

# **BUENAS PRÁCTICAS Y RECOMENDACIONES PARA LA MEJORA DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE TRANSPORTE PÚBLICO DE VIAJEROS POR CARRETERA**

## **Capítulo 2.**

### **Buenas prácticas en transporte público de viajeros por carretera**

# Índice

---

**II.1 Consideraciones generales**

pág. 1

**II.2 Cuadros resumen**

pág. 2

**II.3 70 Buenas prácticas**

pág. 6

## II.1 BUENAS PRÁCTICAS EN TRANSPORTE PÚBLICO DE VIAJEROS

En este capítulo se describe un repertorio de 70 casos en los que los responsables del transporte público (titulares y operadores) u otras partes interesadas han implementado medidas para mejorar la credibilidad y la calidad del transporte público. Estas medidas suelen aportar beneficios directos al cliente, traduciéndose en una mejora de su satisfacción con el servicio recibido. La variedad de las mejoras reseñadas evidencia el enorme espacio existente para avanzar en el perfeccionamiento de los servicios de transporte público y sugiere estrategias para gestionar las tendencias de movilidad actuales.

La mayor parte de las actividades descritas se corresponden con los ámbitos que la Norma UNE-EN 13816 establece para estructurar la definición de la calidad del servicio. Pero también se incluye un buen número de experiencias dirigidas a mejorar aspectos relacionados con la operación y la gestión del sistema: eficiencia, participación ciudadana,... Estos casos también favorecen al cliente, ya sea por una contención del coste operacional (y por tanto de las tarifas), por una mayor transparencia y adecuación a las necesidades.

Los objetivos de este repertorio de buenas prácticas son:

- Aportar nuevas ideas para mejorar la calidad del transporte público.
- Mostrar formas para adecuar el transporte público a las necesidades de las personas.
- Sensibilizar a los agentes implicados sobre la importancia de mejorar la satisfacción del cliente para aumentar la cuota modal del transporte público.
- Remarcar el enfoque hacia el cliente a la hora de planificar los servicios de transporte público.
- Exponer la realidad de otros países para orientar los avances de los sistemas de transporte público.
- Promover el “benchmarking” como herramienta para mejorar la calidad.
- Destacar la importancia de la intermodalidad en los escenarios actuales.
- Demostrar la importancia del transporte público como pilar de las políticas de desarrollo sostenible y bienestar en Europa.

El repertorio está estructurado en una serie de fichas numeradas compuestas por distintos apartados que permiten una consulta sistemática: el título, la contextualización, la clasificación temática, el resumen, el contenido y los enlaces. Se indica el país (o países) donde se ha llevado a cabo la buena práctica y, en su caso, las regiones o ciudades implicadas. Además, se describen las organizaciones encargadas de implementar las mejoras.

La clasificación temática de cada buena práctica corresponde a los temas sobre los que trata. Estos temas están divididos en dos grupos genéricos: provisión y gestión de los servicios. Gracias a esta clasificación se puede realizar una búsqueda temática de buenas prácticas, de modo que se pueda investigar sobre cada tema sin depender del contexto geográfico o del orden de las fichas. En las tablas A y B del apartado II.2 se enumeran las buenas prácticas relacionadas con cada tema, mientras que en la tabla C se intenta hacer un resumen general y estructurado del capítulo.

Se han incluido resúmenes de cada buena práctica (resaltando ideas y conceptos importantes) para que el lector pueda hacerse una rápida idea de su contenido.

Toda la información necesaria para elaborar las fichas proviene de páginas Web de operadores, autoridades del transporte, administraciones (europeas, estatales, regionales o municipales), asociaciones para el transporte (transnacionales y nacionales), proyectos de I+D, fundaciones, empresas privadas relacionadas con el transporte,... En el apartado dedicado a enlaces aparecen las fuentes de información utilizadas en cada ficha. Aunque muchas de estas fuentes no contienen información en castellano, se recomienda su consulta a todo aquel que tenga interés en investigar más acerca de las buenas prácticas.

El capítulo cuarto recoge enlaces correspondientes a páginas Web de organizaciones que elaboran estudios de buenas prácticas y que se han considerado muy útiles para realizar tareas de

“benchmarking”. Algunos de los casos del presente capítulo provienen de estas organizaciones y simplemente se han traducido al castellano para facilitar su comprensión.

La mayor parte de las buenas prácticas corresponden a Reino Unido (16), Alemania (11), Francia (9), Suecia (7), Países Bajos (7) y Suiza (6). También se recogen buenas prácticas de España, Italia, Finlandia, Austria, Bélgica, Noruega, Dinamarca y China.

## II.2 CUADROS RESUMEN

### A. Provisión de servicios

|   |    |    |    |    |    |    |    |
|---|----|----|----|----|----|----|----|
| <b>1- Servicio ofertado: cobertura, adecuación a las necesidades, transporte a la demanda,...</b> |    |    |    |    |    |    |    |
| 2   | 3  | 7  | 10 | 15 | 17 | 18 | 23 |
| 24  | 25 | 27 | 31 | 34 | 35 | 36 | 38 |
| 42  | 45 | 47 | 59 | 67 | 68 | 69 | 70 |
| <b>2- Accesibilidad: PMR, taxis, ciclistas, automovilistas, adquisición de billetes,...</b>       |    |    |    |    |    |    |    |
| 2   | 3  | 10 | 12 | 15 | 25 | 28 | 38 |
| 41  | 45 | 47 | 54 | 55 | 67 | 68 |    |
| <b>3.a- Información general estática: servicio ofertado, accesibilidad, personalizada,...</b>     |    |    |    |    |    |    |    |
| 1   | 4  | 5  | 7  | 12 | 17 | 18 | 23 |
| 25  | 26 | 37 | 39 | 46 | 47 | 48 | 49 |
| 54  | 62 | 64 |    |    |    |    |    |
| <b>3.b- Información dinámica: multimodal, telefonía móvil, rutas y paradas, incidencias,...</b>   |    |    |    |    |    |    |    |
| 12  | 26 | 37 | 40 | 41 | 46 | 48 | 49 |
| 61  |    |    |    |    |    |    |    |
| <b>4- Tiempo: velocidad comercial, planificación del viaje,...</b>                                |    |    |    |    |    |    |    |
| 4   | 12 | 15 | 26 | 34 | 37 | 38 | 39 |
| 40  | 41 | 45 | 46 | 47 | 48 | 49 | 50 |
| 61  | 62 | 67 |    |    |    |    |    |
| <b>5.a- Atención al cliente: orientación, relación, comunicación,...</b>                          |    |    |    |    |    |    |    |
| 4   | 5  | 8  | 12 | 13 | 19 | 21 | 30 |
| 33  | 43 | 51 | 59 | 66 |    |    |    |
| <b>5.b- Atención al cliente: tarifas integradas, especiales, flexibilidad, medios de pago,...</b> |    |    |    |    |    |    |    |
| 6   | 10 | 13 | 15 | 16 | 17 | 23 | 24 |
| 25  | 29 | 30 | 31 | 32 | 44 | 52 | 56 |
| 60  | 62 | 66 | 67 | 69 |    |    |    |
| <b>6- Confort: funcionalidad de los equipamientos, factores externos,...</b>                      |    |    |    |    |    |    |    |
| 2   | 3  | 7  | 30 | 45 | 65 | 68 |    |
| <b>7- Medio ambiente: contaminación, recursos naturales, infraestructuras,...</b>                 |    |    |    |    |    |    |    |
| 22  | 34 |    |    |    |    |    |    |

## B. Gestión de servicios

|  |    |    |    |    |    |    |    |
|--|----|----|----|----|----|----|----|
| <b>1- Fomento de la coordinación y la homogeneidad</b>                           |    |    |    |    |    |    |    |
| 8  | 20 | 23 | 27 | 35 | 37 | 39 | 40 |
| 41   | 42 | 49 | 51 | 56 | 62 | 67 |    |
| <b>2- Participación ciudadana</b>  |    |    |    |    |    |    |    |
| 1  | 9  | 45 | 56 | 63 |    |    |    |
| <b>3- Campañas y servicios para captar nuevos clientes</b>                       |    |    |    |    |    |    |    |
| 28   | 29 | 30 | 35 | 53 | 64 | 69 |    |
| <b>4- Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios</b>                |    |    |    |    |    |    |    |
| 11   | 22 | 24 | 29 | 32 | 36 | 42 | 54 |
| 55   | 56 |    |    |    |    |    |    |
| <b>5- Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida</b>              |    |    |    |    |    |    |    |
| 11   | 12 | 14 | 20 | 22 | 50 | 52 | 55 |
| 64   | 70 |    |    |    |    |    |    |
| <b>6- Educación infantil</b>   |    |    |    |    |    |    |    |
| 9  | 57 |    |    |    |    |    |    |
| <b>7- Prestigiar las instalaciones de transporte público</b>                     |    |    |    |    |    |    |    |
| 65   |    |    |    |    |    |    |    |
| <b>8- Facilitar el transporte de ciertas mercancías en el transporte público</b> |    |    |    |    |    |    |    |
| 23   | 68 | 70 |    |    |    |    |    |
| <b>9- Financiación del transporte público</b>                                    |    |    |    |    |    |    |    |
| 20   | 22 | 58 | 70 |    |    |    |    |
| <b>10- Gestión de los recursos humanos</b>                                       |    |    |    |    |    |    |    |
| 21   | 22 | 33 | 43 | 59 |    |    |    |
| <b>11- Implementación de nuevos sistemas de pago</b>                             |    |    |    |    |    |    |    |
| 16   | 23 | 30 | 44 | 60 | 66 |    |    |

## C. Resumen general

| País             | Núm. | Servicio ofertado | Accesibilidad | Información general estática | Información dinámica | Tiempo | Atención al cliente (relación) | Atención al cliente (tarifas) | Confort | Medio ambiente | Fomento de la coordinación y homogeneidad | Participación ciudadana | Campañas y servicios para captar nuevos clientes | Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios | Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida | Educación infantil | Prestigiar las instalaciones de transporte público | Facilitar el transporte de ciertas mercancías en el TP | Financiación del transporte público | Gestión de los recursos humanos | Implementación de nuevos sistemas de pago |   |   |
|------------------|------|-------------------|---------------|------------------------------|----------------------|--------|--------------------------------|-------------------------------|---------|----------------|---|-------------------------|--|---|---|--------------------|--|--|-------------------------------------|---------------------------------|---|---|---|
| Alemania         | 1    |                   |               | X                            |                      |        |                                |                               |         |                |   | X                       |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 2    | X                 | X             |                              |                      |        |                                |                               | X       |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 3    | X                 | X             |                              |                      |        |                                |                               | X       |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 4    |                   |               | X                            |                      | X      | X                              |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 5    |                   |               | X                            |                      |        | X                              |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 6    |                   |               |                              |                      |        |                                | X                             |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 7    | X                 |               | X                            |                      |        |                                |                               | X       |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 8    |                   |               |                              |                      |        | X                              |                               |         |                | X   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 9    |                   |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                |   | X                       |  |   |   |                    | X  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 10   | X                 | X             |                              |                      |        |                                | X                             |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 11   |                   |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         |  |   | X   | X                  |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
| Australia        | 12   |                   | X             | X                            | X                    | X      | X                              |                               |         |                |   |                         |  |   | X   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
| Austria          | 13   |                   |               |                              |                      |        | X                              | X                             |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 14   |                   |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         |  |   | X   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
| Bélgica          | 15   | X                 | X             |                              |                      | X      |                                | X                             |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
| China            | 16   |                   |               |                              |                      |        |                                | X                             |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   | X |
| Dinamarca/Suecia | 17   | X                 |               | X                            |                      |        |                                | X                             |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
| España           | 18   | X                 |               | X                            |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 19   |                   |               |                              |                      |        | X                              |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 20   |                   |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                | X   |                         |  |   | X   |                    |  |  |                                     | X                               |   |   |   |
|                  | 21   |                   |               |                              |                      |        | X                              |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   | X |   |
|                  | 22   |                   |               |                              |                      |        |                                |                               |         | X              |   |                         |  | X   | X   |                    |  |  |                                     | X                               | X   |   |   |
| Finlandia        | 23   | X                 |               | X                            |                      |        |                                | X                             |         |                | X   |                         |  |   |   |                    |  | X  |                                     |                                 |   |   | X |
|                  | 24   | X                 |               |                              |                      |        |                                | X                             |         |                |   |                         |  | X   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
| Francia          | 25   | X                 | X             | X                            |                      |        |                                | X                             |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 26   |                   |               | X                            | X                    | X      |                                |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 27   | X                 |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                | X   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 28   |                   | X             |                              |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         |  | X   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 29   |                   |               |                              |                      |        |                                | X                             |         |                |   |                         | X  | X   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 30   |                   |               |                              |                      |        | X                              | X                             | X       |                |   |                         | X  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   | X |
|                  | 31   | X                 |               |                              |                      |        |                                | X                             |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 32   |                   |               |                              |                      |        |                                | X                             |         |                |   |                         |  |   | X   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 33   |                   |               |                              |                      |        | X                              |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   | X |   |
| Italia           | 34   | X                 |               |                              |                      | X      |                                |                               |         | X              |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 35   | X                 |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                | X   |                         | X  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |
|                  | 36   | X                 |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         |  | X   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |   |

| País         | Núm. | Servicio ofertado | Accesibilidad | Información general estática | Información dinámica | Tiempo | Atención al cliente (relación) | Atención al cliente (tarifas) | Confort | Medio ambiente | Fomento de la coordinación y homogeneidad | Participación ciudadana | Campañas y servicios para captar nuevos clientes | Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios | Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida | Educación infantil | Prestigiar las instalaciones de transporte público | Facilitar el transporte de ciertas mercancías en el TP | Financiación del transporte público | Gestión de los recursos humanos | Implementación de nuevos sistemas de pago |   |
|--------------|------|-------------------|---------------|------------------------------|----------------------|--------|--------------------------------|-------------------------------|---------|----------------|---|-------------------------|--|---|---|--------------------|--|--|-------------------------------------|---------------------------------|---|---|
| Noruega      | 37   |                   |               | X                            | X                    | X      |                                |                               |         |                | X   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
| Países Bajos | 38   | X                 | X             |                              |                      | X      |                                |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 39   |                   |               | X                            |                      | X      |                                |                               |         |                | X   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 40   |                   |               |                              | X                    | X      |                                |                               |         |                | X   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 41   |                   | X             |                              | X                    | X      |                                |                               |         |                | X   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 42   | X                 |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                | X   |                         |  | X   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 43   |                   |               |                              |                      |        | X                              |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 | X   |   |
|              | 44   |                   |               |                              |                      |        |                                | X                             |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   | X |
| Reino Unido  | 45   | X                 | X             |                              |                      | X      |                                |                               | X       |                |   | X                       |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 46   |                   |               | X                            | X                    | X      |                                |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 47   | X                 | X             | X                            |                      | X      |                                |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 48   |                   |               | X                            | X                    | X      |                                |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 49   |                   |               | X                            | X                    | X      |                                |                               |         |                | X   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 50   |                   |               |                              |                      | X      |                                |                               |         |                |   |                         |  |   | X   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 51   |                   |               |                              |                      |        | X                              |                               |         |                | X   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 52   |                   |               |                              |                      |        |                                | X                             |         |                |   |                         |  |   | X   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 53   |                   |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         | X  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 54   |                   | X             | X                            |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         |  | X   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 55   |                   | X             |                              |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         |  | X   | X   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 56   |                   |               |                              |                      |        |                                | X                             |         |                | X   | X                       |  | X   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 57   |                   |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         |  |   |   | X                  |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 58   |                   |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  | X                                   |                                 |   |   |
| 59           | X    |                   |               |                              |                      |        | X                              |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     | X                               |   |   |
| 60           |      |                   |               |                              |                      |        | X                              |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 | X   |   |
| Suecia       | 61   |                   |               |                              | X                    | X      |                                |                               |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 62   |                   |               | X                            |                      | X      |                                | X                             |         |                | X   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 63   |                   |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                |   | X                       |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 64   |                   |               | X                            |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         | X  |   | X   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 65   |                   |               |                              |                      |        |                                |                               | X       |                |   |                         |  |   |   |                    | X  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 66   |                   |               |                              |                      |        | X                              | X                             |         |                |   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   | X |
| Suiza        | 67   | X                 | X             |                              |                      | X      |                                | X                             |         |                | X   |                         |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
|              | 68   | X                 | X             |                              |                      |        |                                |                               | X       |                |   |                         |  |   |   |                    |  | X  |                                     |                                 |   |   |
|              | 69   | X                 |               |                              |                      |        |                                | X                             |         |                |   | X                       |  |   |   |                    |  |  |                                     |                                 |   |   |
| Europa       | 70   | X                 |               |                              |                      |        |                                |                               |         |                |   |                         |  | X   |   |                    | X  | X  |                                     |                                 |   |   |

## II.3 70 BUENAS PRÁCTICAS

### FICHA 1

#### MAPAS DE ACCESIBILIDAD PARA P.M.R.



**BVG**  
Berlín  
Alemania

#### RESUMEN

La accesibilidad de la red de transporte público de la capital alemana es fielmente revelada a los clientes mediante mapas y folletos de la compañía BVG, permitiendo a todas las personas desplazarse sin la incertidumbre normalmente asociada a las barreras de accesibilidad.

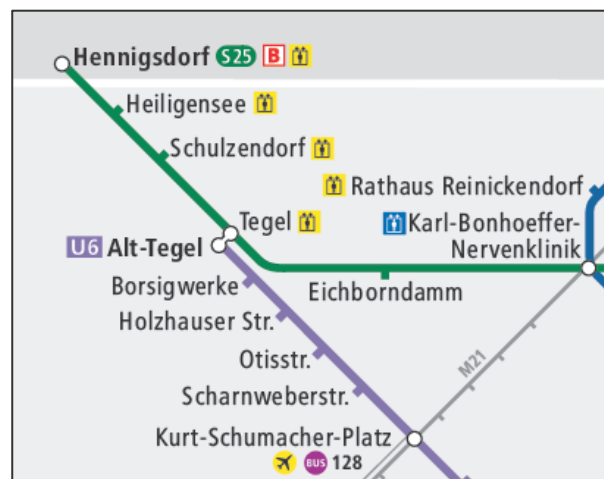
#### CLASIFICACIÓN

- Información general estática (accesibilidad)
- Participación ciudadana (PMR)

#### DESCRIPCIÓN

Las estaciones, los vehículos y los intercambiadores conforman la red de transporte público, de modo que si una PMR (ver definición en el capítulo 4) no sabe si puede o no desplazarse fácilmente en su interior la red se le reduce enormemente.

Durante largo tiempo un equipo integrado por representantes del **operador principal de transporte público de Berlín (BVG)** y de la asociación de discapacitados (BB) ha estudiado todos los puntos de la red con problemas de accesibilidad. El análisis del estado de las instalaciones fijas y los vehículos, además de ser útil para planificar las mejoras a realizar, ha servido para publicar un folleto y un mapa con todos los detalles relativos a la accesibilidad en el área metropolitana de Berlín. De esta forma, mientras las mejoras no lleguen, existe información detallada y fiable para que los principales afectados puedan desplazarse con mayor seguridad y tranquilidad. En el futuro se actualizará el mapa a medida que se sucedan las mejoras de accesibilidad.



#### ENLACES

- <http://www.bvg.de/index.php/en/Bvg/Detail/folder/699/id/2719/nb/1/name/BVG+Network+Maps> (Mapas)
- <http://www.bvg.de> (BVG)

## FICHA 2

RMV  
Frankfurt  
Alemania

## LÍNEAS DE OCIO PARA CICLISTAS

## RESUMEN

La autoridad del transporte de Frankfurt (RMV) ha creado diversas líneas especialmente diseñadas para llevar a los aficionados al ciclismo hasta las localizaciones más interesantes de la región para practicar este deporte. Son líneas de fin de semana, con tarifas integradas y explotadas con autobuses totalmente preparados para albergar a los ciclistas y a sus bicicletas.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Accesibilidad (ciclistas)
- Confort (funcionalidad de los equipamientos en los vehículos)

## DESCRIPCIÓN

La gran cantidad de aficionados a la bicicleta como deporte en un ambiente natural (y no solamente como medio de transporte urbano) conforma un nuevo mercado de movilidad en Alemania: llevar a los ciclistas hasta los destinos favoritos para practicar su deporte. Los ciudadanos descubren muchos lugares atractivos mediante esta afición, lo cual retroalimenta al sistema de la movilidad regional y fomenta los desplazamientos interurbanos.

El transporte público es una buena alternativa al vehículo privado para los ciclistas ya que puede resultar más cómodo, accesible, rápido, seguro y económico. El ciclista suele salir de casa preparado para pedalear en tramo urbano (hasta la parada o estación pertinente), realizar el trayecto sentado tranquilamente en el autobús o el tren y desembarcar directamente en la zona natural especialmente idónea para practicar el deporte.

La **autoridad metropolitana del transporte público en Frankfurt (RMV)** decidió crear una línea regular de autobús para llegar a una nueva ruta ciclista inaugurada el año 2000 en la región de Vogelsberg. Esta línea se diseñó especialmente para los ciclistas, equipando a los vehículos con ganchos para sujetar las bicicletas. Además fue bautizada con el nombre "VulkanExpress" en referencia a la nueva ruta ciclista, conocida como Vulkan. El éxito de esta línea motivó a RMV a crear en el año 2001 dos nuevas líneas similares (pero a destinos distintos).

Todas estas líneas funcionan exclusivamente los fines de semana, están equipadas para transportar bicicletas y son accesibles mediante los billetes y abonos normales de RMV (sistema tarifario integrado del área metropolitana de Frankfurt).

Los trenes regionales también disponen de coches especiales durante los fines de semana, en los que hay espacio para bicicletas, sillas de ruedas y cochecitos. Además del éxito de las nuevas líneas de autobús de ocio para ciclistas, también ha habido un aumento importante de ciclistas transportados en la red ferroviaria regional.

## ENLACES

- [http://www.emta.com/IMG/pdf/emta\\_news\\_13.pdf](http://www.emta.com/IMG/pdf/emta_news_13.pdf) (Volumen 13 de las EMTA News)
- <http://www.rmv.de/coremedia/generator/RMV/AutoCo/Fahrrad/MitDemFahrradAufTour/inhalt.html#1650> (Información sobre ciclistas en transporte público)
- <http://www.rmv.de> (RMV)

## FICHA 3

SSB  
Stuttgart  
Alemania

## VOLVER A CASA DEPUÉS DE LAS 20h

## RESUMEN

La gente que sale de noche en Stuttgart puede volver a casa de forma rápida, segura y económica. Existe la posibilidad de pedirle al conductor del autobús que pare en un punto intermedio de la ruta o que reserve un taxi para que espere en la parada solicitada. Además las mujeres tienen un descuento de 3€ al viajar en taxi por la noche.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Accesibilidad (taxi)
- Confort (factores externos)

## DESCRIPCIÓN

La compañía **SSB opera los autobuses y los tranvías del área metropolitana de Stuttgart** (cerca de un millón de habitantes). En 1991 puso en marcha el servicio Ruf-Taxi para facilitar que sus clientes accedieran más fácilmente a sus destinos finales durante la noche. Desde entonces ha tenido una buena acogida entre la ciudadanía y hoy en día es utilizado por una media de 150 personas al mes.

Mediante este servicio gratuito, los clientes de SSB que viajan a partir de las ocho de la tarde (cualquier día de la semana) pueden pedir al conductor del vehículo que llame para reservar un taxi en una de las 35 estaciones y paradas designadas para este servicio. La mayoría de las veces los clientes no necesitan esperar al taxi al llegar a la parada, lo que hace más rápida y fiable la conexión entre los dos modos.

Por razones de seguridad, en 1996 se introdujo una versión específica de este servicio llamada Frauen-Nacht-Taxi (taxi nocturno para mujeres). Gracias a este servicio las mujeres que viajan solas por la noche en transporte público tienen un descuento de 3€ al tomar el taxi hacia su destino final. SSB se hace cargo de este coste. Una media de 250 mujeres utiliza el Frauen-Nacht-Taxi cada mes. La mayoría de las reservas de taxis se suelen hacer los viernes y sábados por la noche a partir de la media noche.

Últimamente todos los autobuses de SSB permiten solicitar paradas en cualquier lugar de la ruta a partir de las nueve de la noche. De esta manera los pasajeros pueden desembarcar en lugares más cercanos a su destino final que en condiciones normales. La pérdida de tiempo debida a estas paradas adicionales no supone un gran problema ya que no es hora punta, hay poco tráfico y porque de noche importa más la seguridad (caminar menos) que la puntualidad exacta. Este servicio es común en otras ciudades de Alemania, como en Frankfurt.

## ENLACES

- [http://www.emta.com/IMG/pdf/emta\\_news\\_12.pdf](http://www.emta.com/IMG/pdf/emta_news_12.pdf) (Volumen 12 de las EMTA News)
- <http://www.ssb-ag.de> (SSB)

## FICHA 4

BSAG  
Bremen  
Alemania

## CENTRO DE INFORMACIÓN INTERMODAL

## RESUMEN

El Centro Intermodal de Informaciones de Transporte de Bremen ha mejorado la calidad de las informaciones (enfoque intermodal, acceso por Internet), ha aumentado el número de empleados de atención al cliente, ha ampliado el espacio disponible para clientes y empleados, ha renovado el diseño con mobiliario más ameno en las salas y ha reducido el tiempo de espera.

## CLASIFICACIÓN

- Información general estática (personalizada)
- Tiempo (planificación del viaje)
- Atención al cliente (orientación)

## DESCRIPCIÓN

El Centro Intermodal de Informaciones de Transporte de Bremen utiliza la telemática como un instrumento para las informaciones sobre todas las modalidades del transporte público y otros servicios de movilidad. El centro es administrado por **el operador local del transporte público (BSAG)**, y fue abierto en noviembre de 2002 como sucesor del antiguo punto de información sobre la ciudad y el transporte. En él se centralizan muchas funciones, pues es sede de varios departamentos y tiene una sala para conductores de autobuses y tranvías, lo cual les permite descansar y relajarse en una ubicación privilegiada.

Para convencer a un número mayor de pasajeros potenciales para usar los servicios, ampliando así la clientela, se ha trabajado en mejorar los servicios informativos a los clientes: informaciones de mayor calidad, mayor número de empleados, mayor espacio disponible para clientes y empleados, nuevo diseño con mobiliario más ameno en las salas y una reducción del tiempo de espera.

El acceso a las informaciones es posible a través de plataformas de Internet en terminales de ordenadores de servicio automático o con la ayuda del personal. Los terminales de ordenadores pueden utilizarse también para la venta electrónica de billetes.

Los clientes del centro también tienen acceso a las informaciones de la organización local del Car Sharing (Cambio) y pueden reservar coches disponibles en el garaje, en el mismo edificio en el que está situado el centro.

Se han realizado estudios comparativos entre el Centro para clientes antiguo y el nuevo. Los resultados ponen de manifiesto que la satisfacción de los visitantes ha aumentado y que el nuevo centro es visitado por más gente joven y usuarios irregulares del transporte público. Aunque el nuevo centro ofrece distintas formas de acceso a las informaciones, el contacto personal sigue siendo la más popular. La información intermodal ha sido valorada muy positivamente.

## ENLACES

- [http://www.civitas-initiative.org/measure\\_sheet.phtml?lan=en&id=74](http://www.civitas-initiative.org/measure_sheet.phtml?lan=en&id=74) (Medida CIVITAS)
- <http://www.bsag.de> (BSAG)

## FICHA 5

LVB  
Leipzig  
Alemania

## MARKETING EN LAS OBRAS

## RESUMEN

Aprendiendo de las malas experiencias pasadas, LVB decidió hacer una campaña de marketing para minimizar los problemas causados por las obras de construcción de las nuevas vías segregadas del tranvía. Información, atención a quejas y sugerencias, asesoramiento personal y publicidad han permitido mejorar la opinión pública respecto a la gestión de las obras y de sus impactos.

## CLASIFICACIÓN

- Información general estática (personalizada)
- Atención al cliente (orientación, comunicación)

## DESCRIPCIÓN

Desde 1994 **Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB)**, proveedor de transporte público ha convertido el sistema de tranvía convencional en un sistema de tranvía urbano con vías separadas de la calzada. Se espera que se realicen intensos trabajos de construcción hasta el año 2010. Temporalmente provocará dificultades al usuario del sistema de transporte público, residentes, pequeños comerciantes y compañías afectadas.

En el pasado, los trabajos de construcción dieron una imagen negativa de LVB. Por lo tanto, LVB decidió aplicar servicios de gestión de movilidad y poner en marcha una campaña de "marketing sobre el lugar de construcción". Se implementaron los siguientes servicios:

- Centro de movilidad temporalmente ubicado sobre el lugar en cuestión (autobús de movilidad) antes y después de los trabajos de construcción, atención telefónica 24 horas y página Web.
- Talleres de información y asesoramiento personal para los negocios del vecindario, pequeños comerciantes, artesanos y otras personas afectadas por la construcción.
- Folletos especiales para pasajeros, residentes, pequeños comerciantes y clientes en los que se informaba sobre los horarios y cambios debidos a los trabajos en la red de transporte.
- Publicidad adicional en la que se solicitaba la comprensión y que se centraba en las consecuencias positivas después de los trabajos de construcción.

Durante los 6 meses del servicio de movilidad sobre los lugares afectados, 7.000 visitantes solicitaron información y asesoramiento en el autobús (una media de 50 visitantes diarios). Al principio, la gente necesitaba esencialmente información relacionada con la construcción, mientras que al final solicitaban información general sobre LVB y el transporte regional. Ambos periodos registraron una media de 70 visitas diarias, mientras que durante los trabajos la media fue de 40 vistas diarias.

Observando las estadísticas de la atención telefónica de 24 horas de LVB, el panorama es alentador: el triple de personas contactaron a LVB durante las construcciones si lo comparamos con otros períodos. Sin embargo, las quejas no aumentaron en la misma proporción. Tampoco se observó un descenso en el número de clientes debido a la construcción. La reacción de la prensa a las molestias causadas en la vida urbana y en relación a las medidas de construcción adoptadas, fue más positiva que en otras ocasiones.


