

Guia per al foment de la participació d'FGC



FGC

Ferrocarrils
de la Generalitat
de Catalunya



Generalitat
de Catalunya

sempre
endavant



Índex



1. Presentació	4
2. Principis generals de la participació a FGC	7
3. Disseny d'una acció participativa	9
3.1. Quin tipus de mecanismes participatius hi ha a FGC?	10
3.2. Sobre quines temàtiques es pot participar?	10
3.3. Quins públics hi poden participar?	10
3.4. D'on pot néixer la iniciativa de fer un procés participatiu?	11
3.5. Fases d'un procés participatiu	12
3.6. Elements que cal considerar en el disseny d'un procés participatiu	12
3.7. El procés participatiu, pas a pas	13
Experiències	18



1.

Presentació

Recopilem experiència, compartim coneixement

La Guia per al foment de la participació de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya té com a objectiu ajudar les àrees de la companyia a identificar oportunitats per impulsar accions participatives i oferir una sèrie de recomanacions i pautes per a un plantejament i una gestió correctes de processos participatius.

Alhora, en coherència amb la nostra orientació a compartir coneixement en el nostre possible espai d'influència, vol oferir els resultats de la nostra experiència amb la voluntat que pugui ser d'utilitat a altres empreses o organismes per promoure una cultura més participativa on la veu de tothom compti.

Des del 2013, Ferrocarrils ha anat implantant la participació d'una manera gradual i constant, que es va consolidar amb l'aprovació de l'Estratègia

d'activisme 2030, que va marcar un punt d'inflexió en la política de responsabilitat social d'FGC, concebuda com un full de ruta dinàmic, obert i viu, i que promou l'activisme com a eix transversal de la cultura corporativa.

Per mitjà de l'eix **«Créixer amb les persones»** d'aquesta Estratègia d'activisme, impulsem processos de cocreació a través de lideratges relacionals i participatius, que permeten la participació, la implicació i la suma de talent de totes les persones que formen part d'FGC.

Un dels primers processos participatius que vam organitzar a l'empresa va ser el projecte **«Al teu costat»**, el 2013, que encara continua vigent, per promoure nous comportaments, actituds i pautes d'actuació en el col·lectiu d'agents d'estació orientats a la millora de l'atenció al client.

D'altra banda, en les nostres sessions estratègiques amb el col·lectiu de lideratge, hem organitzat diverses accions per donar-los eines amb aquesta perspectiva oberta i participativa per a la millora del compromís de les persones i per proposar accions d'innovació per donar resposta a nous reptes empresarials. Així, l'any 2016, es va crear un espai de participació mitjançant la jornada **«Visió Compromís»**, per impulsar accions de millora derivades del resultat de l'Enquesta de compromís i riscos psicosocials, i a la jornada **«Visió 2021»** es va promoure la participació del col·lectiu de lideratge per generar noves idees que van donar resposta a cinc grans reptes empresarials que s'havien d'afrontar en el futur.

Un altre exemple destacable d'acció participativa, i que es va fonamentar en la cocreació i la

innovació oberta, va ser l'acció que es va impulsar el 2017 per definir el disseny de la nova uniformitat del personal de Producció (agents d'estacions i maquinistes). En aquest projecte, que vam denominar **«Innovest: teixint idees, connectant persones»**, es va obrir un ampli procés de participació, en el qual vam comptar amb la veu i el treball actiu del nostre personal, d'escoles de disseny, de clients i d'infants de les escoles del nostre àmbit de servei, entre d'altres, que ens van permetre obtenir uns resultats d'ampli consens.

També hem dut a terme accions destacables d'innovació i creativitat davant de reptes empresarials, per mitjà de plataformes col·laboratives d'innovació. Un exemple d'això és la creació de la comunitat **TiMnova**, l'any 2019, en l'àmbit de turisme i muntanya d'FGC, per generar projectes innovadors per identificar noves oportunitats empresarials al voltant de dos reptes, un d'econòmic i un de social. Un altre exemple més recent és el projecte **«Nexes – Al teu costat»**, de l'any 2021, dut a terme en l'àmbit ferroviari, amb el col·lectiu d'agents d'estacions, que van elaborar propostes per a la millora del punt d'atenció al client a les estacions, a través de la seva experiència i aportacions.

