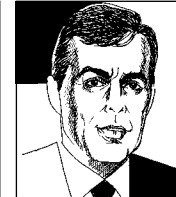
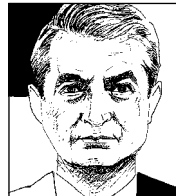
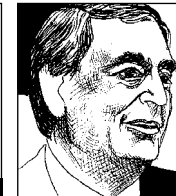
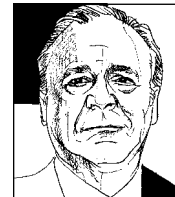
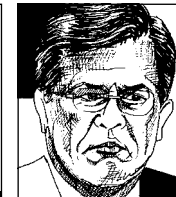
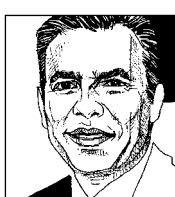
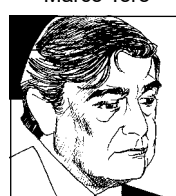
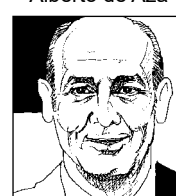
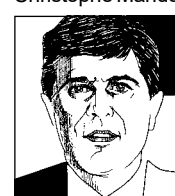
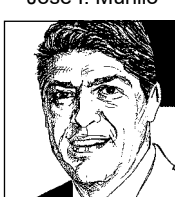
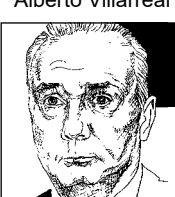
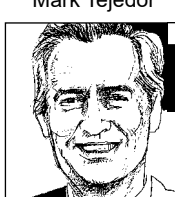
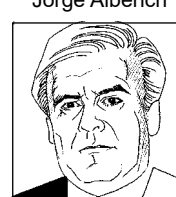
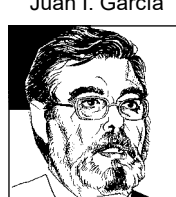
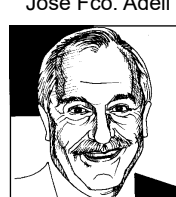
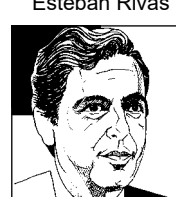
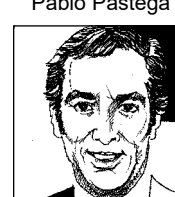


PROTAGONISTAS DEL TRANSPORTE POR CARRETERA EN ESPAÑA

AUTORIDADES										
ASOCIACIONES SECTORIALES										
FABRICANTES Y MARCAS										
CARROCEROS										
AUXILIAR										
EMPRESAS										
PERSONALIDADES										
										
										

PROTAGONISTAS

Nombre	Pág.	Nombre	Pág.
Ábalos, José Luis (Mº. Fomento)	43	Júlvez, Javier (Audiobus)	63
Adell, José Francisco (Julià)	43	Kalitovics, Jacobo (Titsa)	63
Albarado, Phillippe (Sefac)	43	Kuchta, Rudy (MAN)	74
Alberich, Jorge (Stoneridge)	43	Lana, Óscar (Integralia)	62
Alonso, Jesús (Vectia)	42	Lazcano, Juan Francisco (AEC)	63
Alonso, Miguel Ángel (Alsa)	43	Leal, Gabriel (Signus Ecovalor)	63
Alonso, Valentín (Avanza)	20	Linares, Alberto (Scania)	32
Angulo, Fidel (Atuc)	43	López-Madrid, Germán (Aniacam)	65
Aires, Luis (AOP)	45	Maldonado, Juan Antonio (Evobus)	24
Arias, Joaquín (Vectalia)	45	Mandon, Christophe (Grupo PSA)	65
Artime, Jorge (Wabco)	45	Martí, Miquel (Moventia)	65
Ayala, Inés (Parlamento Europeo)	45	Martín, José (Busmatick)	65
Báez, José Miguel (Cnae)	45	Mendikute, Kepa (Grupo CAF)	65
Barbadillo, Rafael (CEOE)	10	Mendiluce, Joaquín (Gasnam)	65
Bautista, Antonio (Somauto)	40	Moneo, David (FIAA)	68
Bautista, Antonio - hijo (Somauto)	45	Monferrer, Jordi (Car-bus.net)	50
Beltrán, David (Fainsa)	73	Montoya, Juan Antonio (Interbús)	36
Bellido, Joaquín (BYD)	47	Muñoz Codina, Juan Antonio (Opel)	67
Bermejo, Benito (Mº. Fomento)	47	Muñoz-Reja, Julio (SLT)	67
Beulas, Dolors (Beulas)	29	Murillo, José Ignacio (Sunsundegui)	58
Bilbao, Izaskun (Parlamento Europeo)	47	Narro, Alex (Emar Kiel)	67
Borque, Joaquín (CBM)	47	Navarro, Pere (DGT)	67
Bulc, Violeta (Comisión Europea)	47	Ochoa, Miguel Ángel (Fund. Corell)	67
Bueno, José Manuel (JMB)	49	Olabe, Héctor (Irizar e-mobility)	69
Calcerrada, Conrado (Esteban Rivas)	49	Oliver, Gonzalo (Voith)	69
Calleja, Javeir (Solaris)	34	Orcasitas, José Manuel (Irizar)	17
Calvet, Pere (UITP)	18	Padrosa, Pere (DGT Cataluña)	69
Calvo, Juan (Fenebus)	72	Panadero, Manuel (DGTT)	69
Cañestro, Javier (Gantabi)	49	Pastega, Pablo (Flixbus)	69
Caravaca, Alfonso (Fandabus)	49	Pedrero, Luis Ángel (Anetra)	14
Carsi, Miguel (Toyota)	49	Pereira, David (Atlasbus)	69
Cascales, Fernando (DGTT)	49	Pérez, Gerardo (Faconauto)	71
Castro, Beatriz (Castrosua)	48	Pérez, Miquel (ZF)	71
Castro, José (Castrosua)	51	Pérez, Santiago (GasLicuado)	71
Castro, Juan Luis (Castrosua)	51	Pertierra, Jose Luis (Fenebus)	71
Chacón, Lorenzo (Asintra)	70	Prada, Rubén (Astic)	71
Chavarria, José Manuel (Fecav)	51	Pujol, Javier (Ficosa)	73
Chicote, Antonio (Ford)	51	Queralt, Gael (Indcar)	60
Colom, Raúl (Arcol)	51	Quince, Faustino (Ferqui)	46
Comas, May (Asvetrans)	71	Rallo, María José (Mº. Fomento)	8
Córdoba, Juan (Isri)	59	Rajoy, Mariano (Gobierno)	76
Corrales, Jesús (Actia)	51	Ratón, Martín (Diesel Technic)	73
Cosmen, Jorge (Alsa)	53	Rebollo, José (Michelin)	73
Costales, José (Webasto)	53	Recuerda, Roberto (Hispacold)	73
De Aza, Alberto (Fiat)	53	Riol, Ricard (PTP)	73
De Castro, Julián (Julián de Castro)	53	Rivas, Esteban (Esteban Rivas)	75
Del Moral, Joaquín (DGTT)	53	Rodríguez, Pablo (Unvi)	37
De los Mozos, José Vicente (Anfac)	53	Rodríguez, Pablo (DGTT Madrid)	75
De la Horra, Heike (TomTom)	55	Roig, Rafael (FEBT)	75
Díaz, José Luis (Montcada)	55	Ruiz, Gregorio (Grupo Ruiz)	75
Dirksen, Anno (VDL)	36	Ruiz, Miguel (Atuc)	12
Durán, Ricardo (Expobus)	55	Sáenz de Urturi, Óscar (Burillo)	75
Egido, Alberto (Grupo Ruiz)	55	Sáiz, Juan Andrés (Asetra Segovia)	75
Eugenio, Agustín (Sinfe)	55	Sánchez, Alfonso (CRTM)	77
Fernández, Álvaro (EMT Madrid)	52	Sánchez, Juan Miguel (DGTT)	77
Fernández, Eloy (Estabus)	56	Sánchez, Pedro (Gobierno)	77
Figueroa, Sebastián (Scania)	55	Santos, Ignacio (DGTT CyL)	77
Fraile, Manuel (MAN)	28	Santos, Olga (Renault)	77
Gallardo, Guillem (Dirna)	57	Sidera, Emilio (Mº. Fomento)	77
García, Javier (Ascabus)	57	Sgardi, Fabio (Hidral)	78
García, Maribel (Anetra)	57	Solé, Frederic (Masats)	78
García, Jon Ander (Continental)	64	Teichman, Alberto (Volkswagen)	78
García, Jose Ángel (King Long)	44	Tokmayier, Damián (Hyundai)	78
García de Miguel, Juan Ignacio (Arriva)	57	Tomás, Rafael (Istobal)	78
Genabat, Miguel (Nogebus)	57	Tomey, Jesús Gonzalo (Aetram)	78
Gendrau, Juli (SCT)	57	Toro, Marco (Nissan)	78
Glorieux, Meike (Busworld)	59	Torres, Óscar (Hanover)	78
Gómez, Mercedes (Fomento)	59	Unda, Francisco (Volvo)	26
González, Carlos (CTA)	59	Vallejo, Santiago (Movelia)	66
González, Eduardo (VDO)	59	Vázquez, Alfredo (Anetra)	78
González, Javier (Ascabus)	16	Vázquez, Antonio (Fedintra)	78
González, José Enrique (Bridgestone)	59	Vázquez, Ethel (Galicia)	78
González, Igor (Dbus)	61	Vázquez, Juan Miguel (IvecoBus)	30
Gossen, Marcus (MAN)	61	Verdú, Jaime (Volvo)	78
Grezzi, Guiseppe (EMT Valencia)	61	Vidal, Lorenzo (Ganvam)	79
Gutiérrez, Miguel Ángel (Samar)	61	Vidal, Mercedes (TMB)	54
Herrero, Ignacio (La Sepulvedana)	61	Vila, Carme (Ayats)	35
Herrero, Jesús (Atuc)	61	Villarino, Juan Carlos (Vitrassa)	79
Ho, Isbrand (BYD)	38	Villarig, Jose Manuel (Appa)	79
Iglesias, Francisco (Alsa)	22	Villarreal, Alberto (Goodyear)	79
Johansen, Trond (Allison)	63	Zarceño, Lydia (IST)	79
Juan, Ángel (Socibus)	63	Zudaire, José Luis (Sunviauto)	79

ENTIDADES

Nombre	Pág.	Nombre	Pág.
Corrales, Jesús (Actia)	51	Rallo, María José (Mº. Fomento)	8
Lazcano, Juan Francisco (AEC)	63	Sidera, Emilio (Mº. Fomento)	77
Tomey, Jesús Gonzalo (Aetram)	78	Chicote, Antonio (Ford)	51
Johansen, Trond (Allison)	63	Ochoa, Miguel Ángel (Fund. Corell)	67
Alonso, Miguel Ángel (Alsa)	43	Vázquez, Ethel (Galicia)	78
Cosmen, Jorge (Alsa)	53	Cañestro, Javier (Gantabi)	49
Iglesias, Francisco (Alsa)	22	Vidal, Lorenzo (Ganvam)	79
García, Maribel (Anetra)	57	Pérez, Santiago (GasLicuado)	71
Pedrero, Luis Ángel (Anetra)	14	Mendiluce, Joaquín (Gasnam)	65
Vázquez, Alfredo (Anetra)	78	Rajoy, Mariano (Gobierno)	76
De los Mozos, José Vicente (Anfac)	53	Sánchez, Pedro (Gobierno)	77
López-Madrid, Germán (Aniacam)	65	Villarreal, Alberto (Goodyear)	79
Aires, Luis (AOP)	45	Mendikute, Kepa (Grupo CAF)	65
Villarig, Jose Manuel (Appa)	79	Mandon, Christophe (Grupo PSA)	65
Colom, Raúl (Arcol)	51	Egido, Alberto (Grupo Ruiz)	55
García de Miguel, Juan Ignacio (Arriva)	57	Ruiz, Gregorio (Grupo Ruiz)	73
García, Javier (Ascabus)	57	Torres, Óscar (Hanover)	78
González, Javier (Ascabus)	16	Sgardi, Fabio (Hidral)	78
Sáiz, Juan Andrés (Asetra Segovia)	72	Recuerda, Roberto (Hispacold)	73
Chacón, Lorenzo (Asintra)	70	Tokmayier, Damián (Hyundai)	78
Prada, Rubén (Astic)	71	Queralt, Gael (Indcar)	60
Pereira, David (Atlasbus)	69	Lana, Óscar (Integralia)	62
Angulo, Fidel (Atuc)	43	Montoya, Juan Antonio (Interbús)	36
Herrero, Jesús (Atuc)	61	Orcasitas, José Manuel (Irizar)	17
Ruiz, Miguel (Atuc)	12	Olabe, Héctor (Irizar e-mobility)	69
Júlvez, Javier (Audiobus)	63	Córdoba, Juan (Isri)	59
Comas, May (Asvetrans)	71	Zarceño, Lydia (IST)	79
Alonso, Valentín (Avanza)	20	Tomás, Rafael (Istobal)	78
Vila, Carme (Ayats)	35	Vázquez, Juan Miguel (IvecoBus)	30
Beulas, Dolors (Beulas)	29	Bueno, José Manuel (JMB)	49
González, José Enrique (Bridgestone)	59	Adell, José Francisco (Julià)	43
Sáenz de Urturi, Óscar (Burillo)	75	De Castro, Julián (Julián de Castro)	53
Martín, José (Busmatick)	65	García, Jose Ángel (King Long)	44
Glorieux, Meike (Busworld)	59	Herrero, Ignacio (La Sepulvedana)	61
Bellido, Joaquín (BYD)	47	Fraile, Manuel (MAN)	28
Ho, Isbrand (BYD)	38	Gossen, Marcus (MAN)	61
Monferrer, Jordi (Car-bus.net)	50	Kuchta, Rudy (MAN)	74
Castro, Beatriz (Castrosua)	48	Solé, Frederic (Masats)	78
Castro, José (Castrosua)	51	Rebollo, José (Michelin)	73
Castro, Juan Luis (Castrosua)	51	Díaz, José Luis (Montcada)	55
Borque, Joaquín (CBM)	47	Vallejo, Santiago (Movelia)	66
Báez, José Miguel (Cnae)	45	Martí, Miquel (Moventia)	65
Bulc, Violeta (Comisión Europea)	47	Toro, Marco (Nissan)	78
Barbadillo, Rafael (Confibus)	10	Genabat, Miguel (Nogebus)	57
García, Jon Ander (Continental)	64	Muñoz Codina, Juan Antonio (Opel)	67
Sánchez, Alfonso (CRTM)	77	Ayala, Inés (Parlamento Europeo)	45
González, Carlos (CTA)	59	Bilbao, Izaskun (Parlamento Europeo)	47
González, Igor (Dbus)	61	Riol, Ricard (PTP)	73
Navarro, Pere (DGT)	67	Santos, Olga (Renault)	77
Cascales, Fernando (DGTT)	49	Gutiérrez, Miguel Ángel (Samar)	61
Del Moral, Joaquín (DGTT)	53	Figueroa, Sebastián (Scania)	55
Panadero, Manuel (DGTT)	69	Linares, Alberto (Scania)	32
Sánchez, Juan Miguel (DGTT)	77	Gendrau, Juli (SCT)	57
Santos, Ignacio (DGTT CyL)	77	Albarado, Phillippe (Sefac)	43
Padrosa, Pere (DGTT Cataluña)	69	Leal, Gabriel (Signus Ecovalor)	63
Rodríguez, Pablo (DGTT Madrid)	73	Eugenio, Agustín (Sinfe)	55
Gallardo, Guillem (Dirna)	57	Muñoz-Reja, Julio (SLT)	67
Ratón, Martín (Diesel Technic)	73	Juan, Ángel (Socibus)	63
Narro, Alex (Emar Kiel)	67	Calleja, Javeir (Solaris)	34
Fernández, Álvaro (EMT Madrid)	52	Bautista, Antonio (Somauto)	40
Grezzi, Guiseppe (EMT Valencia)	61	Bautista, Antonio - hijo (Somauto)	45
Fernández, Eloy (Estabus)	56	Alberich, Jorge (Stoneridge)	43
Calcerrada, Conrado (Esteban Rivas)	49	Murillo, José Ignacio (Sunsundegui)	58
Rivas, Esteban (Esteban Rivas)	75	Zudaire, José Luis (Sunviauto)	79
Maldonado, Juan Antonio (Evobus)	24	Kalitovics, Jacobo (Titsa)	63
Durán, Ricardo (Expobus)	55	Vidal, Mercedes (TMB)	54
Pérez, Gerardo (Faconauto)	71	De la Horra, Heike (TomTom)	55
Beltrán, David (Fainsa)	73	Carsi, Miguel (Toyota)	49
Caravaca, Alfonso (Fandabus)	49	Calvet, Pere (UITP)	18
Roig, Rafael (FEBT)	75	Rodríguez, Pablo (Unvi)	37
Chavarria, José Manuel (Fecav)	51	Dirksen, Anno (VDL)	36
Vázquez, Antonio (Fedintra)	78	González, Eduardo (VDO)	59
Calvo, Juan (Fenebus)	72	Arias, Joaquín (Vectalia)	45
Pertierra, Jose Luis (Fenebus)	71	Alonso, Jesús (Vectia)	42
Quince, Faustino (Ferqui)	46	Villarino, Juan Carlos (Vitrassa)	79
Moneo, David (FIAA)	68	Oliver, Gonzalo (Voith)	69
De Aza, Alberto (Fiat)	53	Teichman, Alberto (Volkswagen)	78
Pujol, Javier (Ficosa)	73	Unda, Francisco (Volvo)	26
Pastega, Pablo (Flixbus)	69	Verdú, Jaime (Volvo)	78
Ábalos, José Luis (Mº. Fomento)	43	Artime, Jorge (Wabco)	45
Bermejo, Benito (Mº. Fomento)	47	Costales, José (Webasto)	53
Gómez, Mercedes (Mº Fomento)	59	Pérez, Miquel (ZF)	71

Editorial

Escribiendo la historia del Sector

NEXOBUS CELEBRA su edición número 500 haciendo historia, la historia del Transporte de Viajeros por Carretera. Son dos centenares de razones para proyectarse hacia el futuro. Conscientes de que lo importante es el contenido, sea cual fuere el medio utilizado, en el Grupo NEXO apostamos, hoy más que nunca, por la información útil y rigurosa, como instrumento de trabajo para nuestro lector.

Y lo hacemos manteniendo la periodicidad mensual de NEXOBUS al tiempo que potenciamos el diario *online* en Internet, asegurando la mejor información para el profesional, quien es y será siempre el que conforme nuestro público objetivo.

El Grupo NEXO acaba de cumplir 30 años de vida, y la información sobre Transporte por Carretera forma parte de esta familia desde hace casi 20 años. El segmento de los viajeros fue pionero, allá por el año 2000, naciendo de la sección de Autocarismo que se incluía por entonces en nuestros Semanario dirigido a las Agencias de Viajes, *Nexotur*, publicación de referencias en el sector turístico español. Poco más tarde, en 2002, la división de Transporte se complementó con *Nexotrans*, el Periódico profesional de Transporte de Mercancías por Carretera. Hoy, la credibilidad y el rigor de la información que publicamos a diario en nuestra Plataforma digital y cada mes en la edición impresa, son referente del Sector y ejemplo de buen hacer, dejando a un lado el amarillismo, los rumores y los cotilleos. Centrando nuestra oferta informativa en la veracidad, la confianza de nuestras fuentes y la fidelidad de nuestros lectores.

Porque los datos así lo avalan. Solo en el último año, todos nuestros ratios relacionados con la Plataforma Digital están creciendo en porcentajes de dos cifras. El número de usuarios, las sesiones iniciadas, las páginas vistas totales (que han superado el millón por primera vez en

Desde el año 2000,
apoyamos al Sector
posicionándonos a favor de
todos y en contra de nadie

nuestra historia) y el tiempo medio que pasan nuestros lectores leyendo las informaciones que publicamos (cerca de los 12 minutos y medio), son indicadores oficiales de Google Analytics. Y que confluyan tantas tendencias positivas no puede ser casualidad.

NEXOBUS apostó desde el principio por el Transporte y todos aquellos que lo conforman, y jamás ha flaqueado en la defensa del Sector, por fuerte que fuera el antagonista. La insobornable independencia del Periódico y su vocación de servicio al profesional del Transporte ha quedado de manifiesto en numerosas ocasiones, en las que este Periódico ha denunciado (sin importar consecuencias o represalias), las malas prácticas que consideramos en cada momento lesivas contra los intereses de la carretera. Por desgracia, han sido muchos los ejemplos en todos estos años, y es muy posible que la lista continúe ampliándose. Los ejemplos se multiplican, pero la respuesta es siempre la misma: firmeza y apoyo a las Organizaciones empresariales, por las que hemos apostado desde el primer día como portavoces autorizadas del Sector.

Es buen momento, quizá, para recordar el lema que nos mueve desde el nacimiento: 'A favor de todos y en contra de nadie'. NEXOBUS lleva a gala su independencia, innegociable en todo momento, y por eso no se alinea con ninguna corriente particular o personalista, sino con cuanto pueda mejorar el bienestar sectorial y de los empresarios y profesionales que lo integran.

