ao perfil da Companhia e às especificidades de cada região. Para isso, em 2025 foi criada uma estrutura de células regionais de seleção, distribuídas pelo país, aproximando o recrutamento da realidade local das lojas e centros de distribuição e ampliando a precisão nas contratações. O novo processo permitiu uma compreensão mais aprofundada dos

perfis buscados e maior alinhamento entre quem contrata e quem recebe os novos associados. Nesse sentido, reduzir a rotatividade passa a ser um fator-chave para sustentar uma agenda de desenvolvimento.

Na sequência desse refinamento na atração, a C&A ampliou o olhar para a experiência de chegada e adaptação das pessoas à Companhia. Em 2025, transformamos o processo de integração em uma etapa formativa da jornada do associado. Nesse sentido, contribuímos, também, para um impacto social positivo, ao entender que, em uma empresa que representa o primeiro emprego para muitos de seus profissionais, integrar vai além de apresentar processos e sistemas. Significa, também, apoiar a adaptação ao mundo do trabalho: entender como funciona uma rotina corporativa, as responsabilidades envolvidas em uma jornada compartilhada com um time e o que se espera de alguém que representa a marca no contato diário com a cliente. Esse passou a ser também o foco do *onboarding*.



Esse olhar cuidadoso para a chegada dos novos associados se estende também em um momento estruturado de escuta e orientação: o *feedback* aos 45 dias, na metade do período de experiência. Pensado como um instrumento de correção de rota, ele permite a gestores e novos profissionais que conversem abertamente sobre o que está funcionando bem e o que precisa ser

ajustado. Esse *feedback* se tornou uma ferramenta de cuidado e de clareza. Para quem chega, oferece segurança e direcionamento. Para a liderança, reforça a corresponsabilidade sobre o desenvolvimento das pessoas. E, para a Companhia, representa um passo importante para reduzir o *turnover* nos primeiros meses e na construção de vínculos duradouros.

## TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Na sequência desse cuidado com a entrada e com os primeiros passos na Companhia, a formação ganhou, em 2025, um papel ainda mais central na nossa estratégia de gestão de pessoas. O ano marcou a consolidação de um modelo que busca conectar aprendizado, prática e impacto real no negócio.

Esse modelo de desenvolvimento está conectado à Estratégia Energia e se apoia na Cultura Mais C&A, que orienta o acompanhamento da evolução profissional dos times do escritório central, dos centros de distribuição e das lojas. Por meio dele, os associados participam de avaliações anuais que estimulam

conversas estruturadas entre líderes e liderados, permitindo revisar expectativas, reconhecer avanços e manter atualizados os Planos de Desenvolvimento Individual (PDI), com foco na preparação para novos desafios.

A Academia da Moda, plataforma estratégica de aprendizagem da Companhia, foi um dos pilares dessa evolução. Reestruturada no ciclo anterior, passou, em 2025, a atuar de forma mais intensa e integrada à rotina da operação, combinando conteúdos digitais com momentos presenciais e acompanhamento em campo. Esse movimento fortaleceu a conexão entre estratégia,

execução e desenvolvimento das pessoas. Ao longo do ano, ampliamos o portfólio de treinamentos, incluindo conteúdos proprietários, diretamente ligados à forma como a C&A faz moda, abastece suas lojas e se relaciona com a cliente, além da oferta de conteúdos voltados ao desenvolvimento técnico. Para fortalecer a gestão do aprendizado, também implementamos um painel de acompanhamento em Power BI, que passou a permitir o monitoramento do engajamento dos associados e a análise mais precisa da efetividade dos treinamentos.

Esse movimento ganhou força com a implantação de uma nova estrutura de Gerentes de Capacitação e Transformação (GCT), distribuídos nacionalmente desde de abril de 2025. Esses 27 profissionais passaram a atuar como elo entre a estratégia corporativa e a prática das lojas e centros de distribuição, garantindo que o aprendizado se traduza em mudanças reais no cotidiano da operação. Além de acompanhar indicadores de horas treinadas, eles observam onde os processos funcionam bem, onde há lacunas e como o desenvolvimento das pessoas se

reflete na experiência da cliente e nos resultados operacionais. A correlação entre formação e desempenho passou a ser tratada de forma mais explícita.

Nossa estratégia de formação incorporou, em 2025, de forma mais estruturada, conteúdos ligados à agenda ASG. Em preparação para a COP30, por exemplo, foram desenvolvidos conteúdos específicos sobre mudanças climáticas, moda circular e práticas sustentáveis em loja, utilizando metodologias como gamificação e simulações.

Nesse contexto, conseguimos alcançar 85% de adesão ao treinamento direcionado aos times das lojas selecionadas.

A Academia de Moda **passou a atuar de forma ainda mais integrada à rotina da operação**, conectando estratégia, execução e desenvolvimento de pessoas

## De olho no futuro

Em 2025, também investimos em programas voltados à formação de talentos para médio e longo prazos, reforçando nosso compromisso com diversidade, inovação e construção de lideranças alinhadas à cultura da Companhia.

### PROGRAMA DE TRAINEE

O retorno do Programa de Trainee foi um dos grandes destaques do ano. Com mais de 12 mil inscrições, o programa selecionou 19 trainees para áreas estratégicas, como Comercial, Operações e Tecnologia, em uma jornada de 18 meses. Reconhecido internamente como uma importante fonte de formação de lideranças, já tendo revelado profissionais que hoje ocupam posições na alta liderança da Companhia, o programa reforça a aposta da C&A na formação de profissionais que já ingressam com forte conexão com sua cultura e estratégia.

### PROGRAMA DE ESTÁGIO

Base da jornada de formação, o Programa de Estágio seguiu como outro pilar relevante, com destaque para o Estágio Afirmativo, que ampliou a diversidade na entrada da Companhia e reforçou a formação de talentos desde o início da trajetória profissional ([saiba mais](#)).

### PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DE SUPERVISORES

Na agenda de desenvolvimento interno, intensificamos a preparação de lideranças com o Programa de Desenvolvimento de Supervisores (PDS), voltado à formação de Supervisores de Vendas e Serviços como futuros Gerentes de Loja. Em 2025, 23 participantes concluíram o programa.

Essas iniciativas se conectam a um movimento mais amplo de planejamento de sucessão, com o mapeamento de talentos, construção de planos de desenvolvimento individuais e acompanhamento próximo por parte dos *Business Partners*, reforçando a visão de que formar pessoas é também preparar o futuro da Companhia.



# GESTÃO DE DESEMPENHO: **PROGRAMA PERFORMA**

Na C&A, a gestão de desempenho é concebida como parte estruturante da jornada dos associados, orientando o desenvolvimento, a tomada de decisão e o alinhamento entre expectativas individuais e prioridades do negócio. Esse mecanismo organiza conversas, critérios e ferramentas que dão clareza sobre crescimento, oportunidades e responsabilidades ao longo da carreira.

Em 2025, o Programa Performa seguiu como a principal ferramenta de gestão de desempenho da Companhia. Estruturado nos pilares de gestão de metas, avaliação comportamental e gestão de resultados, o Performa traz mais transparência e eficácia à administração de metas, à avaliação das competências comportamentais e à gestão dos resultados, contribuindo para um ambiente de trabalho mais organizado e produtivo.



## GESTÃO DE METAS

A gestão de metas é organizada entre metas corporativas e individuais. O modelo confere diferentes pesos conforme o nível hierárquico e a contribuição de cada função para o atingimento dos resultados. A governança do processo envolve o Conselho de Administração, responsável pela validação das metas dos executivos, e o Comitê de Metas, que reúne diversas áreas da Companhia na definição e apuração dos resultados, com validação final pela Auditoria Interna. Dessa forma, ficam asseguradas a transparência, a consistência e a credibilidade do sistema.

### AValiação Comportamental GRI 404-3

O ciclo de avaliação de desempenho é essencial para a gestão de pessoas, conectando resultados, cultura e valores. Além de medir entregas e *performance*, é uma ferramenta que orienta a discussão de Planos de Desenvolvimento Individual (PDI), decisões de sucessão, carreira e reconhecimento, envolvendo todos os nossos associados e associadas, do escritório central,

Nosso modelo de gestão de metas é desenhado de forma a **assegurar transparência, consistência e credibilidade**

dos centros de distribuição e das lojas. O processo abrange mais de 85% dos associados da Companhia, o que, somado às discussões com as lideranças nos fóruns de calibração, indica a consolidação dessa prática na C&A. A estrutura adotada oferece aos líderes um processo claro e fluido, com informações que favorecem avaliações mais justas e uma comunicação transparente com os times.

A Companhia avalia tanto as entregas e resultados quanto a adesão à cultura, com o mesmo peso: 50% cada frente. A avaliação 360°, que inclui autoavaliação, *feedback* de liderados, pares, parceiros e líder, é disponibilizada para grupos de gerente sênior e acima. Além disso, a pontuação dos liderados passou a ser considerada na nota das lideranças, aumentando a responsabilização e promovendo um ambiente de maior colaboração e compromisso entre todos os associados.

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

## GESTÃO DE RESULTADOS

Esse pilar consolida todo o processo de gestão de *performance* dos associados, considerando tanto o atingimento de metas quanto a avaliação das competências comportamentais. As informações ficam registradas em um sistema on-line dinâmico, ao qual as lideranças têm acesso, permitindo uma visão integrada dos times. Os resultados dessa etapa fornecem os insumos necessários para avançarmos nos processos de mérito e promoção, tornando os associados elegíveis ou não a reconhecimento. Com a automação dessa fase e a consolidação de toda a jornada do associado em um único sistema, a avaliação pelas lideranças tornou-se mais ágil, reduzindo o tempo total do processo.

# SAÚDE, BEM-ESTAR E SEGURANÇA

GRI 3-3 - TEMAS MATERIAIS - SAÚDE, BEM-ESTAR E SEGURANÇA,  
403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7 ODS **3**

Para a C&A, promover ambientes seguros, saudáveis e respeitosos não é apenas atender a requisitos legais, mas criar as condições para que cada associado e associada possa trabalhar, crescer e se desenvolver em um contexto equilibrado. Ao longo de 2025, consolidamos uma agenda de saúde, bem-estar e segurança, organizando essas frentes em torno de um mesmo objetivo: fortalecer a qualidade de vida e a experiência de quem faz a C&A acontecer.

Esse movimento se refletiu tanto na ampliação do olhar sobre riscos e proteção quanto no fortalecimento de práticas voltadas à promoção ativa do bem-estar no dia a dia da operação.



## SAÚDE E BEM-ESTAR

Em 2025, a agenda de saúde e bem-estar da C&A avançou ao integrar de forma estruturada a dimensão emocional ao cuidado com as pessoas. A Companhia já vinha desenvolvendo iniciativas voltadas à saúde mental, à qualidade das relações e à prevenção ao assédio, e a preparação para a nova NR-1, com a inclusão dos riscos psicossociais no Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), contribuiu para consolidar e estruturar essa agenda de forma mais integrada. Esse movimento reforçou a presença desses temas em uma abordagem cada vez mais abrangente de promoção do bem-estar.

Na prática, essa evolução ganhou forma em ações voltadas a diferentes camadas da experiência do associado. Iniciativas como o Brigadista Emocional, a ampliação da SIPAT para temas como assédio, a Jornada de Bem-Estar e as campanhas nacionais de saúde atuam de forma complementar, cobrindo diferentes dimensões da agenda de cuidado, passando por prevenção, acolhimento, comunicação e engajamento.

Ao mesmo tempo, a Companhia investiu em fortalecer o acesso à informação e aos canais de apoio, com a divulgação nacional dos contatos internos de suporte e a realização do Dia de Bem-Estar em todas as unidades, ampliando a visibilidade dos recursos disponíveis e reforçando a cultura de cuidado.



# SEGURANÇA DO TRABALHO

Na C&A, segurança no trabalho integra a agenda de cuidado com as pessoas e a gestão da operação. Ela orienta decisões, define responsabilidades e ajuda a garantir ambientes mais seguros e preparados para quem faz a Companhia acontecer.

