



PLANO DE NEGÓCIOS E ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

(BUSINESS PLAN
AND LONG TERM STRATEGY)

2020 - 2025



Dez/2019

LEI Nº 13.303, de 30 de junho de 2016 - Artigo 23 § 1º
Law No. 13,303, of June 30, 2016 - Article 23 § 1

AVISO

(Disclaimer)

Este material foi preparado pela Companhia Paulista de Trens Metropolitanos e ele pode conter informações sobre eventos futuros e estas projeções/estimativas estão sujeitas a riscos e incertezas relacionados a fatores fora de nossa capacidade de controlar ou estimar precisamente, tais como condições de mercado, ambiente competitivo, flutuações de moeda e da inflação, mudanças em órgãos reguladores e governamentais e outros fatores que poderão diferir materialmente daqueles projetados. A informação nele contida baseia-se na melhor informação disponível, recolhida a partir de fontes oficiais ou críveis. Não nos responsabilizamos por eventuais omissões ou erros. Estas projeções e estimativas não devem ser interpretadas como garantia de performance futura. A Companhia Paulista de Trens Metropolitanos não se obriga em publicar qualquer revisão ou atualizar essas projeções e estimativas frente a eventos ou circunstâncias que venham a ocorrer após a data deste documento. Este material é para uso exclusivo de seus receptores e seu conteúdo não pode ser reproduzido, redistribuído, publicado ou copiado de qualquer forma, integral ou parcialmente, sem expressa autorização da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos.

Aviso: As informações foram extraídas de fontes oficiais do governo.

This material has been prepared by the Companhia Paulista de Trens Metropolitanos and may contain information about future events and these projections / estimates are subject to risks and uncertainties relating to factors outside our ability to control or estimate accurately, such as market conditions, environment currency and inflation fluctuations, changes in regulatory and governmental bodies, and other factors that may differ materially from those projected. The information it contains is based on the best available information, collected from official or credible sources. We are not responsible for any omissions or errors. These projections and estimates should not be interpreted as a guarantee of future performance. The Companhia Paulista de Trens Metropolitanos undertakes no obligation to publish any revision or update such forward-looking statements in the light of events or circumstances that may occur after the date of this document. This material is for the exclusive use of its recipients and its contents may not be reproduced, redistributed, published or copied in any form, in whole or in part, without express authorization of the Companhia Paulista de Trens Metropolitanos.

Warning: The information has been extracted from official sources.

GESTÃO E DIRETORIA EXECUTIVA

(MANAGEMENT AND EXECUTIVE BOARD)



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
JOÃO DORIA

SECRETARIA DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS
ALEXANDRE BALDY DE SANT'ANNA BRAGA
PAULO JOSÉ GALLI

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
ADAILTON FERREIRA TRINDADE
ANDRÉ LUIS GROTTI CLEMENTE
ALMINO MONTEIRO ÁLVERES AFFONSO
BERNARDO JOSÉ FIGUEIREDO GONÇALVES DE OLIVEIRA
CARLOS PEDRO JÊNS
DANILO FERREIRA GOMES
FRANCISCO EDUARDO DE HOLANDA BESSA
JULIO SERGIO DE SOUZA CARDOZO
MARIA LINA BENINI
PEDRO TEGON MORO
SILVANI ALVES PEREIRA – PRESIDENTE DO CONSELHO

CONSELHO FISCAL
ADRIANA AZEVEDO PANNUNZIO
JOSÉ RICARDO MEGA ROCHA
RAFAEL SOUZA PENNA
ROBERTA CAMPEDELLI A. GONÇALVES



COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS

DIRETOR PRESIDENTE – PR
PEDRO TEGON MORO

DIRETOR DE OPERAÇÃO E MANUTENÇÃO – DO
LUIZ EDUARDO ARGENTON

DIRETOR ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO – DF
FELISSA SOUSA ALARCON

DIRETOR DE ENGENHARIA, OBRAS E MEIO AMBIENTE – DE
MARCELO JOSÉ BRANDÃO MACHADO

DIRETOR DE PLANEJAMENTO - DP
EDUARDO JORGE DA CUNHA CALDAS PEREIRA

SUMÁRIO

(SUMMARY)

PALAVRA DO PRESIDENTE
(Message from the President)

SUMÁRIO EXECUTIVO
(Executive Summary)

MACRO TENDÊNCIAS
(Macro Trends)

**A COMPANHIA PAULISTA DE TRENS
METROPOLITANOS**
(The Company)

DESAFIOS ESTRATÉGICOS
(Strategy Challenges)

RISCOS E OPORTUNIDADES
(Opportunities and Risks)

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL CPTM 2020-2025

(CPTM 2020-2025 BUSINESS STRATEGY)

Palavra do Presidente (Message from the President)

O Plano de Negócios 2020 e a Estratégia de Longo Prazo 2021-2025 da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos contemplam esforço conjunto dos seus administradores e colaboradores, para consecução dos objetivos estratégicos e atingimento das metas e indicadores corporativos.

Traduz um compromisso continuado que, aliado à expertise do seu capital humano, tem proporcionado à CPTM uma renovação do ambiente organizacional pra que gradualmente as avaliações pelos indicadores de satisfação de seus clientes, tanto internos quanto externos, desde os colaboradores e os passageiros, quanto os consumidores dos serviços associados e partes interessadas no processo.

Um ano repleto de desafios, inovação e conquistas nos espera, conto com a colaboração de todos.

The 2020 Business Plan and Long Term Strategy 2021-2025 of the Companhia Paulista de Trens Metropolitanos contemplate a joint effort of its managers and employees to achieve strategic objectives and achieve corporate goals and indicators.

It translates into a continued commitment that, coupled with the expertise of its human capital, has provided CPTM with a renewed organizational environment so that gradually the evaluations of its internal and external customer satisfaction indicators, from employees and passengers, as well as their employees. consumers of associated services and stakeholders in the process.

A year full of challenges, innovation and achievements awaits us, with the collaboration of all.

#Bora trabalhar

Pedro Tegon Moro

Diretor Presidente
(CEO)

SUMÁRIO EXECUTIVO (EXECUTIVE SUMMARY)

A região metropolitana de São Paulo (RMSP) ocupa cerca de 3,20% da área do Estado de São Paulo. Sua população é 46,9% da estadual e 22% da nacional, seu PIB é quase um terço do brasileiro. Essa é a área de atendimento somada a 3 municipalidades adjuntas, além disso atende a 1 dos 3 aeroportos principais do Estado, que absorvem 29,3% da demanda de passageiros.

A Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM) é responsável por 13,3% do total de transporte de passageiros da região metropolitana de São Paulo (RMSP), de longe o maior aglomerado urbano do Brasil, que concentra atividades econômicas em volume quase 1.107 trilhões de reais.

Por um lado, tem-se a potência demográfica e econômica do Estado e sua efetiva participação no cenário brasileiro. De outro revela-se, a sua responsabilidade na prestação dos serviços de infraestrutura de transporte ferroviário de passageiros, de maneira inovadora. É sabido que o porte geográfico do Estado e o perfil de sua economia, geram demandas de mobilidade urbana bem diferentes dos equivalentes nacionais.

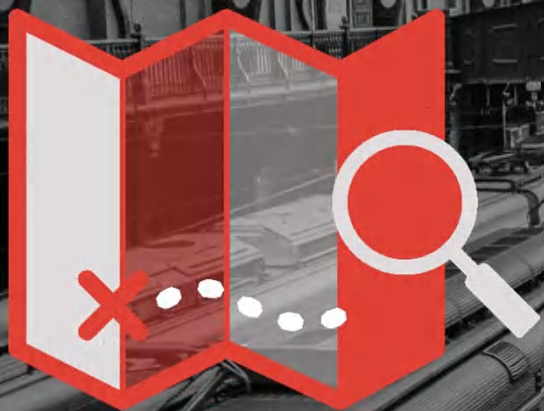
É dentro dessa perspectiva, portanto, que se relacionam a seguir as questões essenciais ao desempenho dos serviços da Companhia para atendimento à população de São Paulo e seu portfólio de produtos.

The metropolitan region of São Paulo (RMSP) occupies about 3.20% of the area of the state of São Paulo. Its population is 46.9% state and 22% national, its GDP is almost a third of the Brazilian. This is the service area added to 3 adjunct municipalities, besides serving 1 of the 3 main airports of the state, which absorb 29.3% of passenger demand.

The Paulista Metropolitan Trains Company (CPTM) is responsible for 13.3% of total passenger transport in the São Paulo metropolitan region (RMSP), by far Brazil's largest urban agglomeration, which concentrates economic activity by volume almost 1,107 trillion. of reais.

On the one hand, there is the demographic and economic power of the state and its effective participation in the Brazilian scenario. On the other hand, its responsibility for providing innovative rail passenger infrastructure services is revealed. It is well known that the geographic size of the state and the profile of its economy generate demands for urban mobility quite different from national equivalents.

