

## Política de Relação com Grupos de Interesse

16 de julho de 2019

O Conselho de Administração da NEOENERGIA S.A (a “**Companhia**”) tem a competência atribuída de elaborar, avaliar e revisar, em caráter permanente, o Sistema de Governança Corporativa da Companhia e aprovar as Políticas Corporativas que desenvolvem os princípios refletidos no conjunto de normativos e que contêm as pautas que regem a atuação da Companhia e das companhias integradas no grupo cuja entidade dominante, no sentido estabelecido pela lei, é a Companhia (o “**Grupo**”), assim como de seus administradores, grupo de diretores e funcionários.

Entre as Políticas Corporativas, a de Desenvolvimento Sustentável tem por objetivo favorecer uma cultura de responsabilidade social na Companhia e nas companhias integradas do grupo, com caráter global, que contribua para melhorar o bem-estar das pessoas, impulsionar o desenvolvimento econômico e social das comunidades em que está presente e criar valor sustentável para os acionistas, investidores, empregados, clientes, fornecedores e outros grupos de interesse da Companhia, alinhada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável aprovados pela Organização das Nações Unidas.

Em conformidade com o disposto em seu *Estatuto Social*, a Companhia busca a consecução do interesse social, entendido como o interesse comum de todos os acionistas, e orientado para a criação de valor sustentável por meio do desenvolvimento das atividades incluídas em seu objeto social, levando em consideração os demais grupos de interesse relacionados com sua atividade empresarial e sua realidade institucional, especialmente, os interesses legítimos das diferentes comunidades e territórios nos quais atua e os de seus trabalhadores.

Em particular, no desenvolvimento de todas suas atividades, a Companhia zela pelo dividendo social, concebido como a criação de valor de forma sustentável para todos os grupos de interesse que se veem afetados pelas atividades do Grupo mediante o desenvolvimento de seus negócios, por meio de uma estratégia de desenvolvimento social orientada ao impulso das comunidades empresariais das quais a Companhia participa e lidera, tanto do ponto de vista econômico quanto da perspectiva da ética empresarial, a promoção da igualdade e a justiça, o fomento da inovação e o cuidado com o meio ambiente, assim como mediante a geração de emprego de qualidade, e seu esforço na luta contra a mudança climática.

Neste sentido, o Propósito e Valores do Grupo reconhece a importância de sua relação com aqueles coletivos que podem influir ou afetar as decisões ou o valor da Companhia e do

Grupo, assim como a necessidade de envolver estes coletivos, seus grupos de interesses, para ganhar sua colaboração na construção de um novo modelo no mercado de energia.

A cadeia de valor configurada pelos negócios do Grupo faz com que estes coletivos sejam muito numerosos. Aos efeitos desta *Política de Relações com os Grupos de Interesse*, esses coletivos se agrupam nas seguintes categorias (os "**Grupos de Interesse**"):

- a) Equipe humana;
- b) Acionistas e comunidade financeira;
- c) Órgãos reguladores;
- d) Clientes;
- e) Fornecedores;
- f) Meios de comunicação;
- g) Sociedade em geral; e
- h) Meio ambiente.

Esta *Política de Relações com os Grupos de Interesse* regerá, de forma geral, as relações do Grupo com os coletivos anteriormente identificados, garantindo a atuação coordenada de todas as companhias que formam parte dele e em relação com cada um dos negócios do Grupo.

O anterior será entendido sem prejuízo da aprovação pelo Conselho de Administração de outras Políticas Corporativas orientadas a Grupos de Interesse específicos como, por exemplo, as aprovadas em relação aos empregados ou ao meio ambiente, que abrangem os princípios gerais que regerão a atuação da Companhia em cada âmbito específico.

Dada a amplitude de coletivos ou de interesses que podem ser considerados incluídos em cada uma das categorias de Grupos de Interesse identificadas, a Companhia poderá criar subcategorias visando promover aspectos concretos destas relações, enfocadas nas expectativas de organizações ou coletivos mais específicos.

