





Gestão dos Impactos Sociais na Expansão da Rede de Metrô

**Departamento de
Marketing e Comunicação**

Metrô de São Paulo



Desde a criação do Metrô:

- prioridade no relacionamento com o público
- padrão diferenciado de Transporte:
 - . conforto
 - . segurança
 - . rapidez
- pesquisas com usuários e não-usuários
- canais de comunicação



Imagem positiva junto à população



Melhoria Constante da Qualidade de Atendimento



Fatores Recentes

- Legislação ambiental
- Programas de Qualidade (ISOs)
- Órgãos de Financiamento
- Organização e participação social



Planejamento das Ações de Comunicação na Implantação das Novas Linhas de Metrô

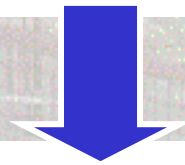
- Inserida do Plano de Mitigação do Impacto Ambiental
- Objetivos:
 - estabelecer estratégias de comunicação que possibilitem informar, orientar e interagir com a comunidade envolvida com os novos projetos de forma a aprimorar a atuação do Metrô mantendo sua imagem e com ênfase na transparência das ações.



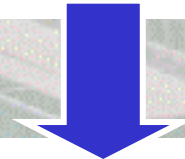
Planejamento das Ações de Comunicação na Implantação das Novas Linhas de Metrô



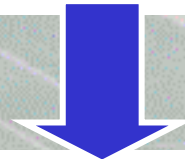
Planejamento Integrado



Qualidade da Informação



Pertinência das Ações



Credibilidade





Público Alvo

- população em geral
- atingidos pela desapropriação
- população lindeira
- futuros usuários do sistema



Formas de Divulgação:

- **pré-implantação** – visitas; ampla divulgação pela mídia falada, escrita; reuniões;
- **implantação** – foco nos postos de informações, visitas, atendimentos via e-mail, telefone, fax;
- **pré-operação** – informações e treinamentos dos futuros usuários do sistema quanto à segurança, funcionamento, horários ...



Balanço das Ações Executadas

Reuniões: projeto, implantação, pré-operação dentre as mais recentes destacam-se as da Associação Comercial de Pinheiros, Butantã, comerciantes da Fradique Coutinho.



Postos de Informações

Em 2004:

24.292 atendimentos realizados

1º sem. de 2005:

