



Plano Estratégico de Comunicação

Versão nº. 02

Data publicação: 24/08/2026

Assunto: Plano de Comunicação Enel São Paulo

CONTEÚDO

1. ESCOPO E OBJETIVOS DO PLANO.....	1
2. GOVERNANÇA E RESPONSABILIDADES.....	1
3. ESTRATÉGIA GERAL.....	2
4. NÍVEIS DE CRITICIDADE.....	3
5. PROCEDIMENTOS DE COMUNICAÇÃO E PRAZOS.....	2
6. PÓS CONTINGÊNCIA.....	4
7. INDICADORES DE DESEMPENHO.....	11

1. ESCOPO E OBJETIVOS DO PLANO

O **Plano de Comunicação de Contingências** estabelece as diretrizes de comunicação da Enel Brasil para o enfrentamento de eventos climáticos severos, em conformidade com a seção 4.8 do módulo 4 do PRODIST (Regras e Procedimentos de Distribuição). Em situações de emergência, todas as ações de comunicação têm como propósito assegurar uma resposta integrada e eficiente à população, minimizando os impactos sociais e operacionais decorrentes de interrupções no fornecimento de energia.

Este plano estratégico tem como principais objetivos:

- Manter consumidores, mídia e poder público informados, de forma rápida e coordenada, sobre as emergências envolvendo a distribuidora, incluindo: os impactos causados à rede elétrica; a mobilização e as medidas adotadas para normalizar o fornecimento de energia dos clientes afetados; e a evolução do panorama de restabelecimento.
- Garantir transparência, consistência e uniformidade nas mensagens emitidas por todos os canais a todos os stakeholders da companhia em relação às medidas de enfrentamento da emergência.

O documento detalha as ações e canais de comunicação por tipo de público nas situações de acionamento por falta de energia.

2. GOVERNANÇA E RESPONSABILIDADES

Foi definida uma estrutura de governança para garantir uma resposta coordenada e imediata:

Área Responsável	Responsabilidade Principal
Comitê de Gestão de Crise	Decisões estratégicas e validação de comunicados críticos.
Centro de Operações (COR)	Fornecimento de dados técnicos e previsões de restabelecimento (ETR).
Relações Institucionais	Interlocução exclusiva com Prefeituras, Defesa Civil e Órgãos Públicos.



Gerência de Comunicação	Definição de estratégias e táticas de comunicação, validação de materiais de comunicação (externa e interna) e gestão de canais.
Marketing Comercial	Elaboração de materiais para clientes e envio de comunicações aos clientes.
Agência de Comunicação	Sob a coordenação da Gerência de Comunicação, é responsável pela produção de conteúdo para imprensa, site e redes sociais, com atualizações em tempo real.

3. ESTRATÉGIA GERAL DE COMUNICAÇÃO

A Enel SP procura estabelecer seu processo de comunicação com uma abordagem simples, clara e com a agilidade para manter transparência e proximidade com os consumidores, poder público e mídia. Desse modo, a Enel SP esclarece que trabalha com informações em tempo real, que podem ser acessadas diretamente no site, assim como, possui outros canais para o relacionamento com os diversos tipos de público.

3.1 INFORMAÇÕES EM TEMPO REAL

O site da Enel SP apresenta um mapa interativo que traz informações das interrupções existentes na sua área de concessão.



3.2 TIPOS DE COMUNICAÇÃO PARA OS DIFERENTES PÚBLICOS

As mensagens elaboradas pela companhia buscam garantir uma unidade narrativa, de modo a minimizar potenciais ruídos naturais que ocorrem em uma emergência, e são adaptadas conforme os



diferentes públicos e tipos de canais. A tabela 1 apresenta, de forma resumida, a abordagem para os diferentes públicos mapeados pela Enel SP.

Tabela 1: Públicos e estratégia de comunicação

Público	Tipo de comunicação	Canais Principais
Consumidores em Geral	aviso de alerta, atualizações, orientações e informações de segurança	WhatsApp (Elena), App Enel, SMS, Redes Sociais e Site.
Consumidores essenciais (como hospitais)	comunicação antecipada e direta em caso de risco	Contato direto via telefone e priorização de atendimento.
Poder Público e Defesa Civil	informações técnicas e alinhamento de ações.	Canal Exclusivo (Linha 0800 dedicada) e Grupos de WhatsApp Institucionais.
Imprensa	dados oficiais, notas e detalhes operacionais.	Notas oficiais, coletivas de imprensa e boletins de rádio.

