ÍNDICE

1. OBJETIVO 2
2. ABRANGÊNCIA 2
3. GLOSSÁRIO 2
4. DIRETRIZES GERAIS 3
5. DIRETRIZES ESPECÍFICAS 5
6. PENALIDADES 6
7. REFERÊNCIAS 7
8. ANEXOS 7
9. HISTÓRICO DE REVISÕES ..... **Erro! Indicador não definido.**

1. OBJETIVO

A Política de Relacionamento com a Comunidade e com as nossas Partes Interessadas (*Stakeholders*) traz diretrizes (gerais e específicas) que permitem o estabelecimento de um canal de comunicação a longo prazo com todos os *Stakeholders*, os quais influenciam ou são influenciados pelas atividades da empresa, baseado no diálogo, no engajamento, na ética e na transparência das informações, visando à geração de valor compartilhada, a identificação de oportunidades entre as partes e a gestão do capital social e de relacionamento.

2. ABRANGÊNCIA

Este documento aplica-se a todos(as) os(as) colaboradores(as) do GPA, suas unidades de negócios e empresas/instituições coligadas, além de fornecedores(as), prestadores(as) de serviços, clientes, instituições sociais e parceiros(as) da empresa.

3. GLOSSÁRIO

Partes Interessadas ou *Stakeholders* – também conhecidos como públicos estratégicos, são todos os públicos relevantes com interesses pertinentes ao GPA, ou ainda, indivíduos ou entidades que assumam algum tipo de risco, direto ou indireto, em face da sociedade. Entre outros, destacam-se: acionistas, colaboradores, comunidade, clientes, fornecedores, credores, governos e organizações não governamentais.

Desenvolvimento Sustentável – Desenvolvimento que permite o atendimento das necessidades das presentes gerações sem comprometer o atendimento das necessidades das futuras gerações.

ESG – *Environmental, social and corporate governance***.** A sigla traduzida do inglês é o conjunto de práticas ambientais, sociais e de governança realizada por empresas.

Materialidade - No contexto da sustentabilidade, é a base para a empresa identificar as agendas prioritárias para sua atuação, investimentos e gestão de externalidades, riscos e oportunidades. É necessário que uma organização conheça e gerencie informações relevantes sobre os aspectos que, em função dos seus impactos (positivos ou negativos), riscos ou oportunidades, são prioritários em sua

atividade e, portanto, devem ser considerados essenciais nas decisões estratégicas bem como nos processos de gestão, operação, comunicação e relato. São considerados materiais aspectos que podem impactar e/ou influenciar significativamente avaliações e decisões dos gestores da empresa ou de suas partes interessadas.

4. DIRETRIZES GERAIS

4.1. Contextualização e Princípios de Atuação

Somos uma empresa de comércio varejista com atuação em todo o País e dada a as características de nossa atuação, nos relacionamos com diversos públicos diariamente. Por isso, prezamos pelo bom relacionamento com os nossos Stakeholders, sempre pautado pelo respeito, ética e transparência, estando sempre abertos ao diálogo e dispondo de diversos meios de comunicação com cada público.

O relacionamento com os Stakeholders é prioridade estratégica do grupo e sendo assim, acreditamos que ao estabelecer esta interface sólida criamos relações mais sustentáveis aperfeiçoando e otimizando nossos processos, mitigando riscos, criando oportunidades e consequentemente gerando benefícios às partes envolvidas e fortalecendo nossas relações.

As diretrizes deste documento seguem as prioridades das Nações Unidas definidas nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), os Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU, e são alinhadas com as demais Políticas, Códigos e Regimentos Corporativos do GPA.

O diálogo aberto e transparente com as nossas Partes Interessadas é fundamental para que possamos garantir:

- A viabilização do nosso planejamento estratégico e o desempenho de excelência, o fortalecimento da governança corporativa e a busca de soluções inovadoras;
- A Consolidação das relações de confiança, da partilha de conhecimentos e aprendizados, se antecipando aos desafios e identificando novas oportunidades de cooperação.
- A implementação de importantes práticas para a prestação de contas nas dimensões econômica, social, ambiental e como consequência o constante um processo de retroalimentação de nossos públicos de relacionamento; e,
- O atendimento à exigência legal em especial na avaliação de impactos de novos produtos e/ou serviços, ajustando e regularizando quando assim necessário.

4.2. Identificação

Identificamos de forma dinâmica e sistemática nossos Públicos de relacionamento que influenciam e são influenciados pelo nosso negócio, analisando e procurando compreender as suas expectativas e interesses. Mapeamos, identificamos e avaliamos os riscos e impactos gerados pelo nosso negócio nas localidades onde atuamos e nos demais Públicos resultantes das atividades do GPA, bem como os assuntos apontados como relevantes, priorizando, de forma equilibrada e equitativa, os públicos e os assuntos relacionados.

4.3. Relacionamento

Temos um canal aberto de diálogo e constantemente promovemos um diálogo bidirecional com os Públicos de relacionamento através de ações informativas e consultivas. O nosso processo de escuta, informação e resposta aos nossos Públicos de relacionamento deve ser feito de forma consistente, clara, e transparente, garantindo a escuta e dialogo de todos os Públicos . As reclamações ou questionamentos devem ser tratadas com seriedade e respeito. Disponibilizamos ativamente informações claras e compreensíveis, promovendo e proporcionando meios de engajamento apropriados, por meio de nossos diversos canais de comunicação disponíveis. Levamos em consideração as particularidades de cada parte interessada, ajustando os canais, os planos de escuta e as respostas aos assuntos relevantes identificados por cada um deles, quando necessário.