Como siempre, el Grupo NEXO celebra esta efeméride de la mejor forma en que sabe hacerlo: trabajando aún más. La edición conmemorativa del número 200 es una rigurosa síntesis de la actualidad sectorial en este período. O lo que es lo mismo: de los Protagonistas del Transporte de Viajeros en España. Pero también es una mirada al futuro, porque convendremos que seguirá siendo, como hasta la fecha, la savia que alimenta la economía nacional.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Nexotrans

Periódico Profesional del Transporte de Mercancías por Carretera

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZ

DIRECTOR
CARLOS ORTIZ RODRIGO

DIRECTOR ADJUNTO: Eugenio de Quesada
SUBDIRECTOR: Daniel Gallego Alías

REDACTORES Y COLABORADORES

Guillermo Mieres | Eduardo Santamaría | Miguel Praga | Marga González | Paula Vacas
Sergio Guerrero | Pablo García-Diego | Ignacio Samper | Enric Arenós

NEXO
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

✉ Lope de Vega, 13. Barrio de Las Letras 28014 Madrid
Centralita: 91 369 41 00 (20 líneas)

Web: Nexotrans.com | Mail: redaccion@nexotrans.com

DIRECTOR FINANCIERO: José Manuel de la Torre | DIRECTOR JURÍDICO: Santiago Moratalla
JEFE DE CONTABILIDAD: Javier Contreras | JEFE DE PERSONAL: Ignacio González del Yerro
DIRECTOR DE INFORMÁTICA: José Manuel Dávila | PLATAFORMAS DIGITALES: Joaquín Abad
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD (DEPARTAMENTO PROPIO): Nexopublic S.L. (Grupo NEXO)
SALONES TURNERO Y FACTURACIÓN: María José González | ADMINISTRACIÓN Y CONTROL: Jorge de Jorge
SUSCRIPTORES: Mar Fernández | ATENCIÓN AL CLIENTE: Mercedes León | EVENTOS: M^a. José González

SERVICIOS EDITORIALES: Aborda (Asesoría Contable y Fiscal) | Aconfisa (Asesoría Legal) | Nexopublic (Diseño y Publicidad) | Nexo Creativo (Autoedición) | Nexotel (Información Electrónica) | Herrero (Propiedad Industrial) | Nexodata (Base de Datos) | Gráficas de Prensa Diaria (Impresión y Papel)

NEXOTRANS, el Periódico Profesional del Transporte de Mercancías por Carretera, es una Publicación Independiente de los Intereses del Sector / © NEXOTRANS es una Marca Registrada de Nexo Editores SA
© Copyright NEXO EDITORES SA y Grupo NEXO / Depósito legal: M-8046-2012 / ISSN: 1699-3152 / Impreso en España

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Carta del director

Por el Transporte de Viajeros por Carretera

ES PARA EL Grupo NEXO un orgullo el haber podido estar a lo largo de estos 20 años en un Sector tan importante para la ciudadanía y tan vertebrador para el conjunto del Estado como el transporte de viajeros por carretera. A principios de este siglo consideramos (y seguimos en la misma convicción) que esta actividad es de máxima importancia para el país y contribuye de forma sostenible al bienestar social. España, con una compleja orografía, necesita una eficaz red de transporte, capaz de llegar a cualquier punto del país. Y eso, hoy en día, solo lo pueden conseguir los autobuses y autocares, ya sean en línea regular, en urbano o en discrecional. La realidad es que son los que comunican a todas las poblaciones españolas, contribuyendo de una forma determinante a la cohesión y conexión de la sociedad, y de los pueblos y ciudades del país. Les felicito, pues, por su abnegada labor, que en muchas ocasiones no es suficientemente reconocida. Desde las páginas de NEXOBUS, el Periódico Profesional de Transporte de Viajeros por Carretera, estamos como siempre a vuestro servicio, defendiendo los legítimos intereses del conjunto del Sector, como siempre 'a favor de todos y en contra de nadie'. Desde nuestras páginas, y como siempre hemos hecho, seguiremos apoyando el Asociacionismo empresarial, al que consideramos eje fundamental para el fortalecimiento, desarrollo y crecimiento de una actividad fundamental para el conjunto del Estado. Los sectores son más fuertes cuando más lo son sus Organizaciones. Solo me queda, pues, reiterarles el compromiso de NEXOBUS que, a lo largo de estos casi 20 años, ha mantenido con el Sector, y que seguirá manteniendo con el mismo nivel de confianza y seriedad, tanto a nivel empresarial como informativo, y que seguiremos al servicio de todos. Muchas gracias a todos por acompañarnos en este viaje, que no ha hecho más que comenzar.



Carlos Ortiz

Palabra de editor

Dos décadas de compromiso informativo con el Sector

NEXO DE UNIÓN SECTORIAL. Este ha sido, es y será el objetivo de NEXOBÚS. Un objetivo que compartimos con nuestros lectores desde hace ya dos décadas. Creando un *lobby* blanco al servicio al Transporte de Viajeros por Carretera. Y un eficaz nexo de unión entre las empresas y sus gestores y profesionales. Impulsando una constante transferencia de conocimiento, especialmente informativo, pero también sobre productos, tendencias e innovación. Siempre desde el compromiso, leal e inquebrantable, con el Sector y con su Asociacionismo empresarial. Desde el convencimiento de que lo importante es sumar, vertebrando un Sector unido y cada vez más fuerte. Y así llevamos 200 ediciones (y casi 20 años) de puntual cita mensual con nuestros lectores. Hasta que el avance de la tecnología digital posibilitó el lanzamiento de *Nexobus.com*, la gran plataforma digital de información sobre Transporte de Viajeros, que es actualizada diariamente por nuestra Redacción. Digital del Transporte al que se sumaron *Nexotrans.com* y *NexoLog.com*, dedicados a la información profesional del Transporte por Carretera para los Sectores de Mercancías y Logística. Un diario digital que supera ya las 4.800 ediciones, con 25 noticias diarias y diversas secciones y contenidos, que han logrado el mayor reconocimiento que cabe esperar del Sector: casi un cuarto de hora de tiempo de lectura media diaria, según datos oficiales de Google Analytics. Tiempo similar al que se dedica a la lectura del periódico en papel. Y una demostración de la consolidación de nuestro diario digital, como líder sectorial de la Prensa de calidad. Hoy conviven el periódico mensual y el digital diario, en una oferta informativa que ha logrado una notable credibilidad entre los empresarios, directivos y profesionales del Sector. Porque nuestros lectores saben que la información que leen en NEXOBÚS es rigurosa y veraz. Ese es nuestro mayor patrimonio y a él nos debemos. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés



Eugenio de Quesada.

Tribuna



Una de las redes de Transporte más eficientes de Europa

Mercedes Gómez

EL PODER CELEBRAR el número 200 de NEXOBUS es, sin duda, una gran ocasión para poder felicitar tanto a la propia publicación como a sus lectores, y tener la oportunidad de destacar la importancia del Transporte de viajeros por carretera en autobús, un modo de transporte esencial para el sistema en su conjunto, por su especial relevancia para garantizar la movilidad de los ciudadanos y favorecer la cohesión social y territorial y la sostenibilidad ambiental.

Y, como muestra, no está de más recordar alguna cifra que encuadre dicha relevancia. Si consideramos el transporte colectivo, vemos que el autobús representa una cuota del 46% del total de los modos. También me gustaría destacar la importancia de este modo de transporte en un sector como es el turismo. Más de 192 millones de turistas al año usan este medio de transporte para sus desplazamientos dentro de nuestro país, dando soporte a una industria de importancia primordial en nuestro tejido productivo.

La principal misión del Ministerio de Fomento es garantizar la movilidad de los ciudadanos mediante un sistema de transporte seguro, eficiente y sostenible, reduciendo en todo lo posible los efectos externos que se producen, y por ello estimulamos y fomentamos el uso del transporte colectivo como alternativa al vehículo privado, apostando por un desarrollo armónico de los distintos modos de transporte, de forma que se complementen entre sí potenciando sus respectivas fortalezas desde la perspectiva de la intermodalidad.

Y sin olvidar el transporte discrecional, que sin duda es fundamental en el sistema global de transporte, quiero poner el foco en los asuntos que directamente se gestionan desde el Ministerio de Fomento, como es el sistema concesional de transporte interurbano por autobús, que se adjudica tras un concurso público y da el derecho a prestar los servicios garantizando unas frecuencias mínimas establecidas y unos precios máximos también fijados contractualmente.

Este sistema nos ha permitido tener en España una de las redes más tupidas y eficientes de transportes de viajeros en autobús de toda Europa, que se presta a una tarifa media asequible para todos los usuarios, en unas condiciones de calidad y seguridad únicas, y más aún si tenemos en cuenta las condiciones geográficas y poblacionales de nuestro país, con un

territorio extenso, población concentrada en ciudades y grandes espacios con reducida ocupación.

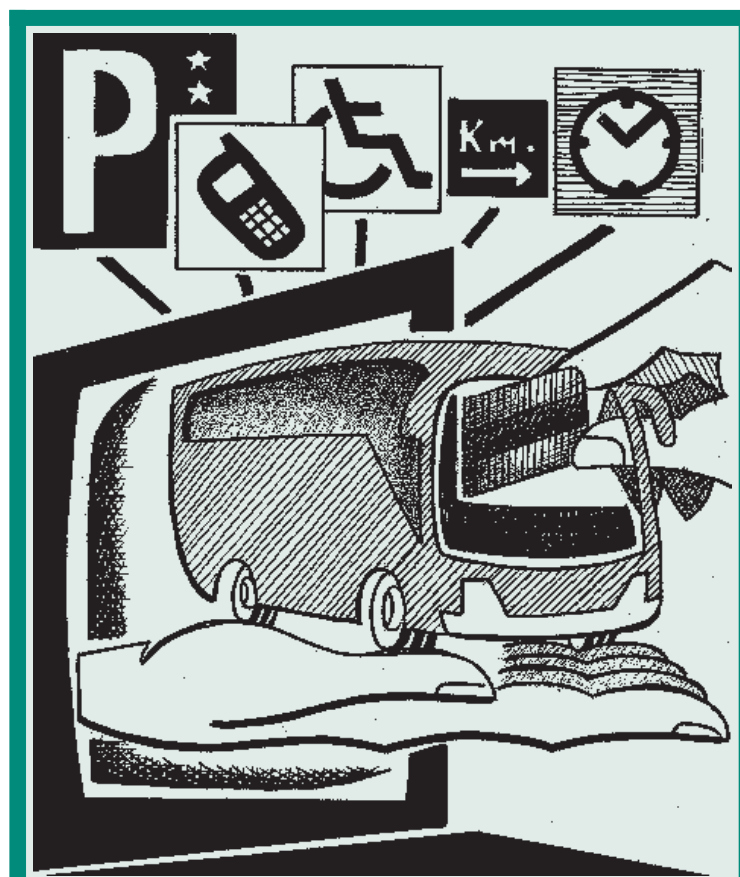
Un sistema que permite aprovechar de forma óptima las sinergias existentes, puesto que se aprovecha toda la estructura empresarial sostenida en una combinación de tráfico con diferente rentabilidad. Y en particular, me gustaría poner en valor el papel que juegan las 82 concesiones estatales en la cohesión de nuestro país y en su movilidad.

Estos servicios atienden anualmente a un total de 28,6 millones de viajeros, principalmente de largo recorrido, como demuestra que el recorrido medio sea de casi 200 km (189 km), en el que el rango de edad que más porcentaje supone en el uso de estos servicios es el comprendido entre los 16 y 34 años, buen ejemplo de la importancia que tienen para la movilidad del sector más joven de nuestro país.

En este sentido, el denominado 'paquete de movilidad' está compuesto por una serie de iniciativas legislativas de la Comisión Europea que modificarán la reglamentación existente en el Sector, tanto de mercancías como de viajeros (autobús), y la propuesta presentada por la Comisión desea avanzar hacia una mayor liberalización los servicios de transporte por autobús.

Excelente sistema

Por ello, desde el Ministerio de Fomento estamos llevando a cabo un profundo trabajo con las instituciones europeas, de modo que podamos hacer evolucionar su propuesta a un modelo que respete las características del excelente sistema concesional español. Ya se han conseguido hitos importantes, puesto que tanto la Comisión Europea como el Comité de Trans-



Trabajamos para que el 'paquete de movilidad' respete las características del excelente sistema concesional español

porte del Parlamento Europea han validado textos que amparan el sistema concesional español.

Respecto a la renovación de las concesiones, los hechos ocurridos con las últimas licitaciones han obligado a abrir un proceso de reflexión, porque no podemos permitir que el proceso de renovación de las concesiones de competencia estatal se vea inmerso de nuevo en una judicialización cuyos efectos ya conocemos de situaciones similares ocurridas en el pasado.

Y antes de concluir es obligada una referencia al cambio climático. El Transporte debe jugar un papel clave para alcanzar los objetivos fijados por la Unión Europea, como por ejemplo el de reducción para 2030 del 40% del total de las emisiones de gases de efecto in-

vernadero (GEI) respecto de 1990. En este contexto, no me cabe duda de que en el ámbito del transporte de viajeros en autobús cobra, y cobrará cada vez más interés, la incorporación de nuevas tecnologías que sean más eficientes y más respetuosas con el medio ambiente, en particular aquellas ligadas a la descarbonización.

Por lo tanto, me gustaría destacar que nuestra voluntad siempre ha sido y es la de garantizar la movilidad de los ciudadanos de la mejor forma posible, contribuyendo en paralelo a que el Sector sea cada vez más eficiente, ecológico y competitivo, asegurando, así, un servicio de calidad y con los mayores estándares de seguridad.

Mercedes Gómez es la directora general de Transporte Terrestre del Ministerio de Fomento.

Columna



Un placer formar parte de este Sector

Daniel Gallego

ESTAMOS DE ENHORABUENA. Tenemos entre manos la conmemoración de una cifra redonda de ediciones, lo que sin duda es motivo de gran satisfacción, y también de cierto orgullo, para todos los que componemos la Redacción de NEXOBUS. Han sido muchas las horas y los esfuerzos dedicados a elaborar la mejor información posible en cada momento, para que el prestigio y la credibilidad de este medio se mantengan tan intactas como el primer día.

Llevo casi 20 años en el Grupo NEXO, y aunque no era mi responsabilidad, allá por finales del año 2000 tuve la oportunidad de asistir, en la imprenta, a la primera vez que NEXOBUS entraba en la rotativa. Todo un espectáculo en cualquier momento, pero con una carga emotiva extra por ser la puesta de largo de una publicación que, quién lo iba a decir, acabaría por ocupar la mayor parte de mi carrera profesional.

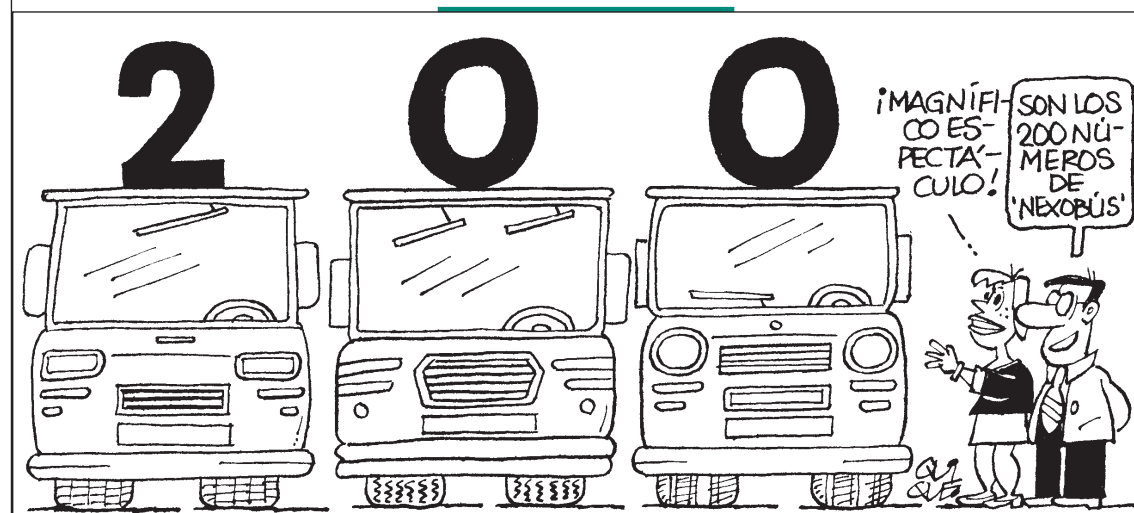
Fue en 2003 cuando me uní al equipo, y desde entonces hemos vivido muchas situaciones importantes para el Sector, contándolas siempre con rigor y veracidad. Ahora, en tiempos complicados, es momento de poner otro granito de arena en el desarrollo del transporte de viajeros por carretera, con una edición especial de 'Protagonistas del Sector', que incluye entrevistas con algunos dirigentes que es la primera vez que atienden a la prensa especializada. Muchas gracias por la parte que nos toca.

Porque he de reconocer que no tuve la oportunidad de colaborar en el primer número de NEXOTRANS. Por entonces, otros compañeros tenían esa responsabilidad, la cual me fue encomendada en la edición número 17. Tiempo ha pasado, desde luego, con muchas cosas buenas y alguna que no tanto, pero con un balance sin duda satisfactorio.

Agradecimiento que debo hacer extensivo, como es de justicia, a todas nuestras fuentes de información. Sin ellas, sería imposible editar cada día el Diario digital Nexobus.com, ni elaborar el Periódico mensual. Esa confianza que depositan en nosotros, sabiendo que no les vamos a defraudar, es muy importante y básica para que todo vaya sobre ruedas. A por otros 200, como mínimo.

Daniel Gallego es el subdirector de NEXOBUS.

Retrovisor



Nexotrans.com: más de un millón de visitas en 2018

NEXOBUS llega, puntualmente cada mes, a las empresas de transporte españolas. Y lo hace tanto en el soporte tradicional (papel) como en el boletín

digital del Sector, desde el año 2005. Por encima de los 12:25 minutos, de media, dedican nuestros lectores a NEXOBUS, tanto al periódico en papel

como a nuestra Plataforma online. El tiempo de lectura es el mejor ejemplo de una «Prensa de Calidad», como corrobora Google Analytics.

La Plataforma Digital de Información sobre el Transporte del Grupo NEXO ha establecido distintas cifras récord en el año 2018. El diario Digital Nexotrans.com ha obtenido 1.054.784 visitas, lo que supone un espectacular incremento del 41% sobre las 746.669 páginas vistas registradas en 2017. Estos datos oficiales de Google Analytics constatan que cada vez son más las personas que se informan a través de nuestra página web.

No son solo visitas

Es obligatorio destacar que este millón de visitas son de calidad. Según los análisis de Google, los usuarios dedicaron un tiempo medio de navegación en la web de 12 minutos y medio durante el último año (12:25), dejando atrás la media anual de 11:11 minutos que había alcanzado en 2016 y los 11:04 del año precedente 2017. Este año se han superado todos los récords anteriores, obteniendo casi un minuto y medio más de tiempo consumido en Nexotrans.com, constatando que el visitante de nuestro Digital de Transporte dedica a la lectura

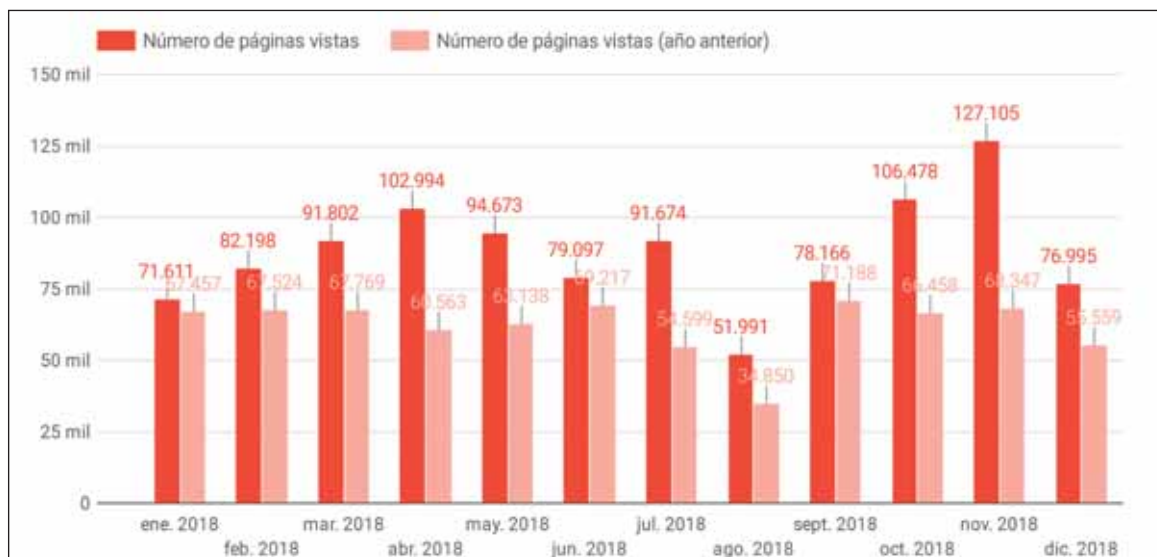
en pantalla un tiempo similar al que brinda al semanario en papel. Además, observamos meses como agosto, con picos de más de 16 minutos, y abril, con 15 minutos de media.

"El tiempo medio que dedican nuestros usuarios a la lectura de la plataforma digital del Grupo NEXO", asegura el director adjunto de NEXOBUS y presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, "es la mejor muestra del respaldo de los profesionales del Sector a la firme apuesta de Nexotrans.com por el rigor y la seriedad".

Un 37,5% más de usuarios

En esa misma línea de consolidación al alza encontramos otro dato relevante: el número de sesiones abiertas durante el último año rozó el cuarto de millón (248.840), creciendo casi un 35% por encima del mismo dato de los 12 meses precedentes.