Podríem afegir moltes altres iniciatives que abracen temàtiques molt diverses, com ara el procés participatiu pilot de *placemaking* aplicat a l'estació de Bellaterra per definir accions a l'espai públic a l'entorn de l'estació, el 2021.

I, finalment, un dels projectes definits en el marc de l'Estratègia d'activisme, i molt important per a l'empresa per l'aposta que suposa i el pas qualitatiu que ens permet fer, és la posada en

marxa dels **Pressupostos Participatius** l'any 2021, que ja sumen tres edicions, i que tenen com a objectiu destinar un 0,5 % del nostre pressupost d'inversió obert a la iniciativa de totes aquelles persones, ja siguin personal de l'empresa o no, que implica tots els grups d'interès en la decisió sobre com destinar aquesta part del pressupost d'inversió de l'empresa.

Un element transversal, i per a nosaltres clau en l'èxit de tota aquesta Estratègia, ha estat la creació de la **Xarxa d'Activistes**, el 2021, que promou l'activisme corporatiu entre les persones d'FGC que estan alineades i s'impliquen en el desenvolupament de les accions de l'Estratègia d'activisme.

Tota aquesta experiència en participació i col·laboració ens ha fet pensar en l'interès que pot tenir recopilar i sintetitzar en aquesta Guia tot allò que hem fet, identificar els elements que ens han permès arribar a solucions valuoses, aprendre de les coses que hauríem pogut fer d'una altra manera i, en definitiva, poder oferir unes pautes per seguir que han estat un comú denominador per a l'èxit. Tot, d'una banda, amb la voluntat que les àrees de l'empresa puguin impulsar processos participatius quan ho considerin idoni i, d'altra banda, compartir-ho amb totes les persones i organitzacions que hi puguin estar interessades, amb la confiança que els pugui ser d'utilitat.

En la redacció d'aquesta Guia s'ha tingut com a referent l'experiència, l'assessorament i la informació de la Subdirecció General de Participació Ciutadana de la Direcció General de Bon Govern, Innovació i Qualitat Democràtiques de la Generalitat de Catalunya.

Juliana Vilert i Barnet

Directora d'Organització
i Persones d'FGC

2.

Principis generals de la participació a FGC

Cal que l'organització tingui molt clar quins han de ser els principis generals i faci una reflexió inicial i acurada sobre aquells aspectes que s'han de valorar quan es planteja dur a terme una acció participativa.

Els principis generals que han de fonamentar les accions participatives d'FGC són els següents:



La transparència

Adquirir el compromís de difondre o permetre l'accés a la informació pública. Això inclou tant l'obligació de fer públiques determinades informacions de manera proactiva com l'obligació d'atendre les sol·licituds d'informació que presenti individualment qualsevol persona.



La inclusivitat i la diversitat

Crear les condicions necessàries perquè qualsevol persona pugui participar, sense cap mena de perjudici. Així, cal poder garantir la representació en qualsevol acció participativa de totes les visions que hi hagi sobre el tema, així com la lliure participació de totes les persones que s'hi sentin interpel·lades.

Per això, com a principi general en les accions participatives, la posició jeràrquica, el lloc de treball, l'especialització, la titulació ni cap altra circumstància personal o organitzacional no tenen rellevància ni han de suposar preferència ni impediments a la participació.



La claredat

Facilitar tota la informació necessària per a una participació de qualitat d'una manera entenedora i senzilla.



La neutralitat

Garantir una actitud neutral per part dels promotors de qualsevol acció participativa.



La protecció de dades

Fer efectiva l'obligació legal de defensar i emparar les persones físiques pel que fa al tractament de les dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades.



La capacitat d'incidència

Plantejar accions participatives en temàtiques sobre les quals el públic objectiu tingui capacitat real d'influir o causar un efecte mitjançant la participació.



La rendició de comptes

Fer públics els resultats i l'impacte de l'acció participativa.