Em 2025, fortalecemos essa agenda com a formalização de Serviços Especializados em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT) centralizado, ampliando a integração entre as unidades e reforçando a disseminação da cultura de segurança em todo o país. A iniciativa trouxe mais consistência às práticas e maior capacidade de coordenação das ações em escala nacional.

A preparação para a nova NR-1 também marcou o ano. Com a atualização do Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), passamos a considerar de forma estruturada não apenas riscos físicos e operacionais, mas também os psicossociais, ampliando o entendimento sobre o que significa proteger pessoas no ambiente de trabalho.

A agenda foi acompanhada por ações contínuas de capacitação e conscientização. Realizamos a Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho e Assédio (SIPAT), promovemos a formação de brigadas e oferecemos treinamentos presenciais e on-line em temas como eletricidade, prevenção e combate a incêndios, ergonomia, capacitação de integrantes da Comissão Interna de Prevenção de Acidente de Trabalho e Assédio (CIPAA) e uso adequado de equipamentos de proteção individual. Trabalhadores terceirizados também participam de treinamentos específicos, fortalecendo uma cultura de segurança compartilhada.





# A GENTE SE ENCONTRA **EM 2026**



Na C&A, acreditamos que crescimento consistente no varejo de moda é resultado da combinação entre marca forte, execução disciplinada e uma estratégia clara de longo prazo. Em um setor dinâmico e altamente competitivo, nossa prioridade é seguir aumentando a relevância para a cliente, ao mesmo tempo que fortalecemos a eficiência operacional, a geração de caixa e a solidez do balanço. Essa visão orienta nossas decisões e sustenta um modelo de negócios preparado para evoluir com as transformações do mercado e criar valor de forma sustentável para todos os *stakeholders*.

Esse direcionamento se materializa no ciclo estratégico Energia 2024–2026, que organiza nossas prioridades em torno de três pilares de crescimento: Produto, Jornada Omni e Marca & Relacionamento, apoiados por três viabilizadores estruturais: Tecnologia, Cultura e Sustentabilidade. Mais do que iniciativas isoladas, esses pilares refletem a forma como estruturamos o negócio para capturar oportunidades de mercado, ampliar a conexão com a cliente e sustentar ganhos de produtividade ao longo do tempo.

Em 2025, segundo ano do ciclo, avançamos de forma consistente na execução dessa agenda. Como destacamos ao mercado, seguimos focados em crescimento com rentabilidade, combinando evolução da proposta de valor da marca, maior integração entre canais e disciplina na gestão de custos e capital. O resultado é uma operação mais eficiente, com ganhos progressivos de margem, geração de caixa e fortalecimento da estrutura financeira da Companhia.

Ao olhar para 2026, seguimos confiantes na consistência da nossa estratégia e na capacidade do time C&A de executar com excelência. Continuaremos investindo naquilo que nos diferencia, produto relevante, experiência integrada e uma marca próxima da cliente, ao mesmo tempo que aprofundamos nossa agenda de eficiência e criação de valor.

É essa combinação de marca forte, estratégia clara e execução disciplinada que nos permite avançar com confiança para o próximo ciclo e seguir construindo uma C&A cada vez mais competitiva, resiliente e preparada para o futuro.



# CADERNO DE **INDICADORES**



- Sumário de conteúdo GRI, SASB e TCFD



# GOVERNANÇA

## ESTRUTURA DA GOVERNANÇA

### POLÍTICAS DE REMUNERAÇÃO GRI 2-19

O pacote de remuneração da Direção Executiva engloba componentes fixos e variáveis. A remuneração fixa, composta por salário-base mensal, reconhece o tempo e a dedicação dos profissionais, utilizando parâmetros de mercado para refletir a contribuição individual no desempenho e crescimento da organização. Já a remuneração variável envolve um programa de participação nos lucros e resultados, que reconhece o alcance e superação de metas alinhadas à estratégia de crescimento e sustentabilidade da empresa. Há, ainda, um plano de incentivo de longo prazo, que tem como objetivo alinhar os interesses dos acionistas e maximizar a criação de valor para o negócio, com resultados consistentes e sustentáveis de médio e longo prazos.

Os indicadores de desempenho utilizados na remuneração variável dos altos executivos estão vinculados às metas estabelecidas pelo Conselho de Administração. Essas metas abrangem resultados corporativos e individuais, incluindo objetivos relacionados à gestão de impactos econômicos, ambientais e sociais, como Receita Líquida, Lucro Líquido, Ebitda, além de metas de ASG. Esses indicadores são revisados anualmente com base no planejamento estratégico e nas alavancas estratégicas da Companhia.

A C&A não possui políticas específicas para bônus de atração, devolução de bônus (*clawback*), benefícios de aposentadoria, ou incentivos ao recrutamento.

Especificamente para o Conselho de Administração, a remuneração é composta por uma remuneração fixa mensal, sendo que conselheiros que ocupem cargo em mais de um comitê recebem uma remuneração mensal adicional por sua participação. Além disso, os conselheiros são elegíveis à remuneração baseada em ações.

### PROCESSO PARA A DETERMINAÇÃO DA REMUNERAÇÃO GRI 2-20

O processo para determinação da remuneração na C&A é conduzido pela área de Remuneração, que realiza avaliações regulares das tendências de mercado com o apoio de consultorias independentes externas. Com base nessas análises, é desenvolvida uma Proposta de Remuneração, submetida à aprovação do Conselho de Administração e, posteriormente, apresentada na Assembleia Geral de Acionistas.

### ENGAJANDO NOSSOS STAKEHOLDERS GRI 2-29

Primamos por manter relações sólidas e transparentes com todas as nossas partes interessadas. Entendemos que é atuando juntos que viabilizamos uma moda de impacto positivo.

- **Cientes:** O princípio "cliente é tudo" direciona nossa interação. Buscamos de forma ativa ouvir e entender as perspectivas das clientes por meio de pesquisas de Net Promoter Score (NPS). Os resultados servem como base para a definição de ações que reforcem a lealdade de clientes promotoras da marca, engajem clientes neutras e enderecem preocupações das menos satisfeitas. Também realizamos *focus groups* via nosso programa de relacionamento C&A&VC e utilizamos nossos aplicativos para captura de *feedback* e tendências.

[Saiba mais sobre o relacionamento com nossas clientes](#)

- **Associados:** O envolvimento ocorre de forma contínua por meio de treinamentos presenciais e virtuais oferecidos via Academia da Moda. Também utilizamos canais como Yammer e Teams para comunicação interna e a ferramenta Culture Rocks para a gestão do ciclo de desempenho. Além disso, pesquisas

de engajamento trimestrais acompanham a evolução da cultura interna e monitorar a satisfação e o comprometimento dos associados.

#### [Saiba mais sobre as ações realizadas com nossos associados](#)

- **Comunidades:** Por meio do Instituto C&A, realizamos ações de ajuda humanitária e programas de voluntariado que envolvem lojas, escritório central e centro logístico, buscando produzir impactos positivos nas áreas de atuação.

#### [Saiba mais sobre as atividades do Instituto](#)

- **Fornecedores:** Mantemos um diálogo aberto e colaborativo com nossa rede de fornecimento visando o aprimoramento de práticas sustentáveis e da condução ética dos negócios. Nosso modelo de gestão envolve homologação criteriosa de novos parceiros, auditorias periódicas e programas de desenvolvimento contínuo.

#### [Saiba mais sobre como mantemos a proximidade com nossos fornecedores](#)

- **Investidores:** Contamos com uma equipe de Relações com Investidores dedicada a manter um relacionamento pautado na credibilidade e diálogo contínuo. Fornecemos regularmente informações sobre nossas operações e a evolução de nossas metas de sustentabilidade por meio de comunicações periódicas e prestamos esclarecimentos demandados, atendendo ao interesse do mercado financeiro.

Mais informações estão disponíveis em nosso [site](#) de Relações com investidores

## ÉTICA E CONFORMIDADE

### COMPROMISSOS DE POLÍTICA GRI 2-23

A C&A possui como principais documentos corporativos relativos à conduta empresarial responsável o Código de Ética e as Políticas Anticorrupção, de Sustentabilidade, de Engajamento com Stakeholders, de Diversidade e de Investimento Social Privado. Os documentos foram elaborados com apoio de especialistas e aprovados pelo Conselho de Administração. Com relação aos direitos humanos, a Companhia assegura o respeito conforme a Declaração Universal dos Direitos Humanos e as Convenções Fundamentais da Organização Internacional do Trabalho (OIT), com atenção especial a grupos em situação de risco ou vulneráveis.

Os compromissos de política aplicam-se integralmente a todas as atividades, unidades e operações da organização, estendendo-se a fornecedores, parceiros estratégicos e demais integrantes da cadeia de valor.

A comunicação é realizada de forma contínua para os colaboradores por meio de campanhas internas em canais digitais, cartazes, materiais impressos em unidades físicas, treinamentos, além da assinatura de termos de adesão no ato da contratação. Para parceiros de negócio, há a inclusão de cláusulas contratuais específicas e treinamentos voltados ao cumprimento das diretrizes de conduta.

As políticas estão disponíveis publicamente no [site de Relações com Investidores](#).

### CONFORMIDADE COM LEIS E REGULAMENTOS GRI 2-27

Em 2025, a C&A não registrou nenhum caso significativo de não conformidade com leis e regulamentos. Da mesma forma, não foram aplicadas sanções não monetárias. A organização define casos significativos de não conformidade como aqueles que envolvem processos judiciais de grande relevância e impacto.

### OPERAÇÕES AVALIADAS QUANTO A RISCOS RELACIONADOS À CORRUPÇÃO GRI 205-1

Avaliamos 100% das operações quanto a riscos de corrupção, seguindo a metodologia da Política Corporativa de Gestão de Riscos. O processo identificou 11 tópicos relevantes, como a necessidade de reforço em processos internos, avaliação periódica e conscientização dos associados sobre treinamentos anticorrupção. Também foram mapeados riscos relacionados a interações com agentes públicos, oferta indevida de vantagens e terceiros. Para mitigar esses riscos, aprimoramos controles internos e adotou medidas preventivas.

**Empregados que foram comunicados e capacitados em políticas e procedimentos anticorrupção, por categoria funcional<sup>1</sup> GRI 205-2**

CATEGORIAS		2023		2024		2025	
		Capacitados	Comunicados	Capacitados	Comunicados	Capacitados	Comunicados
Conselho de Administração	número	5	5	0	5	5	5
	%	100%	100%	0%	100%	100%	100%
Diretoria	número	12	12	1	9	17	17
	%	100%	100%	11%	100%	100%	100%
Gerência	número	533	594	168	632	694	710
	%	90%	100%	27%	100%	97,75%	100%
Consultor/Coordenador/Supervisor	número	182	882	248	981	766	1.096
	%	21%	100%	25%	100%	69,89%	100%
Operacional	número	10.852	13.063	3.818	13.074	9.900	13.156
	%	83%	100%	29%	100%	75,25%	100%
Estagiários	número	28	30	4	26	42	44
	%	93%	100%	15%	100%	95,45%	100%
Aprendizes	número	598	800	150	737	584	704
	%	75%	100%	20%	100%	82,95%	100%

<sup>1</sup> As políticas e os procedimentos de combate à corrupção são públicos e disponíveis para todos os stakeholders da Companhia, incluindo clientes e acionistas.

**CASOS CONFIRMADOS DE CORRUPÇÃO  
E MEDIDAS TOMADAS GRI 205-3**

Em 2025, assim como nos três ciclos anteriores, a C&A não registrou casos confirmados de corrupção.

**CASOS DE DISCRIMINAÇÃO GRI 406-1**

Durante o período de 2025, a C&A registrou o início de um processo judicial contendo alegação de discriminação. O caso permanece sob análise e aguarda decisão judicial, por isso ainda não foram definidos planos de remediação ou as providências a serem tomadas para reparação. Casos de não conformidade em relação a comunicação de *marketing* GRI- 417-3

Em 2025, a C&A registrou um caso de não conformidade com leis e regulamentos em relação a comunicações de marketing que resultou em multa ou penalidade. O caso refere-se a uma condenação por propaganda enganosa. Não foram identificados casos resultantes em advertências ou casos de não conformidade com códigos voluntários no período.