De acuerdo a la evaluación de LVB, las inversiones realizadas durante esta campaña se recuperarán mediante la mejora de la imagen de la compañía y la satisfacción del cliente. Las encuestas indican que el 90% de los clientes aprecian las medidas de reconstrucción, lo cual hace pensar que la imagen de la compañía mejora. Las conclusiones extraídas son:

- Información/publicidad debería empezar dos semanas antes de los trabajos de construcción.
- Es esencial que haya un flujo de información continuo entre la gestión de la obra y los asesores de movilidad y que éste no se interrumpa.
- Los clientes aprecian la posibilidad de acceso personal a la información; el autobús se acerca a los clientes en vez de lo opuesto.

## ENLACES

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet\\_phtml?study\\_id=37](http://www.eltis.org/study_sheet_phtml?study_id=37) (Caso de estudio ELTIS)
- <http://www.lvb.de> (LVB)

## FICHA 6

**RMV, NVV, VRN, VBB**  
Frankfurt, Hesse,  
Berlín  
Alemania

## TARIFAS PARA VIAJAR EN GRUPO

## RESUMEN

En muchas zonas de Alemania (Frankfurt, Berlín,...) se ofrecen títulos de transporte público para grupos a un precio muy interesante. La gama de títulos puede ser más o menos limitada pero en general existen diversas posibilidades (sencillo, diurno, fin de semana, nocturno,...). De esta manera se pretende evitar la tendencia de los grupos a viajar en vehículo privado por motivos económicos.

## CLASIFICACIÓN

- Atención al cliente (tarifas especiales e integradas)

## DESCRIPCIÓN

Dado que el vehículo privado resulta mucho más barato cuando se viaja en grupo (ya que se reparten los gastos), parece lógico que el transporte público también sea más económico para los grupos. De esta manera se puede igualar un poco la competencia entre ambos modos y fomentar el uso del transporte público en grupo. Existen muchos tipos de colectivos susceptibles de utilizar estas ofertas: grupos de turistas, amigos que van de marcha nocturna, grupos de excursionistas, familias, equipos deportivos, etc.

En el estado de Hesse (Frankfurt) existe el Hessen Ticket que puede ser usado durante todo un día por grupos de hasta cinco personas. El Hessen Ticket abarca las redes de transporte público de **RMV, NVV y VRN (distintas autoridades metropolitanas)**. No hay ninguna excepción en cuanto a vehículos, líneas u operadores disponibles, es decir, se puede utilizar en toda la red de este estado germano, e incluso en algunas áreas circundantes al mismo. Existe una limitación temporal que impide su utilización los días laborables antes de las 9 de la mañana, pues es la hora punta y se supone que este título tiene connotaciones de ocio. Su precio es de 25€.

Sin embargo, la **autoridad metropolitana del transporte de Frankfurt (RMV)** también dispone de títulos para grupos de hasta cinco personas que van en función de las zonas que se deseen comprar. Las condiciones son similares y los precios varían en función de las zonas, pero son en general bastante asequibles y suponen un descuento notable respecto a la compra de varios títulos por separado (individualmente).

En la región de **Berlín y Brandenburg**, la **autoridad del transporte (VBB)** oferta distintos títulos para grupos de hasta cinco personas. Los hay sencillos y de un día por zonas tarifarias, con lo que los precios pueden variar mucho. Pero también los hay de un día, de fin de semana y nocturnos para toda la red de VBB. Los precios de estos últimos son respectivamente de 24€, 18€ y 30€. El descuento medio respecto a la compra de billetes individuales está cerca del 50%.

## ENLACES

- [http://www.rmv.de/coremedia/generator/RMV/Tarife/Fahrkartensortiment/VielfahrerTickets/ARTVOLL/FAHRK\\_VIEL\\_ARTVOLL\\_Hessenticket\\_es.html](http://www.rmv.de/coremedia/generator/RMV/Tarife/Fahrkartensortiment/VielfahrerTickets/ARTVOLL/FAHRK_VIEL_ARTVOLL_Hessenticket_es.html) (Hessen Ticket)
- [http://www.rmv.de/coremedia/generator/RMV/Tarife/Fahrkartensortiment/SpontanfahrerTickets/ARTVOLL/FAHRK\\_SPONTAN\\_ARTVOLL\\_Gruppentageskarte\\_es.html](http://www.rmv.de/coremedia/generator/RMV/Tarife/Fahrkartensortiment/SpontanfahrerTickets/ARTVOLL/FAHRK_SPONTAN_ARTVOLL_Gruppentageskarte_es.html) (Grupos)
- [http://www.vbbonline.de/index.php?cat=2&sCat=388&id\\_language=2](http://www.vbbonline.de/index.php?cat=2&sCat=388&id_language=2) (Grupos)
- <http://www.rmv.de> (RMV)
- <http://www.vbbonline.de> (VBB)

## FICHA 7

SSB  
Stuttgart  
Alemania

## LÍNEAS PARA EL OCIO NOCTURNO

## RESUMEN

Salir de noche por el área metropolitana de Stuttgart es mucho más fácil gracias al servicio Nachtaktiv. En el sitio Web donde aparecen todas las informaciones relativas a los servicios de transporte nocturno también hay amplia información sobre las actividades nocturnas de la ciudad. Por lo tanto, se interrelaciona fuertemente el ocio nocturno con el transporte público.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Información general estática (servicio ofertado)
- Confort (funcionalidad de los equipamientos en los vehículos)

## DESCRIPCIÓN

La **autoridad regional del transporte público en Stuttgart (SSB)** coordina a los diversos operadores que desde hace unos años ofrecen un nuevo servicio de autobús nocturno metropolitano llamado Nachtaktiv. Este servicio sólo opera los viernes y sábados por la noche, además de las vigilias de días festivos. Gracias a él los ciudadanos pueden salir de marcha por el centro de Stuttgart y regresar a cualquier hora a sus respectivos municipios de la región metropolitana.

El servicio está muy enfocado hacia los colectivos jóvenes. Algunos operadores como por ejemplo Omnibusverkehr Spillmann han incorporado sistemas de sonido y luces ultra-violeta para crear una atmósfera de club nocturno en los viajes con destino Stuttgart.

Otra gran idea ha sido la creación de una página Web especial para informar y promocionar el servicio. En ella hay información sobre los servicios, sus rutas, los horarios y las paradas. Pero además contiene la programación actualizada de eventos nocturnos, espectáculos y fiestas de interés, así como información general de las discotecas y los locales de marcha nocturna de la región.

La reacción de los clientes ha sido muy positiva pues según los datos el servicio cuenta con unos 75.000 viajeros al año. Por este motivo el número de líneas está aumentando año tras año y ya son casi 20 líneas nocturnas contando las urbanas y las metropolitanas. La existencia de los servicios Ruf-Taxi y el Frauen-Nacht-Taxi, además de la posibilidad de solicitar las paradas libremente (en los trayectos que salen del centro de Stuttgart) hacen más fácil y seguro el llegar a casa por la noche.

## ENLACES

- <http://www.nachtaktiv.net> (Nachtaktiv)
- <http://www.ssb-ag.de> (SSB)

## FICHA 8

VBB  
Berlín  
Alemania

## ARMONIZAR LOS SISTEMAS DE TRATAMIENTO DE QUEJAS

## RESUMEN

Iniciativa para mejorar el tratamiento de quejas y la gestión de la relación con los clientes.

## CLASIFICACIÓN

- Atención al cliente (comunicación)
- Fomento de la coordinación y la homogeneidad
- Mejora de la homogeneidad en la gestión de la calidad

## DESCRIPCIÓN

La **autoridad regional de transporte de Berlín y Brandenburg (VBB)** estudia constantemente las pautas de viaje de los distintos colectivos o grupos de clientes y analiza su satisfacción con el fin de adaptar cada servicio a las necesidades cambiantes de la población. Los colectivos van desde los escolares hasta los trabajadores ("commuters"), pasando por los clientes esporádicos y los turistas. También colaboran con profesionales de sectores como el político, el empresarial, el cultural, el deportivo y el turístico para orientar los cambios en las características del servicio.

Los principales parámetros estudiados son la puntualidad, las conexiones entre líneas, la seguridad, el trato del personal a los clientes, la limpieza y el grado de fiabilidad. Este control por parte de la autoridad regional de transporte tiende a homogeneizar la calidad producida por los distintos operadores de la región.

VBB coopera con tres compañías de transporte (entre ellas la filial regional DB Regio, subsidiaria de la compañía nacional ferroviaria) y una consultora especializada en transporte aéreo para analizar y mejorar la gestión de la retroalimentación de los clientes. El objetivo de esta iniciativa es armonizar el sistema de tratamiento de quejas en las distintas compañías de la región y poner en marcha una mejorada gestión de la relación con los clientes. Se estudian los métodos y los esquemas organizativos de atención al cliente utilizados en las compañías aéreas para sacar ideas.



## ENLACES

- [http://www.emta.com/IMG/pdf/emta\\_news\\_11.pdf](http://www.emta.com/IMG/pdf/emta_news_11.pdf) (Volumen 11 de las EMTA News)
- <http://www.vbbonline.de> (VBB)

## FICHA 9

Proyecto TELLUS  
Berlín  
Alemania

## PARTICIPACIÓN JUVENIL

## RESUMEN

Tras una campaña educativa (con profesionales del sector de transporte público) en escuelas y centros de juventud, se instó a jóvenes y niños a aportar ideas y opiniones acerca de la red de transporte público. La importante conciencia ecológica de las nuevas generaciones alemanas sumada a su necesidad de expresarse de una forma distinta a la de los adultos generó gran cantidad de propuestas interesantes.

## CLASIFICACIÓN

- Participación ciudadana (jóvenes)
- Educación infantil

## DESCRIPCIÓN

Una de las iniciativas más llamativas del proyecto TELLUS (proyecto de alianza de transporte-medioambiente para la sostenibilidad urbana) es la campaña de participación juvenil que tuvo lugar en Berlín durante el 2005. La intención era involucrar a los jóvenes en un proceso creativo y de difusión de conceptos como la movilidad sostenible, ya que en Alemania son un colectivo con mucha conciencia ecológica.

Durante el proyecto se dio información y se impartieron lecciones en escuelas y centros de juventud de la ciudad, todo acerca de la temática del transporte público, su información y promoción. Las claves de la movilidad sostenible fueron diseminadas entre los participantes por medio de profesionales del sector. Tras la etapa educativa se abrió un concurso para que niños y jóvenes intentaran aportar su visión sobre el proyecto TELLUS y plasmaran sus ideas sobre el transporte público en el futuro.

En el concurso participaron más de 25 escuelas y 10 centros de juventud. Se presentaron 23 trabajos (carteles, cortometrajes, páginas Web, etc.) 14 de los cuales fueron premiados. Muchas de las ideas surgidas durante todo el proceso han sido tenidas en consideración para la realización de recientes campañas informativas, y puede que hayan abierto alguna vía para adaptar las instalaciones de transporte público a las necesidades de los niños y los jóvenes. Además, el éxito de participación garantiza una gran difusión de los mensajes del proyecto.

## ENLACES

- <http://www.tellus-cities.net/media/en/Factsheet%20WP%2010.4%20October%202005> (Proyecto TELLUS)
- <http://www.tellus-cities.net> (TELLUS)

## FICHA 10

GVH  
Hannover  
Alemania

## ABONO DE SERVICIOS DE MOVILIDAD

## RESUMEN

El lanzamiento de HannoverMobil en diciembre de 2004 se produjo para reducir el porcentaje de vehículos en propiedad y el número de desplazamientos en medios insostenibles. Se trata de un “paquete de movilidad” que abarca el transporte público, el coche compartido, el taxi, los servicios de mensajería y la bicicleta.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Atención al cliente (tarifas especiales)
- Accesibilidad (automovilistas, taxis, ciclistas, equipajes)

## DESCRIPCIÓN

La **asociación de transporte de la gran Hannover (GVH)** se encarga de la movilidad en el área metropolitana de Hannover, de unos 1,1 millones de habitantes. Cuatro grandes compañías prestan sus servicios dentro del sistema totalmente integrado: bus urbano, tranvía, bus suburbano, ferrocarriles regionales y el transporte local rápido. Además existen varios Park&Ride que facilitan el intercambio con el vehículo privado.

A pesar de todo, se consideró que las necesidades de movilidad no se satisfacían al nivel deseado. Por esto, GVH creó HannoverMobil en diciembre de 2004. Se trata de un paquete de movilidad que agrupa bajo una misma tarifa al transporte público, el coche compartido, el taxi, los servicios de mensajería y la bicicleta. Esta estrategia se enfoca no solo a reducir el número de trayectos en vehículo privado sino a reducir el porcentaje de vehículos en propiedad.

El servicio HannoverMobil cuesta 6,50€ adicionales cada mes, a añadir al coste de los abonos anuales, que rondan los 600-800€ (según el número de zonas). Por lo tanto, un servicio anual supondría un coste extra de 78€. El servicio en cuestión incluye las siguientes ventajas:

- Descuento en el alquiler de coches.
- Acceso al servicio de Car Sharing, con más de 100 vehículos en 80 localizaciones distintas.
- Descuentos en los taxis y posibilidad de pago con la tarjeta de transporte público.
- 25% de descuento en los ferrocarriles nacionales alemanes (BahnCard 25).
- Descuentos en aparcamientos de bicicletas vigilados, en alquiler y reparación de bicis.
- Condiciones especiales para servicios de mensajería, almacén gratuito para compras en el centro.
- Servicio de atención personal.

Tras el primer año de implementación, 500 personas se registraron, principalmente atraídas por el servicio de Car Sharing. El 25% de ellas no eran usuarios habituales del transporte público y más de un 30% de ellos vendieron su coche o desistieron de comprarse uno.

## ENLACES

- [http://www.emta.com/article.php3?id\\_article=361&var\\_recherche=HannoverMobile](http://www.emta.com/article.php3?id_article=361&var_recherche=HannoverMobile) (Artículo EMTA)
- <http://www.gvh.de/hannovermobil.html?&L=1> (Hannover Mobil)
- <http://www.gvh.de> (GVH)

## FICHA 11

Bundesregierung  
Alemania

## DEDUCCIONES FISCALES POR MOVILIDAD LABORAL

## RESUMEN

Con el fin de equilibrar la balanza, en 2001 la legislación fiscal alemana cambió para permitir la posibilidad de desgravar impuestos en función de la distancia de los trayectos en transporte público entre el lugar de residencia y el trabajo. Antes solamente podían desgravar los que se desplazaban en vehículo privado.

## CLASIFICACIÓN

- Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida
- Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios

## DESCRIPCIÓN

Desde enero de 2001, una nueva ley federal alemana ha introducido la posibilidad de desgravar impuestos en función de la distancia de los trayectos entre el lugar de residencia y el trabajo.

Este nuevo sistema fiscal permite deducir por cada trayecto 0,36€ por kilómetro para los primeros 10 kilómetros y 0,41€ a partir del kilómetro 11. La distancia que se tiene en cuenta es la mínima posible entre el domicilio y el lugar de trabajo.

Antes de que esta nueva ley fuera implementada, solamente podían deducir costes de transporte los trabajadores que se desplazaban en vehículo privado, mientras que ahora los que utilizan el transporte público también pueden hacerlo. Gracias a esta desgravación, una persona que utiliza el transporte público a diario para recorrer 15km hasta su trabajo puede deducir unos 110€ anuales.

Estas deducciones individuales complementan a las atractivas ofertas para compañías, que si adquieren cierta cantidad de abonos de transporte público para sus empleados reciben descuentos respecto al precio estándar. También en este caso los empleados deben demostrar que utilizan el transporte público de forma cotidiana para ir a trabajar.

## ENLACES

- [http://www.emta.com/IMG/pdf/emta\\_news\\_06.pdf](http://www.emta.com/IMG/pdf/emta_news_06.pdf) (Volumen 6 de las EMTA News)

## FICHA 12

Transport Infoline  
Sydney  
Australia

## INFORMACIÓN INTEGRADA REGIONAL

## RESUMEN

Una red de transporte público integrada se sustenta en la tarificación integrada, la coordinación de los servicios y la información integrada. Transport Infoline se encarga de gestionar la información de toda la región metropolitana de Sydney, que alberga a operadores muy diferentes. Sus mejores aportaciones son el planificador de viajes con instrucciones en 11 idiomas, el planificador de viajes a eventos y lugares de interés turístico, las noticias de última hora y el fomento de la retroalimentación por parte de los clientes.

## CLASIFICACIÓN

- Información general estática (servicio ofertado, accesibilidad)
- Información dinámica (multimodal, incidencias, telefonía móvil)
- Tiempo (planificación del viaje)
- Accesibilidad (taxis)
- Atención al cliente (relación con el cliente, comunicación, orientación)
- Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida

## DESCRIPCIÓN

**Transport Infoline** es un portal de Internet creado para dar información integrada sobre el transporte público de la región metropolitana de Sydney. El portal está ligado a un centro telefónico de información, es decir, ambos comparten la misma información. Es un servicio popular y extendido, tan útil para los usuarios habituales como para los turistas y demás clientes esporádicos.

Transport Infoline es fruto de la colaboración entre el ministerio de transportes australiano y los distintos operadores que dan servicio en Sydney y sus alrededores. El buen funcionamiento de los canales de comunicación de cada empresa permite aportar información actualizada a los clientes, consolidando la imagen de red integrada.

Entre otros servicios, ofrece:

- Mapas con las líneas operativas y horarios de las líneas regulares de tren, autobús y ferry.
- Información sobre tarifas, abonos y utilización de nuevos sistemas de billeteaje.
- Planificación de viajes intermodales, viajes a eventos y lugares de interés turístico.
- Información para los servicios accesibles a las PMR.
- Noticias de última hora (avisos) sobre cambios en la red.
- Retroalimentación del sistema mediante la voz del cliente (fomento de la comunicación).

El *servicio de planificación* de viajes está complementado con ayudas para su utilización en 11 idiomas distintos (incluye 6 asiáticos y 5 europeos). Este detalle es muy llamativo, sobretudo tratándose de un país de habla inglesa. Remarca el interés de los operadores y la administración por facilitar la información a los clientes, atendiendo a la realidad social de una zona multicultural y muy turística.

La retroalimentación del sistema mediante los comunicados de clientes se facilita mediante plantillas específicas de reclamación (tren, autobús, ferry, taxi y la propia página Web) en las que los clientes que quieran notificar algo o expresar su opinión solamente deben rellenar una serie de campos. Esta manera estandarizada y centralizada de captar la voz del cliente es un buen sistema para gestionar la calidad de los servicios de cada operador.

El servicio *Country Transport* (transporte regional) provee datos y enlaces relacionados con la movilidad en el estado de New South Wales (el más poblado de Australia). Abarca el transporte en tren, autobús, autocar (discrecional), taxi, vehículos de alquiler y vehículos accesibles (a la demanda o regulares). Se han clasificado alfabéticamente 470 municipios y barrios sobre los que se puede hacer alguna consulta. La información proporcionada suele limitarse a enlaces de los operadores, aunque se listan los servicios disponibles en cada localidad y se adjuntan horarios de las líneas regulares de autobús.

## ENLACES

- <http://www.131500.com> (Transport Infoline)
- <http://www.131500.com.au/countrytransport/> (Country Transport)

## FICHA 13

WL  
Wien  
Austria

## PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

## RESUMEN

Las Wiener Linien quieren aumentar el número de abonados anuales, ya que son los clientes más fieles. Esto debería ser llevado a cabo mediante el establecimiento de un diálogo directo y ofreciendo "valores añadidos" al abonado anual. La comunicación constante con los abonados (trato personalizado) y las ofertas/descuentos adicionales son las bases de esta estrategia comercial.

## CLASIFICACIÓN

- Atención al cliente (orientación)
- Atención al cliente (tarifas especiales)

## DESCRIPCIÓN

La ciudad de Viena es tanto la capital federal de Austria como una de sus provincias federales. En 2001, Viena tenía 1,6 millones de habitantes. La idea de transporte de Viena pasa por incrementar la cuota modal de transporte público del 29% de 1992 al 35% en 2010.

Teniendo en cuenta que es más fácil incrementar el número de desplazamientos de los "viajeros regulares y fieles" que de aquellos que no han utilizado nunca antes el transporte público, las **Wiener Linien** decidieron concentrar sus esfuerzos en este grupo. El enfoque elegido por las Wiener Linien es ganar "viajeros regulares y fieles" desde el principio. Por esto, se recogen los datos referentes a estos clientes y se mantiene un diálogo entre la compañía y los abonados anuales. Además, se añaden cupones relacionados con los temas de "movilidad" y "tiempo libre". Estos "valores añadidos" incluyen descuentos exclusivos en coches de alquiler, teatros, tiendas y otros, asignando un "status VIP" a los abonados anuales. En Internet, los abonados pueden obtener información sobre ofertas especiales como, por ejemplo, esquí, etc. De este modo la fidelidad de los clientes regulares es recompensada con "valores añadidos".

A principios de los 90, los pasajeros con un elevado grado de dependencia de los modos de transporte público, los llamados "viajeros cautivos", eran alrededor del 50% de usuarios del transporte público, mientras que sólo la mitad de los pasajeros podía elegir libremente ("mercado libre") si querían transferir a otros modos. Desde entonces, el número de usuarios cautivos ha descendido en menos de 10 años a un 27% del total de usuarios de transporte público en 2001. Con todo, más y más pasajeros eligen el transporte público por su atractivo general.

Los servicios del "talonario de cheques" con sus cupones son conocidos por el 76% de los abonados usuales, el 50% de ellos consideran estas ofertas importantes e interesantes para ellos mismos. Hasta un 22% se benefician de las ventajas de los "valores añadidos" y para un 10% de ellos estas ventajas son la razón para ser un cliente regular de las Wiener Linien.

Debido al hecho de que el número de coches ha aumentado en casi todos los países/ciudades europeas en la última década, con un correspondiente descenso del número de usuarios cautivos del transporte público, también en toda Europa pueden encontrarse las condiciones generalmente comparables a la situación de Viena. Por lo tanto, los operadores de transporte público y las autoridades están aumentando sus esfuerzos en mantener la fidelidad de sus clientes. La experiencia de las Wiener Linien puede ser fácilmente transferible a otros países y ciudades. Este estudio fue desarrollado inicialmente por el proyecto VOYAGER (trabajo que versa sobre los transportes colectivos en el horizonte 2020).

## ENLACES

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet.phtml?study\\_id=205](http://www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=205) (Caso de estudio ELTIS)

## FICHA 14

FGM-AMOR y Merkur Versicherung  
Graz  
Austria

## SALUD Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

## RESUMEN

Para concienciar a la sociedad sobre la relación que existe entre la salud personal y los hábitos de movilidad se realizó este proyecto, concentrado en la transición de viajes en coche a caminatas y viajes en bicicleta, combinados con transporte público para distancias largas. Los participantes descubrieron los problemas de salud asociados al uso habitual del coche.

## CLASIFICACIÓN

- Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida

## DESCRIPCIÓN

En muchos países europeos, la escasez de movimiento es uno de los factores más importantes que conducen a enfermedades del corazón y de la circulación cardiaca. Esta escasez de movimiento es causada, en gran medida, por el estilo de vida sedentario y por el hecho de que el transporte motorizado en vehículos privados haya incrementado tanto en los últimos 40 años.

La idea: "Los austriacos pueden pasar cada año un examen médico preventivo. El diagnóstico a menudo será la falta de movimiento. Por tanto, la receta indicada será la introducción del movimiento en la vida rutinaria. En vez de usar el coche, se usará la bicicleta o el viaje se realizará a pie."

En base a todo esto se desarrolló un proyecto concentrado en la transición de viajes en coche a caminatas y viajes en bicicleta, combinados con transporte público para distancias largas. En este proyecto colaboró el **Centro Austriaco para la Investigación de la Movilidad FGM-AMOR** que diseñó el proyecto en cooperación con la **compañía de seguros Merkur Versicherung**, cuyos clientes fueron invitados a participar en el programa de la movilidad y salud. El "Programa de Actividades" duró 12 semanas.

El programa consistió en tres sesiones de tarde por grupo: conferencias y presentaciones adicionales, círculos de movilidad/movimiento y controles de la aptitud física. Cada participante fijó sus propios objetivos y metas referentes a las distancias diarias de caminata o pedaleo, teniendo en cuenta la premisa de que treinta minutos de movimiento al día serían óptimos.

Resultados inmediatos: el 75 % de los participantes mejoró, de manera perceptible, los valores de su aptitud física en las 12 semanas que duró el proyecto. En un 73 % de todos los participantes los valores de la grasa corporal fueron más favorables después del programa de 12 semanas.

Evaluación a largo plazo: el 61 % de las personas que participaron en el programa de 12 semanas continuaron sus actividades para poder estabilizar los valores de su aptitud física y seguir mejorándolos parcialmente. El 56 % de las mismas personas pudieron mantener, o incluso mejorar, los valores de su grasa corporal.

Por término medio, 11,6 kilómetros por persona rodados en coche se transformaron en caminatas o viajes en bicicleta. Estas cifras ya incluyen las diferencias entre las distintas temporadas. Esto equivale aproximadamente a 5 viajes cortos en coche por persona a la semana en la ciudad de Graz. Todo el grupo de participantes (100 personas) transformó 286.000 kilómetros rodados en coche en viajes en bicicleta o en caminatas.

## ENLACES

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet\\_phtml?study\\_id=734](http://www.eltis.org/study_sheet_phtml?study_id=734) (Caso de estudio ELTIS)

## FICHA 15

STIB  
Brussels  
Belgium

## COORDINACIÓN ENTRE TRANSPORTE PÚBLICO Y PRIVADO

## RESUMEN

La autoridad del transporte de Bruselas (STIB) se ha aliado con la empresa Cambio con el objetivo de armonizar en un mismo paquete comercial la oferta de transporte público y la de Car Sharing. Esto ha beneficiado a los clientes ya que pueden abonarse a estos servicios y desplazarse libremente, aparcando más fácilmente y sin la necesidad de mantener un vehículo privado.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Tiempo (velocidad comercial)
- Atención al cliente (tarifas especiales e integradas)
- Accesibilidad (automovilistas)

## DESCRIPCIÓN

La **STIB, autoridad del transporte de Bruselas**, coopera con la empresa Cambio, encargada del servicio de Car Sharing en Bélgica (y en ciudades alemanas como Bremen), para fomentar la intermodalidad entre el transporte público y el vehículo privado. Las principales vías para extender este concepto de movilidad son las ofertas económicas, la mejora de la accesibilidad y la publicidad.

Los abonados anuales al transporte público cuentan con un 25% de descuento en el Cambio Bonus, el abono mensual para usuarios regulares del servicio de coche compartido. En vez de pagar 6,6€ al mes, pagan 4,95€. Esto representa una reducción de unos 20€ anuales. Además disponen de una reducción de 200€ en la fianza obligatoria y reembolsable, con lo que deben depositar 400€ en vez de 600€. Por lo tanto, tras pagar la fianza y la cuota de alta (60€), los abonados anuales a STIB o MTB pagan 60€ al año más los costes variables (en función del tiempo, los kilómetros recorridos y el modelo de coche alquilado). Los costes variables son los mismos que para cualquier otro usuario de Cambio. La oferta de alquiler de Cambio se divide en alquileres por horas, por días o por semanas, lo cual permite a los clientes obtener el mejor precio en función de sus necesidades determinadas.

Bajo el nombre de plan Cambio se están habilitando nuevos aparcamientos reservados para los coches compartidos, con especial atención a que su situación sea lo más cerca posible de estaciones de metro u otros transportes públicos. De esta manera se pretende aumentar el número de puntos donde poder realizar el intercambio, tanto para recoger como para devolver los vehículos. La ubicación privilegiada de estos espacios para aparcar, el rápido mecanismo de recoger y devolver las llaves (los vehículos se reservan por anticipado) y la provisión gratuita de combustible (depósitos normalmente llenos) sumados a la mayor velocidad comercial del transporte público (principalmente el ferroviario) en el espacio metropolitano, dan pie a que éste sea un modo rápido, seguro y flexible de desplazarse.

La publicidad y las campañas de sensibilización pueden influir mucho en la percepción de la ciudadanía, sobretodo acerca de los conceptos más innovadores. El modelo de movilidad individual basado en el abono anual a la STIB y al Cambio permite satisfacer las necesidades de movilidad a los habitantes de Bruselas de una forma mucho más sostenible y económica que el modelo basado en la posesión y la utilización generalizada de vehículos privados. Si esta idea se transmite adecuadamente, el modelo puede ganar cuota de mercado y evolucionar hacia nuevos escenarios.

## ENLACES

- <http://www.stib.irisnet.be/FR/22700F.htm> (Colaboración entre STIB y Cambio)
- <http://www.stib.irisnet.be> (STIB)
- <http://www.cambio.be> (Cambio)

## FICHA 16

## CASI UNA DÉCADA DE EXPERIENCIA EN EL USO DE TARJETAS ELECTRÓNICAS

Octopus  
Hong Kong  
China

## RESUMEN

El sistema de pago Octopus es de los más avanzados y fuertemente arraigados en la ciudadanía. Las tarjetas se utilizan para muchas cosas: transporte público (incluido el taxi), supermercados, tiendas, fotocopiadoras, cabinas telefónicas, aparcamientos, restaurantes, etc. El apoyo del sector privado, que ha visto esta tecnología como una aliada, ha sido fundamental para su diseminación.

## CLASIFICACIÓN

- Implementación de nuevos sistemas de pago
- Atención al cliente (tarifas especiales e integradas, medios de pago)

## DESCRIPCIÓN

El **sistema Octopus** de Hong Kong es uno de los más avanzados y fuertemente arraigados en la ciudadanía de todo el mundo. Aunque fue lanzado en 1997 y existen evoluciones tecnológicas del mismo producto en otros países, sus prestaciones son excelentes y la ciudadanía las ha interiorizado por ser prácticas y seguras. Se basa en **tarjetas con un chip RFID** (identificación por radio frecuencia) y otras tecnologías relacionadas, de modo que se **transmiten las señales y los datos sin contacto físico**, a corta distancia de los lectores y en menos de 1 segundo. El señal traspasa materiales comunes, con lo que habitualmente la gente realiza el pago desde su bolsillo, bolso o similar, sin necesidad de sacar la tarjeta. Incluso se han comercializado relojes y teléfonos móviles que incorporan el chip Octopus, sustituyendo a la popular tarjeta.

