 <b>CPFL</b> <b>ENERGIA</b> Uso Interno	Tipo de Documento: Procedimento
	Área: ICMR-COORDENACAO DE RELACOES PUBLICAS
	Título do Documento: Procedimento de Ações de Marketing e Apoios Institucionais

## Sumário

1.	OBJETIVO.....	1
2.	ÂMBITO DE APLICAÇÃO.....	1
3.	DEFINIÇÕES.....	1
4.	DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA .....	2
5.	RESPONSABILIDADES .....	2
6.	REGRAS BÁSICAS .....	3
7.	CONTROLE DE REGISTROS .....	4
8.	ANEXOS .....	4
9.	REGISTRO DE ALTERAÇÕES .....	4

### 1.OBJETIVO

Estabelecer diretrizes e responsabilidades para a execução de Ações de Marketing, e Apoios Institucionais no Grupo CPFL.

### 2.ÂMBITO DE APLICAÇÃO

#### 2.1. Empresa

A CPFL Energia, seus departamentos / áreas corporativas e todas as suas controladas diretas e / ou indiretas (juntas, denominadas “Grupo CPFL”), exceto as empresas com seus próprios padrões de governança e gestão que compartilham controle com outras empresas.

#### 2.2. Área


Todas as áreas corporativas da CPFL Energia e todas as áreas das empresas mencionadas acima estão incluídas no escopo deste documento.

### 3.DEFINIÇÕES

#### 3.1. Ações de marketing

Entende-se por ações de marketing, neste documento, contratos resultantes de acordos firmados entre duas ou mais partes, que transferem entre si algum direito de natureza pecuniária, de serviço ou de material e se sujeitam a obrigações recíprocas, decorrentes de interesse das partes. Na regra geral, as ações de marketing compreendem, entre outras cessões de direitos, a associação, divulgação e valorização da marca das empresas do Grupo CPFL como contrapartida.

N.Documento: 11101	Categoria: Tático	Versão: 6.0	Aprovado por: Camila Pikunas	Data Publicação: 23/11/2023	Página: 1 de 5
-----------------------	----------------------	----------------	---------------------------------	--------------------------------	-------------------

	Tipo de Documento: Procedimento
	Área: ICMR-COORDENACAO DE RELACOES PUBLICAS
	Título do Documento: Procedimento de Ações de Marketing e Apoios Institucionais

### 3.2. Apoio Institucional

Entende-se por apoio institucional, contratos resultantes de acordo firmado entre duas ou mais partes para o desenvolvimento de programa, projeto ou atividade conjunta, com vistas a objetivo comum, em que as partes colocam à disposição seu potencial de contribuição com transferência, de serviços, materiais institucionais e palestras que não envolvam cotas financeiras.

Os apoios institucionais podem ser estabelecidos com instituições de natureza pública ou privadas, com ou sem fins lucrativos, de forma imparcial e que agreguem positivamente à marca das empresas do Grupo CPFL e ou busque ampliar seu campo de relacionamento.

### 4. DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

- Diretrizes de Governança do Grupo CPFL;
- Documento 314 – Níveis de Competência – Delegação de Autoridade;
- Código de Conduta Ética CPFL;
- Código de Conduta Ética para Fornecedores;
- Documento 18.371 - Procedimento de Brindes, Presentes e Hospitalidades;
- Documento 16.602 - Norma de Relacionamento com Agentes Públicos;
- Documento 18.940 - Procedimento de Conflito de Interesses;
- Documento 3409 - Qualificação de Fornecedores.

### 5. RESPONSABILIDADES

#### 5.1. Comunicação Empresarial

- Recepcionar propostas e solicitações de ações de marketing e apoios institucionais;
- Oferecer orientações diversas e apoiar o processo de avaliação e aprovação de propostas;
- Conduzir e monitorar o processo de compras e formalização contratual;
- Acompanhar prestação de contas de propostas aprovadas.


#### 5.2. Diretoria de Suprimentos

- Realizar e arquivar a análise de risco das organizações e instituições proponentes dos projetos (Due Diligence Reputacional), sob demanda da Diretoria de Comunicação Empresarial e conforme previsto no documento 3409 de qualificação de fornecedores.

#### 5.3. Área solicitante

- Reunir informações necessárias e avaliar previamente a proposta de interesse;
- Encaminhar a solicitação time de Comunicação Empresarial;
- Para Ações de Marketing, deverão seguir as aprovações conforme previsto na GED 314 \_ Nova norma de competências.

N.Documento: 11101	Categoria: Tático	Versão: 6.0	Aprovado por: Camila Pikunas	Data Publicação: 23/11/2023	Página: 2 de 5
-----------------------	----------------------	----------------	---------------------------------	--------------------------------	-------------------

	Tipo de Documento: Procedimento
	Área: ICMR-COORDENACAO DE RELACOES PUBLICAS
	Título do Documento: Procedimento de Ações de Marketing e Apoios Institucionais

## 6. REGRAS BÁSICAS

Atento à sua missão de *“promover o crescimento de nosso negócio de uma maneira mais estratégica e competitiva, mantendo a sua dinâmica e vitalidade, e criando uma cultura corporativa internacional que segue padrões e respeita a diversidade, ao mesmo tempo, que fortalece nosso legado”*, as diretrizes do Procedimento de Ações de Marketing e Apoios institucionais visam apoiar a promoção social, ambiental, cultural e econômica de forma a contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade, além de apoiar a efetiva comunicação institucional e de negócios do Grupo CPFL, mantendo o fortalecimento de nossa imagem e reputação perante a sociedade e os agentes públicos de relacionamento.

