

Parc d'Atraccions Tibidabo, S.A.

2016

12 Juliol 2016

Índex

- 01** Presentació del Parc
- 02** El camí cap a l'Excel·lència
- 03** Resultats

01

Presentació del Parc

Breu història del Parc

El Tibidabo és un espai emblemàtic de la ciutat de Barcelona per la seva condició de punt més alt de la ciutat, ubicat a 500 m sobre el nivell del mar i al cor del Parc Natural de Collserola, i perquè en la memòria de tots els ciutadans és un referent del lleure.

Va ser construït per Salvador Andreu i inaugurat l'any 1899. Dos anys més tard, al 1901, va entrar en funcionament el Funicular del Tibidabo. El parc d'atraccions és familiar, no únicament perquè la seva visita en família ha estat i és tradicional, sinó perquè totes les persones, de qualsevol edat i condició, troben activitats adequades a les seves circumstàncies socials i culturals.



Evolució del Parc

L'any 2002 el parc va passar a ser propietat de l'Ajuntament de Barcelona, que va atorgar la gestió a l'empresa municipal BSM i va mantenir la seva característica de Societat Anònima (PATSA).



Visió i missió



Ser el Parc de la Felicitat



Fer que tothom que es relacioni amb Tibidabo se senti feliç

Valors

Seguretat

Garantim i prioritzem la seguretat de tothom

Som rigorosos i complim estrictament el que marquen les instruccions de treball

Solidaritat

Tenim un sentiment d'unitat i cohesió basat en objectius comuns.

Mostrem sensibilitat envers el Medi Ambient, la societat, els companys.

Desenvolupem projectes i iniciatives socials, recolzem i duem a terme actes solidaris, donem suport als col·lectius menys afavorits.

Passió per les persones

Ens posem en el lloc del client, ens mostrem servicials, flexibles i respectuosos amb els clients i els companys.

Establim relacions sòlides de companyerisme i col·laboració. Som un equip que ens fa respectar, reconèixer i valorar-nos mútuament.

Compromís

Tenim la voluntat d'alinear els nostres objectius amb els de l'Empresa i expressem orgull de formar part de PATSA.

Demostrem dedicació i ens esforcem al màxim.