Estas tarjetas funcionan a base de recargas de dinero (en máquinas especiales que aceptan efectivo o a través de transferencias bancarias desde un cajero automático) y en general son anónimas. Han acaparado una multitud de funciones de pago: transporte público, compras en supermercados y tiendas, restaurantes (especialmente en todos los de comida rápida), fotocopiadoras, fotomatos, máquinas expendedoras, cabinas telefónicas, piscinas públicas, complejos deportivos, aparcamientos (más de 18.000 parquímetros), etc. En poco tiempo está previsto el pago en taxis de la ciudad. Además existen tarjetas personalizadas que pueden servir de llave en algunos edificios (oficinas y residenciales), para fichar la asistencia al trabajo o a la escuela (niños), para sacar libros de la biblioteca, etc.

El sistema de transporte público es más barato si se paga con tarjeta Octopus. Además existen las distintas categorías habituales de clientes con descuento (niños, estudiantes y mayores de 65 años). También se pueden comprar abonos de transporte temporales. En los trayectos normales se valida al entrar en una estación y al salir se vuelve a validar, de modo que se calcula automáticamente el importe del trayecto.

Actualmente hay 12 millones de tarjetas en circulación (el doble de la población de Hong Kong), debido al gran número de turistas que las conservan tras visitar la ciudad. Se realizan cerca de 8 millones de transacciones diarias con el sistema Octopus. Su rápida implantación se debe al respaldo institucional de la administración y a la colaboración de todos los operadores de transporte, a la vez que de las compañías privadas como las cadenas de supermercados o de comida rápida.

Esta tecnología o variantes más evolucionadas están en uso en otras ciudades chinas (Taipei y Shenzhen), algunas regiones metropolitanas de Japón y Singapur, en Londres, Chicago y otras ciudades. La compañía Octopus Cards Limited está implantando sus sistemas en los Países Bajos. Además, también trabaja en la compatibilización de las tarjetas Octopus de Hong Kong para utilizar el transporte público de Shenzhen.

## ENLACES

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet\\_phtml?study\\_id=94](http://www.eltis.org/study_sheet_phtml?study_id=94) (Caso de estudio ELTIS)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Tarjeta\\_Octopus](http://es.wikipedia.org/wiki/Tarjeta_Octopus) (Wikipedia)

## FICHA 17

## INTEGRACIÓN TRANSFRONTERIZA

Skånetrafiken  
Øresund  
Dinamarca y Suecia

## RESUMEN

A pesar de la doble nacionalidad de la región de Øresund, siempre ha existido muy buena comunicación entre ambas partes e incluso mucha sintonía a nivel cultural y social. Por esta razón existe una oferta de transporte público integrada, es decir, que con un mismo abono se pueden utilizar redes ferroviarias de ambos países. El enfoque turístico de estos abonos se ha potenciado con una guía de acompañamiento que incluye amplia información sobre la región y sus ciudades, así como vales de descuento de todo tipo.

## CLASIFICACIÓN

- Atención al cliente (tarifas especiales e integradas)
- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Información general estática (servicio ofertado)

## DESCRIPCIÓN

Øresund está compuesta por Escania -la región del sur de Suecia donde están las ciudades de Malmö y Helsingborg- y Selandía -la gran isla oriental de Dinamarca donde se encuentra su capital, Copenhague. A pesar de la doble nacionalidad de la región de Øresund, siempre ha existido muy buena comunicación entre ambas partes e incluso mucha sintonía a nivel cultural y social. Por esta razón existe una oferta destinada a turistas en la que se promociona Øresund como destino singular y único.

La principal peculiaridad de la oferta para atraer visitantes es el lanzamiento del título de transporte público "Around the Sound" y su guía de acompañamiento. El título cuesta unos 25€ (los niños entre 7 y 15 años pagan la mitad del precio para adultos) y permite hacer un número ilimitado de viajes durante 48 horas por la red ferroviaria de la región y el ferry Suecia-Dinamarca. La única condición obligatoria en cuanto al uso de los transportes es que al pasar de un país al otro hay que ir una vez en ferry (Helsingborg-Helsingör) y la otra en tren sobre el famoso puente de Øresund (Malmö-Copenhague). Por lo tanto, con este título se puede viajar en compañías de transporte público de los dos países.

En la guía de acompañamiento se indican las múltiples ventajas que tiene adquirir el billete "Around de Sound". En ella aparece un mapa con la red accesible con el título, que no incluye las diferentes redes de transporte público urbano. En el mapa cada ciudad está designada con un número de manera que en la guía se enumeran las distintas ciudades y sus respectivos destinos de interés turístico. También se adjuntan listas de paradas clasificadas por actividades en destino, como por ejemplo paradas con playas, con centros comerciales (de todo tipo), con espacios naturales para hacer excursiones, etc.

En la guía también se listan todos los eventos relevantes del año en toda la zona, que van desde actividades al aire libre (conciertos, deportes, festivales, fiestas populares, ballet, etc.) hasta actividades comerciales (mercados y ferias) pasando por eventos culinarios, arquitectónicos, etc.

Los descuentos que "Around the Sound" ofrece son bastante interesantes (entre un 10% y un 50%). En la guía se incluyen unos cuantos hoteles y bastantes albergues de juventud que ofrecen descuentos. También se listan todos los museos, edificios, exposiciones y espectáculos a los que se puede acceder con descuentos. Incluso se obtienen descuentos para alquilar bicicletas, para comer en algunos restaurantes y para comprar billetes de otras líneas de ferry.

Para el turista es una manera económica, segura, fiable y rápida de desplazarse. Para las administraciones es una manera de atraer a gente (dinero), de aumentar la ocupación de la red de transporte público interurbano y de fomentar una movilidad sostenible.

## ENLACES

- <http://www.sknetrafiken.skane.se/templates/InformationPage.aspx?id=3223> (Around the Sound)
- <http://www.sknetrafiken.skane.se> (Skånetrafiken)

## FICHA 18

Consell Insular de  
Balears  
Menorca  
España

## DE FIESTAS MAYORES EN AUTOBÚS

## RESUMEN

El servicio Jaleo-Bus de Menorca está pensado para que las personas puedan ir y venir de las fiestas municipales de la isla sin necesidad de recurrir al vehículo privado, aumentando la seguridad vial nocturna. Durante todo el verano (aproximadamente del 21 de junio hasta mediados de septiembre) se programan expediciones cada día que hay fiestas en un pueblo de manera que se pueda acceder a él desde todos los demás.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Información general estática (servicio ofertado)

## DESCRIPCIÓN

En 2004, el Consell Insular de Menorca puso en marcha el servicio Jaleo-Bus en la isla de Menorca. Este servicio está pensado para que las personas puedan ir y venir de las fiestas municipales de la isla sin necesidad de recurrir al vehículo privado. Durante todo el verano (aproximadamente del 21 de junio hasta mediados de septiembre) se programan expediciones cada día que hay fiestas en un pueblo, de manera que se pueda acceder al mismo desde todos los demás. Se realiza una expedición cada media hora entre la 1 y las 5 de la madrugada. Las últimas expediciones pueden llevar un agente de seguridad para garantizar el orden en el vehículo.

El verano de 2005 fue un éxito tras registrarse unos 23.000 viajeros en el servicio Jaleo-Bus y doblarse la demanda del año anterior. Esto significa que el nivel de popularización y aceptación del servicio van en aumento, lo cual es muy lógico dado el clima festivo del verano y a la concienciación social acerca de los riesgos asociados a la conducción bajo los efectos del alcohol. Según los cálculos de la Consejería, Jaleo-Bus ha conseguido retirar unos 7.000 vehículos de las carreteras nocturnas en un solo verano, lo cual significa que ha evitado múltiples accidentes de tráfico potenciales.

El servicio tiene un coste de entre 60.000€ y 90.000€, pero es totalmente rentable para la administración dada su gran acogida y sus costes indirectos evitados. La Web de Jaleo-Bus informa de los horarios y las condiciones del servicio. En otras páginas Web de organizaciones y administraciones (municipios) menorquinas en las que se comunican las actividades festivas se recomienda a la gente utilizar este servicio. El crecimiento continuo que experimenta este servicio verano a verano y la falta de medios disponibles ha conducido al colapso durante el verano 2006. La oferta no ha podido cubrir la enorme demanda.

Tras el éxito experimentado con Jaleo-Bus, ahora se ha creado una línea nocturna que recorre Menorca cada sábado por la noche y permite desplazarse de noche de forma económica y segura. Hay una expedición por sentido cada dos horas, entre las 23 y las 5 horas, hasta un total de 4 expediciones nocturnas por sentido. El precio es el mismo que el de los servicios regulares diurnos y se pueden utilizar los abonos como medio de pago.

## ENLACES

- <http://www.jaleobus.com> (Jaleo-Bus)
- <http://www.cime.es/novacime/busnit.pdf> (Anuncio línea nocturna)
- <http://www.fundacioncetmo.org> (Publicaciones>Transporte de viajeros>memoria\_JALEO\_BUS\_2006)

## FICHA 19

TMB  
Barcelona  
España

## UTILIZACIÓN DEL "MARKETING SOCIOLOGICO"

## RESUMEN

Para conseguir una satisfacción tanto funcional (utilización) como psicológica (comodidad, bienestar emocional, representación simbólica del uso del transporte público) de sus usuarios cautivos, TMB cambió su imagen mediante una serie de medidas. El cambio de logotipo, las campañas publicitarias y la mejora real de la calidad en muchos aspectos del servicio han contribuido a mejorar la imagen de este operador público.

## CLASIFICACIÓN

- Atención al cliente (orientación, relación, imagen)

## DESCRIPCIÓN

El enfoque de "Marketing Sociológico" consiste en una herramienta para ganar clientes satisfechos. El objetivo de "Marketing Sociológico" de **TMB (Transports Metropolitans de Barcelona)** no es vender más billetes, sino conseguir una satisfacción tanto funcional (utilización) como psicológica (comodidad, bienestar emocional, representación simbólica del uso del transporte público) de sus usuarios cautivos.

La investigación, las pruebas y la implementación de nuevos productos y servicios de transporte han ido mejorando en el pasado y de forma continuada los servicios de transporte público de Barcelona. De cualquier modo, a pesar de las importantes mejoras, muchos ciudadanos de Barcelona tienen una actitud más bien negativa hacia los servicios de TMB y asocian el metro y el autobús con "una situación social en punto muerto". Este "uso resignado" aparece tanto en los clientes cautivos como en los no cautivos y significa que utilizar el transporte público no genera satisfacción emocional. De esta manera, TMB piensa que el problema no está en las características del servicio sino en el significado simbólico del transporte público.

Como consecuencia de todo esto, TMB pretende ganar la fidelidad y la satisfacción de sus clientes mejorando el uso simbólico de sus servicios. Además de satisfacer expectativas de simplicidad y comodidad, TMB quiere mejorar su imagen de manera que el uso del metro y el autobús se conviertan en medios de transporte socialmente aceptados, logrando que los clientes se sientan orgullosos de utilizar el servicio, en lugar de negar su uso o esconderlo.

Para conseguir este fin, se aplicó "Marketing Social". Esta estrategia se orientó a crear clientes satisfechos de manera que se transformaran en defensores de los servicios de transporte público. Un primer paso para cambiar la actitud de los clientes fue la creación de una nueva identidad corporativa. En 2002 TMB implantó un nuevo logotipo que transmite los valores ideales para la imagen de dinamismo, modernidad y afabilidad de la marca TMB. Además se inició una campaña de publicidad. Esta nueva comunicación publicitaria rompió con la "vieja" imagen para transmitir mayor calidad del servicio de transporte público sin tener que compararlo con otros modos de transporte.

La estrategia ha tenido éxito en aumentar la imagen del valor social del uso del transporte público en Barcelona y al mismo tiempo desarrollar una nueva identidad corporativa para una mejor transmisión de la calidad del servicio de transporte público. Este estudio fue desarrollado inicialmente por el proyecto VOYAGER (trabajo que versa sobre los transportes colectivos en el horizonte 2020).

## ENLACES

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet\\_phtml?study\\_id=194](http://www.eltis.org/study_sheet_phtml?study_id=194) (Caso de estudio ELTIS)
- <http://www.tmb.net> (TMB)

## FICHA 20 a

EMT  
Barcelona  
España

## GESTIÓN HOMOGÉNEA DE LA CALIDAD

## RESUMEN

La Entitat Metropolitana del Transport (EMT) es una entidad supramunicipal integrada por dieciocho municipios del Área Metropolitana de Barcelona encargada de ordenar, planificar, gestionar y coordinar los servicios de transporte público en su ámbito territorial. Promueve la mejora y la homogeneidad de la calidad de los servicios de transporte público prestados por operadores privados y públicos.

## CLASIFICACIÓN

- Fomento de la coordinación y la homogeneidad
- Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida
- Financiación del transporte público

## DESCRIPCIÓN

La **Entitat Metropolitana del Transport (EMT)** es una entidad supramunicipal integrada por dieciocho municipios del Área Metropolitana de Barcelona, creada por la ley 7/1987 del Parlament de Catalunya para prestar de forma conjunta los servicios de transporte público de viajeros en su ámbito territorial. Estos servicios tienen la consideración de Transporte Urbano y la EMT los ordena y gestiona de acuerdo con las competencias que le han sido asignadas.

Los organismos dependientes y participados de la EMT son:

- Organismos autónomos: *Institut Metropolità del Taxi*
- Empresas: *Ferrocarril Metropolità de Barcelona S.A.*, *Transports de Barcelona S.A.*, *CETRAMSA*
- Organismos consorciados: *Autoritat del Transport Metropolità (ATM)*
- Entidades y empresas participadas: *Torre de Collserola S.A.*

El "Centre Metropolità d'Informació i Promoció del Transport, S.A. (CETRAMSA)", es una sociedad anónima metropolitana constituida el 21 de Mayo de 1.986 que se encarga de la gestión directa de la Entitat Metropolitana del Transport.

El gobierno y la administración de la EMT corresponden al Consell Metropolità y a la Comissió de Govern. El Pleno del Consell Metropolità se compone de 34 representantes elegidos por los municipios integrados en la EMT. Estos municipios conforman un territorio de 331,5 Km<sup>2</sup> con una población total alrededor de 2.650.000 habitantes.

En los servicios de transporte públicos que son competencia de la EMT se registran anualmente una media de 521 millones de viajes. Se reparten en 5 líneas de metro y más de 150 líneas de autobús. Las líneas son explotadas por un total de 11 empresas operadoras, dos de las cuales son públicas y propiedad de la EMT (Metro y autobuses de TMB) y el resto son privadas. La EMT mantiene con las empresas operadoras diversas modalidades de gestión dependiendo de los tipos de servicio.

La EMT tiene asignadas las siguientes competencias:

1. Ordenar, gestionar, planificar y coordinar los servicios de transporte público de viajeros que tienen su itinerario dentro de los dieciocho municipios, (tanto regulares como discrecionales). Incluye el otorgamiento de concesiones de servicios regulares y autorizaciones de servicios discrecionales, así como la concesión y autorización de estaciones de viajeros.
2. Prestar el servicio del metro en Barcelona y otros seis municipios metropolitanos.
3. Ejercer la intervención administrativa en el servicio del taxi.
4. Programar el tráfico en la red viaria básica y prestar asistencia técnica a los municipios en materia de tráfico urbano.

[continúa en ficha 20 b]

## FICHA 20 b

EMT  
Barcelona  
España

## GESTIÓN HOMOGÉNEA DE LA CALIDAD

## [continuación ficha 20 a]

Para hacer posible la prestación de los servicios de transporte público de su ámbito territorial, la Entitat Metropolitana del Transport financia estos servicios mediante diversas fórmulas:

1. El *Recargo Metropolitano del Transporte* (RMT), que se regula mediante la ordenanza fiscal aprobada por el Pleno del Consell Metropolità, en sesión celebrada el 10 de Noviembre de 2005 y publicada en el BOP de 23 de Diciembre de 2005.
2. Un *contrato-programa* mediante el cual se financian los servicios de metro y autobuses de Transports Metropolitans de Barcelona (TMB).
3. Las *transferencias* de la Mancomunitat de Municipis.

Gracias a las distintas fuentes de financiación se han conseguido mejorar muchos aspectos del servicio, incrementando la satisfacción de los usuarios: más servicios nocturnos y festivos; adaptación de gran parte del material móvil para reducir la contaminación ambiental y acústica; mejoras de accesibilidad para personas con minusvalías. También mantiene la sensibilidad respecto los colectivos específicos, como los jóvenes y los jubilados (subvenciona los carnés rosa y amarillo metropolitanos) y las personas con disminución (subvenciona el transporte especial adaptado y el pase metropolitano de acompañante).

La EMT promueve los contratos de gestión interesada con los operadores privados de transporte con el fin de uniformizar los mínimos de calidad en los servicios prestados en su ámbito territorial. Estos contratos establecen los mecanismos de medida de la calidad producida, que se basan en dos índices, el de calidad exterior (IQO) y el de calidad interior (IQI). Mediante estos índices la EMT ha establecido estímulos económicos (penalizaciones e incentivos) que inducen a los operadores a trabajar por la mejora de la calidad producida.

El IQO cuantifica los aspectos más relevantes desde un punto de vista exterior a los vehículos, a través de inspectores en paradas y otros puntos de paso de las expediciones, aunque se prevé la utilización de SAE para la automatización de algunos aspectos (principalmente la regularidad). El IQI cuantifica los aspectos referentes al interior de los vehículos mediante clientes misteriosos (clientes ocultos). Es de subrayar que la utilidad y coherencia de estos índices se basa en que la EMT establece la metodología de cálculo y los trabajos de campo de forma homogénea y común para todos los operadores y cuenta, además, con un mecanismo de alegaciones.



## ENLACES

- <http://www.emt-amb.com> (EMT)
- <http://www.fundacioncetmo.org/fundacion/seminarios2004/QI/JMBigasEMT.pdf> (documento en catalán)

## FICHA 21



Transports  
Metropolitans de  
Barcelona (TMB)  
Barcelona  
España

## GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LOS RECURSOS HUMANOS

## RESUMEN

Para poder prestar servicios de calidad, primero hay que atender las necesidades y expectativas de aquellas personas que constituyan el equipo que proporciona los servicios, independientemente de su responsabilidad y cometido. TMB ha desarrollado una serie de políticas de recursos humanos (grupos de trabajo) que han ayudado a mejorar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes.

## CLASIFICACIÓN

- Gestión de los RR.HH.
- Atención al cliente (orientación)

## DESCRIPCIÓN

En el mundo actual, continuamente cambiante y dinámico, los operadores de transporte público están obligados a proporcionar una respuesta efectiva a las necesidades de todos los usuarios. Asimismo deben atender las necesidades y expectativas de aquellas personas que constituyen el equipo que proporciona los servicios, independientemente de su responsabilidad y cometido. Con este propósito, TMB ha desarrollado una serie de políticas de recursos humanos que determinan los criterios de estrategia, así como la cultura y el estilo de gestión que esa organización necesita. Estas políticas tienen por objetivo hacer que la visión de TMB sea más fácil de compartir por todos los individuos y grupos que tienen intereses legítimos; evocar la cultura de gestión y el estilo propuestos, dentro del contexto de servicios prestados a los clientes y a la ciudad; y establecer una red que haga más fácil cumplir los cometidos de TMB con respecto a las instituciones políticas y a los ciudadanos.

Basada en estas políticas, TMB ha desarrollado un modelo de gestión de recursos humanos cuyo enfoque aborda cuatro factores básicos:

- a) Atmósfera en la organización
  - ¿Cómo se consigue una buena atmósfera en la organización?
  - ¿Importa cuándo determinar las relaciones internas en nuestras organizaciones?
  - ¿Cómo afecta la continuidad y la calidad del servicio en nuestros clientes?
- b) Papel de los recursos humanos
  - En el proceso de adaptación a la tendencia de des-regularización en España y Europa, ¿cuál podría ser y cuál debería ser el papel de la gestión de recursos humanos en la descentralización y los asuntos de competitividad?
- c) Evaluación profesional
  - ¿Qué fuentes de valoración deberían ser utilizadas para asegurarse de que todos reciban los salarios adecuados y garantizar el desarrollo profesional basado en la transparencia y los criterios de equidad de la organización?
- d) Comunicación dentro de la organización
  - ¿Qué medios de comunicación deberían ser desarrollados en la red de una política de descentralización que permita garantizar que los empleados se adhieran a objetivos comunes y que permita mantener unos criterios comunes de coherencia?

La conclusión principal es que los grupos de trabajo contribuyen claramente a mejorar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. Los miembros de la plantilla implicados se han beneficiado de la participación en la toma de decisiones y en la resolución de problemas en su entorno profesional. Además, el número de participantes aumentó de forma continua (de 80 en 1997 hasta 200 en 2002).

## ENLACES

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet.phtml?study\\_id=217](http://www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=217) (Caso de estudio ELTIS)
- <http://www.tmb.net> (TMB)

## FICHA 22

Fundación  
Wellington y  
Fundación  
Biodiversidad  
EspañaMANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS EN GESTIÓN  
MEDIOAMBIENTAL

## RESUMEN

Este manual de buenas prácticas en gestión medioambiental en el sector de transporte de viajeros por carretera presenta 10 casos muy variados de cómo mejorar la eficiencia operacional y reducir el impacto ambiental. Resalta la importancia de la renovación tecnológica y energética, de las herramientas de control y gestión, de la formación de la plantilla y, sobretodo, del compromiso empresarial e institucional con el desarrollo sostenible. La exposición de los casos está bien estructurada y documentada.

## CLASIFICACIÓN

- Medio ambiente (contaminación, recursos, herramientas de gestión)
- Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida
- Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios
- Financiación del transporte público
- Gestión de los RR.HH.

## DESCRIPCIÓN

La Fundación Wellington y la Fundación Biodiversidad han llevado a cabo la investigación y la redacción de esta guía de buenas prácticas, con el apoyo del Fondo Social Europeo. Los casos en ella descritos son de empresas españolas (públicas y privadas) de transporte de viajeros que de una forma u otra han aportado mejoras en la gestión medioambiental de sus actividades. Su cooperación ha sido fundamental para la realización de este proyecto.

Existen buenas prácticas derivadas de la incorporación de herramientas de gestión como un SGMA (Sistema de Gestión Medioambiental), un sistema de control avanzado de consumo de flotas o un sistema de simulación avanzada de la conducción para mejorar la formación de los conductores. Hay otros casos que se refieren a la incorporación de recursos alternativos, tanto para sustituir los combustibles y aceites de los vehículos habituales como para sustentar energéticamente otras actividades complementarias. Muchas de las buenas prácticas están relacionadas con la introducción de avances tecnológicos que ayudan a hacer más eficientes las operaciones de transporte.

La experiencia reseñada en este manual permite afirmar que la mejora de la gestión medioambiental también puede resultar rentable a nivel económico. Por ello, en todos los casos se proporcionan datos de costes y beneficios, así como las fórmulas de financiación empleadas.

## ENLACES

- <http://www.fundacioncetmo.org> (Publicaciones>Transporte de viajeros>Manual\_Buenas\_Prácticas)
- <http://www.fundacionwellington.com> (Fundación Wellington)
- <http://www.fundacion-biodiversidad.es> (Fundación Biodiversidad)

## FICHA 23 a

## COORDINACIÓN ENTRE OPERADORES

Oy Matkahuolto Ab  
Finlandia

## RESUMEN

La red de transporte público por carretera es primordial en un país poco denso como Finlandia. El desarrollo histórico ha creado un escenario atomizado en cuanto al número y tamaño de los operadores, a priori poco atractivo para los clientes. Sin embargo, la cooperación entre operadores ha dado muy buenos frutos hasta el punto de que se puede hablar de un sistema nacional con un alto grado de integración, homogeneidad y eficiencia.

## CLASIFICACIÓN

- Fomento de la coordinación y la homogeneidad
- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Información general estática (servicio ofertado)
- Atención al cliente (tarifas especiales e integradas, medios de pago)
- Facilitar el transporte de ciertas mercancías en el TP
- Implementación de nuevos sistemas de pago

## DESCRIPCIÓN

El transporte público en Finlandia se basa en el autobús. Según datos de 1997 el 63,5% de los viajes en transporte público se realizaron en autobús (un 90% si se excluyen los viajes de la capital, Helsinki, donde existen líneas de tranvía, ferrocarril metropolitano y metro). Aunque a finales de los 90 hubo una tendencia negativa en cuanto al uso del transporte público, el aumento de la motorización no ha seguido un ritmo tan alto como en los países del sur de Europa.

A excepción del área metropolitana de Helsinki, donde se contratan los servicios de transporte público que la autoridad del transporte planifica (la autoridad recauda los beneficios y paga a los operadores), en Finlandia las administraciones conceden licencias para operar líneas a riesgo y ventura durante periodos de 10 años. Lo curioso del sistema finlandés es que las licencias que piden las empresas llevan asociados unos horarios concretos, de manera que en algunos casos, varias empresas cubren una misma ruta pero con distintos horarios. El recorrido y las paradas de cada ruta se suelen negociar con las administraciones, aunque en este aspecto las empresas tienen bastante libertad. Los criterios de calidad no se recogen en las licencias de forma normativa, pero todas las empresas saben que la calidad es la única manera de conseguir aumentar el número de clientes.

El país cuenta con un total de 30 zonas regionales con integración tarifaria (en núcleos con cierta densidad de población) de manera que unos 260 del total de 450 municipios pertenecen a alguna de estas zonas. En ellas se pueden realizar trayectos intermunicipales combinados (más de una línea) pagando una única vez.

La creación de los abonos zonales ha impulsado el uso del autobús en los desplazamientos cotidianos. La baja densidad de los municipios hace que solamente tres ciudades (Helsinki, Turku y Tampere) tengan transporte urbano propio. Por lo tanto, las zonas regionales se convierten en grandes superficies de baja densidad de población con un sistema de transporte público interurbano que hace la función del transporte urbano.

En Finlandia existen más de 400 empresas dedicadas al transporte colectivo por carretera, la mayoría de pequeño y medio tamaño. Solamente 11 compañías tienen flotas de más de 100 autobuses. Además hay centenares de personas individuales con licencia para dar servicio, normalmente en áreas rurales. Este panorama tan atomizado a nivel empresarial (comparable quizás al español) es en general percibido de forma homogénea por los clientes puesto que la integración de los servicios de transporte lleva muchos años arraigada en Finlandia.

[continua en ficha 23 b]

## FICHA 23 b

## COORDINACIÓN ENTRE OPERADORES

Oy Matkahuolto Ab  
Finlandia**[continuación ficha 23 a]**

La compañía de transportes **Oy Matkahuolto Ab** está compuesta por la mayoría de las empresas de autobús de Finlandia y es la clave para la integración del transporte público por carretera. Este grupo ofrece servicios por todo el país y hacia los países vecinos. La antigüedad y la experiencia de la compañía (fundada en 1933) influyen muy positivamente en la imagen popular del sector y en la operación eficiente y organizada de los servicios.

Las principales funciones de Oy Matkahuolto Ab son el mantenimiento de la red de terminales, la gestión y la coordinación de los servicios de transporte, la información al cliente y el marketing. De este modo, todas las empresas operan de forma coordinada, utilizando un soporte infraestructural y de personal común (terminales), lo cual eleva notablemente la calidad y la efectividad de los servicios ofertados.

Las líneas interurbanas de medio y largo recorrido se planifican de forma integrada con las interurbanas de corto recorrido (zonas regionales) y las urbanas, para ajustar al máximo los horarios de las distintas líneas y facilitar los intercambios. Las terminales de autobuses concentran las principales líneas, de modo que las rutas de medio y largo recorrido suelen parar en ellas propiciado una fácil y rápida conexión con otras líneas de menor ámbito, y viceversa.

El sistema de billeteaje, uno de los pioneros a escala mundial en el uso de microchips, permite acceder a todas las líneas mediante la misma tarjeta sin contacto (SmartCard). La tarjeta permite pagar otros servicios públicos como las zonas deportivas, los aparcamientos, las bibliotecas o las comidas en las escuelas (niños). La total integración del transporte público en Finlandia es viable gracias a estas tarjetas, pues con ellas se puede pagar en cualquier red de transportes urbana o interurbana. Cada día las utilizan más de 400.000 ciudadanos.

Hay varios tipos de tarifas con descuento (categorías habituales) y varios tipos de títulos, como los multi-viaje o los abonos temporales con viajes ilimitados. También es habitual recargar la tarjeta con dinero (en estaciones, cajeros bancarios, autobuses, quioscos, etc.) e ir validando cada vez que se viaja.

Existen distintos tipos de líneas interurbanas: líneas regulares convencionales, líneas Express (mayor calidad), líneas de servicio (para PMR's) y líneas rurales a la demanda. Aunque las tarifas para usuarios regulares (abonos temporales y títulos multi-viaje) vienen fijadas por las autoridades municipales o metropolitanas (o por el ministerio de transportes), el precio de los billetes sencillos lo fija cada empresa. Así pues, cada empresa tiene cierta libertad para aumentar su propio beneficio a costa de los clientes no habituales.

Las líneas deficitarias son subvencionadas por la administración central y las municipales. En la actualidad existen problemas de financiamiento en el ministerio de transportes, lo cual afectará directamente a los servicios subvencionados de forma muy negativa. Ésta problemática es ciertamente grave pues choca con las políticas sociales que tradicionalmente gobiernan Finlandia.

Una de las prioridades actuales de Oy Matkahuolto Ab es el desarrollo de un sistema de información a los pasajeros muy accesible (en Internet) y que integre los horarios de todos los autobuses del país. Otra actividad importante es el aseguramiento de la calidad por medio de certificados ISO o similares.

**[continúa en ficha 23 c]**

## FICHA 23 c

## COORDINACIÓN ENTRE OPERADORES

Oy Matkahuolto Ab  
Finlandia**[continuación ficha 23 b]**

Para incrementar todavía más la eficiencia de la actividad de transporte, Oy Matkahuolto Ab aprovecha los servicios de autobús regulares para transportar mercancías al pormenor, para empresas y particulares. La fiabilidad y la puntualidad de los envíos (la misma que la de líneas de pasajeros) hacen que los clientes confíen en este servicio. Las tarifas van en función del peso pero no de la distancia del envío y no son demasiado elevadas. Existen múltiples ofertas para realizar envíos regulares (de terminal a terminal), servicios puerta a puerta (la parte intermedia se realiza en autobús), servicios Express (rápidos, a veces utilizan transporte aéreo o ferroviario), servicios de exportación y servicios locales. Además, mediante la identificación por códigos de barras, los clientes pueden conocer la localización de su mercancía en cualquier momento a través de Internet. Todos los envíos están asegurados.

