

Título	POLÍTICA DE PORTA VOZES, COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES DA SANEAGO
Objetivo	Promover a comunicação integrada na Saneago, levando em consideração todos os seus públicos de relacionamento e os diversos canais de comunicação disponíveis, atendendo plenamente às diretrizes do Planejamento Estratégico da Companhia, além de atender o que preconiza a legislação em vigor.

1 – INTRODUÇÃO

1.1 - A comunicação integrada é componente fundamental para o sucesso de qualquer organização. Pensada de forma estratégica, é capaz de construir a imagem de uma marca e transmiti-la aos públicos com os quais a Empresa se relaciona, fazendo uso das mais diversas ferramentas disponíveis.

1.2 - Dada a sua importância e complexidade, faz-se necessário o estabelecimento de diretrizes, que contribuam, efetivamente, na criação e na manutenção da boa imagem da Companhia. Neste sentido, a atualização de uma Política de Comunicação é condição para que a visão de futuro da Saneago possa ser atingida e percebida pela sociedade.

1.3 - A unidade de discurso é essencial para que a credibilidade seja construída e preservada junto aos diversos públicos da Companhia. Para que isso ocorra, é fundamental a compreensão do processo de comunicação, considerando seus atores, componentes e fenômenos.

1.4 - Para que a comunicação organizacional integrada possa contribuir com os objetivos definidos no Planejamento Estratégico e, conseqüentemente, ampliar a percepção positiva da sociedade em relação à marca Saneago, é preciso definir diretrizes estratégicas.

2 – VISÃO GERAL

2.1 – Cabe ao setor de comunicação da Saneago a elaboração e divulgação de materiais de comunicação, imprensa e marketing, direcionados aos veículos de imprensa, às plataformas oficiais da Saneago, bem como campanhas institucionais, coordenação de eventos e ações promocionais, além do suporte estratégico à imagem institucional, em alinhamento com a missão, visão e os valores da Companhia.

2.2 – A Superintendência de Comunicação e Marketing (Sumar) é responsável por coordenar, supervisionar e integrar todas as ações de comunicação institucional, relacionamento com a imprensa, produção de conteúdo para redes sociais, marketing e publicidade da Saneago. Sua atuação estratégica visa consolidar a imagem da Companhia perante os públicos interno e externo, promovendo a transparência, a valorização da marca e o fortalecimento da reputação institucional. Estão sob sua jurisdição a Gerência de Relacionamento com a Imprensa (PR-GRI) e a Gerência de Marketing (PR-GMK).

2.3 – A Gerência Relacionamento com a Imprensa (PR-GRI) é responsável pelo contato com os veículos e profissionais de imprensa, estabelecendo o posicionamento da Saneago por meio de notas ou entrevistas, sugestões de pauta, elaboração e divulgação de notícias e reportagens, postagens nas redes sociais da Saneago, divulgação de comunicados no site da Saneago, entre outros. No site, a unidade é responsável pelos conteúdos disponibilizados nos campos de Notícias e de Comunicados; e,

Observação: Cópia não controlada quando impresso



na intranet, no campo de Notícias; sendo uma atribuição da Superintendência de Tecnologia da Informação (Sutec) o manejo e a inserção de informações nos demais campos.

2.4 – A Gerência de Marketing (PR-GMK) é responsável pelo planejamento e execução de eventos promocionais de publicidade e propaganda da marca, elaboração de mapas, materiais gráficos, apresentações institucionais, entre outros. A unidade, em parceria com a Supervisão do Sistema Meia Ponte, também é responsável pelo serviço de apoio com copos de água e bebedouros em eventos.

2.5 – A comunicação com viés mercadológico é reforçada pela atuação de Agências de Propagandas contratadas, que colaboram ativamente na construção e execução das campanhas institucionais e publicitárias da Saneago. A agência atua em conjunto com a Gerência de Marketing, contribuindo com estratégias criativas, produção de peças publicitárias e execução de mídia, ampliando o alcance das ações de comunicação e fortalecendo a presença da Companhia no mercado.

