

Política Corporativa - PTC	Data de Emissão: <b>21/08/2023</b>
<b>Qualidade</b>	Identificação: <b>PTC.015</b>
	Versão - 00
Aprovação: Comitê Executivo	Classificação da informação: <b>Pública</b>

## 1. OBJETIVO

Estabelecer as diretrizes do Sistema de Gestão da Qualidade de produtos e serviços do Grupo Carrefour Brasil.

## 2. APLICAÇÃO

Aplica-se a todo Grupo Carrefour Brasil e partes interessadas.

## 3. SIGLAS E DEFINIÇÕES

**ODS:** Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

**ONU:** Organizações das Nações Unidas

**Transição Alimentar** - movimento global da companhia com objetivo de oferecer alimentos frescos de forma acessível aos nossos clientes a fim promover conjunto de iniciativas que estimula a transição para uma alimentação mais saudável, sustentável e consciente, tornando-se um movimento global em prol da boa alimentação, proveniente de uma cadeia sustentável e responsável com base no sabor original e na alta qualidade dos alimentos.

## 4. DIRETRIZES GERAIS

O Carrefour tem como propósito contribuir para um mundo melhor por meio do acesso a uma alimentação de qualidade. E para que possamos contribuir ainda mais e melhor, valorizamos equipes diversas. Mais do que garantir a inclusão, queremos promover interações de qualidade, criativas e inovadoras com as pessoas, colaborando umas com as outras, com as suas mais diversas características.

Somos agentes de transformação e através das nossas ações é que podemos contribuir para um mundo melhor. A força do nosso modelo de negócio e do propósito de levar alimentos acessíveis e de qualidade à população brasileira.

Em todos os nossos negócios, pensamos no meio ambiente, no impacto social, na dignidade de todas as pessoas envolvidas, no combate ao desperdício, na redução de embalagens, no bem-estar animal, na diminuição da emissão dos gases de efeito estufa e, claro, em como podemos possibilitar o acesso para que todas as pessoas possam ter sempre o melhor.

A estratégia do Grupo Carrefour Brasil para todos os negócios é oferecer produtos de qualidade e uma ampla gama de ofertas de produtos de marcas próprias, nacionais e importados em um portfólio sempre alinhado com as expectativas dos clientes.

Sabemos que para ajudar o mundo a se alimentar melhor é necessário entender e acolher as pluralidades da nossa sociedade. Por isso, acreditamos que a diversidade do Brasil precisa estar representada em todos os níveis de todos os negócios, e deve influenciar todas as nossas tomadas de decisão.

O Grupo Carrefour Brasil, na condução dos negócios, como signatário do Pacto Global, adota iniciativas de sustentabilidade corporativa propostas pela Organização das Nações Unidas (ONU) e busca fazer com que as atividades e operações e toda sua cadeia de valor contribuam efetivamente para o cumprimento da Agenda 2030 e de seus Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).



**GRUPO  
CARREFOUR  
BRASIL**



Política Corporativa - PTC	Data de Emissão: <b>21/08/2023</b>
<b>Qualidade</b>	Identificação: <b>PTC.015</b>
	Versão - 00
Aprovação: Comitê Executivo	Classificação da informação: <b>Pública</b>

Deste modo, o Grupo Carrefour Brasil assumiu o compromisso com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável do Pacto Global, tendo o foco no ODS 3- promoção da saúde e bem-estar, ODS 16- paz e justiça e instituições eficazes, entre outros.

Além desses compromissos, o Grupo Carrefour Brasil reforça a responsabilidade com a sociedade, provendo alimentos de qualidade e a preço acessível. Definindo três grandes compromissos transversais ao modelo de negócios: combate à fome e às desigualdades, diversidade e inclusão e proteção de florestas e biodiversidade.

#### 4.1 Qualidade e acesso

Mudar o mundo por meio da alimentação só é possível se todos tiverem a possibilidade de optar por alimentos saudáveis, sustentáveis e nutritivos. A qualidade nutricional e a pegada ambiental de um alimento dependem de muitos fatores, entre eles a sua cadeia de produção. Para isso, o Grupo Carrefour Brasil investe em itens de origem rastreável, buscando conhecer onde e como eles foram produzidos ou cultivados e exigindo enquadramento em padrões e normas éticos e sustentáveis.