Por otro lado, es muy significativo el número total de usuarios (150.186) que también superó con cifras de dos dígitos los resultados obtenidos en el año anterior, un 37,5% más.



Fuente: Google Analytics.

© NEXOTRANS

En este sentido, cabe resaltar otros dos datos: el número de usuarios nuevos crece un 38,4% y el de páginas vistas en cada sesión un 4,22%, completando un abanico de resultados positivos muy destacable, que son un aliciente más para continuar en esta línea de información veraz y rigurosa.

Tres lustros sin confundir las

noticias elaboradas por nuestra Redacción con los comentarios anónimos que, en muchos casos, no son otra cosa que meros desahogos de gente ociosa o resentida, cuando no ajustes de cuentas o lo que es aún peor: el dudoso trabajo de pretendidas agencias y profesionales, con la excusa de defender la reputación

corporativa online de su cartera de clientes.

Como conclusión, 12:25 minutos de tiempo medio (según Google Analytics) son la mejor demostración de la vigencia de la Prensa de Calidad. Y a eso debemos añadir el aval que suponen los quinientos números editados en papel, recientemente celebrados con todo el Sector.

BAJO EL SIGNO DEL LEÓN.



**Inconfundiblemente MAN.
El nuevo Lion's Coach.**

Con su aspecto rabiosamente actual, el nuevo Lion's Coach gana atractivo y dinamismo. Eficiente y al mismo tiempo potente, equipado con todo lo que necesita un autocar rentable, el MAN Lion's Coach es la columna vertebral ideal de cualquier flota de vehículos. Gracias a la amplia experiencia como fabricante de vehículos industriales y a la completa oferta de servicios de MAN, el Lion's Coach garantiza la máxima disponibilidad y, por lo tanto, la mejor utilización posible del vehículo. En pocas palabras: un león en el que puede confiar para todas las rutas de viaje. www.bus.man



1º. Especialización. NEXOBUS no es sólo un *periódico de Transporte*. Es el Periódico Profesional del Transporte de Viajeros por Carretera. Su Redacción escribe, única y exclusivamente, para el profesional del transporte y, por tanto, en función de sus necesidades y preferencias. Y lo hace prestando la máxima atención informativa a los intereses de este Sector (el de las empresas), por encima de caducos criterios generalistas de *café para todos*. Está dirigido a "la nueva" empresa de transportes, porque apuesta por la transformación permanente de esta actividad, tanto empresarial como profesionalmente, la necesidad de su continua transformación, adaptando su *modus operandi* a un mercado tan dinámico como cambiante.

2º. Compromiso. Nuestra línea editorial apuesta, desde la primera edición, por el Sector del Transporte por Carretera y su Asociacionismo, representado por las Organizaciones empresariales. Esta apuesta trasciende la mera elección de un nuevo Sector que incorporar al catálogo de publicaciones del Grupo NEXO. Se trataba de un auténtico compromiso con las empresas y sus intereses. Pero el firme apoyo al Asociacionismo y a la unidad sectorial no deben estar sujetos a filias o fobias para con sus representantes. Este es nuestro compromiso de hoy, como lo fue de ayer, y lo será siempre. Se trata de una decidida apuesta que tiene por objetivo lograr un Sector más fuerte, unido y sin exclusiones. NEXOBUS, como tantas veces hemos reiterado, está a favor de todos y en contra de nadie.

3º. Rigor. El rigor ha de ser un requisito esencial en la información profesional. El Periódico rechazó, desde su origen, tanto la publicación de *remitidos* como dar cabida a información tendenciosa. Las noticias se elaboran (y se contrastan) por nuestra Redacción. Este periódico no es ni será uno de los medios en que publicar los *comunicados* de los gabinetes de comunicación de empresas y de las Administraciones públicas. Ni hará suyo el amarillismo (por no hablar de publicaciones, simple y llanamente, sensacionalistas), de quienes hacen de la tendenciosidad informativa un peligroso instrumento al servicio de satisfacer intereses publicitarios, políticos o de vanidad personal.

4º. Denuncia. El compromiso informativo del Periódico se demuestra con hechos. Especialmente cuando los intereses de grandes y poderosos proveedores entran en conflicto con los derechos legítimos de las empresas de transporte. Es entonces cuando la línea editorial del Periódico NEXOBUS se torna beligerante en la denuncia de ataques contra el Sector. No comulgamos con aquellos medios que aceptan como algo inevitable las decisiones de grandes proveedores (y anunciantes), pese a que lesionen los intereses de los transportistas. Siempre nos hemos posicionado en

Decálogo Informativo de NEXOBUS

El Grpo NEXO, con motivo de la publicación de NEXOTRANS nº 500, comparte con sus lectores y anunciantes los Principios editoriales de su Decálogo Informativo. Estos Principios, que inspiran la línea editorial del Periódico, son la síntesis del quehacer del Equipo que hace posible, ahora cada quincena, este periódico, y el Diario Digital. Diez claves que ayudan a comprender el ideario de la empresa editorial, que han hecho de NEXOTRANS el eficaz nexo de unión entre los transportistas y el Sector.



favor del Sector en la defensa de sus intereses, en sus críticas ante los desaires de determinadas personas que han ocupado la cartera de Fomento, en la confrontación con otros modos de transporte, en la línea a seguir al respecto de las muchas cuestiones que llegan de Europa y que no siempre coinciden con el bien general del Sector español (como se ha intentado hacer con la liberalización)... En estos, como en otros casos, NEXOBUS cataliza denuncias, de acuerdo con el compromiso informativo que mantiene con el Sector y sus Organizaciones.

5º. Independencia. El lector que forma el público objetivo de NEXOBUS (el profesional del transporte), exige cada día más in-

dependencia en su información profesional. Independencia en la relación con las Administraciones públicas y, muy especialmente, frente a los grandes proveedores. Y las ocasiones para mostrar está independencia informativa no faltan. Así, NEXOTRANS ha denunciado cuando, desde el Gobierno u otras entidades, se ha pretendido *criminalizar* al Sector. O cuando Administraciones autonómicas optan por gravar el tránsito por sus territorios, incluyendo casos de competencia desleal hacia la carretera por otros modos de transporte 'financiados' por la Administración correspondiente. Cuando determinadas Organizaciones dañan (en forma tan injusta como sistemática) la imagen del Sector. Cuando se sigue intentando

cobrar al Transporte por Carretera más de lo que le corresponde, cuando no se tiene en cuenta el bienestar de los profesionales del volante, cuando la Carretera es señalada injustamente como fuente de contaminación, cuando se apuesta por el transporte público pero no se le dota de los fondos necesarios para su desarrollo, o cuando la competencia desleal es tan evidente que es necesario levantar la voz y, de alguna manera, defender lo nuestro.

6º. Pluralismo. NEXOBUS acoge todas las opiniones, con las únicas limitaciones del respeto al honor y la dignidad de las personas, la credibilidad y el buen nombre de empresas e instituciones (en especial del propio Sector y sus Or-

ganizaciones representativas), y del lenguaje soez o contrario a las más elementales normas de educación y respeto. El Periódico estimula la controversia y el debate, pero sin promover enfrentamientos o polémicas sensacionalistas. En esta convicción se asienta el empeño del Periódico por impulsar una auténtica, libre y plural Opinión pública sectorial, a cargo preferentemente de los propios profesionales y empresarios. Más de 1.000 artículos de opinión, publicados en casi dos décadas, dan fe del pluralismo que impregna el quehacer informativo de nuestra periodicidad mensual. Una visión plural de la cual esta edición especial habla por sí misma.

7º. Investigación. Más allá del periodismo técnico-profesional, NEXOBUS aporta al Sector un continuado esfuerzo en materia de investigación y desarrollo. Sin olvidar el seguimiento puntual (y muchas veces exclusivo de este Periódico) de la coyuntura sectorial, mes a mes, con los Indicadores de NEXOBUS de Resultados y Expectativas del Sector, así como las matriculaciones por segmentos (nacionales y europeas), la evolución de empresas y autorizaciones y del precio del combustible.

8º. Credibilidad. Nuestra credibilidad es el patrimonio más valioso (y vulnerable) de un medio de comunicación. Al igual que el prestigio en las personas, la credibilidad es obra de toda una vida pero en un periódico como NEXOBUS, debe convalidarse cada edición. Gracias a su credibilidad, el Periódico ofrece a su lector relevantes primicias informativas.

9º. Convocatoria. Fruto de lo anterior, NEXOBUS ha adquirido un poder de convocatoria más que notable entre la Prensa sectorial. Lo que ha permitido traer a sus páginas opiniones de los principales dirigentes políticos, empresarios, expertos y profesionales. Poder de convocatoria que sirve para aglutinar a los profesionales en torno a numerosos Debates, Foros, Conferencias y Convenciones, dedicados a analizar las cuestiones más candentes. Sucedió en el pasado y volverá a suceder en el futuro.

10º... y Audiencia. Ninguna Publicación llega, con tanta asiduidad, a las mesas de los dirigentes de las empresas de transporte, a las Asociaciones o a las Administraciones públicas. Gracias a su extraordinaria distribución, fruto del gran volumen de suscripciones directas y acuerdos alcanzados con grandes redes y organizaciones empresariales, el Sector recibe puntualmente NEXOBUS.

Estos 10 principios forman el Decálogo o los *mandamientos* por los que se rige la Redacción, y la editora del Grupo NEXO. Decálogo que reiteramos en esta Edición nº 200 de NEXOBUS, como muestra del compromiso que une al Periódico con sus lectores, anunciantes... y el Sector.

VOLVO 7900 HÍBRIDO ELÉCTRICO

SILENCIOSO, LIMPIO Y SEGURO

Carga rápida
en parada



Gestión
de zonas



Zona de baja velocidad

Zona de cero emisiones

Zona silenciosa

Zona de seguridad



Flexibilidad en el funcionamiento: El Volvo 7900 Híbrido Eléctrico puede funcionar como un autobús eléctrico en determinadas zonas alcanzando hasta un 70% en modo eléctrico y como un vehículo híbrido en cualquier otra vía sin acceso a estaciones de carga, lo que le permite una flexibilidad en la operación indiscutible.

Bajo consumo energético: Ahorra hasta un 75% de combustible.

Protección medioambiental: Líder en protección del medioambiente, reduce el consumo energético hasta un 60%, las emisiones de CO₂ una media del 75% y las partículas en una proporción aún mayor.



“Entrevista



María José Rallo del Olmo es ingeniera de Caminos, Canales y Puertos por la Universidad Politécnica de Madrid y licenciada en economía por la UNED. Actualmente forma parte del Gobierno como secretaria general de Transporte.

LA SITUACIÓN POR la que atraviesa el transporte de viajeros por carretera es convulsa, sobre todo desde la perspectiva normativa. A los problemas domésticos con la renovación de las concesiones regulares se suma lo que llega de Europa, en forma de una posible liberalización de los servicios y modificaciones de la flota mínima para acceder a la profesión. De todo ello departe la secretaria general de Transportes, nº 3 en el escalafón de Fomento.

¿Cuáles son las prioridades de su Departamento a corto plazo, en relación al transporte de viajeros por carretera?

● En el Ministerio de Fomento somos conscientes de la importancia estratégica que el Transporte de viajeros por carretera tiene en la movilidad de los ciudadanos. En España disponemos de una de las redes más densas de transporte de viajeros en autobús de toda Europa, y también una de las más eficientes, que consigue de este modo ofrecer a sus usuarios unas tarifas asequibles y unas condiciones de calidad y seguridad realmente destacables. Por ello, nos gustaría poder retomar lo antes posible el proceso de renovación de las concesiones de transporte por viajeros por autobús de nuestra competencia, que sin duda ha sufrido retrasos por la alta judicialización de todo el proceso. También son prioridades para nosotros la defensa de este sistema concesional en las instituciones europeas y la digitalización del Sector.

El ferrocarril parece mantenerse como el modo de transporte más apoyado desde la Administración, tanto doméstica como comunitaria. ¿Por qué razones?

● El esfuerzo que dedica el Ministerio de Fomento, en su conjunto, al transporte ferroviario y por carretera es equilibrado, aunque es cierto que la atención mediática que goza el modo ferroviario pueda distorsionar esta realidad. En este sentido, quiero aprovechar esta ocasión para poner en valor el papel que el transporte de viajeros por carretera supone para la movilidad de nuestros ciudadanos. Este papel es fruto de un trabajo continuo y exigente, que quizá no se ve reflejado convenientemente en los medios de comunicación, porque no se ve acompañado de grandes inauguraciones o grandes inversiones, pero que supone para las ciudades su principal modo de movilidad, y para las zonas rurales su conexión con el resto del territorio.

Sin embargo, al final, la inmensa mayoría de las mercancías y de los viajeros se transportan por carretera. ¿De qué manera tiene previsto Fomento apoyar a la carretera y a sus operadores?

● Como ya he indicado, el Ministerio es plenamente consciente del papel que el Transporte por carretera juega en la movilidad de nuestros ciudadanos, en la cohesión territorial y en el desarrollo económico. El propio ministro de Fomento ha reconocido en varias ocasiones la importancia del mismo. Sin duda, el transporte por carretera constituye un modo muy competitivo, flexible, con una gran capilaridad, y que ha sabido 'leer' las necesidades de sus clientes como nadie, lo que da lugar finalmente a la prestación de un servicio de alta calidad. Y este servicio de calidad se traduce en su posición en el mercado actual.

En el transporte de mercancías nos hemos centrado en primer lugar en la defensa a nivel europeo en la negociación del 'paquete de movilidad' de la Unión Europea. Como sabe, la posición que finalmente adoptó el Consejo respetó las líneas maestras que nos habíamos fijado a nivel nacional, y seguimos trabajando para que en la fase de negociación de este

paquete con el Parlamento Europeo se sigan manteniendo los logros alcanzados.

Estas líneas abarcan la defensa de las condiciones sociales y salariales de los trabajadores del sector del transporte, la lucha contra la competencia desleal a nuestras empresas y el freno al establecimiento de barreras burocráticas al

"El término que se utiliza a nivel europeo es el de 'seamless transport', un transporte sin fisuras en el que personas y mercancías puedan cambiar fácilmente de medios"

transporte internacional. Por otro lado, y como es conocido, estamos inmersos en una fase de intenso trabajo con el Comité Nacional de Transporte por Carretera, con objeto de poder avanzar en las cuestiones que nos plantearon recientemente, y a las que hay que dar la prioridad que un sector como

■ La intermodalidad será la cla-

El factor que facilitará el transporte intermodal es la digitalización

El ROTT fue aprobado el 15 de febrero por el Consejo de Ministros y está en vigor desde el 21 de febrero. Creo sinceramente que con este ROTT hemos dado un paso fundamental para modernizar el Sector.

ve de todo esto, pero ¿cómo van a fomentar la colaboración entre modos? ¿Cuál es el camino?

● Precisamente, el término que se utiliza a nivel europeo es *seamless transport*, que es un transporte sin costuras, sin fisuras, en el que personas y mercancías puedan cambiar de un medio a otro con facilidad. Sin duda, el factor más relevante que va a facilitar este transporte intermodal, este derecho a la movilidad, es la digitalización. El camino lo va a marcar una movilidad más tecnológica, con una importante transformación digital, y la administración debe ser un elemento facilitador de este cambio, impulsando esta digitalización de este Sector.

Asunto de actualidad es el relativo a la aprobación del ROTT. ¿Es posible que, cuando se publique esta entrevista en el mes de marzo, esté en vigor?

● Como ya saben, el ROTT ha sido aprobado el pasado día 15 de febrero por Consejo de Ministros, publicado en el BOE el 20 de febrero y, por lo tanto, está en vigor desde el 21 de febrero. Quiero poner en valor la revisión profunda de la normativa reguladora del transporte terrestre que supone y la apuesta decidida que se ha realizado por la simplificación de trámites administrativos, la digitalización del Sector y la administración electrónica. Creo sinceramente que con este ROTT hemos dado un paso fundamental para la modernización de este Sector.

¿Qué diferencias incluye para el transporte de viajeros por carretera?

● Entre las más relevantes, le puedo destacar: la simplificación del otorgamiento de las autorizaciones de transporte regular de uso especial; la flexibilización en la modificación de horarios, calendarios y puntos de parada, respetando los mínimos concesionales; la clarificación del contenido de los Pliegos de los concursos para la adjudicación de los transportes regulares de viajeros, dando mayor seguridad jurídica y claridad al proceso; la reducción de restricciones para la gestión de tráfico, con objeto de disponer de un sistema más eficiente y con visión centrada en el viajero. También me gustaría destacar aquí el papel que el Sector ha jugado en el proceso de participación pública de este texto. Sus propuestas han sido muy enriquecedoras y se han tenido en cuenta en su gran mayoría.

■ Veremos también el fin del sistema concesional de las líneas

Estrategia

Una postura tecnológica neutra

CREO QUE EL SECTOR SE debería mover hacia una postura tecnológica neutra. La Directiva de Vehículos Limpios debería conceder flexibilidad a las autoridades locales y a los operadores para elegir la tecnología que mejor se adapte a sus necesidades. Nuestro sector está comprometido en mejorar su servicio y la huella del carbón. En este contexto, las compañías de transporte público están renovando las partes más antiguas de sus flotas de autobuses y utilizar tecnologías más limpias como el Euro VI diésel o buses de gas, el biodiésel, el hidrógeno y los autobuses eléctricos, así como los híbridos. La UITP ayuda a sus miembros a implementar nuevas tecnologías satisfactoriamente, a través de proyectos como ZeEUS, ASSURED y JIVE, pero subraya que, en muchos casos, la introducción de nuevas tecnologías implican cambios importantes en la compañía.



regulares, tal y como parece desear Europa?

● Como he mencionado anteriormente, nos vamos a asegurar de que nuestro modelo concesional tenga cabida en la regulación europea, y desde luego, aunque no podemos bajar la guardia, por el momento, las negociaciones van bien. Nuestro modelo ha demostrado una adecuada satisfacción de las necesidades de transporte de los ciudadanos en el conjunto del territorio, en condiciones idóneas de seguridad, con atención especial a los colectivos más desfavorecidos o con necesidades especiales, y sin olvidar por supuesto a las zonas y núcleos de población alejados o de difícil acceso. Por ello, no podríamos aceptar una normativa europea en la que este modelo no fuera viable.

■ Entre tanto, ¿habrá acuerdo sobre los pliegos de los concursos a nivel estatal? Porque las continuas apelaciones están retrasando mucho la renovación de las concesiones.

● Tenemos la intención de cerrar lo antes posible un pliego que responda a todos los requisitos de la normativa y centrado en dar el mejor servicio al ciudadano, de forma que podamos garantizar tanto la competitividad del sistema como la defensa de la calidad en la prestación del servicio.

■ ¿Se trabaja conjuntamente con otros Ministerios para impulsar los vehículos con energías alternativa, sobre todo a nivel interurbano, con la creación de una red de repostaje o recarga adecuada?

● Son varios los Ministerios implicados en esta cuestión, dado el actual reparto competencial. Desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, responsable del Plan de Impulso a la movilidad con vehículos de energías alternativas (MOVEA 2019) para la adquisición de vehículos de energías alternativas y la implantación de puntos de recarga de vehículos eléctricos, pasando también por el Ministerio para la Transición Ecológica, que como responsable de la lucha contra el cambio climático, del fomento del uso de tecnologías limpias, y de las competencias en energía, impulsa a través del IDAE (Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía) el plan MOVES, que no sólo incluye ayudas para sustitución de vehículos, sino sobre todo ayudas para una movilidad más sostenible, fomentando un cambio modal hacia modos con menor consumo por pasajero/km como es el transporte público colectivo en la movilidad obligada; También tenemos competencias en el propio Ministerio de Fomento, como responsable del control, ordenación

y regulación de los servicios de transporte y por ello existen grupos de trabajo y colaboración entre los Ministerios implicados para, entre todos, impulsar el cambio en las tendencias y usos de la movilidad y el transporte.

"El ferrocarril y la carretera gozan de la misma consideración por parte del Gobierno, aunque es cierto que dada la atención mediática que recibe el ferrocarril, se puede distorsionar esa realidad"

■ ¿Qué incidencia tendrá sobre nuestras empresas la aplicación del salario mínimo en algunos países? ¿Se plantea aquí una situación parecida?

● En España estamos convencidos de que esta cuestión debe ser abordada a nivel europeo, porque la experiencia nos evidencia que estas cuestiones están derivando en un aumento de la burocracia que

puede llegar a convertirse en una barrera al transporte internacional, en el que nuestras empresas son una verdadera potencia. Desde el Ministerio defendemos, como ya hemos demostrado, los derechos sociales de nuestros trabajadores, y el modo más efectivo para ello es mediante reglas comunes, que no supongan barreras burocráticas, y sobre todo que permitan un control efectivo de su cumplimiento.

■ Aumenta la inspección ¿con intención de reducir la competencia desleal?

● Como ya sabe, el Ministerio de Fomento aprobó recientemente el Plan Nacional de Inspección para el transporte por carretera de 2019. En este plan establecemos como una de sus prioridades la lucha contra la competencia desleal y la lucha contra las llamadas 'empresas buzón'. En los últimos años, la Inspección de Trabajo y Seguridad Social y la Inspección de Transporte por carretera han venido actuando de manera armonizada y de forma prioritaria en materia de economía irregular y trabajo no declarado, con una especial incidencia en el control de las empresas de transportes que cuentan con trabajadores contratados de una manera irregular y con elevados índices de incumplimiento de la normativa reguladora del tiempo de trabajo.

