Participación del personal de TMB en los eventos del Centenario del Metro

El reto de motivar y movilizar a la plantilla





Cent anys de Metro

Jornadas ATUC

Albert Piqué Ros · Comunicación Interna · TMB

Una celebración con una idea clara

“El personal, protagonista del Centenario de Metro”

Participar

No solo es asistir: aparecer, propoenr, explicar y compartir.

Pertenecer

Convertir la efeméride en orgullo colectivo y reconocimiento.

Mobilizar

Hacer fácil que equipos diversos y con turnos diferentes se sumen.

de comunicar actividades → **a construir una experiencia compartida**

Part 1 · Qué preparamos para la plantilla?

Celebración

Concierto Stay Homas
1.800 personas asistentes

CASO PRINCIPAL

Concierto Stay Homas





1.800 personas asistentes

CASO PRINCIPAL

El concierto de Stay Homas: el gran hito emocional

1.800

trabajadoras, trabajadores y familiares

10 de febrero de 2025 · L’Auditori de Barcelona

Ver

Oportunidad única

Un concierto especial en la recta final del grupo.

Experiencia social

Invitaciones dobles, familias, photocalls y celebración.

Historia compartida

100 años de Metro explicados desde el orgullo de la plantilla.

Alta demanda

Aforo completo y gran respuesta interna.

CASO PRINCIPAL

Concierto Stay Homas

1.800 personas asistentes



¿Por qué funcionó?

Relevancia

Un grupo capaz de conectar con varios públicos.

Reconeixement

La plantilla como protagonista, no como público pasivo,

Exclusividad

Una experiencia difícil de repetir y que se percibe como un regalo.

EXPERIENCIA MEMORABLE

Puesta en escena

Photocalls, ambientación y una historia visual coherente.

Baja fricción

Sorteo claro, doble invitación y canal muy conocido: Club GenTMB.

Componente social

Celebra con compañeros y familia.

Parte 1 · ¿Qué activamos para la plantilla?

Celebración

Concierto Stay Homas
1.800 asistentes

Experiencias

Visitas a lugares de trabajo
2.500 personas

Visitas a centros de trabajo







2.500 personas asistentes

Parte 1 · ¿Qué activamos para la plantilla?

Celebración

Concierto Stay Homas
1.800 asistentes

Experiencias

Visitas a lugares de trabajo
2.500 personas

Protagonismo

Campaña “Sent el Metro”
133 candidaturas

Campaña “Sent el metro”





133 candidaturas

Parte 1 · ¿Qué activamos para la plantilla?

Celebración

Concierto Stay Homas
1.800 asistentes

Experiencias

Visitas a lugares de trabajo
2.500 personas

Protagonismo

Campaña “Sent el Metro”
133 candidaturas

Familias

Family day· Trenes históricos
1.000 personas

Exhibición de trenes antiguos

1.000
personas
asistentes





Parte 1 · ¿Qué activamos para la plantilla?

Celebración

Concierto Stay Homas
1.800 asistentes

Experiencias

Visitas a lugares de trabajo
2.500 personas

Protagonismo

Campaña “Sent el Metro”
133 candidaturas

Familias

Family day · Trenes históricos
1.000 personas

Juego

Joc del Centenari
710 participantes

Joc del centenari



710 jugadores/as

Parte 1 · ¿Què activamos para la plantilla?

Celebración

Concierto Stay Homas
1.800 asistentes

Experiencias

Visitas a lugares de trabajo
2.500 personas

Protagonismo

Campaña “Sent el Metro”
133 candidaturas

Familias

Family day · Trenes históricos
1.000 personas

Juego

Joc del Centenari
710 participantes

Deporte

Carrera nocturna
132 participaciones internas

Carrera nocturna + Cronoescalada

710 corredores/as







Parte 1 · ¿Qué activamos para la plantilla?