# MEIO AMBIENTE

## MUDANÇAS CLIMÁTICAS

**Emissões diretas de gases de efeito estufa (t CO<sub>2</sub> equivalente)<sup>1</sup> GRI 305-1, TCFD 4.B**

	2023	2024	2025
Combustão estacionária	39,01	43,72	44,97
Emissões fugitiva	8.156,66	6.309,88	9.547,94
<b>TOTAL DE EMISSÕES BRUTAS DE CO<sub>2</sub></b>	<b>8.195,67</b>	<b>6.353,60</b>	<b>9.592,91</b>

<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> e HFCs.

**Emissões indiretas provenientes da aquisição de energia (t CO<sub>2</sub> equivalente)<sup>1</sup> GRI 305-2, TCFD 4.B**

	2023	2024	2025
Eletricidade (localização)	6.857,87	10.058,81	9.343,07
Eletricidade (escolha de compra)	0	0	444,29
<b>TOTAL</b>	<b>6.857,87</b>	<b>10.058,81</b>	<b>9.787,36</b>

<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> e HFCs.

**Outras emissões de gases de efeito estufa (t CO<sub>2</sub> equivalente)<sup>1,2</sup> GRI 305-3, TCFD 4.B**

	2022	2024	2025
<b>A montante</b>			
Bens e serviços adquiridos	230.466,94	293.775,05	287.462,90
Atividades relacionadas com combustível e energia não incluídas nos escopos 1 e 2	9,74	43.380,82	12,14
Transporte e distribuição <i>upstream</i>	77.784,07	98.381,50	14.947,14
Resíduos gerados nas operações	679,91	943,62	8.178,55
Viagens a negócios	1.617,81	1.170,82	1.227,64
Deslocamento casa-trabalho	15.906,89	15.194,63	14.465,41
Bens arrendados	-	8,30	7,18
<b>A jusante</b>			
Transporte e distribuição <i>downstream</i>	1.868,54	1.482,79	2.491,54
<b>TOTAL</b>	<b>328.333,92</b>	<b>454.337,53</b>	<b>328.792,50</b>

<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> e HFCs.

<sup>2</sup> Em 2025, revisamos a metodologia de cálculo aplicada à categoria 3 do Escopo 3, com o objetivo de aprimorar a alocação das emissões das demais categorias de Escopo 3 em suas respectivas classificações. Essa atualização fortalece a precisão e a consistência das informações sobre emissões indiretas na cadeia de valor. No mesmo ano, procedemos à revisão da metodologia de cálculo aplicada à categoria 4 do Escopo 3, abrangendo as viagens entre centros de distribuição (CD) e entre CD e lojas. A atualização teve como finalidade aprimorar a acurácia da representação das operações logísticas, incorporando as especificidades de rotas com múltiplas paradas. Adicionalmente, ao longo de 2026, realizaremos a reavaliação dos dados de 2024 e 2023 para aplicação retroativa do modelo de cálculo atualizado. **GRI 2-4**

**Emissões biogênicas de CO<sub>2</sub> (t CO<sub>2</sub> equivalente) GRI 305-1, 305-3, TCFD 4.B**

	2023	2024	2025
Escopo 1	4,70	6,42	7,10
Escopo 3	12.536,39	16.843,27	3.616,52

**Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)<sup>1,2,3</sup> GRI 305-4, TCFD 4.A**

	2023	2024	2025
Intensidade por receita bruta (tCO <sub>2</sub> eq/milhões de R\$)	38,41	46,12	32,17
Intensidade por matéria-prima (tCO <sub>2</sub> eq/t)	19,17	18,24	13,79

<sup>1</sup> Foram consideradas as emissões dos escopos 1, 2 e 3. Para verificar as categorias incluídas em cada escopo, consulte os indicadores 305-1, 305-2 e 305-3.

<sup>2</sup> Os gases incluídos no cálculo do inventário de GEE são: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O e HFCs.

<sup>3</sup> As matérias-primas utilizadas incluem: algodão, poliéster, viscose, poliuretano, poliamida, elastano, poliéster reciclado e acrílico.

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

	2023	2024	2025
Escopo 1	-5.750,60	1.842,07	-3.239,31
Escopo 2	1.374,12	-3.200,94	-715,74
Escopo 3	-135.310,29	-126.003,61	125.545,03

# MATÉRIAS-PRIMAS

**Materiais utilizados na produção e embalagem (Kg)<sup>1,2</sup> GRI 301-1**

	2023	2024	2025
<b>MATERIAIS DE FONTES RENOVÁVEIS</b>			
Algodão	9.162.493,00	13.798.431,39	13.199.990,00
MMCF (Viscose, Modal, Lionel)	1.702.029,00	2.346.353,55	1.822.258,00
Papel	10.073,00	18.831,11	3.836,00
Linho	56.324,00	138.165,43	110.731,00
<b>TOTAL RENOVÁVEL</b>	<b>10.930.919,00</b>	<b>16.302.349,53</b>	<b>15.136.815,00</b>
<b>MATERIAIS DE FONTES NÃO RENOVÁVEIS</b>			
Poliéster	4.618.468,00	6.251.810,47	6.657.347,00
Poliuretano	1.360.392,00	1.335.527,06	1.382.428,00
Poliamida	800.028,00	1.175.504,59	1.269.180,00
Elastano	202.450,00	285.245,94	285.163,00
Acrílico	136.020,00	138.770,22	92.837,00
Policloreto de vinila	42.153,00	65.643,21	58.438,00
Metal	25.042,00	26.125,10	23.329,00
Plástico	9.017,00	952,78	27,00
Polipropileno	2.569,00	1.822,97	1.117,00
Outros	72.819,00	78.921,72	70.183,00
<b>TOTAL NÃO RENOVÁVEL</b>	<b>7.268.958,00</b>	<b>9.359.756,01</b>	<b>9.840.049,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>18.199.877,00</b>	<b>25.662.105,54</b>	<b>24.976.864,00</b>

<sup>1</sup> Fornecedores externos (medição direta em kg, método utilizado que contabiliza composições, partes, quantidade, PO).

<sup>2</sup> Não realizamos o controle de embalagens, valores preenchidos considerando matérias-primas utilizadas na produção.

**LISTA DE MATÉRIAS-PRIMAS PRIORITÁRIAS PARA CADA MATÉRIA PRIORITÁRIA; FATORES AMBIENTAIS E OU SOCIAIS COM MAIOR PROBABILIDADE DE AMEAÇAR O ABASTECIMENTO, DISCUSSÃO SOBRE RISCOS E/OU OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS ASSOCIADOS A FATORES AMBIENTAIS E/OU SOCIAIS E ESTRATÉGIA DE GESTÃO PARA LIDAR COM RISCOS E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS** [SASB CG-AA-440A.3](#)

O algodão, a viscose e o poliéster são as matérias-primas prioritárias da C&A por representarem o maior volume em seus produtos. Os principais fatores ambientais associados ao algodão e à viscose incluem a mudança no uso da terra e a poluição de solo e água,

enquanto para o poliéster destacam-se as emissões de gases de efeito estufa (GEE). A organização identifica riscos de negócio relacionados à reputação por violações socioambientais, à disponibilidade de fibras devido às mudanças climáticas e à interrupção do fornecimento por descumprimento legal de parceiros.

Para gerir esses riscos e aproveitar oportunidades de rastreabilidade e mitigação climática, a C&A adota uma meta de matérias-primas sustentáveis vinculada à remuneração variável de seus executivos (C-Level). Em 2025, mais de 95% do algodão utilizado possuía certificação BCI, sendo que 80% desse volume era de origem brasileira, proveniente de áreas com baixo

estresse hídrico. A Companhia também participa do programa SouABR, que rastreou mais de 100 mil peças em 2025 via tecnologia *blockchain*.

Quanto às fibras celulósicas (MMCF), a empresa utiliza o *ranking* Canopy Report, priorizando produtores com pontuação superior a 31 pontos e realizando rastreabilidade documental. Para o poliéster, a estratégia foca no uso de fibras recicladas com certificação internacional. A C&A mantém engajamento contínuo em fóruns setoriais, como o Textile Exchange, o Diálogo Multissetorial do Algodão Brasileiro e comunicações diretas com fornecedores sobre metas e desafios globais de fornecimento.

**Porcentagem de matérias-primas certificadas por terceiros com um padrão/norma de sustentabilidade ambiental e/ou social<sup>1,2</sup>** [SASB CG-AA-440a.4](#)

PADRÃO/NORMA	2023			2024			2025		
	Peso total das matérias-primas (t)	Peso das matérias-primas certificadas por terceiros segundo um padrão/norma ambiental e/ou social (t)	Porcentagem de matérias-primas certificadas por terceiros com um padrão/norma ambiental e/ou social (%)	Peso total das matérias-primas (t)	Peso das matérias-primas certificadas por terceiros segundo um padrão/norma ambiental e/ou social (t)	Porcentagem de matérias-primas certificadas por terceiros com um padrão/norma ambiental e/ou social (%)	Peso total das matérias-primas (t)	Peso das matérias-primas certificadas por terceiros segundo um padrão/norma ambiental e/ou social (t)	Porcentagem de matérias-primas certificadas por terceiros com um padrão/norma ambiental e/ou social (%)
Global Recycled Standard (GRS)	-	-	-	6.251.810,47	200.886,00	3,21	4.762.352,00	281.553,00	5,91
Forest Stewardship Council Certification (FSC)	-	-	-	-	-	-	2.009.692,00	979.456,00	48,74
Better Cotton Initiative	9.162.493,00	8.795.846,49	96	13.798.431,39	13.149.827,00	95,30	14.192.099,00	13.853.074,00	97,61
Outros <sup>3</sup>	-	-	-	-	-	-	72,16	12.601,00	0,09
<b>TOTAL DAS MATÉRIAS-PRIMAS QUE COMPÕEM OS PRODUTOS FINAIS DA ORGANIZAÇÃO</b>	<b>18.199.876,00</b>	<b>8.795.846,49</b>	<b>48,75</b>	<b>25.662.105,54</b>	<b>13.350.713,00</b>	<b>52,02</b>	<b>20.964.143,00</b>	<b>15.126.685,00</b>	<b>72,16</b>

<sup>1</sup> As fibras celulósicas sustentáveis são provenientes de fabricantes listados no Hot Button Report, que avalia critérios como abastecimento florestal, produção de fibras Next Gen, rastreabilidade, uso de certificação FSC e iniciativas de conservação.

<sup>2</sup> Os números referem-se às fibras principais, considerando partes principais das peças, pesos estimados por categoria e marcas C&A.

<sup>3</sup> Neste ciclo foi incluída a categoria "outros", a fim de proporcionar maior clareza na informação. Contudo, para fins de meta de matérias-primas, esse volume é contabilizado como BCI.

As certificações adotadas pela C&A são definidas com base no padrão global Preferred Materials da [Textile Exchange](#), que relaciona matérias-primas às respectivas certificações e indicadores ambientais. Essa referência é utilizada para orientar a escolha de certificações reconhecidas internacionalmente no setor têxtil. Adicionalmente, podem ser realizadas adaptações para situações específicas do contexto brasileiro, com a adoção, pela C&A, de regras internas complementares para garantir a adequação às particularidades locais.