It is within this perspective, therefore, that the following are the essential issues related to the performance of the Company's services to serve the population of São Paulo and its product portfolio.



MACRO TENDÊNCIAS (*MACRO TRENDS*)

MAPA DE CONTEXTO (MAP OF CONTEXT)

TENDÊNCIAS
(Trends)

MUDANÇA DO PADRÃO PRODUTIVO
(Change Of Productive Pattern)

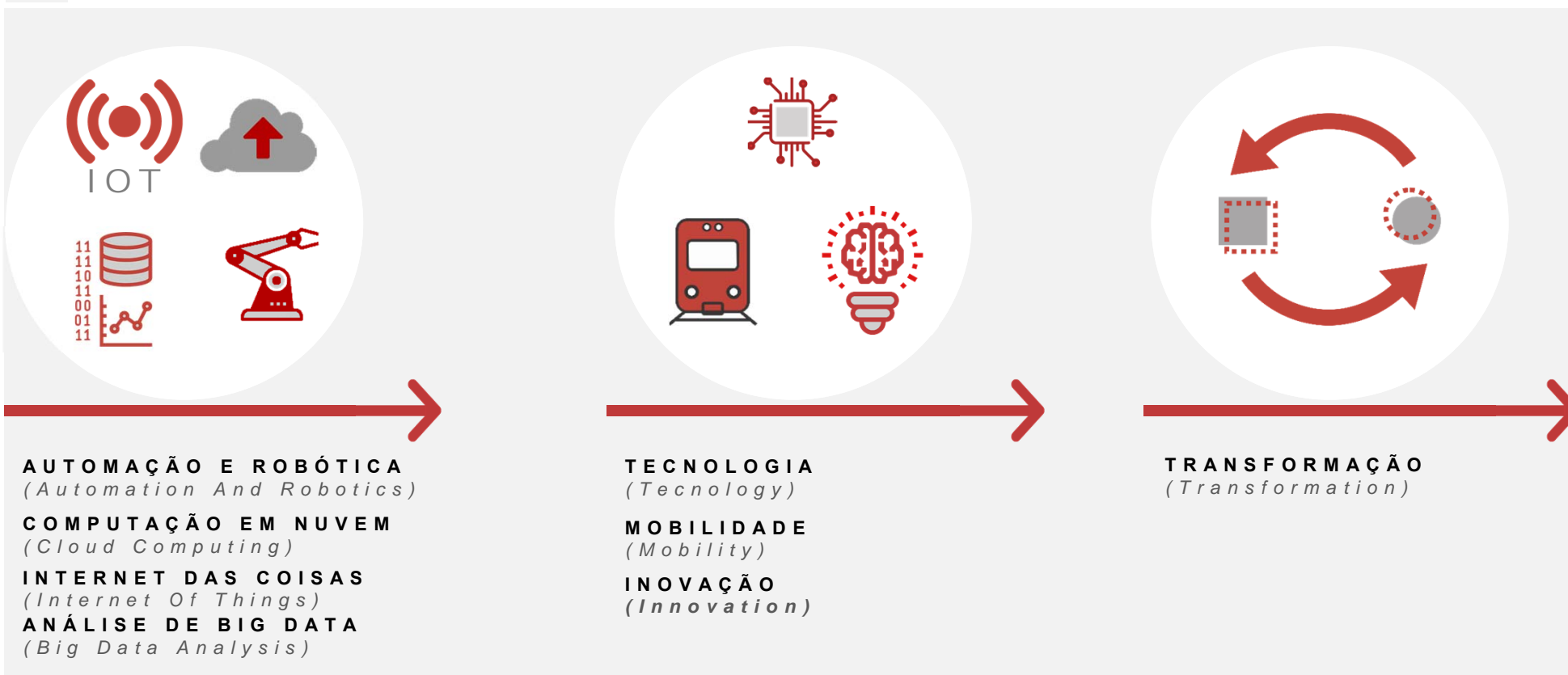
JORNADA DO CLIENTE
(Costumer Journey)

ECONOMIA CRIATIVA
(Criative Economy)

DEMANDA POR NOVAS FONTES DE ENERGIA
(Demand For New Power Sources)

INTERMODALIDADE
(Intermodalidality)

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
(Digital Transformation)



CONECTIVIDADE
(Connectivity)

DISRUPÇÃO
(Disruption)

FUTURO
(Future)

CONJUNTURA ECONÔMICA (ECONOMIC CONJUNCTURE)

TAXA ACUMULADA DE
PROJEÇÃO DE
CRESCIMENTO DA
POPULAÇÃO BRASILEIRA
(2018-2025)

Fonte: IBGE

5,05%

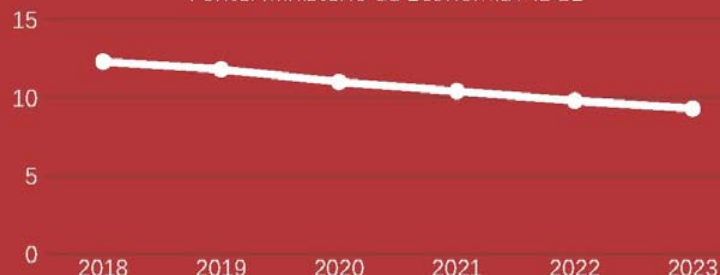
TAXA ACUMULADA DE
PROJEÇÃO DE
CRESCIMENTO DA
POPULAÇÃO RMSP
(2019-2040)

Fonte: Fundação Seade

↑ 7,74%

EXPECTATIVA DA TAXA DE DESEMPREGO

Fonte: Ministério da Economia / IBGE



MÉDIA DA EXPECTATIVA
DA TAXA DE CâMBIO
REAL/DÓLAR
(2020-2023)

Fonte: Banco Central

↑ R\$ 4,00

MÉDIA DA
EXPECTATIVA DE
CRESCIMENTO DO PIB
(2020-2023)

Fonte: Banco Central

↑ 2,46%

MÉDIA DA
EXPECTATIVA DA
INFLAÇÃO IPCA
(2018-2023)

Fonte: Banco Central

3,58%

MÉDIA DA
EXPECTATIVA DA
TAXA DE JUROS
SELIC (2019-2023)

Fonte: Banco Central

5,75%

As projeções demográficas apontam uma desaceleração do crescimento populacional, contudo na região metropolitana de São Paulo - RMSP esse impacto tende a ser menor que a nível nacional.

O reaquecimento gradual da atividade econômica associado às reformas que estão acontecendo tendem ao declínio da taxa de desemprego.

A demanda do setor produtivo por empréstimos implica no aumento da taxa de juros e a inflação devido ao crescente consumo das famílias.

Destaca-se ainda a contínua desvalorização do real frente ao dólar e ao aumento das exportações dos produtos nacionais e redução das importações, em especial de produtos manufaturados.

Demographic projections point to a slowdown in population growth, however in the metropolitan region of São Paulo - RMSP this impact tends to be smaller than nationally.

The gradual rewarming of economic activity associated with the reforms that are taking place tend to decline the unemployment rate.

Demand from the productive sector for borrowing implies rising interest rates and inflation due to rising household consumption.

Also noteworthy is the continued devaluation of the real against the US dollar due to the increase in exports of domestic products and the reduction in imports, especially of manufactured goods.



Novembro/2019

OPORTUNIDADES E AMEAÇAS (OPPORTUNITIES AND THREATS)

PERFIL DO PASSAGEIRO 2018 (PASSENGER PROFILE 2018)	78,6% tem idade entre 18 a 44 anos (is between 18 and 44 years old)	49,2% homens (man) 50,8% mulheres (woman)	Interfaces Institucionais (Interfaces Institutional)	Substitutos (Substitutes)	Novos entrantes (New entrants)
74,1% usam 5x ou mais a CPTM por semana (using 5x or more CPTM per week)	68,9% usam a CPTM há mais de 5 anos (using the CPTM for over 5 years)	Motivos de viagem (reasons for travel) <ul style="list-style-type: none"> 6,2% Lazer (leisure) 11,1% Demais (others) 14,7% Estudo (study) 68,0% Trabalho (work) 	<ul style="list-style-type: none"> Órgãos e empresas públicas e empresas privadas (Government agencies and companies and private companies) Contratos e Convênios (Contracts and Agreements) Termos de Parceria (Partnership Terms) Contrato de Gestão (Management Contract) 	<ul style="list-style-type: none"> Modo sobre trilhos: Metrô, VIAQUATRO, Via Mobilidade (Mode on rail) Modo sobre pneus: Público: SPTrans, EMTU, Empresas municipais de ônibus Privado/Particular: fretado, moto e carro (Tire Mode: Public: SPTrans, EMTU, Municipal Bus Companies Private / Private: charter, motorcycle and car) Modo ativo: a pé e bicicleta (Active Mode: on foot and bike) 	<ul style="list-style-type: none"> Serviço de transporte coletivo/individual privado: Uber, 99, Cabify e outros (Private Shuttle Service/ Ride Hailing Services: Uber, 99, Cabify and others) Aplicativos de "Carona" (Car Sharing - Pool Apps)

Fonte: CPTM . Dez/2018



A COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS (*THE COMPANY*)



IDENTIDADE CORPORATIVA (CORPORATE IDENTIFY)



MISSÃO (MISSION)

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

(Provide public transportation services, providing excellent mobility and access to transportation-related services that make the experience of opting for CPTM unique to passengers.)