18.152 atendimentos realizados

Localização

**Linha 4-Amarela:
Luz, Paulista e Butantã**

**Linha 2-Verde:
Chácara Klabin, Imigrantes e Ipiranga**

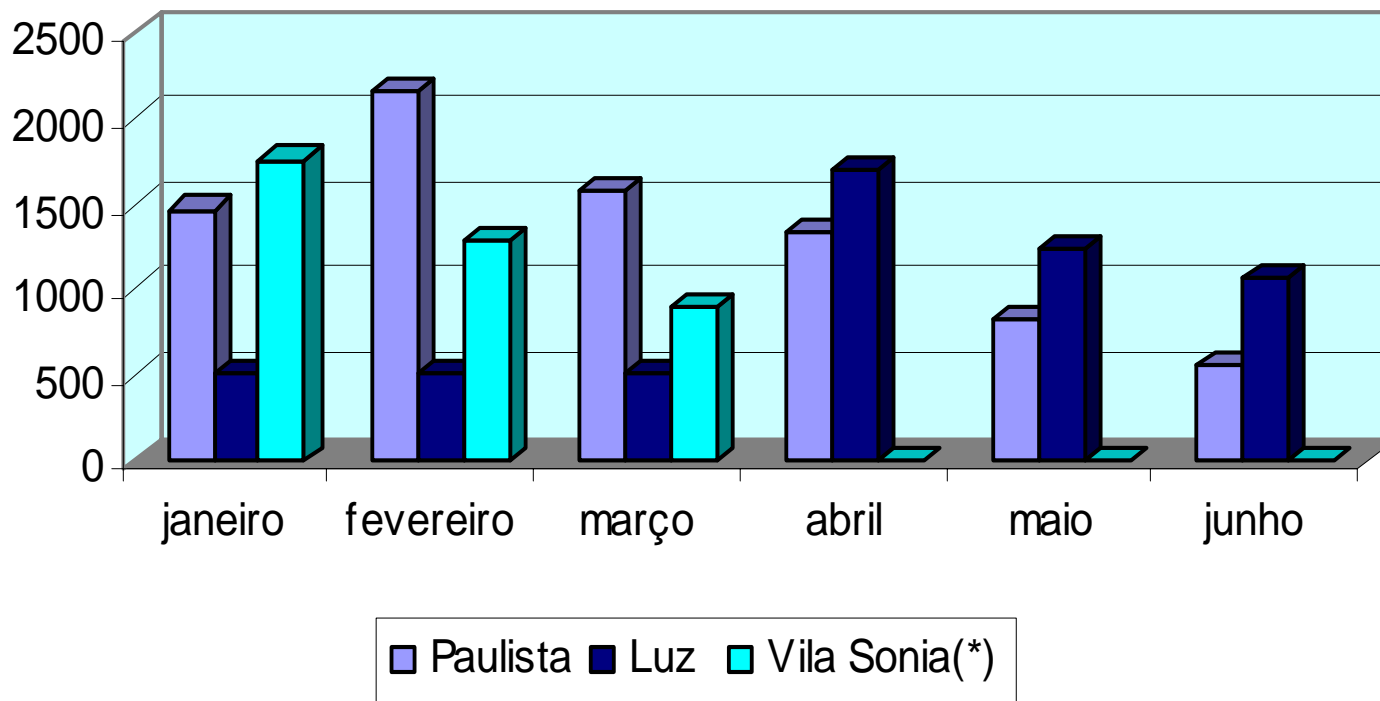


Postos de Informações



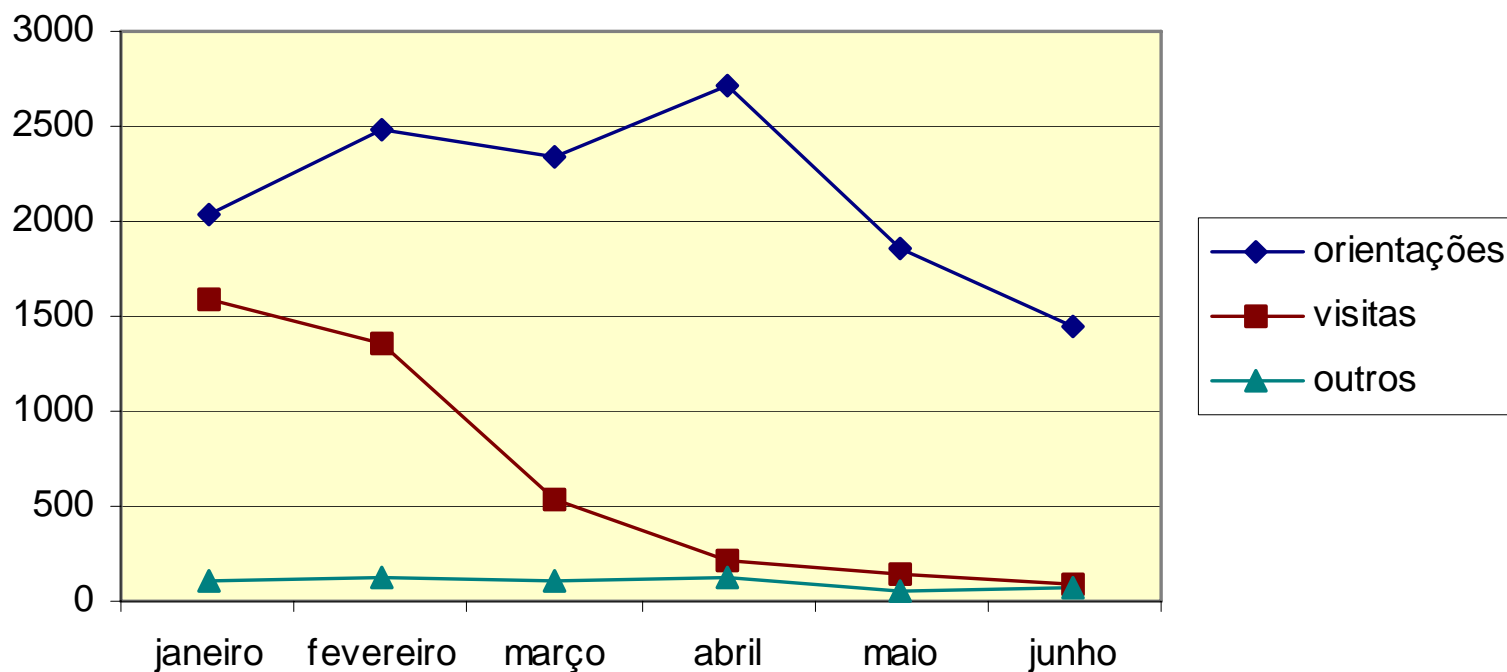
Linha 4-Amarela

Total de Atendimentos por mês / 2005



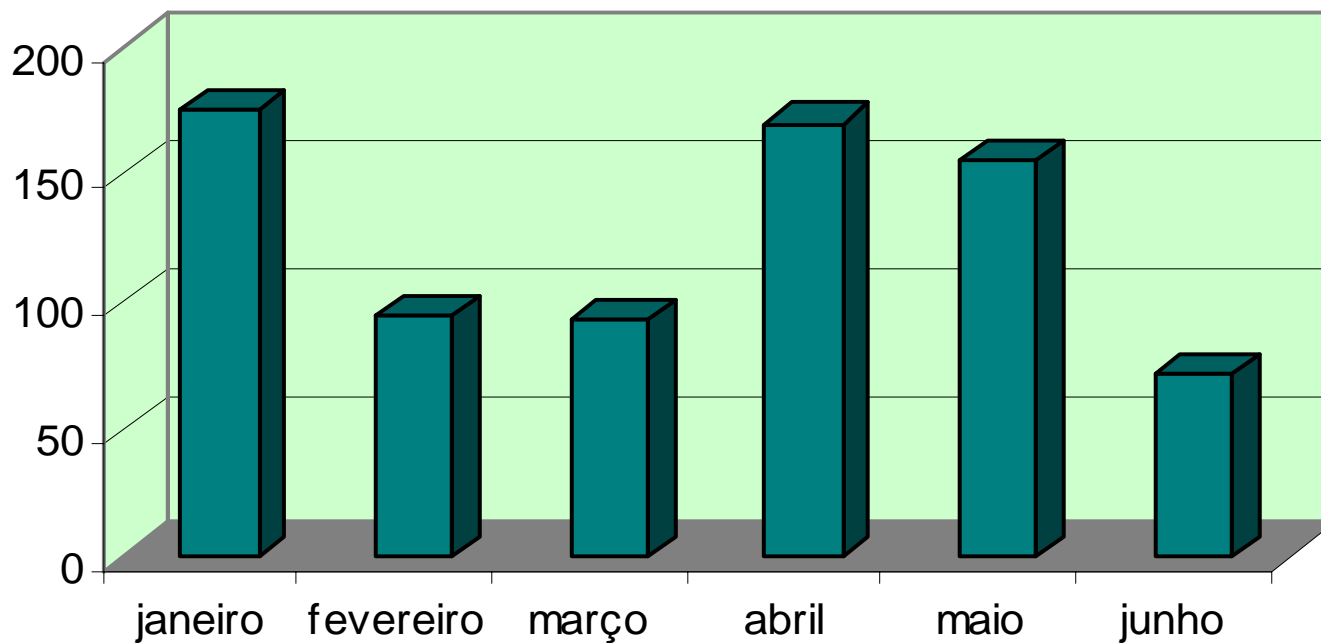
Linha 4-Amarela

Total de Atendimentos por tipo / 2005



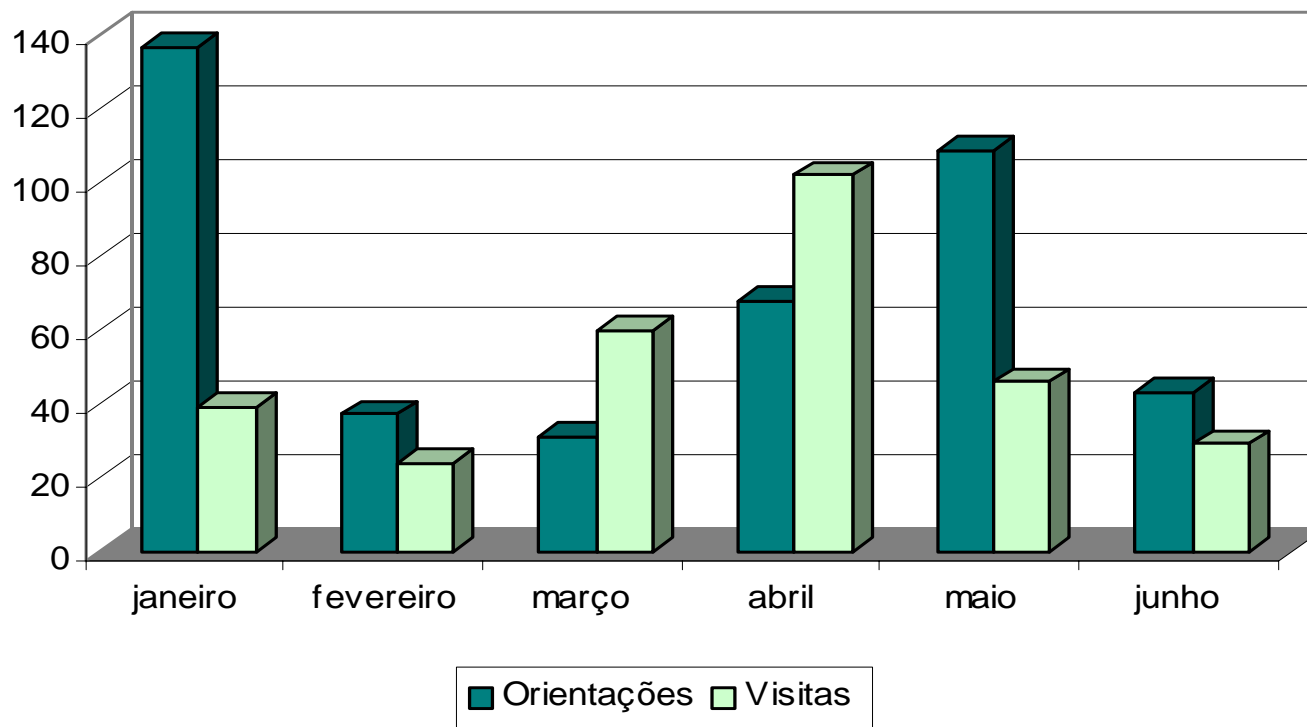
Linha 2-Verde

Total de Atendimentos por mês / 2005

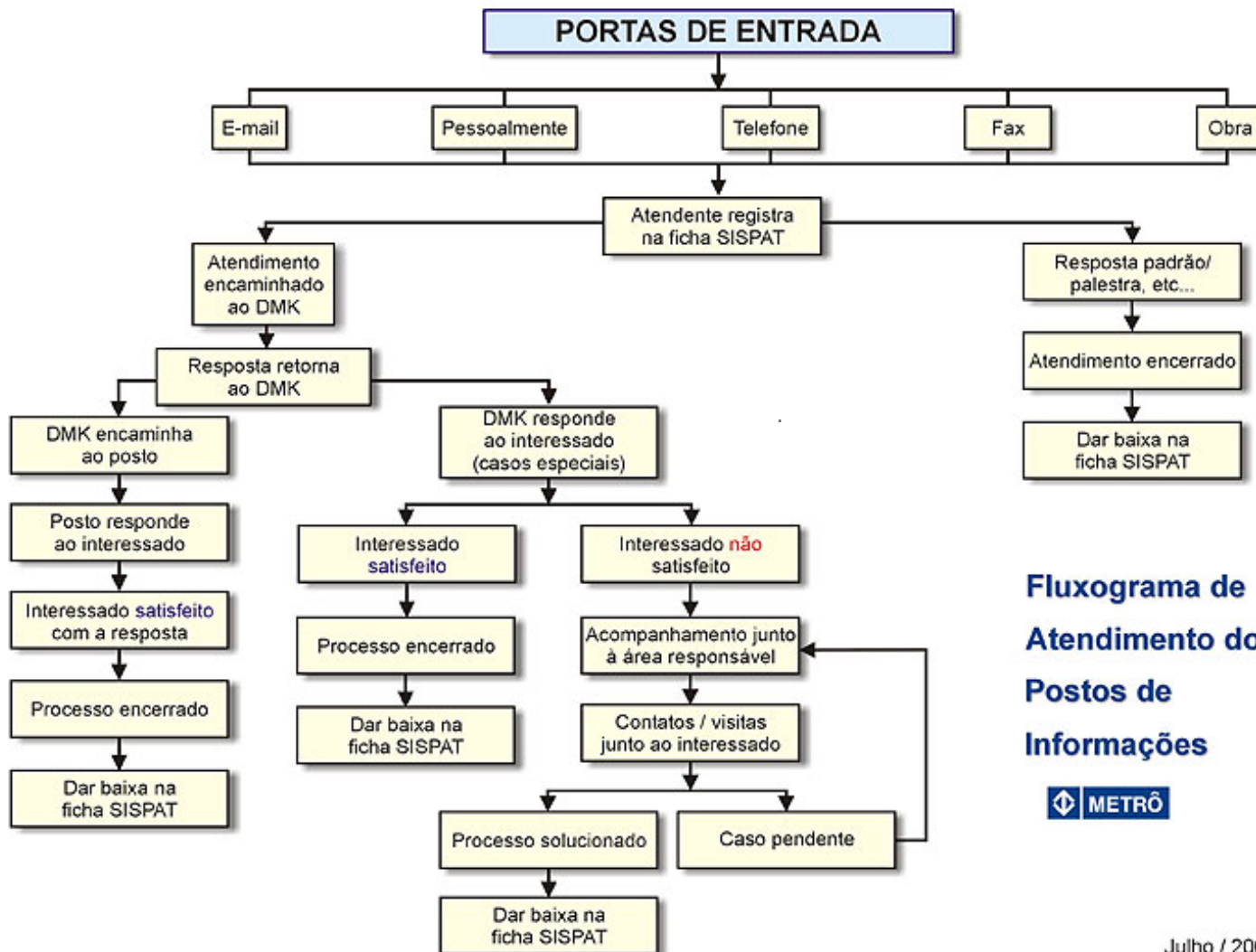