Los servicios de transporte de mercancías en autobús aumentan mucho la capacidad productiva (potencial de negocio) de la red de autobuses, aprovechando toda la flota de autobuses y los 500 puntos de servicio o terminales de Oy Matkahuolto Ab a lo largo y ancho del país (64 de propiedad de la compañía) para ambas unidades de negocios (pasajeros y mercancías). De un total de 40.000 servicios regulares de autobús diarios, se estima que la mitad transporta alguna mercancía.

Según estudios finlandeses, el Estado solo financia un 17% del transporte público (incluyendo las subvenciones para las líneas deficitarias y para los títulos con descuento especial). La inversión en modos ferroviarios está muy contenida pues la red existente se considera suficiente y basta con mantenerla a buen nivel. La alta tasa de cobertura se debe a la gran eficiencia de la red, al bajo impacto del tráfico sobre el cumplimiento de horarios y frecuencias, al alto nivel de ocupación de los vehículos, a la automatización de muchas operaciones (menos personal), a la doble función de transporte que tiene la red (pasajeros y mercancías), a la disponibilidad de espacio para construir aparcamientos junto a las terminales de autobús, a las bajas frecuencias de muchas líneas (que sin embargo ya cubren las necesidades de tan baja y dispersa población), al elevado precio de los billetes sencillos,...

El hecho de que todas las empresas participen en el grupo Oy Matkahuolto Ab posiblemente genere economías de escala y reduzca muchos costes de personal asociados a la dispersión empresarial. Además ayuda a uniformizar la calidad de los servicios, a concentrar otras actividades comerciales y de ocio (alrededor y dentro de las terminales de transporte), a coordinar esfuerzos y operaciones, a revalorizar la red de transporte público y a generar confianza entre los ciudadanos.

Para que en el futuro aumente la proporción de viajes en transporte público y se invierta la tendencia actual, el gobierno finlandés deberá contener los precios de los servicios al mismo tiempo que aumenta los impuestos de circulación de vehículos privados contaminantes. La preocupante tendencia de recortes en las subvenciones para líneas rurales puede acabar con la excelente cobertura territorial de la red de transporte público por carretera actual.

**ENLACES**

- <http://www.matkahuolto.fi> (Matkahuolto)
- <http://www.linja-autoliitto.fi> (Linja Autoliitto -Asociación finesa del autobús-)
- <http://www.fundacioncetmo.org> (Publicaciones>Transporte de viajeros>Finlandia\_Bus)

## FICHA 24

YTV  
Helsinki  
Finlandia

## INCENTIVOS PARA EL EMPRESARIO

## RESUMEN

Las empresas de la capital finlandesa pueden adquirir a un precio rebajado los abonos anuales de transporte público para sus empleados. Aunque suponen un coste para las compañías, los empresarios ven esta oferta como una oportunidad para incentivar a sus empleados, para mejorar su motivación y aumentar su satisfacción con el puesto de trabajo. Además, al liberarse los aparcamientos de la zona y mejorarse la calidad ambiental de la ciudad, las empresas ganan en prestigio y compromiso.

## CLASIFICACIÓN

- Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios
- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Atención al cliente (tarifas especiales, medios de pago)

## DESCRIPCIÓN

A principios de 2006, la compañía **YTV** (encargada del **transporte público en la región metropolitana de Helsinki**) ha introducido una oferta para fomentar que las empresas se preocupen de que sus empleados lleguen al trabajo en transporte público. El objetivo de esta iniciativa es atraer nuevos clientes hacia el transporte público, pero todavía no se conoce su impacto sobre la ciudadanía.

Los empresarios pueden decidir individualmente si subvencionan o no los abonos anuales de transporte público para sus trabajadores. En caso de hacerlo, la subvención tiene que ser como mínimo del 25% del importe del abono. La oferta de YTV consiste en vender este tipo de abonos (cuando son subvencionados por las empresas) a un precio menor del normal, aplicándoles menos impuestos. Por lo tanto, mediante un esfuerzo económico relativamente pequeño los empresarios ahorran mucho dinero a sus empleados y convierten a su empresa en una entidad preocupada por la sostenibilidad y el medio ambiente.

Los empleados ven esta iniciativa como algo muy atractivo pues con los abonos anuales pueden viajar por la red metropolitana de forma gratuita tanto para ir a trabajar como para realizar cualquier otro desplazamiento en cualquier día u hora del año.

YTV pone facilidades de pago para este tipo de operaciones, incluso pudiéndose realizar de forma automática cada mes. Muchos empresarios ven esta oferta como una oportunidad para incentivar a sus empleados, para mejorar su motivación y aumentar su satisfacción con el puesto de trabajo. Además se liberan los aparcamientos de la zona y la ciudad en general mejora su calidad ambiental.

## ENLACES

- [http://www.ytv.fi/ENG/transport/guide/employer\\_sub/](http://www.ytv.fi/ENG/transport/guide/employer_sub/) (Abonos subvencionados por el empresario)
- <http://www.ytv.fi> (YTV)

## FICHA 25

**BusVerts**  
Calvados  
Francia

## ZONA RURAL INTEGRADA Y ACCESIBLE

## RESUMEN

Los servicios puerta a puerta a la demanda se prestan de forma combinada, es decir, el trayecto principal se realiza en autobús mientras que el inicio y el final se realizan en taxi. Estos servicios dan capilaridad (accesibilidad) a una red interurbana en medio rural que cuenta con líneas regulares (bus y ferrocarril), escolares, de mercado, líneas Express y expediciones con descuento. Esta red interurbana y la red urbana de la ciudad de Caen están integradas dentro del mismo sistema zonal tarifario.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades, cobertura)
- Accesibilidad (taxis)
- Información general estática (servicio ofertado)
- Atención al cliente (tarifas especiales e integradas, medios de pago)

## DESCRIPCIÓN

La **red de transporte público del departamento de Calvados** se llama **BusVerts** (Buses Verdes). La gestiona el consejo general de Calvados, departamento eminentemente rural y turístico cuya densidad media es de 117 habitantes/km<sup>2</sup>. Dada sus características, la red de transportes interurbana incorpora servicios especiales que intentan mejorar la accesibilidad de todos los habitantes con el máximo de eficiencia operacional.

Las líneas del departamento se dividen en líneas regulares, líneas exclusivas de periodo escolar, líneas express (menor número de paradas, mayor velocidad...) y líneas de mercado (para los días de mercado según la población). También existen algunas líneas de ferrocarril operadas por SNCF (Société Nationale des Chemins de Fer, operador estatal de los ferrocarriles franceses). El departamento se divide en zonas tarifarias de modo que se paga en función del número de zonas recorridas, hasta un máximo de siete. Los títulos de transporte utilizados en la red de BusVerts están integrados con los de los transportes urbanos de Caen, gestionados por la empresa Twisto.

De forma adicional se prestan dos servicios para mejorar la accesibilidad: servicios a la demanda (bajo horario e itinerario fijos) y servicios de puerta a parada (y viceversa) en taxi.

En las informaciones sobre los horarios de cada línea se indica qué expediciones son regulares y cuáles son a la demanda mediante un símbolo en forma de teléfono rojo. Así los clientes saben que tales expediciones deben ser solicitadas por teléfono con un día de antelación (un solo cliente es suficiente para que la expedición se realice). Para tal servicio se emplean mini-buses y el precio del billete es el mismo que para las líneas regulares.

El servicio TaxiBus proviene de una asociación con el gremio de taxistas del departamento. Este servicio se ofrece a aquellos municipios y zonas que no tienen transporte público, pues se concibe como un complemento a la red existente. En función de la localización del municipio existen conexiones en taxi hasta las paradas más próximas. El servicio TaxiBus transporta a los clientes que quieran realizar un desplazamiento concreto hasta la parada requerida de autobús más cercana, y desde la parada de bus hasta casa. Existen unas fichas a disposición de los ciudadanos donde se indican las posibles conexiones mediante este servicio. Para acceder a él basta con reservarlo el día antes o con mayor antelación, y su precio es el mismo que el del transporte público convencional.

Para facilitar el acceso al transporte público BusVerts Calvados informa en su página Web de los seis puntos de venta propios (en los núcleos urbanos más importantes) y de todos los comercios donde también se pueden adquirir la mayoría de los títulos de transporte.

Finalmente, como incentivo se han seleccionado expediciones de casi cada línea y se las ha calificado de expediciones de tarifa reducida. En realidad reciben el nombre de expediciones con tarifa plazas verdes (tarif places vertes) y el coste de los títulos es un 20% inferior al habitual para un mismo tipo de título.

## ENLACES

- <http://www.busverts.fr> (BusVerts)

## FICHA 26

## INFORMACIÓN INTEGRADA REGIONAL

RATP  
Paris  
Francia

## RESUMEN

El sitio Internet de la RATP ofrece información de alta calidad en tiempo real sobre el transporte público en el área metropolitana de París. Ésta es útil tanto para viajar en transporte público como en privado, e incluso ayuda a decidir la mejor alternativa. Los clientes habituales pueden personalizar algunas opciones para hacer más amena y rápida la búsqueda de información.

## CLASIFICACIÓN

- Información general estática (servicio ofertado, personalizada)
- Información dinámica (multimodal)
- Tiempo (planificación del viaje)

## DESCRIPCIÓN

El sitio Internet de la **RATP (Régie Autonome des Transports Parisiens)** ofrece información de alta calidad en tiempo real sobre el transporte público en el área metropolitana de París. En él se incluyen todos los modos colectivos y el tráfico viario (estado, planificación de rutas, incidentes) – incluyendo una comparación entre ambas alternativas – así como información práctica y de ocio (mapas, vistas, eventos, etc.). Además, el servicio incluye opciones para la personalización a través de la configuración de las preferencias individuales o también la apertura de un buzón de correo personal, e incluye tres sitios Web adicionales para grupos de destino específicos (gente joven, turistas, negocios).

Toda la financiación para el establecimiento del servicio ha sido aportada por RATP, que considera estas inversiones como justificadas a través del incremento de viajeros a medio plazo, mientras que la publicidad (externa) no ha sido considerada como una fuente relevante de ingresos.

El servicio es utilizado en la actualidad por 40.000 viajeros diarios. Desde su introducción en 2001 (en la dirección conocida como Cité Futée) este número se ha doblado cada año con un creciente porcentaje de usuarios que han añadido el sitio Web a sus favoritos (2002: 30%).



The screenshot shows the RATP website interface for searching public transport routes. The page title is "Public transport routes". The search form includes fields for "Departure" and "Destination", each with options to choose a category (Address, Station, Place) and a dropdown menu for "My bookmarks". There are also "Help", "FAQ", and "Email" links. A "Your preferences" section is visible at the bottom, with "Travel mode" options: "All modes" (selected), "Rail (Subway, RER, SNCF Ile de France)", and "Bus, Tramway". The website URL is "http://www.ratp.info/informer/anglais/index.php".

## ENLACES

- <http://www.citefutee.org> (RATP)
- <http://www.ratp.fr> (RATP)

## FICHA 27

## PLATAFORMA DE INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA INTERMODALIDAD

PREDIM  
Francia

## RESUMEN

Guías de información para promover la intermodalidad.

## CLASIFICACIÓN

- Fomento de la coordinación y la homogeneidad
- Servicio ofertado (red)

## DESCRIPCIÓN

La **plataforma para promover la información multimodal PREDIM**, integrada por profesionales de casi todos los colectivos implicados en el sector de transportes, intenta dar guías para desarrollar este tipo de información de modo que se promueva la intermodalidad. La recopilación de datos de distintas fuentes, su organización, la puesta en práctica de distintos sistemas de información que los utilicen y la posterior divulgación de la información son las principales tareas de la plataforma.

Esta iniciativa innovadora trata de experimentar y aprovechar las experiencias de otros lugares para conseguir conformar un sistema de información multimodal de calidad en Francia. Dentro del programa de PREDIM existen múltiples proyectos en marcha, como el Sistema de Información Integrada Multimodal para el Viajero de Toulouse.



## ENLACES

- <http://www.predim.org> (PREDIM)

## FICHA 28

SYTRAL  
Lyon  
Francia

## PARK&amp;RIDE INTEGRADOS CON EL TRANSPORTE PÚBLICO

## RESUMEN

La autoridad de transporte de la segunda mayor aglomeración francesa ha invertido en dotar de nuevos, grandes y seguros aparcamientos a los lugares estratégicos de la red de transportes. Al ser gratuitos para los clientes del transporte público, resultan muy atractivos para todos los que necesitan ir al centro u otras zonas con dificultades para aparcar y no viven cerca de estaciones o paradas.

## CLASIFICACIÓN

- Accesibilidad (automovilistas)
- Campañas y servicios para captar nuevos clientes

## DESCRIPCIÓN

En la ciudad de Lyon, la segunda área metropolitana de Francia, se ha invertido para liberar el centro de la ciudad de los atascos habituales. Se han construido aparcamientos de gran capacidad en puntos estratégicos de la periferia, conectados con la red de transporte público urbano (intercambiadores principalmente) para captar a muchos conductores de fuera del núcleo central. La gran ventaja de los mismos es que son totalmente gratuitos si se utiliza el transporte público y que cuentan con servicios de vigilancia.

En total, el sistema de Park&Ride's cuenta con más de 4500 plazas distribuidas en 11 puntos del perímetro de la ciudad. El estacionamiento está prohibido por las noches, de manera que no puede ser utilizado como un parking de larga estancia, sino como un intercambiador para agilizar las visitas al centro de la ciudad.

La autoridad metropolitana de transporte de Lyon, **SYTRAL (Syndicat Mixte des Transports pour le Rhône et l'Agglomération Lyonnaise)**, es quien ha realizado las inversiones y la publicidad de este proyecto, pues es la propietaria de la red de transportes metropolitana, llamada TCL. La poderosa compañía Keolis es el principal operador de TCL y el principal beneficiado de estas iniciativas.

La promoción de esta iniciativa es sin duda un buen ejemplo de marketing pues utiliza el mensaje de la filosofía Zen (anti-estrés) como reclamo para dejar el coche aparcado y desplazarse de forma más tranquila y cómoda mediante el transporte público. Mediante imágenes y símbolos orientales y toda una serie de eslóganes relacionados con el Zen, se ha elaborado una guía para divulgar el concepto de Park&Ride (Parcs Relais) entre los ciudadanos del área metropolitana de Lyon.

## ENLACES

- [http://www.tcl.fr/site/O2\\_relais/index.asp](http://www.tcl.fr/site/O2_relais/index.asp) (Park&Ride)
- <http://www.tcl.fr> (TCL)
- <http://www.fundacioncetmo.org> (Publicaciones>Transporte de viajeros>Guía\_Parcs\_Relais\_TCL)

**FICHA 29**
**ABONOS PARA TODOS**

**GINKO**  
Besançon  
Francia

**RESUMEN**

El operador de transporte públicos GINKO ofrece a sus clientes multitud de abonos distintos para que cada persona elija el que más le conviene. Esta gran oferta de títulos y abonos puede resultar atractiva incluso para los clientes potenciales, especialmente gracias a los incentivos como abonos para trabajadores de una misma empresa, entradas de cine de regalo o los abonos mensuales gratuitos para recién casados y otros beneficiarios.

**CLASIFICACIÓN**

- Atención al cliente (tarifas especiales, flexibilidad)
- Campañas y servicios para captar nuevos clientes
- Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios

**DESCRIPCIÓN**

La compañía **operadora GINKO** ofrece una gran gama de abonos para que los clientes puedan elegir la oferta que mejor les convenga. A modo de ejemplo se presenta una tabla con las distintas opciones para los abonos mensuales.

| ABONO           | BENEFICIARIOS                  | VALIDEZ TEMPORAL   | PRECIO                                    |
|-----------------|--------------------------------|--|---|
| Sésame          | Adultos activos                | Todos los días a cualquier hora  | 31,10 €                                   |
| Sésame especial | Adultos parados                | Todos los días a cualquier hora  | variable                                  |
| Diabolo         | Menores de edad                | Todos los días a cualquier hora  | 6,7€ el primer hijo,<br>4,7€ los hermanos |
| Campus          | Estudiantes < 28               | Todos los días a cualquier hora  | 21,90 €                                   |
| Or              | Mayores de 60 y discapacitados | Todos los días a cualquier hora  | 21,90 €                                   |
| Couple          | Parejas                        | Todos los días a cualquier hora  | 46,90 €                                   |
| Famille         | Padres con más de 2 hijos/as   | Todos los días a cualquier hora  | 23,50 €                                   |
| Grand Ecran     | Cualquier persona              | De 19:00 al cierre nocturno  | 9,20 €                                    |
| Heures Creuses  | Cualquier persona              | De 08:30 a 16:30 y de 20:00 al<br>cierre nocturno. Fines de semana a<br>cualquier hora | 17,30 €                                   |

Además, con el abono Grand Ecran GINKO regala una entrada gratuita para ir al cine cada mes. La empresa también regala abonos mensuales a personas que acaben de tener un recién nacido/a, se acaben de casar o que cumplan 60 años.

Casi todos estos abonos mensuales tienen su versión anual. También hay ofertas de abonos anuales para empresas, de modo que los trabajadores puedan realizar los trayectos en horas de trabajo en transporte público a un coste muy bajo para la empresa. Y, por supuesto, existen billetes sencillos, multi-viajes, de varios días (turistas),...

**ENLACES**

- [http://www.ginkobus.com/g\\_tickets.asp?texte=2](http://www.ginkobus.com/g_tickets.asp?texte=2) (Tipologías de abonos)
- <http://www.ginkobus.com> (GINKO)

## FICHA 30 a

RATP  
Paris  
Francia

## FIDELIZAR A LOS CLIENTES DE TP

## RESUMEN

La RATP ha revalorizado sus servicios para los clientes habituales mediante la creación de distintos abonos (anuales) que incorporan paquetes de ocio. El colectivo más favorecido ha sido el de estudiantes de menos de 26 años, cuyo abono es el más económico y el más ventajoso. Pero la creación de servicios complementarios en estaciones e intercambiadores y la mejora del trato por parte de los empleados han conseguido que la percepción de los clientes mejorase de forma generalizada.

## CLASIFICACIÓN

- Atención al cliente (tarifas especiales, flexibilidad, medios de pago)
- Confort (factores externos)
- Implementación de nuevos sistemas de pago
- Campañas y servicios para captar nuevos clientes
- Atención al cliente (comunicación)

## DESCRIPCIÓN

Imagine'R es un abono anual especialmente pensado para los jóvenes estudiantes de menos de 26 años. Las múltiples ventajas de Imagine'R les atraen y normalmente los convierten en clientes frecuentes de la **RATP (Régie Autonome des Transports Parisiens)**. Esto se ve como algo muy positivo, ya que cada año se generan muchos futuros clientes habituales del transporte público, gente con hábitos de movilidad sostenible y con baja predisposición a adquirir un vehículo privado para utilizar por París.

Para adquirir Imagine'R se necesita ser estudiante en un colegio de primaria, instituto, universidad o escuela de formación profesional. El abono se materializa en una tarjeta con un chip electrónico que se valida sin necesidad de contacto físico. Esta tarjeta es personal e intransferible, pues en caso de pérdida o robo se puede cancelar de forma rápida y sencilla. Su precio representa un descuento del 50% respecto a la tarifa normal para adultos conocida como Carte Orange. (permite el pago fraccionado).

Como la red de la RATP está dividida en zonas, el precio de Imagine'R cambia en función del número de zonas deseadas. El título permite realizar un número ilimitado de viajes dentro de las zonas adquiridas durante cualquier día del año. Pero su gran ventaja es que además permite viajar de forma gratuita (sin sobre-costes) por cualquier zona de la red durante los fines de semana, los días festivos y los meses de julio y agosto enteros. De esta manera, aunque se paga solamente para las zonas necesarias en los desplazamientos rutinarios, se puede viajar por toda la metrópolis en los días libres.

Esta característica da una enorme libertad a los jóvenes y realmente cubre sus necesidades y expectativas en cuanto a un transporte público asequible. Para los que viven más o menos en el centro, poder salir hacia zonas menos densas es siempre un buen incentivo en las jornadas no laborables. Pero para los que viven en las afueras, acceder al centro es casi una necesidad (tiendas, ocio, museos, etc.).

Además de ser una gran oferta como título de transporte público, Imagine'R acapara otras ventajas para sus portadores. Entre ellas están los descuentos en tiendas de ropa, cines, teatros, restaurantes, museos, salones feriales y exposiciones, conciertos, pistas de karting, peluquerías y también en Euro Disney.

En la Web está toda la información relacionada con Imagine'R y hay un espacio privado para sus abonados. En él se puede denunciar la pérdida o robo de la tarjeta, modificar la tarifa adquirida, actualizar los datos personales,... También existe un buzón de sugerencias y quejas a disposición de los abonados. Además, hay un listado con todos los descuentos y sorteos, junto a una lista de espectáculos, exposiciones y libros recomendados.

[continúa en ficha 30 b]

## FICHA 30 b

RATP  
Paris  
Francia

## FIDELIZAR A LOS CLIENTES DE TP

## [continuación ficha 30 a]

Se ha creado un abono especial para evitar la pérdida masiva de abonados por superación de la edad límite o por finalización de los estudios. Este abono recibe el nombre de *Abonnement Intégrale* y su precio equivale al de 10,2 meses de lo que cuesta la Carte Orange para el mismo número de zonas seleccionadas. Por lo tanto, no es un abono con tanto descuento como Imagine'R pero sigue siendo atractivo económicamente. Algunas empresas subvencionan el 50% del coste del Abonnement Intégrale de sus empleados, con lo que resulta muy asequible para quien tiene un empleo fijo.

Aunque no tiene la ventaja de ofrecer libertad zonal en fines de semana y días festivos, el *Intégrale* también tiene muchos descuentos especiales para restaurantes, conciertos y otros eventos culturales, entradas gratis para museos, parques de ocio, etc. Existe una página Web específica para consultar las ofertas y descuentos, además de para gestionar los modificados de este abono. Los descuentos de una tarjeta y la otra no coinciden excepto en algunos casos, lo cual responde a distintas lógicas de promoción y marketing propias de poblaciones objetivo un poco diferentes.

Ambos abonos, especialmente Imagine'R, han triunfado en cierta medida gracias a los esfuerzos de la RATP por generar un concepto de marca de calidad (transportes públicos) y por aumentar los servicios y ventajas para los clientes permanentes.

En los intercambiadores de la región metropolitana de París, además de comercios y restaurantes, la RATP ofrece servicios adicionales tales como correos y accesos gratuitos a Internet. Estos servicios están integrados en zonas especiales llamadas "Bouquets de Service". La RATP tiene intención de incorporar más servicios en sus estaciones importantes e intercambiadores.

Las campañas publicitarias positivistas, con incidencia en aspectos de sostenibilidad y de libertad individual, la renovación de muchas instalaciones y vehículos, la provisión de los "Bouquets de Service", la mejora de la atención del personal, la facilidad de adquisición y uso de las tarjetas electrónicas, su seguridad (antirrobo), su precio y sus ofertas complementarias, etc., han aportado valor a estos abonos anuales y les ha convertido en productos muy demandados. Existen unas 680.000 tarjetas Imagine'R en circulación, mientras que las Intégrale superan ya las 500.000. Por lo tanto la RATP tiene más de un millón de abonados permanentes.



## ENLACES

- <http://www.imagine-r.com> (Imagine'r)
- <http://www.abonnement-integrale.fr> (Intégrale)
- <http://www.ratp.fr> (RATP)

## FICHA 31

CTS y Le Végas  
Saintes  
Francia

## A LA DISCOTECA EN AUTOBÚS

## RESUMEN

Para promover el que los jóvenes se desplacen en autobús los viernes y los sábados noche al salir de marcha, se ha creado un servicio nocturno con dos rutas distintas para acceder al principal complejo de ocio del municipio (situado en la periferia). Las paradas son a la demanda, lo cual hace más accesibles los servicios. La vinculación de las discotecas a este proyecto ha sido fundamental para captar el interés de los jóvenes, principalmente con buenas ofertas económicas que incentivan a usar el bus.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Atención al cliente (tarifas especiales)

## DESCRIPCIÓN

En la localidad de Saintes, de poco más de 25.000 habitantes, solamente hay transporte público por medio del autobús. La empresa que lo gestiona se llama **CTS (Compagnie des Transports de Saintes)** i es una filial del grupo KEOLIS. Para promover que los jóvenes se desplacen en autobús los viernes y los sábados noche al salir de marcha, se ha creado un servicio nocturno con dos rutas distintas para acceder al principal complejo de ocio del municipio (con 5 discotecas distintas), Le Végas, situada en la periferia cerca de un enlace de autopistas.

Los servicios solamente cuentan con una expedición de ida antes de la medianoche y una de vuelta cuando cierra la discoteca (hacia las 5:00 de la madrugada). Parte de las paradas de ambas rutas son a la demanda, es decir, los clientes deben solicitarlas el día anterior (mediante un número gratuito).

La gran ventaja de utilizar este servicio, además de la seguridad y la libertad para beber, radica en la economía. Las personas que acceden a la discoteca en el autobús recuperan 2€ de los 2,10€ que les cuesta el billete (de modo que sale casi gratis) y además tienen un descuento adicional de 1€ en la entrada. Con esta iniciativa, el complejo de ocio colabora económicamente en la provisión de transporte público, haciendo rentable la operación de las líneas para la compañía de transportes.

## ENLACES

- <http://www.buss-saintes.com/fr/1-bussainte/news/news-10-noctambus.html> (Noctam' Bus)
- <http://www.buss-saintes.com> (CTS)

## FICHA 32

Nantes Métropole  
Nantes  
Francia

## PLAN EMPRESARIAL DE MOVILIDAD

## RESUMEN

Plan empresarial de movilidad para que los empleados no acudan al trabajo en vehículo privado.

## CLASIFICACIÓN

- Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios
- Atención al cliente (tarifas especiales)

## DESCRIPCIÓN

La Mancomunidad de Nantes (Nantes Métropole) está muy comprometida con el desarrollo sostenible y lo demuestra con la implementación de un plan de movilidad urbana ambicioso. El objetivo es llegar a una cuota de desplazamientos en vehículo privado del 50% el año 2010, siendo del 62% en 2003.

Aunque la red de transporte público es gestionada por la sociedad Semitan (o simplemente TAN), Nantes Métropole estudia y dirige las pautas de la movilidad metropolitana. Tiene competencias en planificación, tarificación, financiación,... de los servicios de transporte público. Por lo tanto ha sido la institución responsable de desarrollar las estrategias para favorecer el cambio modal, empezando por la mejora de los servicios de transporte público y por la implicación del sector empresarial.

La colaboración de Nantes Métropole, la TAN y la ADEME (Agencia Medioambiental y del Control de la Energía) ha sido fundamental para fomentar la implantación de los planes de movilidad empresariales. El asesoramiento, la sensibilización, las ayudas a la financiación y el seguimiento son los pilares que soportan la materialización de estos planes de movilidad, consiguiendo la implicación activa de los empresarios y los empleados.

Cada empresa debe pasar por una fase de diagnóstico en la que se realizan encuestas y estudios sobre los lugares de residencia de los empleados, los horarios de trabajo, los desplazamientos laborales, etc. Después viene la fase de sensibilización y de preparación de las medidas a implementar, que deben adecuarse a la realidad descrita en el diagnóstico previo (se discierne entre el uso de la red de transporte público, la bicicleta, el coche compartido,...).

Una vez redactado el plan se debe firmar un contrato mediante el que la empresa se compromete a cumplir todo lo establecido. Este contrato permite que los empleados de la empresa compren un abono Pass-Partout (de TAN) con un 15% de descuento. También les permite registrarse y utilizar el servicio de car-pooling de Nantes (con software específico). De este modo los propios empleados tienen interés en que su empresa disponga de plan de movilidad.

Además la empresa recibe asesoramiento y facilidades para cubrir los desplazamientos por motivos laborales, aparcamientos seguros para bicicletas en los lugares de trabajo, mayor dotación de ordenadores,... Estas medidas atraen a los empresarios a pesar de que en general se reducen las plazas reservadas para vehículos privados en todas las empresas que firman planes de movilidad.

El seguimiento es fundamental para corroborar la buena marcha de las actuaciones. Cada tres años se debe realizar un balance de la movilidad empresarial para determinar si se consiguen los objetivos del plan y si deben implementarse otras medidas de apoyo.

La LMCU (autoridad de transportes de Lille) está actuando de forma similar. Ambas ciudades forman parte de los proyectos CIVITAS subvencionados por la UE.

## ENLACES

- [http://civitas-initiative.org/measure\\_sheet.phtml?lan=en&id=64](http://civitas-initiative.org/measure_sheet.phtml?lan=en&id=64) (Medida CIVITAS)
- [http://www.nantesmetropole.fr/33074126/0/fiche\\_\\_\\_pagelibre](http://www.nantesmetropole.fr/33074126/0/fiche___pagelibre) (Plan de movilidad empresarial)
- <http://www.nantesmetropole.fr> (Nantes Métropole)

## FICHA 33

## PERSONAL COMPROMETIDO CON EL CLIENTE

RATP  
Paris  
Francia

## RESUMEN

RATP ha iniciado un proyecto de larga duración con un enfoque educativo para formar su plantilla a nivel teórico y práctico. En cada ocupación (venta, conducción, inspección, seguridad) el personal ha desarrollado con éxito un enfoque que incide positivamente en la manera en que los pasajeros se comportan con ellos.

## CLASIFICACIÓN

- Gestión de los recursos humanos
- Atención al cliente (orientación, disponibilidad, competencias)

## DESCRIPCIÓN

Los clientes de **RATP (Régie Autonome des Transports Parisiens)** reconocen la especialización, la profesionalidad y el modernismo de los empleados de RATP, pero no creen que éstos les presten suficiente atención, especialmente cuando más los necesitan. Por ello, RATP ha iniciado un proyecto de larga duración con un enfoque educativo para formar su plantilla en base a una serie de criterios:

- Influir en el comportamiento del pasajero es a menudo adecuado.
- Influir en el comportamiento del pasajero es una habilidad que se puede aprender.
- La eficiencia, la legitimidad y el placer son recompensas.

La formación se realiza tanto en situaciones teóricas como en el trabajo de forma individual. Estos son algunos ejemplos de los objetivos de aprendizaje:

- Cómo trabajar mano a mano con el cliente en el momento de la venta, de la comprobación de billetes, conduciendo o cuando se ofrece información.
- Cómo reconocer las expectativas del cliente.
- Cómo obtener una relación de ganancia/ganancia con el cliente.