Desenvolver linhas de produtos de marca própria tem sido um importante veículo de relacionamento com diversas cadeias produtivas, potencializando a venda de produtos locais e ampliando o acesso à alimentação saudável e de qualidade.

Na condição de maior rede varejista do país, o Grupo Carrefour Brasil trabalha pela garantia da qualidade e pela oferta de itens de alimentação a custos acessíveis, dedicando esforços para facilitar e garantir acesso aos alimentos e aos produtos que estão dentro da nossa gestão de marcas próprias.

Uma das forças do ecossistema do Grupo Carrefour Brasil é a gestão de uma linha de produtos identificados como marcas próprias e que tem uma função reguladora nos sistemas de vendas.

Faz parte da estratégia do Grupo oferecer ao cliente produtos acessíveis e de qualidade, contribuindo para uma dieta mais saudável e sustentável.

As marcas próprias do Carrefour contemplam uma diversidade de produtos: perecíveis e não perecíveis, alimentos para pets, itens para higiene pessoal, limpeza, casa e têxteis.

Os produtos de marca própria têm se diferenciado nas prateleiras, sempre prezando sua produção com base nos critérios de autenticidade, qualidade, preço justo e respeito ao meio ambiente. Em média, eles são 30% mais baratos do que itens líderes no mercado e têm sido reconhecidos pelos clientes e conquistado a fidelidade na hora da compra.

O Grupo Carrefour Brasil estabelece pré-requisitos de segurança de alimentos e padrões de qualidade para os diversos produtos, sem perder de vista as exigências da regulamentação brasileira.

Os produtos são monitorados anualmente por meio de auditorias técnicas, auditorias sociais, análises laboratoriais e sensoriais, seguindo protocolos e diretrizes internacionais. Entre as análises laboratoriais realizadas estão as análises microbiológicas, físico-químicas, de composição de nutrientes e de resíduos de defensivos agrícolas em frutas, legumes e verduras.

O Grupo Carrefour Brasil se empenha em garantir a qualidade e a segurança dos produtos marca própria e perecíveis, desde o acompanhamento logístico até a implementação de procedimentos de retirada e recall, se necessário, além do cumprimento dos mais altos padrões de higiene em suas lojas;



**GRUPO  
CARREFOUR  
BRASIL**



Política Corporativa - PTC	Data de Emissão: <b>21/08/2023</b>
<b>Qualidade</b>	Identificação: <b>PTC.015</b>
	Versão - 00
Aprovação: Comitê Executivo	Classificação da informação: <b>Pública</b>

#### 4.2 Segurança alimentar

O Grupo Carrefour Brasil trabalha para atender a todas as legislações aplicáveis, à elaboração de texto legal de alimentos, bebidas, saneantes e cosméticos é realizada por consultorias regulatórias que atendem às normas estabelecidas pela ANVISA, pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO) e pelo Código de Defesa do Consumidor (PROCON).

Na embalagem dos alimentos, o cliente encontra informações sobre composição, peso líquido, tabela nutricional, condições de conservação, datas de validade e lote, entre outras. As embalagens também informam se há, ou pode haver, na composição substâncias ou ingredientes entre os 18 que mais causam alergia, estabelecidos em resolução da ANVISA.

O Grupo Carrefour Brasil, acreditando na mudança de comportamento dos consumidores no sentido de buscarem uma alimentação mais saudável, lidera no varejo o movimento global de transição alimentar, pautado em quatro pilares essenciais para promover essa mudança de forma responsável e consciente: produtos de qualidade, preços acessíveis, omnicanalidade e educação e confiança.

Todos os avanços estão alinhados com as políticas públicas de alimentação e nutrição do país e acompanham de perto todas as mudanças no cenário regulatório de alimentos, em especial aquelas envolvendo a revisão de informações na tabela nutricional, alegações nutricionais e alertas no painel frontal dos rótulos, considerando a quantidade de açúcares adicionados, gorduras saturadas e/ou sódio, que ultrapassem quantidades mínimas estabelecidas pela legislação vigente.

