



Resposta Oxfam - Scorecard

O Grupo Carrefour Brasil repudia qualquer prática que viole os direitos humanos ou a legislação trabalhista. A companhia preza pelo respeito e bem-estar de todos que integram suas cadeias produtivas e possui um Código de Ética e Social para Fornecedores com cláusulas específicas que os obrigam a se comprometer rigorosamente com todas as normas da legislação trabalhista vigente.

Como membro fundador e curador do Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPacto) – que atua na promoção do trabalho decente há 15 anos - e com ações nacionais e internacionais alinhadas aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU), a companhia atua para garantir alinhamento às principais demandas socioambientais globais e regionais.

O Grupo Carrefour Brasil reconhece seu papel como líder do varejo e atacado de alimentos no país, contribuindo para o desenvolvimento sustentável. Com compromissos firmados em benefício da sociedade, garante o respeito à integridade de seus colaboradores e fornecedores, e mantém monitoramento crescente de suas cadeias de fornecimento.

Alinhado ao Act for Food - movimento global do Grupo Carrefour que tem como objetivo promover uma transição alimentar e oferecer à sociedade produtos de qualidade, seguros, produzidos com responsabilidade socioambiental e a preços acessíveis - a companhia aumenta o investimento na comercialização de alimentos cultivados com as melhores práticas e que respeitem e valorizem os pequenos produtores locais e todas as pessoas que trabalham no campo.

Respondendo às oportunidades de melhorias indicadas pela Oxfam:

1. Realizar e divulgar os resultados de uma análise de risco de suas cadeias de fornecimento de alimentos no Brasil, incluindo a divulgação de pelo menos 3 cadeias que são consideradas críticas para direitos humanos.

O Grupo Carrefour Brasil realiza uma análise de risco periódica por meio do Mapa de Risco, uma ferramenta própria da companhia e que combina duas variáveis que são CNAEs e autuações da Secretaria do Trabalho. Com isso, é possível levantar os setores e regiões de risco que fazem parte de nossa cadeia produtiva.

Atualmente as três cadeias de apresentam maior risco são: Fruticultura, Hortaliças e Têxtil.

2. Estabelecer um plano de Plano de Vigilância do Carrefour no Brasil, tendo como padrão mínimo o Plano de Vigilância do Carrefour na França.

O Plano de Vigilância do Carrefour França está em fase de implementação e, por essa razão, ainda não é possível detalharmos o resultado do plano. No caso do Brasil, seguimos os compromissos globais, fortalecemos os documentos de governança e estabelecemos comitê de auditoria social, para garantir os avanços e padrões de referência de nossa operação francesa, considerando os diferentes perfis e características de cada local, bem como a legislação de cada país.

3. Divulgar como faz o processo de devida diligência em direitos humanos, o que é considerado, que esforços envolve e com qual periodicidade.

Na admissão de novos parceiros comerciais, a companhia executa a Due Diligence de Integridade, que é o processo de coleta e análise de informações de fontes públicas



relacionadas à idoneidade de pessoas físicas e jurídicas, incluindo os integrantes de seu quadro societário, se aplicável, com o objetivo de avaliar o grau de risco das relações comerciais.

Esse mecanismo foca nos seguintes aspectos:

- Existência e regularidade dos registros corporativos da Sociedade ou sociais da Empresa;
- Eventual relação com Pessoas Expostas Politicamente (PEP);
- Eventual relação com Colaboradores da respectiva empresa do Grupo Carrefour;
- Eventual registro em bancos de dados governamentais associadas ao Portal da Transparência (CEIS, CEPIM, TCU, SIAFI);
- Eventual registro em bancos de dados de trabalho escravo (Ministério do Trabalho);
- Eventual registro em listas restritivas da OFAC (Office of Foreign Assets Control) e UN (United Nations);
- Eventual registro de processos relacionados à direitos humanos, ambientais, criminais, concorrenciais, recuperação judicial e falência;
- Eventuais registros de mídia adversa de fontes de informação públicas.