Celebración

Concierto Stay Homas
1.800 asistentes

Experiencias

Visitas a lugares de trabajo
2.500 personas

Protagonismo

Campanya “Sent el Metro”
133 candidaturas

Familias

Family day · Trenes históricos
1.000 personas

Juego

Joc del Centenari
710 participantes

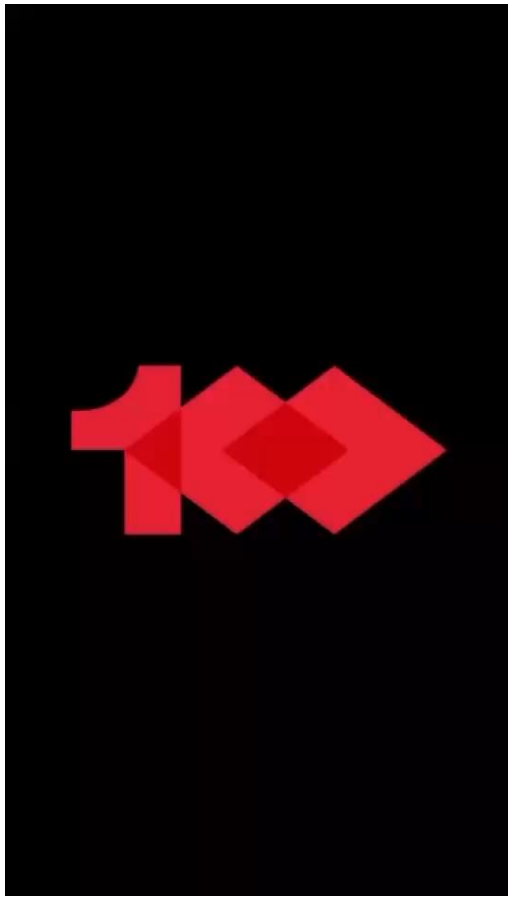
Deporte

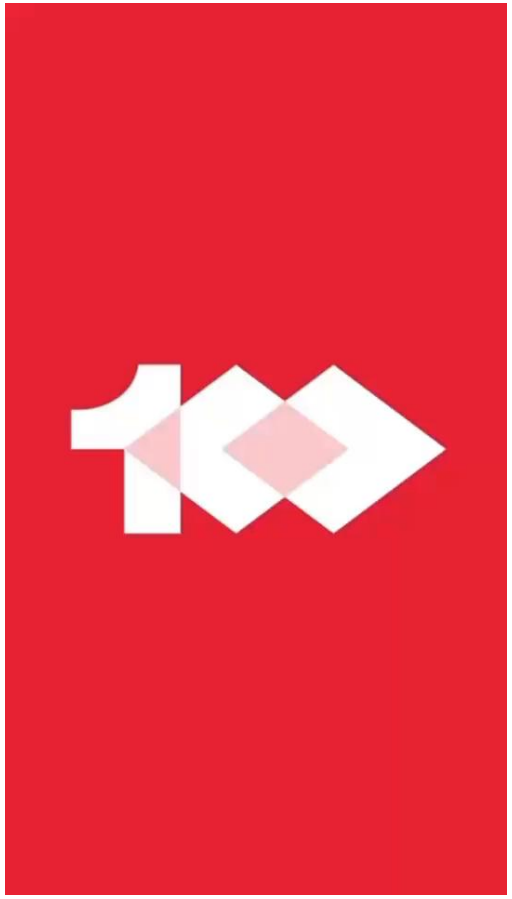
Carrera nocturna
132 participacions internes

Contenidos

Reels + videopodcast
94 personas

Embajadores de marca en el XXSS









94 Brand ambassadors

Parte 1 · ¿Qué activamos para la plantilla?