■ A pesar de todo, el transporte por carretera sigue adelante. ¿La razón es la profesionalidad de sus operadores?

● Sin lugar a dudas. Es un Sector con unos profesionales excelentes y comprometidos con su trabajo. Como bien ha dicho usted antes, la carretera es el modo más importante a nivel nacional, tanto en mercancías como en viajeros, y ello no puede ser fruto de la casualidad.

■ ¿Cómo prevé que evolucione el transporte por carretera en los próximos años?

● Es difícil hacer una previsión en unas circunstancias como las actuales, en las que nos enfrentamos a retos verdaderamente relevantes en material de digitalización, de defensa de las condiciones laborales de los trabajadores, de cambio climático y lucha contra la contaminación. Precisamente estos retos son los que me llevan a pensar un transporte futuro con oferta de servicios integrados, con una movilidad interconectada, con el usuario como eje y con una base establecida en el transporte colectivo frente al privado. En suma, veo un transporte público más atractivo y eficiente, en el que el autobús tendrá un papel esencial, porque además no puede ser de otra manera.



AUTOBUSES SCANIA, AUTOBUSES SOSTENIBLES.

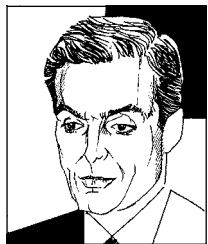
La gama Scania de autobuses es la más amplia del mercado en **soluciones sostenibles** de transporte. Vehículos más **eficientes y respetuosos** con el medio ambiente, que emplean fuentes de energía **renovables** y reducen al mínimo las emisiones.

Como el Scania CityWide Hybrid LE, un modelo idóneo para el tráfico suburbano. Su **tecnología híbrida, 100% Scania**, consume hasta un 25% menos, aprovecha la energía generada al frenar para recargar sus baterías y reduce **hasta en un 90%** las emisiones de CO₂. Otro avance de Scania para disminuir, cada vez más, su impacto medioambiental.

SCANIA

www.scania.es

“Entrevista



Rafael Barbadillo es presidente de Confebus desde su creación, además de serlo del Consejo Nacional de Transportes Terrestres, el Comité Nacional del Transporte por Carretera, y el Consejo del Transporte y la Logística de CEOE.

CONFEBUS ES LA primera Confederación de Transporte en Autobús que se crea en España. Nació de la unión de las dos principales organizaciones empresariales del Sector de transportes de viajeros, Asintra y Fenebus. "Al respecto del proceso de liberalización, recomiendo tranquilidad. La prioridad debe ser que los pliegos permitan la competencia, que se preste un buen servicio, que el servicio sea rentable a largo plazo (haciendo posible que la empresa tenga un retorno económico)... Y esto lo debemos conseguir dentro del marco legislativo que tenemos hoy en día, tanto nacional como comunitario. Si lo conseguimos, no es importante lo que diga la CNMC. Además, casos de liberalización en mercados como el francés o el alemán, no han demostrado beneficios en ningún apartado. Nosotros tenemos un conocimiento y un saber hacer que no tienen en otros países, a lo que se añade que la cobertura ferroviaria, la orografía o la distribución geográfica en España no son las mismas tampoco que en los países mencionados", afirma el presidente de Confebus.

Son muchos años trabajando en unos pliegos que no se impugnan cada vez.

● Y se habían conseguido. En el último pliego, solo se pusieron pegas a un par de cuestiones de redacción, pero en el fondo, está todo acordado y se sostiene desde un punto de vista jurídico. El cambio de Gobierno y de integrantes en la Dirección General ha ralentizado su aprobación. Efectivamente, es mucho el tiempo que hemos dedicado a esto. Había que pasar de un sistema sin licitaciones a otro en el que sí las hay, pero en el proceso hemos ido aprendiendo. Cuando nos acostumbremos a que en nuestro Sector esto sea así, como sucede en otros muchos sectores de actividad, podremos seguir avanzando. El Ministerio nos ha pedido que, en el seno del Comité Nacional, hagamos propuestas conjuntas sobre los pliegos para terminar el proceso.

En todo caso, existen presiones.

● En efecto. Estamos en tiempos en los que parece que se escucha y se presta mayor atención al que protesta que al que argumenta, pero, en todo caso, tengo la confianza de que al final imperará la razón. Las Comunidades autónomas están, a su vez, esperando la decisión de Fomento para adaptar la resolución a sus respectivos territorios.

Si hace 10 años, nuestro sistema fue ejemplo para el desarrollo del Reglamento 1073, ¿por qué ahora se quiere denostar?

● Hemos vivido una crisis económica tremenda, con muchas empresas muy perjudicadas, y algunos piensan que quienes ostentan la prestación de un servicio regular cuenta con un paraguas para capear el temporal. También se achaca que algunos operadores están creciendo mucho, pero la realidad es que esto no es así. Además han aparecido empresas como FlixBus, con gran potencia en Europa, y algunas apps. La liberalización generará competencia en los corredores más fuertes, pero ¿qué pasará con los que no sean tan atractivos? ¿Se dejará de prestar servicio a esos usuarios? El Sector español es muy maduro y cuenta con unos márgenes muy pequeños, que incluso han menguado con la crisis. Y una liberalización podría generar que las empresas que tienen su negocio en el regular, al verse amenazadas, buscaran soluciones en otros segmentos, donde ya hay otras empresas que también tienen sus dificultades.

Además, el número de viajeros no puede crecer de forma exponencial.

● En efecto, las cuotas de mercado se obtienen a costa de la empresa de al lado, no porque aumente el número de viajeros. Es verdad que estamos recuperando usuarios después de la crisis, pero en porcentajes muy pequeños,

por esa madurez de mercado que comentábamos con anterioridad. Pienso que, en algunos segmentos, sí tenemos margen de mejora, sobre todo si lo acompañamos con otras acciones.

Lo que tiene valor es operar en red y, si conseguimos impulsar una plataforma de reserva y venta de billetes de autobús, al final

"El Ministerio nos ha pedido que, en el seno del Comité Nacional, hagamos propuestas conjuntas sobre los pliegos"

controlas toda la red nacional en una única plataforma, y eso seguro que genera mayor volumen de viajeros. Espero que tengamos buenas noticias al respecto en muy poco tiempo. El cambio climático y la calidad del aire son positivos para nuestra actividad, porque genera volumen de negocio en el ámbito urbano y metropolitano. Para nosotros, es una oportunidad, y tenemos que poner en valor la contribución del Sector a la mejora de la calidad de aire y al cuidado del entorno, gracias a la importante inversión en tecnología que desarrollamos. El ferrocarril, por otro lado, no llega a todos lados, ni lo podrá hacer.

Al Volante

Unas partidas específicas

EN LOS PRESUPUESTOS Generales del Estado echamos en falta partidas destinadas a acciones específicas para el autobús, como sí se recogen en el caso del ferrocarril. El Ministerio no tiene problema en hacerle contratos a Renfe, prorrogando 15 años las OSP y dándole 900 millones de euros para la sostenibilidad de esos servicios, pero no entiendo por qué a nuestro Sector no se le destina la misma atención, o parecida. Castilla y León y Galicia, por ejemplo, han comenzado a poner en marcha planes para mejorar las estaciones de autobuses, y ojalá cunda el ejemplo, porque hay algunos casos muy significativos, incluso en ciudades grandes. Nuestra idea es que tanto las estaciones de las capitales de provincia, como de aquellas ciudades con más de 100.000 habitantes, sean renovadas. Serían unas 60, que con una inversión de 2-3 millones de euros por cada una, arroja una cantidad bastante asumible.



El Sector español es muy maduro y cuenta con márgenes muy pequeños

Ahora mismo, tenemos un problema con la falta de conductores, hay que poner solución. A parte de traer conductores de otros países, es necesario bajar la edad mínima para conducir un autobús.

¿Y el plan Movea?

● Van a sacarlo este año, pero nos meten a todos en el mismo saco, al turismo y al vehículo industrial en la misma liga, y al industrial queda camino por recorrer. El gas es la realidad más palpable, si nos meten a todos en el mismo saco y en la misma partida presupuestaria, lo que va a ocurrir es que la mayor parte se va a ir al turismo y el vehículo industrial no va a poder casi beneficiarse. Habría que partir en dos órdenes diferentes la regulación de las partidas y que sea un plan a varios años, porque el particular no es como los industriales, la renovación de una flota se planifica.

Los Bus-VAO, a pesar de haber demostrado su eficacia, no terminan de extenderse.

● No lo entiendo, porque encima, el coste de la infraestructura es muy pequeño. Si se quiere potenciar el uso del transporte público, es un contrasentido que no se apliquen medidas que, en efecto, han demostrado su eficacia en otros corredores, como el de la A-6 de Madrid.

¿De qué manera puede influir el acceso restringido que tienen los vehículos al centro de las ciudades como está pasando en Madrid?

● A nosotros nos dejan entrar, nos han restringido el acceso a la Gran Vía desde noviembre hasta el 7 de enero, por la aglomeración de personas que se producen en esas fechas, y por los atentados terroristas

que han ocurrido en otros lugares. Afecta a un periodo punto de demanda en Madrid, así que hay que buscar una solución, la seguridad es lo primero. Gran Vía que tiene muchos hoteles y para nosotros es una zona fundamental. Al final es el ayuntamiento de Madrid el que va a perder, pero ellos están dispuestos a buscar soluciones.

Habéis mantenido conversaciones con la DGT sobre la velocidad y el saldo de puntos.

● Hemos hecho mucho trabajo con el tema de la velocidad. El director general lo entendió en seguida, es muy fan del autobús por la baja siniestralidad que tiene. Sobre los controles de alcoholemia, queremos poder establecer más, porque todo lo que sea mejorar la seguridad es positivo. Parece que a lo del saldo de puntos se le va a dar respuesta, han mandado el proyecto. También se va a permitir acceder a personas más jóvenes al Sector, se va a bajar la edad para el carnet. Ahora mismo, tenemos un problema de falta de conductores al que hay que poner solución. A parte de traer conductores de otros países, es necesario bajar la edad mínima, porque si tú no puedes conducir un autobús hasta que tienes 24 años, te buscas la vida en otro sector. Antes nos nutríamos del servicio militar, pero son personas que van teniendo muchos años y hay que renovar.

¿Qué opciones hay de que haya más entidades se sumen a Confebus?

● Han entrado nuevos operadores en los últimos meses, seguimos creciendo, afortunadamente. Por el momento tenemos muy buena sintonía entre todos los grupos empresariales, y eso es un espaldazo importante.

Por último, ¿cómo ve el transporte de carretera de aquí a cinco años? ¿Y dónde estará Confebus?

● Confebus se habrá consolidado absolutamente, conocido por todos como una de las representaciones institucionales del Sector y que el trabajo, con independencia de los intereses colectivos, será mucho más profesionalizado con elaboración de estudios, informes, análisis que permitan orientar en la toma de decisiones al Sector. El Sector se va a concentrar, va a seguir haciéndolo, los márgenes se van a estrechar. Habrá alianzas, uniones, ventas, desapariciones... y en definitiva, un Sector mucho más tecnológico de software y mucho más amplio, no solo en lo que se refiere a transporte en autobús, sino en la gestión de la movilidad, de todo aquello que sea trasladar personas.

AUTOCARES DE TURISMO



Para determinados viajes,
el tamaño del vehículo debe ser más reducido,
pero no así el confort.



COMPACTO
Y MUY
FUNCIONAL

NUEVO **NAVIGO T** por

Otokar

Compacto y muy funcional, el **Navigo T** es un vehículo con una polivalencia excepcional, que se adapta tanto a excursiones como a viajes organizados, o al transporte local. Su nuevo aspecto sobrio y moderno, y su magnífico nivel de confort ofrecen a pasajeros y conductores las condiciones óptimas para

disfrutar plenamente del trayecto, en condiciones de total seguridad. Además, la fiabilidad y el bajo coste de explotación del **Navigo T** siguen siendo puntos fuertes emblemáticos de los vehículos Otokar. Si desea comprobarlo por sí mismo, ¡póngase en contacto con nosotros para hacer una prueba!

 7,80 m - 8,4 m

© AIRDDM

SOMAUTO

Distribuidor en España y Andorra
Avda. De Córdoba, 13 Nave 6 Pol. Ind. La Carrehuela - 28343 Valdemoro (Madrid) - Tél : +34918954301

www.otokar-somauto.com

“Entrevista



Miguel Ruiz es el presidente de Atuc y máximo responsable del transporte público de la ciudad de Málaga. Voz, por tanto, autorizada para analizar la situación que atraviesa el transporte urbano a todos los niveles.

MIGUEL RUIZ es el presidente de Atuc y director de la Empresa Malagueña de Transportes. Es doctor en Económicas e ingeniero industrial. Diplomado por el Insead. Anteriormente, entre otras responsabilidades, fue director de Producto en Alstom, y ahora es profesor visitante en varias universidades españolas y americanas.

■ ¿En qué situación se encuentra actualmente el transporte urbano de viajeros?

● Como tantos otros, se encuentra en un entorno de cambio profundo. El aire de nuestras ciudades se ha vuelto irrespirable. Pues bien, el transporte urbano colectivo es la mejor solución para poner remedio simultáneamente a este problema y al de la congestión. El transporte colectivo en sus distintas variantes (metro, bus, tranvía...) está llamado a jugar un papel de aglutinador de las distintas formas de movilidad, tanto de las que hoy conocemos como de las que están por llegar. Simultáneamente, gracias a la eclosión de las comunicaciones y de la profusión de información, se están desarrollando herramientas, algunas ya disponibles, que facilitan de manera muy importante la eficiencia, la relación con el cliente y la eficacia general de nuestra oferta.

■ ¿Cuántos trabajadores y unidades suman sus asociados? ¿Cuál sería su volumen de negocio aproximado?

● La Asociación de Transportes Públicos Urbanos y Metropolitanos (Atuc Movilidad Sostenible) agrupa a todas las empresas de transporte público de España, trabajando por una movilidad sostenible y la mejora continua de un sector que mueve más de 5.000 millones de euros al año en facturación. Estimamos que nuestras empresas de autobuses suman alrededor de 12.000 vehículos. A estos hay que sumar los centenares de metros, trenes y tranvías de las empresas ferroviarias. Entre todas forman un Sector que da trabajo a 37.000 personas de manera directa.

■ ¿Qué volumen de viajeros transportaron en 2017, y cómo se compara esta cifra con lo que llevamos de año?

● Estimamos que los usuarios del transporte público urbano subirán más de un 2,5% en 2018, cinco décimas más de lo que habíamos previsto inicialmente (a un ritmo similar al registrado un año antes). Sin embargo, el transporte público podría crecer a doble dígito y al-

canzar los 7,5 millones de usuarios, frente a los 4,5 millones con los que cuenta en la actualidad. Pero para lograr el necesario cambio modal por el que cada vez más personas aparquen sus coches y usen el transporte público para sus desplazamientos diarios, habría que aumentar las frecuencias de paso y reducir la duración de los trayectos, entre otras medidas. Y todo ello pasa por aprobar una Ley de Financiación del Transporte Público.

■ ¿Está Atuc presente en el ámbito internacional en aras de la mejora del transporte público?

● Tenemos la obligación de hacer oír nuestra voz en la Unión Europea y desarrollar lazos con otras asociaciones y organizaciones para aprender y estar informados de la evolución de sus mercados. Por otra parte, y como consecuencia de la alta competitividad y calidad de los servicios prestados por nuestras empresas, y en general por el sector español de la movilidad, la presencia de nuestro país en el exterior es cada vez más potente. No obstante, la falta de una Ley de Financiación, en la medida que impide a los operadores saber con antelación los recursos con los que contarán, está

El transporte urbano está llamado a ser aglutinador de la movilidad

A pesar de las particularidades del momento político, son varios los partidos que ya están trabajando en un borrador de la Ley de Financiación del Transporte urbano.

frenando de forma significativa el salto internacional de nuestros operadores, que cuentan con un bagaje y *know how* con los que podrían adentrarse exitosamente en un buen número de mercados.

■ ¿Ve cercana la tan reclamada Ley de Financiación del transporte urbano?

"Nuestros asociados suman alrededor de 12.000 autobuses, a los que habría que añadir los cientos de trenes, metros y tranvías. Damos trabajo a 37.000 personas"

● Estamos muy contentos, porque poco a poco vamos avanzando en una dirección firme. Tras más de diez años luchando por este tema, que es el más importante de nues-

tro Sector, hemos conseguido dos grandes hitos. El primero, que la Comisión de Fomento ha aprobado una propuesta para la puesta en marcha de esta Ley, instando al Ministerio de Fomento a que la tenga lista en seis meses. Y el segundo, también a instancias de Atuc, que el incremento del impuesto al diésel sea para fomentar la movilidad sostenible. En ambos casos, es patente que el discurso de Atuc ha calado en los poderes públicos, y el avance es sólido. Por nuestra parte, hemos desarrollado una propuesta de Ley muy completa, que servirá para la confección de la iniciativa parlamentaria.

■ ¿Por qué es tan difícil que impere el sentido común y se apruebe esta Ley de forma definitiva?

● Independientemente de las particularidades de este momento político, la práctica totalidad de los partidos del arco parlamentario asumen la necesidad de aprobar esta ley que reforzaría el sistema para cubrir una necesidad tan básica, como es la movilidad urbana y metropolitana de las personas. Lo que ocurre es que como el urbano y metropolitano en nuestro país funciona muy bien, lo poderes públicos no han creído que esta

ley sea un asunto prioritario. Pero insisto, hemos conseguido logros impensables hace tan solo diez años. El liderazgo de Atuc ha quedado sin duda muy patente en esta materia.

■ También están en pleno desarrollo de la Ley de Cambio Climático. ¿Qué ventajas traería para el transporte urbano?

● El Ministerio para la Transición Energética debería acelerar la tramitación de la Ley de Cambio Climático, después de que las emisiones contaminantes se dispararan en 2017 un 4,4%, en la que supuso la mayor subida de los últimos 15 años. Y si el tráfico causa la mitad de las emisiones registradas en los centros urbanos, más del 90% corresponden al tránsito de coches y motos. Ello resulta especialmente preocupante en España, dado que se trata de uno de los nueve países europeos instalados en el incumplimiento sistemático de la normativa contra la contaminación del aire, que cada año provoca más de 38.000 muertes en nuestro país, según el último estudio de la Agencia Europea de Medio Ambiente. El anteproyecto de esta ley contempla restricciones a los vehículos privados en casi 150 centros urbanos y ello provocará un importante trasvase de usuarios al transporte público, que deberá reforzarse para absorberlos sin que la calidad del servicio se vea afectada. Sin embargo, este texto legal no confiere la importancia que se merece al papel de los servicios de transporte colectivo (tanto urbanos como metropolitanos) como solución a los problemas de contaminación y congestión que sufren las principales ciudades. Lamentablemente, una vez más se focaliza el problema de la contaminación y el cambio climático en el coche, pero no en la solución, es decir, el transporte público. Este anteproyecto infravalora e incluso ningunea la relevancia del transporte público frente al cambio climático, en tanto debería recoger, y no lo hace, un espacio y articulado propio con medidas encaminadas a un nuevo modelo de movilidad consensuado y liderado entre todas las administraciones competentes en la materia. Se apuesta sobre el papel por la descarbonización de la economía y la electrificación del parque automovilístico, pero ignora la necesaria reducción del número de coches en circulación en las grandes ciudades para disminuir el nivel de emisiones y los atascos, que cada año le cuestan a España más de 5.000 millones de euros. Porque si el tipo de combustible es un factor fundamental

Estrategia

Siempre cerca de los asociados

ATUC SIEMPRE ha sido una asociación muy activa y con una implicación muy grande por parte de sus asociados. Esta cercanía te permite conocer muy de cerca sus necesidades y programar de manera acorde las actividades. En las grandes líneas estratégicas, estos últimos años lo único que hemos hecho es incrementar la intensidad del trabajo sobre lo que ya se venía haciendo años atrás. Como toda Asociación, nos debemos a nuestros asociados y tendremos futuro mientras seamos capaces de dar respuesta a sus necesidades. Con este fin, cada dos años llevamos a cabo una encuesta de satisfacción que nos indica aquellos flancos que debemos potenciar. Adicionalmente, el año pasado se llevó a cabo una revisión estratégica de las actividades de la Asociación.



en la contaminación, las formas de desplazarse también lo son. Hay que promocionar el caminar, el uso de la bicicleta, el coche compartido... Y el transporte colectivo actuará como catalizador de todas estas soluciones complementarias. De hecho, hemos modificado nuestros estatutos para integrarlas.

■ **¿Es posible que esos 500 millones de euros que reclaman de los impuestos a los hidrocarburos lleguen finalmente al transporte urbano?**

● La ministra de Hacienda, María Jesús Montero, resaltó tras la aprobación del proyecto de Ley de Presupuestos Generales del Estado (PGE) que el 30% de los ingresos que se generen al suprimir la bonificación del diésel respecto a la gasolina se dedicarán a impulsar la movilidad sostenible. Sin duda, una buena noticia, y una petición que desde la Asociación venimos reclamando desde hace años, en línea con otros países, como Alemania, donde el impuesto a los combustibles va para financiar el transporte colectivo. Es el denominado sistema de que "quien contamina, paga". Una parte de esa recaudación debe destinarse a la mejora de la financiación del sistema de transporte público urbano y metropolitano

y no sólo a la electrificación del parque, como se anunció en un primer momento. Sea como fuere, el Estado tiene que implicarse más en la financiación del trans-

"Los autobuses eléctricos ya están en las calles, aunque todavía arrastran ciertos interrogantes que hay que resolver para que puedan ser una solución definitiva"

porte público, pese a que sea una competencia transferida, pues actualmente apenas subvenciona el 7% del coste anual del sistema, que son aproximadamente 5.000 millones de euros.