# RESÍDUOS

## Total de resíduos gerados, por composição (t)<sup>1,2</sup> GRI 306-3

	2023	2024	2025
<b>RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS</b>			
Orgânico	63,21	21,24	4.566,13
Papelão e papel	616,94	439,32	529,13
Material de construção	168,37	331,34	791,87
Outros - não perigosos	16.041,00	269,86	325,76
Subtotal resíduos não perigosos	16.889,52	1.061,76	6.212,89
<b>RESÍDUOS PERIGOSOS</b>			
Eletrônicos (computadores e acessórios)	11,19	20,96	7,25
Outros perigosos	0,01	0	0
Subtotal resíduos perigosos	11,20	20,96	7,25
<b>TOTAL (NÃO PERIGOSOS + PERIGOSOS)</b>	<b>16.900,96</b>	<b>1.082,72</b>	<b>6.220,21</b>

<sup>1</sup> Em 2023, tivemos o processo de unificação dos CDs de São Paulo na unidade que temos hoje. Devido a esse processo, tivemos um aumento considerável nos resíduos gerados nesse ano, o que explica a grande variação no número entre 2023 e 2024.

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

## Destinação de resíduos (t) GRI 306-4, 306-5

	2023			2024			2025		
	Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos	Total	Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos	Total	Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos	Total
Reciclagem	16.744,02	5,56	16.749,58	969,27	8,85	978,12	1.314,40	0,06	1.314,46
Preparação para reutilização	-	5,63	5,63	55,5	12,07	67,57	354,23	7,19	361,42
Incineração (sem recuperação de energia)	0	0,01	0,01	0	0	0	0	0	0
Aterro	145,74	0	145,74	37,00	0	37,00	4.544,32	0	4.544,32
Outras operações de disposição	0	0	0	1	0	1	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>16.889,76</b>	<b>11,2</b>	<b>16.900,96</b>	<b>1.061,76</b>	<b>20,92</b>	<b>1.083,69</b>	<b>6.212,95</b>	<b>7,25</b>	<b>6.220,21</b>

# REDE DE FORNECIMENTO

## DISCUSSÃO DOS PROCESSOS PARA MANTER A CONFORMIDADE COM REGULAMENTOS DE SUBSTÂNCIAS RESTRITAS [CG-AA-250A.1](#)

No Brasil, não existe uma regulamentação legal específica para substâncias químicas restritas no setor têxtil. No entanto, a C&A utiliza a AFIRM RSL (Lista de Substâncias Restritas) como referência para limites e métodos de teste de substâncias restritas em produtos acabados, e também adota medidas de controle baseadas na metodologia da ZDHC Foundation, com o objetivo de reduzir o uso de substâncias químicas nos processos produtivos dos fornecedores.

Para o controle de substâncias químicas restritas nos processos produtivos, a C&A custeia uma ferramenta de inventário químico para fornecedores com processos molhados, que avalia a conformidade dos produtos químicos com a [MRSL \(Lista de Substâncias Restritas de Fabricação\)](#) da ZDHC. De acordo com o percentual de conformidade do inventário, a C&A realiza testes em efluentes e em produtos químicos, visando garantir conformidade. Para químicos não

conformes, é implementado, em parceria com o fornecedor e a indústria química, um plano de ação para substituição do(s) produto(s) químico(s) em questão. Além disso, auditorias são realizadas para avaliar os processos de controle de químicos nos fornecedores.

Para o controle em produtos acabados e matérias-primas, a C&A possui uma Matriz de Testes Químicos, sendo responsabilidade do fornecedor cumprir integralmente a AFIRM RSL e os requisitos químicos adicionais da Companhia. No caso de PFAs, o time de Qualidade da C&A realiza a verificação de produtos com características de repelência à água e exige testes em laboratórios homologados, atestando a conformidade com o limite estabelecido de 50 ppm. Em caso de reprovação, os produtos podem ser recusados, assegurando a aplicação de ações corretivas e o atendimento aos requisitos definidos.

## PORCENTAGEM DE (1) INSTALAÇÕES DE FORNECEDORES TIER 1 E (2) INSTALAÇÕES DE FORNECEDORES ALÉM DO TIER 1 QUE COMPLETARAM A AVALIAÇÃO DO MÓDULO AMBIENTAL DE INSTALAÇÕES HIGG FACILITY (HIGG FEM) DA SUSTAINABLE APPAREL COALITION OU UMA AVALIAÇÃO DE DADOS AMBIENTAIS EQUIVALENTE [SASB CG-AA-430.2](#)

A C&A monitora o desempenho ambiental de sua cadeia de suprimentos por meio da aplicação do Módulo Ambiental de Instalações Higg (Higg FEM) e de um *checklist* ambiental próprio, desenvolvido internamente com base nos critérios do Higg FEM.

No exercício de 2025, 339 fornecedores de Nível 1 (36% do total e que representam 80% do volume total adquirido pela C&A no ano) completaram a avaliação, grupo que engloba fornecedores que participaram de verificações *in loco* e aqueles que concluíram a autoavaliação do *checklist* ambiental C&A. Já com relação aos fornecedores além do Nível 1, o processo alcançou 14 fornecedores (2% da base e que representam 20% das compras totais), entre aqueles que submeteram as informações via plataforma do Higg FEM e os que concluíram a autoavaliação do protocolo C&A.

### **TAXA DE NÃO CONFORMIDADE PRIORITÁRIA E TAXA DE AÇÃO CORRETIVA ASSOCIADA PARA AUDITORIAS DO CÓDIGO DE CONDUTA DO TRABALHO DOS FORNECEDORES SASB CG-AA-430B.2**

As auditorias na rede de fornecimento são conduzidas por auditores da própria C&A, com base em protocolos predefinidos ou por certificadoras terceirizadas homologadas no Programa ABVTEX. As auditorias são realizadas sem aviso prévio e seguem uma abordagem de risco que determina a periodicidade, variando entre quatro e vinte e quatro meses.

A metodologia de auditoria envolve entrevistas com trabalhadores, análise documental e inspeção das instalações produtivas, considerando requisitos legais, normas ABVTEX e o Código de Conduta da C&A. Todas as não conformidades são classificadas por gravidade e compartilhadas com a fábrica auditada, que deve atender a um plano de ação com prazos definidos conforme a criticidade, tipicamente entre 120 e 180 dias, sendo que quanto mais crítica a não conformidade, menor o prazo para resolução.

A correção é verificada por meio de análises documentais e, quando necessário, auditorias de *follow-up*. Casos críticos podem resultar em suspensão ou descredenciamento do fornecedor. Além disso, a C&A promove ações de capacitação e suporte para apoiar a melhoria contínua e a conformidade das unidades produtivas.

### **CASOS DE NÃO CONFORMIDADE EM RELAÇÃO A INFORMAÇÕES E ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS GRI 417-2**

Em 2025, 100% das categorias significativas de produtos e serviços foram avaliadas quanto à conformidade com as diretrizes de rotulagem, com suporte de sistemas de gestão e auditorias específicas. Essas exigências são monitoradas continuamente, inclusive por órgãos reguladores como o Inmetro, e, em 2025, não houve condenações, aplicação de multas ou registros de não conformidade relacionados às informações e à rotulagem de nossos produtos e serviços.

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

Em 2025, não foram registrados casos de trabalho infantil ou análogo ao escravo entre nossos fornecedores. No entanto, durante fiscalizações conduzidas pelo Ministério do Trabalho e Emprego no setor calçadista das regiões de Nova Serrana (MG) e Birigui (SP), foram identificadas inconsistências relacionadas às funções desempenhadas por trabalhadores jovens, entre 16 e 18 anos, em três fornecedores que fazem parte da nossa rede. Como resposta, implementamos planos de ação corretiva para adequação às normas legais e às diretrizes do Código de Conduta. Também ampliamos ações de capacitação na plataforma Academia da Moda e reforçamos o monitoramento dessas regiões na matriz de risco e no plano de auditorias.

### **CASOS DE NÃO CONFORMIDADE EM RELAÇÃO AOS IMPACTOS NA SAÚDE E SEGURANÇA CAUSADOS POR PRODUTOS E SERVIÇOS GRI 416-2**

No período, não foram registrados casos de não conformidade com leis ou códigos voluntários relacionados à saúde e segurança de nossos produtos e serviços nem ocorrências que tenham resultado em multas, penalidades ou advertências.

## **PORCENTAGEM DE INSTALAÇÕES DE FORNECEDORES EM CONFORMIDADE COM AS LICENÇAS DE DESCARTE DE ÁGUAS RESIDUAIS E/OU ACORDO CONTRATUAL**

**CG-AA-430A.1**

Em 2025, 99% das instalações de fornecedores da C&A (Nível 1 e Além do Nível 1) operaram em conformidade com as licenças de descarte de águas residuais e acordos contratuais. A Companhia monitora os riscos associados ao descarte de efluentes, incluindo a operação sem licenças ambientais, o lançamento fora dos padrões legais, riscos reputacionais e financeiros por autuações, além do impacto na toxicidade dos corpos hídricos e comunidades.

Para gerir esses riscos, a C&A mantém um programa de compliance que verifica o cumprimento da legislação ambiental local. Para fornecedores de alto risco, priorizados por matriz de relevância e impacto ambiental, a gestão de entradas, processos produtivos e descartes segue as diretrizes do programa ZDHC (Zero Descarte de Químicos Perigosos). Os métodos de tratamento na cadeia incluem processos primários (gradeamento), secundários (sistema biológico aeróbico e decantação) e, em casos de recuperação de efluentes, tratamento terciário com polimento físico-químico e filtração.

As instalações devem seguir as normas regulatórias federais e estaduais brasileiras. Adicionalmente, a C&A adota os parâmetros de lançamento do ZDHC, utilizando inventários de químicos para verificar a conformidade com a MRSL e o protocolo ambiental baseado no HiggFEM para coleta de dados. Em 2025, foram realizados testes de efluentes com parâmetros ZDHC em 10 subcontratados.

## **DESCRIÇÃO DOS MAIORES RISCOS TRABALHISTAS E RISCOS AMBIENTAIS, DE SAÚDE E DE SEGURANÇA NA CADEIA DE FORNECIMENTO** [CG-AA-430B.3](#)

A C&A identifica como os três maiores riscos trabalhistas em sua cadeia de suprimentos o trabalho análogo ao escravo, o trabalho infantil e o tratamento irregular, incluindo abuso ou assédio. Essas infrações são consideradas de tolerância zero no Código de Conduta da Companhia devido ao elevado potencial de impacto sobre os trabalhadores e aos riscos reputacionais para a marca. Em 2025, foram realizados dois *workshops* presenciais (em Santa Catarina e São Paulo) com a rede de fornecimento, para reforçar a importância desses temas na garantia de condições justas e seguras de trabalho.

No âmbito ambiental, de saúde e de segurança, os três riscos de maior potencial são as licenças (estruturais, de funcionamento, segurança contra incêndio e ambientais), o tratamento de efluentes e o descarte de resíduos. Desde 2015, a manutenção dessas licenças é mandatória para todas as fábricas parceiras. A C&A monitora esses riscos com atenção especial às unidades de maior potencial de impacto, incluindo-as em programas de melhoria contínua. Em 2025, o acesso aos treinamentos de capacitação sobre esses temas na plataforma Academia da Moda foi estendido também aos subcontratados.

# SOCIAL

## ATRAÇÃO, RETENÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE COLABORADORES

### Empregados por gênero<sup>1,2,3</sup> GRI 2-7

GÊNERO	2023	2024	2025
Homens	5.053	4.981	5.004
Mulheres	10.328	10.483	10.723
<b>TOTAL</b>	<b>15.381</b>	<b>15.464</b>	<b>15.727</b>

### Empregados por região<sup>1,2,3</sup> GRI 2-7

REGIÃO	2023	2024	2025
Norte	1.017	990	911
Nordeste	3.547	3.423	3.109
Centro-Oeste	817	811	878
Sudeste	8.837	9.057	9.581
Sul	1.163	1.183	1.248
<b>TOTAL</b>	<b>15.381</b>	<b>15.464</b>	<b>15.727</b>

### Empregados por tipo de emprego e região<sup>1,2,3</sup> GRI 2-7

REGIÃO	2023		2024		2025	
	Tempo integral	Período parcial	Tempo integral	Período parcial	Tempo integral	Período parcial
Norte	957	60	930	60	866	45
Nordeste	3.341	206	3.225	198	2.950	159
Centro-Oeste	758	59	764	47	826	52
Sudeste	8.338	499	8.606	451	9.152	429
Sul	1.097	66	1.121	62	1.185	63
<b>TOTAL</b>	<b>14.491</b>	<b>890</b>	<b>14.646</b>	<b>818</b>	<b>14.979</b>	<b>748</b>

### Empregados por tipo de emprego<sup>1,2,3</sup> GRI 2-7

TIPO DE EMPREGO	2023			2024			2025		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Tempo integral	4.810	9.681	14.491	4.767	9.879	14.646	4.814	10.165	14.979
Período parcial	243	647	890	214	604	818	190	558	748

<sup>1</sup> A C&A não possui em seu quadro empregados sem garantia de carga horária.