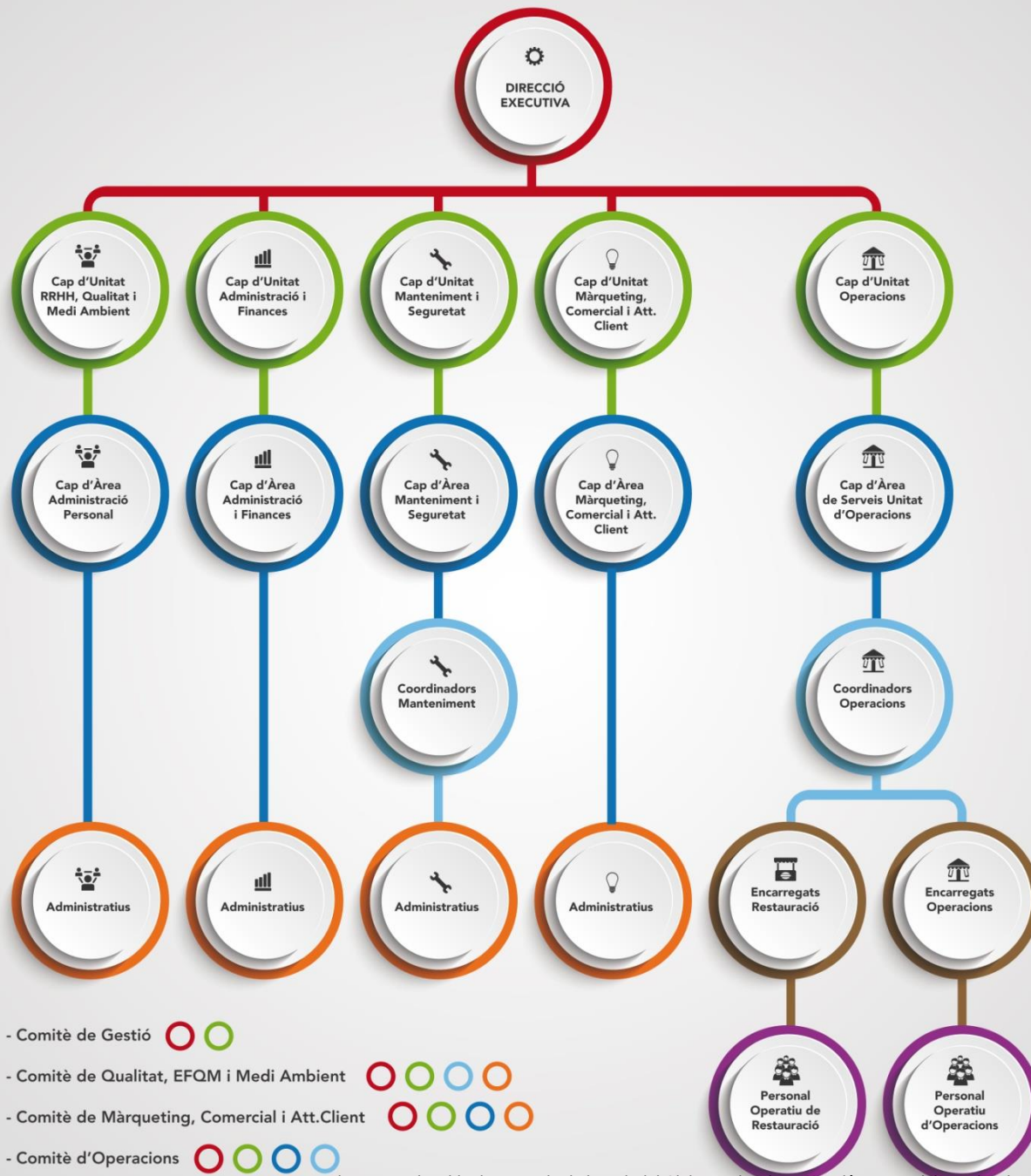
Il·lusió

Ens entusiasma la nostra feina: compartim i contagiem el nostre entusiasme amb una actitud positiva, de diàleg i optimista.

Tenim la llibertat i el compromís actiu de millorar amb opinions, idees, reflexions i crítiques constructives. L'exercim de forma honesta i responsable.



Organigrama i Òrgans de decisió



Eixos estratègics (I)

EXPERIÈNCIES

El Parc es converteix en generador d'experiències, treballant en la millora continua dels seus serveis als clients, integrant a tots els agents implicats en la gestió i assegurant la qualitat i excel·lència en tots els procediments.

SOLIDARITAT

El Parc d'atraccions Tibidabo és un Parc compromès socialment, s'esforça en desenvolupar projectes, i iniciatives socials i en recolzar i dur a terme actes culturals.



Eixos estratègics (II)

EDUCACIÓ

El Tibidabo, Parc educador, esdevindrà partícip en l'educació: activitats didàctiques on desenvolupar i ampliar coneixements a diferents nivells i obert a tothom.

SOSTENIBILITAT I AUTOSUFICIÈNCIA

Implantar mesures adreçades a aconseguir un Parc mediambientalment sostenible per, d'aquesta manera contribuir a la resiliència i sostenibilitat globals de l'ecosistema on estem integrats (Parc de Collserola).



02

El camí cap a l'Excel·lència

El camí fins a l'Excel·lència

Partíem de la certificació **ISO 9001:2008**, que el Parc va obtenir l'any 2004, àmpliament consolidada a l'organització i amb resultats satisfactoris anualment. Així mateix l'any 2015 es va obtenir la **ISO 14001:2004**, per tant ara tenim un **Sistema de Qualitat i Medi Ambient integrat**.