RATP también tiene un enfoque de apoyo de gestión "instrucción de empleados de RATP" para aumentar el éxito:

- Aportar apoyo en el trabajo cotidiano.
- Señalar el éxito que ya está ahí.
- Señalar que el progreso es correcto observando, probando y compartiendo experiencias positivas.
- Ayudar a construir relaciones profesionales con los clientes.

En cada ocupación (venta, conducción,...), el personal aplica con éxito un enfoque que mejora el comportamiento de los pasajeros respecto al servicio que prestan. Los resultados e incidencias son:

- Un cuidado y atención de este tipo será extremadamente importante en años posteriores, donde se introducirán abonos de temporada sin contacto.
- Se ha realizado menos formación en las aulas, pero más trabajo y aprendizaje de campo.
- Una concienciación visible de los empleados por el bienestar del pasajero, lo que ha resultado en menos enfermedades y un menor absentismo.
- La gestión mediante órdenes está siendo reemplazada cada día más por la gestión mediante instrucción, apoyando y creando incentivos.

Lecciones aprendidas:

- Los clientes muestran señales de reconocimiento si el personal les presta atención.
- Es esencial la implicación del personal en el servicio proporcionado.
- Este proyecto conduce a nuevas colaboraciones internas y más relaciones de gestión "adulta".
- También afecta el trabajo general de la organización.

La conclusión del proyecto es su alto potencial para que se realicen réplicas del mismo.

## ENLACES

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet.phtml?study\\_id=218](http://www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=218) (Caso de estudio ELTIS)
- <http://www.ratp.fr> (RATP)

## FICHA 34

Azienda Mobilità e  
Trasporti (AMT)  
Genova  
Italia

## TRANSPORTE URBANO A LA DEMANDA

## RESUMEN

El servicio Drin Bus ha mejorado enormemente la accesibilidad de un par de barrios densos y accidentados de la ciudad de Génova, a los que no servía convenientemente ninguna línea de transporte público. Gracias a los mini-buses y al corto espaciamiento entre paradas, así como al fácil y gratuito mecanismo de reserva, este servicio ha atraído a muchos clientes y ahora se está extendiendo por otras zonas similares de la ciudad.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades, cobertura)
- Tiempo (planificación del viaje)
- Medio ambiente (contaminación)

## DESCRIPCIÓN

El servicio de transporte a la demanda Drin Bus aparecido en Génova el año 2002 ha resultado muy exitoso gracias a su eficiencia y flexibilidad (temporal y espacial).

Los primeros barrios beneficiados por el servicio Drin Bus (Pegli-Multedo y Quinto-Nervi) son densos y están ubicados en zonas accidentadas (colinas,...) con deficiencias en cuanto a oferta de transporte público por problemas de accesibilidad de vehículos y circulación. Por estas razones Drin Bus es operado con una flota de 7 mini-buses de 8 plazas. Éstos permiten acceder a casi cualquier zona gracias a su reducido tamaño. Además, todos ellos incorporan climatización interior, tienen espacio para sillas de ruedas y funcionan con metano, rebajando notablemente las emisiones contaminantes.

El corto espaciamiento entre paradas (unos 200 metros) facilita el acceso al transporte público a los residentes de estos barrios, siendo una de las mejoras más bien valoradas por los clientes.

Desde febrero de 2006 las reservas telefónicas se pueden efectuar las 24 horas del día, aunque siempre debe reservarse con la antelación mínima especificada. El centro de reservas registra cada solicitud y antes de cada jornada se optimizan los horarios de los distintos mini-bus que realizan el servicio en función de las reservas realizadas. Si las reservas se realizan con más de una semana de anticipación se debe llamar para confirmar. También se puede realizar la reserva a través de Internet.

Las llamadas para reservar el servicio son totalmente gratuitas, pero el servicio tiene un sobre-coste de 0,50€ diarios respecto a los billetes y abonos de la red de transportes urbanos. Este suplemento se puede pagar al embarcar en el mini-bus, aunque solo se tiene que pagar una vez en un mismo día.

Un 67% del coste de mantenimiento del servicio corresponde a salarios de conductores, un 23% al centro de llamadas, un 3% a las comunicaciones entre la central y los vehículos, un 2% al combustible, un 2% más para el mantenimiento de vehículos y otro 2% para financiar la línea de coste gratuito.

Drin Bus registra cerca de 45.000 pasajeros al año, lo cual constituye una cifra exitosa. La satisfacción de los clientes registrados en el servicio es generalmente muy alta y, según los estudios realizados, se ha reducido bastante el uso de vehículos privados en las zonas beneficiadas (un 79% de los usuarios admite haber cambiado sus hábitos de movilidad).

A petición generalizada de los habitantes del barrio de Bolzaneto, la compañía responsable del transporte público en Génova (AMT) puso en marcha en el verano de 2004 un nuevo servicio Drin Bus. Este nuevo servicio sustituyó a dos líneas convencionales existentes desde hacía muchos años, mejorando la accesibilidad y la cobertura espacial y temporal del transporte público en esa zona. Forma parte del proyecto SIDDHARTA y está cofinanciado por el programa europeo LIFE ambiente.

## ENLACES

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet\\_phtml?study\\_id=91](http://www.eltis.org/study_sheet_phtml?study_id=91) (Caso de estudio ELTIS)
- [http://www.amt.genova.it/orari/drin\\_bus.asp](http://www.amt.genova.it/orari/drin_bus.asp) (Drin Bus)
- <http://www.amt.genova.it> (AMT)

## FICHA 35 a

Happy Lines,  
Trenitalia  
Emilia-Romagna  
Italia

## LÍNEAS NOCTURNAS DE OCIO EN VERANO

## RESUMEN

La abundante presencia de jóvenes durante los veranos en la costa adriática ha generado una vida nocturna muy activa en la región de Emilia-Romagna. Para evitar el uso masivo del vehículo privado (riesgo de accidentes) y facilitar las cosas al turismo juvenil extranjero, se han habilitado una línea ferroviaria especial y varias líneas de autobús interconectadas.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Campañas y servicios para captar nuevos clientes
- Fomento de la coordinación y la homogeneidad

## DESCRIPCIÓN

En la región italiana de Emilia-Romagna, situada en la costa del Mar Adriático, existe una gran actividad nocturna durante los meses de verano debido a la importante afluencia de turismo juvenil. La zona especialmente solicitada es la provincia de Rimini, con muchas discotecas importantes y playas. Cerca de 12 millones de turistas visitan la provincia cada verano. Para evitar que toda la movilidad generada en esta zona se resuelva mediante el uso de vehículos privados (con el serio riesgo humano y ruido que conllevaría), desde 1986 existe un servicio nocturno de autobús conocido como Blue Line (línea azul) y más recientemente se creó una línea especial de ferrocarril nocturna llamada Treno Azzurro (tren azul).

Blue Line está compuesto actualmente por dos líneas principales (azul y amarilla) y tres líneas secundarias (rosa, rosa-bis y verde). Un total de hasta 18 poblaciones importantes de la costa de Rimini están conectadas con las principales discotecas y bares nocturnos por un precio de 3€. Es lógico que la inmensa mayoría de los usuarios de este servicio sean jóvenes de entre 16 y 28 años.

El servicio está gestionado por un **consorcio** llamado **Happy Lines** en el que participan las administraciones locales (ayuntamientos, Agencia de Movilidad Local y la Provincia de Rimini), el gobierno regional de Emilia-Romagna, el operador de transporte local y la Cámara de Comercio.

Blue Line funciona solamente desde el 10 de junio hasta el 3 de septiembre pues es la temporada en la que resulta rentable y útil. Las frecuencias son distintas según los días, reforzándose el servicio en fines de semana y en las semanas de máxima ocupación turística en julio y agosto. Se realizan expediciones desde las 11-12 de la noche hasta las 6 de la mañana, con un periodo de una media hora entre ellas. El verano de 2004 se vendieron 150.000 billetes durante los 82 días que duró el servicio (una media de 1829 pasajeros por noche), y no se registró ningún accidente en ninguno de los 26 autobuses utilizados para dar el servicio.

También se opera el servicio de forma excepcional en noches especiales, como por ejemplo nochevieja. En la de 2004/2005 funcionaron de forma gratuita 3 líneas servidas con 14 autobuses, registrándose un total de 4500 viajeros.

Todos los vehículos están pintados con colores llamativos y llevan publicidad exterior. Además se crea ambiente de fiesta en el interior de los vehículos por medio de música marchosa. Aunque en muchas ocasiones el grado de ocupación de los vehículos es alto, esto no suele suponer un problema para los viajeros. Además existe personal joven dedicado a la organización e información de los pasajeros.

El Treno Azzurro para en 14 estaciones de la costa adriática, entre Ravenna hasta Pesaro. Tiene conexiones con las líneas de Blue Line, que son las que llevan a los jóvenes hasta las discotecas de la zona. El servicio es operado por la región de Emilia-Romagna y Trenitalia, pero su creación fue fruto del esfuerzo de las administraciones locales de la zona y las provincias de Rimini, Ravenna y Pesaro.

[continua en ficha 35 b]

## FICHA 35 b

Happy Lines,  
Trenitalia  
Emilia-Romagna  
Italia

## LÍNEAS NOCTURNAS DE OCIO EN VERANO

[continuación ficha 30 a]

El precio de un billete es el mismo que a cualquier otra hora del día. El tren contiene amplia publicidad de los múltiples patrocinadores del servicio, pero también está equipado con equipos audiovisuales para crear un ambiente de discoteca en los vagones. Su éxito entre los jóvenes radica en el precio, la imagen, la seguridad y la buena coordinación con Blue Line. La integración de tarifas de los distintos operadores de transporte público todavía no abarca estas dos líneas, lo cual ayudaría a facilitar los transbordos y a dar valor al dinero de los clientes.

Normalmente el servicio se opera desde el 29 de julio hasta el 28 de agosto, entre las 6 de la tarde y las 3 de la noche. Se suelen utilizar 3 trenes por sentido, aunque los horarios en uno y otro son muy dispares.

La publicidad y las campañas de sensibilización para salir de marcha de forma segura y responsable han jugado un papel importante en ambos proyectos. Sin lugar a dudas, estos servicios suponen un beneficio para todos los agentes implicados: operadores de transportes, políticos, empresarios del sector de ocio y turismo, ciudadanos de la región en general (menor agitación nocturna en las carreteras y calles), turistas y, en especial, jóvenes con ganas de fiesta nocturna. El ministerio de salud italiano ve la iniciativa con muy buenos ojos por los beneficios que supone para la salud pública la reducción del riesgo de accidentes. Además ha emprendido una campaña informativa en el Treno Azzurro para prevenir el SIDA.



## ENLACES

- <http://www.riminilive.com/english/blueindex.htm> (Blue Line)
- <http://www.miaferrovia.it/asp/news/view.asp?id=14> (Treno Azzurro)
- <http://www.ferroviaer.it/pagine/news.php?id=157> (Treno Azzurro)
- <http://www.ferroviaer.it> (Servicio Ferroviario Regional de Emilia-Romagna)
- [http://www.eltis.org/study\\_sheet.phtml?study\\_id=700](http://www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=700) (Caso de estudio ELTIS)

## FICHA 36

**Azienda Mobilità'e  
Trasporti (AMT)**  
Genova  
Italia

## NUEVAS LÍNEAS ESPECIALES

## RESUMEN

Innovación en servicios de movilidad para el ocio y el trabajo.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios

## DESCRIPCIÓN

En la ciudad de Génova se están estudiando una serie de nuevos servicios de movilidad dentro de las iniciativas del programa europeo CIVITAS. Se quieren crear líneas de autobús para cubrir desplazamientos que normalmente se realizan en vehículo privado. El principal objetivo es dar una oportunidad a estas líneas (previa promoción) para que sean económicamente viables, de modo que puedan perdurar.

En primer lugar se quieren potenciar líneas para acceder a destinos de ocio durante el fin de semana, como las líneas nocturnas para ir a las discotecas y las líneas diurnas para acceder a las principales zonas naturales de los alrededores. Por un lado se pretende aumentar la seguridad vial nocturna y por el otro acercar a los genoveses a su entorno natural. La ventaja de crear estos servicios para el fin de semana es que se da mayor utilización a vehículos que estarían aparcados, pues la hora punta del transporte público siempre se da durante los días laborables.

En segundo lugar se quiere crear un nuevo servicio de demanda flexible para conectar un importante centro comercial llamado Campi con los principales intercambiadores de la ciudad. Se han realizado estudios de movilidad en base a los servicios de transporte público existentes y entrevistas principalmente a los trabajadores de la zona. Empresas del centro como IKEA se han interesado mucho por esta iniciativa ya que mejora la movilidad para todos sus empleados y clientes. Ya se han realizado estudios previos de viabilidad económica de los nuevos servicios: una mitad del coste inicial para empezar los servicios será cubierta por las compañías e instituciones de Campi, mientras que la otra la financiará el Ministerio de Medio Ambiente italiano. Los costes operacionales se cubrirán con la venta de títulos a compañías y usuarios.

## ENLACES

- [http://www.civitas-initiative.org/measure\\_sheet.phtml?lan=en&id=144](http://www.civitas-initiative.org/measure_sheet.phtml?lan=en&id=144) (Medida CIVITAS)
- <http://www.amt.genova.it> (AMT)

## FICHA 37

## GESTIÓN INTEGRADA DE LA INFORMACIÓN DEL SISTEMA DE TRANSPORTE

Trafikanten  
Oslo  
Noruega

## RESUMEN

La información de la red transportes del área metropolitana de Oslo, tanto estática como dinámica, es gestionada y distribuida por una organización especializada que no opera ningún servicio de transporte público. Esta especialización ha resultado en una mayor calidad de las informaciones.

## CLASIFICACIÓN

- Información general estática (servicio ofertado)
- Información dinámica (multimodal)
- Tiempo (planificación del viaje)
- Fomento de la coordinación y la homogeneidad

## DESCRIPCIÓN

La sociedad **Trafikanten** se encarga de proporcionar y **gestionar toda la información de la red transportes del área metropolitana de Oslo**. Sin embargo, no gestiona ningún servicio de transporte. Los operadores (públicos y privados) que operan en el área, le ceden toda la información (horarios, cambios,...) a Trafikanten, que se encarga de distribuirlos por los múltiples canales a todos los clientes y ciudadanos. Las vías utilizadas son Internet, teléfono, WAP y SMS. Además, no sólo da información sino que asesora de forma gratuita acerca de las opciones de viaje en transporte público a los clientes que lo necesiten. La información integra a todos los operadores y modos de transporte público, ya que Trafikanten dispone de los datos actualizados de todas las compañías.

Los estudios demuestran que sin Trafikanten muchas personas se habrían desplazado en coche o en taxi, en vez de hacerlo en transporte colectivo. Los ahorros en información (personal, tecnología, etc.) y las ganancias fruto del aumento de viajeros, hacen de Trafikanten una inversión muy rentable para todos los operadores de transporte público. De hecho, los estudios apuntan hacia importantes beneficios económicos derivados de este sistema de especialización y centralización de la información.



The screenshot shows the website <http://www.trafikanten.no/>. The interface includes a search form with fields for 'From:', 'To:', and 'Friday 10.11.2006'. There are radio buttons for 'Departure after' and 'Arrival before', and a time selection of '14:30'. Below the form are checkboxes for 'Bus', 'Tram', 'T-ban', and 'Subway'. A navigation menu at the top contains icons and labels: BUTIKK, MELDINGER, TAKST, NYTTIG, TABELLER, SANNTID, MOBIL, KART, and KONTAKT. The main content area features a 'Reiseplanleggeren' section with a map of Oslo and text: 'Reiseplanleggeren dekker kollektivtrafikken i Akershus, Buskerud, Oslo, Vestfold, Telemark og Østfold samt NSB på Østlandet. Detaljer og unntak'. Below this is a section for 'Dagens trafikk - ikke planlagte avvik' with two sub-sections: '10 700 tar i bruk Flexus' and 'T-banen mangler vogner'. On the right, there is a 'Nyhetsoppslag om kollektivtrafikk fra andre nettsted' and a 'Pressemeldinger fra:' section with links to NSB, Sporveien, Stor-Oslo, and Lokaltrafikk. At the bottom right, there is a link for '10.11: Blåser i Bjørnøys miljøkrav'.

## ENLACES

- <http://www.trafikanten.no> (Trafikanten)

## FICHA 38

## VIAJAR PUERTA A PUERTA INCLUSO EN LARGAS DISTANCIAS

NS  
Países Bajos

## RESUMEN

El servicio Treintaxi está pensado para los que viajan en ferrocarril por todo el país. Consiste en la posibilidad de realizar en taxi los trayectos origen-estación y estación-destino bajo unas condiciones preestablecidas. El precio es fijo siempre que el origen y el destino estén dentro de la zona válida. El taxista puede llevar a más de un cliente a la vez. El servicio puede reservarse con anterioridad o puede utilizarse directamente.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Accesibilidad (taxis)
- Tiempo (planificación del viaje)

## DESCRIPCIÓN

Los ferrocarriles holandeses ofrecen la posibilidad a todos los clientes de realizar los trayectos inicial y final (para ir de un origen a la estación de salida y para ir de la estación de llegada al destino final) mediante un taxi. Este servicio recibe el nombre de Treintaxi y para el cliente supone un coste adicional respecto al billete de tren (4,20 €). Sin duda es más barato que un taxi normal.

En las estaciones hay una marquesina específica para esperar los Treintaxi. En ellas se muestra información útil, como el área de cobertura de este servicio en la ciudad, los precios, etc. Además suelen existir pulsadores de aviso, que mandan una señal al centro de control para que desde allí se envíe un Treintaxi a la parada. Si el servicio ha sido reservado con anterioridad suele haber un vehículo esperando a los clientes. El taxista puede esperar unos minutos más para ver si es posible llevar a otro cliente a la vez. En caso de que varios clientes hayan reservado taxi a la misma hora de llegada en la estación, si los destinos están aceptablemente cerca, un único taxi podría conducirlos a ambos por la ruta óptima.

De esta manera todos los clientes cuentan con un servicio de transporte a la demanda desde y hacia la mayoría de estaciones de la red, optimizándose los recursos del sistema a la vez que se da un servicio puerta a puerta de gran confort y seguridad. Los taxistas acceden a la reducción de tarifas debido a que pueden transportar a distintos pasajeros a la vez y cada uno de ellos paga el mismo precio fijo. Al delimitarse claramente las zonas hábiles, los costes de explotación no suelen dispararse. El servicio no tiene ninguna limitación temporal. La reserva no es obligatoria, pero el precio sin reserva previa resulta un poco más elevado (5 €). Con todo, la actividad resulta rentable y parece que la aceptación social de estos trayectos combinados va a demandar mayor número de taxistas.

La extensión de este servicio de transporte capilar en las estaciones de ferrocarril beneficia sin duda a las personas con movilidad reducida, que pueden realizar viajes puerta a puerta a un precio menor que el taxi normal, con garantías de disponibilidad y accesibilidad. El servicio ya se ha extendido hasta 59 ciudades holandesas.

## ENLACES

- [http://www.ns.nl/servlet/Satellite?cid=1083234338240&pagename=www.ns.nl%2FPage%2FArtikelPage\\_www.ns.nl&lang=en&c=Page](http://www.ns.nl/servlet/Satellite?cid=1083234338240&pagename=www.ns.nl%2FPage%2FArtikelPage_www.ns.nl&lang=en&c=Page) (Treintaxi)
- <http://www.ns.nl> (NS)
- <http://www.holland.com/global/index.html?page=http://www.holland.com/global/geninfo/travelinfo/traintax.html> (Treintaxi)

## FICHA 39

## GESTIÓN INTEGRADA DE LA INFORMACIÓN EN ÁMBITO ESTATAL

OV (o OVR)  
Países Bajos

## RESUMEN

En conjunción con la implantación de un sistema tarifario integrado a escala nacional, en los Países Bajos se ha creado un organismo para gestionar toda la información relativa a los transportes. De este modo se integran las redes existentes y se da a los clientes mayor facilidad para viajar ya que la difusión de la información se realiza por muchos canales.

## CLASIFICACIÓN

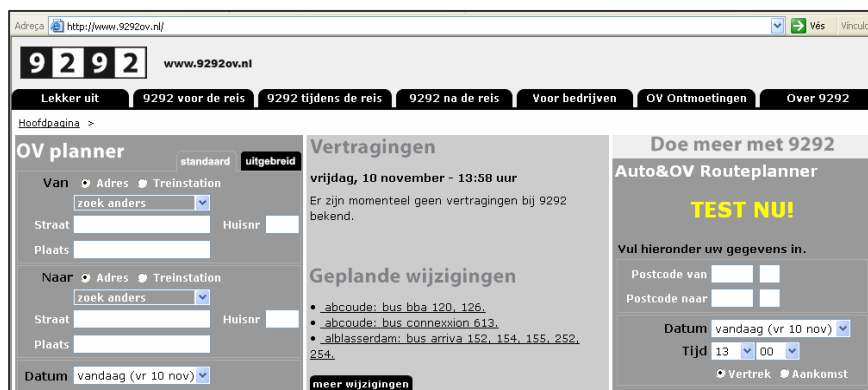
- Información general estática (servicio ofertado, personalizada)
- Tiempo (planificación del viaje)
- Fomento de la coordinación y la homogeneidad

## DESCRIPCIÓN

OV se fundó en 1992 por iniciativa del ministerio de transportes holandés y de todas las empresas de transporte público del país, con la finalidad de crear una **red de información integrada** a nivel nacional. La primera medida para garantizar el éxito de esta compañía fue la aprobación de una ley que obliga a todas las empresas a dar toda la información necesaria a OV. De esta manera se ha podido crear un planificador de viajes a escala nacional especialmente útil porque en los Países Bajos existe un sistema tarifario integrado nacional que funciona por zonas.

La experiencia y la gran cantidad de información actualizada permiten a OV dar servicios de información personalizada de movilidad, tanto a empresas como a particulares. Los costes de esta compañía se soportan mediante un porcentaje de los ingresos por llamadas, la venta de servicios personalizados y mediante aportaciones de las empresas accionistas y el ministerio.

El éxito de esta compañía es rotundo, con más de 20.000 llamadas y 60.000 solicitudes por Internet al día. El servicio de planificación de viajes vía mensajes de texto cada vez está más implantado. Las solicitudes de información durante el trayecto, vía telefonía móvil, han proliferado enormemente en los últimos tiempos. Por esto, proporcionar información sobre incidencias, cambios de última hora y demás, se ha convertido en un nuevo reto para la compañía (el sistema IRIS puede ser la respuesta, ver siguiente ficha).



The screenshot shows the OV planner website interface. At the top, there is a navigation bar with links like 'Lekker uit', '9292 voor de reis', '9292 tijdens de reis', '9292 na de reis', 'Voor bedrijven', 'OV Ontmoetingen', and 'Over 9292'. The main content area is divided into several sections: 'OV planner' with search fields for 'Van' (address or station) and 'Naar' (address or station), and a 'Datum' (date) dropdown set to 'vandaag (vr 10 nov)'. There are also 'Vertragingen' (delays) and 'Geplande wijzigingen' (planned changes) sections. A 'Doe meer met 9292' section features an 'Auto&OV Routeplanner' with a 'TEST NU!' button and fields for 'Postcode van', 'Postcode naar', 'Datum', and 'Tijd'.

## ENLACES

- [http://www.vbn-bv.nl/ovinfo/algemeen\\_en.asp?vPaginaID=203](http://www.vbn-bv.nl/ovinfo/algemeen_en.asp?vPaginaID=203) (OV información general)
- <http://www.9292ov.nl> (OV)

## FICHA 40

## GESTIÓN INTEGRADA DE LA INFORMACIÓN EN ÁMBITO ESTATAL

IRIS  
Países Bajos

## RESUMEN

El IRIS es un sistema para informaciones dinámicas personalizadas acerca del transporte público que proporciona al viajero un acceso simple a las informaciones de viajes a través del teléfono móvil antes del viaje, en su transcurso y después del viaje. Pretende aportar información sobre todos los modos de transporte.

## CLASIFICACIÓN

- Información dinámica (multimodal, incidencias, telefonía móvil)
- Tiempo (planificación del viaje)
- Fomento de la coordinación y la homogeneidad

## DESCRIPCIÓN

El **IRIS** es un **sistema para informaciones dinámicas personalizadas acerca del transporte público** que se está desarrollando en los Países Bajos. Proporciona al viajero un acceso simple a las informaciones de viajes a través del teléfono móvil antes del viaje, en su transcurso y después del viaje. De este modo, trata de mejorar sustancialmente las informaciones proporcionadas a los viajeros en respuesta a las exigencias actuales de los consumidores del transporte público.

El proyecto IRIS, iniciado en 2003, se ha previsto en varias fases:

- integración del IRIS a todos los niveles, es decir, compatibilidad de todos los componentes del sistema para hacer posible la información dinámica de puerta a puerta;
- vinculación de proyectos piloto a corto plazo con el desarrollo del concepto a largo plazo; y
- priorización de las necesidades y preferencias de los clientes en el desarrollo.

El servicio del IRIS se hará realidad sólo si las partes involucradas adoptan un conjunto de normas, papeles y responsabilidades. Por esto se hizo una recomendación al Ministerio del Transporte, la Administración de Obras Públicas y la Economía del Agua para que establezcan una Plataforma para las Informaciones Integradas del Transporte con una amplia representación de las compañías que ofrecen el transporte público, organismos del poder estatal, organizaciones de consumidores y la industria del transporte.

La compañía del transporte Syntus, que explota trenes y autobuses regionales, y la provincia de Gelderland cooperan desde hace algún tiempo en el desarrollo y la implementación del sistema ICT (ICT – Information and Communication Technology – Tecnología de Información y Comunicación) que debería proporcionar datos de la posición de autobuses y trenes. Estos datos crean una oportunidad adicional para ofrecer informaciones en tiempo real a los viajeros.

Una de las aplicaciones que Syntus y la provincia de Gelderland quieren agregar es el concepto de IRIS para informaciones actuales e individuales de viajes mediante la red GSM (Sistema Global para las comunicaciones Móviles) y la conexión fija a Internet. Una propiedad específica del IRIS es su posición en la conexión entre el plan del viaje (viaje previsto) y la situación real durante el viaje (individualización), donde se crean oportunidades para la asistencia en línea, basada en los deseos y requerimientos de los viajeros expresados con anterioridad. Entre ellos hay alternativas para casos de un gran retraso si un plan de viaje es muy ajustado.

Este concepto ofrece a Syntus una oportunidad para llegar a la mayoría de los viajeros con un sistema de bajo coste y alta calidad, a diferencia del servicio acostumbrado, relativamente caro y accesible a un número menor de personas, de los sistemas de informaciones colectivas del transporte en las estaciones y paradas.

Está previsto realizar el proyecto piloto en el año 2006.

## ENLACES

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet.phtml?study\\_id=646](http://www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=646) (Caso de estudio ELTIS)

## FICHA 41

## SISTEMA DE INFORMACIÓN METROPOLITANA EN TIEMPO REAL

TELLUS  
Rotterdam  
Países Bajos

## RESUMEN

Con la creación de un espacio Web de información intermodal sobre la región de Róterdam, además de integrar la información en formatos de fácil interpretación, se pretende permitir el acceso a información en tiempo real de todos los modos de transporte excepto el peatonal. Ésta incluye el transporte público, el estado de las carreteras, el tráfico metropolitano, los aparcamientos, las rutas en bicicleta,... El sistema se complementa con paneles informativos en calles y carreteras.

## CLASIFICACIÓN

- Información dinámica (multimodal, incidencias)
- Accesibilidad (automovilistas)
- Tiempo (planificación del viaje)
- Fomento de la coordinación y la homogeneidad

## DESCRIPCIÓN

Una de las iniciativas del proyecto **TELLUS (Transport & Environment aLLiance for Urban Sustainability)** en Rotterdam es la creación de una página Web dedicada a la información intermodal de la movilidad en la región metropolitana. La novedad de esta página es que, además de integrar la información en formatos de fácil interpretación, permite acceder a información en tiempo real de todos los modos de transporte excepto el peatonal. Por lo tanto, en ella se presenta de forma actualizada la información del transporte público (directamente proporcionada por OVR, la red de información nacional integrada sobre transporte público), del estado de las carreteras (obras, cortes, accidentes), del tráfico (atascos), de los aparcamientos (en calles, aparcamientos privados, Park&Rides y Car Sharings) y del transporte en bicicleta (estado de la red de circulación y los aparcamientos).

Al considerar todos los modos, integrarlos en un mismo centro de control de información y presentar los datos en tiempo real, se da a los ciudadanos información muy valiosa para hacer cambios de última hora en sus desplazamientos. Por esta razón, la información no solamente es accesible a través de la página Web sino que también se ofrece a través de otros canales: city-text (mensajes teléfono móvil), radio, sistema de ayuda para aparcar (paneles fijos), City VMS's (paneles fijos de información dinámica del tráfico) y el sistema dinámico de información sobre Park&Rides. Por lo tanto, toda la región metropolitana está equipada con sistemas de información dinámica (paneles) que orientan a los conductores (vehículo privado o bicicleta) de las incidencias y opciones de aparcamiento, con la tendencia a fomentar el uso del transporte público.

De momento no se ha acabado de desplegar todo el potencial de este sistema de información intermodal, aunque muchos servicios ya funcionan.

## ENLACES

- <http://www.Fileplan.Rotterdam.nl> (Fileplan)
- <http://www.tellus-cities.net/index.php?id=467> (TELLUS)

## FICHA 42

## MOVILIDAD EMPRESARIAL BASADA EN TRANSPORTE PÚBLICO

Mobility Mix  
Países Bajos

## RESUMEN

La empresa Mobility Mix asesora a empresas de más de 500 trabajadores para hacer más económicos y rápidos los viajes de negocios esporádicos y los desplazamientos regulares. Colabora con la red de transporte público, los operadores de taxi, las empresas de alquiler de coches, los gestores de aparcamientos y otras organizaciones relacionadas con la movilidad y su información.

## CLASIFICACIÓN

- Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios
- Fomento de la coordinación y la homogeneidad
- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)

## DESCRIPCIÓN

La empresa **Mobility Mix** opera en los Países Bajos, dando servicios de asesoramiento de viajes a empresas de más de 500 trabajadores. Ya sean viajes de negocios esporádicos o desplazamientos regulares, Mobility Mix **encuentra a sus clientes los modos más económicos y rápidos** para cubrirlos. Para ello hace uso de la red de transporte público, de taxis y de coches alquilados.