3.

Disseny d'una acció participativa

El disseny inicial de qualsevol acció participativa és essencial per garantir l'assoliment d'objectius realistes mitjançant un procés que garanteixi els principis generals de la participació i s'adapti als recursos disponibles.

Per ajudar a fer un bon disseny, és clau fer una reflexió inicial entorn dels aspectes que es descriuen en els apartats següents.

3.1. Quin tipus de mecanismes participatius hi ha a FGC?

Els mecanismes de participació són diferents formats en els quals es pot desenvolupar la participació a FGC:

• Processos participatius

Accions que segueixen unes fases determinades i incorporen diverses activitats participatives, que tenen com a objectiu garantir el debat i la deliberació entre el personal o els grups d'interès per recollir-ne l'opinió respecte d'una actuació concreta en les fases de proposta, decisió, aplicació o avaluació.

• Consultes

Convocatòria a les persones legitimades en cada cas perquè manifestin llur opinió sobre una determinada actuació, decisió o política, mitjançant votació.

• Òrgans de participació

Espais estables de deliberació per a l'anàlisi, la proposta i l'avaluació d'iniciatives i polítiques relacionades amb un àmbit o temàtica determinats.

Aquesta guia es focalitza en el disseny de processos participatius.

3.2. Sobre quines temàtiques es pot participar?

Hi ha una gran varietat de temàtiques sobre les quals poden versar els processos participatius d'FGC. A tall d'exemple, se'n recullen algunes:



Disseny d'espais



Disseny de materials i serveis



Inversions



Millora de processos interns



Gestió interna dels treballadors i treballadores



Propòsit, valors i compromís empresarial



Estratègies empresarials

Elstemes que no siguin coherents amb l'estratègia empresarial, o que no siguin competència directa d'FGC, no serien qüestions susceptibles de posar a debat.

3.3. Quins públics hi poden participar?

De manera general, un procés participatiu pot estar orientat a públics objectiu diferents:

- **Públic intern:**
personal de la mateixa empresa
- **Públic extern:**
resta de grups d'interès
- **Públic mixt:**
una combinació dels dos anteriors

3.4. D'on pot néixer la iniciativa de fer un procés participatiu?

- **Del Comitè de Direcció**
(o en qui delegui)
- **Del personal directiu**
(o en qui delegui)
- **Del personal en general**

A Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, l'àrea d'Organització i Persones és la responsable de coordinar qualsevol procés participatiu i de gestionar tot el procediment que se'n derivi perquè es pugui desenvolupar correctament.

En cas que el procés participatiu neixi del personal en general, la persona tindrà com a canal prioritari de referència el seu comandament directe, a qui proposarà el procés participatiu. El comandament, mitjançant una comunicació ascendent, el farà arribar a aquelles persones o òrgans de direcció que puguin decidir sobre l'oportunitat de dur-lo a terme.

3.5.

Fases d'un procés participatiu

Cal tenir en compte que un procés participatiu ha d'estructurar-se en tres fases:



1. Informació

Fase en la qual es dona a conèixer el procés entre el públic objectiu, a través dels diferents canals de comunicació disponibles o d'accions informatives, amb informació clara i concreta sobre el procés i els materials accessibles.



2. Debat i deliberació

Inclou espais i mecanismes perquè el públic objectiu pugui participar-hi activament fent aportacions, debatent propostes, deliberant sobre solucions i prenent decisions conjuntes. Es pot dur a terme a través de canals de participació individuals o grupals, virtuals o presencials.



3. Retorn i avaluació

Implica la rendició de comptes sobre com s'ha desenvolupat el procés, quins han estat els resultats i l'impacte que ha tingut en les polítiques empresarials. També inclou l'avaluació interna i externa del procés general.

3.6.

Elements que cal considerar en el disseny d'un procés participatiu

En el moment de definir el disseny d'un procés participatiu, cal tenir en compte que s'ha de destinar el temps necessari per fer-ne la planificació prèvia. Això augmentarà les garanties d'èxit del procés i ajudarà a motivar i facilitar una participació de qualitat.

