

REFERENCIACIÓN GRUPOS DE INTERÉS Y SUS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS
METRO DE MEDELLÍN LTDA.
Agosto de 2021

El Metro de Medellín Ltda. cuenta con un proceso para la Gestión de sus grupos de interés, en el marco de este proceso requerimos conocer algunos aspectos de la forma como ustedes lo definen y ejecutan, por lo que les agradecemos dar respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Cada cuánto realizan la actualización o validación de los grupos de interés identificados para la empresa?

R: A CPTM possui 11 grupos de interesse que foram identificados por ocasião do Planejamento Estratégico da empresa. Esses grupos são validados anualmente através do Plano de Negócios.

2. ¿Los plazos para la actualización o validación de estos grupos tienen alguna relación con la revisión y ajuste de su planeación estratégica (definición de propósito superior o misión, MEGA o visión, definición de objetivos estratégicos)?

R: Sim. Para conduzir a companhia ao futuro e gerar valor a longo prazo, a alta direção da CPTM estabeleceu nove Objetivos Estratégicos que norteiam o planejamento estratégico. O documento é revisado anualmente, considerando os riscos e oportunidades, as externalidades e o cenário para o setor ferroviário e o mercado em que está inserido.

3. Adicional a la definición de los grupos de interés, ¿identifican y detallan sus necesidades y expectativas?

R: Sim. Para transformar as intenções planejadas em resultados concretos, os nove Objetivos Estratégicos foram desdobrados em Metas corporativas. Na elaboração do Plano de Metas corporativas foram utilizados novos conceitos de Mobilidade Integrada, Mobilidade como Serviço e a Jornada do Cliente, todos eles com a premissa de colocar as pessoas no centro das ações e dos serviços de transporte, uma tendência mundial. Essa abordagem permite alinhar toda a empresa e traçar ações mais assertivas, melhorando a experiência dos nossos diversos tipos de clientes, gerando valor e melhorando a reputação da Companhia.

4. ¿Cada cuánto o con qué frecuencia realizan la identificación, actualización o validación de las necesidades y expectativas de los grupos de interés de la empresa?

R: A CPTM mantém atividades com grande capilaridade, que a coloca diariamente em contato com as partes interessadas, como é o caso dos passageiros do sistema e de seus colaboradores. Para entender melhor suas opiniões, expectativas, percepções e necessidades específicas, mapeou-se os diferentes grupos de interesse. O diálogo com esse público é constante e visa aperfeiçoar e ampliar as iniciativas da empresa.

5. ¿Qué fases, etapas o procesos desarrollan para la definición de los grupos de interés y de sus necesidades y expectativas? Por ejemplo, nosotros tenemos: Diagnóstico interno y externo, Validación de los grupos de interés, Caracterización y priorización de los grupos de interés, Actualización de necesidades y expectativas, Construcción de la estrategia general de relacionamiento con los grupos de interés y Gestión de grupos de interés.

A companhia caracteriza e prioriza as partes interessadas através do seu Planejamento Estratégico. Em relação aos clientes, sua principal parte interessada, com o objetivo de melhor atender as suas necessidades e expectativas, a CPTM passou a utilizar o conceito de Jornada do Cliente, que busca mapear através de pontos de contato todas as experiências vividas por nossos diversos tipos de cliente. Frequentemente a CPTM realiza pesquisa de satisfação junto aos seus clientes com o objetivo de avaliar a qualidade dos serviços prestados.

6. ¿Definen diferentes frecuencias para el desarrollo de las etapas, es decir, cada 5 años realizan una revisión completa, pero cada 2 años actualizan o validan la priorización y se definen nuevas estrategias?

R: Em cumprimento a legislação vigente, a CPTM elabora anualmente o Plano de Negócios para o exercício seguinte e a Estratégia de Longo Prazo para os próximos 5 anos.