2.6 – Os materiais oficiais, desde que já divulgados nas plataformas oficiais da Saneago ou com aval da área de comunicação, podem ser replicados pelos empregados em suas redes sociais pessoais, caso estes tenham interesse. Exemplo: uma notícia ou comunicado divulgado no site da Saneago pode ser compartilhado por qualquer empregado via Whatsapp, nas suas redes sociais, enviado a entes ou instituições parceiras; o mesmo vale para uma postagem nas redes sociais oficiais da Saneago ou outros materiais que já tenham sido publicizados pela Companhia.

2.7 – O empregado pode realizar publicações, relacionadas à Saneago, em suas redes sociais pessoais, desde que o conteúdo tenha caráter positivo ou institucional, esteja alinhado aos valores da Companhia, às diretrizes da Política de Comunicação e ao Código de Conduta e Integridade. O conteúdo não pode conter linguagem ofensiva, preconceituosa, discriminatória, político-partidária ou que possa comprometer a imagem da empresa, de seus empregados, parceiros ou clientes. É vedada a divulgação de informações sigilosas.

2.8 – O relacionamento com o público interno e externo é de fundamental importância para uma comunicação eficaz e seu impacto na imagem institucional é responsabilidade de todos. Processos comunicacionais são inerentes a qualquer área, cabendo especificamente à área de comunicação da Saneago os serviços de imprensa, marketing e eventos promocionais da marca, como já pontuado.

3 – ATRIBUIÇÕES

3.1 – Relacionamento com a Imprensa

3.1.1 – No que diz respeito ao relacionamento com a imprensa, a área de comunicação da Saneago dispõe de profissionais que fazem o contato direto com os veículos de imprensa, garantindo as melhores condições para que este relacionamento se dê de acordo com os interesses estratégicos da Saneago e os critérios e princípios jornalísticos.

3.1.2 – A Gerência de Relacionamento com a Imprensa é a responsável exclusiva pelo atendimento a todas as demandas de imprensa em todos os municípios atendidos pela Saneago. Em situações que algum veículo de imprensa procure outra Unidade Organizacional, esta deve informar ao veículo que a Saneago conta com uma área de atendimento à imprensa e repassar ao demandante os contatos da PR-GRI.

3.1.3 – Cabe à área de comunicação da Saneago a análise da melhor estratégia a ser utilizada em cada uma das situações que se apresentarem, bem como a definição do material e canal mais adequados para a resposta ao veículo de imprensa.

Observação: Cópia não controlada quando impresso



3.2 – Porta-Vozes

3.2.1 – Para situações em que estrategicamente optar-se por entrevista, em vez de nota, deve ser considerado: Quem fala pela empresa? O que diz? Como diz? Quando diz? Onde diz? Para quem diz? Por que diz?

3.2.2 – Os porta-vozes da Saneago somente podem conceder entrevista a veículos de imprensa após alinhamento e autorização prévios pela área de comunicação da Saneago, que analisará a melhor estratégia de resposta, seja entrevista, nota ou outros materiais.

3.2.3 – Nenhum colaborador pode falar à imprensa, em nome da Companhia, sem prévia autorização da área de comunicação da Saneago. São considerados potenciais porta-vozes a atender as demandas da imprensa aqueles com notável conhecimento técnico sobre o tema em questão. A área de comunicação da Saneago definirá o referido porta-voz a partir da indicação da diretoria responsável pela área do tema a ser abordado.

3.2.4 – Alinhada a entrevista, o porta-voz receberá as devidas orientações da equipe de imprensa da Saneago. Quando possível, ao conceder entrevistas pela Saneago, o porta-voz estará acompanhado de um representante da área de comunicação da Companhia.

3.2.5 – Ao relacionar-se com a imprensa, o porta-voz fala em nome da Saneago. Não é permitido ao porta-voz emitir opiniões pessoais de qualquer natureza que estejam em desacordo com as políticas da Companhia, sua missão, visão e valores.

3.2.6 – Todos os artigos assinados por profissionais da Companhia, em nome da Saneago, devem ser autorizados pela respectiva Diretoria e passar pela análise da área de comunicação para validação do texto.