El disseny dels processos participatius i les metodologies emprades comporta una certa creativitat adaptada a cada cas.

Els elements més importants que cal considerar són:

- **Dissenyar activitats atractives i accessibles** amb diferents opcions per participar pensades per als diferents actors identificats i, si convé, dissenyar una fase de capacitació per a les persones participants.
- **Apropar la participació a les persones participants**, sigui en espais i horaris accessibles, o bé apropant-nos allà on ja disposen d'espais de participació. Cal tenir sempre presents els espais formals de participació ja existents.
- **Analitzar amb quins recursos es pot tirar endavant el procés**, és a dir, si es pot desenvolupar amb recursos propis o si cal ajuda externa per dissenyar les diferents activitats de participació, dinamitzar-les i elaborar els informes de resultats corresponents.

Tenint en compte els elements anteriors, cal detallar amb la màxima precisió possible la metodologia que s'emprarà per a la consecució dels objectius plantejats.

En aquest punt hem de ser capaços de definir específicament:

- **Tipus de participació**, és a dir, si és presencial o en línia.
- **Continguts** per tractar.
- **Parts interessades** que hi poden intervenir.
- **Tipus d'accions participatives** que es faran, dinàmiques i materials de suport.
- **Procés i canals d'informació** sobre les possibles sessions o altres espais de participació, com ara formularis, enquestes, propostes.
- **Calendari**.

3.7. El procés participatiu, pas a pas

Amb el pas dels anys, l'experiència acumulada a Ferrocarrils ens permet estructurar tot un seguit de passos que cal tenir en compte a l'hora de dissenyar un procés participatiu.

De l'anàlisi que s'ha fet metòdicament al final de cada procés dut a terme, n'hem extret molts aprenentatges.

Així, a continuació es relacionen els passos que considerem que s'han de seguir per dissenyar un procés participatiu. Hem tingut en compte les bones pràctiques que hem dut a terme, els problemes principals que ens hem trobat i les solucions que hi hem donat i que hem aplicat en accions posteriors.

1 **Designem un equip gestor**

Cal crear un grup impulsor que vetlli pel bon disseny i l'execució del procés participatiu.

Aquest grup ha de conèixer el disseny, validar la qualitat i la neutralitat del procés i ajudar a impulsar-lo. També ha de donar resposta als reptes que poden anar sorgint al llarg del procés.



Qualsevol procés participatiu ha de comptar amb un lideratge clar i visible i ha de disposar d'espais i òrgans de coordinació amb membres i funcions ben definits.

2 **Analitzem el context d'on sorgeix el procés participatiu**

Cal analitzar i comprendre la situació de partida de la temàtica que es vol posar a debat i les circumstàncies que empenyen a dur a terme el procés participatiu.



S'han de conèixer i tenir en compte els antecedents, els possibles posicionaments, els aspectes que poden generar conflictes, els actors implicats i les seves relacions, etc.

3 **Definim els objectius**

Cal definir de manera clara i compartida els objectius i analitzar-ne l'adequació i la viabilitat basant-se en les competències i les possibles limitacions d'FGC.



En cas que el procés participatiu depengui d'altres organismes a més d'FGC, cal implicar-los i consensuar-ne el compromís amb els objectius.

S'han de definir els objectius del procés participatiu en funció de per què hi participem, per què s'inicia el procés, per quin motiu, i sabent per a què hi participem, i què es vol assolir amb la participació.



És interessant pensar en processos que s'alineïn amb valors significatius per al bé comú o que siguin d'alt valor per a l'organització, com, per exemple, la protecció del medi ambient, la circularitat, la prevenció de riscos psicosocials, etc.

4 Fixem els límits

Cal fixar els aspectes que no són objecte de debat de l'acció. Això és clau per ajustar les expectatives sobre el debat i delimitar l'abast real del procés participatiu.



Entre d'altres, els límits poden ser per raó de pressupost, legalitat, competència, calendari o consideracions tècniques.