VISÃO (VISION)

Ser o elo fundamental na cadeia intermodal de transporte de passageiros no Estado de São Paulo e aprimorar as opções e experiências dos cidadãos por meio de parcerias e inovações.

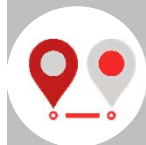
(To be the fundamental link in the intermodal passenger transport chain in the state of São Paulo and to enhance citizens' options and experiences through partnerships and innovations.)



CRENÇAS E VALORES (BELIEFS AND VALUES)

- **Comprometimento com a transparência e integridade** *(Commitment to transparency and integrity)*
- **Atitude de dono em que cada funcionário tem o poder de fazer a diferença** *(Owner attitude where each employee has the power to make a difference)*
- **Respeito ao meio ambiente e aos valores das comunidades** *(Respect for the environment and community values)*
- **Zelo inegociável pela melhor técnica** *(Non-negotiable zeal for the best technique)*
- **Foco na inovação e no empreendedorismo** *(Focus on innovation and entrepreneurship)*

VISÃO GERAL DO NEGÓCIO (BUSINESS OVERVIEW)



270 KM DE EXTENSÃO
(270 KM OF
EXTENSION)



7 LINHAS
(7 LINES)



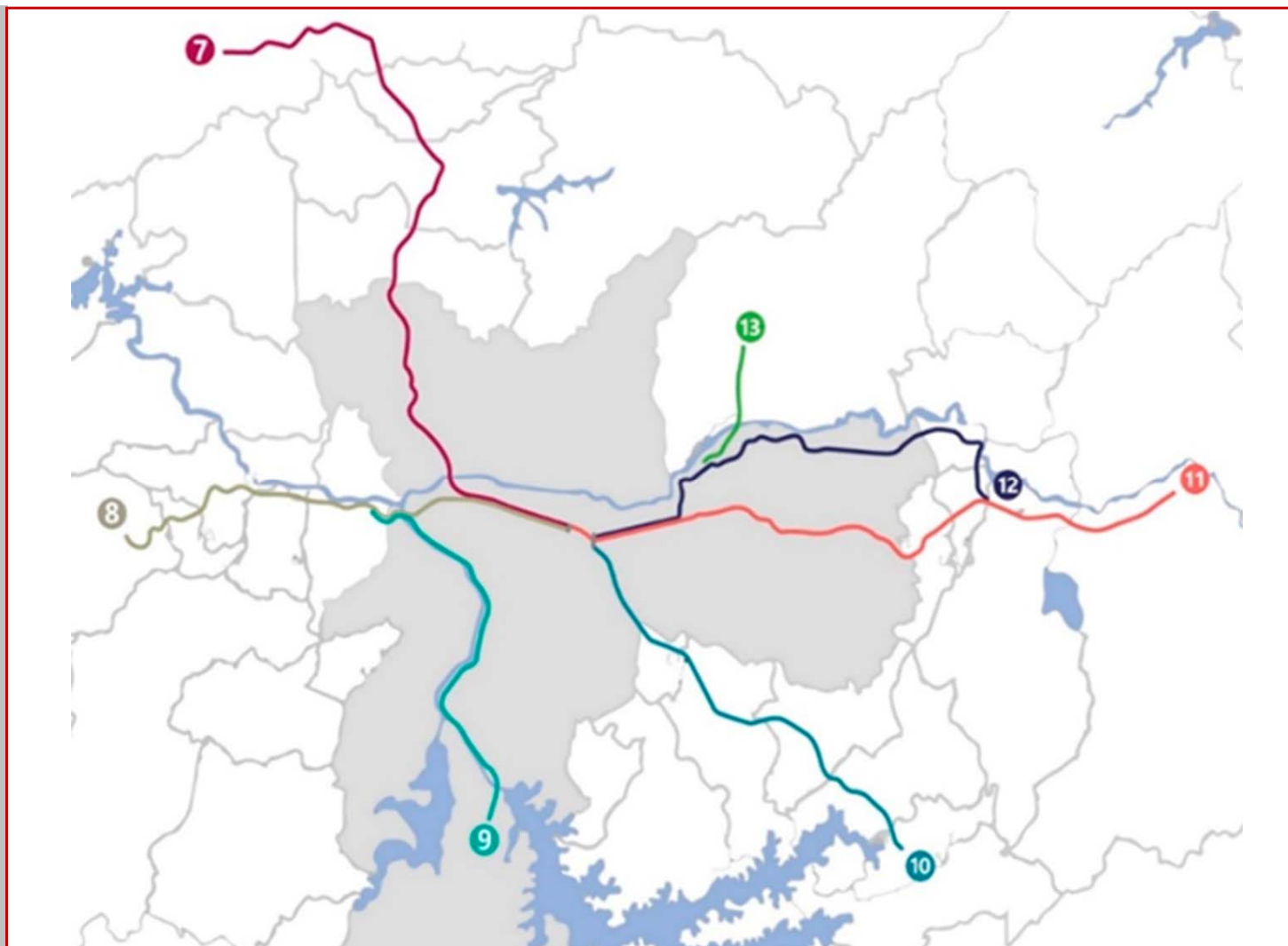
94 ESTAÇÕES
(94 STATIONS)



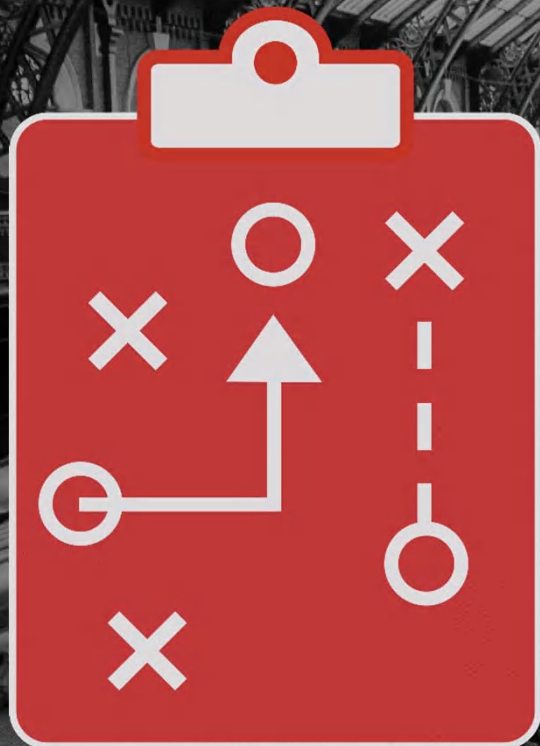
**7.890
COLABORADORES**
(7,890 EMPLOYEES)



**3,0 MILHÕES DE
PASSAGEIROS/DIA**
(3.0 MILLIONS
PASSENGERS/ DAY)



Fonte: CPTM



DESAFIOS ESTRATÉGICOS 2020-2025 (*STRATEGIC CHALLENGES 2020-2025*)