3.3 – Gestão da Marca

3.3.1 – A marca é o maior patrimônio de uma empresa. É por meio dela que uma organização é reconhecida pelos diversos públicos.

3.3.2 – É papel da comunicação preservar a identidade da empresa, inclusive a identidade visual, e garantir a correta utilização da marca.

3.3.3 – A área de comunicação da Saneago desenvolveu o Manual de Padronização, aprovado pela Direção da empresa, através de Resolução de Diretoria. O referido manual, disponível na Intranet da Companhia, estabelece padrões de uso da marca, garantindo a identidade visual da Saneago.

3.3.4 – Todo e qualquer material que utilize a marca Saneago -independentemente de ter sido elaborado por unidades internas da Companhia, fornecedores ou organizações parceiras -deve, obrigatoriamente, ser submetido previamente à Gerência de Marketing. Compete à PR GMK orientar, avaliar e aprovar a aplicação da marca, garantindo conformidade com as diretrizes de identidade visual antes da produção ou divulgação, em quaisquer meios, sejam eles internos ou externos.

3.4 – Eventos Promocionais de Publicidade e Propaganda

3.4.1 – Eventos são acontecimentos agendados e planejados, com ações organizadas ou apoiadas pela SANEAGO que envolvam finalidade institucional, promocional, cerimonial, comercial ou de relacionamento, com impacto direto na imagem pública, nas estratégias corporativas ou na articulação com seus públicos externos.

Observação: Cópia não controlada quando impresso



3.4.2 – Na Saneago, são considerados como eventos promocionais as inaugurações, campanhas, eventos que envolvem diversas diretorias com ou sem autoridades, audiências públicas, assinaturas de contratos, fóruns, painéis, seminários, eventos de marca, feiras, congressos e demais atividades externas.

3.4.3 – É responsabilidade da Gerência de Marketing planejar, coordenar e supervisionar a realização de eventos promocionais da Saneago, assegurando o alinhamento com a identidade institucional, a correta aplicação da marca e os objetivos estratégicos de comunicação. A unidade também deve articular com outras áreas envolvidas e gerenciar fornecedores, quando necessário.

3.4.4 – A PR-GMK não é responsável pela elaboração de apresentações institucionais destinadas à participação de representantes da Saneago em eventos. Entretanto, poderá disponibilizar modelos padronizados previamente definidos e, quando viável dentro das demandas e prazos da unidade, oferecer apoio na diagramação do conteúdo.

3.4.5 – A Gerência de Relacionamento com a Imprensa (PR-GRI) não é responsável pela redação de discursos de representantes da Saneago em eventos. No entanto, poderá realizar revisões do conteúdo, desde que haja viabilidade diante das demandas da unidade.

3.4.6 – O uso da marca Saneago por terceiros em eventos, peças promocionais ou qualquer tipo de divulgação, está condicionado à autorização prévia da Gerência de Marketing (PR-GMK), mediante análise quanto ao alinhamento com os princípios, valores e diretrizes institucionais da Companhia.

3.5 – Divulgação de Informações ao Mercado Financeiro

3.5.1 – Definições e Conceitos

3.5.2 – Definem-se, para efeitos desta Política, os seguintes termos e expressões:

Termo	Definição
Acionista Controlador	O Estado de Goiás, que exerce direta ou indiretamente, o poder de controle da Companhia, nos termos da Lei das Sociedades por Ações e a Lei das Estatais.
Administradores	Os diretores executivos e os membros do Conselho de Administração da Companhia.
Ato ou Fato Relevante	Qualquer decisão do Acionista Controlador, deliberações da assembleia geral ou dos órgãos de administração da Companhia, ou qualquer outro ato ou fato de caráter político-administrativo, técnico, negocial ou econômico-financeiro ocorrido ou relacionado aos negócios da Companhia, que possa influir de modo ponderável (i) na cotação dos Valores Mobiliários da Companhia ou de suas Controladas e Coligadas, ou a eles referenciados; (ii) na decisão dos investidores de comprar, vender ou manter os Valores Mobiliários; e (iii) na decisão dos investidores de exercer quaisquer direitos inerentes à condição de titular dos Valores Mobiliários ou a eles referenciados;.
Bolsas de Valores	As bolsas de valores em que os Valores Mobiliários de emissão da Companhia sejam admitidos à negociação, no Brasil ou no exterior.
Coligadas	As sociedades em que a Companhia possua influência significativa, nos termos da Lei nº 6.404/76.
Consultores	Todas as pessoas que tenham relação comercial, profissional ou de confiança com a Companhia, tais como de auditoria independente, assessoria, avaliação, advocacia, intermediação, contabilidade, distribuição de valores mobiliários, ou quaisquer