Diante do aumento de tentativas de fraude envolvendo consumidores de energia elétrica, é fundamental reforçar a necessidade de verificação rigorosa da autenticidade das comunicações recebidas em nome das distribuidoras. A adoção de práticas seguras reduz significativamente a exposição a fraudes e contribui para um ambiente mais seguro.

3.3 CANAIS DE ATENDIMENTO DA ENEL SÃO PAULO

A Enel Distribuição São Paulo oferece uma série de canais e atendimento aos clientes.

Canal Enel	Contato
Central de Relacionamento	0800 72 72 120
Central de Emergência	0800 72 72 196
Deficientes auditivos	0800 77 28 626
WhatsApp Elena	21 99601-9608
Site	www.enel.com.br
Aplicativo Enel SP	Play Store ou App Store
Ouvidoria	0800 72 73 110
Lojas de Atendimento	28 lojas na área de concessão
Central de Relacionamento Clientes Corporativos	0800 727 1196
Central de Relacionamento Poder Público	0800 727 3123
WhatsApp (Atendimento B2B/B2G)	11 94551-5574
WhatsApp (Construtoras e Multi Unidades)	11 2195-7695



4. NÍVEIS DE CRITICIDADE

O Plano de Comunicação e suas ações são acionados conforme Protocolo de Emergência, que estabelece níveis de criticidade para diferentes cenários de clientes sem fornecimento de energia, conforme abaixo:



5. PROCEDIMENTOS DE COMUNICAÇÃO E PRAZOS

Em uma situação de emergência, a comunicação com os diferentes públicos exige um equilíbrio entre respostas rápidas e precisão na informação, com a divulgação de dados disponíveis no momento e confirmados pela operação. A linguagem utilizada deve ser simples e clara, contextualizando o cenário e demonstrando a responsabilidade e máximo esforço da companhia para normalizar o fornecimento aos clientes afetados e retornar ao patamar de normalidade.

A estratégia de comunicação é baseada na agilidade, sempre com base nas informações disponíveis no momento da emergência, de modo a garantir que todas os stakeholders recebam informações coerentes e confiáveis sobre possíveis riscos, falta de energia, previsão do retorno do fornecimento e ações que estão sendo tomadas pela distribuidora sempre de forma simples e fácil de entender.

Foram definidas etapas de comunicação para informar as partes interessadas de forma estruturada e consistente. Essas fases compreendem:

- 1) **Pré-contingência – Antecipação**
- 2) **Durante a contingência - Atuação**
- 3) **Pós-contingência - Aprendizados**

O detalhamento sobre cada uma das fases de informação é apresentado abaixo.

5.1 PRÉ-CONTINGÊNCIA (Antecipação) – Pré-Alerta

Estratégia: Alertar os clientes sobre o risco de eventos climáticos e orientações de segurança



Ação 1 - Envio de mensagem

Conteúdo: alertas de evento climático, preparação operação, canais de atendimento e dicas de segurança em tempestades

Quando: em até 1h após declaração de pré-alerta combinado com o gatilho climático.

Público: comunicação para o público em geral

Canal: E-mail e SMS

Procedimento: (1) aprovação de envio do pré-alerta Comitê, (2) aprovação de comunicado, (3) tratamento contato base de clientes, (4) disparo na ferramenta.



Ação 2: Publicação de posts

Conteúdo: alerta de segurança e preparação

Quando: no dia seguinte à declaração de pré-alerta combinado com o gatilho climático

Público: clientes, poder público, mídia, etc

Canais: Redes sociais – Facebook e Instagram da Enel

Procedimento: realização de publicações nas redes sociais proprietárias da Enel



Ação 3 - Envio de comunicados para imprensa



Conteúdo: mobilização da companhia, recomendações de segurança, canais de atendimento

Quando: com base no protocolo de emergência (figura 1), no dia da declaração de pré-alerta combinado com o gatilho climático

Público: mídia (jornais, TVs e rádios) dos potenciais regiões afetadas na área de concessão da Enel SP.

Canais: telefone, e-mail, WhatsApp, presencialmente

Procedimento: contatos com jornalistas dos veículos de comunicação da(s) área(s) afetada(s) para divulgação de materiais e esclarecimentos de eventuais dúvidas.