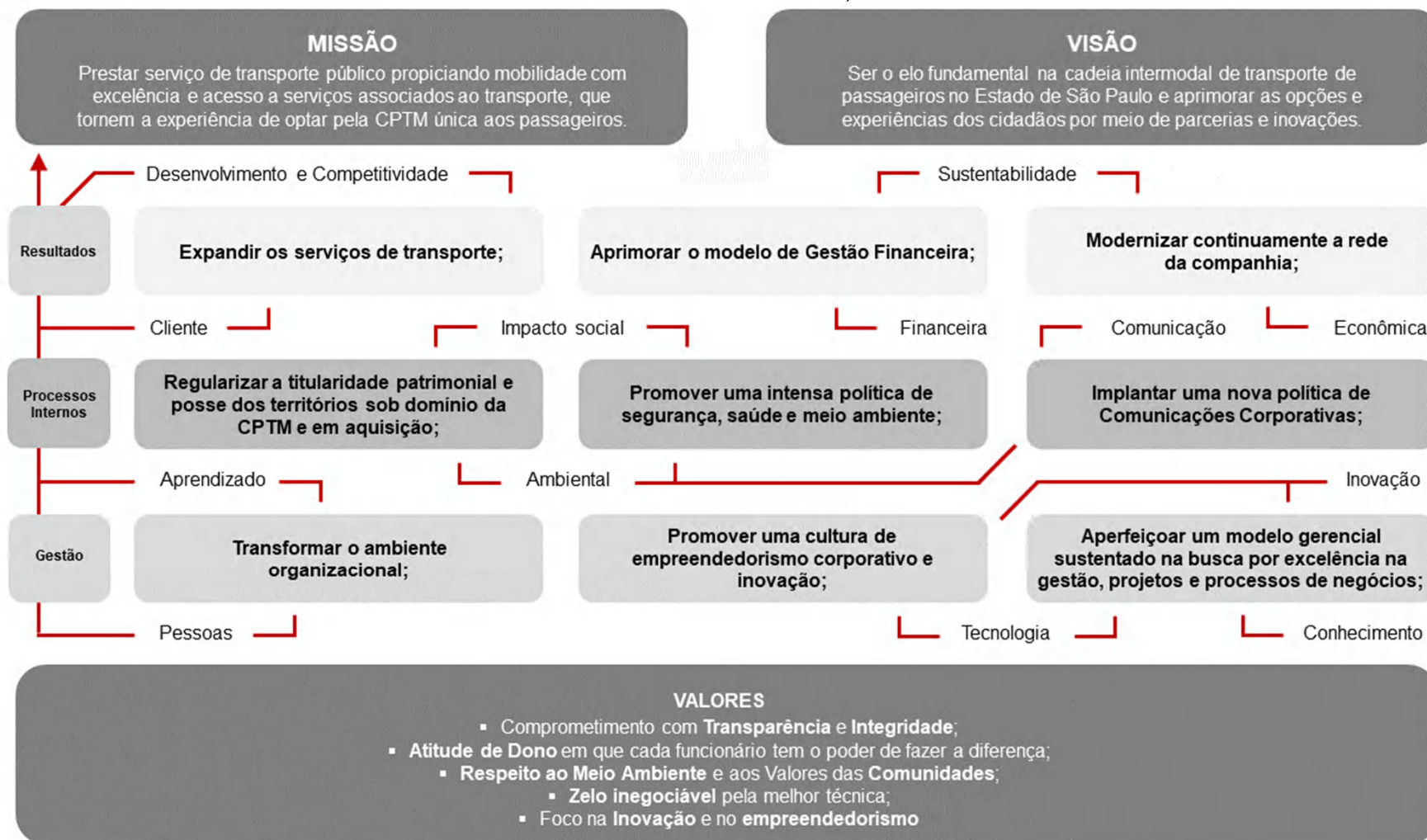
ESTRATÉGIAS DO TRANSPORTE PÚBLICO: SUPRIMENTO DE SERVIÇOS (PUBLIC TRANSPORT STRATEGIES: SUPPLY OF SERVICES)



A nova abordagem sobre o oferecimento de transporte inclui, para além da eficiência, a responsividade como prioridade: oferecer serviços para elevar as receitas da empresa e a satisfação dos passageiros através da praticidade e conveniência durante o trajeto, poupando tempo em sua jornada. *(The new approach to offering transportation includes, in addition to efficiency, responsiveness as a priority: offering services to increase company revenue and passenger satisfaction through convenience and convenience while traveling, saving time on their journey.)*

MAPA ESTRATÉGICO (STRATEGIC MAP)

O mapa estratégico traz a definição de perspectivas, objetivos e estratégias institucionais. O compartilhamento das nossas diretrizes estratégicas com todos os nossos colaboradores e os stakeholders externos busca o pleno envolvimento para a sua efetiva execução. *(The strategic map brings the definition of perspectives, objectives and institutional strategies. Sharing our strategic guidelines with all our employees and external stakeholders seeks full involvement in their effective execution.)*



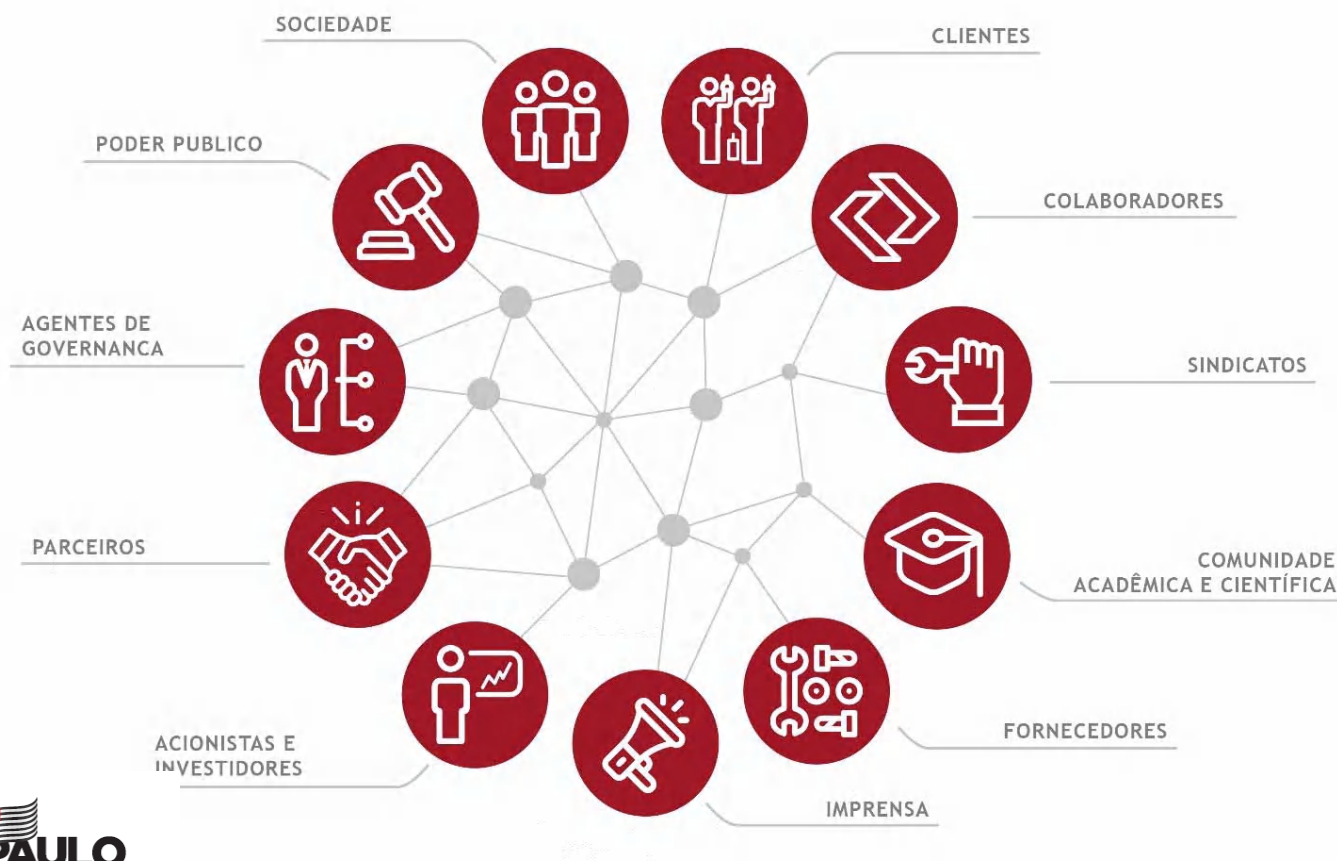
MAPA DE STAKEHOLDERS (STAKEHOLDERS MAP)

A CPTM mantém atividades com grande capilaridade, que a coloca diariamente em contato com uma gama de públicos diversos. Para entender melhor suas opiniões, expectativas, percepções e necessidades específicas, mapeou-se as diferentes partes interessadas, ou seja, públicos de interesse. *(CPTM maintains activities with great capillarity, which puts it in daily contact with a range of diverse audiences. To better understand their opinions, expectations, perceptions and specific needs, different stakeholders were mapped, ie stakeholders.)*

