

ABORDAGEM ESTRATÉGICA DA COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS

2025-2029



CPTM

COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS

DIRETOR PRESIDENTE

Michael Sotelo Cerqueira

DIRETORA ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA

Ana Caroline de Faria Eduardo Borges

DIRETOR DE OPERAÇÃO E MANUTENÇÃO

Luiz Eduardo Argenton

DIRETOR DE ENGENHARIA, OBRAS E MEIO AMBIENTE

Marcelo Jose Brandão Machado

DIRETOR DE PLANEJAMENTO E NOVOS NEGÓCIOS

Jose Marcos Miziara Filho

SUMÁRIO

A COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS	04
POSICIONAMENTO E PROPÓSITO	04
MISSÃO	05
VISÃO	05
CRENÇAS E VALORES	05
ABORDAGEM ESTRATÉGICA	06
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	06
MAPA ESTRATÉGICO	07
COMPROMISSOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	08

A COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS

Estatuto Social - Artigo 1º - A sociedade por ações denominada COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS - CPTM e parte integrante da administração indireta do Estado de São Paulo, regendo-se pelo presente Estatuto, pelas Leis federais nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e 13.303, de 30 de junho de 2016, e demais disposições legais aplicáveis.

Parágrafo terceiro - Na medida em que for necessário para a consecução do objeto social e observada sua área de atuação, a empresa poderá abrir, instalar, manter, transferir ou extinguir filiais, dependências, agências, sucursais, escritórios, representações ou ainda designar representantes, respeitadas as disposições legais e regulamentares.

POSICIONAMENTO E PROPÓSITO

Estatuto Social - Artigo 2º - Constitui objeto da empresa:

- I. planejamento, estudo, projeto, construção, implantação, exploração e manutenção das obras e serviços de transporte de passageiros, sobre trilhos ou guiados, nas entidades regionais do Estado de São Paulo, compreendendo as regiões metropolitanas, aglomerações urbanas e microrregiões;
- II. execução das obras e dos serviços complementares ou correlatos, necessários a integração do sistema de transporte por ela operado ao complexo urbanístico das cidades servidas pelo sistema;
- III. operação de conexões intermodais de transporte de passageiros no sistema por ela explorado, como terminais, estacionamentos e outras correlatas;
- IV. prestação a terceiros de serviços de transporte de cargas, ou de passageiros, de passagem pelo território por ela servido;
- V. comercialização de marca, patente, nome e insígnia; comercialização de áreas e espaços para propaganda; prestação de serviços complementares de suporte ao usuário, por si ou por meio de terceiros, com ou sem cessão de uso predial;
- VI. comercialização de tecnologia, direta ou indiretamente, em sociedades ou em consórcios; prestação de serviços de consultoria, gerenciamento e apoio técnico; prestação de serviços de operação e manutenção de equipamentos; construção e implantação de sistemas de transporte e terminais de passageiros, no país ou no exterior;
- VII. edição de jornais, revistas e outras publicações de caráter técnico ou comercial.

Parágrafo único - Para o cumprimento do disposto neste artigo, a empresa poderá participar de outras empresas, celebrar convênios e contratos de prestação de serviços, gerenciamento de bens ou quaisquer serviços, de transporte de passageiros sobre trilhos ou guiados, com municípios e empresas Página 6 de 10 ligadas ao sistema de transporte de passageiros em Regiões Metropolitanas do Estado de São Paulo bem como promover desapropriações.

MISSÃO

Prestar serviços de transporte propiciando mobilidade com excelência, sustentabilidade e acesso a serviços associados, que tornem a experiência de optar pela CPTM única.

CRENÇAS E VALORES

- **Comprometimento com a transparência e integridade**

A **integridade** reflete o compromisso com valores, princípios e normas de interesse público. Mas assumir esse compromisso não basta; há que se ir além.

É necessário dotá-lo de visibilidade, de **transparência**, de forma a manter a confiança das partes interessadas. É fundamental que este valor permeie toda organização.

- **Valorização do capital humano**

As pessoas são o mais valioso recurso de uma organização, insubstituíveis na capacidade de gerar **diferenciais competitivos**. O desenvolvimento de pessoas, principalmente quando alinhado à **diversidade e inclusão**, cria um ambiente propício para a inovação e o empreendedorismo.

- **Zelo inegociável pela melhor técnica**

É cada vez mais necessário que as empresas, principalmente no Brasil, transformem o **zelo pela melhor técnica** em um valor inegociável, independente de outras demandas dos negócios como prazos, custos ou cláusulas contratuais mal elaboradas.

VISÃO

Ser, de modo sustentável, o elo fundamental na cadeia intermodal de transporte de passageiros no Estado de São Paulo e a referência em projetos ferroviários aprimorando experiências em mobilidade humana.