Para a execução destas análises, contamos com consultorias e com um time interno, que também realizam as análises e revisam todas as informações geradas nos relatórios enviados por elas. O período padrão de reciclagem para este processo é de dois anos. No entanto, é comum efetuarmos reanálises em períodos menores, caso haja alguma solicitação interna ou alguma notícia envolvendo o parceiro comercial.

Também vale ressaltar que o Grupo Carrefour Brasil atua conforme as diretrizes de direitos humanos abordados nos protocolos da Initiative Compliance and Sustainability (ICS) - iniciativa setorial internacional cujo objetivo é melhorar as condições de trabalho ao longo das cadeias de abastecimento globais dos varejistas e marcas que são membros - e da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) – formada por redes varejistas para a implantação das melhores práticas de compliance entre seus fornecedores e subcontratados. Esses compromissos são citados no [Relatório de Sustentabilidade de 2019](#) do grupo.

Em linhas gerais, os critérios exigidos por essas duas iniciativas seguem abaixo:

Condições de trabalho

- Combate ao trabalho infantil
- Combate ao trabalho forçado, análogo ao escravo
- Discriminação
- Abuso e Assédio
- Livre associação e canal de denúncia
- Salário e Compensação
- Horas trabalhadas

Saúde e segurança

- Condições de trabalho e Infraestrutura
- Treinamentos
- Resposta a emergências
- Equipamentos de proteção



4. Assumir o compromisso, com prazo definido, de divulgar nomes e endereços de fornecedores, de todos os níveis, em suas categorias de alimentos de alto risco, começando com a cadeia da fruticultura (conforme recomendado pela Oxfam Brasil em 2019).

O Grupo Carrefour Brasil trabalha com empenho em suas cadeias de fornecimento. Embora os elos nas cadeias de frutas e hortaliças sejam muito ramificados - o que aumenta o desafio de nomear todos os participantes e parceiros - a companhia tem trabalhado no sentido de oferecer maior transparência na divulgação de seus parceiros.

Esse processo está sendo alinhado junto aos fornecedores, garantindo a integridade de seus dados e contratos. Até 2022, a meta é divulgar a lista dos fornecedores diretos e, até 2025, a lista dos indiretos.

5. Reconhecer publicamente os limites de auditoria e comprometer a tomar medidas para não depender exclusivamente dessas auditorias.

Em 2020, foram realizadas 272 auditorias junto a fornecedores de marca própria.

No entanto, entendemos que é preciso de mais esforços para mitigar as injustiças sociais e, por essa razão, o Grupo Carrefour Brasil também oferece treinamentos e acompanhamentos individuais para os fornecedores mais críticos de FLV, atuando com um plano de ação em casos de não conformidade com a política da companhia. Esse plano tem como objetivo dar suporte para que os parceiros comerciais melhorem suas práticas e se desenvolvam. A meta não é punir, mas educar, tornando a cadeia mais sustentável.

Também organizamos anualmente eventos de treinamentos setorizados. E para 2021 teremos um programa de treinamento de responsabilidade social para as equipes comerciais que fazem a prospecção e negociação.

Em 2019, foi criado um grupo de trabalho interno – formado por colaboradores das áreas de auditoria social, comercial, sustentabilidade, gestão de risco e qualidade – para dar mais celeridade ao tema das auditorias e discutir as estratégias para garantir a responsabilidade social nas cadeias.

6. Explicitar a abrangência do Código para fornecedores, e como se aplica aos níveis iniciais das cadeias de fornecimento (como granjas e fazendas).

Para o Grupo Carrefour Brasil, a adequação dos produtores e fornecedores que lhe prestam serviço às boas práticas sociais é inegociável. Com compromissos assumidos junto a diversos segmentos da indústria do agronegócio, a companhia exige a adequação das condições de trabalho e estabelece normas rigorosas de qualidade junto a seus parceiros. Dessa forma, atua como agente de transformação ao longo da cadeia de valor, fortalecendo os vínculos de confiança com a sociedade.