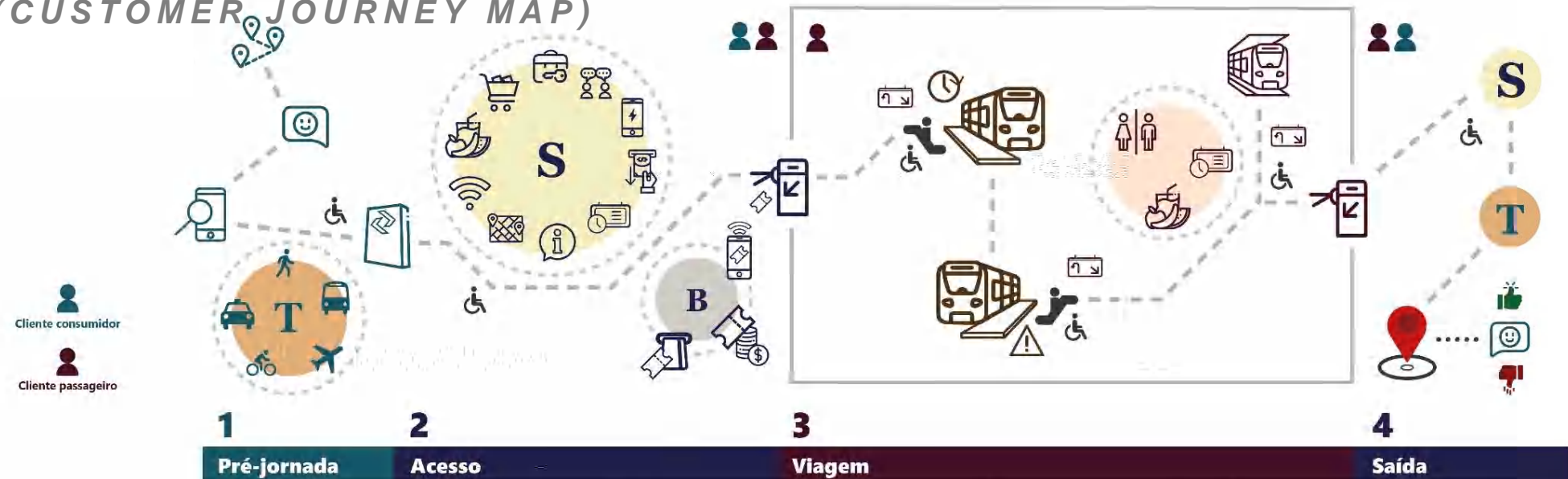
Diversos tipos de pesquisa e monitoramento com esses públicos e com alguns segmentos são realizados. Também existem canais de relacionamento e práticas para comunicação e engajamento, como site, 0800, redes sociais como Facebook e Instagram, espaço socioambiental, programas de visita, entre outros. Estamos em diálogo constante com esses públicos para aperfeiçoar e ampliar nossas iniciativas. *(Various types of research and monitoring with these audiences and with some segments are performed. There are also relationship channels and practices for communication and engagement, such as website, 0800, social networks such as Facebook and Instagram, social and environmental space, visiting programs, among others. We are in constant dialogue with these audiences to improve and expand our initiatives.)*

A CPTM possui por volta de 11 públicos de interesse:

(CPTM has 11 stakeholders kinds:)



MAPA DA JORNADA DO CLIENTE (CUSTOMER JOURNEY MAP)



Passageiro

Esta linha representa o ponto de vista da experiência do passageiro em contato com a infraestrutura oferecida pela CPTM - suas dúvidas, necessidades e sensações.

Ir de CPTM é seguro e confiável?
O trem é confortável?
Qual a forma mais rápida e barata de realizar o percurso?
O percurso é acessível? Existe bicicletário ou estacionamento?
Quanto tempo deve ir andar?
Não estou encontrando a estação.

Estou com fome.
Preciso sacar dinheiro.
Meu celular está sem bateria. Estou sem sinal.
Tenho uma dúvida. Onde e quem pode me ajudar?
Quais outros serviços posso acessar na estação?

Em qual plataforma embarcarei? A que distância ela se encontra?
Que horas saem os trens?
Preciso guardar meus pertences.
Onde fica a bilheteria?
Há fila na bilheteria. Posso comprá-lo com antecedência, on-line ou pelo celular?
Como valido meu bilhete?

Em quanto tempo chega o próximo trem?
Estou entediado. Ainda tenho 5 minutos.
O trem está lotado?
Há pessoas passando na minha frente durante o embarque.
Quero me sentar.
Está chovendo e ventando.

Qual tempo de percurso?
A viagem é segura?
Os trens e as outras linhas estão funcionando normalmente?
São 30 minutos de viagem. O que posso fazer neste tempo?
A temperatura está agradável.
Os assentos estão ocupados.
Cuidado com o vão!

Onde fica a escada rolante e o elevador?
Preciso mudar de linha. Para onde vou?
Onde fica a saída?
Preciso usar o banheiro.
Estou cansado. Não quero andar muito.
Estou com fome.

Não sei onde estou, estou confuso. Onde fica o museu?
A região é segura?
Preciso esperar um carro ou táxi.
Preciso ir do outro lado do trilho ou avenida.
Preciso esperar alguém.
Estou satisfeito com o serviço, porém tenho uma queixa.

CPTM

Esta linha contém as soluções oferecidas e esperadas pela empresa a fim de aprimorar a experiência e satisfazer as necessidades dos usuários nos pontos de contato durante a sua jornada de viagem.

Regularizar calçadas e percursos, sinalização visível à distância
Oferecer bicicletários e vagas de estacionamento
Integrar com paradas de ônibus
Baixas para rampas de embarque e desembarque de passageiros
Dados integrados em aplicativos (tempo de viagem, horários de partida, distância do trajeto a pé)

Pontos de energia e wi-fi
Caixas eletrônicos, lojas de conveniências e alimentação
Serviço de apoio indicado, visível e à disposição
Locais de entrega e retirada de produtos comercializados on-line
Espaços amplos e versáteis
Espaços de convivência e espera

Sinalização e visibilidade clara das bilheterias e plataformas
Organização e hierarquização explícita dos espaços
Desobstruir percursos objetivos
Circulação vertical e acessível
Máquinas de recarga
Horário dos trens em tempo real
Filas balizadas e organizadas

Comunicação clara e rápida em áreas de decisão e na plataforma
Avisos sonoros informativos
Display com horário do trem e lotação em tempo real
Assentos, abrigos, e vedações
Organizadores de fluxo de embarque e desembarque
Oferecer sanitários

Frota renovada e moderna
Agentes de segurança e apoio
Avisos sonoros informativos e indicativos nas paradas
Desembarque organizado
Plataforma e trens acessíveis e confortáveis
Iluminação e climatização
Mídia informativa

Sinalização e hierarquização de circulação e destinos. Wayfinding reforçado em transferências
Permeabilidade visual da estação e percursos organizados
Oferecer sanitários
Conveniências, *grab-and-go*
Informação ao vivo sobre o funcionamento das linhas

Serviços públicos e privados associados à estação
Pontos de referência sinalizados, mapas e indicações de pontos de ônibus, táxi e área de espera
Facilitar e indicar transposições
Integração com modais de última milha
Oferecer serviço de apoio local e atendimento on-line

Oportunidades

Esta linha levanta oportunidades de negócios adequadas à melhoria dos serviços oferecidos e à imagem da CPTM.

Oferecer serviços expressos e adaptados à demandas especiais
Publicidade e divulgação de novos serviços oferecidos
Integrar atividades com pontos notáveis do entorno (museus, centros culturais, pts. de saúde)

Integrar campanhas públicas e locação do espaço para eventos
Patrocinadores de serviços (Google Station, totens com tomadas, mapas de localização)
Totens informativos interativos

Espaços publicitários (banners, adesivagem, displays e stands)
Parcerias com aplicativos de compra online
QR code e aplicativos móveis
Guarda-volumes pagos

Vending machines
Displays publicitários
Espaço para arte pública
Tematização de plataforma

Tematização de trens
Cartazes e banners publicitários
Wi-fi interno
Mídia interativa; totens

Espaços para lojistas
Adesivagem de túneis, escadas rolantes, passarelas e passagens

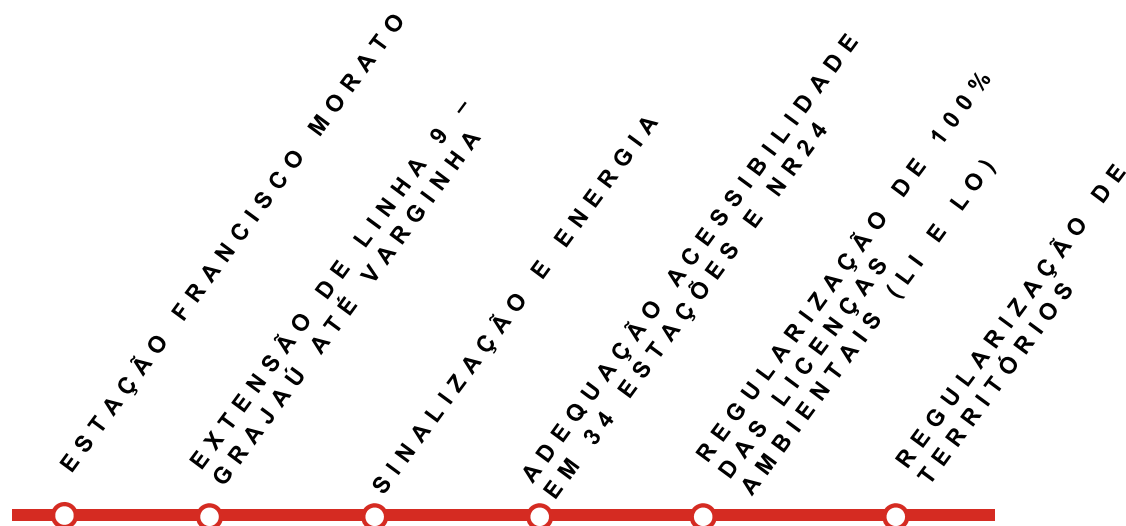
Campanhas conjuntas a instituições culturais e eventos
Potencial de requalificação urbana, catalizar o senso de lugar no entorno das estações
Criar canais de comunicação via redes sociais: *customer experience*