Uno de los objetivos de las empresas que demandan los servicios de Mobility Mix es reducir el número de coches de la empresa, hasta el límite de no tener que depender de ellos. Mobility Mix ofrece a los empleados de las empresas una tarjeta que les da libertad para utilizar las distintas alternativas para desplazarse. En cualquier caso, ofrece un servicio de movilidad a buen precio, cómodo y basado en el transporte público siempre que es posible.

Sus colaboradores son la empresa Connexxion (operadora de autobuses, tranvías y camiones), Keddy Rental (alquiler y leasing de vehículos), Nederlandse Spoorwegen (operador ferroviario), Taxibedrijven (operador de taxis), Q-Park (control de Park&Ride's), Move y Mobility Result (empresas que asesoran en movilidad, sistemas de la información, GIS,...). Gracias a la colaboración, Mobility Mix puede ofrecer servicios muy diversos en su tarjeta para empresas.

También colabora estrechamente con la filial holandesa de LeasePlan Corporation (líder mundial en gestión de flotas de automóviles y camiones para empresas). Por lo tanto Mobility Mix también es capaz de proporcionar soluciones que no se basen en transporte público pero que tampoco impliquen el coste de adquisición de vehículos. Mobility Mix ayuda a gestionar la movilidad de las empresas para hacerla lo más eficiente posible.

## ENLACES

- <http://www.mobilitymixx.nl> (Mobility Mix)

## FICHA 43 a

## EQUIPOS DE AUTOGESTIÓN

Conexxion  
Países Bajos

## RESUMEN

Durante años se han intentado encontrar caminos para ampliar los deberes de los conductores, incrementando el enriquecimiento de su trabajo. Ellos son los que están en contacto diario con los clientes y por lo tanto son los primeros en experimentar sus deseos y demandas. Los equipos de empleados pueden hacerse responsables de una parte de la gestión del transporte público además de las tareas ejecutorias, como por ejemplo las tareas preparatorias, auxiliares y administrativas.

## CLASIFICACIÓN

- Gestión de los RR.HH.
- Atención al cliente (orientación)

## DESCRIPCIÓN

**Conexxion** es una **empresa que opera autobuses, camiones y tranvías por toda Holanda**. Su mercado está constantemente sujeto a continuos cambios mayores. La contribución del gobierno al transporte público se reduce constantemente y el mercado se ha abierto para una serie de competidores (extranjeros) como Arriva (Reino Unido) y Connex (Francia). La lucha de competencia será ganada por las compañías que ofrezcan el mejor servicio a un precio aceptable para el cliente y por este motivo Conexxion ha implementado nuevos métodos de autogestión.

Los conductores son los que están en contacto diario con estos clientes y ellos son los primeros en experimentar sus deseos y demandas. Si éstas son razonables y están incluidas dentro del término de autogestión, el conductor puede tomar una acción inmediata dentro de los límites de sus responsabilidades organizacionales. Además de esto, es un hecho constatado que durante años se han intentado encontrar caminos para ampliar los deberes de los conductores, incrementando el enriquecimiento de su trabajo.

Mediante la combinación de estos dos aspectos la idea adquiere cierta forma organizacional en la que ambas partes pueden tener sus obligaciones. Antes de que los equipos de autogestión puedan ser operativos, es necesario pasar a través de las siguientes etapas:

1. Conferencias de trabajo para la gestión.
2. Equipos de proyectos.
3. Formación de instructores de equipos.

Los equipos de empleados pueden hacerse responsables de una parte de la gestión de un área de transporte público, por ejemplo un circuito/ruta completo (o un número determinado de líneas), pero también son responsables de un paquete completo de servicios. Esto significa que además de las tareas ejecutorias, deben formar parte también de la responsabilidad del equipo (destinadas al servicio) otras muchas tareas preparatorias, auxiliares y administrativas.

Las tareas preparatorias que pueden ser realizadas por los equipos de autogestión comprenden programación, horarios, servicios, explotación, calamidades, información por interrupciones, etc.

Las tareas auxiliares pueden consistir en apoyo de control de tráfico, control de billetes, repostar, limpiar vehículos, tareas menores de mantenimiento, reparaciones, tratamiento de quejas de clientes, formación de nuevos conductores, control de calidad, etc.

Dentro de las tareas administrativas se pueden considerar la selección de nuevos miembros del equipo, la salvaguarda de la calidad del servicio, el asesoramiento en la compra de vehículos, la coordinación interna y externa del grupo, la implicación mediante planes de acción de marketing, etc.

[continúa en ficha 43 b]

## FICHA 43 b

## EQUIPOS DE AUTOGESTIÓN

Conexión  
Países Bajos**[continuación ficha 43 a]**

Existen ciertas barreras/conflictos que pueden dificultar la implementación de los equipos de autogestión:

- algunos empleados no están muy entusiasmados con el hecho de trabajar en grupo, y
- los sindicatos, que no están de acuerdo con la nueva estructura o el nuevo sistema de recompensa para los equipos.

La transferibilidad parece no ser demasiado difícil. Muchas otras compañías de transporte público han demostrado interés o han puesto en marcha sus propios proyectos (p.ej. Arriva), apoyadas por un gran número de investigaciones realizadas por numerosas universidades en Holanda (Delft, TU-Eindhoven).

Las conclusiones de la empresa Conexión tras su experiencia son:

- sólo en los equipos de autogestión es posible aventajarse de la situación local, siguiendo un proceso permanente de consideración y coordinación:
- el equipo consigue un mejor control de la calidad de los servicios y pasa a través de un proceso permanente de aprendizaje; y
- los equipos pueden desarrollarse tanto en empresas pequeñas como en grandes compañías.

**ENLACES**

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet.phtml?study\\_id=220](http://www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=220) (Caso de estudio ELTIS)

## FICHA 44

TLS  
Países Bajos

## UNA TARJETA ELECTRÓNICA PARA TODO EL PAÍS

## RESUMEN

Hace ya unos años que se prepara en los Países Bajos la instalación de un sistema único de billeteo electrónico que sirva para todo el país. Los cinco operadores más importantes del país tomaron la iniciativa para integrar las tarifas y el sistema de billeteo, aunque el resto también se han implicado. Entre todos crearon una compañía para instalar y gestionar los sistemas de lectura sin contacto en todos los vehículos del país.

## CLASIFICACIÓN

- Implementación de nuevos sistemas de pago
- Atención al cliente (tarifas integradas, medios de pago)

## DESCRIPCIÓN

Hace ya unos años que se prepara en los Países Bajos la instalación de un sistema único de billeteo electrónico que sirva para todo el país. Los cinco operadores más importantes del país (gestionan el 80% de la red de transporte público) tomaron la iniciativa para integrar las tarifas y el sistema de billeteo. Para ello crearon la compañía **Trans Link Systems (TLS)**, que instala y gestiona los sistemas de lectura sin contacto en todos los vehículos del país (trenes, autobuses, tranvías y metros). El resto de operadores de los Países Bajos, agrupados en la asociación MOBIS, trabajan con TLS para que el nuevo sistema de billeteo abarque realmente todas las redes del país, de forma que la integración sea total y absoluta.

Además de las empresas de transporte público, las administraciones (nacional, regionales y locales) y otras entidades independientes colaboran en la introducción de este sistema. El interés por el progreso en este sentido es algo generalizado, incluso la ciudadanía en general espera con ganas la introducción de los nuevos sistemas de billeteo. TLS se responsabiliza del sistema de billeteo electrónico pero colabora activamente con todos los agentes implicados para asegurar el éxito.

El año 2003 TLS adjudicó el contrato para proveer la tecnología SmartCard (tarjeta inteligente) sin contacto al consorcio "East-West" tras un largo concurso. Este consorcio está comandado por las compañías Accenture, Thales y Vialis pero los principales subcontratados son Octopus Cards Limited y MTR Corporation, los proveedores de tarjetas electrónicas de Hong Kong.

Actualmente ya se han instalado nuevos lectores en muchos vehículos y estaciones de las cinco compañías principales. Se prevé que durante el 2007 se complete la instalación en todas las compañías de transporte público, de manera que todo el país ya será accesible mediante nuevas tarjetas electrónicas, basadas en arquitectura abierta en relación con el soporte tecnológico (40 empresas han solicitado el certificado de proveedor tecnológico).

Cada compañía de transporte público debe tener su propio sistema centralizado de datos para transmitir/recibir información al/del sistema central nacional de procesamiento. Este último establece conexiones entre los sistemas de cada compañía y las principales entidades financieras. Al recibir datos de las compañías de transportes (validaciones con tarjetas electrónicas) el procesador central establece los pagos que le tocan a cada compañía en función del tipo de trayectos registrados (simples o combinados). También se encarga de actualizar los datos que le van llegando sobre recargas de tarjetas, anulaciones, personalizaciones, etc.

Se ha creado una página Web (íntegramente en holandés) para que los ciudadanos accedan a la información acerca del nuevo sistema: qué es, cómo funciona, dónde y cómo se adquiere... Esto es muy importante para conseguir el impacto deseado tras la introducción del nuevo billeteo.

## ENLACES

- <http://www.translink.nl> (Translink)
- <http://www.eastwest-consortium.nl> (EastWest-Consortium)
- <http://www.ov-chipkaart.nl> (OV-Chipkaart)

## FICHA 45

## MOVILIDAD PARA TODOS

Hampshire County  
Reino Unido

## RESUMEN

El Condado de Hampshire procura ofrecer servicios de transporte público para garantizar que todas las personas (especialmente las que no tienen un fácil acceso al vehículo privado) puedan desplazarse a voluntad. La inviabilidad económica de muchos servicios tradicionales (especialmente en las áreas rurales) ha propiciado la creación de nuevas ofertas y servicios más eficientes, parte de ellos prestados por voluntarios.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Accesibilidad (PMR)
- Tiempo (planificación del viaje)
- Confort (factores externos)
- Participación ciudadana (voluntarios)

## DESCRIPCIÓN

La legislación británica trata el tema de la accesibilidad en el transporte público de forma directa, aunque los progresos no son muy rápidos en la práctica. Uno de los elementos más destacables en esta materia es la conversión de las flotas de autobuses (a vehículos de piso bajo con espacios reservados), que para el año 2016 debería ser total. Cada operador es responsable de llevar a cabo la conversión. Además, se da énfasis en la formación de los conductores para ayudar a los discapacitados de cualquier tipo.

La ley obliga a proporcionar información en distintos formatos para garantizar su accesibilidad, o sea que normalmente, además de información escrita, existe información en formato audiovisual.

El condado de Hampshire ha desarrollado una estrategia ejemplar para satisfacer la demanda de servicios accesibles. Sus iniciativas consisten en ofrecer servicios puerta a puerta a la demanda, permitiendo paradas intermedias para bajar del autobús y reducir la distancia a pie (en sitios seguros), en flexibilizar las rutas de algunas líneas de manera que se pueda recoger o llevar a los clientes hasta una milla de distancia de la ruta habitual, en alquilar aparatos de ayuda a la movilidad en puntos concretos de la ciudad (centro histórico, comercios, etc.) y en dar facilidades para los usuarios habituales del taxi en forma de cupones multi-viaje subvencionados por la administración.

Llama la atención la gran cantidad de organizaciones de voluntarios existentes y su contribución en la prestación de estos servicios. Su coordinación es importante, aunque en general creen que reciben pocas facilidades para realizar sus programas. No todos los que trabajan para este tipo de organizaciones lo hacen sin cobrar. Dado que no existen suficientes subvenciones administrativas para satisfacer la demanda potencial de este tipo de servicios, siempre se necesitan voluntarios para conducir vehículos sin remuneración alguna.

Entre los servicios ofrecidos por los voluntarios se encuentran el coche compartido (Car Pooling), el minibus a la demanda para grupos (gratuito local y alquiler para viajes), las líneas regulares para comunidades rurales y el préstamo de ciclomotores para jóvenes.

El servicio a la demanda (telefónica) de Bristol, especialmente enfocado para las personas de movilidad reducida, está inmerso en una expansión importante dentro de las iniciativas del proyecto europeo VIVALDI. El servicio es prestado por una organización sin ánimo de lucro y cuesta lo mismo que las tarifas de autobús convencionales. Se ofrece la posibilidad de reservar con antelación (normalmente el día antes) el transporte puerta a puerta. La oferta de zonas cubiertas aumenta a gran ritmo, al igual que el número de usuarios registrados (más de 10.500). Además se está invirtiendo en vehículos de bajo impacto ecológico para hacer todavía más sostenible la iniciativa.

## ENLACES

- [http://www.civitas-initiative.org/measure\\_sheet.phtml?lan=en&id=60](http://www.civitas-initiative.org/measure_sheet.phtml?lan=en&id=60) (Medida CIVITAS)
- <http://www.fundacioncetmo.org> (Publicaciones>Transporte de viajeros>Movilidad\_Hampshire)

## FICHA 46 a

## INFORMACIÓN INTEGRADA EN EL ÁMBITO REGIONAL Y ESTATAL

Traveline y  
Transport Direct  
Reino Unido

## RESUMEN

Los portales de Internet de Traveline y Transport Direct contienen información integrada de los transportes públicos de todo el Reino Unido y permiten planificar viajes intermodales de forma precisa y fácil. También incorporan información para los automovilistas de manera que se puedan comparar las alternativas de viaje. Su creación ha sido fruto de la colaboración de muchas organizaciones.

## CLASIFICACIÓN

- Información general estática (servicio ofertado, personalizada)
- Información dinámica (multimodal, incidencias, telefonía móvil)
- Tiempo (planificación del viaje)

## DESCRIPCIÓN

Los **portales de Internet de Traveline y Transport Direct** contienen información integrada de todo el país y permiten planificar viajes intermodales de forma precisa y fácil. Ambos ofrecen servicios pioneros ya que planifican viajes puerta a puerta combinando los distintos modos de transporte público: ferrocarril, tranvía, metro, autobús (urbano e interurbano), ferry, avión y taxi. Los dos colaboran entre ellos intercambiando información, complementándose en cuanto a los servicios ofrecidos a los ciudadanos. Traveline está más orientado hacia la información de nivel regional mientras que Transport Direct lo está más hacia la información de nivel estatal.

Ambos portales permiten acceder a mapas detallados y precisos de cualquier localización. Se pueden preseleccionar opciones personalizadas de viaje como la velocidad andando, la duración máxima del trayecto caminando, el paso por algún pueblo o ciudad durante el viaje,... También se ofrece información sobre disponibilidad de servicios de taxi y de Park&Ride's, sobre incidencias en la red en tiempo real, distintas alternativas de viaje,...

Desde la página de Traveline se puede acceder a las páginas específicas de cada región del país (hay 11 regiones, que no se corresponden exactamente con las divisiones administrativas). En la página de cada región se puede consultar mucha información acerca del transporte y la movilidad de la zona. Los planificadores de viajes regionales ofrecen información de trayectos puerta a puerta dentro de su región, pero también permiten planificar trayectos hasta todas las paradas de autobús y estaciones de tren de todo el país. Además, Traveline tiene un número telefónico para atender consultas de sus clientes y planificar viajes.

Traveline es gestionado por una asociación entre los PTE (Passenger Transport Executive, parte ejecutiva de una autoridad regional o metropolitana del transporte), las autoridades locales y los operadores. Cada región ha acordado la manera de compartir el coste de este servicio informativo. La mayoría de ellas aceptaron una subvención gubernamental para poner en marcha este sistema el año 2000/01, pero desde entonces los costes de gestión corren a cargo de las autoridades y los operadores de cada región.

Hay muchos agentes que intervienen para asesorar en el proceso de revisión y mejora (continua actualización) de Traveline. Entre ellos se encuentran las patronales y asociaciones de las empresas operadoras (CPT, ATOC), asociaciones de municipios (LGA, CoSLA), autoridades regionales o metropolitanas de transporte (TfL, PTEG, SE, Translink), asociaciones de asesoramiento para la coordinación (ATCO) y representantes de departamentos y asambleas gubernamentales (WAG, DfT).

Por lo que respecta a Transport Direct, su planificación de trayectos puerta a puerta a escala nacional incorpora la opción de comparar los trayectos en transporte público con los del vehículo privado. Las planificaciones de viajes en vehículo privado tienen en cuenta el estado habitual de las carreteras para estimar de forma realista los tiempos de viaje.

[continua en ficha 46 b]

FICHA 46 b

INFORMACIÓN INTEGRADA EN EL ÁMBITO REGIONAL Y ESTATAL



Traveline y Transport Direct Reino Unido

[continuación ficha 46 a]

La Web ofrece múltiples opciones para agilizar las búsquedas, como por ejemplo el registro de usuarios, la grabación de rutas frecuentes, información de salidas y llegadas por medio de telefonía móvil, la localización de ubicaciones, etc. También posibilita la compra de billetes por Internet a diferentes operadores sin tener que volver a introducir los datos personales en cada operación. La facilidad de uso (selección de origen, destino y opciones personalizadas) combinada con la fácil interpretación de resultados y la abundante gama de mapas generados, hacen de este planificador una herramienta de uso casi universal y mucho más útil que cualquier explicación con palabras.

En Transport Direct se ofrecen los costes estimados de los trayectos en vehículo privado pero todavía no se ofrecen todas las tarifas de cada trayecto en transporte público. Las líneas de trabajo actuales están atacando esta disponibilidad de tarifas (para estimar costes de los viajes en transporte público y poder compararlos con los del vehículo privado), el desarrollo de un sistema que permita planificar viajes combinados (transporte privado-transporte público) y la actualización de datos referentes a las plazas de aparcamiento urbanas del país.

Transport Direct es operado por un consorcio creado en 2003 por iniciativa del departamento de transportes británico y gestionado por la compañía de servicios tecnológicos de información Atos Origin. Los fondos económicos para financiar este servicio no lucrativo proceden de las siguientes administraciones: UK Department for Transport, Welsh Assembly Government (País de Gales) y Scottish Executive (Escocia).

La información procede principalmente de Highways Agency (Agencia de Autopistas), Traffic Wales, Traffic Scotland y de todos los operadores de transporte público, algunas veces de forma directa y otras a través de Traveline. Además existen muchas otras fuentes de información, tanto públicas como privadas. Entre ellas destacan Transport for London (TfL), Point X (proveedor de datos), Trainline (proveedor de información ferroviaria), GNER y Midland Mainline (operadores ferroviarios), Traintaxi, Ordnance Survey (agencia nacional de cartografía), Association of Train Operating Companies (ATOC), National Rail Enquiries (operador ferroviario), National Express (operador de autobús), Scottish Citylink (operador de autobús) y OAG Worldwide (aéreo).



The screenshot shows the Traveline website interface. At the top left is the Traveline logo with the text 'public transport info 0870 608 2 608'. To the right, it says 'The UK's No 1 website for impartial information on planning your journey, by bus, coach or train... or any combination of the three!'. Below this is a 'Plan a Journey' section with a text input field and a 'Go...' button. A map of the UK is shown with regional codes: NI, SC, NE, NW, EM, EA, WA, WM, SE, L. A legend for 'Journey Planners' lists: Scotland SC, Northern Ireland NI, North East NE, Yorkshire YK, North West NW, East Midlands EM, Wales WA, West Midlands WM. To the right of the map is a 'National Links' section with a grid of logos for National Rail Enquiries, Qjump, National Express, citylink, megabus.com, transport direct.info, and Gwent Buses. At the bottom, it mentions 'traveline-txt for next departure times from individual stops sent to your mobile phone' and provides the phone number '0870 608 2 608'.

ENLACES

- <http://www.traveline.org.uk> (Traveline)
- <http://www.transportdirect.com> (Transport Direct)

## FICHA 47

## CONTACTAR CON UN TAXI EN CUALQUIER LUGAR

Traintaxi  
Reino Unido

## RESUMEN

Traintaxi es una base de datos fácilmente accesible (en Internet) en la que se nombran todos los proveedores de taxi del Reino Unido, clasificados por estaciones. De esta manera, cualquier persona que emprenda un viaje en transporte público puede reservar fácilmente un taxi para que le recoja. Además existe un sistema de localización de teléfonos móviles que contacta directamente con el operador de taxis más cercano.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Accesibilidad (taxis)
- Tiempo (planificación del viaje)
- Información general estática (servicio ofertado)

## DESCRIPCIÓN

Traintaxi apareció para contrarrestar el escaso incentivo para viajar en tren que suponen la inseguridad e incertidumbre de cómo iniciar o finalizar un determinado viaje en tren (desde la estación hasta el destino final o viceversa). La idea fue crear una base de datos actualizada con los servicios de taxi disponibles en todas las estaciones de ferrocarril del país. De esta manera, los viajeros siempre pueden obtener información de los servicios de taxi que les pueden interesar.

Existen estaciones de ferrocarril con servicio permanente de taxis y estaciones sin servicio permanente de taxis pero con teléfonos para reservas (de los operadores de taxi locales). Por lo tanto, el cliente solamente debe reservar un taxi cuando no existan servicios permanentes en una determinada estación. Traintaxi ofrece esta información de forma rápida y totalmente gratuita.

La base de datos abarca todas las estaciones de ferrocarril, tranvía y metro del país. También incluye algunas estaciones de autobús y ferry (todas las incluidas en el National Rail Timetable).

Existe un servicio de localización de teléfonos móviles y fijos que se activa al llamar a un número determinado y que automáticamente contacta con un operador de taxis del área. De esta manera, con un solo número se puede acceder a cualquier operador de taxis del país. El precio de la llamada es un poco alto si se llama desde un teléfono móvil, pero muy barato desde cualquier fijo (privado o público).

La financiación de este servicio fundado en el año 2002 (aunque concebido en 1998) fue inicialmente fruto de una asociación liderada por la Strategic Rail Authority y el National Express Group plc. Tras la complicada tarea inicial de integración de 23 bases de datos, los costes de gestión de este servicio (pequeños) pasaron a ser cubiertos por la industria ferroviaria mediante un contrato con el Rail Settlement Plan (plan de acuerdo ferroviario), que está compuesto por todos los operadores ferroviarios del Reino Unido.

Toda la información de Traintaxi está disponible en Transport Direct, lo cual mejora la integración de la información de la red de transporte público.

## ENLACES

- <http://www.traintaxi.co.uk> (Traintaxi)

## FICHA 48

## INFORMACIÓN DINÁMICA Y ESTÁTICA ACCESIBLE

Transport for  
London (TfL)  
London  
Reino Unido

## RESUMEN

El sistema iBus de localización de vehículos servirá para mejorar la velocidad comercial mediante sistemas de priorización semafóricos y mejorar la información dinámica. De momento TfL pone a disposición de todos los ciudadanos mucha información a través de mensajes con el teléfono móvil: planificador de viajes, noticias de la red (en tiempo real), información general (mapas...) y listas de horarios.

## CLASIFICACIÓN

- Información dinámica (multimodal, incidencias, telefonía móvil, rutas y paradas)
- Información general estática (servicio ofertado)
- Tiempo (planificación del viaje)

## DESCRIPCIÓN

El proyecto iBus de Londres va a desarrollarse en 2007 y consistirá en dotar a toda la flota de autobuses (más de 8000 vehículos) con un sistema avanzado de localización automática de vehículos que permita mejorar la fiabilidad del servicio y facilitar la información en tiempo real a los clientes. Entre otras medidas, también se invertirá en sistemas de priorización semafórica, en modernización de la flota, en mejorar el centro de operaciones (CentreComm). La información en tiempo real se ofrecerá a bordo, en las paradas y a través de la telefonía móvil.

Una particularidad del proyecto es la introducción de información audiovisual en todos los vehículos. El objetivo de esta medida es facilitar la utilización de los autobuses para los ciegos y sordos, los turistas y los usuarios poco habituales. Al aproximarse a cada parada, el sistema proporcionará el nombre del destino tanto de forma escrita como verbalizada. El soporte visual serán pantallas LCD.

Una popular periodista británica, Emma Hignett, ha sido elegida para poner su voz a todos los avisos del sistema iBus. La suya es una voz conocida para los londinenses tras ser locutora en las radios Capital Gold (2003-2004) y Jazz FM (1996-1998). También fue presentadora del informativo meteorológico en la televisión de Gales y colaboradora del famoso presentador de radio Jerry Springer. Actualmente trabaja para la radio Alpha FM, presentando un programa musical de tarde.

Por otro lado, los servicios de información a través de mensajes con el teléfono móvil han evolucionado bastante en muy poco tiempo. El bajo coste del envío de mensaje es totalmente justificado para los clientes que utilizan este servicio ya que permite obtener información dónde y cuándo uno la necesita, sin necesidad de acceder a Internet o de ir a una parada. De esta manera, los usuarios pueden saber a qué hora deben salir para llegar a tiempo para coger el autobús o el tren que le interese sin esperas improductivas.

Existen múltiples servicios informativos accesibles desde el teléfono móvil. Se puede conseguir información vía WAP (Internet móvil) y vía SMS. En WAP se puede acceder al planificador de viajes, a las noticias de la red (en tiempo real), a información general y a listas de horarios. Además se puede solicitar de forma gratuita un servicio de avisos automáticos para incidencias en las líneas que a uno le interesen. Por medio de SMS también se puede acceder a un planificador de viajes, a información sobre tiempos de paso y mapas de la red de metro. Además, todos estos servicios están también disponibles por medio del teletexto.

En la página Web de TfL se indica con detalle cómo acceder a estos servicios, incluyendo ejemplos para cada uno.

## ENLACES

- <http://www.tfl.gov.uk/tfl/mobile/mobile.asp> (Servicios de información)
- <http://www.tfl.gov.uk> (TfL)

## FICHA 49

## UN "MAYORISTA" DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA DE TRANSPORTE

Mattisse  
Midlands  
Reino Unido

## RESUMEN

El consorcio MATTISSE fue creado por los distintos agentes implicados en la movilidad de la región de Midlands para centralizar toda la información referente al sistema de transportes, procesarla y entregarla a cada interesado según sus necesidades. La información multimodal en tiempo real es uno de sus pilares y sus distintas maneras de transmitirla pretenden impactar en los hábitos de movilidad de la región.

## CLASIFICACIÓN

- Fomento de la coordinación y la homogeneidad
- Información general estática (servicio ofertado, personalizada)
- Información dinámica (multimodal, incidencias)
- Tiempo (planificación del viaje)

## DESCRIPCIÓN

Mattisse (**Midlands Advanced Transportation and Telematics Information System and Strategies in Europe**) fue fundado en 1998 en el marco del proyecto de I+D financiado por la Comisión Europea y desde 2002 funciona como un consorcio innovador público y privado que incluye nueve autoridades locales, transportistas y dos prestadores privados de servicios tecnológicos.

Su objetivo es utilizar los servicios informativos para desincentivar el uso de los automóviles y así reducir la congestión del transporte. La región en la que actúa Mattisse (Midlands) tiene una alta densidad de población, una importante red de carreteras y autopistas, servicios ferroviarios cada vez más amplios y una red concentrada de servicios de autobuses.

Mattisse recoge la información de una amplia gama de fuentes: tanto manuales como automáticas, públicas y privadas, incluyendo los transportistas y la policía. Consolida dichas informaciones para distribuir las después (página Web, instalaciones móviles, pantallas de información al público, quioscos públicos de Internet, emisiones de radio y servicios de SMS) entre prestadores de servicios del transporte público, transportistas y proveedores de servicios complementarios. Con esta información las autoridades del transporte responden con más rapidez y eficacia a los problemas de tránsito.

El modelo empresarial se basa en ingresos procedentes de los usuarios empresariales por la facilitación de informaciones comerciables, y que a las empresas les dará ventajas competitivas. Aunque hay un gran número de socios interesados en sus servicios, Mattisse orientará su actividad exclusivamente a dos mercados: a las empresas y al público general.

El establecimiento del consorcio público y privado fue complicado. Los factores clave para el éxito son factores 'humanos' no cuantificables, la cooperación y la voluntad política. De importancia decisiva para el éxito son también las estrategias para el tratamiento del cambio tecnológico y la posición dirigente del gobierno central en la prestación de las arquitecturas generales de los servicios de TTI. La posesión de datos se ha convertido en una cuestión importante. El consorcio puede establecer un modelo que mediante pequeñas adaptaciones sirva para desarrollar servicios similares en otros lugares.

De cara al futuro, se mejorará la calidad de los servicios y se desarrollarán servicios con valor añadido para el sector comercial. El futuro éxito dependerá también del ritmo de las mejoras.

## ENLACES

- <http://www.help2travel.co.uk> (Help to travel: Mattisse)
- <http://www.managementconsultancy.mottmac.com/successstories/mattisse/> (Mattisse)
- [http://www.cdmf.info/client\\_mattisse.htm](http://www.cdmf.info/client_mattisse.htm) (Mattisse)

## FICHA 50

Department for Transport (DfT)  
Reino Unido

## FORMAS DE DAR PRIORIDAD AL AUTOBÚS

## RESUMEN

El departamento de transporte británico (DfT) ha elaborado una completísima guía sobre las formas de dar prioridad al autobús, con la ayuda de consultores privados y del Bus Partnership Forum. Esta guía aporta mucho material para resolver los problemas de velocidad comercial que afectan al transporte colectivo por carretera y, por lo tanto, promueve la movilidad sostenible.

## CLASIFICACIÓN

- Tiempo (velocidad comercial)
- Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida

## DESCRIPCIÓN

En el Reino Unido han proliferado las actuaciones para dar prioridad a los autobuses, con resultados distintos en cada lugar. El departamento de transporte británico (DfT) ha elaborado una completísima guía (resource pack) con la ayuda de consultores privados y del Bus Partnership Forum. En ella se asesora a los que deben tomar decisiones (sobre infraestructuras) acerca de las posibilidades para mejorar la velocidad y la fiabilidad de las líneas de autobús. Esta guía viene acompañada con un CD ROM en el que se incluye información para hacer presentaciones acerca del tema, muy útil para preparar reuniones.

La información de esta guía se encuentra en la página Web de DfT (ver enlaces). En ella se presentan de forma muy estructurada estudios sobre las distintas maneras de dar prioridad al autobús en las vías de circulación. Además se complementan las explicaciones con ejemplos de su aplicación real, totalmente documentados (numérica y gráficamente). Estos casos sirven para ilustrar los beneficios conseguidos en todo el Reino Unido gracias a los distintos sistemas de priorización.

Aunque toda la información está en inglés es muy recomendable aprender de las experiencias exitosas que se describen en Bus Priority.