O Grupo Carrefour Brasil é comprometido com a ética e a transparência nos negócios, respeita os direitos humanos, a diversidade e o meio ambiente e espera que seus Fornecedores e Parceiros de Negócio tenham a mesma postura na condução de suas atividades e negócios, valorizando a justiça e a responsabilidade social em todas as atividades desempenhadas.

Para serem parceiros do grupo, os fornecedores precisam seguir padrões de qualidade e cumprir requisitos sociais, trabalhistas, ambientais e éticos, condições que também são formalizadas em contrato. Também é exigido que estejam de acordo com os principais documentos que norteiam a conduta social do Carrefour: Código de Conduta para Negócios, Código de Ética e Social para Fornecedores, além do Acordo Nacional de Compra e Fornecimento.



Os fornecedores devem ser submetidos a auditorias anuais independentes, medida que, no caso da cadeia de têxteis, também deve ser estendida aos subcontratados. Fabricantes que não cumprem esses requisitos, em especial os relacionados ao respeito aos direitos humanos e condições dignas de trabalho, têm os contratos de fornecimento suspensos.

Os fornecedores e parceiros de negócio do Grupo Carrefour Brasil devem desenvolver práticas comerciais transparentes, honestas, justas e livres de qualquer forma de corrupção, seja pública ou privada. Os nossos princípios éticos estão listados no nosso Código de Conduta Ética e no Código de Conduta Ética e Social Para Nossos Fornecedores, e com base nesses princípios nossas relações comerciais devem garantir:

- Respeito incondicional a todos os direitos humanos, dos trabalhadores e do meio ambiente;
- Recusa absoluta a qualquer forma de corrupção, seja na forma pública ou privada;
- Recusa absoluta a qualquer acordo ou prática desleal, assegurando a livre concorrência;
- Recusa absoluta a situações em que seus interesses privados ou de seus colaboradores possam estar em conflito com os interesses do Grupo Carrefour do Brasil, ou a situações que possam prejudicar o julgamento independente de nossos Colaboradores ou ser prejudicial à imagem ou reputação de nossa Companhia;
- Respeito incondicional às leis e às regras internas e contratuais de sigilo e tratamento de dados ou informações confidenciais e/ou sensíveis.

Para iniciar e manter um relacionamento comercial com a companhia, o fornecedor deve atender a esses requisitos, disponibilizado no site do Grupo Carrefour. E, para manter a transparência na relação, deve informar qualquer situação relacionada à ética e transparência nos negócios e quaisquer situações de conflito de interesses, conforme abaixo:

- Se a pessoa jurídica, seus sócios e administradores têm algum histórico de envolvimento com assuntos de integridade, incluindo corrupção, tráfico de influência, lavagem de dinheiro, atentado aos direitos humanos? (se aplica aos parceiros pessoas físicas, locadores, locatários e representantes comerciais);
- Se a pessoa jurídica, seus sócios e administradores tem algum relacionamento familiar, afetivo, laboral ou societário com colaboradores de empresa pertencente ao Grupo Carrefour (Carrefour, Carrefour Soluções Financeiras e Atacado)? (se aplica aos parceiros pessoas físicas, locadores, locatários e representantes comerciais e seus familiares próximos*);

O fornecedor precisa declarar ter pleno conhecimento dos termos do Código de Conduta Ética e do Código de Conduta Ética e Social Para Nossos Fornecedores, ambos disponibilizados no endereço www.conexaoeticacarrefour.com.br. Esse site é público e pode ser consultado por qualquer pessoa.

Essas exigências valem para os fornecedores de todas as cadeias com as quais o grupo trabalha, sejam de granja, pecuária, FLV, piscicultura, têxtil, entre outras.

No caso específico de pecuária, os fornecedores também se comprometem com a Política de Compras de Carne do Grupo Carrefour, que prevê a promoção de uma pecuária mais sustentável, na qual são definidas medidas para mitigar os riscos socioambientais, tais como trabalho escravo. Desta maneira, o fornecimento de carne para o Grupo Carrefour estará sob constante monitoramento e verificação, a fim de detectar eventuais não conformidades para imediata apuração e suspensão, visando à revisão e melhoria dos procedimentos do fornecedor.