Celebración

Concierto Stay Homas
1.800 asistentes

Experiencias

Visitas a lugares de trabajo
2.500 personas

Protagonismo

Campanya “Sent el Metro”
133 candidaturas

Familias

Family day · Trenes históricos
1.000 personas

Juego

Joc del Centenari
710 participantes

Deporte

Carrera nocturna
132 participacions internes

Contenidos

Reels + videopodcast
94 personas

TMB Day

Reunión corporativa
1.300 personas

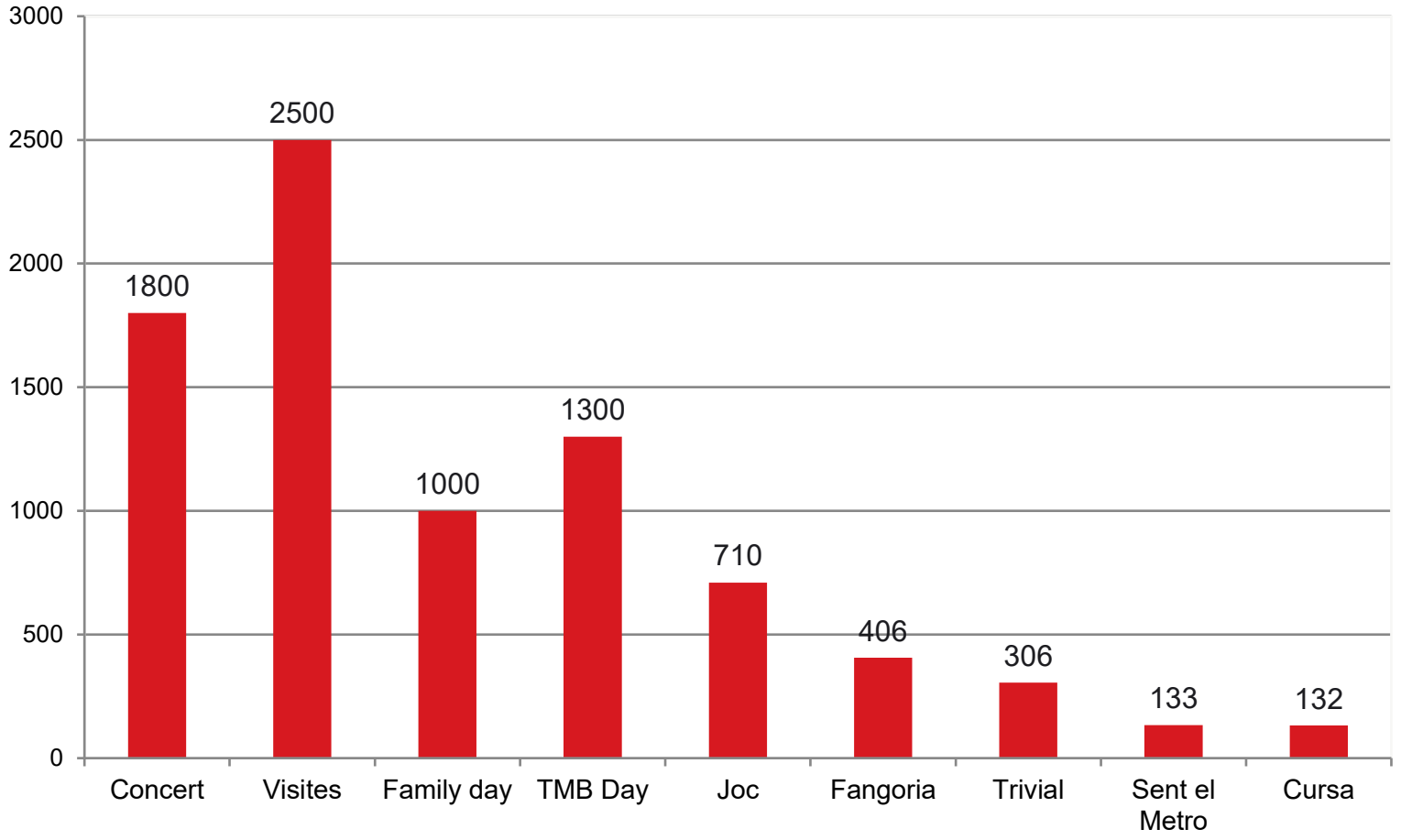
TMB Day



1.300 personas asistentes

Actividades para todos/as: cultura, patrimonio, deporte, contenido y experiencias familiares

9.204 acciones: el alcance acumulado



9.204

participaciones acumulades

6.304

usuarios del GenTMB Club

97%

adhesión a GenTMBappMembresía de GenTMBapp

No todo es el aforo: tres niveles de participación



El objetivo no fue “llenar”, sino avanzar de la presencia a la implicación.