Linha 2-Verde

Total de Atendimentos por tipo / 2005



Treinamento das Atendentes



Fluxograma de Atendimento dos Postos de Informações



Julho / 2005



Treinamento das Atendentes



Acompanhamento e Registro

Ficha SISPAT



DMK - Posto de Atendimento da Linha 4 - Amarela - Mozilla

E-mail:

Lindeiro à:

2. Identificação do Atendimento

Ano de Referência:

Nº de Referência / Registro:

3. Manifestação do Usuário

Assunto:

Forma de Atendimento:

Data: (DD/MM/AAAA)

Hora: (HH:MM)

Descrição do Assunto:

4. Identificação do Atendente



Outras Atividades

- **Visitas aos desapropriados**
 - N° de visitas: **216**
 - Objetivo: informar sobre processo desapropriatório e mecanismos de apoio disponíveis.
- **Atendimentos especiais**
 - população diretamente atingida pelo impacto da obra
 - equipe especializada
 - monitoramento do caso



Demandas do Processo

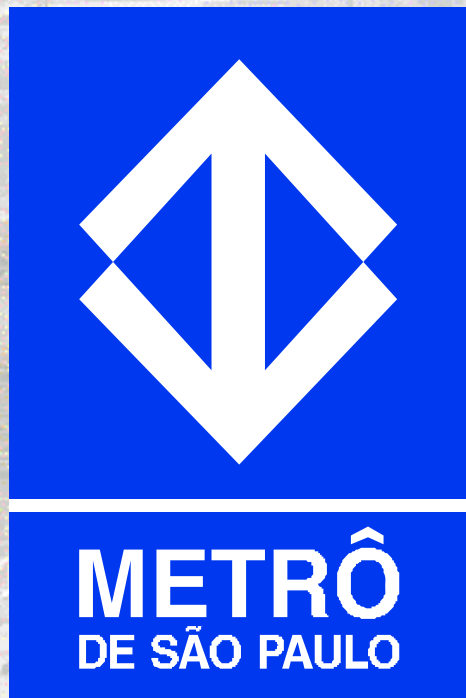
- maior comunicação ao público durante todo o processo;
- informações articuladas e coerentes;
- ações coordenadas interna e externamente;
- demanda de informações em tempo real;
- recursos emergenciais.



Metas e Desafios para o aperfeiçoamento dos trabalhos

- estreitamento das relações entre os agentes intervenientes;
- ações e espaços compartilhados Metrô/Contratadas com metas previamente definidas;
- apoio constante da direção do Metrô;
- antecipação e preparação das áreas envolvidas;
- garantia da qualidade do atendimento e preservação da imagem da empresa.





Flávia Audrá Cutolo

e-mail: facutolo@metrosp.com.br

Áurea Morato Pimentel

e-mail: aurea_morato@metrosp.com.br



MARKETING & COMUNICAÇÃO

www.metro.sp.gov.br