

	SIMPAR S.A.
	Política de Engajamento de Partes Interessadas

1. Introdução

Essa Política representa o compromisso e as diretrizes da SIMPAR S.A. com seus públicos de interesse - colaboradores, fornecedores, consumidores e credores da Companhia e de suas subsidiárias, como também em relação à comunidade onde estamos presentes. O engajamento com as partes interessadas está inserido em nosso planejamento estratégico e nas decisões de negócios no curto e longo prazo, incluindo investimentos, novas instalações, lançamentos de produtos e serviços e comunicação.

Pautamos nossas ações na nossa Cultura, Valores, políticas e princípios éticos e consideramos as opiniões dos nossos públicos de relacionamento de forma justa, sem discriminação, respeitando todos os direitos para juntos construirmos soluções coletivas, inovadoras e vínculos de longo prazo.

2. Objetivos

1. Definir e divulgar as diretrizes e os princípios de engajamento e relacionamento com nossos públicos de interesse;
2. Promover transparência e diálogo efetivo nas relações da SIMPAR S.A. e suas empresas com as partes interessadas;
3. Promover o engajamento e relacionamento com nossos públicos de interesse na tomada de decisão com análise dos impactos à sociedade, meio ambiente, biodiversidade e negócios;

3. Abrangência

Esta Política aplica-se a SIMPAR, suas controladas, coligadas e coligadas das empresas controladas, doravante e em conjunto denominadas “Companhia” ou “Simpár”, sendo que cada negócio terá a responsabilidade de executar e monitorar projetos, metas e indicadores específicos.

4. Princípios

- Estar alinhado à Cultura e Valores que expressam o posicionamento e os compromissos assumidos pela Companhia diante dos públicos que se relaciona;
- Preservar e defender a imagem e a reputação da Companhia mantendo relacionamentos transparentes e éticos e promovendo comunicação de confiança;
- Ser imparcial e equânime na interação com os diferentes públicos, com igualdade de tratamento sendo inaceitável qualquer forma de discriminação;

- Adotar as diretrizes indicadas nas políticas de anticorrupção e no Código de Conduta e Código de Conduta de Terceiros, além de outros normativos e princípios organizacionais da Companhia, como as Políticas de Sustentabilidade e de Direitos Humanos.

5. Diretrizes Gerais

- Engajar os públicos de interesse para o compromisso com o desenvolvimento sustentável;
- Estabelecer diálogos coerentes, homogêneos, conciliando diferentes pontos de vista e promovendo canais de escuta adequados aos públicos de relacionamento;
- Aprimorar as práticas de relacionamento a partir das demandas das partes interessadas tendo como objetivo a qualidade de dados, canais e linguagem de acordo com os perfis de públicos;
- Divulgar informações consistentes, verdadeiras, confiáveis e precisas, zelando pela credibilidade da Companhia;
- Construir vínculos de qualidade, promovendo a construção de soluções coletivas inovadoras e benéficas de maneira clara e transparente.

6. Processo de identificação de partes interessadas

As partes interessadas são classificadas em:

- Internas: colaboradores, alta liderança, conselheiros;
- Externas: fornecedores, clientes, agentes financeiros, órgãos do governo e públicos de interesse locais/regionais: como comunidades, autoridades, mídia, associações e ONGs.

O mapeamento das partes interessadas é realizado a cada dois anos ou período adequado conforme mudanças nos negócios da Companhia, junto ao processo de avaliação de materialidade ou outro meio, quando julgado necessário, de forma a garantir a relevância do processo.

7. Responsabilidades

Os diretores e gerentes de áreas com contato direto com o público interno e/ou externo são responsáveis pela supervisão e engajamento das partes interessadas e devem manter indicadores de desempenho (quantitativos ou qualitativos) das suas atividades.

8. Priorização de partes interessadas

Os critérios de identificação e priorização dos públicos de interesse podem seguir uma ou mais opções, conforme a seguir:

- Dependência
- Influência
- Relacionamento com o negócio
- Impacto
- Análise de risco

Para a condução interna do processo de mapeamento de partes interessadas a Companhia dispõe de uma ferramenta anexa a essa Política.

9. Materialidade

A SIMPAR entende que priorizar suas estratégias de negócio considerando as expectativas de suas partes interessadas é fundamental para a construção de um futuro perene, responsável e pactuado. Assim, a cada dois anos, ou sempre que houver mudanças significativas nas operações da empresa – como aquisições, ampliações ou reduções das operações –, deve ser realizada uma consulta às partes interessadas com os seguintes objetivos:

- a) Definir os temas relevantes na percepção dos públicos estratégicos, internos e externos;
- b) Estabelecer diretrizes, objetivos, ações e projetos para o Programa de Sustentabilidade;
- c) Definir indicadores de sustentabilidade condizentes com as especificidades e a realidade local de cada público prioritário;

Ao final de cada ciclo, os resultados e desdobramentos dessa matriz de materialidade devem ser divulgados às partes interessadas e demais públicos interessados.