## ENLACES

- <http://www.fundacioncetmo.org> (Publicaciones>Transporte de viajeros>BUS\_PRIORITY)
- <http://www.dft.gov.uk> (DfT)

## FICHA 51

TfL y London  
Travelwatch  
London  
Reino Unido

## INSTITUCIONALIZAR LA DEFENSA DEL CLIENTE

## RESUMEN

Los ciudadanos de Londres tienen a su disposición mecanismos para hacer oír sus voces de forma organizada, con el respaldo de las propias instituciones públicas. Este hecho, independientemente de los problemas reales en el día a día, es sin duda un distintivo de calidad en el transporte que promueve la mejora de los servicios con el tiempo. La información proporcionada por los usuarios genera documentación que ayuda a hacer propuestas de mejora.

## CLASIFICACIÓN

- Atención al cliente (relación con el cliente, comunicación, orientación)
- Fomento de la coordinación y la homogeneidad

## DESCRIPCIÓN

**Transport for London (TfL)** especifica a los clientes las múltiples maneras de comunicarse con la compañía. Existe un formulario en la página Web mediante el cual se puede comentar cualquier incidente o sugerencia, acerca de cualquier aspecto. En él se debe especificar si el cliente quiere obtener alguna respuesta de parte de TfL.

**London Travelwatch** es la organización oficial de defensa de los derechos de los clientes del transporte público en el área metropolitana de Londres. Se encarga de investigar las quejas que los clientes insatisfechos les hacen llegar, probablemente después de no resolverse sus problemas al contactar con operadores de TfL. También elabora investigaciones, informes y publicaciones sobre los problemas de los usuarios del transporte público y para promover un sistema de transporte público integrado.

London Travelwatch está siempre en contacto con todos los operadores implicados para recomendar o instarles a mejorar su atención al cliente. Además realiza estudios de impacto y hace recomendaciones a los ciudadanos cuando se cancela alguna parada o línea de transporte público. De hecho los operadores deben consultar a London Travelwatch antes de realizar cualquier cambio en sus servicios.

Esta organización fue fundada el año 2000 y su financiación está en manos de London Assembly, que supervisa los poderes del Alcalde y forma parte de la Great London Authority (el gobierno "unificado" de Londres). En su página Web se puede acceder a servicios de atención a quejas, documentación relacionada con la promoción del transporte público, últimas noticias relevantes, forum de opinión, etc.

En conclusión, los ciudadanos de Londres tienen a su disposición mecanismos para hacer oír sus voces de forma organizada, con el respaldo de las propias instituciones públicas. Este hecho, independientemente de los problemas reales en el día a día, es sin duda un distintivo de calidad en el transporte que promueve la mejora de los servicios con el tiempo. La información proporcionada por los usuarios genera mucha documentación que ayuda a hacer propuestas de mejora.

## ENLACES

- <http://www.londontravelwatch.org.uk> (London Travelwatch)
- <http://www.tfl.gov.uk> (TfL)

## FICHA 52

## TARIFAS SUBVENCIONADAS PARA P.M.R.

Department for  
Transport (DfT)  
Reino Unido

## RESUMEN

Las subvenciones a personas con problemas de movilidad, de visión o de oído, y a todos los mayores de 60 años del Reino Unido, permiten a estos colectivos viajar en autobús (en algunas áreas también en trenes y tranvías) de forma gratuita fuera de la hora punta.

## CLASIFICACIÓN

- Atención al cliente (tarifas especiales, flexibilidad)
- Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida

## DESCRIPCIÓN

Las subvenciones a personas de movilidad reducida en el Reino Unido han sido una de las apuestas fuertes del gobierno para mejorar la integración y evitar la exclusión social. Desde el mes de abril de 2006 todas las personas con problemas de movilidad, de visión o de oído, y todos los mayores de 60 años pueden acreditarse y conseguir un título especial que les permite viajar de forma gratuita en cualquier autobús (en líneas de una misma área metropolitana).

La subvención se aplica a los viajes fuera de la hora punta, lo que significa que estos colectivos pueden viajar gratis a partir de las 9 de la mañana de lunes a viernes, y a cualquier hora los fines de semana. Los servicios nocturnos no están subvencionados.

En algunas zonas, como en el área metropolitana de Manchester, la subvención también es válida para el resto de modos a parte del autobús, es decir, los trenes y tranvías. En el área de Strathclyde las subvenciones se aplican también a Ferries (transporte marítimo de media-corta distancia).

El gobierno ya ha anunciado que a partir de abril de 2008 extenderá las subvenciones de este tipo de forma que no sólo afecten a los viajes locales (dentro de una misma autoridad de transporte). Por lo tanto, los beneficiados podrán viajar a cualquier lugar del país de forma totalmente gratuita.



## ENLACES

- [http://www.dft.gov.uk/stellent/groups/dft\\_mobility/documents/sectionhomepage/dft\\_access\\_page.hcsp](http://www.dft.gov.uk/stellent/groups/dft_mobility/documents/sectionhomepage/dft_access_page.hcsp) (Accesibilidad para P.M.R.)
- <http://www.dft.gov.uk> (DfT)

## FICHA 53

## UN ABONO ANUAL A CAMBIO DEL VEHÍCULO ANTIGUO

FirstGroup  
Reino Unido

## RESUMEN

Campaña para impulsar el uso del transporte público en detrimento del vehículo privado.

## CLASIFICACIÓN

- Campañas y servicios para captar nuevos clientes

## DESCRIPCIÓN

El **operador líder del Reino Unido, FirstGroup**, realizó durante el año 2000 una campaña semanal en la que ofrecía a cualquier propietario de un vehículo privado un abono anual de autobús valorado en unos 500€ a cambio de entregar el vehículo. Es obvio que la iniciativa estaba dirigida a gente con vehículos viejos, pero fue una de las iniciativas más innovadoras de la “semana de transportes sostenibles” del país.

Un total de 250 ciudadanos accedieron al trueque, con lo que se puede decir que la iniciativa tuvo su repercusión. Los coches fueron destruidos inmediatamente para asegurarse que nunca volverán a circular.



## ENLACES

- <http://www.apta.com/services/intnat/intfocus/uko.cfm> (Campaña de cambio)
- <http://www.firstgroup.com> (FirstGroup)

## FICHA 54

## ACCESO AL HOSPITAL EN TRANSPORTE PÚBLICO

CIVITAS  
Norfolk County  
Reino Unido

## RESUMEN

El Norfolk and Norwich University Hospital (situado en una zona rural) proporciona de forma sistemática a todos los pacientes información personalizada para acceder al hospital en transporte público. El asesoramiento puede incluir la consulta de horarios, la reserva de plaza,...

## CLASIFICACIÓN

- Información general estática (servicio ofertado, personalizada)
- Accesibilidad (adquisición de billetes)
- Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios

## DESCRIPCIÓN

Dentro del programa **CIVITAS (City-VITALity)** se está experimentando con una iniciativa para fomentar el uso del transporte público para acceder a los centros de salud. Se ha propuesto al Norfolk and Norwich University Hospital que de indicaciones personalizadas de cómo acceder al hospital desde el domicilio de cada paciente. Las indicaciones deben acompañar a las cartas de visita, o deben proporcionarse tras la visita de un paciente. Mediante el asesoramiento se facilita a los pacientes la reserva de plaza, la elección de horarios, etc.

Esta iniciativa está contextualizada en un hospital de zona rural y por este motivo resulta especialmente útil dar este tipo de información. Además de fomentar un cambio modal, se intenta estudiar el efecto de esta medida en la cancelación de visitas por parte de los propios pacientes.

Recientemente se han instalado máquinas expendedoras de billetes para facilitar su compra mientras se espera. Esto permite a los clientes pagar sin llevar encima dinero en metálico. Además, facilita la compra de abonos que permiten ahorrar dinero para el viajero habitual.



## ENLACES

- [http://www.civitas-initiative.org/measure\\_sheet.phtml?lan=en&id=242](http://www.civitas-initiative.org/measure_sheet.phtml?lan=en&id=242) (Medida CIVITAS)
- [http://www.civitas-initiative.org/measure\\_sheet.phtml?lan=en&id=241](http://www.civitas-initiative.org/measure_sheet.phtml?lan=en&id=241) (Medida CIVITAS)

## FICHA 55

## APOYAR LOS PLANES DE MOVILIDAD EMPRESARIALES

Transport for  
London (TfL)  
London  
Reino Unido

## RESUMEN

Muchas empresas están desarrollando sus planes de movilidad para que todos los empleados se desplacen al lugar de trabajo en modos de transporte sostenible, en especial la bicicleta. Al constatarse la falta de espacios para aparcarlas y de vestuarios para los ciclistas de oficina, TfL empezó a proporcionar material, educación y asesoramiento a las empresas, además de mejorar las condiciones para la circulación de bicicletas en la ciudad.

## CLASIFICACIÓN

- Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios
- Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida
- Accesibilidad (ciclistas)

## DESCRIPCIÓN

Según los datos de TfL (**Transport for London**) el número de trayectos en bicicleta se ha duplicado entre el año 2000 y el 2005, lo cual confirma el auge que está teniendo este modo en el panorama de la movilidad londinense. Según las encuestas, la falta de aparcamientos y vestuarios en los lugares de trabajo suponen un freno para muchas personas que podrían ir a trabajar en bici.

Por esta razón, la autoridad metropolitana del transporte público de Londres (TfL) está trabajando para que las empresas lo tengan más fácil para implementar planes de movilidad sostenibles. La intención es apoyar el desarrollo de los planes de movilidad empresariales con la dotación de equipamientos de soporte y asesoramiento en la creación de dichos planes de movilidad. Durante el periodo 2005/2006, TfL va a invertir unos 20 millones de libras (29 m€) en infraestructura y educación para ciclistas.

Desde finales de 2005, si una empresa redacta y pone en práctica un plan de movilidad en el que se incentive y asesore a los empleados para ir a trabajar sin utilizar el vehículo privado, TfL puede ofrecer su apoyo mediante:

1. Financiación de hasta 1.000 libras (1.465 €) para equipamientos como duchas, taquillas, máquinas para secar, etc. (Se supone que tener vestuarios puede incentivar a muchos empleados a ir en bicicleta o a pie).
2. Instalación de hasta 40 plazas gratuitas para aparcar bicicletas.
3. Venta a bajo precio de bicicletas para crear un parque móvil propio de la empresa, a disposición de sus empleados.

TfL también coopera con los distritos de Londres (*London Boroughs*) para ofrecer consultas gratuitas (con especialistas en el tema) de asesoramiento en la redacción de los planes de movilidad de empresas. En ellos se pueden incluir iniciativas para fomentar el acceso al trabajo en bicicleta, a pie y en transporte público. También se puede apostar por iniciativas como los horarios de trabajo flexibles y el tele-trabajo.

Algunas empresas ya han empezado a aplicar dichos planes, obteniendo distintos tipos de beneficios (ahorros económicos, mejor ambiente, buena forma física y estado de salud, etc.). La empresa GSK ha puesto a disposición pública las experiencias, resultados y conclusiones de su plan de movilidad con la intención de incentivar a otras empresas.

## ENLACES

- <http://www.tfl.gov.uk/cycles/projects/bike-businesses.shtml> (Planes de movilidad)
- <http://www.tfl.gov.uk> (TfL)

## FICHA 56 a

## ASOCIACIÓN DE SOPORTE AL DESARROLLO DE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

NTWA  
Reino Unido

## RESUMEN

La National TravelWise Association (NTWA) procura contribuir a un desarrollo sostenible ideando programas y actividades, estudiando problemas específicos, asesorando a particulares e instituciones, proponiendo subvenciones, informando a la sociedad,... Esta asociación está compuesta por representantes de [casi] todas las autoridades territoriales de transporte británicas, con lo que gran parte del trabajo realizado en NTWA es implementado a través de estos organismos.

## CLASIFICACIÓN

- Apoyo a los planes de movilidad empresariales/servicios
- Fomento de la coordinación y la homogeneidad
- Participación ciudadana
- Atención al cliente (tarifas especiales)

## DESCRIPCIÓN

La **National TravelWise Association (NTWA)** está integrada por profesionales del sector médico, del sector académico, de las administraciones locales y del sector de transportes, y cuenta con más de 160 miembros (autoridades locales de transporte) repartidos en once grupos regionales, para dar respuesta a las necesidades locales.

Los grupos de trabajo investigan y abordan problemas reales relacionados principalmente con la movilidad obligada (planes para empresas, planes escolares,...) y el control de la movilidad. Existen muchos asociados a la NTWA (entre ellos expertos en movilidad) que prestan ayuda y aconsejan para resolver los problemas.

Su principal objetivo es contribuir a un desarrollo sostenible mediante la reducción de la dependencia en el vehículo privado. Para ello, la asociación:

- Trata de concienciar a la sociedad sobre los efectos adversos sobre el medio ambiente, la salud, la economía y la igualdad social derivados de la motorización.
- Intenta cambiar las actitudes hacia el uso normal del coche.
- Promueve otros modos de transporte sostenibles y estilos de vida que requieran menos desplazamientos.
- Anima enérgicamente a cambiar el comportamiento al volante y a reducir el uso innecesario del vehículo privado.

En la preparación de los planes de movilidad escolares, por ejemplo, se trabaja conjuntamente con escuelas, estudiantes universitarios, ingenieros de tráfico, representantes del sector sanitario, policías, ONG's (locales y nacionales), representantes de la administración especializados en la educación (local y nacional) y algunas compañías privadas con interés por mantener una imagen ecologista.

La NTWA se documenta y publica buenas experiencias para promocionar sus ideas. Da información de cómo abordar la redacción de planes de movilidad para empresas, escuelas, hospitales, etc. Da ideas para conseguir financiar estos planes, ya sea con capital público o privado, o una mezcla de ambas fuentes de financiación. También organiza seminarios y campañas de concienciación/promoción del transporte sostenible, reparte folletos informativos sobre temas relacionados con el transporte sostenible (seguridad en la red de transporte público, provisión de Park&Ride's, beneficios para la salud de caminar e ir en bicicleta,...), etc. Además organiza una entrega anual de premios a las mejores prácticas de movilidad sostenible de todo el país.

[continua en ficha 56 b]

## FICHA 56 b

## ASOCIACIÓN DE SOPORTE AL DESARROLLO DE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

NTWA  
Reino Unido

## [continuación ficha 56 a]

Aunque en general la filosofía es la misma en todo el país, algunos grupos regionales tienen mayor experiencia en unas cosas u ofrecen servicios un tanto más complejos. En general todos los grupos ofrecen atención personal y formación específica de forma totalmente gratuita. Además de asesoramiento en el contexto de la movilidad local y regional, la NTWA también puede prestar ayuda a los que necesitan realizar desplazamientos a escala nacional.

Otra de las medidas habituales de las autoridades de transporte es la oferta de títulos de transporte público anuales con un descuento especial para empleados de compañías que estén implementando un plan de movilidad sostenible. También asesoran en la creación de sistemas de **Car Sharing** o en la introducción de conceptos de flexibilidad laboral para la plantilla.

El ejecutivo de transporte de West Midlands, llamado CENTRO, ofrece ayuda a las personas que buscan empleo a través del programa WorkWise (que también funciona en otras partes del país), basado en un servicio personalizado de planificación de viajes para entrevistas de trabajo y en la financiación total del coste de los desplazamientos en transporte público a esas entrevistas y a los nuevos empleos (durante los dos primeros meses).

El WorkWise está financiado por CENTRO, European Social Fund, Jobcentre Plus, Neighbourhood Renewal Fund and Solihull Metropolitan Borough Council; en colaboración con el Birmingham City Council, Buster Werkenbak y Community Transport.

WorkWise fue implementado por CENTRO en junio de 2003, aunque es una iniciativa originaria de Nottingham. A los dos años de funcionamiento, en octubre de 2005, más de 2100 ciudadanos habían recibido títulos de una jornada para asistir a entrevistas de empleo y más de 1500 recibieron abonos mensuales para acceder a los nuevos trabajos. El éxito de este servicio no se pone en duda, por lo que se intenta extender lo antes posible para cubrir las zonas que todavía no pueden aprovecharse de él.



## ENACES

- <http://www.travelwise.org.uk> (NTWA)
- <http://www.centro.org.uk> (CENTRO)
- <http://www.workwiseuk.org> (Work Wise)

## FICHA 57

GMPTE  
Manchester  
Reino Unido

## SOPORTES PARA LA MOVILIDAD INFANTIL

## RESUMEN

Ding Ding está pensado para que los niños puedan aprender conceptos relacionados con la movilidad, la seguridad vial, etc. de una forma entretenida, gratuita e individual. Desde aprender a pagar al conductor hasta la creación de mapas y rutas, los niños pueden familiarizarse con conceptos básicos de la vida urbana. Los maestros pueden utilizarlo como parte de sus lecciones escolares. Además el juego está abierto para que cada autoridad de transporte cree su versión personalizada.

## CLASIFICACIÓN

- Educación infantil

## DESCRIPCIÓN

El portal de Internet DingDing resulta una experiencia singular y atrevida desde el punto de vista de la educación, pues trata de inculcar a los más pequeños valores de sostenibilidad, seguridad y de respeto hacia el transporte público. Se trata de un portal donde cada región del país puede ofertar una serie de juegos interactivos para niños. De momento sólo el área metropolitana de Manchester forma parte del portal, pues su ejecutivo del transporte (**GMPTE – Greater Manchester Passenger Transport Authority**) ha sido el creador de DingDing junto a la empresa Stardotstar.

Las principales características de DingDing son:

- Es gratuito.
- Es seguro, los contenidos son totalmente aptos para menores.
- No existe ninguna publicidad.
- No es necesario registrarse para acceder.
- No se guardan datos ni se sigue a los usuarios.
- No existen foros ni se pueden enviar mensajes internos (servicio individual).
- Está estructurado en tres etapas que van de 5 a 7 años, de 7 a 11 y de 11 a 14.

El GMPTE financia y promueve este servicio. Un equipo de expertos, en colaboración con otras entidades como el North West Arts, prepara los juegos y planes de aprendizaje, motivo por el cual existe un alto componente de transporte público en la Web. Además de la parte interactiva existe material didáctico en forma de esquemas, hojas de ejercicios, arte digital, fotografías y actividades para realizar sin ordenador. Hay gran cantidad de material gratuito para descargarse o imprimir, de forma que se pueda educar sin necesidad de la pantalla, pero solo está disponible para los profesionales de la educación (por medio de un registro).

Ahora se están preparando nuevos juegos que aborden la seguridad peatonal o la preparación de viajes, y se prevé que cada vez se abarquen más temas relacionados con la movilidad. Con toda su oferta de juegos DingDing procura acercar el mundo del transporte público a los más jóvenes antes de que la publicidad y otros componentes sociales les empujen hacia el vehículo privado.

DingDing se ha creado en forma de sitio Web abierto para que cada región, ciudad o pueblo se registre (por medio de licencias). Muchos de los juegos son adaptables a los distintos contextos de cada territorio, lo cual hace interesante la idea de que a la larga el portal contenga juegos de muchos lugares distintos. La financiación, por lo tanto, siempre correrá a cargo de ejecutivos y autoridades del transporte, ayuntamientos y otras entidades.

## ENLACES

- <http://www.dingding.org.uk> (Ding Ding)
- <http://www.gmppte.com> (GMPTE)

**FICHA 58**

 FirstGroup,  
National Express  
Group, Arriva y  
otros  
Reino Unido

**ASOCIACIONES PARA LA CALIDAD (QUALITY PARTNERSHIPS)**
**RESUMEN**

Las asociaciones para la calidad son un instrumento de mejora básico para las redes de transporte público británicas. Mediante estas asociaciones las partes implicadas se comprometen a mejorar la calidad en distintos aspectos, repartiéndose el trabajo. Normalmente las administraciones mejoran las infraestructuras y los operadores privados procuran mejorar los vehículos, la explotación y la información.

**CLASIFICACIÓN**

- Financiación del transporte público

**DESCRIPCIÓN**

Una de las grandes multinacionales del transporte británicas, **FirstGroup plc**, está involucrada en más de 50 asociaciones para la calidad por todo el Reino Unido. Una de ellas se realizó en 1995 al crearse el corredor Superbús (Bus Rapid Transit), por medio de un acuerdo entre First Leeds (subsidiaria), el ayuntamiento de Leeds y Metro (ejecutivo/autoridad del transporte de pasajeros de West Yorkshire).

Este corredor, basado en carriles segregados con guías laterales e intersecciones programadas para dar preferencia a los autobuses, ha supuesto una mejora muy relevante en las condiciones del transporte urbano en Leeds. Además, las administraciones financiaron las nuevas paradas con plataformas elevadas. Por su parte, el operador First Leeds invirtió en la provisión de chasis especiales para los autobuses guiados, en uniformizar su imagen y en mejorar su accesibilidad. Tras 3 años de servicio, la demanda de la línea ha aumentado un 65% según la propia compañía.

De forma similar se han dado muchas otras asociaciones para la calidad exitosas en cuanto al aumento de demanda, entre las cuales se encuentran los siguientes ejemplos:

| Ejemplo (operador)                  | Inversión de las administraciones  | Inversión de los operadores  |
|-------------------------------------|--|--|
| Leeds Superbús (First)              | Carriles segregados con guías laterales, paradas con plataformas elevadas y priorización semafórica.   | Nuevos autobuses accesibles, con chasis especial para las guías y nuevo diseño exterior.   |
| Ipswich (First)                     | 3 Park&Ride's (2 más previstos), carriles segregados con guías laterales, priorización semafórica y paradas con plataformas elevadas.  | Nuevos autobuses accesibles, con chasis especial para las guías y nuevo diseño exterior.   |
| Nottingham (varios operadores)      | Carriles segregados (5km), 600 paradas nuevas con marquesina y plataforma elevada, 4 park&ride's, reformas en un intercambiador, creación de una página Web con información integrada de todos los operadores, planificador de viajes, y algunas paradas con paneles para información en tiempo real de las próximas llegadas. | Nuevos vehículos totalmente accesibles, nuevo diseño exterior, coordinación de horarios con otros modos y dispositivos para dar información en tiempo real.  |
| Birmingham (National Express Group) | Carriles segregados (10,5km), priorización semafórica, paradas renovadas y con plataforma elevada.   | Nuevos vehículos totalmente accesibles, nuevo diseño exterior, formación de los conductores (atención al cliente y ayuda a las PMR's).   |
| Telford y Stafford (Arriva)         | Paradas con paneles para información en tiempo real de las próximas llegadas, plataformas elevadas y algunas mejoras de pavimentación de carreteras.   | Incremento de frecuencias en las líneas rurales, nuevos vehículos accesibles y con cámaras de seguridad, minibuses para realizar nuevos servicios "lanzadera" coordinados con los servicios troncales. |

**ENLACES**

- [http://www.dft.gov.uk/stellent/groups/dft\\_localtrans/documents/page/dft\\_localtrans\\_503851-06.hcsp](http://www.dft.gov.uk/stellent/groups/dft_localtrans/documents/page/dft_localtrans_503851-06.hcsp) (Asociaciones para la calidad)
- <http://www.dft.gov.uk> (DFT)

## FICHA 59

## ADAPTAR LOS RR.HH. A LA DIVERSIDAD

Arriva  
Reino Unido

## RESUMEN

Los cambios en la estructura de la población en toda Europa presentan grandes desafíos sobre cómo operar los servicios de transporte público. Reconocer la diversidad ayuda a mejorar el rendimiento y aumenta la eficiencia organizacional, la productividad y la capacidad de gestión, tomando en consideración e integrando las necesidades multiculturales y multirraciales de los pasajeros de diferentes edades, género y posibilidades.

## CLASIFICACIÓN

- Gestión de los recursos humanos
- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Atención al cliente (orientación)

## DESCRIPCIÓN

El fundamento de esta buena práctica es el reconocimiento de la diversidad como base para mejorar el rendimiento, aumentar la eficiencia organizacional, la productividad y capacidad de gestión, tomando en consideración e integrando las necesidades multiculturales y multirraciales de los pasajeros de diferentes edades, género y posibilidades.

Arriva, una de las compañías más grandes de transporte público en Europa, se hizo eco de la iniciativa que la UITP puso en marcha en 2001 sobre la diversidad. Arriva reconoce la importancia de fomentar la diversidad, que es vista como valiosas diferencias por empleados y clientes, con particular atención a maximizar el potencial tanto de los empleados existentes como de los futuros. Por ello, en 2002, empezó a tratar con más detalle la cuestión de la diversidad.

El punto de partida era una revisión de la compañía que mostraba que su desarrollo histórico (de personal) había sido distinto al de las comunidades a las que se prestan los servicios. Pero lo más importante fue que la revisión mostraba que durante los próximos 8 a 10 años, los cambios en la estructura de la población en toda Europa presentarían grandes desafíos en cómo operar este negocio. En los próximos años, las estimaciones muestran que sólo el 40% de los trabajos serán a jornada completa. Las mujeres formarán la mitad de la fuerza laboral. En las mayores conurbaciones, entre el 25% y el 50% de la población pertenecerá a grupos étnicos minoritarios.

En lo que a Arriva respecta, en el Reino Unido el 89% de sus empleados son hombres; sólo el 4% trabaja a media jornada y el 10% proviene de entornos étnicos minoritarios. El Consejo de Administración describió el desafío de tal manera que alrededor del año 2010 la plantilla disponible será predominantemente femenina, incrementándose desde el punto de vista de un entorno étnico diferente, e inclinada hacia una jornada partida.

Arriva creó una *Comisión de Diversidad* fijando unos puntos clave como establecer una agenda de diversidad, construir relaciones externas, fomentar la diversidad, desarrollar el "Forum del Mejor uso" y la presentación de un informe anual.

## ENLACES

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet.phtml?study\\_id=224](http://www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=224) (Caso de estudio ELTIS)
- <http://www.arriva.co.uk> (Arriva)

## FICHA 60

Transport for  
Londo (TfL)  
London  
Reino Unido

## IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SISTEMAS DE PAGO

## RESUMEN

Dadas las ventajas que conllevan los sistemas de billete electrónico (tanto para el cliente como para el proveedor de servicios), su implementación en las redes más importantes parece inevitable. Pero para conseguir un cambio rápido y eficiente, que permitiera compensar los costes de su instalación lo antes posible, las autoridades de transporte de Londres aplicaron un sistema de precios muy eficaz.

## CLASIFICACIÓN

- Implementación de nuevos sistemas de pago
- Atención al cliente (tarifas especiales, medios de pago)

## DESCRIPCIÓN

En julio de 2003 TfL puso en marcha el billete electrónico mediante la tarjeta Oyster. Es una tarjeta sin contacto que utiliza la identificación por radio frecuencia y que puede ser empleada en toda la red de transporte público del área metropolitana londinense. Los beneficios más relevantes de cara a los clientes son similares a los de cualquier otro sistema de billete electrónico, con muchas posibilidades a desarrollar en el futuro próximo.

Tras unos meses de publicidad, las tarifas del transporte público subieron entre un 25% y un 50% a excepción de los usuarios de la Oyster Card, para quienes se mantuvieron congeladas. De esta manera TfL propició la extensión del uso de estas tarjetas, que en menos de tres años ya son utilizadas por unos 3 millones de personas cada día.

El éxito de este nuevo sistema ha dado muchos beneficios a TfL y al medio ambiente: reducción del fraude y del número de oficinas de venta, aumento de la eficiencia de los autobuses (debido a la reducción de los tiempos de parada), disminución de las aglomeraciones y colas en las taquillas del metro, drástico descenso en la venta de billetes de papel (se calcula que 100.000 al día, unos 32 millones de billetes de papel menos al año).



## ENLACES

- <http://www.tfl.gov.uk/tfl/fares-tickets/oyster/general.asp> (Oyster Card)
- <http://www.tfl.gov.uk> (TfL)

## FICHA 61

## SISTEMA DE INFORMACIÓN METROPOLITANA EN TIEMPO REAL

Västtrafik  
Göteborg  
Suecia

## RESUMEN

GoTiC es un sistema que proporciona información en tiempo real gracias a las prognosis realizadas con los horarios de salida de las paradas de cada autobús y tranvía en todas las rutas de Goteborg. La mayoría de las paradas en el centro gozan de señalización con información dinámica donde aparece la próxima llegada; esta información se puede conseguir también mediante un mensaje de texto con el teléfono móvil.

## CLASIFICACIÓN

- Información dinámica (multimodal, incidencias, telefonía móvil, rutas y paradas)
- Tiempo (planificación del viaje)

## DESCRIPCIÓN

**GoTiC (Centro de Información de Tránsito de Goteborg)** es un sistema que proporciona información en tiempo real a todos los viajeros en Goteborg. El objetivo para el sistema de tiempo real de Goteborg es que todos los viajeros en la ciudad, independientemente del medio de transporte que estén utilizando, puedan tener acceso a información importante sobre rutas y horarios de viajes en tiempo real, contribuyendo así a una utilización óptima de la infraestructura del sistema de tráfico. Las condiciones necesarias han sido el desarrollo técnico de KomFram (Llegar allí), el sistema de tiempo real que produce prognosis cada 30 minutos aproximadamente, para los horarios de salida de las paradas de cada autobús y tranvía en todas las rutas de Goteborg.

Los tranvías llevan en el sistema desde 1995 y los autobuses se incorporaron unos años después. La mayoría de las paradas en el centro gozan de señalización con información dinámica donde aparece la próxima llegada y además existe la posibilidad de acceder a esta información mediante un mensaje de texto desde el teléfono móvil. El sistema completo de información de todas las paradas se encuentra en Internet, así como la información necesaria para acceder a los distintos servicios con teléfonos móviles.

Un sistema avanzado de tiempo real no sería posible si no se contara con las condiciones apropiadas - los autobuses y tranvías deben ser capaces de circular por sus carriles sin ser obstruidos y han de gozar de prioridad en los cruces regulados por semáforos. Para los usuarios del Transporte Público, el sistema de Información de Tránsito de Goteborg ha mejorado la calidad del viaje y el tiempo de los recorridos se ha reducido. El sistema de información en tiempo real es cada vez más apreciado entre sus usuarios. Los beneficios anuales del sistema de información de Tránsito en Goteborg se estiman en aproximadamente unos 10,8 millones de Euros. De esta manera, la inversión en el sistema de tiempo real ha sido amortizada por sí misma en tan sólo un año y medio.