R\$ 5,6

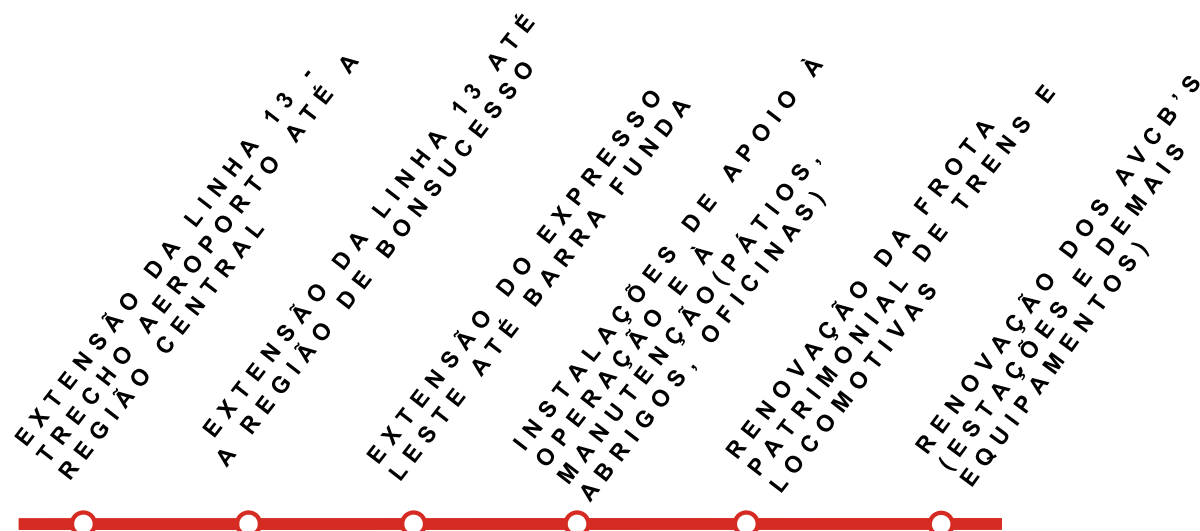
Bilhões/ BRL/ \$billions

**em investimentos privados e
públicos ao longo de 6 anos**
*(in private and public
investments over 6 years)*

EMPREENDIMENTOS CONTRATADOS
(ONGOING PROJECTS)

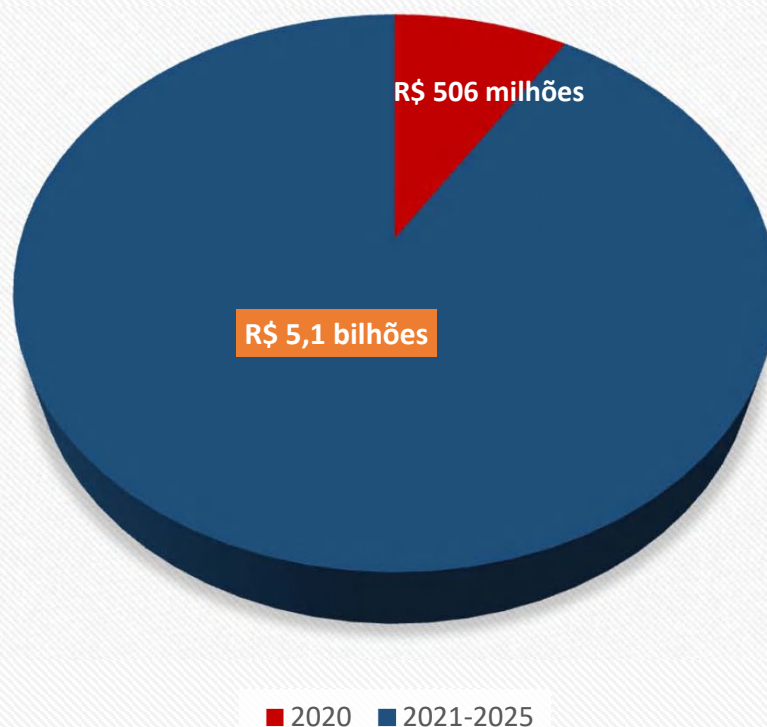


EMPREENDIMENTOS EM PREPARAÇÃO
(PROJECTS IN THE PIPELINE)



Plano de Negócios 2020 e Estratégia de Longo Prazo 2021-2025

*(Business Plan 2020 and
Long Term Strategy 2021-2025)*



Set / 2019

O orçamento da empresa foi estruturado e alinhado em conformidade com o Projeto de Lei Estadual nº 1.112, de 01 outubro de 2019, cuja ementa orça a receita e fixa a Despesa do Estado para o exercício de 2020.

Os itens programados para o ano 2020, procedentes de recursos próprios e do Tesouro do Estado de São Paulo correspondem a R\$ 506 milhões. E para o período 2021-2025, totalizam R\$ 5,1 bilhões.

The company's budget was structured and aligned in accordance with State Law No. 1,112 of October 1, 2019, which sets out the revenue budget and sets the State Expenditure for the year 2020.

The items scheduled for the year 2020, coming from own resources and from the São Paulo State Treasury correspond to R \$ 506 million. And for the period 2021-2025, they total R \$ 5.1 billion.

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL X OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (BUSINESS STRATEGY X SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS)

As estratégias de negócio da Companhia estão alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da Agenda 2030 das Nações Unidas, indicados em cada Meta Corporativa.

A empresa alinhada aos ODS tem importante vantagem competitiva, relaciona-se melhor com os Clientes, Sociedade, Governo, Políticas Públicas e Incentivos.

A empresa potencializa sua ação, eleva os padrões das práticas de negócio e amplia suas oportunidades.

Participar dessa agenda é construir o futuro da sociedade e dos negócios.

A Companhia contribui parcialmente para 8, dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e 14, das 169 metas.

A Agenda 2030 e os ODS afirmam que para colocar o mundo em um caminho sustentável é urgentemente necessário tomar medidas ousadas e transformadoras.

The Company's business strategies are aligned with the United Nations Agenda 2030 Sustainable Development Goals set out in each Corporate Goal.

The company aligned with the SDGs has an important competitive advantage, is better related to Customers, Society, Government, Public Policies and Incentives.

The company enhances its action, raises the standards of business practices and expands its opportunities.

To participate in this agenda is to build the future of society and business.

The Company partially contributes to 8 of 17 Sustainable Development Goals and 14 of 169 goals.

The 2030 Agenda and the SDGs state that bold and transformative action is urgently needed to put the world on a sustainable path.

 **OBJETIVOS**  **DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**





TRANSFORMAÇÃO DA CULTURA (DIMENSÃO)

1. TRANSFORMAR O AMBIENTE ORGANIZACIONAL



1.1) Apresentar alternativas e estudo de viabilidade para reestruturação organizacional

Estudar e propor nova estrutura organizacional alinhada às diretrizes empresariais atuais, indicando alternativas para adequação da empresa em questões estruturais, organizacionais e societárias.

1.2) Implantar política de gestão de pessoas voltadas à valorização humana e desenvolvimento de competências

Aumentar o nível de engajamento dos colaboradores por meio de uma política de gestão de pessoas humanizada, alinhado com políticas claras e com diretrizes para elaboração de um plano de carreira aderente a nova realidade da empresa.

1.3) Estudar proposta de regime de flexibilização da jornada de trabalho e melhoria da qualidade de vida

Desenvolver estudos de viabilidade com vistas a implantação de jornada flexível de trabalho e estruturar programa piloto de tele trabalho em áreas onde for aplicável.

■ Objetivo Estratégico ■ Metas ■ Descrição da Meta

2. PROMOVER UMA CULTURA DE EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO E INOVAÇÃO



2.1) Implantar novas modalidades de negócios em parceria com a iniciativa privada

Implantar empreendimentos associados às estações da Companhia ou conceder áreas e serviços, visando à exploração comercial e incremento da receita extra tarifária.

2.2) Ampliar parcerias comerciais para novas formas de atração de passageiros e ampliação da integração física

Estabelecer um novo modelo de integrações físicas e/ou tarifárias com os sistemas de ônibus dos municípios atendidos pela CPTM.

2.3) Incentivar ações de responsabilidade cidadã e social

Desenvolver ações sociais estruturadas e estruturantes, cada vez mais alinhadas aos negócios, às políticas públicas e às agendas globais de desenvolvimento.