10. Definição dos níveis de engajamento

A Companhia possui diferentes níveis de engajamento que podem variar dependendo da parte interessada e da atividade a ser realizada. São eles: Informar, Consultar, Participar/Dialogar, Colaborar e Capacitar (Referência: AA1000).

Informar: Comunicação unidirecional da Companhia com as Partes interessadas sobre práticas ou novos desenvolvimentos que possam afetá-las. A Companhia entende que o compartilhamento de informações pode influenciar as partes interessadas, construir confiança e demonstrar transparência.

Consultar: Consultar as partes interessadas para conhecer suas necessidades, identificar tendências e avaliar impactos e riscos para a tomada de decisão.

Participar/Dialogar: Uma forma de comunicação bidirecional em que as opiniões das partes interessadas podem ser levadas em consideração nas decisões da Companhia.

Colaborar: Colaboração entre dois ou mais partes interessadas para auxiliar no alcance de sinergias e redução de riscos, combinando recursos ou áreas de especialização.

Capacitar: Desenvolver redes de parceria ou relacionamento com partes interessadas para criar soluções e planos de ação em conjunto.

11. Canais de interação com públicos de interesse

Público	Método de engajamento	Área responsável	Periodicidade de contato	Indicador de Desempenho
Colaboradores	Ciclo de Gente (avaliação)	Gente	Anual	% de colaboradores participantes
	Guia de Cultura	Gente	Contínuo	% de colaboradores que assinaram compromisso
	Canal de Denúncias	Conformidade	Contínuo	Quantidade de denúncias procedentes % de respostas
	Canais digitais (Conecta, site institucional, site de RI)	Marketing	Contínuo	Número de seguidores e interações (engajamento)
	Comunicados internos (e-mail e WhatsApp)	Comunicação Interna	Semanal	Taxa de abertura
	Relatório Anual Integrado	Sustentabilidade	Anual	-
	Ligado em Você (e-mail, telefone, WhatsApp)	Gente	Contínuo	Quantidade de consultas
Clientes das controladas	CRM (Gestão de relacionamento com o cliente)	Marketing dos negócios	Contínuo	Quantidade de clientes
	Canais digitais da Companhia (Site institucional, site de RI, e-	Marketing dos negócios e RI	Contínuo	Acessos

	mails, telefones)			
	Reclame Aqui e outras instituições	Marketing dos negócios	Contínuo	Quantidade de manifestações
Investidores e acionistas	Canais digitais (Site institucional, site de RI)	RI	Contínuo	-
	Relatório Anual Integrado	Sustentabilidade	Anual	-
	Releases de resultados trimestrais	RI	Trimestral	-
	Eventos internos (SIMPARG Day, Assembleia de acionistas)	RI	Anual/Conforme demanda	-
	Mailing RI	RI	Conforme necessidade	-
Fornecedores e prestadores de serviços	Código de Conduta de Terceiros	Conformidade	No momento de homologação	Quantidade de aceitas no Código
	Processo de homologação	Conformidade e Compras	No momento de homologação	Número de fornecedores homologados
	Canal de Denúncias	Conformidade	Contínuo	Quantidade de denúncias
	Relatório Anual Integrado	Sustentabilidade	Anual	-

Governo e agências reguladoras	Respostas a leis e regulações	Jurídico	Contínuo	-
	Participação em fóruns e associações de advocacy	Sustentabilidade/Conformidade	Contínuo	-
Comunidades e sociedade no geral	Relatório Anual Integrado	Sustentabilidade	Anual	-
	Canais digitais (Site institucional, site de RI)	Marketing dos negócios e RI	Contínuo	Acessos
	Canal de Denúncias	Conformidade	Contínuo	Quantidade de denúncias

12. Propósitos da interação com as partes interessadas

Colaboradores diretos e funcionários terceirizados – Informações atualizadas sobre desempenho, indicadores e metas da empresa, assim como programas e ações socioambientais, de treinamento e desenvolvimento. Pesquisas de satisfação, planos de ação baseados no Ciclo de Gente com programa de desenvolvimento individual (colaboradores diretos).

Cientes – Relacionamentos de longo prazo pautados na ética e na confiança, antecipação das necessidades com a oferta de soluções, produtos e serviços de qualidade com comunicação de forma transparente. Assegurar a privacidade do cliente, zelando para que as informações sejam utilizadas de forma segura de acordo com a legislação.