4.4. Engajamento e colaboração

Acreditamos que a promoção de relações de confiança com os nossos Públicos de relacionamento é imprescindível para que estas sejam sustentáveis, saudáveis e de longo prazo. O nosso relacionamento com nossos públicos baseia-se em valores como a transparência, a integridade, e o respeito mútuo, inclusive em situações de divergência. Baseamos nossa atuação nos valores, políticas e princípios éticos do GPA, respeitando opiniões dos públicos de relacionamento, tratando-os de forma justa, sem discriminação, respeitando a diversidade e seus direitos (maior detalhamento em nossa Política de Diversidade e Direitos Humanos).

Nos asseguramos que todos os nossos públicos de relacionamento conheçam e compreendam os objetivos do GPA, por meio de uma agenda contínua de transparência sobre nosso negócio, seus impactos e riscos.

Promovemos a construção de uma parceria estratégica, colaborando com os Públicos de relacionamento por meio do compartilhamento de conhecimento, competências e ferramentas, buscando gerir riscos e identificar oportunidades e soluções que produzam resultados positivos para ambas as partes.

Como elo de conexão entre vários atores dessa cadeia, trabalhamos em cooperação, sempre levando em consideração as contribuições de nossos públicos de relacionamento em nosso planejamento estratégico e em nossas ações.

5. DIRETRIZES ESPECÍFICAS

O relacionamento com todos os nossos Púbicos de Relacionamento, incluindo, mas não limitado às Comunidades locais, é fundamental para a Companhia. Através do engajamento proativo criamos a oportunidade de diálogo e atuamos com responsabilidade socioambiental com o objetivo de manter o relacionamento mutuamente positivo, ético criando e compartilhando valor.

Nossos Públicos de Relacionamentos são todas as entidades ou pessoas físicas ou jurídicas que influenciam ou são influenciadas pelas nossas atividades, produtos e serviços e estão organizados da seguinte forma: Competidores/Concorrentes, Entidades Financeiras, Acionistas, Investidores,Controlador, Colaboradores(as), Sindicatos, Fornecedores(as), Clientes e Associações de Classe, Governos, Instituições ou Órgãos Reguladores, Associações de Classe, Sociedade, Organizações da Sociedade Civil e Comunidades Locais e Mídia.

5.1. Interação e Relacionamento com stakeholders

Será de responsabilidade da Diretoria de Sustentabilidade, de Relacionamento com Investidores, de Comunicação Corporativa e de Relações Institucionais, em conjunto com as demais áreas correlatas, a gestão dos projetos de engajamento e relacionamento com as partes interessadas, orientando os(as) demais colaboradores(as) que desempenham esse papel de interação.

5.2. Canais de Diálogo com o GPA

Além dos canais específicos para cada um dos nossos *Stakeholders*, estabelecemos canais de comunicação transparentes e espaços de relacionamento estimulando o diálogo consistente e a relação de confiança entre todas as Partes Interessadas de forma geral, estabelecendo um canal claro e objetivo de atendimento às reclamações.

Nossos canais:

E-mail - sustentabilidade@gpabr.com
Site GPA - www.gpabr.com e www.gpari.com
LinkedIn - www.linkedin.com/company/gpabr
Twitter - www.twitter.com/gpabr
Flickr - https://www.flickr.com/imprensagpa

YouTube - https://www.youtube.com/gpabr

5.3. Canais de Denúncia

O descumprimento das regras e diretrizes impostas neste documento poderá ser considerado falta grave, passível de aplicação de sanções baseadas na Política de Gestão do Comitê de Ética, Código de Ética GPA e na Política de Consequências e Sanções Disciplinares.

O GPA disponibiliza aos seus colaboradores(as), fornecedores(as), prestadores de serviços, clientes, instituições sociais e parceiros o Canal da Ouvidoria, que é a ferramenta oficial para o recebimento de reclamações, insatisfações e denúncias de violações ao não cumprimento da Política.

Infrações a esta Política, ao Código de Ética da Companhia ou a qualquer item da Carta de Ética de fornecedores podem ser denunciadas por meio do canal: ouvidoria@gpabr.com.br. A denúncia será apurada de maneira sigilosa, possibilitando inclusive o anonimato.

Contato:
08000 55 57 11 – ouvidoria@gpabr.com
Horário de atendimento: segunda a sábado, das 8h às 20h.

5.4. Aprovação da Política

Esta Política foi aprovada pelo Conselho de Administração em Setembro de 2024.

5.5. Disposições Finais

A presente Política é válida por prazo indeterminado e sem prejuízo das disposições nela contidas, o GPA reserva-se ao direito de revisá-la, na periodicidade que melhor entender.

6. PENALIDADES

O Colaborador que presenciar o descumprimento de alguma das regras acima tem o dever de denunciar tal infração ao Canal de Ouvidoria. Ademais, o descumprimento das regras e diretrizes impostas neste documento poderá ser considerado falta grave, passível de aplicação de sanções disciplinares baseadas

na *Política de Gestão do Comitê de Ética, Código de Ética GPA e* na *Política de Consequências e Sanções Disciplinares*.

7. REFERÊNCIAS

Nossa atuação direta com a Comunidade e Relação com as demais partes interessadas se baseiam em uma série de diretrizes:

- Princípios das Organizações das Nações Unidas (ONU)
- Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos (ONU)
- 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS \ ONU)
- ISO 26000
- Política de Comunicação Corporativa

Como aliado a esta Política, está o Código de Ética que apresenta as principais diretrizes relacionadas à condução dos negócios e ao comportamento esperado de todos(as) aqueles(as) que se relacionam com o GPA, interna e externamente. Para os casos omissos a esta Política, consulte as demais políticas corporativas do GPA em nosso site www.gpabr.com

8. ANEXOS

Não se aplica