■ **Flotas limpias, pago sin contacto, energías alternativas... Son muchos los aspectos de actualidad. ¿Podría repasarlos brevemente?**

● Prácticamente todos los ángulos de las operaciones de transporte urbano están siendo revisados. Los autobuses eléctricos ya están en las calles, aunque todavía arrastran ciertos interrogantes que hay que resolver para que puedan ser una solución definitiva, como la autonomía. El hidrógeno está llamando a la puerta y, mientras tanto, los híbridos como solución tecnológica contrastada están dando muy buenos resultados. Respecto a los sistemas de pago, creemos que tenemos que evolucionar hacia un sistema basado en la identificación del usuario que sustituya el actual pago directo de un 'billete'. También en mantenimiento se está avanzando mucho por el impulso que está experimentando el mantenimiento predictivo gracias al 'internet de las cosas'. Pero, uno de los principales objetivos pasa por seguir facilitando y optimizando los sistemas de pago, para que con una única tarjeta sea posible usar cualquier medio de transporte.

■ **¿Cómo son sus relaciones con Confebus? ¿Se plantean una incorporación, o con colaborar lo entienden suficiente?**

● Nuestras relaciones con Confebus son muy buenas. Colaboramos constantemente y las



necesidades de ambas asociaciones nos irán marcando poco a poco la velocidad y profundidad del acercamiento. Confebus es el transporte en autobús por carretera y Atuc es la movilidad urbana y

metropolitana. Nos complementamos perfectamente y estamos seguros de que cada vez irán surgiendo más oportunidades de establecer sinergias por el bien del Sector.

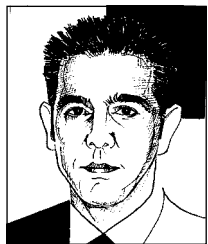
Sistema de carga rápida

Autobuses eléctricos con menos baterías que cargan cada principio de línea en pocos minutos. Pesan menos y garantizan un menor coste de adquisición, operación y mantenimiento.

vectia.es

vectia GROUP

“Entrevista



Luis Ángel Pedrero es el presidente de Anetra. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (Universidad Carlos III), además es director gerente de CarTour S.A y presidente de Global Passenger Network.

LOS ORÍGENES DE Anetra se remontan a diciembre 1969, durante la constitución del denominado Grupo Autónomo Sindical de Empresarios de Transporte Discrecional de Viajeros por Carretera, siendo su objetivo la defensa de los intereses de las empresas que se dedicaban a la actividad del transporte de viajeros en autocar, que, por aquel entonces, apenas tenían cabida ni reconocimiento en la Ley de transportes del año 1947 y en el Reglamento de Ordenación de los transportes terrestres del año 1949.

Su finalidad es ofrecer los servicios que necesiten y, sobre todo, los que demanden las empresas afiliadas. Actualmente la compañía dispone de representación en todas las Comunidades Autónomas.

■ ¿Cuál es la situación actual de la asociación? Número de miembros y evolución de los mismos.

● Anetra, en la actualidad, tiene representación en prácticamente todas las Comunidades Autónomas. Cuenta con más de 900 empresas asociadas, entre socios directos y por delegación de las asociaciones provinciales afiliadas, con un número de vehículos en torno a 8.500, siendo nuestra representatividad en el Comité Nacional de Transporte por Carretera (Sección de Transporte Público Discrecional y Regular de Uso Especial Interurbano de Viajeros en Autobús) de un 32,40%. En el último año, hemos visto aumentando el interés por la Asociación y su presencia en los medios en defensa del Sector, hecho que ha permitido nuevas afiliaciones e incorporaciones de Asociaciones Provinciales con intereses claramente afines a los de Anetra.

■ ¿Cuál es el resultado del segmento de autocares en nuestro país?

● Si la pregunta se refiere a la utilización del transporte público, hemos de decir que, de acuerdo con los datos facilitados por el INE, el número de viajeros que utilizaron el transporte público en el conjunto del año 2018 superó los 4.905,7 millones, lo que supuso un aumento del 3,1% respecto a 2017, destacando muy especialmente el transporte discrecional con un crecimiento del 6,4%, lo que pone de relieve una vez más la importancia de este Sector en la economía de nuestro país.

■ ¿Se ajusta a lo esperado por Anetra?

● Si bien los números son buenos,

desde Anetra entendemos que el transporte público en autocar se beneficiaría de las actuaciones que llevamos en nuestro ideario, como la liberalización de los servicios regulares de largo recorrido o la desregulación del transporte discrecional, los cuales, en nuestra opinión, fomentarían el uso del autobús y el autocar aún más.

■ ¿Cuáles son sus previsiones en dicho mercado para el año que comienza?

● Anetra, al igual que distintos analistas económicos, es optimista en cuanto a previsión de crecimiento del transporte terrestre ante la positiva evolución de los datos económicos del Sector. En cuanto a las matriculaciones, aunque 2018 haya terminado con un ligero descenso, rompiendo la tendencia, la previsión de carroceros y fabricantes es también positiva para 2019, lo que suele ser un buen signo para el Sector en general.

■ La máxima actualidad es la liberalización europea, que parece que tendrá que esperar. Se han quedado solos en su defensa. ¿Por qué cree que sería positiva?

● Desde Anetra hemos sido siempre conscientes de que la liberalización es un camino de largo recorrido. Nosotros defendemos el transporte público profesional y, por ello, creemos que se debe

Desde Anetra seguiremos luchando para cambiar la legislación actual

No parece razonable que haya concesiones que nunca salieron a concurso u otras que, habiendo vencido su plazo, se prorroguen sine die y sin base legal que lo sustente.

actualizar el modelo concesional, compatibilizándolo con una competencia en el mercado como única manera de ofrecer al viajero un transporte económico y de calidad. La modificación del Reglamento 1073, tal y como la había propuesto inicialmente la Comisión Europea, suponía una oportunidad magnífica para ello,

y transparente, beneficioso no solo para las empresas sino también para usuarios y trabajadores, con un incremento del número de servicios, nuevos recorridos o bajada de tarifas.

■ ¿Y por qué piensa que otras entidades no están en la misma línea de Anetra?

● La CNMC ha venido, ya desde tiempo atrás, elaborado informes que claramente apuestan por un sistema liberalizado, afirmando que el sistema de explotación en exclusiva de los servicios ataca frontalmente el principio de libre competencia. Anetra se muestra enteramente conforme con estos postulados. El actual sistema concesional ha otorgado durante muchos años una ventaja a las grandes empresas que realizan tráficos regulares. Anetra se conforma esencialmente de pymes que, aunque también realizan transporte regular, tienen un 'ADN' con predominio discrecional. Los intereses, por tanto, son diferentes: en tanto unos pretenden un mantenimiento del *status quo* actual que le ha venido proporcionando (y le proporciona en la actualidad) importantes beneficios, la pequeña y mediana empresa, independientemente de si realiza transporte discrecional o regular, se postula a favor de un sistema liberalizado que le permita competir en el

mercado, cosa que no ocurre en la actualidad.

■ ¿Cuáles son los siguientes pasos en este proceso?

● Creo que es evidente que desde Anetra hemos abierto una brecha en la defensa monolítica del sistema concesional y seguiremos defendiendo nuestra postura liberalizadora de todas y cada una de las formas posibles. En el seno de la UE, dado que el proyecto de reforma del Reglamento 1073 ha vuelto a la Comisión para nueva elaboración, Anetra estará presente en tal proceso, haciendo propuestas, presentando informes, así como, en su caso, enmiendas al Proyecto que se redacte, que, en cualquier caso, supondrán una defensa del sistema liberalizador.

■ En todo caso, los nuevos pliegos concesionales para el regular están a punto de salir. ¿Serán los definitivos?

● Desde Anetra estamos seguros de que serán los definitivos si cumplen con las exigencias y recomendaciones de la CNMC al respecto, no incorporando cláusula alguna que tenga efectos, directos o indirectos, que puedan ser limitativos, restrictivos o impeditivos de la libre competencia. Consecuentemente, siempre que se ajusten a la normativa y respeten los principios de libre competencia serán los definitivos, en tanto no se liberalicen los servicios.

■ ¿Cuáles son sus relaciones con Confebus?

● Como no puede ser de otra forma, la relación Anetra/Confebus es completamente cordial y de total y absoluto respeto como Confederación de Transporte que vela, al igual que Anetra, por los intereses del Sector y las empresas a las que representa. Nuestras diferencias de objetivos e intereses en absoluto afectan al respeto que, como representante del Sector, desde Anetra le tenemos.

■ Por último, ¿cómo ve el transporte de viajeros dentro de cinco años en nuestro país? Y, en dicho escenario, ¿dónde se situará Anetra en dicho periodo?

● Para contestar a esta pregunta invitamos a empresarios y profesionales del Sector a asistir al I Congreso Nacional de Anetra, Presente y Futuro del Transporte Discrecional, que vamos a celebrar los días 27 y 28 de marzo en un precioso entorno, como es el Castillo de Viñuelas en Madrid, y en el que a través de coloquios y charlas informativas abordaremos el presente y el futuro del Sector.

"Hemos abierto brecha en la defensa monolítica del sistema concesional y seguiremos defendiendo nuestra postura liberalizadora"

pues mantenía garantizados y protegidos aquellos tráficos de menos de 100 km de recorrido que, sin ayuda de un contrato concesional, no existirían y a la vez dejaba a la competencia en el mercado los servicios económicamente viables (esencialmente media y larga distancia), permitiendo un acceso menos discriminatorio, más justo

Estrategia

Renovación en las ciudades

LÓGICAMENTE, las exigencias derivadas de las teorías ambientalistas acogidas por las normativas estatal, autonómicas y municipales, implican la necesidad de cambiar el material móvil en muy escaso tiempo, si quieren prestar servicios en las ciudades. Si bien esto puede suponer un esfuerzo mayor para las empresas de autocares, entendemos que no se puede ir en contra de los tiempos y que, al igual que ocurre en la mayoría de los países de la Unión Europea, la mejora del medio ambiente debe primar. Lejos de ver esta tendencia como un problema, entendemos que en el medio plazo puede beneficiar el transporte si somos capaces de profesionalizar nuestras empresas y trasladar los costes derivados de estas inversiones a todos los clientes.





ASOCIACION NACIONAL
DE EMPRESARIOS DE TRANSPORTES EN AUTOCARES

Desde 1977



La Asociación Nacional de Empresarios de Transportes en Autocares, **ANETRA**, es una entidad sin ánimo de lucro constituida por empresarios de Transporte de Viajeros por Carretera el 29 de abril de 1977. La integran más de 800 empresas a nivel nacional y ostenta una representatividad del 33% en la Sección de Transporte Público Discrecional y Regular de Uso Especial de Viajeros en Autobús.

En defensa de los intereses de las empresas del sector al que representa, participa en el Consejo Nacional de Transportes Terrestres y en el Comité Nacional del Transporte por Carretera del Ministerio de Fomento.

I CONGRESO NACIONAL DE ANETRA

PRESENTE Y FUTURO DEL TRANSPORTE DISCRECIONAL

MADRID, 27 - 28 DE MARZO DE 2019

Si estás interesado en asistir a nuestro Congreso Nacional de Empresarios de Transportes en Autocares, puedes ponerte en contacto con nosotros a través de las siguientes vías:

📞 91 547 92 76 ✉️ congreso@anetra.es ✉️ anetra@anetra.es

📍 Paseo de la Castellana, 201 - Pl. 6ª • 28046 - MADRID



🌐 www.anetra.es

¡te esperamos!

“Entrevista



Javier González Pereira, lleva 35 años en el Sector. Posee un amplio conocimiento de este, tanto a nivel nacional como internacional. Es el director gerente de Unvi y desde mayo del año pasado, presidente de Ascabús.

ASCABÚS FUE FUNDADA en septiembre de 1976 como miembro de la confederación española del metal (Confemetal), rama del metal dentro de la CEOE siendo su principal actividad la fabricación de carrocerías de Autobuses y Autocares.

■ Situación actual de la Asociación: número de miembros y evolución de los mismos.

● Actualmente, Ascabús como representante de la asociación de fabricantes de Carrocerías de Autobuses y Autocares de España, está formada por las 11 empresas más importantes de sector carrocerero español (Ayats, Beulas, Burillo, Castrosúa, Car-Bus.Net, Ferqui, Indcar, Integralia, Irizar, Sunsundegui y Unvi), siendo las dos últimas incorporaciones la de Carbús.Net y la de Integralia.

■ ¿Cuál es el resultado del segmento carrocerero en nuestro país en 2018?

● Desde Ascabús consideramos que los resultados globales del año 2018 son satisfactorios, puesto que a pesar de verse reducido el número de matriculaciones en el mercado nacional en un 3,9%, en comparación con el año 2017, esta reducción fue compensada por los fabricantes de Ascabús con un incremento del 19 % en las ventas del mercado internacional, ratificando el buen prestigio en este mercado que tiene el sector carrocerero español.

■ ¿Se ajusta a lo esperado por Ascabús?

● Las previsiones que Ascabús había realizado para el año 2018, se han ajustado a los resultados que finalmente se han obtenido, la opinión generalizada al comenzar el año, era que 2018 debía ser un año de transición, con unos resultados comparables a los de 2017, como así ha quedado confirmado finalmente.

■ ¿Cuáles son sus previsiones de dicho mercado para el año que comienza?

● Para este año 2019 que acaba de comenzar, las previsiones que manejamos son que se mantendrá un nivel de matriculaciones y de producción similar al de los dos últimos años, situación que debemos considerar positiva para el sector. Otra circunstancia que valoramos a la hora de realizar estas previsiones, son las elecciones municipales y autonómicas que se celebrarán en algunas partes de España durante este año, que ayudarán a conseguir unos resultados satisfactorios.

■ Los carroceros españoles han pasado una época muy complicada. ¿Podemos decir que la tendencia, ahora, ya es positiva?

● Los resultados económicos de los últimos cinco años, han ofrecido unos valores de crecimiento sostenido debido al incremento en las matriculaciones de Autobuses en España, pero también debido al prestigio y reconocimiento que tienen nuestras empresas y productos en el ámbito internacional. Después de los años de crisis, se ha producido una evolución del modelo de negocio tradicional en el que se había desarrollado sector carrocerero debido a que tenemos ante nosotros un escenario diferente con la entrada de nuevos actores en el mercado: "Productos completos de las marcas", "productos low cost", "vehículos híbridos y eléctricos"...

■ ¿Cuáles son las preocupaciones comunes que deben afrontar sus asociados?

● Actualmente el sector carrocerero es más complejo, los criterios en las decisiones de compra han ido cambiando en los últimos años, motivados en ocasiones por el proceso de concentración de nuestros tradicionales clientes en grandes grupos, cuyas exigencias precisan de una mayor capacidad de respuesta por nuestra parte. Para poder afrontar con optimismo los próximos años, el sector carrocerero español, debe consolidar la actual

posición en los mercados internacionales en los que actualmente está presente, y seguir siendo un referente en el mercado nacional, todo ello desde una fuerte apuesta por la investigación, el desarrollo y la innovación, encaminada a mejorar la competitividad.

■ Cada vez son más los que se decantan por producir un vehí-

culo integral. ¿Esa tendencia irá en aumento?

"Para poder afrontar con optimismo los próximos años, el sector carrocerero español, deber consolidar la posición en los mercados internacionales en los que está presente"

culo integral. ¿Esa tendencia irá en aumento?

● No cabe duda que el vehículo integral ocupa ya un espacio muy importante del mercado de autobuses y autocares en España al que hay que tener muy en cuenta. Sin embargo, desde Ascabús creemos que mientras seamos capaces de dar respuesta a necesidades específicas de los clientes seguiremos teniendo mercado. Frente a la

compra de un autobús de serie, resulta más interesante (también para dar mejor servicio a los viajeros) encargar vehículos diseñados según los criterios técnicos de cada empresa permitiéndonos "lograr un nivel de excelencia reconocido en Europa", algo que ocurre gracias a la experiencia acumulada y un gran espíritu de entrega al cliente.

● Desde Ascabús, creemos que la tendencia actual, se mantendrá en los próximos años, y por ese motivo muchas de las empresas de Ascabús, están buscando alternativas con desarrollos propios o ya disponen de ellas, para aquellos productos que las marcas han dejado de suministrar como chasis para su carrozado, entre los que podríamos citar a los autobuses eléctricos e híbridos, fabricando sus propios Autobuses integrales.

● Tenemos pocos centros de producción de autobuses y autocares en España, pero una fuerte industria carrocerera. ¿A qué cree que se debe?

● Desde la desaparición de Pegaso como buque insignia de la fabricación de autobuses en España durante muchos años y su venta a Iveco, hoy en día, los grandes centros de producción de chasis de autobuses están en los lugares de origen de las casas matrices (Suecia,

Francia, Alemania e Italia), pero a pesar de ellos, la industria carrocerera, a diferencia de muchos países europeos en donde ha desaparecido, o su existencia es testimonial, en España seguimos gozando de un sector carrocerero pionero en Europa, estando siempre en primera línea en investigación y buena prueba de ello son los múltiples desarrollos y soluciones tecnológicas aportados al transporte en los últimos años, reflejado en los datos del pasado año 2018.

● ¿Seguirán produciéndose inversiones en las instalaciones de carrocería?

● Entiendo que cada empresa tiene su estrategia marcada y sus planes de desarrollo en este apartado, y la conocida frase de "renovarse o morir", está vigente hoy más que nunca, en unos mercados cambiantes como los nuestros, en los que es fundamental tener presente en cada momento las inversiones necesarias para mejorar en los procesos productivos y las instalaciones, y con ello dar un salto de calidad en la competitividad de las empresas.

● Por último, ¿cómo ve la producción y matriculación de vehículos de transporte de viajeros dentro de 5-10 años en nuestro país?

● El transporte público de viajeros por carretera desempeña un papel esencial para hacer frente a las aglomeraciones urbanas, como la congestión del tráfico, la contaminación atmosférica y el ruido, y es fundamental para alcanzar los objetivos de unas zonas urbanas con bajas emisiones de carbono, eficientes en el uso de recursos y habitables. El crecimiento urbano continuo, la mejora de las normas medioambientales y la aparición de tecnologías y servicios innovadores en el ámbito de la movilidad urbana, exigen una renovación sostenible de la flota de autobuses y autocares para los próximos años que debería garantizar una demanda en la producción y matriculación de autobuses dentro de los próximos 5-10 años.

● ¿Dónde estará Ascabús en dichas fechas?

● Dentro de ese periodo mencionado, las empresas que formamos Ascabús seguiremos como hasta ahora, luchando por estar presentes en este mercado, utilizando nuestras señas de identidad, caracterizadas por la flexibilidad, rapidez de respuesta, vanguardia tecnológica e "I+D+i", mostrando siempre nuestra cercanía a los clientes y, por supuesto sin olvidar el proceso de mejora continua que es necesario para mantener la competitividad.

Se ha producido una evolución del modelo de negocio tradicional

El transporte público de viajeros por carretera, desempeña un papel esencial para hacer frente a las aglomeraciones urbanas, como la congestión del tráfico, la contaminación atmosférica y el ruido.

Estrategia

El autobús, sinónimo de sostenibilidad

LAS EXIGENCIAS MUNICIPALES de las grandes ciudades, cada vez serán más exigentes para cumplir con los objetivos de calidad del aire que marca la comisión europea, y es por ello que tienen que tener presente el autobús como eje principal de la movilidad sostenible para nuestras ciudades. Los autobuses de última generación con nivel de emisiones Euro 6, son un modo de transporte respetuoso con el medio ambiente, que contribuye a la disminución del CO2 y de las partículas NOx que se emiten a la atmósfera, y por tanto, a la reducción de la contaminación, siendo además clave para conseguir una movilidad más sostenible, incluyendo además a las personas de movilidad reducida, por lo que entre sus prioridades, deberá de estar el contar con el mayor número de autobuses ecológicamente eficientes y sostenibles, esto debe llevarse a cabo mediante una renovación de sus flotas, para lo que también es básico y fundamental el apoyo de las administraciones con ayudas fiscales para la adquisición de estos vehículos.



“Entrevista



José Manuel Orcasitas es ingeniero superior industrial por la ETSII de Bilbao y cuenta con el Máster en Dirección de Empresas de la Universidad de Deusto. Desde enero de 2011 es el director general del Grupo Irizar.

Seguimos teniendo especial interés en los mercados europeos

Gran parte de los carroceros han desaparecido o sus fabricaciones son anecdóticas, y los que permanecen irán desapareciendo, salvo que evolucionen hacia los productos completos.

EL 2018 HA SIDO un gran año para nuestro grupo, con crecimientos en todas las áreas de negocio y con la inauguración de nuestra planta de electro movilidad en Aduna", afirma Orcasitas.

■ ¿Los resultados se ajustan a lo que esperaban?

● Sí. Los planes del año se han cumplido a la perfección. En autocares esperábamos cierta bajada en el mercado español y crecimiento en Europa, sobre todo en los integrales.

■ ¿Cómo prevé comportamiento del ejercicio 2019?

● Vemos un año en la misma línea. Prevemos cierto descenso del mercado español, otra vez, y de igual manera centrado más en el transporte discrecional, y crecimiento de las exportaciones a los mercados europeos. En electrónica y

electromovilidad, esperamos fuertes crecimientos.

■ ¿Qué porcentaje de actividad supone la planta de Ormaiztegui sobre el total del Grupo?

● Exactamente el 50%. Ha sido superior los últimos años, pero ha ido bajando y el próximo año volverá a bajar de ese porcentaje.