O Grupo Carrefour, por ser uma empresa preocupada com o Meio Ambiente, procura trabalhar juntamente com seus parceiros, a utilização de técnicas que evitem o uso indiscriminado de inseticidas e minimizem os problemas com as pragas através de barreiras físicas, barreiras mecânicas, ações de conscientização e, por último, ações químicas. Seu objetivo é manter um controle integrado de pragas em suas instalações de maneira eficiente e sem agredir o planeta, haja visto que um dos maiores desafios das empresas que trabalham com alimentos é zelar pela saúde e qualidade de vida de seus clientes, oferecendo serviços e alimentos seguros, eliminando de maneira consciente e precisa fatores de risco, como pragas urbanas.

#### 4.3 Rastreabilidade e monitoramento

O Grupo Carrefour Brasil faz parte do Programa de Rastreabilidade e Monitoramento de Alimentos (RAMA), no segmento de frutas, legumes e verduras, voltado à análise de resíduos de defensivos agrícolas nesses produtos.

Desde que passou a integrar o programa, em 2014, a Área de Segurança Alimentar do Carrefour tem coletado amostras de diversos fornecedores pelo país, a fim de monitorar os resíduos de defensivos agrícolas em frutas, legumes e verduras e verificar se estão dentro dos limites estabelecidos pela legislação vigente.

O programa adota uma metodologia que tem como princípio rastrear a origem dos produtos e a realizar a análise laboratorial por meio da coleta de amostras e publicação dos resultados na plataforma de acompanhamento do programa, disponível para produtores e varejistas. O programa foi implantado pela Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS).

Para possibilitar ainda mais produtos orgânicos na mesa dos brasileiros, o segmento de marcas próprias criou a linha Carrefour Bio com o objetivo de democratizar os produtos orgânicos no país, trazendo alimentos de ótima qualidade com preços acessíveis aos clientes.



**GRUPO  
CARREFOUR  
BRASIL**



Política Corporativa - PTC	Data de Emissão: <b>21/08/2023</b>
<b>Qualidade</b>	Identificação: <b>PTC.015</b>
	Versão - 00
Aprovação: Comitê Executivo	Classificação da informação: <b>Pública</b>

#### 4.4 Produtos de fabricação própria e fracionados

O portfólio de produtos de fabricação própria e fracionados nas lojas e o de produtos marca própria passam pela gestão da Área de Qualidade, para assegurar a saúde dos consumidores. Esse processo é realizado, no Carrefour, por uma equipe multidisciplinar de Controle de Qualidade e Segurança Alimentar.

Além disso, auditorias periódicas de segurança de alimentos são realizadas por uma empresa especializada para a checagem da aderência às legislações sanitárias.

Vistorias e capacitação semanais das unidades também são realizadas pelo responsável técnico da unidade e acompanhamento diário de nutricionistas nas filiais dos atacados. Além disso, são feitas coletas de amostras de produtos para a realização de análises microbiológicas de 100% do sortimento marca própria, com periodicidade anual.

#### 4.5 Produtos Sabor & Qualidade - S&Q

O selo Sabor & Qualidade (S&Q), exclusivo do Grupo Carrefour Brasil, existe para proporcionar uma experiência diferente ao consumidor por meio da oferta de produtos diferenciados.

Alinhado com o objetivo de ajudar os clientes a fazerem melhores escolhas e aprimorar cada vez mais a qualidade de seu sortimento. O Grupo Carrefour Brasil realiza pesquisas de aceitação dos produtos. Os levantamentos visam entender o consumidor, coletar informações para a tomada de decisões e aprimorar os produtos a fim de atender à expectativa do cliente, de forma a também favorecer o desenvolvimento de novos produtos.