## **1. Finalidade**

O Conselho de Administração aprovou esta *Política de Relações com os Grupos de Interesse* com a finalidade de impulsionar um marco de relações, apoiado na comunicação bidirecional, no envolvimento e na colaboração, assim como nos princípios de transparência, de escuta ativa e de igualdade de trato, permitindo levar em consideração todos seus interesses legítimos e divulgar, de forma eficaz, informações a respeito das atividades e negócios do Grupo, construindo relações de confiança de forma continuada e coerente com o disposto no Propósito e Valores do Grupo.

## **2. Princípios básicos das relações com os Grupos de Interesse**

Em suas relações com os Grupos de Interesse, o Grupo assume e promove os seguintes princípios básicos:

a) A manutenção de uma estratégia de forte implicação com as comunidades em que opera, envolvendo todos os Grupos de interesse na transação de um modelo de energia mais elétrica, saudável e acessível.

b) Desenvolvimento de um modelo de negócio responsável, com objetivo de ser uma empresa inovadora, transparente, integradora, aberta e comprometida, capaz de criar valor sustentável para todos os Grupos de Interesse, de forma compartilhada com eles;

c) Dedicção de recursos necessários ao estabelecimento proativo, permanente e sistemático de vias fluídas de diálogo com os Grupos de Interesse, com objetivo de estabelecer relações de equilíbrio entre os valores empresariais e as expectativas sociais, levando em consideração seus interesses, inquietações e necessidades;

d) Desenvolvimento e manutenção de uma estrutura organizacional dinâmica, que permita impulsionar e coordenar as atuações responsáveis com os Grupos de Interesse e usar diversos instrumentos para favorecer a comunicação e o diálogo com aqueles, em constante processo de adaptação a suas necessidades, expectativas e interesses: contato direto, página Web corporativa da Companhia e das distintas companhias do Grupo e presença proativa do Grupo nas redes sociais. A finalidade última destas ferramentas é fomentar o envolvimento de todos os Grupos de Interesse com a Companhia, reforçar seu sentimento de pertença, potencializar a marca NEOENERGIA, favorecer o desenvolvimento dos negócios do Grupo, pôr em valor sua vertente social e avançar na transformação digital da Companhia;

e) Compromisso do Grupo em matéria de ética empresarial e desenvolvimento sustentável e, em particular, com os princípios de honestidade e transparência empresarial como geradores de credibilidade e confiança mútua são os eixos ao redor dos quais o Grupo constrói suas relações com os Grupos de Interesse;

f) Como parte dos processos de tomada de decisão com potencial impacto sobre a população local, são identificados e levados em consideração os pontos de vista e as expectativas das comunidades afetadas. Essas ações são realizadas por meio de processos de consulta, os quais variam em função do país e atividade e, em consequência, da lei aplicável em cada caso. Estes processos podem completar-se, além disso, com outros realizados de forma voluntária, quando se considerar conveniente;

g) Atribuição à Companhia da função de elaborar, aprovar e fiscalizar a estratégia de relações com os Grupos de Interesse, garantindo sua adequada coordenação no âmbito do Grupo, sem prejuízo que a implementação dessa estratégia seja regida pelo princípio de subsidiariedade, de forma que a sociedade do Grupo

mais próxima ao Grupo de Interesse seja a principal encarregada de manter a interlocução em cada caso; e

h) Elaboração e divulgação de informação periódica, financeira e não financeira, relevante e confiável sobre o desempenho e atividades do Grupo, submetida, quando proceder, à verificação externa independente.

### **3. Via de diálogo da Companhia com os Grupos de Interesse**

A Companhia estabelece vias de diálogo com os Grupos de Interesse, com objetivo de dar resposta às suas necessidades e expectativas. Essas vias estão em permanente evolução para adaptar-se às necessidades de cada momento e às distintas formas e usos empregados em cada um dos canais de comunicação, em função de sua idoneidade e procurando maximizar sua eficácia.

