

**MATRIZ IDENTIFICACIÓN PARTES INTERESADAS**

El presente es un documento de partes interesadas que requiere que sea perfeccionado para el Sistema Integrado de Información Pública del Conductor S.A. S.p.A.

**Partes Interesadas:** Personas o entidades que puede afectar, verse afectada o pretender como afectada por una actividad o actividad. Es importante considerar todas las partes interesadas pertinentes de Empresa Pública de Conducción S.A. S.p.A.

Las partes interesadas pertinentes en este documento son aquellas que poseen un interés legítimo en la actividad de la organización. Estas partes interesadas se han clasificado en los siguientes grupos: Las organizaciones definen qué resultados son necesarios para proporcionar a aquellas partes interesadas pertinentes para reducir dicho riesgo.

**Responsabilidad:** Compromiso o condición de ser parte interesada por el desempeño de las que dependen para su éxito.

**Relevancia:** Son aquellos factores o condiciones de las partes interesadas que afectan a la organización, pero que no se ven afectados ni el objeto social de Empresa Pública de Conducción S.A. S.p.A.

**Exposición:** Es el nivel de exposición que enfrenta una actividad o actividad.

**Impacto:** Es el efecto de la actividad o actividad en la organización, positiva o negativa, tangible o intangible.

La identificación de las necesidades derivadas por parte de Empresa Pública de Conducción S.A. S.p.A., deben estar justificadas en el Plan Estratégico para que se puedan priorizar y su cumplimiento y medida se realice a través de los planes de acción anuales.

**Fecha de actualización:** 08/03/2011

| PROCESO             | ÁREA                             | ADMINISTRACIONES MUNICIPALES   |  | GOBIERNO DE CONDORMARCIA   |  | PRESTADORES DE SERVICIOS PÚBLICOS  |  | DATOS DE CONTROL   |  | GOBIERNO NACIONAL (SERVICIOS COMPLEMENTARIOS)  |  | JURTA DIRECTIVA  |  | COMITÉ DIRECTIVO DEL PLAN DEPARTAMENTAL DE ASISTENCIA  |  | MEDIOS DE COMUNICACIÓN   |  | COMUNIDAD  |  | CONTRATISTAS Y PROFESIONALES   |  | VEHICULAR CONDORMARCIA Y ASOCIACIONES DE USUARIOS  |  | COLABORADORES  |  | EMPLEADOS PRECATORIA   |  | COMUNIDAD EDUCATIVA  |                                 |
|---------------------|----------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|----------------------|---------------------------------|
|                     |                                  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto)   | Exposición (por otros factores)  | Relevancia (Impacto) | Exposición (por otros factores) |
| Atención al Cliente | Operación de Servicio al Cliente | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. | 1. Impacto en la satisfacción del cliente y en la percepción de la calidad del servicio.<br>2. Impacto en la fidelización del cliente y en la generación de nuevos clientes.<br>3. Impacto en la reputación de la empresa y en la confianza del cliente. |                      |                                 |