Observação: Cópia não controlada quando impresso



Termo	Definição
	peças que, em virtude de seu relacionamento com a Companhia, tenham acesso a Informação Privilegiada.
Controladas	As sociedades nas quais a Companhia detém Poder de Controle.
CVM	Comissão de Valores Mobiliários.
DIPRE	Presidência
-DIFIR	Diretoria Financeira de Relação com Investidores e Regulação, responsável pela prestação de informações à CVM, à SEC e às Bolsas de Valores ou entidades de mercado de balcão organizado nas quais os Valores Mobiliários são admitidos a negociação, bem como pela Política Regulatória da empresa.
Ex-Administradores	Os ex-Diretores Executivos e ex-membros do Conselho de Administração, que deixarem de integrar a administração da Companhia.
Informação Privilegiada ou Informação Relevante	Toda informação relativa a Ato ou Fato Relevante ainda não divulgada ao mercado, aos órgãos reguladores, às Bolsas de Valores e aos acionistas e investidores em geral.
Lei das Sociedades por Ações	É a Lei n.º 6.404, de 15 de dezembro de 1976, conforme alterada.
Órgãos Técnicos e Consultivos	Os órgãos da Companhia criados ou que venham a ser criados pelo seu estatuto social, com funções técnicas ou destinados a aconselhar os seus Administradores.
Pessoas Ligadas	São as pessoas que mantenham os vínculos indicados a seguir com os Administradores, membros do Conselho Fiscal e membros dos Órgãos Técnicos e Consultivos: (i) o cônjuge, de quem não se esteja separado judicialmente; (ii) o (a) companheiro (a); (iii) qualquer dependente incluído na declaração anual do imposto sobre a renda; (iv) as sociedades controladas e coligadas direta ou indiretamente, seja pelos Administradores e assemelhados, seja pelas Pessoas Ligadas.
Pessoas Vinculadas	A Companhia, seu Acionista Controlador, direto e indireto, seus Administradores e membros do Conselho Fiscal e de quaisquer outros Órgãos Técnicos e Consultivos e Colaboradores e Executivos com Acesso a Informação Relevante, Controladas e Coligadas e respectivos acionistas controladores, membros da administração e de Órgãos Técnicos e Consultivos, Consultores, que tenham aderido expressamente a esta Política e estejam obrigados à observância das regras aqui descritas.
Público Investidor	Investidores em Valores Mobiliários, analistas e demais agentes do mercado de capitais.

3.5.3 – Todas as informações divulgadas ao Mercado Financeiro devem ser realizadas, exclusivamente, pela área responsável, bem como serem verdadeiras, completas, consistentes e que não induzam a erro. Devem ser escritas em linguagem clara, objetiva e concisa, de forma abrangente, equitativa e simultânea.

3.5.4 – Sempre que a informação divulgada pelo emissor for válida por um prazo determinável, tal prazo deve ser indicado.

3.5.5 – Informações factuais devem ser diferenciadas de interpretações, opiniões, projeções e estimativas.

3.5.6 – É vedada a divulgação de qualquer projeção financeira ou operacional sem antes ter anuência da Diretoria Financeira, de Relações com Investidores e Regulação (DIFIR).