5.2 DURANTE A CONTINGÊNCIA - Atuação

Como parte do Plano de Comunicação de Contingências, tendo como base os aprendizados dos eventos climáticos extremos que atingiram algumas de suas áreas de concessão nos últimos anos, com impactos significativos na rede de distribuição a companhia aperfeiçoou seus procedimentos de comunicação. As ações são implementadas conforme avaliação interna e o nível de criticidade, baseado no Protocolo de Emergência.

- **Públicos:** imprensa, clientes, opinião pública, colaboradores
- **Conteúdo:** atualização do cenário de crise, clientes interrompidos, acionamentos dos planos de contingência, principais medidas adotadas, marcos de restabelecimento do fornecimento
- **Trigger:** estratégia de publicação das ações conforme nível criticidade do evento climático, baseado no protocolo de emergência (referência imagem 1)
- **Atualizações:** conforme nível criticidade do evento climático, baseado no protocolo de emergência (referência imagem 1)

5.2.1 PARA CLIENTES INTERROMPIDOS

O objetivo da comunicação com os consumidores durante uma crise é, de forma ágil, direta e proativa, manter o cliente informado sobre o status de sua ocorrência, região afetada e prazo de restabelecimento de maneira que o mesmo não precise entrar em contato com a distribuidora e possa se programar para realizar sua rotina.

- **Canal: WhatsApp, e-mail marketing e informações disponíveis nos canais digitais**

Quando: em até 1 hora após o conhecimento da ocorrência ou até 15 min após o conhecimento da provável causa de interrupção, contendo;

Conteúdo: a **provável** causa da interrupção, área afetada e previsão de restabelecimento.

Quando: Primeira comunicação: realizada em até 15 minutos após a identificação da interrupção, com previsão.

Segunda comunicação: realizada em até 15 minutos após a identificação da causa provável, com previsão

Procedimento: mensagens já configuradas para envio automático

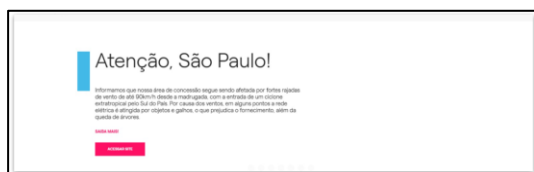


➤ **Canal: Site - Ativação de comunicado na página principal (pop-up, banner ou landing page)**

Quando: em até 1 hora após o conhecimento da ocorrência, com atualização no decorrer da contingência ao menos 2x ao dia, conforme nível de criticidade do evento climático e baseado no protocolo de emergência (referência imagem 1).

Conteúdo: cenário da emergência, danos causados à rede elétrica, área afetada, % de clientes interrompidos, acionamento do plano de contingência, mobilização de equipes.

Procedimento: preparação do conteúdo, aprovação do conteúdo com os responsáveis e publicação no site.

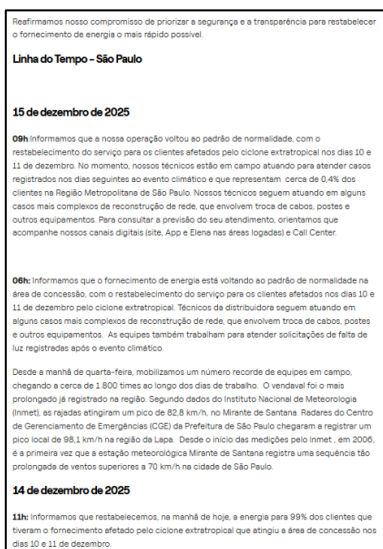


➤ **Canal: Site - Ativação de página exclusiva em caso de eventos extremos**

Quando: no dia seguinte a um evento extremo, com atualização no decorrer da contingência

Conteúdo: informações específicas da contingência (notas, press-release, links dos posts, etc).

Procedimento: preparação do conteúdo, aprovação do conteúdo com os responsáveis e publicação no site.