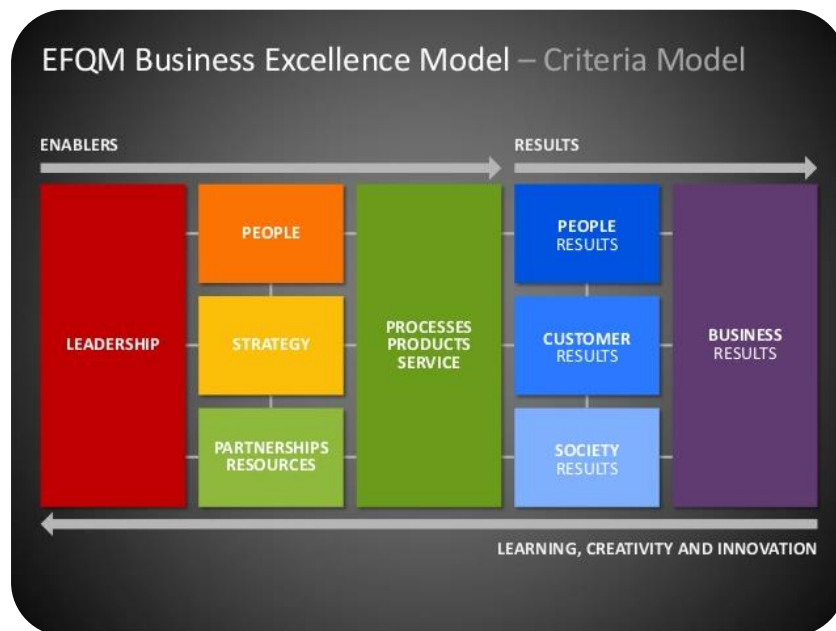
PATSA incorpora la veu del client a la gestió com a part de l'escolta activa que realitza a través de diferents canals i adreçada als diferents col·lectius que es relacionen amb el Parc. Així queda reflectit a la política de qualitat on s'estableix com a objectiu que el **80% de les aportacions del client es portin a terme**.



El camí fins a l'Excel·lència i situació actual

Al 2010 es va iniciar el procés d'Autoavaluació, i al Novembre de 2012 vam rebre la certificació **EFQM, Segell +300**.

Es va seguir aprofundint en les àrees de millora i punts forts detectats en l'avaluació realitzada i al febrer 2015 es va renovar la certificació, aquesta vegada amb el **Segell +400**.



Què ens ha aportat el model: Criteri Lideratge

Programa motivacional

IDENTITY



AVALUACIÓ
EFQM

Punts forts:

BONA PRÀCTICA,
EFICAÇ I
TRANSFERIBLE A
ALTRES
ORGANITZACIONS

Àrees de millora:

NECESSITAT
D'APROPAMENT
EQUIP DIRECCIÓ I
COMANDAMENTS

Acció:

SESSIÓ FORMATIVA
AMB METODOLOGIA
LEGO ENTRE
DIRECTIUS I
COMANDAMENTS

Resultat:

IMPLANTACIÓ DEL
SISTEMA DE
REUNIONS
"ELS TEUS ULLS"



Què ens ha aportat el model: Criteri Estratègia



El projecte per trobar les Mascotes **va implicar a tots els grups d'interès**, tant en el procés participatiu com en els membres del jurat per escollir la mascota del parc.