Para garantir esse objetivo, cinco princípios devem ser contemplados:

- Sabor: Os produtos S&Q têm sabor de marca superior aos comparáveis de mercado. Esse diferencial é garantido por meio das análises sensoriais no desenvolvimento do produto, que deve atender ao padrão definido em ficha técnica.
- Qualidade e preço: Os produtos S&Q passam por análises laboratoriais, as fazendas e unidades fabris são auditadas por meio de protocolo do Grupo com o objetivo de monitorar o atendimento à essa Política de Qualidade e aos requisitos da marca.
- Autenticidade: Com esse pilar, o Grupo Carrefour Brasil incentiva e valoriza o patrimônio agrícola do Brasil, selecionando os melhores produtos de cada região do país.
- Sustentabilidade: Preservação do ambiente social, do ambiente econômico e do ambiente ecológico, por meio da promoção do bem-estar animal, pesca sustentável, agroecologia, estímulo a boas práticas agrícolas e incentivo ao uso de controles biológicos.
- Segurança dos alimentos: Além das auditorias técnicas, os produtos Sabor & Qualidade são rastreados do campo até o consumidor, contribuindo assim para a saúde e a segurança de todos. O consumidor pode acessar as informações de origem por meio do QR Code presente nas embalagens.

#### 4.6 Equilíbrio ambiental



Política Corporativa - PTC	Data de Emissão: <b>21/08/2023</b>
<b>Qualidade</b>	Identificação: <b>PTC.015</b>
	Versão - 00
Aprovação: Comitê Executivo	Classificação da informação: <b>Pública</b>

O grupo Carrefour atua constantemente em ações que visam um estado de estabilidade e harmonia nos ecossistemas naturais. Ajudando manter um ambiente saudável onde os seres vivos, incluindo plantas, animais e humanos, podem coexistir de forma sustentável. Com isso, é possível alcançar através de diferentes componentes do ecossistema maior equilíbrio ambiental, potencializando uma interface harmônica entre os ciclos naturais de nutrientes, biodiversidade e os processos de regulação.

A adoção de atitudes sustentáveis é fundamental para garantir a preservação do ambiente e assegurar a sobrevivência das espécies. O Grupo Carrefour vem transformando e adaptando gradativamente essas mudanças no nosso dia a dia, com uso de madeiras reflorestadas, diminuição do consumo de plásticos, controle e rastreabilidade de carne, uso de transportes alternativos e a reciclagem, o que vem gerando grande impacto positivo ao longo dos anos. A Sustentabilidade é um compromisso do Grupo Carrefour.

Desta forma, para o grupo Carrefour, cada ser vivo é essencial para a cadeia e trabalhamos com o objetivo de manter o equilíbrio ambiental e minimizar qualquer possibilidade de afetar diretamente as cadeias produtivas.

O uso de produtos na dedetização de espaços, conforme legislação vigente,

Ao realizar dedetização nas unidades do Grupo Carrefour cada pessoa deverá atender rigorosamente a legislação e regulamentação locais, regionais ou nacionais relacionados ao controle de pragas.

- Identificar e entender as regulamentações: Verificar a legislação vigente da sua região onde pretende realizar a dedetização.
- Contratar empresas ou profissionais qualificados: É altamente recomendado contratar empresas ou profissionais especializados em controle de pragas e que estejam devidamente licenciados e certificados. Somente eles terão conhecimento necessário para aplicar produtos corretamente e em conformidade com a legislação.
- Os produtos utilizados devem estar registrados: O Grupo Carrefour somente autorizará a realização da dedetização se o produto estiver devidamente registrado e autorizado pela agência reguladora competente. O responsável do Carrefour pela contratação deverá exigir: (i) se o produto possui rotulagem legível; (ii) Registro do produto nos órgãos competentes; (iii) verificar data de validade; (iv) instrução adequada de uso.
- Não será permitido o descarte de de sobra de produtos diretamente em ralos, drenagem pluvial e sistemas de esgotos das unidades.
- Após a realização dos serviços, a empresa contratada deverá recolher todos os materiais utilizados e providenciar a destinação final adequada, conforme legislação vigente, fora da unidade do Grupo Carrefour . Importante: Nada poderá ficar na unidade.

#### 4.7 Qualidade com eficiência energética

O Grupo Carrefour Brasil é pioneiro na adoção do uso de geladeiras verticais para as lojas, nos setores de frios e congelados, que ajuda na redução de consumo direto de energia em cada uma das unidades e amplia a manutenção da qualidade dos produtos. Também são sendo investidos recursos na substituição de monitores de controle de temperatura e iluminação, de setores dentro das unidades, analógicos por modelos digitais, com acesso por centrais remotas que possam verificar e programar os usos corretos e eficientes de energia em todas as lojas.



