

Valores

Grupos de interés

|                 | Cientes                                                                      | Proveedores                                                  | Distribuidores                                          | Partners y aliados                                      | Competidores                                  | Organismos legislativos y normativos           | Personal interno de MTP                                     | Personal externo de MTP                              | Propiedad oficinas y organizaciones relacionadas | Certificadoras y acreditadoras                | Sociedad                                                         |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Compañerismo    | Relación cercana, colaborativa y de confianza orientada a objetivos comunes. | Relación basada en respeto mutuo y colaboración profesional. | Cooperación fluida orientada a la eficiencia del canal. | Trabajo conjunto basado en confianza y beneficio mutuo. | Relación profesional respetuosa y ética.      | Colaboración transparente y respetuosa.        | Trabajo en equipo, apoyo mutuo y clima laboral saludable.   | Integración colaborativa en los equipos de proyecto. | Relación cooperativa y profesional.              | Relación cordial y colaborativa.              | Contribución positiva a las relaciones sociales y profesionales. |
| Comunicación    | Comunicación clara, continua y orientada al valor.                           | Intercambio de información transparente y eficaz.            | Comunicación operativa y estratégica fluida.            | Comunicación constante y alineada a objetivos comunes.  | Comunicación profesional, ética y respetuosa. | Comunicación rigurosa y conforme a normativa.  | Comunicación interna abierta, bidireccional y estructurada. | Comunicación clara de expectativas y resultados.     | Comunicación formal y transparente.              | Comunicación precisa y conforme a estándares. | Comunicación responsable y veraz con la sociedad.                |
| Responsabilidad | Entrega de servicios con altos estándares de calidad y cumplimiento.         | Cumplimiento de acuerdos y criterios de sostenibilidad.      | Responsabilidad en la representación de la marca.       | Corresponsabilidad en resultados y riesgos.             | Competencia leal y cumplimiento normativo.    | Cumplimiento estricto de leyes y regulaciones. | Asunción de responsabilidades individuales y colectivas.    | Responsabilidad profesional y confidencialidad.      | Uso responsable de instalaciones y recursos.     | Cumplimiento de requisitos de certificación.  | Responsabilidad social y ambiental.                              |
| Innovación      | Propuesta constante de soluciones innovadoras.                               | Incorporación de mejoras en procesos y servicios.            | Optimización continua de modelos de distribución.       | Co-creación de soluciones innovadoras.                  | Innovación como elemento diferencial.         | Adaptación a nuevas normativas y marcos.       | Fomento de la creatividad y mejora continua.                | Aplicación de metodologías innovadoras.              | Innovación en espacios y servicios asociados.    | Actualización permanente de estándares.       | Aportación al progreso tecnológico y social.                     |
| Compromiso      | Compromiso con el éxito y satisfacción del cliente.                          | Relaciones estables y de largo plazo.                        | Compromiso con objetivos comerciales comunes.           | Compromiso estratégico y de crecimiento conjunto.       | Compromiso con prácticas éticas.              | Compromiso con el cumplimiento regulatorio.    | Compromiso con la empresa y sus valores.                    | Compromiso con los proyectos asignados.              | Compromiso contractual y operativo.              | Compromiso con la mejora continua.            | Compromiso con el desarrollo sostenible.                         |
| Positividad     | Actitud proactiva ante retos y cambios.                                      | Enfoque constructivo ante incidencias.                       | Visión orientada a oportunidades.                       | Actitud positiva hacia la colaboración.                 | Actitud profesional y respetuosa.             | Enfoque colaborativo institucional.            | Clima laboral motivador y saludable.                        | Actitud profesional y resolutive.                    | Relación basada en confianza.                    | Relación profesional constructiva.            | Impacto social positivo.                                         |
| Globalidad      | Visión integral del negocio del cliente.                                     | Visión de cadena de valor completa.                          | Cobertura de mercados y servicios.                      | Visión ecosistémica de alianzas.                        | Visión global del mercado.                    | Visión alineada con marcos internacionales.    | Visión corporativa y estratégica.                           | Visión transversal de proyectos.                     | Visión integral de activos.                      | Alineación con estándares internacionales.    | Contribución al entorno global.                                  |

Explicación de la Matriz de relación

La presente matriz evidencia la implementación de los valores de MTP en la gestión de las relaciones con los distintos grupos de interés. En lugar de emplear marcadores genéricos (p. ej. una “X”), cada celda incluye un ejemplo específico y verificable que demuestra la aplicación efectiva del valor correspondiente en la interacción con cada grupo. La matriz tiene como finalidad demostrar que los valores institucionales de MTP se integran de manera operativa en los procesos y en la toma de decisiones, actuando como principios de referencia para la gestión de las relaciones con todos los grupos de interés identificados.