CONCURS PARTICIPATIU:

- Societat en general (campanya de publicitat)
- Centres cívics i biblioteques
- Escoles de disseny
- Socis Tibiclub
- Fans i seguidors de les xarxes socials del Parc



MEMBRES JURAT:

Nens socis **Tibiclub**, **Nens** del Casal del Raval, **Dibuixant** Pilarin Bayés, **Arquitecte** Dani Freixes, Representant **Unicef**, Dir. Comunicació **Ajunt. BCN**, **President PATSA**, Sr. Joan Puigdollers

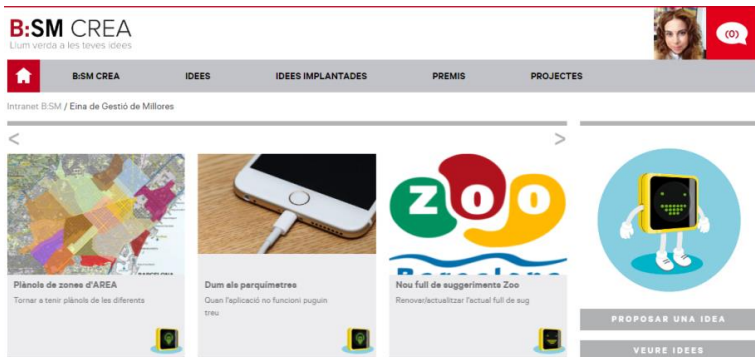
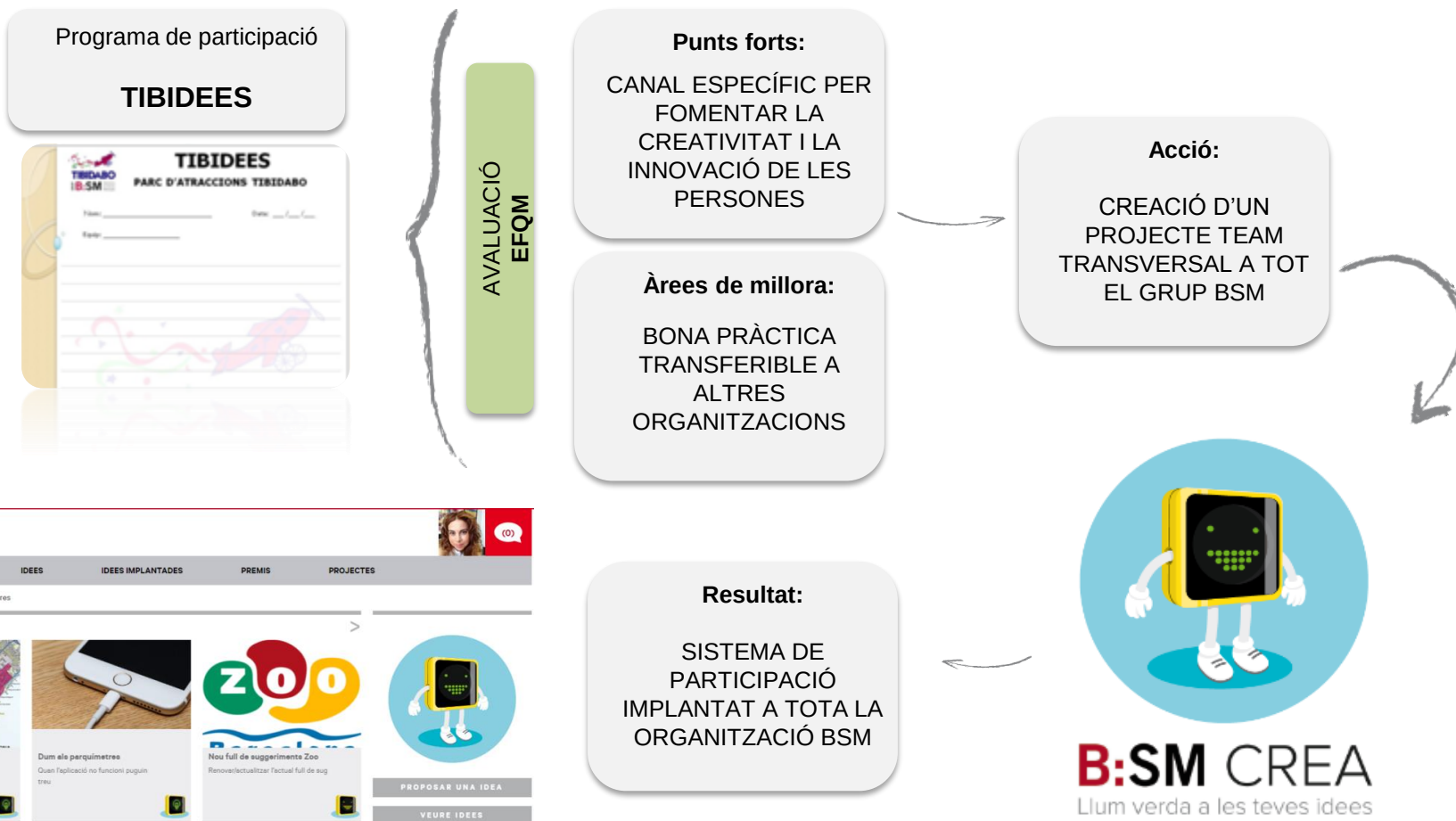