■ ¿En qué mercados potenciarán su actividad a corto plazo?

● Seguimos teniendo especial interés en los mercados europeos donde, además de con el desarrollo de los autocares integrales y autobuses eléctricos como principales objetivos, tenemos una buena colaboración con Scania para algunos países.

■ Su decisión de dar el salto a los vehículos integrales fue correcta. ¿Qué posición ostenta ahora la oferta de carrocerías?

● En la actualidad los integrales, sin considerar los eléctricos, suponen un tercio de nuestra producción en Ormaiztegui. Considerando los eléctricos, los autobuses y autocares marca Irizar ya suponen más del 40% de nuestra producción para España y Europa.

■ ¿Qué opina de la actualidad de la industria carrocera?

● En Europa, la situación es cada vez más complicada para la industria carrocera. Gran parte de los carroceros han desaparecido o sus fabricaciones son anecdóticas y los que permanecen irán desapareciendo, salvo que evolucionen hacia productos completos, ya sea en solitario u mediante acuerdos con otros fabricantes. Como dato significativo, en España el 50% de las ventas de autocares las conforman vehículos completos, porcentaje que en Europa es mucho mayor.

■ ¿Qué desarrollo le augura al i2e?

● Auguro un gran porvenir tanto a todos los eléctricos de Irizar, tanto el ieBus como el ieTram de los que este año prevemos fabricar 200 unidades.

■ Irizar está ampliando sus líneas de negocio, incorporando otras empresas y actividades. ¿Van a seguir en esta estrategia?

● En la actualidad estamos satisfechos con nuestro grado de diversificación industrial y, como prioridad, queremos consolidar las empresas que conforman el grupo en la actualidad.

■ 2018 ha venido marcado por la apertura de la planta de Aduna. ¿Cómo está siendo este primer año de andadura?

● La realidad ha superado a las expectativas que anunciamos. El mercado de eléctricos ya está aquí.

■ ¿Cuál es su tope máximo de capacidad de producción?

● No pensamos en máximos. Seremos capaces de servir la demanda del mercado porque tenemos unas buenas instalaciones y, si fuera necesario, posibilidades de ampliación.

■ ¿Qué le aporta a Irizar la llegada del camión eléctrico?

● Continuar con el desarrollo de nuestra estrategia de electro movilidad para las ciudades y búsqueda de sinergias tecnológicas con los buses eléctricos. También, obviamente, nos aporta volumen de negocio.

■ Por último, ¿cómo ve el transporte de viajeros por carretera dentro de cinco años?

● Urbanos eléctricos con un fuerte desarrollo de la conducción autónoma, e híbridos con más autonomía en eléctrico para los interurbanos. Irizar estará ahí, por supuesto.

Irizar 130 years

Autocares Irizar

Grandes mejoras tecnológicas y de consumos

6% reducción en combustible

Integral, Híbrido, Eléctrico

“Entrevista



Pere Calvet estudió ingeniería de Caminos y fue director general de Ferrocarriles de la Generalitat de Cataluña. Actualmente presidente desde el año 2017 la Unión Internacional del Transporte Público (UITP).

LA UITP es la Asociación Internacional de Transporte Público, conocida por su abreviatura en francés (Union Internationale des Transports Publics). Está a punto de cumplir su 135 aniversario. La UITP es una defensora apasionada de la movilidad urbana sostenible así como del avance del transporte público en todo el mundo. Es la única red mundial que aúna todas las partes interesadas en el transporte público y todos los modos de transporte sostenible. Tiene más de 1600 miembros en 99 países. Para poder satisfacer mejor las necesidades de los miembros, la UITP tiene 16 oficinas por todo el mundo. La visión de UITP es mejorar la calidad de vida y el bienestar económico de las ciudades mediante el apoyo y la promoción del transporte sostenible en áreas urbanas de todo el mundo.

■ ¿Cuál es la situación actual? ¿Cuántos miembros componen la asociación?

● La UITP se ha incrementado un 7% en 2018 para alcanzar más de 1600 organizaciones miembros en 99 países. UITP está comprometida con el avance del transporte público alrededor del mundo. España es el segundo país del mundo con mayor número de socios. El aumento del número de miembros en más países y la estrecha colaboración con dichos miembros son las mejores maneras de avanzar en el Sector.

■ ¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta el transporte urbano a nivel global?

● El sector de la movilidad ha experimentado muchos cambios durante los últimos años. La próxima Cumbre del Transporte Público Global de UITP, Estocolmo (9-12 junio de 2019), es el mayor evento de este tipo en movilidad urbana y será la ocasión en la que las mentes más brillantes del sector se darán cita para debatir sobre los próximos avances. Los problemas que existen tienen posibles soluciones disponibles. Debemos abordar los retos (accesibilidad, salud, cambio climático,...) y pronunciarnos a favor de las debidas políticas e inversión en el sector para así provocar los cambios necesarios. De hecho la inversión es la clave. Participar con los responsables principales de la toma de decisiones a nivel local es fundamental, y, por esa razón, junto con United Cities and Local Governments (UCLG), hemos desarrollado la Comunidad Mobility Champions. Por supuesto que hay otros proyectos que siguen

provocando controversia en el sector, como la digitalización, los nuevos competidores y los vehículos autónomos. Todos estos temas, como muchos otros, estarán sobre la mesa de debate en la Cumbre de UITP. Animo a asistir a todo aquel con interés en el transporte público y en la movilidad urbana.

■ En España, ¿el escenario es similar?

● Sin duda, nuestro país es uno de los actores clave en infraestructuras y servicios de transporte a nivel mundial, lo que le ha permitido exportar un modelo exitoso. No obstante, como consecuencia de la crisis, se ha producido una caída generalizada de la demanda de transporte, que, en los últimos años, está empezando a mejorar. Es interesante que se avance en una regulación de las nuevas formas de movilidad, como complemento del transporte público, que debe seguir siendo la columna vertebral de una movilidad eficiente e inclusiva. Afortunadamente, en muchas ciudades el debate del reparto del espacio público entre peatones, transporte público y vehículo privado está empezando a decantarse hacia las soluciones más beneficiosas para los ciudadanos. El reto de la financiación aún sigue ahí.

La Ley de Financiación del transporte público es fundamental

Es la única forma de planificar las necesidades de los distintos sistemas de transporte, desde el punto de vista de inversión, operación y mantenimiento. El rol de la financiación se transfiere a las autoridades regionales.

■ Ante las grandes diferencias que existen en las distintas partes del mundo respecto al Transporte, ¿cómo puede UITP promover acciones válidas para todos?

● La parte más especial de UITP es su número global de miembros, siendo esencial el intercambio de ideas y la propuesta de soluciones. El hecho de tener una membresía

escuchándonos unos a otros así como comprendiendo cómo se pueden abordar problemas similares en diferentes partes del mundo y tomando conciencia de lo que se necesita desarrollar. Únicamente aportando diferentes voces alrededor de la mesa podremos encontrar verdaderamente las soluciones necesarias para el Sector.

■ ¿Considera necesaria una Ley de Financiación del Transporte Público?

● Sí, es fundamental. Es la única forma de planificar las necesidades de los distintos sistemas de transporte, desde el punto de vista de inversión, operación y mantenimiento. Entre los retos principales percibidos por la movilidad urbana a nivel mundial, las restricciones de la financiación pública han derivado en recortes presupuestarios, en limitaciones de inversión que han llevado a las Autoridades a buscar nuevos recursos financieros para las operaciones e inversiones. Entre los diferentes países europeos, el rol de la financiación del transporte público se ha transferido en gran parte a las autoridades regionales o locales con ayuda variable del estado nacional. La posición de UITP intenta reflejar la necesidad de un amplio enfoque a los usos

de las herramientas, a las partes interesadas implicadas y a las políticas disponibles para todas las partes interesadas en la promoción del transporte urbano. Para cumplir con esa finalidad, no existen fórmulas mágicas: la necesidad de la prestación de un servicio con buena relación coste-eficacia, tarifas que reflejen la calidad del servicio proporcionado, el desarrollo de ingresos comerciales y la creación de unos fondos reservados de todos los beneficiarios indirectos identificados de una red local de movilidad urbana con buen funcionamiento. En cualquier caso, es crítico que se asegure una fuente de financiación estable para el sector.

■ ¿De qué manera evolucionarán las restricciones al tráfico en las grandes ciudades bajo motivos de reducción de emisiones?

● Después de varias investigaciones y pilotos durante los últimos años, existen acciones llevadas a cabo en diferentes ciudades del mundo sobre la restricción del tráfico con la esperanza de reducir las emisiones. Existen ejemplos de ideas que implican cargos en cada billete en función de la hora del día, pensadas para reducir el tráfico. También está la opción de pases de un día de acuerdo con la clase de polución del vehículo. El transporte público es una parte esencial de la transición hacia la descarbonización, pero los caminos pueden variar. Sin embargo existen ocasiones para saltarse las políticas drásticas apoyadas por las tecnologías. Esto vuelve sobre mi punto previo: que cuanto más abogamos por el transporte público, más gente cobrará conciencia de que el traslado conjunto de individuos puede ayudar a abordar serios problemas climáticos. Este punto fue debatido ampliamente durante los días dedicados al transporte en el COP24, en los que la UITP se adhirió a dos acuerdos durante la edición, siendo uno de ellos con la Convención Marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático (UNFCCC).

■ ¿Cuál será la consecuencia?

● Un beneficio muy positivo de buscar modos diferentes de afrontar las emisiones está en la calidad del aire. Las ciudades buscan objetivos y las formas de alcanzarlos. El transporte público es la mejor manera de trasladar a mucha gente a la vez, con lo que se reducen las emisiones, beneficiándose así la salud y el medio ambiente, en línea con nuestra alianza con la Organización Mundial de la Salud. Invertir en el sector a través de un cambio modal aporta muchos

"Cuanto más abogamos por el transporte público, más gente cobrará conciencia de que el traslado conjunto de individuos puede ayudar"

mundial tan extensa no es algo que se deba ver como un generador de problemas: de hecho es el mejor modo de evaluar lo que el Sector necesita en las diferentes etapas del desarrollo, con un mensaje global pero siempre adaptado a las circunstancias locales. Podremos ver cómo será el camino a seguir

Estrategia

Una postura tecnológica neutra

CREO QUE EL SECTOR SE debería mover hacia una postura tecnológica neutra. La Directiva de Vehículos Limpios debería conceder flexibilidad a las autoridades locales y a los operadores para elegir la tecnología que mejor se adapte a sus necesidades. Nuestro sector está comprometido en mejorar su servicio y la huella del carbón. En este contexto, las compañías de transporte público están renovando las partes más antiguas de sus flotas de autobuses y utilizar tecnologías más limpias como el Euro VI diésel o buses de gas, el biodiésel, el hidrógeno y los autobuses eléctricos, así como los híbridos. La UITP ayuda a sus miembros a implementar nuevas tecnologías satisfactoriamente, a través de proyectos como ZeEUS, Assured y Jive, pero subraya que, en muchos casos, la introducción de nuevas tecnologías implican cambios importantes en la compañía.



beneficios directos e indirectos a nuestras ciudades. La UITP lleva a cabo una gran labor de promoción destacando el rol que nuestro sector juega en la consecución de los Objetivos del Desarrollo Sostenible. Cada vez más gente cobra conciencia del importante papel que el transporte público tiene en este punto, y, por tanto trabajando juntos podemos conseguir mucho más. Una parte esencial de la transición es una mejor planificación urbana con la expansión del transporte público bajo en emisiones, junto con tramos peatonales y ciclistas.

■ **En algunas ciudades se apunta a que el servicio a los turistas puede verse afectado.**

● Volvemos a la cuestión de la distribución del espacio urbano. Los centros de las ciudades deben contar con buena accesibilidad en transporte público, que permite desplazar de manera eficiente a un mayor volumen de gente que el uso individual del coche, así que los avances en el sector desarrollan la vida urbana, lo que, por tanto, acaba beneficiando a todo aquel que visita nuestras ciudades. Evidentemente, es bueno que exista una oferta adicional de servicios, que complementa esta red de gran capacidad, en acceso y dispersión, determinadas horas del día, etc.

■ **¿De qué manera puede contribuir el transporte por carretera a luchar contra el cambio climático?**

● Creo que puede contribuir de muchas maneras. El transporte es responsable del 23% de las emisiones de la energía global y es un canal mayor de polución del aire. Las investigaciones demuestran que la ampliación y mejora del transporte público aporta muchos beneficios socio-económicos y previene muertes prematuras causadas por la polución del aire así como las muertes por tráfico a nivel mundial. Nuestro sector está haciendo sus deberes. Creo que, al saber de las actividades de la UITP durante el debate de la acción climática en el COP así como de nuestra implicación en la iniciativa Sum4all, mucha gente está tomando conciencia del rol del transporte público.

■ **¿Qué labores de formación articula la UITP a nivel global?**

● La UITP acoge un Centro de Formación de excelente calidad. La formación es importante ya que el transporte público requiere inversión en recursos humanos, un edificio con capacidad suficiente, así como el desarrollo de competencias, y siempre debe tomar en consideración el incremento de los estándares de calidad y las

expectativas de los clientes. El equipo de formación provee numerosas oportunidades para todos los miembros de la asociación a nivel mundial (la formación también está abierta a los no-miembros). La UITP reconoce la formación como un campo estratégico a desarrollar,

"El equipo de formación provee numerosas oportunidades para todos los miembros de la asociación a nivel mundial. Es un campo estratégico de mejora"

dada la cantidad de conocimiento y experiencia disponibles entre los miembros de todo el mundo de la compañía. Con la demanda de los miembros, la capacidad y el alcance del centro de formación de la UITP han crecido considerablemente en los últimos años. Ahora hay más de 900 compañías que envían delegados a las formacio-

nes de la UITP. Un logro brillante. Con este crecimiento más de 250 conferenciantes expertos ofrecen contenido de primera clase sobre 60 temas enfocados al transporte público y a la movilidad urbana. Los programas formativos se ofrecen en 55 países diferentes. En 2018 la formación cubría casi 200 días en total y los nuevos programas para 2019 incluyen asuntos relevantes como la Inteligencia Artificial, Autobuses bajo demanda y servicios compartidos, Gestión de costes y Blockchain.

■ **Desde su punto de vista, ¿qué recorrido le queda al diésel? ¿Cuándo se convertirá en mayoritaria la propulsión eléctrica?**

● El diésel juega un papel clave en nuestra movilidad y, como le decía antes, el sector ha hecho los deberes, reduciendo significativamente las emisiones con cada nueva tecnología. Es necesario que ese esfuerzo de nuestra industria se vea apoyado por prioridad al transporte público. Evidentemente, miramos al futuro y, dentro de plazos razonables y siendo realistas, apostamos por la movilidad eléctrica, fundamentalmente en el ámbito urbano. El mercado del autobús eléctrico continuará creciendo y una producción en serie europea de autobuses eléctricos podría

alcanzar plena madurez en breve. Estos últimos desarrollos son un buen augurio para la plena incorporación de autobuses totalmente eléctricos en el futuro próximo, ya que confluyen la demanda y el aprovisionamiento. Sin embargo, en un contexto de transición, los diferentes proveedores de transporte describen una línea descendente.

■ **Por último, ¿cómo ve el transporte de viajeros dentro de 5-10 años? ¿Y en nuestro país?**

● Entiendo que la digitalización seguirá jugando un papel clave, tanto del lado del cliente como del lado de la empresa (mejor planificación, mantenimientos, ...). Esto permitirá avanzar en plataformas de Movilidad como Servicio (MaaS), que combinen diferentes alternativas sostenibles, basadas en sistemas integrados de transporte público, frente al vehículo privado en propiedad. Tenemos que ser capaces de actuar juntos, puesto que el futuro de nuestras ciudades está en juego. Si, además, contamos con el marco de financiación adecuado, estaremos en la buena senda. No me cabe duda de que el sector seguirá estando a la altura de los retos y que todos nuestros socios (autoridades, operadores, industria, etc.) seguirán contribuyendo a avanzar la Agenda 2030.



Microbuses de Lujo, S.L. / car-bus@car-bus.net / +34 93 873 56 98

car-bus-net

microbus_carbus

MICROBUS
DEL AÑO
2019

SPICA

La fiabilidad, diseño y calidad de siempre a la vanguardia tecnológica

Fiabilidad F
Diseño D
Calidad C

Van Partner by Mercedes Benz

“Entrevista



Valentín Alonso es un empresario que ejerce en la provincia de Madrid. Es el director general del Grupo Avanza (Grupo ADO). Había ocupado el cargo de director financiero de la compañía, pero sustituyó a Jesús López Torralba en 2015.

AVANZA PERTENECE a la multinacional mexicana Mobility ADO, que es una de las 10 grandes multinacionales en el sector de la movilidad, con presencia en México, España, Colombia, Guatemala, Portugal... Mobility ADO desembarcó en nuestro Sector en España con la compra de Avanza en agosto de 2013. Nos hemos posicionado como uno de los principales proveedores de servicios de transporte urbanos (Autobús, Metro, Tranvía y Bicicletas), de cercanías, Largo Recorrido y de Estaciones de Autobús de nuestro país. Mobility ADO cuenta con más de 26.000 trabajadores, emplea una flota de más de 8.500 vehículos, gestiona 400 estaciones de autobús y mueve a más de 450 millones de personas al año", según Alonso.

¿Cómo se estructura Avanza?

● Nosotros estamos divididos en dos áreas, un Área Corporativa y otra Operativa. El Área Operativa es la que gestiona el día a día de las explotaciones y servicios que prestamos a nuestros clientes. Esta parte está dividida en dos Direcciones a nivel nacional, la Dirección de Movilidad Urbana, liderada por Manuel Ramo, y la Dirección de Movilidad Interurbana, liderada por José Luis Román. El Área Corporativa es la que apoya al negocio. Una de las divisiones de esta área es la Dirección de Operaciones, que para nosotros es de vital importancia, pues su rol es optimizar e investigar, para poder ofrecer las mejores soluciones globales de movilidad. Otra de las Direcciones que consideramos vital es la Dirección de Sistemas. También están el resto de las direcciones: Finanzas, Recursos Humanos, Legal, Relaciones Institucionales, Compras y Mantenimiento.

¿Cuál es la dimensión de su flota y su plantilla? Estas magnitudes, ¿van en aumento?

● En España, actualmente Avanza emplea a más de 5.400 profesionales del sector de la Movilidad y cuenta con una flota superior a los 2.000 vehículos que recorren más de 145 millones de kilómetros al año, con los que transporta más de 250 millones de viajeros al año. En cualquier caso, cuando hablamos de movilidad, el dato más relevante es el del volumen de usuarios. Cada día laborable, aproximadamente un millón de personas viaja con Avanza a sus trabajos, colegios, hospitales, etc. Contamos con el mejor equipo para diagnosticar problemas de movilidad y darles solución, también para analizar

oportunidades de negocio, pero siempre relacionados con la movilidad de las personas. Hablamos con las diferentes administraciones, analizamos el problema y finalmente le ofrecemos la mejor solución para resolver sus problemas de movilidad, que puede ser a través del autobús, de un tranvía, de sistemas de bicicleta pública, patinetes o mediante *car sharing*, entre otros.

¿Cómo influyó en Avanza su incorporación a Mobility ADO?

● La misión de Mobility ADO, es mejorar la calidad de vida de las personas a través de la movilidad. Esta misión se ha implantado en Avanza desde que pasamos a formar parte de Mobility ADO. Para Mobility ADO la persona es el centro, por eso nuestros clientes han adquirido una especial importancia y se han convertido para nosotros en el centro de nuestra operación.

¿En qué situación se encuentra actualmente el transporte de viajeros en nuestro país?

● Tendríamos que diferenciar la situación del transporte Urbano, Regional y Largo Recorrido. En cuanto al transporte Urbano, es necesario y urgente que se apruebe una ley que garantice una subvención suficiente y estable del sector del transporte urbano, pues la situación actual es ineficaz. Tenemos la esperanza de que en la

Nuestro principal reto es ser una alternativa al vehículo privado

Creo que tenemos que estar preparados para un transporte en el que el usuario demanda cada vez más personalización de las soluciones. Por los medios digitales, hoy el usuario está mejor informado que nunca.

próxima legislatura se desarrolle y apruebe de manera definitiva. En lo relativo al transporte regional y de Largo Recorrido, es necesario que las administraciones se pongan de acuerdo para desarrollar una política integral de movilidad, el desarrollo de planes de movilidad apoyados en mapas concesionales que tengan en cuenta las necesida-

presencia a nivel mundial. Avanza será un pilar fundamental dentro de esa estrategia, por nuestro conocimiento y alto reconocimiento a nivel mundial en servicios urbanos y metropolitanos, al ser el principal operador de este tipo de servicios en España y uno de los principales a nivel europeo.

¿Qué futuro le augura al sistema concesional español? ¿Se liberalizará el transporte en Europa?

● En cuanto al sistema de largo recorrido, existe una corriente que se ha intentado implantar desde algunos países de la Unión Europea, que aboga por la liberalización del Sector. Esto pondría gravemente en riesgo nuestro sistema. El transporte por carretera en Europa está prácticamente liberalizado, pero esto no significa que sea la mejor solución para el sistema de transporte español. El modelo concesional español está justificado, pues es un sistema que funciona muy bien, en el que dependiendo el modelo de transporte el coste es muy reducido para la Administración y se proporciona un servicio de una calidad excelente, con una capilaridad fundamental por todo el estado español, a unos precios muy reducidos. En definitiva, quien gana siempre es el pasajero con la mayor eficiencia para la administración.