Além da página *Web* corporativa, das diferentes *Webs* do Grupo e das redes sociais, que constituem os principais pontos para canalizar as relações da Companhia com os Grupos de Interesse, conta com outras vias de diálogo, entre as quais cabe destacar:

a) Equipe humana: subcomissões mistas e comitês com os trabalhadores, pesquisas de opinião, *e-mail* ético e de sugestões, Escritório Global do Empregado e o portal do empregado na Intranet;

b) Acionistas e comunidade financeira: o contato pessoal com acionistas, investidores agências de classificação de crédito, os folhetos e notas informativas periódicas e a página web corporativa.

c) Órgãos reguladores: consultas e reuniões periódicas com os organismos reguladores, tanto por meio de contatos diretos quanto de organizações setoriais;

d) Clientes: foram instaurados canais presenciais e não presenciais de atendimento direto aos clientes (incluindo os canais *online*, como a própria página *Web*, a presença nas redes sociais e diversos aplicativos para dispositivos móveis), sistemas para melhorar o atendimento e tramitação das reclamações, assim como pesquisa de satisfação do cliente, promovendo igualmente outras vias de relação com as associações de consumidores e as instituições de consumo;

e) Fornecedores: a correspondência ética dos fornecedores, o portal do fornecedor na página *Web* corporativa, o Centro de Atendimento ao Fornecedor e as pesquisas de satisfação do fornecedor, mantendo, além disso, processos de registro e classificação de fornecedores, campanhas de contratação a fornecedores, encontros com fornecedores e uma correspondência exclusiva na página *Web*;

f) Meios de comunicação: notas de imprensa, reuniões individuais e coletivas com meios de comunicação, organização de visitas às instalações do Grupo, manutenção de uma sala de imprensa virtual, artigos e consultas na página *Web* corporativa, e presença ativa em múltiplas redes sociais;

g) Sociedade em geral: por meio da página *Web* corporativa e da participação nas redes sociais e nos canais de comunicação convencionais, mantém relações diretas com responsáveis pelas distintas administrações. Além disso, o Grupo participa ativamente em numerosas organizações empresariais e setoriais, colabora com instituições acadêmicas e educativas, assim como com organizações vinculadas com a inovação, participa de projetos de colaboração com instituições e organizações sociais, culturais e esportivas, mantém relações diretas com coletivos sociais do entorno das instalações e participa de foros, seminários e jornadas de divulgação; e

h) Meio ambiente: existência de um portal específico na página *Web* corporativa e divulgação de informação ambiental por meio das redes sociais, colaboração a instituições multilaterais, como a Organização das Nações Unidas, e outros agentes por meio de contratos de cooperação, alianças e participações em iniciativas globais relacionadas com o meio ambiente, assim como a instauração de questionários a fornecedores, processos de avaliação do impacto ambiental e consulta pública no desenvolvimento de novas instalações, adoção de iniciativas concretas como o veículo elétrico para os profissionais do Grupo e a colaboração com instituições acadêmicas.

#### **4. Assuntos relevantes**

A Companhia se dotou de ferramentas apropriadas na identificação daqueles assuntos de sua atividade empresarial que são considerados como relevantes em âmbito global, entre os quais se destacam:

a) Em relação à a equipe humana: as condições trabalhistas em geral e, em particular, as condições de segurança e saúde trabalhista, a formação, a gestão dos processos de recursos humanos e a informação publicada;

b) Em relação aos organismos reguladores: a segurança do fornecimento, os aspectos econômicos do fornecimento (preços e competitividade) e a sustentabilidade ambiental;

c) Em relação aos clientes: a transparência nos processos de pagamento e faturamento, de sugestões e reclamações, assim como a determinação das tarifas e o acesso à energia por parte de clientes vulneráveis;

d) Em relação aos fornecedores: sua relação com a Área de Compras, processos de registro e classificação, o respeito aos Direitos Humanos e aos princípios éticos no desenvolvimento de

sua atividade, a responsabilidade ambiental, o respeito às normas de segurança e saúde no trabalho, assim como as compras a fornecedores locais;

e) Em relação aos meios de comunicação: comunicação de feitos relevantes enviados à Comissão Nacional do Mercado de Valores, assuntos relacionados com a regulação elétrica nos países nos quais o Grupo está presente, considerando sua estratégia global e seu posicionamento internacional, governança corporativa e estratégia de desenvolvimento sustentável da Companhia;

f) Em relação à sociedade em geral: assuntos relacionados com a regulação elétrica, assim como a inovação e o cuidado do meio ambiente, cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável auspiciados pela Organização das Nações Unidas, promoção da universalização da energia, assim como a contribuição da Companhia e as companhias integrantes do Grupo às comunidades nas quais está presente em campos como o empreendimento, a educação, a arte ou a cultura; e

g) Em relação ao meio ambiente: luta contra a mudança climática, fomento da biodiversidade, eficiência energética e gestão da água, fomento da mobilidade sustentável, modelo de gestão ambiental do Grupo, assim como suas pegadas de carbono e ambiental.