Què ens ha aportat el model: Criteri Estratègia (II)

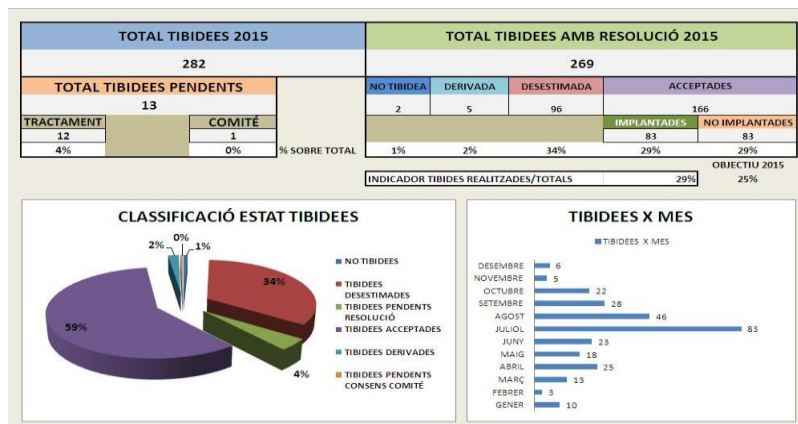
Les mascotes del Tibidabo!



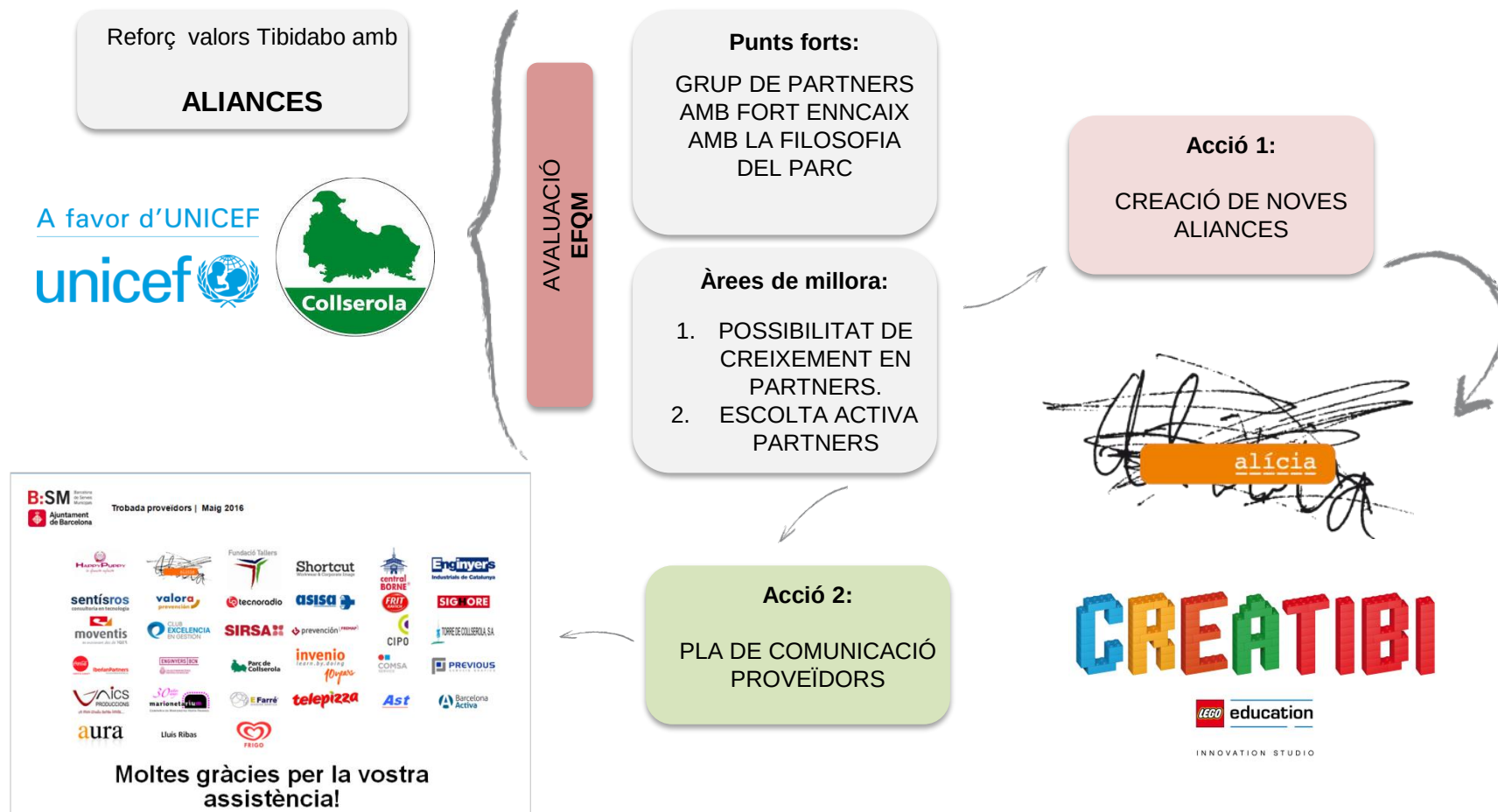
Què ens ha aportat el model: Criteri Persones