- **Respeito ao meio ambiente e aos valores das comunidades**

Da mesma forma que para transparência e integridade, não é suficiente desenvolver objetivos, políticas e processos alinhados com o **meio ambiente** e com interesses de **stakeholders externos**.

Mas nesse caso o valor a ser incentivado é do respeito, significando “consideração”. E não “compromisso” que remete a obrigação assumida.

- **Foco na inovação e no empreendedorismo**

A sociedade passa por constantes transformações, notadamente nos campos tecnológico e de comportamento, o que exige um constante aperfeiçoamento e adaptação à mudança por parte do corpo funcional da companhia.

Ou seja, **inovar** sempre. Por sua vez, essa constante mudança de ambiente exige que os funcionários adotem uma postura **empreendedora** no sentido que sejam agentes ativos e arrojados de transformação.

Nos últimos anos, os serviços prestados pela CPTM trouxeram benefícios à sociedade e ao meio ambiente através da redução de acidentes, redução de tempo de viagem, redução da emissão de poluentes e do consumo de combustíveis. Contudo, estamos vivendo um momento crítico da humanidade, com crises significativas de mudança climática, perda de biodiversidade e desigualdades sociais dentro e entre as nações. Ao mesmo tempo, nunca se falou tanto em sustentabilidade, e essa mudança no papel das empresas trouxe luz às questões relacionadas a Agenda ESG.

Uma vez que o cenário mundial e as expectativas dos stakeholders estão mudando, com o setor da ferrovia também não é diferente: é preciso enfrentar esses desafios buscando novas tecnologias para reduzir as emissões de carbono. A CPTM tem focado nesses aspectos adaptando-se e incorporando uma nova abordagem estratégica.

ABORDAGEM ESTRATÉGICA

1. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS

Integrar o ecossistema de mobilidade através de soluções centradas no cliente, que promovam melhorias nos serviços de mobilidade, flexibilidade da oferta de serviços associados, fidelização, engajamento e que agreguem valor ao bem-estar do cliente.

2. EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Aumentar a atratividade por meio de melhor compreensão dos comportamentos, levando em consideração as necessidades diferenciadas de cada persona, desenvolver uma experiência superior em todos os pontos de contato ao longo da jornada de ponta a ponta e desenvolver uma oferta comercial/negócios centrada no cliente.

3. TRANSFORMAÇÃO CORPORATIVA

Transformar a cultura organizacional, a liderança, os processos e a tecnologia para adaptabilidade aos novos cenários.

4. EXCELÊNCIA OPERACIONAL

Maximizar a utilização de ativos, melhorando a eficácia de todas as funções em toda a cadeia de valor, fomento às energias renováveis e redefinição de planos de manutenção, com implementação seletiva de oportunidades e tecnologias digitais.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Valorizar o capital humano em um ambiente diverso, inclusivo e seguro;
2. Aprimorar o modelo de gestão administrativo financeira;
3. Promover a sustentabilidade visando a conformidade ambiental, ecoeficiência e economia de baixo carbono;
4. Expandir os serviços e elevar a eficiência operacional da CPTM.

MAPA ESTRATÉGICO

Missão

Prestar serviços de transporte propiciando mobilidade com excelência, sustentabilidade e acesso a serviços associados, que tornem a experiência de optar pela CPTM única.

Visão

Ser, de modo sustentável, o elo fundamental na cadeia intermodal de transporte de passageiros no Estado de São Paulo e a referência em projetos ferroviários aprimorando experiências em mobilidade humana.

Valores

- Comprometimento com transparência e integridade;
- Valorização do capital humano;
- Respeito ao meio ambiente e aos valores das comunidades;
- Zelo inegociável pela melhor técnica;
- Foco na inovação e empreendedorismo.

Objetivos estratégicos

1

Pessoas 

Valorizar o capital humano em um ambiente diverso, inclusivo e seguro.



2

Gestão 

Aprimorar o modelo de gestão administrativo financeira.



3

Sustentabilidade 

Promover a sustentabilidade visando a conformidade ambiental, ecoeficiência e economia de baixo carbono.



4

Clientes 

Expandir os serviços e elevar a eficiência operacional da CPTM.



A CPTM ampliou o olhar para sustentabilidade, consolidando ações para a construção da sua matriz de materialidade e assumiu compromissos alinhados ao seu propósito, missão e valores, a fim de contribuir com o desenvolvimento mais sustentável.

COMPROMISSOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

1. CONSTRUIR UM FUTURO RENOVÁVEL

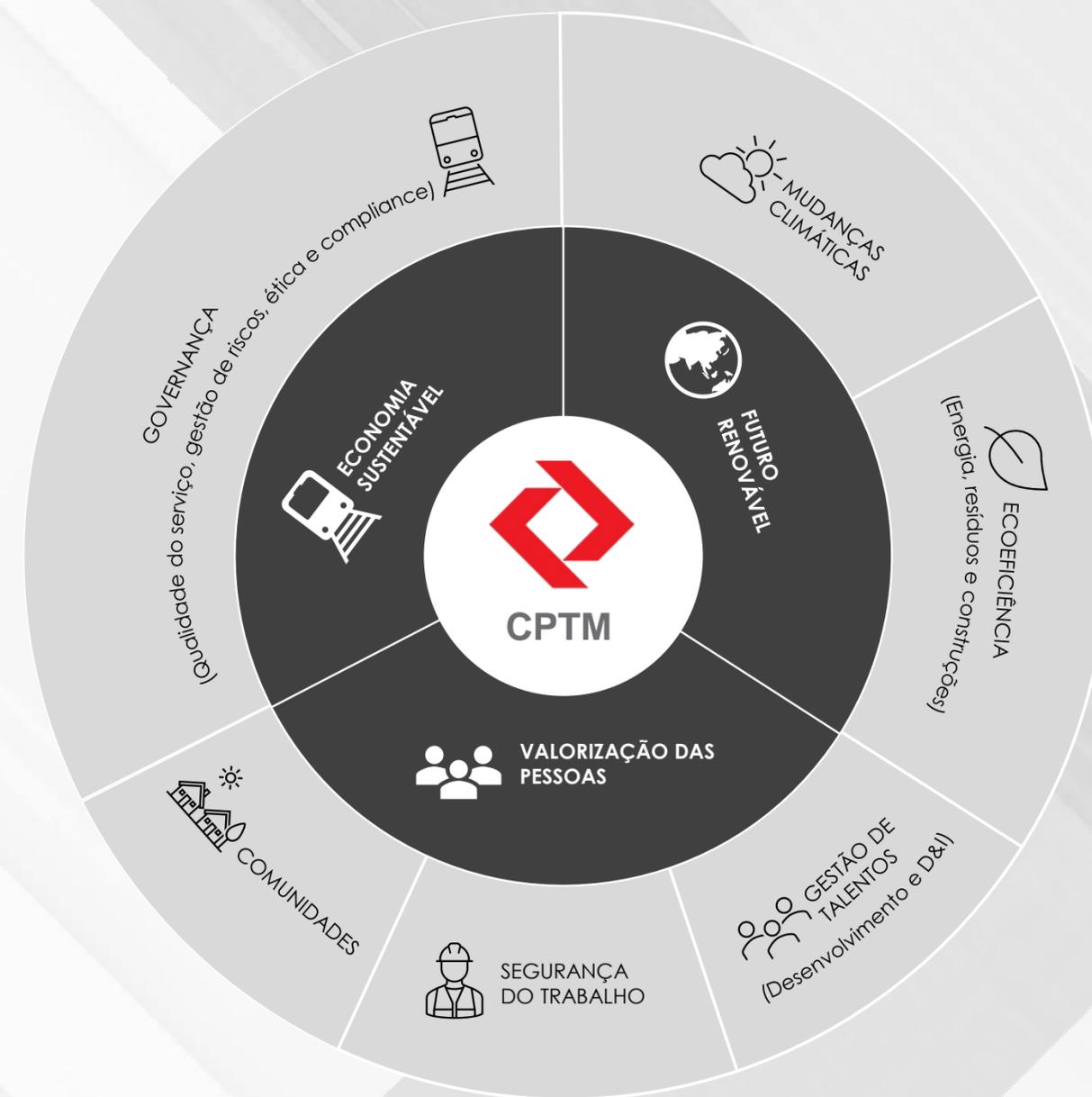
Incentivamos o desenvolvimento sustentável, minimizando nossos impactos negativos, operando de forma responsável e em conformidade, assegurando a proteção do meio ambiente e a saúde do planeta.

2. VALORIZAÇÃO DAS PESSOAS

As pessoas estão no centro de nossas operações e decisões de negócios. Estamos comprometidos a promover a cultura de respeito e de inclusão, fortalecendo nossas relações.

3. ECONOMIA SUSTENTÁVEL

Acreditamos que a tecnologia e a inovação são o caminho para soluções mais eficientes e sustentáveis. Nós inovamos para oferecer serviços de qualidade, superando às expectativas dos nossos clientes.





COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS

Rua Boa Vista, 162 – Centro - São Paulo/SP - Cep: 01.014-001
CNPJ: 71.832.679/0001-23 - Inscrição Estadual: 113.898.614-110