El GoTiC fue creado por la Oficina de Transporte Público de Goteborg y en él colaboran la Universidad Tecnológica de Chambers y todos los operadores de transporte público de la ciudad. El gobierno se beneficia de una red de transporte público eficiente que permite tener una ciudad con mayor calidad de vida, mejor uso del suelo, menores costes infraestructurales y mejor información para planificar el desarrollo futuro. El proyecto es muy positivo para la comunidad universitaria pues es el marco ideal para experimentar, investigar y mejorar la formación profesional en este campo de la ingeniería. El sector privado se beneficia de un mercado donde vender la tecnología y someterla a prueba en la vida real, lo cual puede resultar muy provechoso de cara al futuro. Los operadores también se benefician ya que se incrementa la demanda de servicio y la satisfacción de los clientes.

## ENLACES

- [http://www.innovations-transport.fr/article.php3?id\\_article=407](http://www.innovations-transport.fr/article.php3?id_article=407) (Kom Fram)
- <http://www.vasttrafik.se> (Västtrafik)

## FICHA 62

Samtrafiken  
Suecia

## COORDINACIÓN ENTRE OPERADORES

## RESUMEN

Los títulos de transporte Resplus permiten realizar viajes largos utilizando distintas redes u operadores de transporte de todo el país, desde los servicios urbanos hasta los de largo recorrido. Muchas líneas (de distintos modos y operadores) han establecido horarios de forma coordinada para potenciar la intermodalidad. Las informaciones generales sobre las estaciones y sus accesos están ubicadas en una misma base de datos, de manera que se centraliza toda la información necesaria.

## CLASIFICACIÓN

- Fomento de la coordinación y la homogeneidad
- Información general estática (servicio ofertado, accesibilidad)
- Atención al cliente (tarifas integradas, flexibilidad, medios de pago)
- Tiempo (planificación del viaje)

## DESCRIPCIÓN

El servicio **Resplus** promueve el uso del transporte público en medios y largos recorridos (principalmente mediante la red ferroviaria). Los títulos de transporte Resplus permiten realizar viajes utilizando distintas redes u operadores de transporte, desde los servicios urbanos hasta los de largo recorrido. Para poder comprar estos títulos es obligatorio que una parte del trayecto se realice con uno de los principales operadores de transporte ferroviario de larga distancia y que además exista como mínimo una correspondencia con otra línea (tren, bus o barco). Por lo tanto, se trata de un servicio expresamente diseñado para cubrir trayectos largos combinados.

La red de Resplus abarca más de 3000 municipios de Suecia y, según datos de 2002, cuenta con más de 1,4 millones de pasajeros. La compañía creadora y gestora de Resplus se llama **Samtrafiken** y está compuesta por todas las autoridades regionales de transporte y las principales compañías ferroviarias de largo recorrido: SJ, Tågkompaniet, Arlanda Express, BK Tåg, Destination Gotland y Connex.

En la página Web está el planificador de viajes, que indica todas las etapas del viaje combinado (diferentes modos, incluido ir a pie o en barco) con detalle horario; también están disponibles los horarios actualizados de todas las líneas ferroviarias de largo recorrido (incluyendo las internacionales); hay un planificador de viajes específico para líneas de autobús Express que incluye datos de todas las compañías que operan estos servicios a lo largo del país. Estos servicios se completan con información sobre estaciones de tren, paradas de autobús, terminales náuticas y aéreas, pues son los lugares donde uno se siente más perdido a la hora de viajar (resulta de especial utilidad en casos en que alguna circunstancia condicione al usuario, como por ejemplo PMR, niños, etc.).

La información sobre estaciones y terminales incluye horarios de trabajo de edificios y recintos propios, servicios disponibles (comercios, cafeterías, teléfonos públicos, etc.), accesos adaptados a sillas de ruedas, disponibilidad de taxis y autobuses, aparcamientos, etc.; existen mapas y planos detallados con la ubicación del lugar en cuestión, la planta del edificio, la distribución de los servicios principales, andenes, etc.; hay gran cantidad de fotografías que ilustran los comentarios y las informaciones, de manera que permiten al usuario hacerse una idea bastante precisa de lo que le espera en una estación hasta ahora desconocida; aparece información de cómo comprar los billetes Resplus ya sea por Internet, por teléfono, en máquinas automáticas, estaciones o agencias de viajes; hay fotos de las máquinas de vender billetes, las pantallas que muestran los próximos servicios programados, los andenes, etc.

## ENLACES

- <http://www.resplus.se> (Resplus)
- <http://www.samtrafiken.se> (Samtrafiken)

## FICHA 63

## COMITÉ PARA LA ACCESIBILIDAD TOTAL

Västtrafik  
Göteborg  
Suecia

## RESUMEN

Creación de un comité para generar ideas sobre la adaptación de la red de transporte público a personas con problemas de movilidad.

## CLASIFICACIÓN

- Participación ciudadana

## DESCRIPCIÓN

El Acta de Transporte de Suecia obliga a todas las formas de transporte público a ser totalmente accesibles para cualquier persona en el año 2010. Este objetivo es realmente complicado, requiriendo una adaptación continua de los vehículos e infraestructuras. La seriedad del asunto obliga a los responsables en materia de transporte público (autoridades locales y operadores) a planificar y ejecutar las mejoras de forma coherente y eficaz.

En la ciudad de Göteborg, la autoridad de transporte **Västtrafik** (Västtrafik es la compañía responsable del transporte público en el condado de *Västra Götaland*) cuenta con un comité de personas con distintos problemas de movilidad (inválidos, ciegos, etc.) que junto a representantes de la comunidad (médicos, ingenieros, etc.) aportan ideas y aconsejan en las materias de adaptación de la red de transporte público. De esta manera, los avances en accesibilidad suelen ser firmes y realmente eficaces, haciendo más eficientes las inversiones de mejora de la red.



## ENLACES

- [http://www.emta.com/IMG/pdf/emta\\_news\\_14.pdf](http://www.emta.com/IMG/pdf/emta_news_14.pdf) (Volumen 14 de las EMTA News)
- <http://www.vasttrafik.se> (Västtrafik)

## FICHA 64

CIVITAS  
(City-VITALity)  
Malmö  
Suecia

## INFORMACIÓN PARA LOS NUEVOS EMPADRONADOS

## RESUMEN

Campaña de información y asesoramiento gratuito dirigida a los nuevos residentes del municipio y enfocada a la movilidad en medios sostenibles.

## CLASIFICACIÓN

- Campañas y servicios para captar nuevos clientes
- Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida
- Información general estática (servicio ofertado, personalizada)

## DESCRIPCIÓN

Con el lema de cambiar un hábito antes de que sea demasiado tarde, la ciudad de Malmö ha puesto en marcha una campaña de información y asesoramiento gratuito a todos los nuevos residentes del municipio. Esta campaña se enmarca dentro del programa europeo **CIVITAS SMILE** y consiste en educar a los nuevos residentes de la ciudad para que intenten enfocar su movilidad en medios sostenibles (a pie, en bici o en transporte público). Para ello siempre se tienen en cuenta sus condicionantes personales como el lugar de residencia y trabajo, las aficiones, el nivel económico, los equipamientos públicos más cercanos, la predisposición a ir en bicicleta, etc.

Más del 50% de los 1500 invitados a ser asesorados han accedido a la ayuda que la ciudad proporciona. Muchos de los que antes solían utilizar el vehículo privado han cambiado su manera de pensar acerca de la movilidad y hasta un 15% de ellos han dejado su vehículo de lado para desplazarse de forma cotidiana. Estos resultados han motivado a la ciudad de Malmö a intentar instaurar de forma permanente este servicio, lo cual muy probablemente se extienda en otras ciudades de Suecia.

## ENLACES

- [http://www.civitas-initiative.org/news.phtml?id=224&lan=en&read\\_more=1](http://www.civitas-initiative.org/news.phtml?id=224&lan=en&read_more=1) (Medida CIVITAS)

## FICHA 65



Storstockholms  
Lokaltrafik (SL)  
Stockholm  
Suecia

## PRESTIGIAR EL TRANSPORTE PÚBLICO

## RESUMEN

Las parduas e intercambiadores de la capital sueca conforman un inmenso espacio artístico del que todos los ciudadanos pueden disfrutar al utilizar este medio de transporte. El ambiente que se crea es sin duda más agradable y atractivo que el habitual, además de potenciarse a muchos artistas. Incluso los turistas recuerdan el metro de Estocolmo como un lugar especial y único.

## CLASIFICACIÓN

- Prestigiar las instalaciones de TP
- Confort (factores externos)

## DESCRIPCIÓN

Las estaciones del metro de Estocolmo conforman un inmenso espacio artístico del que todos los ciudadanos pueden disfrutar al utilizar este medio de transporte. En unas 90 de las 100 paradas de la red de metro hay variadas obras de arte: esculturas, mosaicos, graffiti, pintura, instalaciones, gravados, etc. Los ambientes diseñados en forma de grutas rocosas, jardines verdes, manantiales silenciosos, estanques con nenúfares... son una manera de evocar la tranquilidad en el mundo subterráneo en contraposición a lo ajetreado de la vida en superficie.

Unos 140 artistas han participado en la creación de un ambiente personalizado y diferente, una nueva seña de identidad del transporte público e incluso de la propia ciudad. Cientos de artistas más han expuesto obras de forma temporal, muchas de ellas especialmente concebidas para un espacio como el metro. La variedad de estilos, formas y colores propicia un mayor reconocimiento de las estaciones por parte de los usuarios, incluso de los poco habituales. Sin embargo la originalidad de estas instalaciones reside en la diversidad de obras y ambientes, que crean una mezcla de sensaciones en una zona condenada a ser víctima de la infraestructura más monótona o del diseño vanguardista y homogenizador.

En la página Web de SL (compañía urbana de transporte público de Estocolmo) hay una guía en forma de mapa para ver fotografías de las estaciones de metro. Es una forma rápida de conocer las distintas obras y estilos que convierten a la red de metro en un lugar único y emblemático.



## ENLACES

- <http://www.sl.se/templates/Page.aspx?id=2378> (Arte en el metro)
- <http://sl.se/Templates/Iframe.aspx?id=1667> (Guía fotográfica de obras de arte en estaciones)
- <http://www.sl.se> (SL)

## FICHA 66

Västernorrland läns  
Trafik AB  
Västernorrland  
Suecia

## NUEVOS SISTEMAS DE PAGO

## RESUMEN

Los nuevos sistemas de billeteo electrónicos permiten que los usuarios paguen por lo que realmente viajan, e incluso permite a los clientes habituales obtener descuentos en función del número de viajes realizados. Los operadores cada vez conocen mejor el comportamiento de sus clientes y, gracias al billeteo, se ha impulsado el registro de clientes y mejorado la comunicación entre ambas partes.

## CLASIFICACIÓN

- Implementación de nuevos sistemas de pago
- Atención al cliente (tarifas especiales, medios de pago)
- Atención al cliente (orientación, comunicación)

## DESCRIPCIÓN

El condado de Västernorrland en el norte de Suecia se encuentra en la parte este de Norrland central y está escasamente poblado. No obstante, los modos de transporte público incluyen autobús, tren, barco y taxi, con una cuota modal total de un 14%.

Con el objeto de establecer un sistema de transporte público simple y satisfactorio en Västernorrland, se introdujo en el año 2000 un nuevo sistema de billeteo a través de tarjetas inteligentes. Estas tarjetas inteligentes pueden ser utilizadas para viajes dentro de los cuatro condados del norte: Jämtland, Västerbotten, Norrbotten y Västernorrland, aunque el sistema de descuento sólo es válido en Västernorrland.

El sistema de descuento tiene dos ventajas principales. Por un lado, los clientes de transporte público pagarán precios más bajos cuando realicen más viajes, recompensando así a los usuarios habituales. Por otro lado, las personas sólo pagan por viajes que realmente realizan y, a diferencia de los billetes mensuales/semanales, nadie tiene que pagar nada si no se llevan a cabo los viajes. Además, los servicios de información están conectados con la tarjeta inteligente.

Como resultado de la tarjeta inteligente y del sistema estadístico, las compañías de transporte reciben mucha información sobre los viajes de los clientes, los ingresos por los viajes y los clientes habituales en cada trayecto de las líneas de autobús durante todo el día. La implementación de la tarjeta inteligente ha tenido gran éxito. Ya en 2003 se registraron 39.960 clientes normales y 8.662 clientes VIP. El número de vistas a la página Web crece a medida que pasan los años.

Con la tarjeta inteligente, se ha desarrollado un sistema atractivo de billeteo fácil de utilizar y que permite precios justos para los clientes. Las actividades de comunicación que guardan relación con el transporte establecen un diálogo personal con los clientes. La tarjeta inteligente es un buen ejemplo de cómo mejorar un sistema de billeteo en un área escasamente poblada.

Con todo, desarrollar e introducir una tarjeta que sea válida para diferentes áreas y diferentes operadores de transporte no es una tarea fácil. En esta ocasión la obtención del apoyo de las compañías de autobús provocó un retraso de tres meses. Pero en cualquier caso, una tarjeta de estas características aporta un enorme beneficio tanto para los operadores de transporte público como para los clientes. El sistema de descuento, en especial, anima a la gente a comprar la tarjeta inteligente y a utilizar los modos de transporte público con mayor frecuencia. Además, la utilización de nuevas tecnologías para la comunicación personal con los clientes ha sido bien aceptada entre los usuarios y ganará en importancia en el futuro.

## ENLACES

- [http://www.eltis.org/study\\_sheet.phtml?study\\_id=206](http://www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=206) (Caso de estudio ELTIS)

## FICHA 67 a

Chemins de Fer  
Fédéraux Suisses  
(CFF)  
Suiza

## COORDINACIÓN DEL TRANSPORTE COLECTIVO Y EL INDIVIDUAL

## RESUMEN

El sistema de transporte público de Suiza cuenta con una gran oferta de servicios para armonizar los viajes, combinando los modos colectivos (rígidos) con los individuales (flexibles, libres). Los abonados anuales al sistema cuentan con una oferta económicamente competente de servicios como el Car Sharing, el alquiler de bicicletas y los taxis, que les permite satisfacer todas sus necesidades de movilidad sin tener que adquirir un vehículo propio.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Accesibilidad (taxis, automovilistas, ciclistas)
- Tiempo (planificación del viaje)
- Atención al cliente (tarifas especiales)
- Fomento de la coordinación y la homogeneidad

## DESCRIPCIÓN

La **red de transporte público de Suiza (CFF)** cuenta con diversas opciones para compatibilizar la necesidad de realizar trayectos puerta a puerta con el uso del transporte público. La intermodalidad (transporte público-privado) es la base que permite realizar los trayectos puerta a puerta con autonomía y comodidad. Para ello, las principales estaciones de los ferrocarriles suizos CFF se han equipado con servicios diversos.

Las dos líneas de actuación han sido el coche y la bicicleta. Ambos modos dan libertad para desplazarse rápidamente por las ciudades, aunque responden a necesidades y motivaciones muy distintas. La estrategia básica de CFF ha sido la de ofrecer múltiples soluciones para que los clientes puedan elegir la que mejor se adapte a sus necesidades específicas, y que se sientan capaces de acceder a todo lo que pueden necesitar sin tener que adquirir y mantener un vehículo privado.

La realidad es que para las distancias largas o trayectos interurbanos en general, el ferrocarril es el modo más rápido y seguro de Suiza. Por lo tanto, si se le añaden servicios complementarios en origen y destino, puede que éstos atraigan a muchos clientes potenciales además de mejorar las condiciones actuales de los clientes habituales.

El servicio P+Rail se basa en el concepto de Park&Ride típico. Existen más de 20.000 plazas de aparcamiento en las 450 estaciones ferroviarias del país, aunque se siguen construyendo todavía más. Se pueden pagar por horas, días, semanas, meses o mediante abonos anuales, pero existe el requisito de que para abonarse al aparcamiento se debe poseer un abono para el ferrocarril de, como mínimo, la misma duración. Se puede incluso reservar una plaza de forma permanente, aunque resulta lógicamente más caro. Este servicio suele utilizarse para cubrir los desplazamientos desde el origen hacia la estación y, a la vuelta, de retorno a casa.

El servicio RailTaxi se creó gracias a un acuerdo de colaboración entre CFF y las compañías de taxi locales. Simplemente se basa en la disponibilidad casi asegurada de taxis esperando en las estaciones de ferrocarril de 16 ciudades importantes suizas y en la posibilidad de realizar una reserva en cualquiera de las estaciones de estas ciudades llamando a un número de teléfono gratuito. No se necesita demasiada antelación al reservar y el servicio funciona 24 horas al día. Las tarifas son transparentes y dependen de la zonificación de cada ciudad. Además, se ha creado un servicio de transporte de equipajes desde las estaciones hasta el destino final en tres ciudades suizas (Berna, Lucerna y St Gallen).

[continua en ficha 67 b]

## FICHA 67 b

## COORDINACIÓN DEL TRANSPORTE COLECTIVO Y EL INDIVIDUAL

Chemins de Fer  
Fédéraux Suisses  
(CFF)  
Suiza**[continuación ficha 67 a]**

El servicio Clic&Drive permite alquilar vehículos en 350 estaciones CFF de todo el país a través de Internet o por teléfono las 24 horas del día. El pago se realiza en el momento de la reserva mediante tarjeta de crédito. El precio del alquiler depende de la duración e incluye el carburante, el seguro, el kilometraje ilimitado y las reparaciones. Para acceder a los vehículos se necesita obtener una tarjeta Mobility en una de las 50 estaciones principales del país (listadas en las informaciones del servicio). Esta tarjeta sirve de llave para cualquier vehículo gracias a los códigos electrónicos que se actualizan para cada reserva, o sea que se reutiliza a título personal. Si se dispone de ella se puede acceder directamente al alquiler en las 300 estaciones donde no se entregan tarjetas nuevas. Existen más de 800 vehículos disponibles en todo el país, con modelos que van desde el pequeño Smart (ideal para ciudad) hasta las grandes furgonetas, pasando por los deportivos. Los precios de alquiler varían en función del modelo, de la duración del alquiler y de las franjas horarias reservadas.

El servicio de Car Sharing en Suiza está controlado y gestionado principalmente por la empresa Mobility CarSahring Suisse, que provee de vehículos a las estaciones de ferrocarril de CFF para que los utilicen los abonados. Se trata del mismo parque móvil disponible para el servicio Clic&Drive, ya que la empresa que gestiona ambos servicios es la misma. Por lo tanto hay los mismos más de 800 vehículos repartidos entre 350 estaciones de ferrocarril, aunque el servicio Car Sharing se ha extendido a otros muchos emplazamientos no relacionados con la red ferroviaria, hasta un total de 1750 vehículos en 1000 puntos del país. En la página Web de CFF se adjunta un mapa con todos los emplazamientos de Car Sahring del país, indicando el número de vehículos disponible en cada uno. Además, si se está registrado para utilizar este servicio automáticamente se puede utilizar el servicio de Car Sharing en 80 ciudades alemanas (con más de 1800 vehículos disponibles).

Las reservas pueden hacerse vía Internet o telefónica, hasta una hora antes del alquiler. El precio del servicio depende de la duración del alquiler y de los kilómetros recorridos, además de variar según el modelo del coche. Para poder registrarse y utilizar el servicio de Car Sharing se necesita ser abonado de los transportes públicos (CFF). Si se cumple este requisito y se tiene carné de conducir, es posible abonarse a Mobility por cuatro meses o por un año. Los abonados reciben una tarjeta Mobility que sirve de llave para todos los coches, de la misma manera que con el servicio Clic&Drive. Naturalmente el servicio de Car Sharing resulta más económico que el de Clic&Drive, pues está destinado solo a abonados de los transportes públicos y requiere pagar una tarifa cuatrimestral o anual fija.

Para las personas que prefieren desplazarse en bicicleta existen numerosas plazas de aparcamiento en las estaciones, algunas de ellas vigiladas. Sin embargo no suelen ser gratuitas e incluso pueden reservarse por un mes. Por otro lado está el servicio de alquiler de bicicletas, disponible en unas 100 estaciones del país. Existen una serie de descuentos para grupos y familias que pueden llegar al 60% del precio base. Los alquileres son de medio día o de día completo, y pagando un suplemento puede devolverse la bicicleta en una estación distinta a la que se ha realizado el alquiler. Los cascos y las sillas para niños se prestan de forma gratuita.

**ENLACES**

- <http://mct.sbb.ch/mct/en/reisemarkt/services/mobilitaet.htm> (Servicios de movilidad)
- <http://mct.sbb.ch> (CFF)

## FICHA 68

Chemins de Fer  
Fédéraux Suisses  
(CFF)  
Suiza

## VIAJAR SIN CARGAR CON EL EQUIPAJE

## RESUMEN

El sistema de transporte público de Suiza permite facturar el equipaje en muchos de sus trayectos. Aunque este servicio no se ha universalizado por todas las redes, de momento ha tenido una buena acogida entre muchos clientes. Su implementación sigue un orden lógico pues se ha empezado por los aeropuertos y estaciones más importantes del país, así como los destinos turísticos de mayor afluencia.

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Confort (factores externos)
- Accesibilidad (PMR, peatones)
- Facilitar el transporte de ciertas mercancías en el transporte público

## DESCRIPCIÓN

Para fomentar el uso del transporte público al viajar con equipaje, ya sea desde o hacia algún aeropuerto o viajar con equipaje por el interior de Suiza, **CFF** (la red suiza de transporte público) ofrece servicios diversos que liberan al cliente de la carga. Estos servicios son especialmente atractivos para los turistas y convierten casi en imposible el viajar por este país alpino sin utilizar la red de transporte público.

Las ventajas de este servicio son muchas: permiten viajar de una forma más independiente a niños, personas mayores y a personas de movilidad reducida; permite a los turistas y a cualquier persona en general sentirse más seguro por no tener que estar pendientes del equipaje constantemente; da mayor libertad para visitar lugares, conocer a gente, realizar compras, etc.

El equipaje (maletas, paquetes, carritos de bebé, sillas de ruedas, esquís y snowboards, etc.) se puede enviar desde cualquier estación de ferrocarril con personal hasta cualquier otra estación de destino dentro del país. El envío suele durar un mínimo de 14 horas y cuesta unos 6,5€ por bulto (hasta 25kg), pero se puede optar por un servicio de transporte rápido de equipajes una duración de al menos 9 horas, con un precio que ronda los 13€.

Existe la posibilidad de enviar directamente el equipaje desde una estación de tren origen hasta la habitación del hotel de destino. Este servicio está disponible en más de 50 hoteles del país, ubicados en 30 poblaciones. La lista de hoteles que permiten esta opción está disponible en la Web de CFF.

Las personas que viajen en avión desde Zurich o Ginebra tienen la posibilidad de facturar el equipaje y coger la tarjeta de embarque en una de las 50 estaciones de ferrocarril principales del país. Esta operación puede realizarse un máximo de 24 horas antes del vuelo en cuestión, lo cual da mucha flexibilidad a la hora de preparar un viaje. La mayoría de vuelos permiten esta opción y en la página Web de CFF están detalladas las listas de vuelos y compañías que lo hacen. El servicio tiene un precio de 13€ por bulto (hasta 32kg), pero hay descuentos especiales para miembros de ciertos clubes de viajes.

De forma complementaria, cualquier viajero que llegue a Suiza a los aeropuertos de Zurich o Ginebra puede enviar por 13€ su equipaje hasta cualquiera de las 50 estaciones principales de destino. Este servicio recibe el nombre de Fly Rail Baggage.

Existe una oferta para familias con niños que consiste en el transporte de todo el equipaje para ir de vacaciones (sin límite de peso ni de número de bultos) a un precio fijo de 48€. Esta tarifa incluye la facturación y transporte de los equipajes desde la estación de origen a la ida, y el envío directo hasta la estación de llegada mediante Fly Rail Baggage a la vuelta.

Estos servicios especiales de complemento al transporte aéreo permiten viajar a las personas sin tener que depender del amigo/a o familiar que suele conducirlos al aeropuerto, tanto para llevar como para recoger a alguien. De la misma manera que da independencia ante la opción de ir en taxi (única alternativa en algunos aeropuertos europeos). Los niños, ancianos y personas de movilidad reducida en general también ven mejorada su accesibilidad al transporte aéreo.

## ENLACES

- <http://mct.sbb.ch/mct/en/reisemarkt/services/schalter/reisegepaeck-schweiz.htm> (Transporte del equipaje)
- <http://mct.sbb.ch> (CFF)

## FICHA 69

Chemins de Fer  
Fédéraux Suisses  
(CFF)  
Suiza

## INTEGRACIÓN , ADECUACIÓN Y SINCRONIZACIÓN

## RESUMEN

El transporte público es la mejor opción para los turistas que visitan Suiza. El Swiss Travel System ofrece una serie de abonos que permiten viajar por todo el país, con un gran abanico de posibilidades (grupos, periodos de tiempo). Algunos de estos abonos incluyen servicios de transporte de equipajes, entradas gratuitas a museos y exhibiciones,...

## CLASIFICACIÓN

- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades)
- Atención al cliente (tarifas especiales e integradas, flexibilidad)
- Campañas y servicios para captar nuevos clientes

## DESCRIPCIÓN

**Swiss Travel System** es la marca creada por los principales operadores de transporte público de Suiza en 1989 con la intención de integrar la oferta de transporte para turistas. Participan muchos operadores de transportes de todo el país, entre los que destaca CFF por ser el más grande. CFF se encarga de gestionar las ventas de los títulos y servicios complementarios (ver ficha número 68).

Gracias a Swiss Travel System los turistas (los residentes permanentes en Suiza y el Principado de Liechtenstein no pueden acceder a estos servicios) pueden acceder con un único título a todos los ferrocarriles, autobuses y barcos del país, además de poder utilizar también las redes de transporte público urbano de 37 ciudades. La facilidad y comodidad de poseer un único título de transporte, la calidad de los servicios de transporte público, los servicios complementarios y el precio competitivo de las ofertas lo convierten en un producto atractivo para cualquier turista.

Existen múltiples ofertas de abonos integrados, adaptados a las necesidades y las características de cada colectivo. De entre los diferentes abonos, destacan:

- El *Swiss Pass*, que permite un número ilimitado de viajes a cualquier hora durante el periodo de tiempo adquirido, que puede ser de 4, 8, 15, 22 o 30 días.
- El *Swiss Flexi-Pass*, título pensado para los turistas que no viajen cada día. Se pueden comprar 3, 4, 5, 6 u 8 días de viaje ilimitado (como el Swiss Pass) a realizar durante un periodo máximo de un mes. El cliente elige los días de viaje de forma totalmente libre. Los días que el cliente no hace uso de su libertad para viajar gratuitamente, el Swiss Flexi-Pass le permite comprar billetes de transporte público a mitad de precio.

Estos dos abonos tienen una versión de ahorro para viajeros acompañados que consiste en un 15% de descuento respecto al precio original del pase para cada individuo. La única condición para obtener el descuento es realizar todos los viajes en pareja o en grupo.

- El *Swiss Youth Pass* está disponible para jóvenes de hasta 26 años y es lo mismo que el Swiss Pass pero un 25% más barato.
- La *Swiss Card* incluye un viaje de ida y vuelta desde el aeropuerto o la frontera hasta cualquier ciudad suiza, con un máximo de un mes entre ambos trayectos. Durante el tiempo comprendido entre los dos trayectos el cliente puede adquirir billetes de transporte público a mitad de precio.
- Existen otras tarjetas: *familiar*, los hijos de hasta 16 años viajan gratis y sus amigos con un 50% de descuento; una *tarjeta de 50% de descuento* en todos los billetes de transporte público; y un *pase* que incluye la ida y la vuelta desde la *frontera/aeropuerto* hasta cualquier ciudad.

Los productos y servicios han evolucionado adaptándose a las necesidades del creciente número de clientes. En 2005 se alcanzaron los 200.000 clientes, triplicando la cifra de 15 años atrás. Como novedad, hay que destacar que desde enero de 2006, el Swiss Pass, el Swiss Flexi-Pass y el Swiss Youth Pass, permiten acceder gratis a casi todos los museos y exhibiciones del país (más de 400) y además conceden descuentos del 50% en transportes de montaña (funiculares y teleféricos).

## ENLACES

- <http://www.swisstravelsystem.ch/Tickets.16.0.html?&L=2> (Oferta de títulos)
- <http://www.swisstravelsystem.ch> (SwissTravelSystem)

## FICHA 70

## GUÍA DE LAS BUENAS PRÁCTICAS EN TRANSPORTE RURAL

VIRGIL  
Europa

## RESUMEN

La guía de transporte rural VIRGIL contiene diversos casos reales de implementación de servicios a la demanda para mejorar la accesibilidad de las zonas rurales. Existen diferentes fórmulas para conseguir una explotación eficiente de los recursos y que a la vez atraiga el máximo de clientes. La exposición de los casos está bien estructurada y documentada.

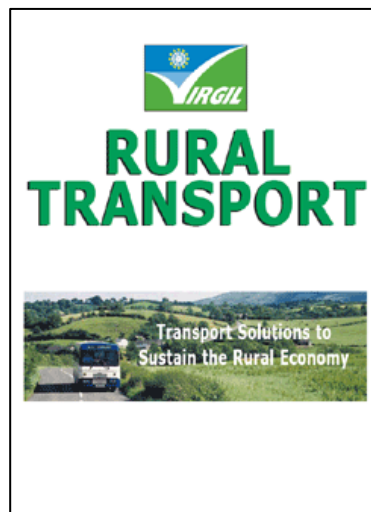
## CLASIFICACIÓN

- Promoción de la movilidad sostenible y la calidad de vida
- Financiación del transporte público
- Servicio ofertado (adecuación a las necesidades, red)
- Facilitar el transporte de ciertas mercancías en el transporte público

## DESCRIPCIÓN

**VIRGIL** es un proyecto financiado por la Comisión Europea DG VII - DG XIII como parte del programa "Investigación para la movilidad sostenible". La guía de transporte rural VIRGIL es uno de los trabajos destacados de este proyecto. En ella se aborda la problemática del transporte rural (zonas con baja densidad de población) y se explican 12 casos distintos de buenas prácticas llevadas a cabo en Europa.

Los casos son bastante innovadores, aportando nuevas soluciones en el campo del transporte a la demanda, el uso de la telemática, la integración entre pasajeros y mercancías, la accesibilidad y la coordinación entre líneas. Todos ellos tienen una apropiada contextualización e incluso se presentan datos derivados de la explotación de los servicios para matizar bien los resultados.



## ENLACES

- <http://www.fundacioncetmo.org> (Publicaciones>Transporte de viajeros>VIRGIL\_Transporte\_Rural)