<sup>2</sup> Não foram observadas flutuações significativas no número de empregados.

<sup>3</sup> Os dados são compilados com base na listagem alfabética, considerando empregados ativos até o dia 31 de dezembro de cada ano. Os dados incluem estagiários e aprendizes. Não foram incluídos empregados contratados para o evento de Natal, que possuem prazo determinado.

**Aumento percentual da remuneração total anual<sup>1</sup> GRI 2-21**

	2023	2024	2025
Maior remuneração paga (no período coberto pelo relatório)	R\$ 5.553.548,01	R\$ 5.665.123,85	R\$ 6.239.375,21
Remuneração total anual média para todos os empregados (exceto o indivíduo mais bem pago)	R\$ 40.928,85	R\$ 44.043,27	R\$ 47.966,10
Proporção	135,69%	128,63%	130,08%

<sup>1</sup> Em 2024, a metodologia foi reformulada, e os dados de 2023 foram ajustados de acordo com os novos critérios. Por confidencialidade, é considerado o segundo maior salário, excluindo o maior que pertence aos associados. Para todos os cálculos, foi considerada média entre as remunerações. A base inclui estagiários, aprendizes, intermitentes e afastados por menos de seis meses. Afastados por mais de seis meses foram excluídos. As adequações foram realizadas com o objetivo de alinhar os indicadores de pessoas.

**Mudança na proporção da remuneração total anual<sup>1</sup> GRI 2-21**

	2023	2024	2025
Aumento percentual da maior remuneração paga (%)	3,65%	4,00%	3,70%
Aumento percentual da remuneração total média (%)	5,00%	5,70%	6,20%
Proporção do aumento percentual da maior remuneração paga comparado ao aumento percentual da remuneração total média	0,73	0,70	0,60

<sup>1</sup> Em 2024, a metodologia foi reformulada, e os dados de 2023 foram ajustados de acordo com os novos critérios. Por confidencialidade, é considerado o segundo maior salário, excluindo o maior que pertence aos associados. Para todos os cálculos, foi considerada média entre as remunerações. A base inclui estagiários, aprendizes, intermitentes e afastados por menos de seis meses. Afastados por mais de seis meses foram excluídos. As adequações foram realizadas com o objetivo de alinhar os indicadores de pessoas.

**ACORDOS DE NEGOCIAÇÃO COLETIVA GRI 2-30**

Na C&A, 100% dos colaboradores estão cobertos por acordos de negociação coletiva. Nas localidades onde as negociações ainda não foram assinadas ou concluídas, a empresa mantém as condições estabelecidas em negociações anteriores, com atualizações na parte econômica, garantindo que todos os empregados sejam contemplados pelas condições definidas nos acordos coletivos.

**Rotatividade dos associados<sup>1</sup> GRI 401-1**

	2023				2024				2025			
	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
<b>POR GÊNERO</b>												
Homens	4.405	29%	4.477	29%	4.122	27%	4.190	27%	3.506	22%	3.496	22%
Mulheres	8.819	57%	9.344	61%	8.699	56%	8.520	55%	7.279	46%	7.049	45%
<b>POR FAIXA ETÁRIA</b>												
Abaixo de 30 anos	10.851	71%	11.219	73%	9.959	64%	9.715	63%	7.485	48%	7.285	46%
Entre 31 e 50 anos	2.299	15%	2.522	16%	2.699	17%	2.857	18%	3.085	20%	3.105	20%
Acima de 51 anos	74	0,50%	80	0,5%	163	1%	138	1%	215	1%	155	1%
<b>POR REGIÃO</b>												
Centro-oeste	1.008	7%	1.095	7%	1.022	7%	1.019	7%	961	6%	913	6%
Nordeste	2.261	15%	2.348	15%	2.102	14%	2.206	14%	1.353	9%	1.641	10%
Norte	977	6%	1.053	7%	940	6%	959	6%	625	4%	665	4%
Sudeste	7.245	47%	7.607	50%	7.282	47%	7.073	46%	6.524	41%	6.080	39%
Sul	1.733	11%	1.718	11%	1.475	10%	1.453	9%	1.322	8%	1.246	8%
<b>TOTAL</b>	<b>13.224</b>	<b>86%</b>	<b>13.821</b>	<b>90%</b>	<b>12.821</b>	<b>83%</b>	<b>12.710</b>	<b>82%</b>	<b>10.785</b>	<b>69%</b>	<b>10.545</b>	<b>67%</b>

<sup>1</sup> Não foram considerados os empregados contratados especificamente para o evento de Natal, com contratos de prazo determinado.

**BENEFÍCIOS OFERECIDOS A EMPREGADOS EM TEMPO INTEGRAL QUE NÃO SÃO OFERECIDOS A EMPREGADOS TEMPORÁRIOS OU DE PERÍODO PARCIAL GRI 401-2**

Em 2025, a C&A manteve um pacote de benefícios estruturado para seus empregados em tempo integral, com variações baseadas na unidade operacional (escritório central, centros de distribuição e lojas), tempo de empresa e nível hierárquico.

Em conformidade com as Convenções Coletivas de Trabalho (CCT) e a legislação trabalhista (CLT), são garantidos o seguro de vida e as licenças-maternidade e paternidade. A organização não oferece auxílio de deficiência e invalidez ou plano de previdência privada.

O pacote de benefícios contempla plano de saúde, plano odontológico, serviços de telemedicina, programa para gestantes, plataforma de teleterapia, auxílio-refeição ou alimentação, Wellhub, folga no aniversário, descontos em compras, convênio com o Sesc, convênio com farmácia e a realização de *checkups* periódicos.

Licença-maternidade/paternidade <sup>1</sup> GRI 401-3		2023	2024 <sup>2</sup>	2025
Empregados que tiveram direito a tirar a licença	Homens	5.053	4.981	5.004
	Mulheres	10.328	10.483	10.723
Empregados que tiraram a licença	Homens	0	0	0
	Mulheres	573	633	469
Empregados que retornaram ao trabalho, no período do relatório, após o término da licença	Homens	0	0	0
	Mulheres	573	478	466
Empregados que retornaram a trabalhar após a licença e continuaram empregados 12 meses após o retorno ao trabalho	Homens	0	0	0
	Mulheres	414	270	330
Taxa de retorno	Homens	0	0	0
	Mulheres	100%	75,51%	99,36%
Taxa de retenção	Homens	0	0	0
	Mulheres	72,25%	56,49%	99,36%

<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.

<sup>2</sup> A variação entre 2023 e 2024 nas taxas de retorno e retenção após licença não decorre de mudanças nas políticas internas ou nos procedimentos de afastamento. A licença-maternidade permanece de 120 dias, podendo ser estendida com férias. Parte dos colaboradores que iniciaram a licença em 2024 ainda não havia retornado até a data de corte da apuração, influenciando temporariamente os indicadores e gerando oscilações em relação ao ano anterior.

Média de horas de capacitação de empregados por gênero GRI 404-1		2023		2024		2025 <sup>1</sup>	
		Total de horas	Média	Total de horas	Média	Total de horas	Média
Homens		97.899,08	19,40	86.980,65	17,46	116.829,00	23,35
Mulheres		203.263,32	19,70	196.252,17	18,72	315.870,00	29,46
<b>TOTAL</b>		<b>301.162,40</b>	<b>19,60</b>	<b>283.232,82</b>	<b>18,32</b>	<b>432.699,00</b>	<b>27,51</b>

<sup>1</sup> A C&A possui uma grande rotatividade de funcionários, por isso, para que o indicador possa refletir o real cenário de treinamento e desenvolvimento do ano, realizamos um cálculo que divide o total de horas treinadas pelo total de funcionários reportados no indicador 2-7.

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

	2023		2024		2025 <sup>1</sup>	
	Total de horas	Média	Total de horas	Média	Total de horas	Média
Diretoria	17,33	1,45	13,26	0,95	286,00	16,82
Gerência	4.834,68	8,14	6.130,68	9,70	18.037,00	25,40
Supervisor	7.754,16	8,79	11.661,45	11,89	24.751,00	22,58
Operacional	287.788,91	20,76	264.568,41	19,16	356.064,00	27,06
Estagiários	767,45	25,58	859,10	33,04	9.919,00	225,43
Aprendiz	-	-	-	-	23.642	33,58
<b>TOTAL</b>	<b>301.162,40</b>	<b>19,60</b>	<b>276.229,86</b>	<b>17,86</b>	<b>432.699,00</b>	<b>27,51</b>

<sup>1</sup> A C&A possui uma grande rotatividade de funcionários, por isso, para que o indicador possa refletir o real cenário de treinamento e desenvolvimento do ano, realizamos um cálculo que divide o total de horas treinadas pelo total de funcionários reportados no indicador 2-7.

**Empregados que recebem análises de desempenho por categoria funcional GRI 404-3**

	2023		2024		2025	
	Associados	Total (%)	Associados	Total (%)	Associados	Total (%)
Diretoria	9	75	12	86	16	94
Gerência	594	100	625	99	606	85
Supervisor	839	95	850	87	706	64
Operacional	6.770	52	8.738	67	5.279	40
Estagiários	0	0	20	77	4	09
Aprendizes	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>8.230</b>	<b>53</b>	<b>10.245</b>	<b>66</b>	<b>6.611</b>	<b>42</b>

**Empregados que recebem análises de desempenho por gênero (%) GRI 404-3**

	2023		2024		2024	
	Associados	Total (%)	Associados	Total (%)	Associados	Total (%)
Homens	3.733	74	3.369	68	2.194	44
Mulheres	7.944	77	6.876	66	4.417	41
<b>TOTAL</b>	<b>11.677</b>	<b>76</b>	<b>10.245</b>	<b>66</b>	<b>6.611</b>	<b>42</b>

**Membros dos órgãos de governança, por gênero GRI 405-1**

CATEGORIA	2023				2024				2025			
	Homens	%	Mulheres	%	Homens	%	Mulheres	%	Homens	%	Mulheres	%
Conselho de Administração	5	62,50	3	37,50	3	60,00	2	40,00	3	60,00	2	40,00
Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças	2	66,67	1	33,33	2	66,67	1	66,67	2	66,67	1	66,67
Comitê de Gente & ASG	1	33,33	2	66,67	2	66,67	1	33,33	2	66,67	1	66,67
Comitê de Serviços Financeiros	3	100,00	0	0	3	100,00	0	0	3	100,00	0	0
Comitê de Estratégia	2	66,67	1	33,33	2	66,67	1	33,33	2	66,67	1	66,67
Diretoria Executiva	4	80,00	1	0	4	80,00	1	20,00	4	80,00	1	20,00

**Membros dos órgão de governança, por faixa etária GRI 405-1**

CATEGORIA	2023						2024						2025					
	Abaixo de 30	%	Entre 30 e 50	%	Acima de 50	%	Abaixo de 30	%	Entre 30 e 50	%	Acima de 50	%	Abaixo de 30	%	Entre 30 e 50	%	Acima de 50	%
Conselho de Administração	0	0	4	50	4	50,00	0	0	1	20,00	4	80,00	0	0	1	20,00	4	80,00
Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0	1	33,33	2	66,67
Comitê de Gente & ASG	0	0	0	0	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00
Comitê de Serviços Financeiros	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0	1	33,33	2	66,67
Comitê de Estratégia	0	0	0	0	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00
Diretoria Executiva	0	0	1	20,00	4	80,00	0	0	1	20,00	4	80,00	0	0	1	20,00	4	80,00