2.4) Fomentar e captar ideias e projetos de inovação

Estimular a adoção de processos de negócio e projetos concretos de inovação condizentes com o cenário de mudança por qual a sociedade, o mercado e a CPTM enfrentam, desenvolvendo uma cultura de inovação nos colaboradores e, em consequência, na Companhia e em suas ações e projetos.



Objetivo Estratégico



Metas



Descrição da Meta



EFICIÊNCIA ADMINISTRATIVA (DIMENSÃO)

3. APERFEIÇOAR UM MODELO GERENCIAL SUSTENTADO NA BUSCA POR EXCELÊNCIA NA GESTÃO DE PROJETOS E PROCESSOS DE NEGÓCIOS



3.1) Implantar metodologia de gestão de projetos

Revisar a metodologia de gestão de projetos utilizada na companhia e implantar o modelo mais aderente ao novo modelo organizacional

3.2) Implementar a cultura de gestão de processos

Revisar, avaliar e reestruturar o conjunto de processos para obter ganhos reais de qualidade, custo e produtividade. A tramitação e assinatura digital, gerada a partir de um Certificado Digital garante agilidade e confiabilidade nos processos, redução de custos e transparência.

3.3) Consolidar a Governança em Tecnologia da Informação

Modernizar a infraestrutura e soluções de tecnologia da informação, estruturar as práticas, padrões, processos, recursos e ampliar o grau de conformidade dos processos de TI para com as práticas de governança.

3.4) Implantar a política de gestão de riscos corporativos

Estabelecer princípios, diretrizes e responsabilidades a serem observados no processo de gestão dos riscos corporativos, de forma a possibilitar a adequada identificação, avaliação, tratamento, monitoramento e comunicação.

Objetivo Estratégico Metas Descrição da Meta

4. APRIMORAR O MODELO DE GESTÃO FINANCEIRA



4.1) Modernizar sistema de estoque e logística

Redução de imobilizado de estoque com reestruturação dos complexos de abastecimento, sistema de armazenamento e equipamentos visando à modernização do sistema de estoque e logística atual e atendimento ao termo de ajuste de conduta (TAC).

4.2) Reduzir custos administrativos e operacionais

Reduzir custos de telefonia e internet, água, energia elétrica, materiais e equipamentos. Eliminar rotinas, que hoje podem estar redundantes ou obsoletas, revendo e otimizando processos, pessoal, observando a recente reestruturação empresarial.

Objetivo Estratégico

Metas

Descrição da Meta



RELACIONAMENTO E IMAGEM (DIMENSÃO)

5. IMPLANTAR UMA NOVA POLÍTICA DE COMUNICAÇÕES CORPORATIVAS



5.1) Implantar a Política Integrada de Comunicação Corporativa e Relacionamento

Estabelecer estratégias de comunicação para disseminar as informações da Companhia de forma assertiva e integrada, alinhando as mensagens e influenciando os stakeholders.

5.2) Implantar plataforma de comunicação integrada com público externo (CRM)

Implantar práticas, estratégias de negócio e tecnologias focadas em gerenciar e analisar as interações com os passageiros.

■ Objetivo Estratégico ■ Metas ■ Descrição da Meta



ADEQUAÇÃO NORMATIVA (DIMENSÃO)

6. REGULARIZAR A TITULARIDADE PATRIMONIAL E POSSE DOS TERRITÓRIOS SOB DOMÍNIO DA CPTM E EM AQUISIÇÃO



6.1) Consolidar os Ativos de Processo Organizacionais (políticas, procedimentos, ferramentas) do Sistema de Gestão de Território

Dotar a CPTM de um Sistema de Informações abrangente, confiável, com rastreabilidade e de alta visibilidade, possibilitando que toda tomada de decisão em relação ao território seja sistemática e organizada.

6.2) Regularizar territórios na região do Brás

Diagnosticar a possibilidade de desmembramento e execução das ações de separação e registro das áreas em nome da CPTM, para obtenção da propriedade das áreas ocupadas pela CPTM regularizada mediante emissão de título de propriedade, sem gravame na região do Brás.

6.3) Regularizar territórios das Linhas 8 e 9, 7 e 10, 11 e 12

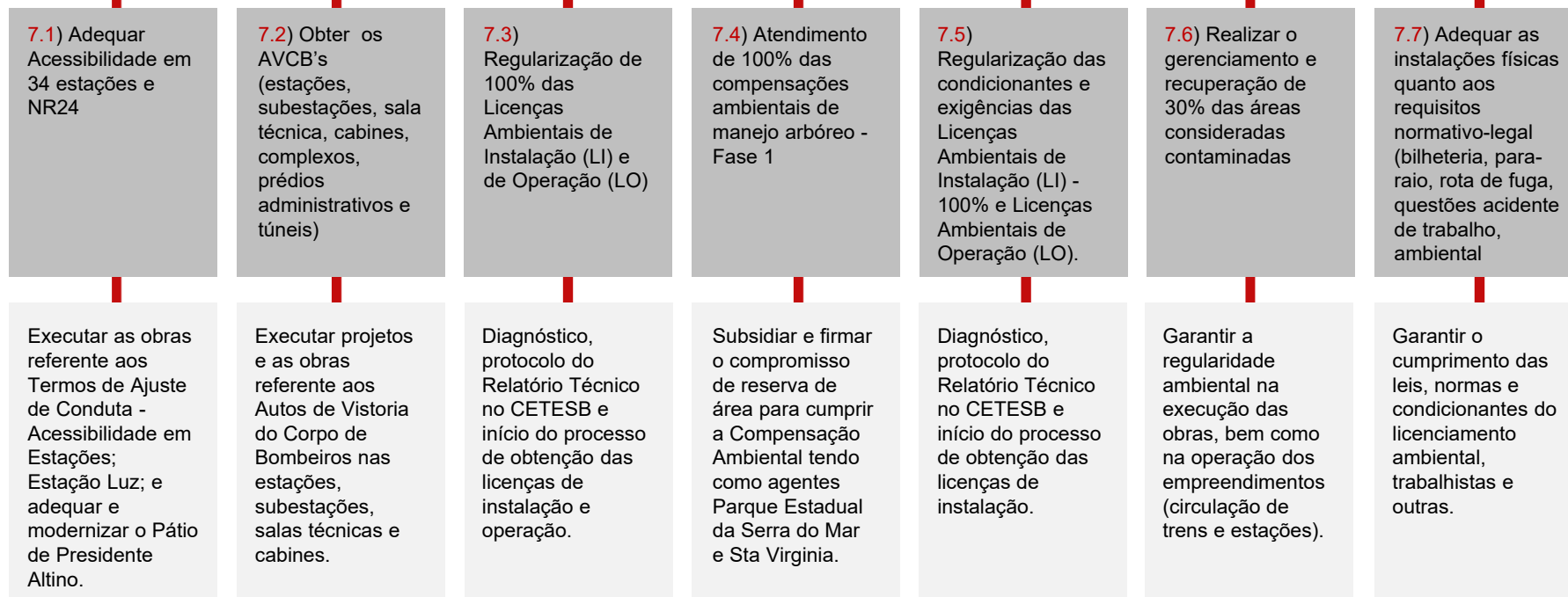
Diagnosticar a possibilidade de desmembramento e execução das ações de separação e registro das áreas em nome da CPTM, para obtenção da propriedade das áreas ocupadas pela CPTM regularizada mediante emissão de título de propriedade, sem gravame nas linhas 8 e 9, 7 e 10, 11 e 12

6.4) Regularizar territórios do Plano de Expansão

Executar as ações de separação e registro das áreas em nome da CPTM, para obtenção da propriedade das áreas ocupadas pela CPTM regularizada mediante emissão de título de propriedade, sem gravame nas linhas estendidas

■ Objetivo Estratégico ■ Metas ■ Descrição da Meta

7. PROMOVER UMA INTENSA POLÍTICA DE SEGURANÇA, SAÚDE E MEIO AMBIENTE



Objetivo Estratégico Metas Descrição da Meta



DESEMPENHO OPERACIONAL (DIMENSÃO)

8. MODERNIZAR CONTINUAMENTE A REDE DA COMPANHIA



8.1) Aumentar a capacidade de atendimento das instalações de apoio à operação.

Executar projetos básicos, executivos e obras dos complexos e unidades de manutenção (lote 1 prioridades)

8.2) Renovar frota patrimonial de trens metropolitanos e locomotivas

Melhorar a oferta de lugares e o padrão de conforto para os passageiros com aquisição de 34 trens de 8 carros para substituir os trens antigos da CPTM e aquisição de 2 locomotivas.

8.3) Iniciar a operação plena da nova estação Francisco Morato

Concluir as obras, comissionar e iniciar operação da Estação Francisco Morato.

8.4) Concluir ações de Modernização das Linhas 11 e 12

Realizar intervenções nos ativos que compõem as linhas 11 e 12, sistemas (sinalização, energia elétrica de tração, telecom), obras civis (estações e via permanente) e manutenção, visando à redução do intervalo entre trens.