"Es necesario y urgente que se apruebe una ley que garantice una subvención suficiente y estable del sector del transporte urbano, pues la situación actual es ineficaz"

des reales y actuales de movilidad de las personas y la financiación del sistema.

¿La internacionalización será una línea a seguir en el futuro?

● La visión de Mobility ADO es convertirse en la próxima década en una compañía global referente en servicios de movilidad, con

¿Cómo valora el apoyo de las autoridades al ferrocarril de alta velocidad?

● Es un hecho indiscutible que España como país ha decidido invertir en la red de alta velocidad más importante del mundo. Es un servicio fantástico y me imagino que cualquier país desearía tener este servicio. Lo que no es tan visible es que esta decisión es a costa de otros servicios sociales. Si como país no hubiésemos dedicado los recursos tan espectaculares que le estamos dedicando al AVE, podríamos tener un sistema de pensiones más eficiente y saneado o prestaciones de desempleo significativamente mejores de las que tenemos. En cualquier caso, el principal problema es la falta de planificación del transporte que hemos demostrado en las últimas dos décadas. Si decidimos apostar por una red de tren de alta velocidad, deberíamos evaluar el impacto en el resto de modos de transporte y redimensionarlos en consonancia.

En este año han dado un paso al frente en cuanto a comunicación, con el ejemplo de la nueva web y la campaña Madrovía. ¿Seguirán apostando por este tipo de acciones?

● Efectivamente, en el último año hemos apostado por dar a conocer nuestra nueva marca, aprovechando hitos relevantes como la puesta en servicio de la ruta Madrid-Segovia, donde realizamos una campaña de lanzamiento muy innovadora, que hasta ahora no se habían realizado en el Sector. Pretendemos asentar la marca con la que se nos conoce en España y en muchas zonas del mundo, reconociendo el prestigio que tiene Avanza, y añadiéndole el atributo que significa ser parte de Mobility ADO.

Por último, ¿cómo prevé que será el transporte de viajeros por carretera y su comercialización dentro de cinco años?

● Creo que tenemos que estar preparados para un transporte en el que el usuario demanda cada vez más personalización de las soluciones. Gracias a la evolución de los medios digitales, hoy el usuario está mejor informado que nunca, y tiene más acceso a múltiples fuentes para buscar la solución óptima para su demanda concreta. Esto nos obliga a los proveedores de movilidad, a personalizar nuestros servicios y nuestros canales de comunicación con los usuarios. Creo que este es el principal reto al que nos enfrentamos en los próximos años.

Estrategia

Novedades técnicas y de servicio

UNO DE LOS múltiples proyectos estrella que estamos llevando a cabo y que verá luz el próximo año 2020, es Automost. Se trata de un proyecto de investigación que está financiado por el CEDETI, cuyo objetivo es investigar y desarrollar un autobús autónomo tripulado. Está liderado por Avanza, pero contamos también con el apoyo del Ayuntamiento de Málaga y lo que haremos será probar un autobús autónomo que vaya desde el puerto de Málaga, recoja gente de los cruceros y los lleve al centro de la ciudad. Estamos trabajando con Irizar, Datik, GMV y ETRA en el desarrollo de un autobús cien por cien eléctrico y autónomo tripulado.



Nuevo Ford Tourneo Custom. Bienvenido a la clase business de Ford.



Descubre el Nuevo Ford Tourneo Custom.

El Nuevo Ford Tourneo Custom quiere dar la enhorabuena al Grupo NEXO por su edición nº 200 del Periódico Nexobus. Un triunfo fruto del esfuerzo constante por seguir mejorando edición tras edición.



Go Further

GAMA FORD TOURNEO CUSTOM SIN OPCIONES: CONSUMO WLTP CICLO MIXTO DE 7,5 A 9 L/100 KM. EMISIONES DE CO₂ WLTP DE 195 A 237 G/KM (DE 168 A 183 G/KM NEDC), MEDIDAS CONFORME A LA NORMATIVA VIGENTE. Los valores de emisiones de CO₂ pueden variar en función del equipamiento seleccionado. Los valores NEDC serán los que se consideren para el cálculo de la fiscalidad asociada con la adquisición del vehículo. ford.es

“Entrevista



Francisco Iglesias es ingeniero Civil, cuenta con un MBA por la Escuela de Organización Industrial y con AMP por la Harvard Business School. Desde 2001 forma parte de Alsa, donde ahora desempeña el cargo de consejero delegado.

ALSA ES UNA empresa multinacional española dedicada al transporte de viajeros por carretera. Fue fundada en el año 1923 en Lueca, Asturias, aunque su sede central se sitúa actualmente en Madrid. Desde 2005 pertenece al grupo británico National Express.

■ **Alsa es una gran empresa con muchas líneas de actuación. ¿Cuál es su dimensión actual, en cuanto a rutas, servicio urbano y otros ámbitos?**

● Nuestro portafolio de actividades se divide prácticamente a partes iguales en cuatro grandes líneas de actividad: largo recorrido, transporte regional, servicios urbanos y otras actividades de transporte.

■ **¿Qué volumen de viajeros y facturación obtuvieron el año pasado? ¿Cuál es la previsión que manejan para 2019?**

● En el último ejercicio tuvimos un volumen de 313 millones de viajeros y una facturación de 757 millones de euros. Esperamos incrementar ligeramente estas cifras en el ejercicio de 2018.

■ **¿Cómo se estructura un Grupo tan importante?**

● Básicamente nos estructuramos en tres grandes Divisiones de Transporte, cada una de ellas responsable de las actividades de transporte en España, en Marruecos y en Europa, en las que integran las direcciones de negocio zonales y locales. Estas divisiones cuentan con el apoyo de las diferentes direcciones corporativas, todas ellas integradas en el Comité de Dirección de la compañía.

■ **¿Cuál es la dimensión de su flota y su plantilla? Estas magnitudes, ¿van en aumento?**

● Actualmente operamos una flota de más de 3.000 vehículos y contamos con una plantilla de más de 9.000 empleados, que vamos adecuando en función del crecimiento de nuestra actividad.

■ **¿Cómo influyó en el Grupo su incorporación a National Express?**

● Nuestra integración en el Grupo National Express nos aportó fundamentalmente una visión más global y una mayor capacidad de innovación, así como un mayor músculo financiero para seguir con nuestra vocación de crecimiento.

■ **¿En qué se diferencia nuestra actividad de la que pueda desarrollarse en otros países?**

● Salvo Portugal, Reino Unido y algún país del Este, el transporte

interurbano en Europa está mucho menos desarrollado que en España, donde el transporte en autobús contribuye de forma muy significativa a la vertebración de nuestro país. La dispersión de la población, unido a la baja densidad y a una orografía complicada, ha motivado el desarrollo de un Sector con un componente de servicio público y unas dimensiones realmente importantes.

■ **En los últimos meses han conseguido adjudicarse servicios de transporte urbano en distintas ciudades fuera de nuestras fronteras. ¿Será una línea a seguir en el futuro?**

● Sin duda. La internacionalización forma parte del ADN de nuestra compañía y hemos crecido fuera de España, consiguiendo contratos urbanos en las ciudades de Rabat y Ginebra, en el último ejercicio. La internacionalización es una de las líneas estratégicas de crecimiento que tenemos establecidas, y aunque la actividad de Alsa en el exterior ya representa una parte importante de nuestros ingresos, queremos seguir aumentándola en el futuro.

■ **¿Qué futuro le augura al sistema concesional español? ¿Se liberalizará el transporte en Europa?**

● Recientemente se ha tramitado en el Parlamento Europeo la propuesta de modificación del Reglamento 1073/2009 a iniciativa de la Comisión Europea. La propuesta de consenso efectuada por el po-

En el último ejercicio tuvimos un volumen de 313 millones de pasajeros

Ante las millonarias inversiones en alta velocidad de dudosa rentabilidad económica y social, solo podemos insistir en que las inversiones por carretera, de menor importe, sí que tienen una alta rentabilidad.

nente del Reglamento recoge un nivel de protección adecuado a las Obligaciones de Servicio Público explotadas en régimen de exclusividad dentro del marco de un Contrato de Servicio Público previsto en el Reglamento 1370/2007, que es el modelo que impera en España. Tras su aprobación por el Pleno del Parlamento Europeo el pasado 14

"En la actualidad cerca del 50% de nuestras ventas se canalizan a través de canales digitales, y estoy convencido de que ese porcentaje incrementará"

de febrero, y tras su posterior tramitación en el Consejo de Europa, salvaguardaría el sistema actual, permitiendo al mismo tiempo a los Estados miembros optar por modelos de liberalización en aquellos mercados que así lo decidan. En nuestra opinión, la liberalización de los mercados europeos no es un buen modelo aplicable a España, por numerosas razones.

■ **¿Considera que ésta será la Legislatura que apruebe la necesaria ley de Financiación del Transporte Urbano? ¿Qué se necesita para ello?**

● Como han reclamado insistentemente desde Atuc, la aprobación de una ley que dote de una financiación adecuada y estable a los sistemas de transporte urbano, es ya una necesidad urgente. El pasado mes de septiembre la Comisión de Fomento del Congreso aprobó con el voto favorable de todos los grupos una PNL para que el Gobierno presentase en el plazo de seis meses la ley de Financiación. Hay, por tanto, consenso político, por lo que esperamos que se apruebe en la próxima legislatura.

■ **¿Disponen de aplicaciones para dispositivos móviles? ¿Qué porcentaje de sus ventas reciben por las mismas?**

● Disponemos de aplicaciones móviles y dedicamos importantes inversiones a la mejora de nuestros canales digitales, en los que fuimos pioneros en el sector al lanzar la primera web para la compra de billetes en 1999. En la actualidad cerca del 50% de nuestras ventas se canalizan a través de canales digitales, y estoy convencido que este porcentaje se incrementará en el futuro.

■ **¿Qué novedades técnicas o de servicio podemos esperar en el corto/medio plazo dentro del Grupo?**

● Vamos a seguir trabajando en los diversos proyectos de innovación y mejora tecnológica que venimos desarrollando, relacionados tanto con la mejora de la seguridad (como el Sistema Drive Cam, embarcado ya en más de 1.000 ve-

hículos, y el de Monitorización de Velocidades) como con la mejora de la relación con nuestros clientes, a través de un CRM de última generación. A nivel de producto, vamos a continuar desarrollando productos intermodales, soluciones de movilidad de última milla y nuevos productos turísticos.

■ **¿Cómo valora el apoyo de las autoridades al ferrocarril de alta velocidad? ¿De qué manera influye en su actividad en las rutas coincidentes?**

● La falta de equidad es tan evidente que, ante las millonarias inversiones en alta velocidad de dudosa rentabilidad económica y social, solo podemos insistir en que las inversiones en transporte por carretera, de mucho menor importe, sí que tienen en cambio una altísima rentabilidad para el conjunto de los ciudadanos y mucho mayor impacto en la mejora de la movilidad. El sector ha demostrado que puede competir con la alta velocidad, lo que nos obliga a los operadores a un esfuerzo extra en la mejora de nuestra oferta comercial y del servicio. Pero para ello solo pedimos competir en condiciones de igualdad, algo que no existe en la actualidad.

■ **Al respecto de la liberalización del transporte ferroviario, en la que Alsa quiere participar, ¿considera que las condiciones son las idóneas?**

● En Alsa siempre hemos manifestado nuestro interés por estar presentes en el transporte ferroviario, fruto de nuestra vocación de operador multimodal de movilidad. De hecho disponemos de Licencia de Operador Ferroviario, y ya hemos dado los primeros pasos en este sector, en el que además contamos con el *know how* ferroviario de National Express, que nos aporta un valor diferencial. Respecto a la liberalización, todavía existen numerosas incógnitas regulatorias, en especial en lo relativo a las condiciones de competencia de los operadores privados con el actual operador público, por lo que estaremos atentos a que se despejen para valorar nuestra participación.

■ **Por último, ¿cómo prevé que será el transporte de viajeros por carretera y su comercialización dentro de cinco años?**

Los cambios que estamos viviendo en nuestro sector son tan rápidos e intensos que es muy aventurado prever cómo será dentro de cinco años. Pero creemos que necesariamente los servicios ofrecidos al cliente tendrán que tener altos niveles de personalización y digitalización.

Al Volante

Cambios necesarios

EL SECTOR HA PASADO UNOS años muy complicados, pero somos optimistas y creemos que el transporte tiene un futuro prometedor. La movilidad en nuestro país va a crecer y el transporte público es la solución en términos de reducción de la congestión y la contaminación. Pero para ello es necesario que las administraciones apuesten decididamente por políticas activas de fomento del transporte público y la intermodalidad, inviertan más en infraestructuras de transporte, garanticen una adecuada rentabilidad que nos permita ofrecer unos servicios con la calidad requerida y, por supuesto, que exista una estabilidad regulatoria y una competencia equilibrada y justa entre los diversos modos. Y por parte de los operadores, tenemos que avanzar en la modernización de nuestros servicios, innovar nuestros productos y hacer frente a la digitalización de nuestras operaciones, pensando más en los clientes.





Lunas y Parabrisas

Más de **1000** referencias
Parabrisas Ventanas y lunas

STOCK PROPIO

Lunas y parabrisas Homologados
Homologación Europea R43
Fabricantes de Primeros equipos
Garantía y calidad del Producto
Distribución directa

SOMOS ESPECIALITAS

Parabrisas u lunas primeros equipos
Somos distribuidores
Negociación de Stocks
Estudio de flota a la carta
Compromiso y Calidad
Garantía de servicio
Plazo de entrega 24-72 Horas
a cualquier punto de España y Portugal



ASISTENCIA

Línea telefónica
asistencia técnica

SOPORTE

Equipo comercial
especializado

SERVICIOS

Servicio de atención al cliente
Diseño de planos
Estudio de flotas

C/Osca, 20 nave 4, parc. ALI 2.1
Plataforma Logística PLAZA
50197 Zaragoza ESPAÑA
+34 876 26 95 50 • +34 876 76 89 94
info@cbmiberica.eu

www.cbmcompany.com

“Entrevista



Juan Antonio Maldonado es el consejero delegado de Evobus Ibérica, una compañía que está de enhorabuena tras conseguir el liderazgo del mercado con amplia diferencia sobre sus inmediatos competidores.

EVOBUS IBÉRICA está de enhorabuena. Su resultado comercial en nuestro país, al cierre del ejercicio 2018, arroja un balance de más de 1.000 unidades matriculadas, comprendiendo toda la gama de producto tanto de Mercedes-Benz como de Setra, y liderando por ello, con gran holgura, el mercado nacional. "La constancia" es la clave que apunta su director general, pero también habría que añadir la renovación de producto y la evolución del Citaro, sobre todo en su versión híbrida, que se completa con la oferta de la propulsión eléctrica.

¿Cómo valora el año 2018? En líneas generales, parece bastante bueno.

● Quizás podríamos decir que muy bueno. En cuanto al mercado, vivimos un pequeño retroceso, debido a las fluctuaciones a final de año. En esas últimas semanas de año, hubo una avalancha de vehículos entregados y algunos se quedaron sin matricular. El mercado está bastante estable, correspondiendo con la venta habitual que se estima en España, en torno de las 2.800 y 3.000 unidades. En cuanto a nuestra marca, estamos bastante contentos. Por octavo año consecutivo somos líderes de mercado y eso nos honra. También hemos sido líderes en urbanos y en interurbanos.

¿A qué achaca este liderazgo de los últimos años?

● Nos caracterizamos por nuestro trabajo constante y porque somos bastante consistentes a la hora de hacer las cosas. Seguimos siempre la misma dinámica de trabajo. Por otra parte, hemos renovado casi toda la gama de producto con una gran aceptación. No nos contentamos con ser un líder tecnológico, queremos que eso represente una ventaja operativa de cara a los clientes. Tenemos productos de calidad con un posicionamiento de precio premium, pero con unos resultados excelentes. Creo que tenemos la gama de producto más rentable del mercado.

¿Qué importancia tiene el mercado español para las ventas globales de la compañía?

● Hay un denominador común: nuestra marca es líder de mercado en la mayoría de los países europeos. Ha sido, sin lugar a dudas, el mejor año de ventas en España y el segundo mejor en Europa. Hay que tener en cuenta la competitividad del mercado español. Las cuatro primeras marcas tienen una diferencia de menos de 10 puntos de

participación y la quinta está a 12 puntos. Estamos todos muy juntos y ganar participación en España es muy difícil.

■ Tenemos por delante un año complicado, como todos los electorales. ¿Cómo afrontan 2019? ¿Espera un mercado estable?

● Todos los años hay incertidumbre de algún tipo. Creo que este año vamos a tener unos resultados muy parecidos a los de 2018. Si vemos la evolución actual de nuestra cartera de pedidos, estimamos que sea muy parecido o incluso algo mejor. En cuanto al proceso electoral, recordemos que estuvimos un año sin gobierno central y no se notó tanto. Al final parece que es más la importancia que le queremos dar nosotros que la que tiene. El mercado sigue su propio curso.

■ La tendencia de las marcas se dirige hacia un vehículo integral, pero ¿cómo es su relación con los carroceros?

● Tenemos una amplia gama de productos y es el cliente el que escoge el vehículo que más se ajusta a sus necesidades. Hay algunos fabricantes que solo ofrecen vehículos integrales. Nosotros tenemos una fábrica en España, especializada en la producción de chasis, que queremos mantener. De hecho, en 2018 hemos vendido más chasis que el año anterior en lo que

El secreto es el trabajo constante y la consistencia al hacer las cosas

Siempre hay incertidumbre, pero estimamos que vamos a tener unos resultados muy parecidos a los de 2018. Por octavo año consecutivo hemos sido líderes del mercado, y eso nos honra.

a autobuses de larga distancia se refiere, que es donde está el gran volumen de chasis. En concreto, hemos vendido un 10% más. Ponemos todo de nosotros para que la relación con los carroceros sea la mejor posible.

■ Hablando del segmento ur-

"Con el tiempo se podrá mejorar el rendimiento del vehículo eléctrico para poder hablar en términos de rentabilidad, pero hoy aún estamos muy lejos de alcanzar las prestaciones de los vehículos diésel"

bano, incluso la competencia habla de la versión híbrida del Citaro. El siguiente paso es el eléctrico. ¿Tiene esperanzas en este modelo?

● El vehículo eléctrico ha sido una apuesta de la compañía. No hemos sido los primeros en llegar al mercado, pero estamos seguros de que el producto será muy

rentable. Las matriculaciones de eléctricos puros aún no son significativas. Sabemos que el autobús urbano eléctrico tiene aún sus limitaciones. Vamos a estar todavía algún tiempo decidiendo qué primar más, si la autonomía o la capacidad de pasajeros. Pensamos que en los próximos años va a haber un salto cualitativo en cuanto a densidad energética de las baterías para ofrecer una mayor autonomía, así como una menor sensibilidad a la manipulación en la carga y descarga. Ahí podremos hablar de tener un vehículo eléctrico operativo y hablar en términos rentables. Aún estamos muy lejos de la rentabilidad que otorgan los vehículos diésel.

■ La tercera 'pata' del negocio es, sin duda, la Sprinter, que va aumentando su gama y su oferta.

● Creo que hemos dado un salto cualitativo muy importante con la nueva Sprinter, pero lo más importante está por venir. En el transcurso de este año lanzaremos la City 75 y la Travel. La City 75 va a ser un revulsivo enorme. Es un vehículo-puente, posicionado por debajo del eCitaro con una menor capacidad, pero que aún así puede tener hasta 38 plazas disponibles. Creemos que va a tener una gran acogida en el mercado.

■ Y luego está Setra, que des-

pués de unos años algo más complicados, parece que empieza a repuntar nuevamente.

● Setra cuenta con una gama totalmente renovada. Hemos mejorado en términos de rentabilidad, de seguridad, de emisiones y de confort, por encima incluso de la gama Mercedes-Benz. Tiene sus adeptos, tiene sus fans y creo que es el mejor autocar que hay ahora mismo en el mercado.

■ ¿Hay novedades que nos pueda adelantar?

● Este año vamos a lanzar nuestros servicios digitales de conectividad OMNIplus ON. Todos estamos acostumbrados a conectarnos al móvil para tener toda la información. Con nuestra plataforma digital ya estamos en disposición de recibir mensajes sobre si el autobús tiene algún tipo de problema o incidencia. En ese caso, se comunica con el taller de referencia del vehículo, con atención 24 horas, o incluso se comunica con el propio cliente para que se ponga en marcha todo el mecanismo de reparación. También tendremos un servicio online con varios módulos que ofrecerán información de control del vehículo y sus parámetros. Por otro lado permite la gestión de cuidados del vehículo y se podrán pedir piezas a través del portal. También se podrá gestionar el tiempo de conducción y el modo, localizar la posición del vehículo y saber con precisión su ruta. Permitirá también la monitorización preventiva del vehículo. Es uno de nuestros retos este año.

■ A los fabricantes se les exige reducir emisiones, pero sin muchas facilidades. Desarrollar un vehículo eléctrico cuesta mucho y hay que empezar a amortizarlo.

● Hoy está empezando el desarrollo de los vehículos que veremos dentro de cuatro a cinco años. Tomar la decisión de qué vehículo desarrollar, con qué tecnología... Es complicado y arriesgado. No sabemos cuál va a ser el avance tecnológico ni de la legislación en los próximos años. Se ha llegado a una reducción de emisiones tal, que conseguir reducir más es casi imposible. El nivel de emisiones de partículas es prácticamente cero. Creo que en el futuro se van a ir desarrollando combustibles alternativos, la pila de combustible, etc, pero hay que esperar también a que se desarrolle la infraestructura. Por otra parte el motor diésel aún tiene potencial de mejora, hay que tener en cuenta la gran cantidad de energía térmica que hoy se pierde en el motor, es algo que acabaremos aprovechando en beneficio de la rentabilidad.