**GRUPO  
CARREFOUR  
BRASIL**



Política Corporativa - PTC	Data de Emissão: <b>21/08/2023</b>
<b>Qualidade</b>	Identificação: <b>PTC.015</b>
	Versão - 00
Aprovação: Comitê Executivo	Classificação da informação: <b>Pública</b>

#### 4.8 Qualidade com avaliação de fornecedores

No fechamento de cada ano, os fornecedores da marca própria passam por uma avaliação de performance denominada Quality Card. Trata-se de um modelo criado pela Companhia, com base em uma escala de A a D, no qual são verificadas as aderências aos processos de qualidade e seu impacto nas vendas e clientes. São considerados: volume de recalls, reclamações e/ou elogios nos canais de atendimento ao cliente, conformidade em auditorias e análises, bem como volume de vendas.

#### 4.8 Qualidade de atendimento ao cliente

O Grupo Carrefour Brasil preza pelo excelente atendimento aos clientes, fazendo-o sentir importante e respeitado, pois são pontos fundamentais para o Grupo.

O padrão de qualidade no atendimento possui os seguintes princípios básicos:

- Boa vontade: Mesmo fora de sua área de trabalho, o colaborador pode cumprimentar a todos e tentar ajudar;
- Dispensar atenção ao cliente: Dê tempo para o cliente explicar o que deseja. Escute-o e não apenas ouça;
- Em casos especiais chame o superior: Diante de uma dificuldade, busque ajuda com seu superior sem demonstrar ao cliente insegurança ou pouco conhecimento do assunto;
- Falar a verdade: A verdade é extremamente importante nas informações dadas ao cliente para que haja um relacionamento de confiança.

#### 4.9 Expectativa e experiência do cliente

A transformação digital é um dos pilares da estratégia global do Grupo Carrefour Brasil. Acelerar a digitalização tem sido uma meta alcançada e que atende às expectativas da maior parte dos clientes por um atendimento rápido e seguro. O processo de transformação digital é com meta de tornar-se um líder em digital retail até 2026, o objetivo da Companhia é tornar a experiência de compra ainda mais fácil, rápida e segura para o cliente.

Para conectar todas essas possibilidades, o aplicativo Meu Carrefour é o facilitador do cotidiano do cliente. E a cultura de inovação e a evolução contínua permeiam todas as etapas da experiência do cliente. Nas operações do Carrefour, o sistema e-commerce visa atender a todos os segmentos.

O Grupo Carrefour Brasil busca atender da melhor forma possível às expectativas da sociedade em relação às linhas de produtos de origem animal. Esse processo de melhoria é concretizado por meio da melhoria contínua em parceria com todos os stakeholders envolvidos nas questões de manejo de animais para o setor alimentício, conforme descrito na Política de Bem-estar Animal.

A equipe de colaboradores é treinada para recepcionar os clientes; informar e esclarecer suas dúvidas, orientar indicando opções e ajudando-os nas tomadas de decisões, agilizar suas compras evitando perda de tempo e, principalmente, encantar permitindo torná-los parceiros do Grupo Carrefour Brasil.

A Companhia tem como prática realizar pesquisas para avaliar o grau de satisfação do cliente, especialmente relacionados à experiência do consumidor e às marcas próprias.



Política Corporativa - PTC	Data de Emissão: <b>21/08/2023</b>
<b>Qualidade</b>	Identificação: <b>PTC.015</b>
	Versão - 00
Aprovação: Comitê Executivo	Classificação da informação: <b>Pública</b>

O Grupo Carrefour Brasil realiza o acompanhamento para a gestão das reclamações de clientes e o acompanhamento do barômetro interno de qualidade.

Além disso, processos interativos são desenvolvidos também por meio do Conselho de Clientes, composto de diferentes grupos de consumidores, selecionados a cada encontro para debater temas específicos. Entre os temas debatidos estão alterações e melhorias na experiência de compra. Outro assunto frequente é a avaliação das comunicações da marca. Campanhas de marketing são apresentadas previamente para os clientes conselheiros antes de irem para as plataformas digitais.

