

Política de Reputação Corporativa

Atualizada em 16 de outubro de 2025

O Conselho de Administração da NEOENERGIA S.A. (a “**Sociedade**”) tem o poder de elaborar, avaliar e revisar, em constantemente, o Sistema de Governança e Sustentabilidade bem como aprovar e atualizar as políticas corporativas que contêm as diretrizes que regem a atuação da Sociedade e informam, ainda, no que for aplicável, as políticas que, no exercício de sua autonomia, resolvam aprovar as sociedades que integram o grupo, cuja entidade dominante é, no sentido estabelecido pela lei, a Sociedade (o “**Grupo**”).

No exercício destas competências e no âmbito da legislação, do Estatuto Social e do *Proposito e Valores do Grupo Neoenergia* e ciente de que a reputação corporativa é um dos ativos intangíveis estratégicos das companhias do Grupo, o Conselho de Administração aprova esta *Política de Reputação Corporativa* (a “**Política**”) que respeita, desenvolve e adapta, em relação à Sociedade, os *Princípios Éticos e Básicos de Governança e de Sustentabilidade do Grupo Neoenergia*.

A Sociedade considera a reputação como um ativo intangível, que engloba o conjunto de percepções que seus vários Grupos de Interesse têm sobre a Sociedade, abrangendo não só aspectos relacionados com o negócio ou operações financeiras, mas também questões relacionadas com a ética empresarial e comportamento responsável, direitos humanos, proteção da natureza, relações profissionais, atração e lealdade de talento, a segurança e a saúde das pessoas que se relacionam com a Sociedade e o capital natural.

Esta Política complementa e se baseia na *Política de Relações com Grupos de Interesse*.

1. Âmbito de aplicação

Esta Política é aplicável à Sociedade. Não obstante, a Política informa as ações e os desenvolvimentos normativos que devam ser realizados pelas demais sociedades do Grupo, observadas suas competências e sua autonomia nesta matéria.

Estes princípios devem nortear também, quando aplicável, a atuação do Instituto Neoenergia, vinculado ao Grupo.

A Sociedade promoverá o alinhamento dos normativos das sociedades nas quais participe, mas que não façam parte do Grupo, bem como das *joint ventures*,

associações temporárias e demais entidades nas quais assuma a gestão, com os princípios básicos em matéria de reputação contidos nesta Política.

2. Propósito

O objetivo desta Política é estabelecer os princípios de atuação que devem reger a mensuração e gestão da reputação corporativa, com o objetivo de identificar e considerar as percepções e expectativas legítimas dos Grupos de Interesse da Sociedade integrando-as à sua estratégia.

A gestão da reputação corporativa da Sociedade relacionada com a minimização e mitigação do risco reputacional inerente à atividade que desenvolve está estabelecida nas *Diretrizes e Limites de Riscos Reputacionais* aprovadas pelo Conselho de Administração, que estabelecem um quadro de referência para o controle e gestão do risco reputacional do Grupo Neoenergia dentro das diretrizes estabelecidas nas *Bases Gerais de Controle e Gestão de Riscos do Grupo Neoenergia*.

3. Princípios de atuação

A Sociedade assume e promove os seguintes princípios de atuação em relação à medição e gestão da reputação corporativa, conforme estabelecido nesta *Política*:

- a) Divulgar e internalizar que a reputação de todas as companhias do Grupo constitui uma componente fundamental para a criação e proteção de valor, quer para a Sociedade, quer para as restantes companhias do Grupo.
- b) Envolver seus profissionais na gestão da reputação, uma vez que estabelecem relacionamentos com as partes interessadas, tomam decisões, realizam atividades comerciais e comunicam a cultura, opiniões e decisões da Sociedade e, se for o caso, das demais companhias do Grupo.
- c) Promover uma cultura preventiva para, por um lado, obter níveis de reputação estáveis ou crescentes e, por outro, mitigar, na medida do possível, o aparecimento e o desenvolvimento de situações que impliquem quedas significativas e abruptas dos níveis de reputação.
- d) Definir modelos e ferramentas de medição da reputação, segmentados por Grupos de Interesse, que permitam avaliar e monitorizar os níveis de reputação através de indicadores de diferentes naturezas, tanto qualitativos como quantitativos.
- e) Avaliar periodicamente a gestão da reputação corporativa.