7. Adotar uma referência para salário digno ou salário de bem estar (living wage) nas cadeias de fornecimento, conforme prevê a metodologia Anker promovida pela Global Living Wage Coalition.

Com as auditorias mantidas junto a seus fornecedores, o Grupo Carrefour Brasil tem trabalhado para verificar se todos cumprem as questões exigidas em contrato e pela legislação



brasileira. O conceito de salário digno é uma etapa ainda a ser conferida junto aos fornecedores e subcontratados, depois que os padrões legais mínimos estejam assegurados.

De toda forma, vale dizer que no Código de Ética e Social para Fornecedores constam diretrizes claras para que os fornecedores se comprometam em respeitar normas legais e fundamentais, tais como:

- Salários, benefícios e condições do contrato de trabalho decentes: Para dar aos trabalhadores uma remuneração que satisfaça as necessidades básicas dos colaboradores e dos familiares que sejam diretamente dependentes dos mesmos.

Os salários, benefícios e condições do contrato de trabalho decentes incluem:

- Todo trabalho deve ser realizado mediante um contrato de trabalho reconhecido, estabelecido de acordo com a legislação federal e as normas e práticas trabalhistas internacionais, o qual oferecer maior proteção.

- Contratos de trabalho temporário, subcontratos ou acordos de trabalho em casa, esquemas de estágio, onde não haja intenção real de desenvolver habilidades ou oferecer emprego permanente, uso excessivo de contratos de trabalho por prazo fixo, ou qualquer outro acordo similar não deverão ser utilizados com o objetivo de evitar as obrigações trabalhistas decorrentes das relações de emprego regulares sob as leis e regulamentações trabalhistas ou previdenciárias.

- Os fornecedores devem compensar seus colaboradores com salários, horas extras, benefícios e licenças remuneradas que, respectivamente, atendam ou excedam os padrões de referência da indústria e/ou os limites mínimos legais e/ou os acordos coletivos, o que for maior. Os salários e remuneração pelas horas regulares trabalhadas deverão atender às necessidades básicas e prover uma renda suficiente para os colaboradores e suas famílias.

- Os fornecedores deverão fornecer a todos os colaboradores informações claras e por escrito sobre as condições do contrato de trabalho, incluindo os salários, antes que os mesmos iniciem suas atividades; além dos detalhes sobre os pagamentos em cada período que os mesmos são efetuados.

- Os fornecedores não deverão fazer quaisquer deduções dos salários que não estejam autorizadas ou previstas pela lei federal. Os fornecedores não deverão fazer quaisquer deduções dos salários a título de medida disciplinar.

- Os fornecedores deverão oferecer todos os benefícios exigidos por lei, incluindo licenças remuneradas, a todos os colaboradores.

- Os fornecedores sempre deverão compensar todos os colaboradores pelas horas extras executadas em valores premium, conforme exigido pela lei e, onde aplicável, por acordo contratual.

8. Divulgar mais informações sobre como os agricultores familiares são beneficiados no programa Sabor e Qualidade, se há mecanismos de pagamento de um preço justo, quanto são os agricultores participantes e onde estão.

A linha Sabor e Qualidade é composta por alimentos produzidos com responsabilidade socioambiental e rastreados desde a origem, em todas as etapas de produção. Em 2020, o Carrefour ampliou ainda mais o portfólio dessa marca própria e, atualmente, 230 itens de 16 cadeias produtivas são comercializados.

Além desse maior cuidado ao longo da cadeia e da possibilidade de o cliente conhecer a trajetória do alimento desde a produção, esses produtos destacam-se ainda por cinco critérios: sabor, qualidade, autenticidade, preço justo e sustentabilidade. Por meio deles, o Carrefour reforça a estratégia de tornar os alimentos saudáveis mais acessíveis a clientes e consumidores.

Devido a esses diferenciais, os produtos Sabor e Qualidade recebem preferência nas gôndolas.