8.5) Concluir ações de Modernização da linha 10

Realizar intervenções nos ativos que compõem as linha 10, sistemas (sinalização, energia elétrica de tração, telecom), obras civis (estações e via permanente) e manutenção, visando à redução do intervalo entre trens.

Objetivo Estratégico

Metas

Descrição da Meta

8. MODERNIZAR CONTINUAMENTE A REDE DA COMPANHIA



8.6) Concluir ações de Modernização da linha 7

Realizar intervenções nos ativos que compõem as linhas 7, sistemas (sinalização, energia elétrica de tração, telecom), obras civis (estações e via permanente) e manutenção, visando à redução do intervalo entre trens.

8.7) Concluir ações de Modernização das linhas 8 e 9

Realizar intervenções nos ativos que compõem as linhas 8 e 9, sistemas (sinalização, energia elétrica de tração, telecom), obras civis (estações e via permanente) e manutenção, visando à redução do intervalo entre trens.

8.8) Implantar novos serviços na rede existente

Implantar novos serviços na rede através da adoção de novas estratégias operacionais.

8.9) Otimizar os Processos de Manutenção da CPTM

Adotar medidas que visem à otimização dos processos de manutenção da CPTM, aumentando a confiabilidade e disponibilidade de sistemas e equipamentos.

8.10) Otimizar os Processos de Operação da CPTM

Adotar medidas que visem à otimização dos processos de operação da CPTM, melhorando a experiência ao passageiro e reduzindo custos operacionais.

Objetivo Estratégico

Metas

Descrição da Meta

9. EXPANDIR OS SERVIÇOS DE TRANSPORTE



9.1) Iniciar a Operação da Extensão da Linha 9 - Grajaú-Varginha

Concluir as obras, comissionar e iniciar operação da Extensão Grajaú-Varginha.

9.2) Iniciar a Operação da Extensão da Linha 13 - Trecho Aeroporto até a Região central

Implantar as obras da extensão no trecho Aeroporto até Região Central

9.3) Iniciar Implantação da Extensão da Linha 13 até a região de Bonsucesso

Executar os projetos básicos e executivos da Extensão da linha 13 até a região de Bonsucesso e dos Pátios e iniciar implantação.

9.4) Estender o Expresso Leste até Barra Funda

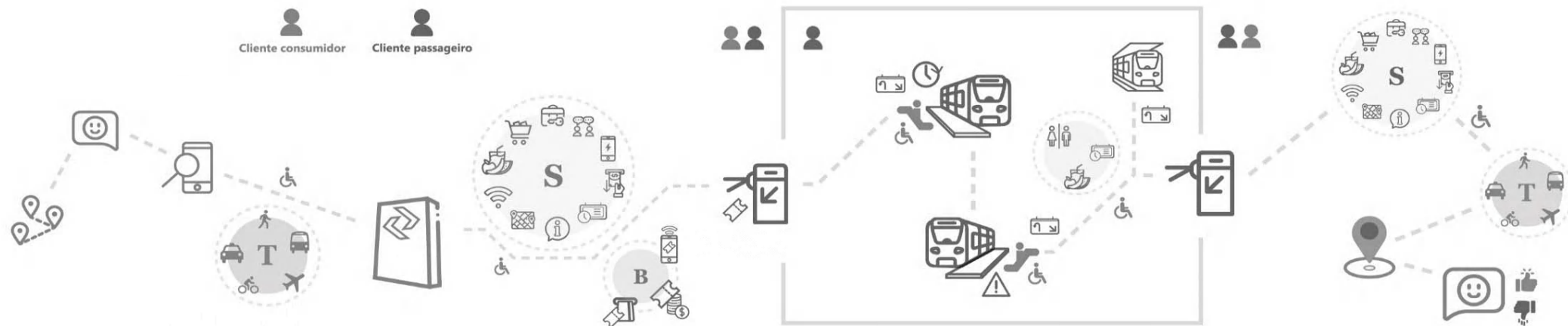
Dar continuidade a adequação de sistemas e conclusão da Estação Suzano. Implantar Linha 11 chegando até Barra Funda. Sinalização do trecho Luz -Barra Funda e adequações do plano de vias e Estação Barra Funda.

Objetivo Estratégico

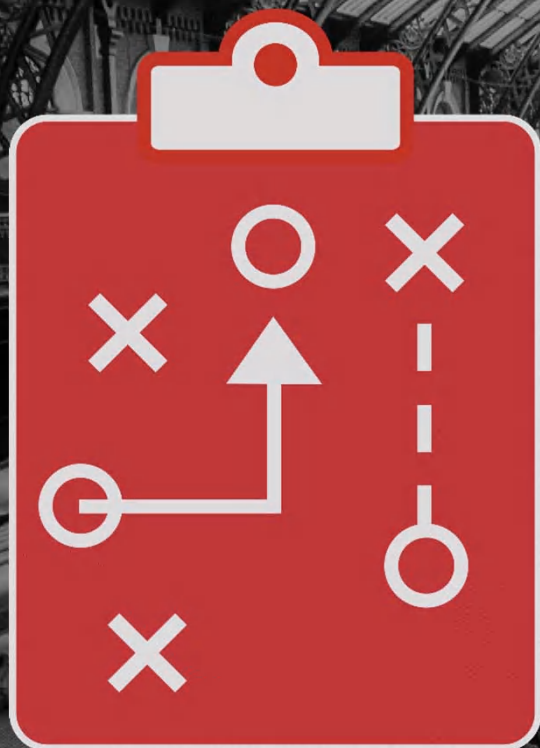
Metas

Descrição da Meta

JORNADA DO CLIENTE E METAS CORPORATIVAS (CUSTOMER JOURNEY AND CORPORATE GOALS)



Pré-jornada	Acesso	Viagem	Pós-jornada
2.1			
2.2			
2.4			
	3.1		
	3.2		
	3.4		
	4.2		
	5.1		
5.2			
6.1			
7.1			
	7.2		
7.7			
8.2			
8.8			
	8.9		
	8.10		
8&7 Imagem			



RISCOS E OPORTUNIDADES (*RISKS AND OPPORTUNITIES*)

RISCOS CORPORATIVOS (CORPORATE RISKS)

A CPTM continua mapeando seus principais riscos e adotando iniciativas específicas para o aprimoramento da sua gestão, incluindo a identificação e o planejamento de ações de mitigação, de modo a permitir resposta tempestiva e adequada, em qualquer cenário. *(CPTM continues to map its key risks and take specific initiatives to improve its management, including the identification and planning of mitigation actions, to enable timely and appropriate response in any scenario.)*

Dentre os principais riscos identificados no horizonte de 2020 - 2025, destacam-se: *(Among the main risks identified in the 2020 - 2025 horizon, the following stand out:)*

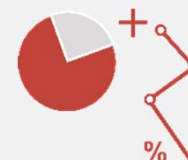
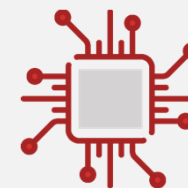
Complexidade multidisciplinar dos projetos
(Multidisciplinary complexity of projects)

Descompasso entre o plano e o fluxo de recursos liberados
(Mismatch between released plan and resource flow)

Processos judiciais e contingências
(Legal Proceedings and Contingencies)

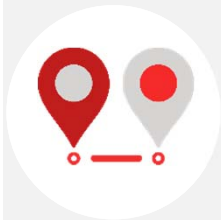
Restrições operacionais durante as obras nas linhas
(Operational Restrictions During Line Works)

Descontinuidade na prestação de serviços por parte de empreiteiras contratadas
(Discontinuity in the provision of services by contractors)



BENEFÍCIOS ESPERADOS

(Expected Benefits)



Rede: Aumento estimado de 25% na oferta de lugares por hora/sentido com a conclusão da modernização

(Network: Estimated 25% increase in seat supply per hour / direction with completion of modernization)



Melhoria da experiência dos passageiros através de novos meios de pagamento, serviços associados e acessibilidade nas estações

(Improving passenger experience through new payment methods, associated services and station accessibility)



Sustentabilidade: Redução de tempo de viagem, consumo de combustíveis fósseis, número de acidentes, emissão de poluentes e custo operacional da frota de ônibus e automóvel monetizado em R\$ 11 bilhões.

(Sustainability: Reduction of travel time, fossil fuel consumption, number of accidents, emission of pollutants and operating cost of the bus and car fleet monetized by R\$ 11 billions.)



Transporte: 10% a mais de clientes passageiros na rede, considerando a configuração do sistema metroferroviário para os próximos anos

(Transport: 10% more passenger customers on the network, considering the configuration of the railway system for the coming years)



Gerência de Estratégia Empresarial

COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS

Rua Boa Vista, nº 185, Centro, São Paulo/SP - CEP: 01014-001

CNPJ: 71.832.679/001-23 – Inscrição Estadual: 113.898.614-110