CÓMO ACTIVAR

Campaña de movilización



DESCUBRIR	VALORAR	REGÍSTRATE	ASISTIR	COMPARTIR	REGRESAR
Te lo explicamos con una promesa clara.	Ves por qué es relevante para ti.	Lo haces en menos de un minuto.	Recibes recordatorios, logística y facilidades.	Lo explicas e inspiras a otras personas.	Te reconocemos e invitamos a la siguiente.

Medir la conversión entre etapas nos permite saber dónde perdemos participación.

CUADRO DE MANDO

Medir mejor para tomar mejores decisiones

ALCANCE

% de plantilla impactada

Por canal y grupo

CONVERSIÓN

Registros / Impactos

y tiempo para registrarse

ASISTENCIA

Asistentes / Inscritos

incluyendo ausencias

DIVERSIDAD

Centros, negocios y turnos

Ampliación de la base

EXPERIENCIA

Evaluación y recomendación

Qué repetir y qué cambiar

RECURRENCIA

Nuevo vs. Regular

Participación a lo largo del año

Los datos finales no son "cuántas personas", sino quiénes participan, por qué y si regresan.

Parte 2 · El reto (algunas reflexiones)

Turnos y disponibilidad

La misma llamada no se aplica a todos los grupos.

Acceso desigual a los canales

No todo el mundo trabaja delante de un PC ni consulta los mismos espacios.

Ruido excesivo

Una actividad compite con muchas comunicaciones y prioridades.

No es un valor muy evidente

"¿Qué gano yo?" es la pregunta que hay que responder.

Distancia organizativa

Los controladores y equipos locales pueden activarse o frenar.

Participación repetitiva

Las mismas personas siempre se apuntan si no amplimos la base.

Parte 2 · Seis palancas para movilizar

1 Relevancia

Conectar el evento con el trabajo, el orgullo y la identidad.

2 Segmentación

Grupo, turno, centro, intereses y grado de participación.

3 Facilidad

Registro sencillo, información clara y recordatorios útiles.

4 Embajadores

Líderes, líderes locales y participantes de ediciones anteriores.

5 Experiencia

Hacer que merezca la pena: social, memorable y fácil de compartir.

6 Regreso

Estar agradecidos, mostrar el impacto y explicar lo que pasará a continuación.

Parte 2 · El debate

- ¿Es la participación una consecuencia de la motivación o la motivación es una consecuencia de la participación?
- ¿Qué hace que un trabajador decida participar en una actividad organizada por su empresa?
- ¿Qué pesa más: la actividad en sí o la forma en que se comunica?
- ¿Es realista aspirar a movilizar más del 20% de la plantilla en una actividad voluntaria?
- ¿Cómo mides el éxito de una acción de participación interna?
- ¿Qué es más importante: la cantidad de participantes o la calidad de la experiencia?
- ¿Cómo contactar con personas que trabajan por turnos o que no tienen acceso regular a un ordenador?
- ¿Cuáles son los principales obstáculos para movilizar al personal operativo?
- ¿Cómo podemos evitar llegar siempre a las mismas personas "normales"?
- ¿Se puede crear la sensación de pertenencia o solo puede reforzarse?
- ¿Qué impacto tienen las experiencias compartidas en la cultura corporativa?
- ¿Es más eficaz explicar los valores de una empresa o darles vida?

¡Muchas gracias!