A identificação e valoração da relevância dos assuntos a levar em conta é dinâmica e se avalia de forma adequada em cada uma das atividades e negócios do Grupo, de forma que a partir destas se possam elaborar respostas adequadas e articuladas por meio de sua gestão diária.

##### **5. Outros processos e/ou instrumentos para a gestão das relações com os Grupos de Interesse**

O desenho, a aprovação e a supervisão da estratégia de relações com os Grupos de Interesse e as diretrizes gerais que o Grupo deve seguir nesta matéria competem ao Conselho de Administração da Companhia.

Esta estratégia é implementada conforme o Modelo de Relação com os Grupos de Interesse, que concretiza e desenvolve o disposto nesta *Política de Relações com os Grupos de Interesse*.

Em concreto, o Modelo de Relação com os Grupos de Interesse abrange os princípios e diretrizes que devem reger as relações entre a Companhia e as companhias integrantes do Grupo e os Grupos de Interesse, tomando em consideração as particularidades e singularidades de cada país e negócio. Esse modelo parte das diretrizes que estabelece esta Política de Relações com os Grupos de Interesse e favorece a segmentação e priorização, em função do impacto e a capacidade de influência que o Subgrupo de Interesse possa ter nas companhias do Grupo, assim como do impacto e a capacidade de influência das companhias do Grupo nestes subgrupos.

O Modelo de Relação com os Grupos de Interesse abrange as pautas para elaborar o tipo de modelo de relação com cada Subgrupo de Interesse, identificando a tal efeito os responsáveis pelas relações, assim como os canais e a frequência dos contatos para administra-las adequadamente. Do mesmo modo, identifica os assuntos relevantes para cada Grupo de Interesse, assim como os riscos e as oportunidades associadas em cada caso, e contém as principais diretrizes para elaborar planos de ação que, por um lado, deem resposta às expectativas dos Grupos de Interesse, e, por outro, melhorem os fluxos de prova litográfica das relações com os Grupos de Interesse.

A supervisão e coordenação do desenvolvimento da estratégia de relações entre as companhias do Grupo e os Grupos de Interesse compete, em última instância, ao Conselho de Administração. Como complemento às vias de diálogo estabelecidas para manter as relações com os Grupos de Interesse, a Companhia dispõe dos seguintes processos e/ou instrumentos:

a) Adoção de normas ou padrões: dada a importância que a relação com os Grupos de Interesse tem na responsabilidade social do Grupo e na percepção externa por parte do entorno social, examinam-se e adotam-se as normas ou padrões internacionalmente reconhecidos na matéria, de interesse para a Companhia;

b) Elaboração de planos de atuação: com o fim de melhorar a relação da Companhia com os Grupos de Interesse e dar resposta a suas inquietações, são estabelecidos planos de atuação, como parte dos planos plurianuais de responsabilidade social corporativa, que levam em conta as características específicas desses Grupos de Interesse e o âmbito geográfico nos quais operam; e

c) Participação dos Grupos de Interesse no planejamento e desenvolvimento de projetos energéticos do Grupo: no marco dos princípios detalhados nesta Política de Relações com os Grupos de Interesse, no planejamento e desenvolvimento de seus projetos energéticos, a Companhia procura levar em conta os pontos de vista das comunidades afetadas.

\* \* \*

Esta Política de Relações com os Grupos de Interesse foi aprovada inicialmente pelo Conselho de Administração em 19 de julho de 2018 e alterada pela última vez em Reunião do Conselho de Administração de 16 de julho de 2019.