

CONCLUSIONES CURSO DE VERANO

"Autobús y Digitalización"

25 y 26 de junio de 2018

Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Santander

Los medios de transporte colectivo están viviendo actualmente su particular revolución. Y es que, las nuevas tecnologías y el compromiso permanente que tiene el sector para incorporar los últimos avances tecnológicos están poniendo al transporte colectivo de viajeros a la cabeza de la innovación.

Esta transformación que está viviendo el sector es fruto de muchos factores, entre ellos, la necesidad de evolucionar hacia una movilidad que se adapte a las exigencias de los usuarios en lo que se refiere a seguridad, rapidez, comodidad, información y conectividad.

La transformación tecnológica y digital ofrece además un valor añadido para toda la cadena de valor del sector: la optimización de procesos, innovar en los modelos de negocio actuales, mejorar la experiencia de los pasajeros y contribuir a la eficiencia energética.

En este sentido, el transporte colectivo de viajeros por carretera está incorporando a los vehículos nuevas tecnologías y sistemas de entretenimiento a bordo. Además, también se están desarrollando aplicaciones informáticas que facilitan el acceso a la información de los usuarios del transporte como pueden ser el proceso de compra de billetes, consulta de horarios, tiempos de salida y llegada o ubicación del vehículo.

Estos y otros avances y la apuesta constante por la innovación han hecho que la **flota española de autobuses sea la más moderna de Europa**, permitiendo prestar unos servicios con unos estándares de calidad similares a los de la Alta Velocidad.

Viajeros cada vez más digitales

Tecnología y digitalización y viajeros y agencias de viaje tienen una relación cada vez más estrecha, tal y como refleja el primer informe "Hábitos y comportamientos del turista nacional", realizado por el Observatorio Nacional del Turismo Emisor, y que señala que **internet ha sido el medio más empleado para formalizar las reservas de vacaciones** hasta el momento.

Así, el **conocimiento del cliente es cada vez más determinante** a la hora de diseñar y adecuar las propuestas vacacionales. Aspectos como la edad, el género o el grupo poblacional tienen una gran influencia a la hora de comprar las vacaciones en función del tipo de viaje, la antelación o el

medio de transporte. Y aquí la tecnología y la digitalización ocupan un papel fundamental a la hora de segmentar por tipos de clientes.

De hecho, como revela este informe, un amplio porcentaje de viajeros acude a las agencias tras consultar la información alojada en distintos sitios en internet, incluidas agencias online. Por eso, se sugiere que los canales presenciales refuercen sus contenidos en la red para informar de las novedades, para tratar de fidelizar a los clientes y para canalizar ese interés hacia los puntos de venta físicos.

Además, canales alternativos como WhatsApp, adquieren cada vez más importancia en la relación con el cliente. En este sentido, el Observatorio Nacional de Turismo Emisor recomienda con urgencia planificar las estrategias de acercamiento a los viajeros teniendo en cuenta este canal dentro del repertorio de herramientas de atención y promoción de las agencias.

Este estudio también recoge que, aunque los medios preferidos por los viajeros son el coche particular y, en menor medida, el avión, los **usuarios de trenes y autobuses contratan más tardíamente estos medios**, quizá por falta de plazas en los servicios de transporte antes citados, o tal vez por otros hábitos de comportamiento.

La tecnología, una ventana de oportunidades

Por supuesto, es necesario seguir dando pasos hacia delante, aprovechando todas las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información y comunicación para potenciar el uso del autobús. Algunas innovaciones pasarían, por ejemplo, por el uso del Big Data, la Smart Mobility, la integración, el open data o los métodos de pago digital.

La **unión del sector en una sola central de reservas** sería una herramienta clave para potenciar el autobús. Esta plataforma permitiría un fácil acceso a los servicios de transporte, contribuiría a impulsar la intermodalidad, políticas de fidelización e incrementaría la satisfacción y la conexión con los usuarios a la vez que serviría como una potente herramienta para dar visibilidad y poner en valor el autobús.

También es necesario continuar trabajando en la **formación de los profesionales** que integran el sector para ayudarles a adaptarse a los cambios que implican las nuevas tecnologías.

El transporte colectivo, de todos y para todos

El sector debe continuar viajando hacia el futuro con solidez, pero también siendo flexible para adaptarse a los nuevos retos que vienen por el camino. Sin embargo, no es un camino que dependa únicamente de un actor. Las

Administraciones Públicas deben mostrar su compromiso firme con el modelo del autobús, un modelo que permite garantizar el acceso universal al transporte, haciendo que no haya prácticamente ningún núcleo de población con más de 50 habitantes que no sea atendido por, al menos, una línea interurbana de autobuses, sin apenas coste para las arcas públicas y a unos precios asequibles para toda la ciudadanía e inferiores a los de la mayoría de los países de la Unión Europea.

Para atender la demanda de la movilidad de la población, cada vez más exigente y con mayor número de posibilidades, muchas de las cuales no garantizan la seguridad del usuario, la vertebración del territorio nacional, la estabilidad laboral o su compromiso económico con el desarrollo del país, es necesario que se pongan en marcha diferentes acciones para potenciar el transporte colectivo por carretera.