- f) Promover a aplicação dos princípios de ética empresarial e comportamento responsável dos seus profissionais, para evitar condutas irregulares e atos ilegais ou contrários ao Sistema de Governança e Sustentabilidade.
- g) Gerenciar proativamente seus Grupos de Interesse com o objetivo de integrar suas expectativas e implantar medidas e ações de melhoria.
- h) Avaliar, para fins de adesão e participação em entidades externas, se elas contribuem para a percepção que seus Grupos de Interesse têm da Sociedade, devendo realizar tal adesão e participação, em qualquer caso, de acordo com o *Propósito e Valores do Grupo Neoenergia*, os *Princípios Éticos e Básicos de Governança e Sustentabilidade do Grupo Neoenergia* e, em qualquer caso, de acordo com as disposições da *Política de Relações com Grupos de Interesse*.
- i) Proteger e contribuir para o valor da marca Neoenergia, seguindo os princípios de atuação estabelecidos na *Política de Marca da Neoenergia*, a fim de usá-la como uma alavanca que contribui para a reputação.
- j) Promover a formação adequada dos seus profissionais e, se for o caso, das demais companhias do Grupo em matérias que tenham ou possam ter impacto na reputação corporativa.
- k) Monitorar as regras e políticas do Sistema de Governança e Sustentabilidade que contenham elementos relevantes para a reputação corporativa e identificar indicadores relacionados às expectativas de seus Grupos de Interesse.
- l) Integrar as últimas e mais inovadoras tendências em reputação corporativa e, em particular, identificar tendências futuras em relação às expectativas dos seus Grupos de Interesse, bem como boas práticas a partilhar pelas companhias do Grupo.

4. Gestão e medição da reputação corporativa

A gestão da reputação corporativa é realizada, fundamentalmente, por meio de:

- a) Relacionamento com os Grupos de Interesse, permitindo conhecer suas expectativas e necessidades, analisar riscos (incluindo riscos reputacionais) e estabelecer planos de ação específicos e ações de melhoria para otimizar as expectativas de cada Grupo de Interesse; e
- b) Planos de ação, que são medidas destinadas a modificar ou complementar as operações das companhias do Grupo para comunicar o desempenho da Sociedade ou, se for o caso, para melhor atender às expectativas de um ou mais de seus Grupos de Interesse.

Isso é relatado e monitorado por meio da implementação do Modelo Global de Relação com Grupos de *Interesse* – previsto na *Política de Relações com Grupos de Interesse* –, que estabelece os princípios e fornece as diretrizes para, por um lado, garantir que as relações com os Grupos de Interesse das companhias do Grupo sejam realizadas de forma homogênea, respeitando as singularidades de cada território e negócio e, por outro lado, estabelecendo os mecanismos necessários para incentivar os referidos Grupos de Interesse a terem capacidade suficiente para se relacionarem com as companhias do Grupo.

A reputação corporativa é monitorada e medida através de um dashboard específico que incorpora variáveis de evolução dos níveis de reputação.

Além disso, a Sociedade realiza análises quantitativas e qualitativas para avaliar a percepção da mídia, redes sociais e formadores de opinião e, se necessário, desenvolve planos de comunicação específicos com o objetivo de melhorar a percepção do posicionamento da Sociedade e das demais companhias do Grupo sobre determinados assuntos de interesse em linha com as expectativas de seus respectivos Grupos de Interesse.

A Sociedade pode contar com consultoria especializada externa para medir e identificar o impacto das atividades e comunicações das companhias do Grupo na reputação corporativa.

5. Coordenação a nível Grupo

A Superintendência de Sustentabilidade Corporativa, por meio da Comissão de Sustentabilidade e Reputação assegurará a coordenação da supervisão e gestão da reputação corporativa da Sociedade e das demais companhias do Grupo.

Para tal, deve: (i) definir as orientações básicas para a melhoria da reputação ao nível do Grupo; ii) Monitorizar os resultados e a eficácia dos instrumentos de medição existentes; (iii) aprovar e acompanhar os planos de ação; (iv) colaborar na elaboração de informações públicas sobre reputação corporativa divulgadas pela Companhia e, se for o caso, pelas demais companhias do Grupo; (v) estabelecer os mecanismos de coordenação necessários com as áreas societárias e de negócios da Sociedade, bem como com a respectiva Comissão de Sustentabilidade e Reputação da Sociedade; e (vi) implementar procedimentos ou manuais para a gestão de aspectos reputacionais em situações de crise, cujas diretrizes de atuação devem ser coordenadas, quando apropriado, com planos de resiliência.

6. Implementação e Acompanhamento

Para a implementação e monitoramento das disposições desta Política, o Conselho de Administração conta com a Diretoria de Regulação, Institucional e Sustentabilidade Corporativa (ou a diretora que, a qualquer tempo, assuma suas competências), por meio da Comissão de Sustentabilidade e Reputação (ou a Comissão que, a qualquer tempo, assuma suas competências), que desenvolverá os procedimentos necessários para esse fim.

* * *

Esta Política foi aprovada em Reunião do Conselho de Administração da Neoenergia realizada em 16 de outubro de 2025.