És important redactar els límits en positiu. Si hi ha aspectes que no estan oberts a modificacions, cal explicar-ho i comunicar-ho bé, per evitar que es generin contextos socials amb prejudicis sobre la intenció del procés participatiu.

Donar a conèixer els temes dels quals es pot debatre i dels quals no ajuda a no crear falses expectatives i afavoreix la percepció d'utilitat de la participació.

5 Delimitem els temes dels quals parlarem

Cal estructurar les qüestions que cal debatre a través d'eixos de debat per facilitar-ne la comprensió i afavorir l'obtenció de resultats tangibles.



Aquests eixos de debat han d'alinear-se amb els objectius de l'acció.

6 Identifiquem qui hi participarà

Cal identificar els perfils i els agents clau relacionats amb la temàtica del procés, així com aquells que poden estar-hi implicats de manera més indirecta i que poden enriquir el debat, i elaborar un mapa d'actors amb la finalitat de maximitzar els esforços de difusió o de garantir la diversitat de veus.



Els mecanismes de captació han de ser específics per a cada públic objectiu tenint en compte les seves particularitats.

7 Assegurem els recursos

Cal identificar les persones que formaran part de l'equip tècnic i que seran les responsables de les diferents tasques que s'han de desenvolupar al llarg del procés participatiu i, també, definir les responsabilitats que adquireix cadascuna i el temps de dedicació que els comportarà.

Cal ser molt realistes a l'hora de determinar quins recursos econòmics es requeriran i quina disponibilitat n'hi haurà.



S'han de tenir en compte tots els recursos econòmics que es necessitaran per desenvolupar l'acció: la partida pressupostària a debat, la comunicació i la informació, el suport extern en el disseny, la dinamització, etc.

8 Dissenyem la comunicació i la informació

Cal tenir present que la comunicació s'ha de desenvolupar des de l'inici del procés per ajudar a difondre'l i fomentar-hi la participació. Però també s'ha de comunicar i informar durant tot el procés i després, per explicar el tancament i les actuacions que es duen a terme.



La comunicació d'un procés participatiu ha de ser realista, adaptada i ha d'ajudar a assolir els objectius de l'acció.

Cal pensar quines són les idees i els missatges que es volen transmetre i analitzar quins canals cal fer servir per arribar a cada tipus de públic objectiu.



La informació és clau perquè les persones sàpiguen sobre què, com i quan es pot participar.

La informació ha de ser pedagògica i incidir clarament en les temàtiques de debat, els criteris i els límits del procés, i ha d'estar adaptada als diferents públics.

Cal evidenciar l'impacte del procés participatiu, com ara els reconeixements o les imatges identificatives, i incloure'l en els relats empresarials.

9 Planifiquem un calendari

Cal prestar molta atenció a la planificació temporal i als aspectes com èpoques complexes de l'any, ja sigui per saturació de feina interna o per vacances.



Convé preveure la feina interna del dia a dia, així com tenir en compte les èpoques que poden interferir en el nivell de participació, però també la feina interna que pot comportar el procés participatiu.

10 Assegurem el retorn

Cal retre comptes al final del procés i explicar, amb detall, el seu desenvolupament, els resultats i l'impacte que ha tingut en les polítiques empresarials.



La informació de retorn ha de fer èmfasi en els resultats de la participació, que han de ser útils per a la presa de decisions i han de ser contrastats amb les persones participants.

11 Avaluem l'acció

Cal fer una avaluació interna o externa general del procés participatiu i recollir-ne els resultats en una memòria.



La memòria ha d'identificar els punts forts i febles de les diferents fases i del procés en general. Aquesta informació serà d'utilitat per dissenyar processos futurs.

12 Creem espais de seguiment

Cal crear espais de seguiment dels acords i resultats sorgits del procés que permetin a les persones participants i altres parts interessades disposar d'informació periòdica sobre el seu estat de compliment.



La consolidació d'espais de seguiment dels acords genera confiança i contribueix a l'èxit de processos participatius posteriors.