Comercializar alimentos com origem certificada e conscientizar o cliente sobre o consumo responsável e seu papel na escolha dos produtos que adquire e leva para sua mesa é uma das metas da empresa. Nas lojas, os produtos dessa linha são identificados nas gôndolas e o cliente pode obter informação sobre sua procedência via QRCode, disponível em todas as embalagens e à disposição de todos os clientes.

Por terem mais destaque em loja, com espaço mais nobre e comunicação, os produtores da marca Sabor & Qualidade recebem mais visibilidade comercial e a preferência dos consumidores, já que o valor agregado é acompanhado por preços competitivos. Com isso, muitos fornecedores da marca podem se tornar praticamente exclusivos do grupo - com volume de vendas garantido, o que é um grande benefício – embora também possam continuar fornecendo para outras redes.

Vale ainda informar que, desde novembro de 2020, 100% do FLV do grupo passou a ser parcialmente rastreado, do *packing house* em diante, cumprindo a meta estabelecida pelo grupo e agora exigida por lei. Os clientes também podem acessar as informações via QR Code.

Outro ponto que merece destaque é que o Carrefour é a rede varejista pioneira no fomento de práticas mais sustentáveis de produção em parceria com produtores locais. Um dos focos da companhia é fazer um trabalho de reconhecimento/ mapeamento de pequenos produtores.

Além dos benefícios ambientais, como preservação e recuperação de biomas, essa aproximação se reverte em apoio socioeconômico a comunidades tradicionais e indígenas que cultivam alimentos típicos de determinadas regiões, aumentando sua renda e inclusão social.

Esses produtos também são rastreados e sua história é compartilhada nas gôndolas, por meio do QR Code.

Vale também destacar que, diante do cenário socioeconômico provocado pela pandemia, e por meio da Fast Cash, unidade de negócios que atua com serviços financeiros exclusivos para seus fornecedores, o Grupo Carrefour Brasil está colaborando com a continuidade da produção de pequenos agricultores rurais, oferecendo antecipação de recebíveis com taxas especiais, em um momento em que os bancos estão com o crédito restrito. Diretamente impactados pela queda na comercialização de suas mercadorias, eles necessitam gerar caixa imediato para pagamento de mão de obra, maquinário, capital de giro, entre outras demandas.

Ciente do seu papel social como maior varejista alimentar do país, e diante da necessidade de manutenção do abastecimento de suas lojas, que é um setor essencial, a companhia está oferecendo condições exclusivas nesses serviços para profissionais do campo cujo perfil se encaixa nessas linhas de crédito.

9. Estimular seus fornecedores de alimentos a aderirem aos Princípios da ONU de Empoderamento das Mulheres e divulgar quais o fizeram.

O Grupo Carrefour Brasil é signatário do Pacto Global e sempre busca contribuir efetivamente para o cumprimento da Agenda 2030 e de seus Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). No que diz respeito aos direitos humanos, a atuação da companhia está vinculada às seguintes ODS: Consumo e Produção Sustentáveis, Saúde e Bem-Estar, Trabalho decente e crescimento econômico, Redução das Desigualdades, Cidades e Comunidades Sustentáveis.

A companhia trabalha com o empoderamento feminino internamente, em suas ações de diversidade de gênero. Atualmente, 53% dos colaboradores e 39% da liderança são mulheres.

No entanto, a empresa entende que é necessário encampar o tema externamente também, junto a seus fornecedores, fortalecendo a atuação das mulheres no mercado de trabalho, com condições justas e dignas.



Observação 1: As informações sobre os códigos e políticas do grupo, bem como de governança social, podem ser consultadas no site www.conexaoeticacarrefour.com.br e no Relatório de Sustentabilidade de 2019 do grupo <https://www.grupocarrefourbrasil.com.br/informacoes-aos-investidores/central-de-downloads/>, bem como no site institucional <https://www.carrefour.com.br/institucional/>.

Observação 2: Ao contrário do que foi reportado pela Oxfam Brasil, o Grupo Carrefour Brasil não comprou a rede de atacadista Makro, apenas 30 lojas próprias e 14 postos de combustíveis da rede Makro, localizadas em três estados brasileiros.