**Membros dos órgão de governança, por raça GRI 405-1**

CATEGORIA	2023						2024						2025					
	Amarela	%	Branca	%	Pretos e pardos	%	Amarela	%	Branca	%	Pretos e pardos	%	Amarela	%	Branca	%	Pretos e pardos	%
Conselho de Administração	1	12,50	6	75,00	1	12,50	1	20,00	4	80,00	0	0	1	20,00	4	80,00	0	0
Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças	0	0	2	66,67	1	33,33	0	0	2	66,67	1	33,33	0	0	2	66,67	1	33,33
Comitê de Gente & ASG	0	0	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00	0	0
Comitê de Serviços Financeiros	1	33,33	2	66,67	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0
Comitê de Estratégia	3	100,00	0	0	0	0	0	0	3	100,00	0	0	0	0	3	100,00	0	0
Diretoria Executiva	5	100,00	0	0	0	0	0	0	5	100,00	0	0	0	0	5	100,00	0	0

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

CATEGORIA	2023				2024				2025			
	Homens	%	Mulheres	%	Homens	%	Mulheres	%	Homens	%	Mulheres	%
Diretoria	10	83,00	2	17,00	11	79,00	3	21,00	12	70,59	5	29,41
Gerência	195	33,00	399	67,00	206	33,00	426	67,00	251	35,35	459	64,65
Supervisão	358	41,00	524	59,00	393	40,00	588	60,00	418	38,00	678	62,00
Operacional	4.257	33,00	8.806	67,00	4.167	32,00	8.907	68,00	4.132	31,00	9.024	69,00
Estagiários	7	23,00	23	77,00	7	27,00	19	73,00	10	23,00	34	77,00
Aprendizes	226	28,00	574	72,00	197	27,00	540	73,00	180	26,00	524	74,00

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

CATEGORIA	2023						2024						2025					
	Abaixo de 30	%	Entre 30 e 50	%	Acima de 50	%	Abaixo de 30	%	Entre 30 e 50	%	Acima de 50	%	Abaixo de 30	%	Entre 30 e 50	%	Acima de 50	%
Diretoria	0	0	8	67,00	4	33,00	0	0	9	64,00	5	36,00	0	0,00	12	58,40	5	41,60
Gerência	0	0	553	67,00	12	33,00	56	9,00	562	89,00	14	2,00	41	5,80	653	92,00	16	2,20
Supervisão	230	27,00	630	71,00	22	2,00	299	30,00	662	68,00	20	2,00	257	23,00	816	75,00	23	2,00
Operacional	8.379	64,00	4.304	33,00	380	3,00	8.570	66,00	4.051	31,00	453	3,00	7.668	58,00	4.923	38,00	565	4,00
Estagiários	30	100,00	0	0	0	0	26	100,00	0	0	0	0	41	93,18	3	6,82	0	0
Aprendizes	798	99,75	2	0,75	0	0	737	100,00	0	0	0	0	704	100,00	0	0	0	0

Empregados, por raça GRI 405-1									
Categoria		Amarela	%	Branca	%	Indígena	%	Pretos e pardos	%
2023	Diretoria	0	0	12	100,00	0	0	0	0
	Gerência	37	6,00	391	66,00	0	0	166	28,00
	Supervisão	40	5,00	475	53,00	5	1,00	362	41,00
	Operacional	340	3,00	4.652	35,00	100	1,00	7.971	61,00
	Estagiários	1	3,00	5	17,00	1	3,00	23	77,00
	Aprendizes	11	1,00	308	38,00	5	1,00	476	60,00
2024	Diretoria	0	0	13	93,00	0	0	1	7,00
	Gerência	32	5,00	408	64,00	1	1,00	142	30,00
	Supervisão	38	4,00	519	53,00	6	1,00	296	42,00
	Operacional	315	2,00	4.613	35,00	90	1,00	5.819	62,00
	Estagiários	0	0	11	42,00	1	4,00	14	53,00
	Aprendizes	10	1,00	274	37,00	2	4,00	328	58,00
2025	Diretoria	0	0	16	99,94	0	0	1	0,06
	Gerência	37	5,30	441	62,10	3	0,40	224	31,50
	Supervisão	47	4,20	561	51,20	4	0,40	480	43,80
	Operacional	298	2,27	4.626	35,16	80	0,61	8.098	61,55
	Estagiários	2	4,55	20	45,45	0	0	22	50,00
	Aprendizes	5	0,71	245	34,80	0	0	454	64,49

**Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens, por categoria funcional<sup>1</sup> GRI 405-2**

CATEGORIA	2023		2024		2025	
	Razão entre o salário-base de mulheres e homens	Razão entre a remuneração de mulheres e homens	Razão entre o salário-base de mulheres e homens	Razão entre a remuneração de mulheres e homens	Razão entre o salário-base de mulheres e homens	Razão entre a remuneração de mulheres e homens
Diretoria	0,85	0,56	0,81	0,50	0,88	0,48
Gerência	0,86	0,84	0,85	0,83	0,87	0,88
Coordenação	0,78	0,76	0,74	0,75	0,77	0,74
Analistas	0,94	0,94	-	-	-	-
Operação	1	1,16	0,94	0,89	0,94	0,92
Estagiários	-	-	1,00	0,78	1	1,02
Aprendizes	-	-	1,01	0,92	1	1,02

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

# SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO

## SISTEMA DE GESTÃO DE SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO **GRI 403-1**

A C&A possui um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho baseado na legislação brasileira vigente, seguindo as Normas Regulamentadoras do Ministério do Trabalho e Emprego (Portaria MTb nº 3214/1978).

O sistema possui cobertura nacional, com coleta de informações em todas as unidades. A gestão abrange todos os colaboradores próprios e terceirizados cujas atividades são realizadas nas dependências da empresa, contemplando ações de monitoramento médico (PCMSO), gestão de riscos (PPRA/PGR), treinamentos e inspeções conforme as normas regulamentadoras.

## IDENTIFICAÇÃO DE PERICULOSIDADE, AVALIAÇÃO DE RISCOS E INVESTIGAÇÃO DE INCIDENTES **GRI 403-2**

A identificação de perigos e a avaliação de riscos, abrangendo atividades rotineiras e não rotineiras, são realizadas por meio do Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR). A qualidade desses processos é assegurada por profissionais qualificados em Saúde e Segurança do Trabalho, que atuam seguindo normas regulamentadoras.

A Companhia mantém canais abertos para o relato perigos e situações de periculosidade, bem como incidentes de trabalho, como reuniões da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho e Assédio (CIPA), comunicação direta ao SESMT, além do Canal de Ética, todos com proteção contra represálias. Treinamentos disseminam a cultura da prevenção e reforçam, para a liderança, a orientação para acolhimento de relatos.

As situações identificadas são tratadas por meio de planos de ação, revisões de processos e auditorias internas visando à melhoria contínua.

## SERVIÇOS DE SAÚDE DO TRABALHO **GRI 403-3**

A C&A utiliza o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR) e o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO) para a gestão de saúde e segurança, assegurando a identificação de perigos, riscos e possíveis doenças ocupacionais, bem como a implementação de medidas de eliminação ou mitigação. Fazem parte dessa estrutura uma rede de clínicas credenciadas e ambulatórios em unidades estratégicas.

## PARTICIPAÇÃO DOS TRABALHADORES, CONSULTA E COMUNICAÇÃO AOS TRABALHADORES REFERENTES A SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO **GRI 403-4**

A C&A envolve seus colaboradores e terceirizados nas questões relativas à saúde e segurança do trabalho por meio de reuniões da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e Assédio (CIPA), além de reuniões mensais com a presença de colaboradores, membros eleitos e representantes de empresas prestadoras de serviço. A cultura de segurança é reforçada por treinamentos regulares promovidos pela Academia da Moda e ações de conscientização como a Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho e Assédio (SIPAT).

## ACIDENTES DE TRABALHO **GRI 403-8**

A C&A possui um Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho que cobre 100% dos 15.727 empregados, com auditoria interna e, em alguns casos, certificação externa. Para terceiros, não há sistema integrado, sendo o controle feito manualmente por meio da verificação de documentação obrigatória ao longo das atividades.

**PREVENÇÃO E MITIGAÇÃO DE IMPACTOS DE SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO DIRETAMENTE VINCULADOS A RELAÇÕES DE NEGÓCIOS GRI 403-7**

A C&A atua na prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho por meio de orientações de segurança e a realização de Diálogos de Segurança. No âmbito das relações com terceiros, a Companhia realiza a análise de documentos como PGR e PCMSO, além da verificação de exames, certificados e treinamentos. Adicionalmente, a área de Sustentabilidade monitora a rede de fornecimento para garantir a procedência dos produtos, prevenir o uso de mão de obra irregular e promover a melhoria contínua nas condições de trabalho e nos indicadores ambientais.

<b>Acidentes de trabalho relacionados a empregados<sup>1,2,3,4,5</sup> GRI 403-9</b>			
	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Número de horas trabalhadas	136.700.504,00	20.282.122,50	53.721.388,87
Número de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)	15	10	6
Taxa de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)	0,11	0,49	0,11
Número de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	174	137	152
Taxa de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	1,27	6,75	2,83

<sup>1</sup> Base de número de horas trabalhadas foi de 1.000.000.

<sup>2</sup> Foram consideradas como acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos) as ocorrências com afastamento do trabalhador por um período acima de 15 dias.

<sup>3</sup> Não houve registros de óbitos decorrentes de lesões relacionadas ao trabalho.

<sup>4</sup> Os principais tipos de acidente de trabalho são acidentes de trajeto, que envolvem colisões com outros veículos, incluindo carros e motos, acidentes típicos, como quedas de mesmo nível, queda de equipamento ou mobiliários, e acidentes envolvendo escadas. Dados compilados conforme as Normas Regulamentadoras (NR) aplicáveis e boas práticas de gestão. Informações consolidadas a partir de sistemas internos de saúde ocupacional e registros do PCMSO e PGR, abrangendo associados ativos.

<sup>5</sup> Por motivos estratégicos, não reportamos os dados de trabalhadores.

**DOENÇAS PROFISSIONAIS GRI 403-10**

Em 2025, não foram registrados óbitos resultantes de doenças profissionais, nem casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória entre os colaboradores da C&A nem entre trabalhadores terceiros cujas atividades são controladas pela Companhia.

# IMPACTOS ECONÔMICOS

**PROPORÇÃO DE GASTOS COM FORNECEDORES LOCAIS GRI 204-1**

Em 2025, a C&A Modas S.A. destinou 73% do seu orçamento de compras de produtos a fornecedores locais, definidos como aqueles situados em território brasileiro. Esse percentual abrange a totalidade das unidades operacionais da Companhia, baseando-se exclusivamente na aquisição de mercadorias e desconsiderando gastos com prestadores de serviços.

**IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS GRI 203-2**

Não foram identificados impactos econômicos indiretos significativos.