Observação: Cópia não controlada quando impresso

3.5.7 - A Presidência (DIPRE), por meio da Superintendência de Governança (SUGOV), é a responsável pela elaboração e atualização da Carta Anual de Governança Corporativa e Políticas Públicas; e pelos seguintes documentos necessários ao atendimento à forma e prazos estabelecidos pela Resolução CVM nº 80 de 29 de março de 2022: editais de convocação da assembleia geral ordinária, proposta da administração da assembleia geral ordinária, ata da assembleia geral ordinária, editais de convocação de reunião extraordinária da assembleia geral dos acionistas, proposta da administração reunião extraordinária da assembleia geral dos acionistas, ata da reunião extraordinária da assembleia geral dos acionistas e ata da reunião do conselho de administração.

3.5.8 – A Diretoria Financeira, de Relações com Investidores e Regulação, por meio da Superintendência de Relação com Investidores, é a responsável pelos demais informativos necessários ao atendimento à forma e prazos estabelecidos pela Resolução CVM nº 80 de 29 de março de 2022. As principais informações enviadas à CVM são: formulários cadastrais, formulários de referência, editais de convocação de assembleia geral de debenturistas, proposta da administração para assembleia geral de debenturistas, ata da assembleia geral de debenturistas, avisos aos acionistas, além de comunicados ao mercado e fatos relevantes.

3.5.9 – A Diretoria Financeira, de Relações com Investidores e Regulação, por meio da Superintendência Contábil, é a responsável pelas demonstrações financeiras, pelos formulários de informações trimestrais e relatório de informações financeiras relacionadas à sustentabilidade.

3.5.10 – A Saneago disponibilizará informações relevantes sobre a Companhia sempre que necessário, de forma clara, assegurando a igualdade e a transparência dessa divulgação a todos os interessados, evitando o uso indevido de informações privilegiadas.

3.5.11 – A Diretoria Financeira de Relações com Investidores e Regulação, por meio da Superintendência de Relação com Investidores, também manterá no site da Companhia, através do Portal de Investidores, informações atualizadas direcionadas ao mercado, tais como: apresentação institucional, demonstrações financeiras, ratings, release de resultados, editais de convocação, propostas da administração, atas, políticas (que pode ser dada publicidade), fatos relevantes e comunicados ao mercado.

3.5.12 – A divulgação de informações da Saneago relativas a atos ou fatos relevantes relacionados à Companhia deverá assegurar igualdade, transparência e simetria da informação, de forma completa e tempestiva, a todos os interessados.

3.5.13 – As pessoas vinculadas que tenham acesso a informações sobre atos ou fatos relevantes serão responsáveis por comunicar tais informações à Diretoria Financeira, de Relações com Investidores e Regulação, por meio da Superintendência de Relação com Investidores.

4 – RESPONSABILIDADE

4.1 – O Conselho de Administração é responsável pela aprovação das políticas referentes à comunicação.

4.2 – A Superintendência de Comunicação e Marketing é responsável pelas estratégias e controle das atividades de comunicação, imprensa, gestão de marca e eventos promocionais, com a aprovação da Diretoria.

5 – SANÇÕES

Observação: Cópia não controlada quando impresso



5.1 – O descumprimento desta Política sujeita o infrator a sanções disciplinares, de acordo com as normas internas da Companhia, sem prejuízo das sanções administrativas, civis e penais cabíveis.

6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

6.1 – O estabelecimento e a manutenção de uma Política de Comunicação Integrada para a Saneago são relevantes para a melhoria da imagem da Empresa perante toda a sociedade. É preciso ter em mente que com a utilização de todas as ferramentas disponíveis no mix de comunicação é que será possível atingir os objetivos estratégicos da Companhia. É preciso compreender, ainda, que uma área de comunicação com credibilidade junto aos meios é de fundamental importância na construção de uma imagem positiva, utilizando os veículos de comunicação, bem como formadores de opinião, como disseminadores do compromisso da Saneago com a população.

6.2 – A pessoa que se desligar da Companhia, ou que deixar de participar do negócio ou do projeto a que se referirem as Informações Relevantes, continuará sujeita ao dever de sigilo.

7 – APROVAÇÃO

7.1 – Esta Política foi aprovada pelo Conselho de Administração da Saneago, na data de 26 de Março de 2026, registrada na Ata 576. Toda alteração ou revisão desse documento deverá ser submetida a apreciação do Conselho de Administração da Saneago.

Observação: Cópia não controlada quando impresso