## **5. RESPONSABILIDADES**

Faz parte do dever e responsabilidade de todos, a quem essa política se aplica, observar e fazer cumprir todas as disposições estabelecidas, de modo que em caso de descumprimento, ele estará sujeito a aplicação das sanções previstas.

Qualquer pessoa em cargo de supervisão deverá assegurar que esta Política seja divulgada entre sua equipe, garantir que seja compreendida e implantada, e fornecer aos colaboradores os meios de alcançar as metas estabelecidas de modo totalmente ético.

Cada gerente, responsável pela aplicação desta Política, também deve ser receptivo às informações de seus colaboradores quanto a quaisquer situações que possam exigir uma decisão da empresa e, se apropriado, encaminhá-las a seus superiores.

Todo colaborador deve ter conhecimento desta Política e observar seus princípios no cumprimento diário de seus deveres. Todos também devem ter conhecimento e serem suficientemente informados dos riscos, e serem capazes de identificar sinais de alerta e extrair as respectivas consequências em termos de compartilhamento de informações antes de agir.

## **6. DOCUMENTOS ASSOCIADOS**

Código de Conduta Ética Grupo Carrefour Brasil, disponível em:

<https://ri.grupocarrefourbrasil.com.br/governanca-corporativa/estatutos-politicas-e-codigos/>

Código de Ética e Social para Nossos Fornecedores; disponível em:

[https://conexaoeticacarrefour.com.br/files/AF2\\_Digital\\_CodigoConduta\\_Fornecedores\\_PT\\_v2.pdf](https://conexaoeticacarrefour.com.br/files/AF2_Digital_CodigoConduta_Fornecedores_PT_v2.pdf)

Política de Diversidade, Inclusão, Respeito e Antirracismo, Política de Saúde, Segurança e Ambiente de Trabalho, Política de Bem-estar Animal e demais Políticas. e demais políticas corporativas do Grupo Carrefour Brasil, disponível em: <https://ri.grupocarrefourbrasil.com.br/governanca-corporativa/estatutos-politicas-e-codigos/>

## **7. REVISÃO E ATUALIZAÇÃO DO DOCUMENTO**

Este normativo deve ser revisado a cada três anos com relação à aderência às Políticas, às Normas, aos Procedimentos ou sempre que identificadas mudanças significativas nos processos.



**GRUPO  
CARREFOUR  
BRASIL**



Política Corporativa - PTC	Data de Emissão: <b>21/08/2023</b>
<b>Qualidade</b>	Identificação: <b>PTC.015</b>
	Versão - 00
Aprovação: Comitê Executivo	Classificação da informação: <b>Pública</b>

## 8. REGRAS DE CONSEQUÊNCIA

Desvios aos normativos poderão acarretar medidas disciplinares cabíveis, permitidas na legislação vigente e nas regras internas do Grupo Carrefour Brasil.

Em casos de não cumprimento dessas diretrizes, os relatos podem ser realizados em: CONEXÃO ÉTICA: Website: [conexaoeticacarrefour.com.br](http://conexaoeticacarrefour.com.br) ou Telefone: 0800 772 2975

O canal confidencial - Conexão Ética é gerido por empresa externa e independente, garantindo ao denunciante de boa-fé o sigilo absoluto e a não retaliação. Toda comunicação, na medida em que for permitido por lei, será tratada de forma confidencial, com proibição de todas as formas de retaliação a denunciante de boa-fé.

## 9. HISTÓRICO DE REVISÃO

DATA	VERSÃO	DESCRIÇÃO	AUTOR
21/08//2023	00	Elaboração da política	Fernando Merlin e Daniela Barbosa

## 10. RESPONSÁVEIS PELO DOCUMENTO

RESPONSÁVEL	VERSÃO	NOME	ÁREA	CARGO
Revisão	00	Fernando Merlin	Qualidade e Segurança Alimentar	Gerente
Aprovação	00	Elizeu Almeida	Gestão de Riscos	Diretor
Aprovação	00	Valdiléia Xavier	Gestão de Riscos	Diretora
Aprovação	00	COMEX	Comitê Executivo	-----



**GRUPO  
CARREFOUR  
BRASIL**