Comunidades e sociedade – Contribuir para o desenvolvimento e bem-estar social das comunidades em que estamos presentes promovendo a geração de empregos, programas e campanhas de assistência social e de mitigação/ redução de impacto. Utilização do Investimento Social Privado em programas de assistência social, cultura, educação, saúde, segurança alimentar.

Fornecedores – Qualificação, contratação, desenvolvimento e retenção de fornecedores, bem como a promoção de treinamentos baseados em critérios socioambientais, políticas de conformidade e regras de conduta.

Investidores e acionistas – Informações sobre desempenho econômico-financeiro e socioambiental, divulgadas com transparência, exatidão e integridade, equidade e tempestividade.

13. Canais de comunicação e interação

Site corporativo (simpar.com.br) – Apresentação do ecossistema dos negócios da Companhia, incluindo a descrição dos serviços prestados, estratégia, além de canais de atendimento e contato da empresa e da área de imprensa – administrado pela área de Comunicação.

Site de RI (versão português e inglês) – Informações financeiras, serviços aos investidores, governança corporativa, políticas, relatório integrado – administrado pela área de Relações com Investidores.

Assembleia de acionistas – Assembleias gerais para definição das decisões que irão reger a empresa, e tem a finalidade de tomar as contas dos administradores, examinar, discutir e votar as demonstrações financeiras, deliberar sobre a destinação do lucro líquido do exercício e a distribuição de dividendos, e eleger os administradores e, se for o caso, os membros do conselho fiscal.

Relatório de Sustentabilidade – Desenvolvido e reportado em conformidade com as normas do Global Reporting Initiative (GRI) e indicadores SASB, da Value Reporting Foundation (VRF), além das recomendações do Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) e orientações do CDP (Disclosure Inside Action). O Relatório é divulgado para todos nossos públicos e fica disponível no Site de Relações com Investidores.

Canal de Denúncias (0800 726 7111 e www.contatoseguro.com.br/simpar) – Canal terceirizado que assegura credibilidade ao anonimato do denunciante e torna mais eficiente a apuração e retorno das manifestações. Colaboradores, acionistas e demais interessados podem reportar ações, omissões, irregularidades, desconformidades, fato que contrarie a legislação Códigos de Conduta e políticas e normas internas ou ainda ações que possam causar algum dano às nossas atividades, colaboradores, acionistas e demais públicos. No processo de investigação, é proibida qualquer forma de retaliação, exposição, ameaça e/ou coação aos denunciantes, testemunhas e demais envolvidos.

Linha Transparente (0800 726 7250 e conformidade@simpar.com.br) – Canal de comunicação do Programa de Conformidade, aberto aos públicos interno e externo, dedicado à resolução de dúvidas sobre o Código de Conduta, políticas anticorrupção e políticas internas.

Customer Relationship Management (CRM) – Canal existente nos negócios. Canal gerenciado pela área de Experiência do Cliente de cada torre, responsável por realizar análises periódicas e promover ações a partir das manifestações de clientes.

Conecta (rede social interna) - Rede social corporativa para comunicação, informação e engajamento dos colaboradores.

14. Revisão

Esta Política foi avaliada pelo Comitê de Sustentabilidade, endossada pelo Conselho de Administração da SIMPAR e suportada pelo Código de Conduta. Esta política corporativa será revisada quando houver mudanças organizacionais, legais ou de negócio para manter sua

pertinência, suficiência e eficácia e em ampla defesa dos princípios de engajamento de todos os públicos de interesses da SIMPAR e suas controladas.

15. Definições

Comunidades: Um grupo social que tem opiniões e valores comuns e interação contínua. Exemplo: líderes comunitários, membros da comunidade, associações de bairro, família de funcionários, professores, etc.

Engajamento: Práticas usadas para aproximar e conectar as partes interessadas com o objetivo de ampliar os diálogos e aprimorar os relacionamentos.

Partes interessadas/Públicos de interesses: são grupos que afetam e/ou podem ser afetados pelas atividades, produtos ou serviços da Companhia. Isso não inclui todos aqueles que podem ter conhecimento ou percepções sobre a Companhia. (Referência AA 1000).

16. Documentos de referência

Código de Conduta de Terceiros: O documento é um reforço do compromisso da Companhia com a conformidade à legislação, com o comportamento ético, transparente e íntegro, e com a sustentabilidade nas relações com nossos públicos de interesse. O documento deve ser periodicamente revisado e aprovado pelo Conselho de Administração.

Política de Sustentabilidade: Como um dos compromissos adotados na Política de Sustentabilidade, deve-se incentivar a participação e engajamento das partes interessadas na governança da Companhia, fortalecendo os canais de diálogo disponíveis e consultar os principais públicos de interesse periodicamente, levantando pontos a serem tratados, atualizando o mapeamento de temas relevantes, e buscando melhores medidas para encaminhá-los.