Què ens ha aportat el model: Criteri Persones



Què ens ha aportat el model: Criteri aliances i recursos

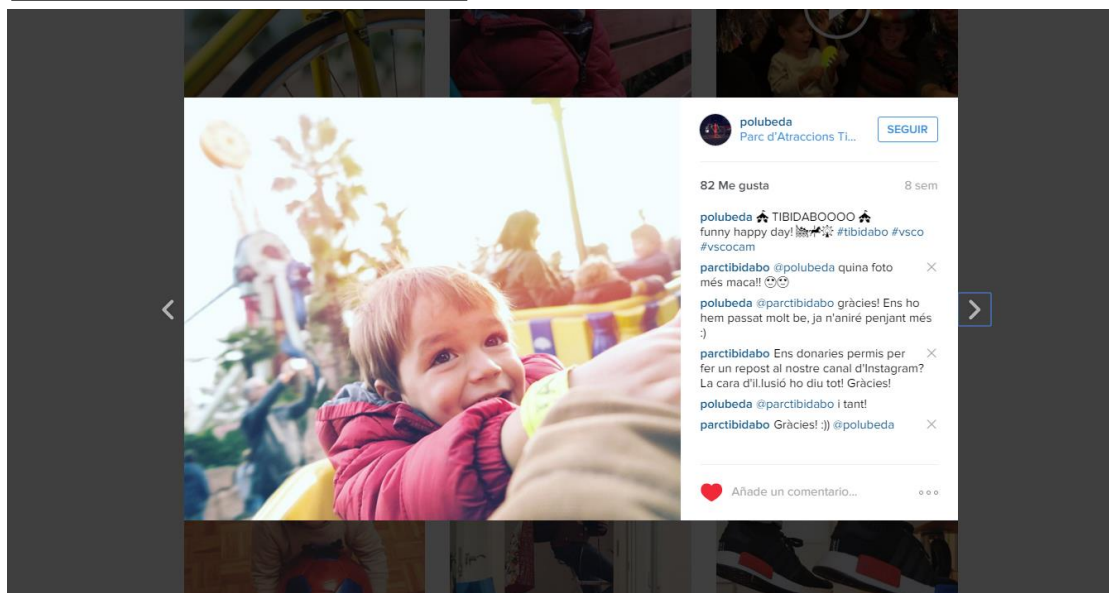


Què ens ha aportat el model: Criteri productes, processos i serveis

Producte amb valor: campanya inici temporada 2016

Aquesta temporada el Parc ha presentat una campanya d'inici especial: Les fotos que hi han participat han estat cedides per clients que, al llarg de l'any han visitat el Parc, i han compartit les seves imatges al Tibidabo a través de les seves xarxes socials.

Qui millor que qui ha viscut l'experiència Tibidabo (famílies, socis, turistes...) per mostrar les emocions reals viscudes al Parc. En el procés, els clients hi han participat activament aconseguint un vincle emocional amb el Parc.



Imatge original compartida a la xarxa social Instagram.