# SUMÁRIO DE CONTEÚDO **GRI**

<b>DECLARAÇÃO DE USO</b>	A C&A relatou com base nas Normas GRI para o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025.
<b>GRI 1 USADA</b>	GRI 1: Fundamentos 2021
<b>NORMA(S) SETORIAL(AIS) DA GRI APLICÁVEL(EIS)</b>	Não houve

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
<b>CONTEÚDOS GERAIS</b>		
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-1 Detalhes da organização	<a href="#">8</a>
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	<a href="#">8</a>
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	<a href="#">8</a>
	2-4 Reformulações de informações	Quando aplicável, as diferentes abordagens e reformulações de informações são descritas nos indicadores.
	2-5 Verificação externa	<a href="#">150</a>
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	<a href="#">93</a>
	2-7 Empregados	<a href="#">128</a>
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	Requisitos: Todos. Motivo: Informação confidencial. Justificativa: Não reportamos os dados de trabalhadores que não são empregados, que inclui somente terceiros, por motivos estratégicos.
	2-9 Estrutura de governança e sua composição	<a href="#">32</a>
	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	<a href="#">32</a>
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	<a href="#">32</a>
	2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	<a href="#">32</a>
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	<a href="#">36</a>
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	<a href="#">8, 9</a>
	2-15 Conflitos de interesse	<a href="#">41</a>
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	<a href="#">42</a>
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	<a href="#">32</a>
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	<a href="#">32</a>
	2-19 Políticas de remuneração	<a href="#">118</a>
	2-20 Processo para determinação da remuneração	<a href="#">118</a>
	2-21 Proporção da remuneração total anual	<a href="#">129</a>

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	<a href="#">6</a>
	2-23 Compromissos de política	<a href="#">92, 119</a>
	2-24 Incorporação de compromissos de política	<a href="#">40</a>
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	<a href="#">42</a>
	2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	<a href="#">42</a>
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	<a href="#">119</a>
	2-28 Participação em associações	<a href="#">25</a>
	2-29 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	<a href="#">93, 101, 118</a>
	2-30 Acordos de negociação coletiva	<a href="#">130</a>
<b>TEMAS MATERIAIS</b>		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	<a href="#">9</a>
	3-2 Lista de temas materiais	<a href="#">9</a>
<b>CIRCULARIDADE DO PRODUTO</b>		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	<a href="#">79</a>
GRI 301: Materiais 2016	301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	<a href="#">122</a>
	301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	<a href="#">83</a>
<b>MUDANÇAS CLIMÁTICAS</b>		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	<a href="#">74</a>
	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	<a href="#">121, 122</a>
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	<a href="#">121, 122</a>
GRI 305: Emissões 2016	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	<a href="#">122</a>
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	<a href="#">122</a>
	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	<a href="#">122</a>
<b>GESTÃO DA CADEIA DE FORNECEDORES</b>		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	<a href="#">93</a>
GRI 204: Práticas de compras 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	<a href="#">138</a>
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	<a href="#">93</a>

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-2 Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	<a href="#">93</a>
GRI 407: Liberdade de associação e negociação coletiva 2016	407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	<a href="#">93</a>
GRI 408: Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	<a href="#">92</a> , <a href="#">93</a> , <a href="#">126</a>
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	<a href="#">92</a>
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	<a href="#">93</a>
	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	<a href="#">93</a>
<b>BIODIVERSIDADE E ÁGUA NA CADEIA PRODUTIVA</b>		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	<a href="#">83</a> , <a href="#">88</a>
	101-1 Políticas para deter e reverter a perda de biodiversidade	<a href="#">88</a>
	101-2 Gestão de impactos na biodiversidade	<a href="#">88</a>
	101-3 Acesso e repartição justa e equitativa de benefícios	Requisitos: Todos Motivo: Informação não disponível. Justificativa: A C&A está em processo de adaptação à nova norma GRI 101: Biodiversidade 2024. Atualmente, a organização atua com matérias-primas mais sustentáveis, rastreabilidade e gestão ambiental na rede de fornecimento para garantir que, nos próximos períodos de relato, as informações apresentadas reflitam a gestão e eficácia das medidas de mitigação de risco nesse tema.
	101-4 Identificação de impactos na biodiversidade	<a href="#">88</a>
	101-5 Locais com impactos na biodiversidade	Requisitos: Todos Motivo: Informação não disponível.
	101-6 Fatores diretos da perda de biodiversidade	Justificativa: A C&A está em processo de adaptação à nova norma GRI 101: Biodiversidade 2024. Atualmente, a organização atua com matérias-primas mais sustentáveis, rastreabilidade e gestão ambiental na rede de fornecimento para garantir que, nos próximos períodos de relato, as informações apresentadas reflitam a gestão e eficácia das medidas de mitigação de risco nesse tema.
	101-7 Mudanças no estado da biodiversidade	Justificativa: A C&A está em processo de adaptação à nova norma GRI 101: Biodiversidade 2024. Atualmente, a organização atua com matérias-primas mais sustentáveis, rastreabilidade e gestão ambiental na rede de fornecimento para garantir que, nos próximos períodos de relato, as informações apresentadas reflitam a gestão e eficácia das medidas de mitigação de risco nesse tema.
GRI 101: Biodiversidade 2024	101-8 Serviços ecossistêmicos	Justificativa: A C&A está em processo de adaptação à nova norma GRI 101: Biodiversidade 2024. Atualmente, a organização atua com matérias-primas mais sustentáveis, rastreabilidade e gestão ambiental na rede de fornecimento para garantir que, nos próximos períodos de relato, as informações apresentadas reflitam a gestão e eficácia das medidas de mitigação de risco nesse tema.

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	<a href="#">89</a>
	303-2 Gestão dos impactos relacionados ao descarte de água	<a href="#">88</a>
	303-3 Captação de água	<a href="#">89</a>
	303-4 Descarte de água	<a href="#">89</a>
	303-5 Consumo de água	<a href="#">89</a>
<b>SAÚDE, BEM-ESTAR E SEGURANÇA</b>		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	<a href="#">112</a>
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	<a href="#">130</a>
	401-2 Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	<a href="#">131</a>
	401-3 Licença-maternidade/paternidade	<a href="#">131</a>
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	<a href="#">112, 137</a>
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	<a href="#">112, 137</a>
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	<a href="#">112, 137</a>
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referente a saúde e segurança do trabalho	<a href="#">112, 137</a>
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança ocupacional	<a href="#">112</a>
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	<a href="#">112</a>
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos na saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócio	<a href="#">112, 138</a>
	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	<a href="#">137</a>
	403-9 Acidentes de trabalho	<a href="#">138</a>
	403-10 Doenças profissionais	<a href="#">138</a>
<b>TRANSPARÊNCIA E RELACIONAMENTO COM CLIENTES</b>		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	<a href="#">43</a>
GRI 416: Saúde e segurança do consumidor 2016	416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	<a href="#">96</a>
	416-2 Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	<a href="#">96, 126</a>

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO
GRI 417: Marketing e rotulagem 2016	417-1 Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	<a href="#">96</a>
	417-2 Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	<a href="#">96, 126</a>
	417-3 Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing	<a href="#">121</a>
GRI 418: Privacidade do cliente	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	<a href="#">42</a>
<b>GESTÃO DE RESÍDUOS NÃO TÊXTEIS</b>		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	<a href="#">86</a>
GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	<a href="#">86</a>
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	<a href="#">86</a>
	306-3 Resíduos gerados	<a href="#">124</a>
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	<a href="#">124</a>
	306-5 Resíduos destinados a disposição final	<a href="#">124</a>
<b>DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO</b>		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	<a href="#">90</a>
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	<a href="#">132, 133, 134, 135</a>
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	<a href="#">136</a>
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	<a href="#">121</a>
<b>INDICADORES NÃO MATERIAIS</b>		
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	<a href="#">97</a>
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	<a href="#">138</a>
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	<a href="#">119</a>
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	<a href="#">120</a>
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	<a href="#">121</a>
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	<a href="#">131, 132</a>
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e assistência para transição de carreira	<a href="#">107</a>
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	<a href="#">111, 132</a>

# SUMÁRIO DE CONTEÚDO **SASB**

## Sumário SASB (*Apparel, Accessories & Footwear*)

CÓDIGO	MÉTRICA CONTÁBIL	PÁGINA DO RELATÓRIO OU RESPOSTA DIRETA
CG-AA-250a.1	Discussão dos processos para manter a conformidade com os regulamentos relativos a substâncias restritas	<a href="#">96</a> , <a href="#">125</a>
CG-AA-430a.1	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores tier 1 e (2) instalações de fornecedores além do tier 1 em conformidade com as licenças de descarte de águas residuais e/ou acordo contratual	<a href="#">127</a>
CG-AA-430a.2	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores tier 1 e (2) instalações de fornecedores além do tier 1 que completaram a avaliação do Módulo Ambiental de Instalações Higg Facility (Higg FEM) da Sustainable Apparel Coalition ou uma avaliação de dados ambientais equivalente	<a href="#">93</a> , <a href="#">95</a>
CG-AA-440a.3	(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	<a href="#">123</a>
CG-AA-440a.4	Porcentagem de matérias-primas certificadas por terceiros com um padrão/norma de sustentabilidade ambientais e/ou social	<a href="#">83</a> , <a href="#">123</a>
CG-AA-430b.1	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores tier 1 e (2) instalações de fornecedores além do tier 1 que foram auditadas por um código de conduta trabalhista, (3) porcentagem do total de auditorias realizadas por um auditor externo	<a href="#">95</a>
CG-AA-430b.2	Taxa de não conformidade prioritária e taxa de ação corretiva associada para auditorias do código de conduta do trabalho dos fornecedores	<a href="#">95</a> , <a href="#">126</a>
CG-AA-430b.3	Descrição dos maiores (1) riscos trabalhistas e (2) riscos ambientais, de saúde e de segurança na cadeia de fornecimento	<a href="#">127</a>
CG-AA-000.A	Número de (1) fornecedores tier 1 e (2) fornecedores além do tier 1	<a href="#">93</a>

# SUMÁRIO DE CONTEÚDO TCFD

RECOMENDAÇÃO	DIVULGAÇÃO RECOMENDADA	PÁGINA DO RELATÓRIO OU RESPOSTA DIRETA
Governança	a. Descrição da supervisão do conselho em relação aos riscos e oportunidades relacionados ao clima	<a href="#">32</a> , <a href="#">34</a> , <a href="#">35</a> , <a href="#">36</a>
	b. Descrição do papel da administração na avaliação e gestão de riscos e oportunidades relacionados ao clima	<a href="#">32</a> , <a href="#">34</a> , <a href="#">35</a> , <a href="#">36</a>

A C&A adota práticas de gerenciamento de riscos para prevenir, mitigar e tratar qualquer fator que possa impactar sua estratégia, garantindo que esses riscos sejam considerados na tomada de decisão. Os horizontes temporais são definidos como curto prazo (até um ano), médio prazo (dois a cinco anos) e longo prazo (cinco a dez anos).

Em 2025, passamos por um processo de revisão da matriz de riscos, que incluiu a atualização de sua metodologia de avaliação da probabilidade de ocorrência de riscos, baseada principalmente no histórico de sua materialização, utilizando janelas temporais passadas como evidência objetiva. Quando aplicável, especialmente para riscos emergentes, estratégicos ou climáticos, a análise histórica é complementada por avaliação qualitativa prospectiva, ainda que não haja histórico de ocorrência.

Estratégia

a. Descrição dos riscos e oportunidades relacionados ao clima identificados pela organização no curto, médio e longo prazos

A Companhia possui riscos e oportunidades climáticas identificados em sua matriz corporativa de riscos, os quais possuem horizonte temporal baseado na probabilidade de sua materialização. Entre os principais riscos identificados estão:

1. Mudanças nos padrões climáticos expõem ao risco de assertividade das coleções: impactos em receita decorrentes de cenários climáticos distintos dos previstos, especialmente em localidades com frustração de expectativas de venda de produtos sazonais.
2. Eventos climáticos extremos que podem impactar o modelo e a operação das lojas físicas: impactos em receita decorrentes de baixo fluxo ou falhas de infraestrutura em dias de eventos climáticos extremos.
3. Eventos climáticos extremos com potencial de impactar o modelo e a capacidade de distribuição logística: impactos em receita potencial decorrentes de quebras de recebimento ocasionadas por eventos climáticos extremos.