Experiències



Presentació	20
Experiències	
Jornada de lideratge «Visió Compromís»	21
Pressupostos participatius d'FGC	22
Xarxa d'Activistes	23
Projecte «Creativationchallenge: descoberta dels Pirineus»	24
Comunitat d'innovació TiMnnova	25
Projecte «Al teu costat»	26
Comunitat d'innovació «Nexes – Al teu costat»	27
Disseny de la nova uniformitat Innovest	28
Projecte pilot de <i>placemaking</i> aplicat a l'estació de Bellaterra	29

En aquest apartat de la **Guia per al foment de la participació d'FGC** donem valor a les experiències de participació promogudes a FGC que enriqueixen el contingut de la guia mateixa.

Totes aquestes experiències s'adiuen amb el repte 2.2, «Una empresa on tothom compta», de l'eix 2, «Créixer amb les persones» de l'**Estratègia d'activisme 2030 d'FGC**.

Per interpretar el contingut de les taules cal tenir en compte:

Títol

	Objectiu	Finalitat, allò que es vol assolir
	Fases	Parts que componen el procés participatiu en qüestió
	Àrea promotora	Àrea de l'organització que incentiva la creació del procés participatiu
	Àrees implicades	Àrees de l'organització que estan incloses en el desenvolupament del procés participatiu
	Públic objectiu	Conjunt de persones a les quals es dirigeix el procés participatiu
	Any d'inici	Any en què comença el procés participatiu

Jornada de lideratge «Visió Compromís»



Objectiu

- Proposar accions de millora a partir dels resultats obtinguts en l'Enquesta de compromís i riscos psicosocials.
- Prioritzar les accions.
- Tenir una visió global de la implantació de les accions.



Fases

- 1. Prèvia:** Enquesta de compromís i riscos psicosocials de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya i avaluació dels resultats per part de totes les àrees.
- 2. Disseny** de la jornada, dels continguts, de la dinàmica i dels materials necessaris per dur-la a terme.
- 3. Participació:** realització de la jornada (durada: 3 h 30 min). Parts:
 - a. Presentació de la metodologia de treball
 - b. Treball en equips
 - c. Posada en comú i conclusions
- 4. Resultats:** elaboració i difusió de l'informe de resultats.



Àrea promotora

Organització i Persones



Àrees implicades

Totes les àrees de l'empresa



Públic objectiu

- Persones del col·lectiu de lideratge de Línies Metropolitanas
- Delegats/des de Prevenció



Any d'inici

2017

Pressupostos participatius d'FGC



Objectiu

Objectiu general:

- Implicar i fer protagonistes els diferents grups d'interès d'FGC en la decisió sobre l'objecte d'una part del pressupost d'inversió de l'empresa.

Objectius específics:

- Integrar els diferents grups d'interès d'FGC en la codecisió d'actuacions amb afectació tant interna com en l'àmbit de territori.
- Construir una cultura de participació i d'innovació oberta a través de la pràctica que integri tots els grups d'interès d'FGC.
- Fomentar la reflexió sobre les necessitats presents a escala interna i territorial entorn dels serveis oferts per FGC en concret, i la mobilitat en general.



Fases

- 1. Difusió** per donar a conèixer el procés participatiu a tots els grups d'interès.
- 2. Presentació de propostes** per part dels grups d'interès.
- 3. Validació de les propostes** recollides per la comissió de validació.
- 4. Votació** de les propostes validades a escala tècnica.
- 5. Retorn dels resultats** de tot el procés als grups d'interès.
- 6. Seguiment** de l'execució de les propostes guanyadores.



Àrea promotora

Organització i Persones



Àrees implicades

Totes les àrees de l'empresa



Públic objectiu







- Tot el personal d'FGC
- La resta de grups d'interès d'FGC



Any d'inici

2021

Xarxa d'Activistes

	<p>Objectiu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un espai intern de trobada de persones activistes a FGC. • Comprometre's amb el compliment del Decàleg de l'activista d'FGC. • Col·laborar en el desenvolupament de les accions previstes en l'Estratègia d'activisme.
	<p>Fases</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Constitució de la Xarxa d'Activistes. 2. Creació d'un espai de treball col·laboratiu per definir accions que cal dur a terme vinculades a l'Estratègia d'activisme d'FGC. 3. Seguiment de la implantació de les accions.
	<p>Àrea promotora</p>	<p>Organització i Persones</p>
	<p>Àrees implicades</p>	<p>Totes les àrees de l'empresa</p>
	<p>Públic objectiu</p>	<p>Tot el personal d'FGC</p>
	<p>Any d'inici</p>	<p>2021</p>