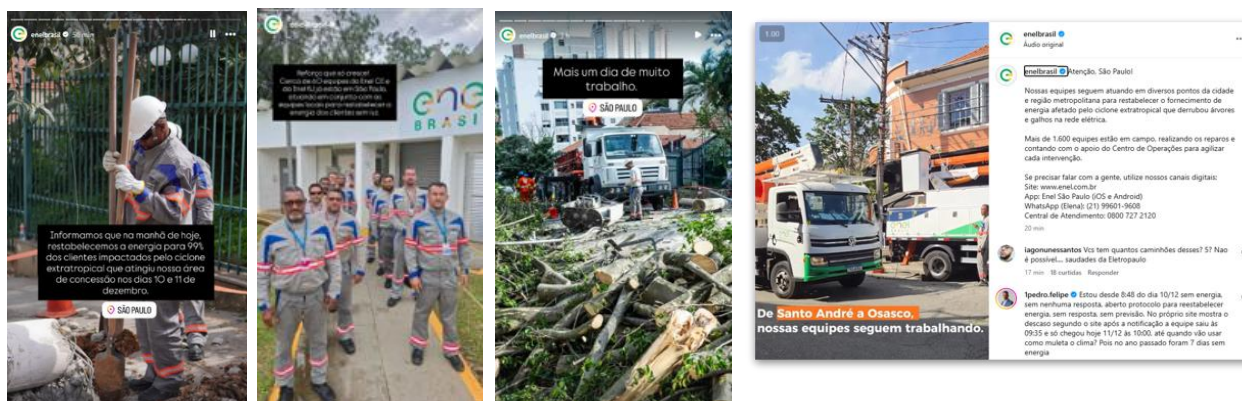


➤ **Canal: Redes Sociais**



Ações:

- ☐ Postagens e vídeos em Stories e feed nas redes sociais proprietárias da Enel.
- ☐ Sendo necessário, acionamento de profissionais de foto e vídeo para registrar o trabalho das equipes em campo.
- ☐ Monitoramento digital contínuo, com ativação de *social-listening*.



No período da emergência, como parte da estratégia de comunicação, são suspensas as publicações anteriormente programadas nas redes sociais da Enel, até que a operação tenha retornado ao patamar de normalidade.

5.2.2 PARA MÍDIA

- **Canal: Contatos por telefone, e-mail, WhatsApp, presencialmente** com jornalistas dos veículos de comunicação para divulgação de materiais e esclarecimentos de eventuais dúvidas.

Quando: conforme o protocolo interno de emergência (figura 1), a Matriz de Comunicação da Enel estabelece atualizações de notas conforme o avanço do restabelecimento do fornecimento ou sempre que houver mudança significativa do cenário.

Ações:

- ☐ Envio de posicionamentos aos veículos de comunicação (impressos e digitais, TVs e rádios) das regiões afetadas na área de concessão da Enel (RJ ou SP ou CE), incluindo: clientes com interrupção do fornecimento em função da contingência; danos causados à rede elétrica; dificuldades enfrentadas pelas equipes em campo; acionamento do plano de contingência; mobilização de estruturas (como geradores) e recursos; e outras medidas adotadas, como alinhamentos com Prefeituras e Defesas Cíveis.
- ☐ Compartilhamento de notas e mensagens-chaves com outras áreas da empresa que tenham interface com stakeholders, como Regulatório, Comercial, Relações Institucionais, etc.
- ☐ Coordenação de entrevistas com porta-vozes treinados e autorizados para apresentar o panorama do evento climático, medidas adotadas, mobilização de equipes etc.



- ❑ Sendo necessário, a Gerência de Comunicação organiza uma coletiva de imprensa – com porta-voz definido pela área - para detalhamento do cenário, mobilização de estruturas e recursos em campo e medidas adotadas para a normalização do serviço aos clientes impactados.
- ❑ Monitoramento contínuo da cobertura e análise da mídia tradicional (veículos impressos e digitais, TVs e rádios).
- ❑ Suspensão de todas as pautas não relacionadas à emergência, até que a operação tenha retornado ao patamar de normalidade.

Conforme necessidade, é ativado um plano emergencial de mídia paga com o objetivo de amplificar as mensagens da Enel sobre a contingência e/ou prestar contas sobre as ações da companhia.

Canais: o plano pode conter mídias como rádio, televisão, mídia exterior digital, redes sociais, e ações em veículos de veículos de imprensa, como jornais e sites de notícias.

Trigger: nível de criticidade do evento climático e baseado no protocolo de emergência (referência imagem 1).

5.2.3 PARA COLABORADORES

➤ **Canais:** newsletters enviadas por email, Intranet Corporativa, Teams, reuniões

Quando: No decorrer da situação de emergência, é realizada comunicação periódica a todos os colaboradores em relação ao cenário, dificuldades enfrentadas e medidas adotadas, visando garantir o alinhamento interno. Conforme a Matriz de Comunicação da Enel, a comunicação interna também é intensificada de acordo com a criticidade do evento e em estreita coordenação com a comunicação externa.