		<p>4. Eventos climáticos extremos que podem expor ao risco de dependência de terceiros: aumento no custo de fornecimento ou necessidade de troca de fornecedores por desafios enfrentados por terceiros com a ocorrência de eventos climáticos extremos.</p> <p>5. Alterações e/ou não cumprimento de legislação climática que possam impactar a dependência de terceiros: aumento no custo de fornecimento ou necessidade de troca de fornecedores por desafios enfrentados por terceiros para adequação a mudanças em legislação climática.</p> <p>As oportunidades identificadas estão relacionadas ao aprimoramento de processos operacionais e logísticos, à ampliação do portfólio de produtos mais sustentáveis, à adoção crescente de fontes de energia renovável. Em conjunto, essas frentes têm potencial para reforçar a eficiência do negócio, reduzir impactos ao longo da cadeia e fortalecer a jornada da Companhia rumo a uma operação mais responsável e alinhada às expectativas do setor.</p>
<p>Estratégia</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> <hr/> <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>Os riscos e oportunidades relacionados ao clima são considerados na estratégia corporativa e nos processos de planejamento financeiro da C&amp;A, influenciando decisões estratégicas, operacionais e de investimento. Esses fatores são integrados aos ciclos de planejamento estratégico e orçamentário, contribuindo para a gestão de riscos, a eficiência operacional e a criação de valor no médio e longo prazos. Informações adicionais sobre a gestão de riscos e oportunidades climáticos são divulgadas no <a href="#">questionário respondido pela C&amp;A ao CDP</a>.</p> <hr/> <p>A C&amp;A avalia a resiliência de sua estratégia diante de diferentes cenários de aquecimento global, incluindo cenários compatíveis com a limitação do aumento da temperatura a 1,5 °C e 2 °C, em linha com as recomendações do TCFD e o compromisso assumido pelo Science Based Targets Initiative (SBTi) de redução absoluta de 42% até 2030. Veja na íntegra a divulgação do nosso compromisso <a href="#">aqui</a>. As análises consideram riscos físicos e de transição e seus potenciais efeitos sobre o modelo de negócios, a cadeia de valor, os custos operacionais e a geração de valor em curto, médio e longo prazos. As conclusões dessas análises subsidiaram decisões estratégicas e de investimento. Os cenários estão passando por um processo de reavaliação em função da publicação do Relatório Financeiro de Sustentabilidade (CBPS 01 CBPS 02).</p>
<p>Gestão de risco</p>	<p>a. Descrição dos processos da organização utilizados para identificar e avaliar os riscos relacionados ao clima</p>	<p><a href="#">44</a></p>

## Gestão de risco

b. Descrição dos processos organizacionais utilizados para gerenciar os riscos relacionados ao clima

[44](#)

Ao fim da etapa de ponderação do perfil dos riscos estratégicos (impacto vs. probabilidade/ vulnerabilidade), é realizado o processo de tomada de decisão quanto ao tratamento de riscos, de acordo com as diretrizes de apetite a riscos determinadas pela alta administração. Essa fase envolve identificar, treinar e apoiar os donos dos riscos no desenvolvimento e formalização de um plano de reposta que inclua possíveis alternativas para endereçar os riscos altos e críticos: (i) Evitar: eliminar riscos, redefinir os objetivos e/ou estratégias de negócios; (ii) Reduzir: diversificar, intensificar o nível de gestão e/ou melhorar os controles; (iii) Aceitar: nenhuma ação adicional, manter o monitoramento; e (iv) Compartilhar ou transferir de forma parcial ou total os riscos.

No que diz respeito à ponderação dos riscos de “mudanças climáticas” e “socioambiental” dentro da matriz, cabe monitoramento pela área de ASG como respectivos planos de reposta.

Considerando o resultado da matriz de materialidade, de forma complementar ao trabalho realizado no âmbito das práticas de gestão de riscos da Companhia, os potenciais impactos negativos relacionados ao tema de Mudanças Climáticas e outros temas socioambientais foram priorizados e um plano específico de respostas foi criado, sendo acompanhado pela Diretoria Executiva, Comitê de Gente e ASG e Conselho de Administração.

c. Descrever como os processos utilizados para identificar, avaliar e gerenciar os riscos relacionados ao clima são integrados à gestão geral de riscos da organização

[44](#)

## Métricas e metas

a. Informar as métricas utilizadas pela organização para avaliar os riscos e oportunidades relacionados ao clima de acordo com a estratégia e o processo de gestão de riscos

Lançada em 2024 para o ciclo 2024-2026, a Estratégia Energia consolida os direcionadores estratégicos do negócio e define as principais alavancas para acelerar crescimento, eficiência e fortalecimento da marca. A estratégia está estruturada em três pilares interdependentes: (i) Marca e Relacionamento, (ii) Produto e (iii) Jornada Omni, apoiados por viabilizadores transversais como Tecnologia, Cultura e Sustentabilidade, que asseguram coerência entre direcionamento estratégico e execução.

O tema de Mudanças Climáticas está inserido de forma transversal nessa arquitetura, orientando decisões estratégicas e iniciativas ao longo dessas alavancas.

Nesse sentido, utilizamos indicadores climáticos no processo de definição dos riscos e oportunidades, sendo eles:

Emissões de gases de efeito estufa (GEE): quantificadas segundo a metodologia do GHG Protocol, abrangendo escopos 1, 2 e 3. Os dados são auditados por terceira parte independente e reportados anualmente ao Programa Brasileiro GHG Protocol e ao CDP.

Intensidade de emissões: relação entre emissões de CO<sub>2</sub>e e receita líquida, em toneladas de CO<sub>2</sub>e por R\$ milhão, permitindo avaliar a eficiência climática das operações. Consumo e eficiência energética: percentual de energia proveniente de fontes renováveis (100% desde 2023) e economias obtidas por projetos de eficiência em lojas, centros de distribuição e operações digitais.

Circularidade: percentual de produtos com princípio de circularidade, 37% em 2025, com meta de 50% em 2030.

Matérias-primas mais sustentáveis: percentual de matérias-primas de origem sustentável em relação ao volume total de fibras utilizadas, 72,2% em 2025, com meta de 80% até 2030.

Redução de plástico: redução de plástico de uso único, em linha com a meta de 50% até 2030, 41% em 2025.

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

[121](#), [122](#)

## Métricas e metas

c. Descrição das metas utilizadas pela organização para gerenciar os riscos e oportunidades relacionados ao clima, e a *performance* com relação às metas

As metas climáticas estão alinhadas à Science Based Targets Initiative (SBTi) e à Estratégia ASG 2030, incluindo: redução de 42% das emissões absolutas escopos 1, 2 e 3 categorias 1, 4 e 9 com base em 2023; manutenção de 100% de energia renovável; alcance de 50% dos produtos com princípios de circularidade; uso de 80% de matérias-primas sustentáveis algodão, fibras celulósicas (viscose, liocel, modal e acetato) e poliéster; redução de 50% do plástico de uso único em relação a 2020; e metas de diversidade na liderança, com 60% de mulheres e 30% de pessoas negras ou indígenas. As metas são avaliadas anualmente, com projeções de impacto financeiro revisadas pelos comitês responsáveis, e os indicadores que influenciam a geração de valor são vinculados à remuneração variável de curto e longo prazos da alta liderança.

# 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

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

***Relatório de asseguração limitada sobre as informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório Integrado Anual 2025 da C&A Modas S.A. para o exercício findo em 31 de dezembro de 2025***

### Conclusão

Realizamos um trabalho de asseguração limitada sobre se as informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no "Relatório Integrado Anual 2025" ("Relatório"), elaborado pela C&A Modas S.A. ("Companhia") para o exercício findo em 31 de dezembro de 2025 foram preparadas com base nas Normas da Global Reporting Initiative (GRI – Standards), do Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear, do Sustainability Accounting Standards Board (SASB), com as recomendações do Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), e da Orientação Técnica CPC 09 da Resolução CVM 14/2020, correlata com a Estrutura Conceitual Internacional para Relato Integrado sob responsabilidade da IFRS Foundation ("Critérios").

Com base nos procedimentos executados e nas evidências obtidas, não temos conhecimento de nenhum fato que nos leve acreditar que as informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório Integrado Anual 2025, elaborado pela C&A Modas S.A. para o exercício findo em 31 de dezembro de 2025 não foram preparadas, em todos os aspectos relevantes, com base nos Critérios.

### Base para a conclusão

Conduzimos nosso trabalho de acordo com NBC TO 3000 (Revisada) – Trabalho de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, e com a International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised), Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information, emitidas pelo Conselho



Federal de Contabilidade (CFC) e pelo International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), respectivamente. Nossas responsabilidades em relação a essas normas estão descritas mais detalhadamente na seção "Nossas responsabilidades" do relatório.

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

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

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

#### **Responsabilidades pelas informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório**

A Administração da Companhia é responsável pelo(a):

- desenho, a implementação e a manutenção dos controles internos relevantes para que a preparação das informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório estejam livres de distorção relevante, independente se devido a fraude ou erro;
- seleção dos Critérios adequados para a preparação das informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório e a referência apropriada aos Critérios utilizados ou descrição desses Critérios; e
- preparação das informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório de acordo com o método de mensuração e cálculos definidos nos Critérios.

#### **Nossas responsabilidades**

Somos responsáveis por:

- planejar e executar o trabalho para obter uma asseguração limitada sobre se as informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório estão livres de distorções relevantes, independente se devido a fraude ou erro;
- formar uma conclusão independente, com base nos procedimentos executados e nas evidências obtidas; e



- reportar nossa conclusão ao Conselho de Administração e Acionistas da Companhia.

Resumo do trabalho que executamos como base para nossa conclusão

Exercemos julgamento profissional e mantivemos o ceticismo profissional ao longo do trabalho. Desenhamos e executamos nossos procedimentos para obter evidência sobre as informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório que é suficiente e apropriada para fornecer uma base para nossa conclusão. Nossos procedimentos selecionados dependem do nosso entendimento das informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório e de outras circunstâncias do trabalho, além de nossa consideração das áreas em que é provável que surjam distorções materiais. Ao realizar o trabalho, nós realizamos os seguintes procedimentos:

- a. Planejamos os trabalhos considerando a materialidade dos aspectos relacionados às atividades da Companhia, a relevância das informações divulgadas, o volume das informações quantitativas e qualitativas, bem como os sistemas operacionais e os controles internos que serviram de base para a elaboração das informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório;
- b. Obtivemos o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos adotados para a compilação dos indicadores por meio de indagações e entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- c. Realizamos a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas, bem como indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório; e
- d. Avaliamos os processos adotados para a elaboração das informações Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) constantes no Relatório, bem como a sua estrutura e conteúdo, com base nos Critérios.

Os procedimentos realizados em um trabalho de asseguarção limitada variam em termos da natureza e época, e sua extensão é restrita (menos extensa) do que de um trabalho de asseguarção razoável. Assim, o nível de segurança obtido em um trabalho de asseguarção limitada é substancialmente menor do que a segurança que teria sido obtida caso um trabalho de asseguarção razoável tivesse sido realizado.

São Paulo, 16 de abril de 2026

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

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

# CRÉDITOS E INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

## COORDENAÇÃO-GERAL

Maria Carolina Brasil Borghesi  
Cyntia Watanabe Rosa Kasai  
Nivea Araújo Pizzolito  
Marcelo Cantarino  
Ana Clara de Souza Varella  
Julia Martins Freitas

## GESTÃO DE PROJETO, CONTEÚDO, CONSULTORIA E DESIGN

GRUPO REPORT  
WWW.GRUPOREPORT.COM.BR

## FOTOS

Camila Piccolo, Katia Eira e Acervo C&A

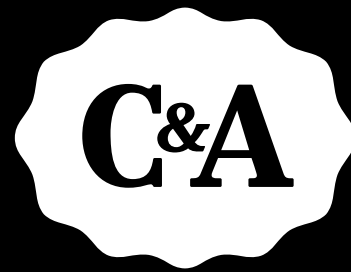
## REVISÃO ORTOGRÁFICA

Alicia Toffani



## AGRADECIMENTOS

Nosso agradecimento especial a todos os times C&A que contribuíram, direta ou indiretamente – com dados, histórias, projetos e, principalmente, com dedicação e colaboração –, para tornar possível mais uma edição do nosso Relatório Integrado Anual.



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