Projecte «Creativationchallenge: descoberta dels Pirineus»



Objectiu

- Descobrir l'entorn natural.
- Implicar-se en la preservació de l'entorn natural pensant idees creatives i innovadores que donin resposta als seus reptes.



Fases

- 1. Difusió** per donar a conèixer els diferents reptes als quals s'ha de donar resposta: biodiversitat, sostenibilitat i muntanya tot l'any.
- 2. Ideació** per pensar accions concretes que cal desenvolupar en cadascun dels reptes plantejats.
- 3. Producció** per desenvolupar les idees plantejades en accions concretes que s'hauran d'avaluar.
- 4. Presentació** dels projectes finals.
- 5. Retorn** per donar a conèixer els projectes seleccionats.



Àrea promotora

FGC Turisme



Àrees implicades

Comercial Vall de Núria
Explotació Vall de Núria



Públic objectiu

Escoles de zones urbanes



Any d'inici

2020

Comunitat d'innovació TiMnova



Objectiu

Objectiu general:

- Crear una comunitat d'innovació i aprenentatge per desenvolupar projectes en col·laboració entre els professionals de les diferents estacions d'esquí i muntanya.

Objectius específics:

- Crear un equip heterogeni que impulsi el projecte d'innovació.
- Identificar noves oportunitats empresarials.
- Generar un nou valor a les nostres estacions.
- Generar noves oportunitats tenint en compte el medi ambient de les nostres estacions.



Fases

- 1. Kick-off** per establir una estratègia d'innovació i uns objectius per assolir.
- 2. Definició de reptes** per part de l'equip impulsor del projecte.
- 3. Ideació** per generar idees, basada en inspiració (*trendstorming*) i empatia amb els usuaris i usuàries.
- 4. Creativitat i conceptualització** agrupant les millors idees per crear un concepte i tangibilitzar-lo.
- 5. Prototipatge** per transformar el concepte en una primera solució tangible que permeti experimentar i avaluar si el problema identificat es resol.
- 6. Storytelling** i presentació final de cada equip davant de tots els participants.



Àrea promotora

FGC Turisme
Organització i Persones



Àrees implicades

FGC Turisme



Públic objectiu

Tot el personal de les explotacions d'FGC Turisme



Any d'inici

2019

Projecte «Al teu costat»



Objectiu

Projecte per a la millora de l'atenció al client, i de canvi de comportaments i actituds envers l'atenció al públic dels agents d'estacions.



Fases

1. Prospectiva

- a. Entrevistes a comandaments.
- b. Etnogràfica: treball d'introducció en el rol de l'agent d'estacions i acompanyament alguns durant tot el seu servei.
- c. *Focus group* amb 30 agents d'estacions per tal de recollir les seves experiències viscudes amb els clients.

2. Formulació d'accions: amb totes les conclusions recollides en les fases de prospecció s'han formulat accions concretes que cal fer, recomanacions i millores en els procediments de treball i noves pautes d'actuació davant dels clients. Elaboració del decàleg de compromisos per a la millora de l'actitud envers el client.

3. Pla d'Entrenament Permanent (PEP): sessions de difusió i debat de les accions formulades i del decàleg.



Àrea promotora

FGC Operadora
Organització i Persones



Àrees implicades

Producció-Estacions d'FGC Operadora



Públic objectiu

Agents d'estacions



Any d'inici

2013

Comunitat d'innovació «Nexes – Al teu costat»



Objectiu

Promoure la participació dels agents d'estacions d'FGC que presten serveis a les estacions de les línies de Barcelona-Vallès i Llobregat-Anoia.