Em caso de uma contingência em nível extremo, é avaliada junto à alta gestão da companhia, uma reunião via Teams com os colaboradores, após o encerramento da emergência.

5.2.4 PARA AUTORIDADES E GOVERNOS

Quando: no mesmo dia do acionamento do protocolo de emergência, com atualização no decorrer da contingência e/ou quando forem solicitadas informações/priorizações.

Conteúdo: atualização do cenário de crise, acionamentos dos planos de contingência, principais medidas adotadas, marcos de restabelecimento do fornecimento, troca de informações e priorização de ações conjuntas em situações de contingência, emergência ou crise decorrentes de eventos climáticos severos ou outras ocorrências relevantes no sistema elétrico.

Procedimento: mensagens já configuradas para envio automático

Estratégia da Comunicação: Enel mantém uma estratégia estruturada, permanente e dedicada de comunicação com Autoridades e Governos, com o objetivo de garantir coordenação integrada, tempestividade na troca de informações e priorização de ações conjuntas em situações de contingência,



emergência ou crise decorrentes de eventos climáticos severos ou outras ocorrências relevantes no sistema elétrico.

Canais: Para esse fim, são disponibilizados canais exclusivos e oficiais de comunicação às prefeituras municipais, Defesa Civil, órgãos estaduais, concessionárias de serviços essenciais e demais entidades públicas, assegurando acessibilidade contínua e confiabilidade das informações. Esses canais incluem, mas não se limitam a:

- **Linha telefônica dedicada**, com funcionamento ininterrupto (24 horas por dia, 7 dias por semana), voltadas ao atendimento emergencial do Poder Público;
- **Contato telefônico e WhatsApp de executivos de relacionamento poder público** por prefeitura, estado e demais entidades municipais, estaduais e federais e suas autarquias para assegurar coordenação, priorização e ações integradas com as operações da distribuidora
- **Canais institucionais e Grupos de WhatsApp**, destinados ao envio e recebimento de alertas, atualizações operacionais e alinhamentos táticos em tempo real;
- **Endereços de e-mail governamentais específicos**, utilizados para comunicações formais, registros oficiais e compartilhamento de documentos não emergenciais;
- **Portais e ambientes digitais de comunicação**, para abertura de ocorrências em unidades consumidoras em área logada.
- **Salas de Contingência/Gabinete de crise** sob demanda em cooperação com as Prefeituras e Estado, em conjunto com outros órgãos para priorizações e plano de recuperação.

A distribuidora assegura que tais canais permaneçam operacionais, atualizados e amplamente divulgados aos entes públicos, designando representantes formais responsáveis pela interlocução institucional e mantendo atualizada a lista de contatos e responsáveis de ambas as partes, conforme previsto na regulamentação vigente.

Esses mecanismos visam facilitar a tomada de decisão conjunta, apoiar ações coordenadas de campo, como desobstrução de vias, apoio à segurança operacional e priorização de atendimentos críticos, além de garantir que o Poder Público disponha de informações claras e atualizadas para comunicação com a sociedade.

Sempre que caracterizado um evento crítico, a comunicação com as Autoridades e Governos é realizada de forma imediata, conforme protocolos definidos no Plano de Contingência, assegurando aderência aos prazos, critérios e responsabilidades estabelecidos pela Resolução Normativa Aneel nº 1.137/2025.

6. PÓS-CONTINGÊNCIA – Aprendizados

Na fase Pós-Contingência, como forma de prestação de contas a todos os diferentes públicos, podem ser executadas ações como:

- Publicação de balanço final



- Relatório de desempenho para a Aneel e Conselhos de Consumidores
- Veiculação de materiais institucionais de resultados
- Agendas de encontros com autoridades, órgão regulador, veículos de comunicação, etc

7. INDICADORES DE DESEMPENHO (KPIs)

- Tempo Médio da Primeira Resposta: Meta < 15 minutos.
- Índice de Precisão do ETR: Diferença entre o tempo previsto e o real.
- Alcance e Engajamento: Volume de pessoas impactadas pelo conteúdo nas redes sociais.
- Nível de Satisfação (NPS Crise): Pesquisa rápida após o restabelecimento.