Què ens ha aportat el model: Criteri productes, processos i serveis

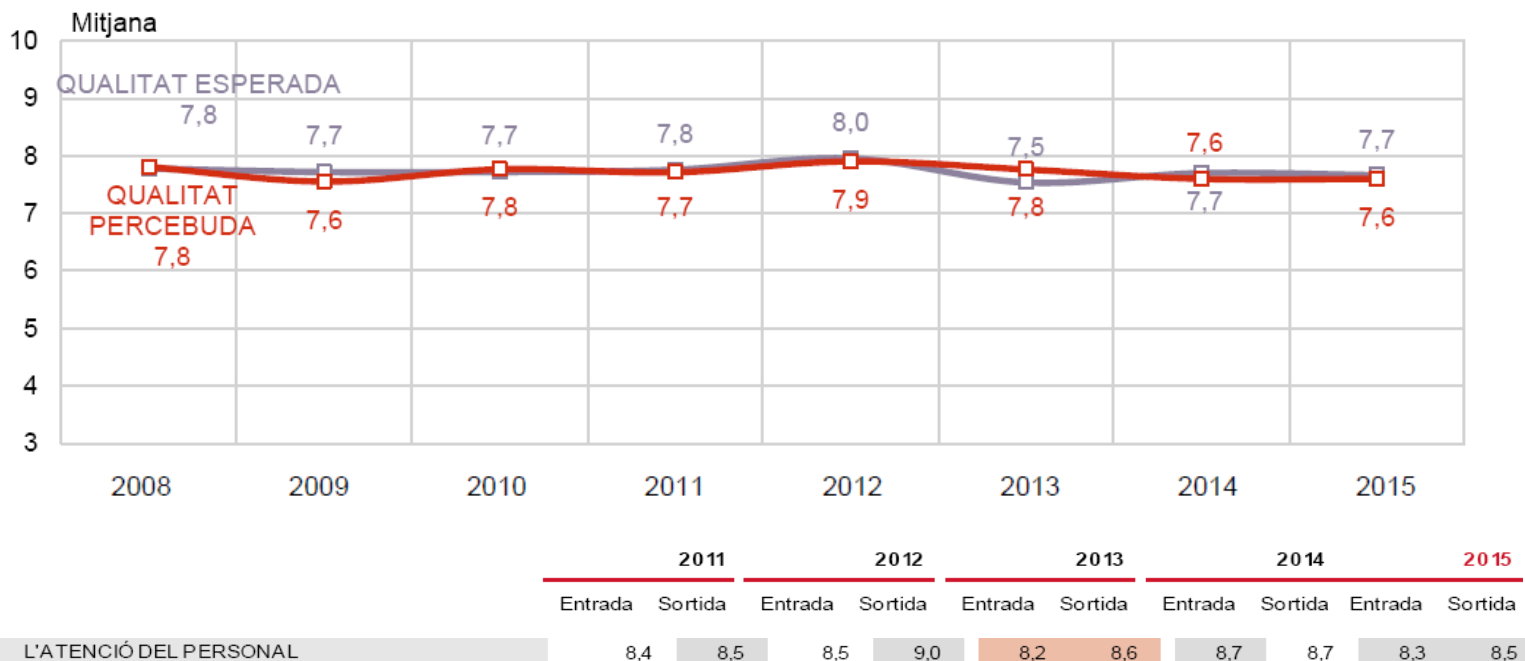


03

Resultats

Resultat clients: Índex de Satisfacció dels clients (ISC)

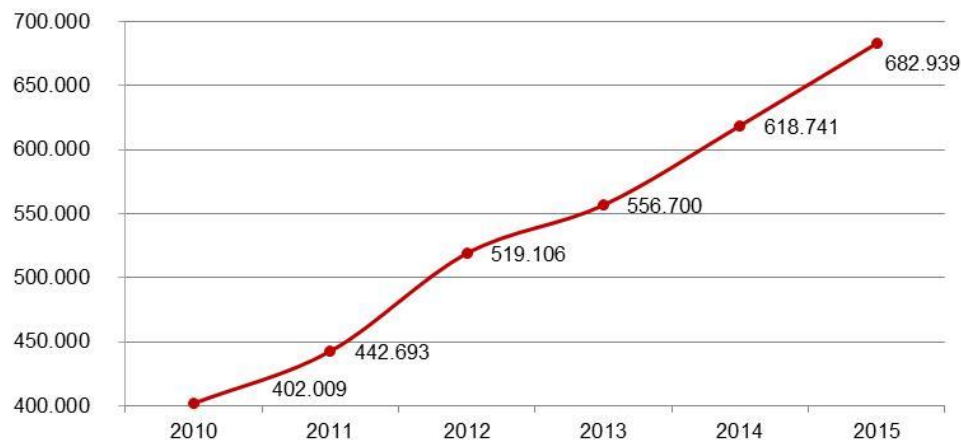
A l'enquesta anual de visitants del Parc, es valoren un total de 20 ítems relacionats amb l'**entorn** (mobilitat, neteja, senyalítica, seguretat i centres de restauració, entre d'altres), **servei** (horari, quantitat i varietat d'atraccions, relació qualitat preu i temps d'espera) i l'**atenció del personal**.



Resultats clau: Visitants i socis

El Parc d'atraccions manté un **creixement sostingut de visitants** els darrers any, arribant a la xifra record de l'any 2015.

Es preveu mantenir aquesta xifra, que assegura els bons resultats econòmics amb la satisfacció del client.



Resultats clau: Evolució principals magnituds

Dades monetàries en milers Euros



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012*	2013	2014	2015
Total ingressos	11.783	17.270	16.683	17.137	13.333	13.800	14.435	12.470	14.087	15.064
EBITDA	1.891	2.434	1.891	3.239	9	803	2.133	2.345	2.844	2.493
RESULTAT GESTIÓ	1.159	1.038	193	1.207	(2.201)	(1.401)	(87)	1.313	1.475	1.416
Dies d'obertura	148	144	139	144	136	139	140	141	143	155
Número de visitants	608.230	600.604	588.947	617.903	402.009	442.693	519.106	556.700	618.741	682.939
Número de visitants/dia	4.110	4.171	4.237	4.291	2.956	3.185	3.708	3.948	4.327	4.406

* A partir de novembre del 2012 finalitza la gestió de la restauració del Zoo



El Parc de la felicitat



B:SM Barcelona
de Serveis
Municipals



**Ajuntament
de Barcelona**