Fases

- 1. Difusió formulació del repte:** taller de formació i definició del repte amb supervisors/es i taller d'explicació de la iniciativa als supervisors/es.
- 2. Ideació i creativitat:** llançament del projecte + ideació (login plataforma + pujada d'idees). Selecció d'idees per part de l'equip d'innovació. Recollida d'idees individuals.
- 3. Conceptualització i prototipatge:** coaching de conceptualització i prototipatge. Treball en grups de les idees individuals unides per projectes similars.
- 4. Presentació final:** suport per preparar la presentació final i presentació final.



Àrea promotora

FGC Operadora
Organització i Persones



Àrees implicades

Producció-Estacions d'FGC Operadora



Públic objectiu

Agents d'estacions
Supervisors i supervidores de grup



Any d'inici

2021

Disseny de la nova uniformitat Innovest



Objectiu

Objectiu general:

- Repensar quina havia de ser la nova uniformitat del personal de Producció d'FGC Operadora i com havia de ser.

Objectius específics:

- Consolidar el vincle de la institució amb el teixit social, educatiu i empresarial, mitjançant un procés participatiu.
 - Reforçar el sentiment de pertinença del personal i fer-lo partícip del projecte i la presa de decisions.
-



Fases

- 1. Design Thinking** per definir els pilars del projecte (tecnologia, tendències, mercat, usabilitat).
 - 2. Sketching o prototipatge** per projectar diversos dissenys i propostes d'uniforme.
 - 3. Selecció de propostes** per seleccionar el disseny guanyador.
 - 4. Confecció** o patronatge dels dissenys seleccionats.
-



Àrea promotora

Organització i Persones



Àrees implicades

FGC Operadora
Economicofinancera
Organització i Persones



Públic objectiu

Tot el personal de Producció d'FGC Operadora
Altres grups d'interès, els usuaris del demà (usuaris i usuàries, escolars, empreses)



Any d'inici

2017

Més informació: https://www.fgc.cat/wp-content/uploads/2021/03/llibre_ok.pdf

Projecte pilot de *placemaking* aplicat a l'estació de Bellaterra

	<p>Objectiu</p>	<p>Objectiu general:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concertar propostes de millora a l'estació de Bellaterra i el seu entorn a partir de la participació ciutadana. <p>Objectius específics:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contribuir a desenvolupar l'Agenda estratègica 10/30 d'FGC. • Definir nous usos per potenciar el rol tractor de l'estació. • Reforçar el caràcter patrimonial. • Reforçar la centralitat de l'estació.
	<p>Fases</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anàlisi i diagnosi tècnica sobre el context territorial i la descripció del lloc. 2. Participació a través d'una sessió informativa, una jornada participativa i una anàlisi. 3. Definició de la «Visió del lloc» i Pla d'acció per validar les propostes per part de l'equip tècnic, estratègies clau, projectes d'actuació amb implicació d'FGC i Pla d'acció. 4. Execució de les actuacions inicials.
	<p>Àrea promotora</p>	<p>Xarxa ferroviària i Projectes</p>
	<p>Àrees implicades</p>	<p>Xarxa ferroviària i Projectes Altres grups d'interès</p>
	<p>Públic objectiu</p>	<p>Usuaris i usuàries de l'estació de Bellaterra, comerciants, agents socials, associacions de veïns, i comunitat de la UAB</p>
	<p>Any d'inici</p>	<p>2021</p>

© Ferrocarrils de la Generalitat
de Catalunya

Carrer del Vergós, 44
08017 Barcelona

Generalitat de Catalunya
Departament de Territori

Publicació amb el suport
de l'empresa Ceres

Edició electrònica,
desembre de 2023



Aquesta obra està subjecta a
una llicència Creative Commons
Reconeixement-NoComercial-
SenseObraDerivada 3.0 Espanya ([http://
creativecommons.org/licences/by-nc-
nd/3.0/es/legalcode.ca](http://creativecommons.org/licences/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca)).

Està permès de reproduir-la,
distribuir-la i fer-ne comunicació
pública, sempre que es faci sense
afany de lucre i que es reconegui
explícitament l'autoria de Ferrocarrils
de la Generalitat.