La posibilidad de **incrementar el índice de velocidad de 100 a 110 kilómetros por hora** sería una de ellas. Esta medida permitiría una mayor satisfacción del servicio que se presta a los usuarios al reducir los tiempos de viaje e incrementar la competitividad del autobús, tomando en cuenta que las infraestructuras y los vehículos están preparados para soportar este pequeño incremento de la velocidad.

En relación con las infraestructuras específicas para el autobús, que duda cabe de que los nuevos sistemas de gestión de las mismas, con el apoyo de las TIC, suponen una solución muy óptima para la movilidad de las personas. De este modo, sistemas como los BRT, los Bus-VAO o los carriles dinámicos repercuten en la calidad del servicio prestado y redundan en el fomento del transporte público como medio eficaz de reducción de las emisiones y preservación del entorno medioambiental. Es necesario por tanto un fuerte apoyo institucional a estas políticas desde todos los ámbitos y administraciones, que permitan la mejora continua y los ajustes del servicio hacia la optimización de todos los modos de transporte que conforman una ciudad.

La seguridad del pasajero, en el punto de mira

La seguridad vial es otro ámbito en el que es fundamental la colaboración con las instituciones. Es un hecho que el autobús es el **medio de transporte por carretera más seguro**: desplazarse en autobús es 21 veces más seguro que hacerlo en coche, atendiendo al número de heridos, y 24 veces más seguro si atendemos al número de víctimas mortales. Todo esto es posible gracias a la alta profesionalidad y responsabilidad de la gran mayoría de los conductores, así como a la mejora de los vehículos y de las infraestructuras.

Sin embargo, todavía se podría hacer más en esta área, tal y como CONFEBUS ha propuesto a la Dirección General de Tráfico con medidas

como la tolerancia cero de alcohol y drogas a los conductores profesionales; la instalación de alcolocks obligatorios en los vehículos matriculados a partir de una determinada fecha; que las empresas de transporte sean conecedoras del saldo de puntos de sus conductores, a través de notificaciones automáticas; y que los conductores se sometan a reconocimientos médicos periódicos como se hace en otros modos de transporte.

La puesta en marcha de estas medidas ayudaría a **incrementar la confianza de los ciudadanos y fomentaría la transparencia** en el ejercicio de una actividad que tiene como principal obligación garantizar la seguridad de los viajeros.

Tecnología puesta al servicio del medio ambiente

La **calidad, la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente** no son meros conceptos para el sector. Y todos ellos están estrechamente ligados con la digitalización y los avances tecnológicos en los que el transporte colectivo por carretera está inmerso.

La **apuesta por ofrecer un servicio de calidad** forma parte del ADN de este colectivo. Esta apuesta se refleja en que los servicios de transporte en autobús en España son de los mejores valorados por los usuarios europeos, consecuencia de los más de 500 millones de euros anuales que el sector invierte en su renovación. Las cifras también avalan esta percepción, ya que los autobuses y autocares en España transportan cada año a más de 1.750 millones de viajeros, representando una cuota del 52% del transporte colectivo de viajeros en nuestro país.

Como parte de su compromiso con la sociedad y por la sostenibilidad, el sector está realizando un importante esfuerzo por implementar medidas que contribuyan a crear un **entorno mejor desde el punto de vista medioambiental**. Es necesario tomar en cuenta que los viajeros cada vez miran con más detalle los comportamientos de las compañías que prestan servicios y los toman en cuenta a la hora de decidir cómo y con qué compañía van a viajar.

De esta manera, el sector trabaja firmemente en el ahorro energético, la limitación de las emisiones contaminantes o de efecto invernadero o el uso de fuentes de energías limpias, como el gas y las renovables, tanto en las flotas como en las instalaciones. De hecho, las compañías cada vez cuentan con más vehículos propulsados por energías alternativas como los híbridos, de gas natural o eléctricos.

Contratación pública electrónica: más ágil, transparente y eficaz

Finalmente, la nueva Ley de Contratos del Sector Público hace una apuesta por la contratación electrónica, estableciéndola como obligatoria desde su entrada en vigor el pasado mes de marzo y anticipándose a los plazos previstos a nivel comunitario. Ésta debe servir para **simplificar todo el procedimiento de licitación de servicios de transporte**, hacerlo más eficaz y transparente y mejorar el acceso de las empresas a oportunidades del mercado tanto dentro como fuera de nuestro país.

La contratación electrónica es ya una realidad operativa que acelera los procesos y alivia el gasto de fondos públicos. Su mayor introducción no debe suponer barreras técnicas y administrativas que entorpezcan la participación en concursos y ha de facilitar que las empresas puedan presentarse a licitaciones gracias a la automatización y centralización del flujo de información sobre oportunidades y a unas búsquedas más rápidas y a menor coste. Con ella se espera que las administraciones y los operadores reduzcan sus costes administrativos y que se agilicen los procedimientos de contratación.