### 6.1 Pilares

As solicitações de Ações de Marketing e Apoios institucionais deverão estar em consonância com:

- Missão, Visão e Valores do Grupo CPFL;
- Estratégia do Grupo CPFL;
- Diretrizes estratégicas de posicionamento da imagem do Grupo CPFL;
- Incorporação das ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável);
- Plano de Sustentabilidade vigente;
- Nas diretrizes do Código de Conduta Ética e Condigo de Conduta Ética para Fornecedores;
- Procedimento de Brindes, Presentes e Hospitalidades;
- Norma de Relacionamento com Agentes Públicos;
- Procedimento de Conflito de Interesses;
- Na política (B3) de investidores;
- Disponibilidade orçamentária.

### 6.2 Restrições


Serão vetados Ações de Marketing e Apoios institucionais que:

- Se destinem a obter, direta ou indiretamente, benefícios escusos ou ilícitos;
- Iniciativas de cunho exclusivamente político partidário e/ou religioso;
- Projetos que promovam segregação e/ou preconceito;
- Projetos cujos organizadores estejam inadimplentes perante as empresas do CPFL Energia S.A.;
- Projetos que possam gerar conflitos de interesse reais, potenciais ou aparentes, conforme previsto no Procedimento de Conflito de Interesses da CPFL Energia;
- Contrariem as diretrizes do Código de Conduta Ética do Grupo CPFL Energia.

### 6.3 Áreas de atuação

- Educação: Serão aceitos projetos de natureza socioeducativa, nos mais diversos segmentos da educação;

N.Documento: 11101	Categoria: Tático	Versão: 6.0	Aprovado por: Camila Pikunas	Data Publicação: 23/11/2023	Página: 3 de 5
-----------------------	----------------------	----------------	---------------------------------	--------------------------------	-------------------

 <b>CPFL</b> <b>ENERGIA</b> Uso Interno	Tipo de Documento: Procedimento
	Área: ICMR-COORDENACAO DE RELACOES PUBLICAS
	Título do Documento: Procedimento de Ações de Marketing e Apoios Institucionais

- **Inovação e Tecnologia:** Serão aceitos projetos e/ou eventos de relevância técnico-científica que fomentem o desenvolvimento tecnológico das empresas envolvidas e a troca de experiências nas diversas áreas do negócio em que atua;
- **Esporte:** Serão aceitos projetos de natureza esportiva, segundo suas manifestações nas mais diversas modalidades;
- **ESG:** Serão aceitos projetos socioambientais que estejam em consonância com as diretrizes e boas práticas da Companhia;
- **Promoção Institucional e de negócios:** Projetos que visem a divulgação e promoção de marca institucional e de negócios;
- **Cultural:** Projetos que promovam a cultura (arte, teatro, música, literatura, dança, entre outras), o entretenimento e o lazer;
- **Saúde:** Projetos que promovam melhoria e/ou aumento de abrangência da saúde pública.

## 7. CONTROLE DE REGISTROS

Identificação	Armazenamento e Preservação	Proteção (acesso)	Recuperação e uso	Retenção	Disposição
Due Diligence : documentação do cadastro do fornecedor	SAP	Perfis delimitados	Por processo	1 ano	Cadastro fornecedor
Controle de ações de marketing	Diretório na Rede ( <a href="#">\pfl-cps-file\Z:</a> ) IC Atualização	Perfis delimitados	Por data	Indeterminado	NA

## 8. ANEXOS


- Fluxo completo de avaliação/aprovação para as **Ações de Marketing**: [Fluxo de Ações de Marketing\\_05\\_01\\_2023.pptx](#)

## 9. REGISTRO DE ALTERAÇÕES

### 9.1. Colaboradores

Empresa	Área	Nome
CPFL Piratininga	Diretoria de Comunicação Empresarial	Camila Pikunas
CPFL Paulista	Diretoria de Comunicação Empresarial	Erica Mitsue Ikuno
CPFL Piratininga	Diretoria de Comunicação Empresarial	Amanda Cristina Bernardo
CPFL Paulista	Diretoria de Auditoria, Riscos e Compliance	Camila Camillo Kilian

N.Documento: 11101	Categoria: Tático	Versão: 6.0	Aprovado por: Camila Pikunas	Data Publicação: 23/11/2023	Página: 4 de 5
-----------------------	----------------------	----------------	---------------------------------	--------------------------------	-------------------

 <p><b>CPFL</b> ENERGIA Uso Interno</p>	Tipo de Documento: Procedimento
	Área: ICMR-COORDENACAO DE RELACOES PUBLICAS
	Título do Documento: Procedimento de Ações de Marketing e Apoios Institucionais

CPFL Paulista	Diretoria de Governança Corporativa	Ana Cristina Fernandes Borelli
CPFL Paulista	Diretoria de Suprimentos	Renato Luciano de Castro Rocha

## 9.2. Alterações

Versão Anterior	Data da Versão Anterior	Alterações em relação à Versão Anterior
1.2	04/06/2014	Adequações de formato conforme Norma Zero; Atualizações conforme Procedimentos e Diretrizes vigentes do Grupo CPFL. Adequação do tipo de documento;
1.3	19/09/2022	Adequação de nomenclatura nos itens 1, 3.2 e 6; Adequação do fluxo de aprovação de acordo com atualização da GED 314 no item 5.3; Adequação do item 7.0;
1.4	19/04/2023	Revisão realizada devido adequação do título do documento de política para procedimento;

N.Documento: 11101	Categoria: Tático	Versão: 6.0	Aprovado por: Camila Pikunas	Data Publicação: 23/11/2023	Página: 5 de 5
-----------------------	----------------------	----------------	---------------------------------	--------------------------------	-------------------