Estrategia

Una renovación del parque demasiado costosa

EN MI OPINIÓN, hoy el vehículo eléctrico solo tiene un sentido, la deslocalización de las emisiones contaminantes. Ni en términos operativos, ni en términos de emisiones en su conjunto, tiene una aplicación rentable. Para núcleos urbanos como, por ejemplo, Madrid o Barcelona, sí puede aligerar la contaminación. Este panorama posiblemente cambie en los próximos años, cuando la energía eléctrica se produzca en su mayoría a través de fuentes renovables, no como hoy, que es a través de fuentes fósiles. No hay que olvidar el coste de los vehículos. Con un coste alto, la renovación del resto del parque se ralentiza. Hoy, operativamente y en términos de contaminación, creo que la sustitución de los vehículos diésel por eléctricos no tiene mucho sentido.



POCO PRO



FIATPROFESSIONAL.ES

PRO COMO TÚ



LA **GAMA FIAT PROFESSIONAL** SON TODO SOLUCIONES
PARA TU NEGOCIO. GAMA FIAT PROFESSIONAL **DESDE 6.450€***

**3 AÑOS DE
MANTENIMIENTO
INTEGRAL**

Gama Fiat Professional: Emisiones de CO₂ entre 94-196 g/km. Consumo combinado entre 3,6-7,5 l/100 km.

*Precio Recomendado de 6.450€ para Fiat Fiorino Cargo Base H1 1.4 57kW (77CV). Incluye descuento del concesionario y fabricante y descuento adicional por financiar con FCA Capital España EFC SAU, según condiciones contractuales por un importe mínimo financiado de 5.702€ con un plazo mínimo de 48 meses y permanencia mínima de 36 meses. Ejemplo de financiación sin entrada, por un importe total del crédito de 6.450€ con 72 cuotas mensuales de 109,94€. TIN 6,99%, TAE 8,39%, comisión de apertura (3%): 193,50€ al contado, importe total a plazos e importe total adeudado 8.108,83€. Todos los importes reflejados no incluyen IVA. Transporte, IEMT y gastos de matriculación no incluidos. La oferta incluye garantía legal de 2 años. El Contrato de Servicio PLAN MANTENIMIENTO otorga al usuario del vehículo el derecho de efectuar, sin ningún cargo añadido, las revisiones de mantenimiento ordenadas por el fabricante del vehículo que le correspondan por kilometraje o tiempo, en este caso 3 años o 90.000 km lo que antes ocurra, según el plan establecido en el "Libro de Uso y Mantenimiento" o en el "Manual de Empleo y Cuidado", suministrado junto con el vehículo. Oferta válida para profesionales en Península y Baleares hasta el 31/03/2019.

FCA CAPITAL
España



PROFESSIONAL

PROFESIONALES COMO TÚ

“Entrevista



Francisco Javier Unda es el director general de Volvo Buses para España y Portugal, cargo en el que se concentra tras haber ostentado, durante años, la responsabilidad del Sur de Europa, con países como Italia e Israel.

VOLVO FUE originalmente fundada en 1927 por el ingeniero Gustav Larson y el economista Assar Gabrielsson, como una empresa subsidiaria de la fabricante de rodamientos SKF. Es uno de los mayores fabricantes del mundo de autobuses y autocares grandes. Volvo Buses tiene una responsabilidad social. Desean participar en la construcción del futuro, con sus valores fundamentales de Calidad, Seguridad y Protección del medio ambiente. Lo están llevando a cabo para mejorar su industria y la sociedad a través de soluciones innovadoras que mejoran la vida diaria de personas y de toda la ciudad, hoy y mañana. Francisco J. Unda, natural de Bilbao, licenciado en Ciencias Económicas y MBA por el Instituto de Empresa, se incorporó a Volvo como director de Autobuses del Área Europa Sur de Europa en 2011, siendo responsable de los mercados de España, Portugal, Italia e Israel. Desde el pasado 1 de marzo de 2018, también asumió la dirección del Mercado de España. Recientemente, su estatus se ha modificado debido a una reestructuración del Grupo, quedando como máximo responsable de España y Portugal.

¿Cómo valora la evolución de Volvo a lo largo de los años?

● Tengo que decir que llevo ocho años aquí y, en el segmento urbano, miro dónde estaba Volvo Buses y dónde está ahora. En 2011, cuando empezamos, Volvo había decidido que en las ciudades solo ofrecería vehículos híbridos, no ofrecería nunca más vehículos diésel o gas y, en aquella época pensábamos, yo incluído, que no estaba tan claro. Pues solo ocho años después esto está clarísimo y se constata que fue la decisión correcta.

Quizá, ahora con el paso del tiempo, ¿se puede decir que Volvo apostó demasiado pronto por este cambio?

● No, porque yo creo que en aquel momento, y ya desde el principio, el proyecto de electromovilidad tenía sus tres fases y estamos siguiendo ese plan. Primero los híbridos, luego eléctricos-híbridos y luego totalmente eléctricos. Al empezar con los híbridos no había mercado ni concursos y, a día de hoy, tenemos más de 400 coches híbridos rodando en España. Diría que es la mayor flota en España y el mayor mercado de vehículos completos híbridos de Volvo en el mundo. En todo este proceso, nosotros hemos ido a otra velocidad que

la de Europa, porque España es un país cálido donde las necesidades de aire acondicionado son distintas de las que puedes encontrar en toda Europa. Nuestros ingenieros hicieron el producto para climatologías centroeuropeas, pero en un inicio no tuvieron en cuenta que estamos en el otro lado.

¿Cuándo tienen previsto lanzar los vehículos totalmente eléctricos al mercado?

● Empezaremos a ofrecer los vehículos eléctricos al mercado cuando estemos totalmente seguros de que el rendimiento del aire acondicionado es el correcto. En verano de 2020 haremos test con las nuevas baterías y, a partir de ahí, realizaremos la comercialización si todo va de acuerdo como lo esperamos.

¿Cree que la necesidad de estaciones de carga puede afectar al Sector?

● Para llevarlo todo a eléctrico, en primer lugar, no tienes energía eléctrica suficiente, por lo que el coste va a ser mucho mayor que el de los vehículos híbridos. Por lo tanto, hay que buscar un equilibrio que se conseguirá poco a poco. En principio yo no le veo demasiadas pegs. Para montar un sistema de carga embarcada, de carga lenta en las cocheras, también necesitas infraestructura. El ayuntamiento

tiene que hacer una inversión en la cochera o estaciones de carga para tener flexibilidad.

¿Cómo funciona la conectividad y digitalización en Volvo?

● En Volvo somos capaces de tener una conectividad de tal forma que, junto con el operador, poda-

"Si biciéramos una pregunta a la sociedad sobre qué es lo primero que se le viene a la cabeza cuando le dices Volvo, estoy convencido de que su respuesta sería seguridad"

mos definir si ese vehículo cuando circule por un trayecto predeterminado, en ese trayecto funcione en eléctrico y velocidad controlada telemáticamente. Y cuando salga de esa zona pues funcionará combinando vía software el térmico o el eléctrico. Pero podemos decirle al sistema en que tipo y a qué velocidad queremos que circule.

Almacenamiento de energía solar

EL ALMACENAMIENTO de energía solar a través de baterías para autobuses eléctricos es el nuevo proyecto en el que participa Volvo Buses. Es el primer almacén de energía de Europa con este tipo de cargadores. Göteborg Energi, Riksbysggen y Johanneberg Science Parka están trabajando junto a Volvo Buses para examinar la vida útil a través del almacenamiento solar, llevada a cabo con producción de electricidad propia. La reutilización y el reciclado de las baterías es uno de los recursos más demandados para la transición al transporte eléctrico. El almacenamiento de energía se utiliza para reducir picos de consumo de energía de la propiedad para almacenar o vender el excedente de energía solar. También se puede usar para mejorar la eficiencia del sistema de energía propia de la asociación de viviendas, así como el de la red eléctrica de la ciudad.



Vamos a seguir enfatizando en el respeto por el medio ambiente

En el año 2011, Volvo tomó la decisión de que, en las ciudades, solo ofrecería vehículos híbridos o eléctricos, y no ofrecería nunca más vehículos diésel o gas: el tiempo nos ha dado la razón.

¿Cómo se posiciona España con respecto al resto de mercados en los que tiene responsabilidad?

● La organización europea de Volvo Bus Corporation ha decidido reorganizarse. Hasta ahora teníamos los clúster y, desde el día 1 de febrero, nos organizamos en mercados. Tenemos 10 ahora mismo en Europa. España y Portugal ahora son un mercado. Italia es un mercado. Israel es un mercado. Y evidentemente, reportamos a la centra en Gotemburgo. Es decir, los cuatro mercados que yo tenía se han convertido en tres. Lo que se pretende es que haya una mayor independencia de las decisiones en los mercados y se trabaje de una manera más ágil.

¿Se ha comportado el mercado como ustedes esperaban?

● En 2014 alcanzamos una cuota de mercado cercana al 21%. En los últimos años, nuestras ventas han ido creciendo en la parte urbana y se han estabilizado en la parte interurbana y coach. Como volumen, nuestras cifras han sido buenas, hemos ganado mucha cuota de mercado pero hemos perdido posiciones en la parte de coach.

¿Y cómo piensan remontar?

● Nuestro plan ahora es recuperar. Ha ocurrido una cosa en Volvo Buses, pues en diciembre de 2017 entraron tres personas nuevas

en la organización de ventas de autocares. En la venta de buses, la relación personal es muy importante. Entonces, cuando llega un vendedor nuevo, aunque ya conozca el Sector, hace falta un determinado tiempo para que se forme una relación personal. Este cambio generacional es importante y este año nuestro objetivo es recuperar posiciones en la parte de larga distancia.

¿Cree que el uso de gas es más rentable para largas distancias?

● Volvo lo tiene en camiones. Podría ser una opción, pero de momento no está en nuestros planes implementar nuestra tecnología en la división de buses. Nosotros tomamos la decisión en la ciudad de la electromovilidad en 2010 y seguimos ese camino.

¿Cómo están gestionando el tema del usado y cómo puede afectar a esa estrategia de crecer en interurbanos?

● Lo estamos gestionando bien, porque evidentemente en las operaciones existen los usados. Además, se ha creado un nuevo mercado en España de usados híbridos. Hay muy pocos, pero es una novedad porque el mercado de usados en la parte urbana no existía. Tenemos una pequeña estructura en el Departamento de usados, y estamos muy contentos porque últimamente estamos acabando en Break Even. No pretendemos ganar dinero con los usados, pero es necesario hacer rentable esta parte del negocio.

¿Cómo cree que va a estar el transporte de viajeros dentro de cinco años y dónde se encontrará Volvo?

● De momento, en ocho años hemos conseguido que se hable de los híbridos. El problema de la contaminación no es culpa de los autobuses, es de los coches, pero por algún lado hay que empezar. Está claro cuál es el futuro. Tecnológicamente, cada día estamos más preparados. En la parte urbana, el vehículo totalmente diésel irá desapareciendo, el gas seguirá seguramente, pero habrá más vehículos híbridos, eléctrico-híbridos y totalmente eléctricos. El futuro se dirigirá a conceder más confort y que el cliente pueda utilizar un autocar para hacer una larga distancia igual que un tren o un avión: yo creo que sí. Es más, ya hay algunos proyectos para que estos vehículos de larga distancia estén hibridizados, para que si tienen que entrar en la ciudad, puedan hacerlo en modo eléctrico. En la larga distancia se va hacia la mejora del confort.



Simplifying Bus and Train Distribution

DISTRIBUTION es la empresa B2B líder en venta de transporte terrestre programado. Conectamos operadores de autobuses con revendedores internacionales y aerolíneas a través de nuestro Sistema de Distribución Global (GDS). Trabajar con nosotros le permitirá vender sus billetes en plataformas de autobús, agencias de viaje en línea (OTAs), sitios web multi-modal, y metabuscadores. Además, podrá vender sus billetes en diversos sitios web de aerolíneas, en conexión con vuelos.

Conectamos con éxito operadores como National Express, Sagalés, Arriva, Qui-bus, Aerobus Barcelona, entre otros, con revendedores como Amadeus, Expedia, Mozio, CheckMyBus, Trainline, Cartrawler y Vueling, por mencionar solo algunos.

Solo es necesaria una única conexión y una vez conectados, sus reservas estarán disponibles en los canales de todos nuestros socios.

Hay dos maneras de integrar a una compañía: Manualmente, mediante la inserción de horarios y destinos fijos en nuestro sistema o, en caso de que su empresa ya

utilice un software de administración de billetes, conectamos su API a nuestro Sistema de Distribución Global (GDS). De esta manera tendrán solo un único punto de entrada, se podrán ampliar búsquedas y recibirán asistencia técnica profesional de nuestra parte.

Nuestro sistema ofrece grandes beneficios a su empresa:

1. La integración a nuestro sistema no tiene costo alguno.
2. Habilitación de ventas en línea en un nivel internacional.
3. Incremento de visibilidad y ventas a través de nuestros revendedores asociados.
4. No requiere esfuerzo técnico por su parte.
5. Emisión de una factura única para todos los canales de venta.
6. Ayuda para superar las barreras del know-how.

Acceda a muchas de las principales compañías de viajes del mundo.

Ofrecemos la cartera de transporte programado más grande de Europa. Póngase en contacto con nosotros y potencie su exposición Online.

Visite la página web de DISTRIBUTION TECHNOLOGIES GmbH www.distribution.com
y contacte en Español, Inglés o Alemán en spain@distribution.com

“Entrevista



Manuel Fraile es el director comercial de Autobuses de MAN Truck & Bus Iberia. Acumula una trayectoria de 15 años de experiencia en la compañía, en distintos Departamentos hasta que, en el año 2015, asumió la Dirección Comercial de Buses.

LA VALORACIÓN de los resultados de 2018 es muy positiva, porque no ha sido un año fácil, sobre todo por la bajada del mercado. Empezó a ralentizarse a principios de año, sobre todo en el segmento interurbano que, terminó con una bajada del 10%, tanto en coach como en intercity. El urbano se comportó según lo previsto, como todo año preelectoral. Nuestra posición final en urbano fue muy buena, manteniendo también los volúmenes en coach. La valoración general es muy positiva sobre todo lanzando dos productos totalmente nuevos. Por un lado, el nuevo Lion's Coach, con el que el primer año completo de comercialización hecho entrega de 100 unidades. De hecho, hace unos días, en las Jornadas de Apetam en Málaga, entregamos esa unidad 100 a Autocares Ríos, un cliente de referencia para nosotros. También con el lanzamiento del nuevo Lion's City, que presentamos por primera vez en el Congreso de Atuc, y que posteriormente han podido conocer de primera mano los principales clientes" según Fraile.

■ ¿El Lion's Coach ha superado sus expectativas?

● Internamente confiábamos mucho en el producto que estábamos lanzando al mercado, pero sí es verdad que la acogida por parte de los clientes está siendo muy superior a la prevista en una primera fase. El Lion's Coach anterior tenía muy buena reputación, pero su sucesor se ha convertido en un producto redondo. Hemos incorporado la nueva cadena cinemática, que para mí es la más optimizada del mercado, sobre un vehículo realmente bien fabricado y con un diseño rompedor, integrado dentro del nuevo lenguaje de diseño MAN. Estamos muy contentos con los resultados obtenidos en su lanzamiento y la valoración de nuestros clientes nos hace ser muy optimistas para el futuro.

■ ¿Cómo ha ido la evolución, en cuanto a cifras, de la marca?

● Ha sido un año en el que el mercado total ha bajado un 3% y nosotros hemos mantenido volúmenes por encima de las 500 unidades, creciendo en cuota. El mix de ventas con volúmenes altos en urbanos y coach, nos ha permitido obtener un resultado muy positivo.

■ ¿Cuál fue su volumen de negocio?

● Tuvimos una cuota total del 19,6% frente al 18,9% del año pasado. Hemos subido casi un punto, manteniendo la cuota en coach y subiendo muchísimo en urbano. En este último segmento,

hemos estado en un 25%, sobre todo impulsado por las ventas de buses propulsados por gas natural e híbridos. Concretamente, 2018 ha sido nuestro mejor año en venta de buses de híbrido, los que hemos matriculado a principio de este año. El volumen más bajo ha estado en el segmento suburbano, porque veníamos de años récord para MAN y no es el segmento en el que tenemos mayor presencia. Confiamos mucho este año en repuntar en este segmento en los próximos años, tanto con nuestros chasis como con el Lion's Intercity. En el segmento interurbano, volvimos a situarnos cerca del 22%, manteniendo la gran evolución que hemos experimentado en los últimos tres años. En líneas generales, sobre todo en urbano y estamos muy satisfechos.

■ ¿Cuál ha sido su representación en el mercado europeo?

● Hemos sido el tercer mercado europeo para MAN, lo que da una idea de la importancia del mercado español de autobuses para nuestra marca.

■ ¿Cuál es su relación con los carroceros?

● Trabajamos con prácticamente todos los carroceros nacionales, con la máxima implicación en los productos en los que podemos colaborar, tanto en operaciones

Hemos mantenido cuota a pesar de la bajada del 3% del mercado

Esperamos un volumen similar. La aceptación que está teniendo nuestra nueva cadena cinemática, la gama de chasis EfficientLine y, sobre todo, el nuevo Lion's Coach, nos permite vaticinar un año muy positivo para nosotros.

para el mercado nacional como con operaciones de exportación. Seguimos apostando por el chasis, dado que el mercado español sigue contando con un porcentaje de vehículo carrozado muy alto. La tendencia de crecimiento del vehículo integral sigue en ascenso, pero dentro de nuestras ventas los integrales siguen representando un

remos seguir manteniendo nuestra proporción de chasis carrozado. Obviamente, hemos incrementado nuestras ventas de vehículos integrales en línea con el crecimiento de este mercado de nuestras ventas, muy derivado por propulsiones alternativas en urbano y el éxito del Lion's Coach y el Tourliner.

■ ¿En qué momento se encuentra la gama?

● Somos la marca que más productos hemos lanzado en el último año y lanzaremos en los próximos dos años, renovando totalmente nuestra gama de producto. Por un lado, el nuevo Lion's Coach y el Neoplan Tourliner, así como la nueva cadena cinemática de nuestros chasis Efficient Line, que se verá renovada en breve con incrementos de potencia y par en el motor D26 y mejoras en nuestra caja de cambios MAN TipMmatic. El Lion's Intercity, tras la buena experiencia de los operadores que lo han adquirido se reforzará en el medio plazo, convirtiéndose en un referente en términos de eficiencia y versatilidad. En el segmento urbano, el Lion's City, con propulsión diésel, híbrida, gas-híbrida y eléctrica, y nuestros chasis city con las más que probadas mecánicas de gas natural comprimido, configuran una gama capaz de cubrir ampliamente las necesidades de nuestros clientes.

■ ¿Qué nos puede contar de esa hibridación con gas?

● Durante la presentación de la nueva generación del Lion's City ya anunciamos que Efficient Hybrid, asociada tanto al nuevo motor D15 diésel como al nuevo motor E18 de gas. Las principales ventajas de nuestro sistema híbrido, son la fiabilidad de nuestra máquina eléctrica, la función start&stop que permite detener el vehículo en las paradas, manteniendo las funciones eléctricas del mismo, reduciendo significativamente las emisiones y el ruido. Proporcionando un apoyo extra al motor térmico durante el arranque y la aceleración. El módulo híbrido unido a la altísima eficiencia de nuestros nuevos motores y el trabajo realizado para reducir el peso total del vehículo, consiguen una reducción muy importante del consumo, que nos sitúa como la referencia del mercado en eficiencia.

■ ¿Cuáles son las perspectivas del mercado para 2019?

● Todo apunta a que 2019 será un año similar en volumen total a 2018, manteniendo un volumen alto en el segmento urbano y volúmenes algo inferiores en interurbano. Apostamos por la estabilidad pero todo dependerá de que no se retrasen demasiado los concursos públicos ni la renovación de las líneas regulares de titularidad estatal que tenemos pendientes.

Estrategia

Introducción de MAN Digital Services

La transformación digital en el segmento de camiones ya estamos bastante avanzada en MAN y para buses se irá implementando en breve. La oferta de MAN Digital Services se adaptará específicamente para el transporte de viajeros, distinguiendo las necesidades de cada mercado, urbano o discrecional. La realidad de urbanos es que la mayoría de los clientes ya tienen sus propios sistemas de explotación digitales, que se podrían integrar a través de la plataforma con tecnología de nube, RIO. No obstante, para coach existe una necesidad más amplia de estos servicios digitales, por lo que iremos desarrollando nuestra oferta en ese sentido con el objetivo de facilitar el día a día de los clientes.



“Entrevista



Dolors Beulas Pascual es directora Administrativa de Beulas, una compañía catalana con amplia tradición y trayectoria en el segmento carrocerero, que mira al futuro con optimismo confiando en su gama de producto.

BEULAS ES UNA empresa familiar que inició su actividad en el año 1934 y que ha crecido de forma constante a lo largo de tres generaciones. No sólo ha sabido permanecer dentro de su sector, sino que ha destacado por su adaptación a los cambios constantes del Sector", apunta Dolors Beulas.

■ Para la empresa, ¿cuáles serían los hitos principales en todos estos años?

● La flexibilidad constante, haciendo nuestros los problemas de nuestros clientes.

■ ¿Podemos decir que los tiempos convulsos han quedado atrás definitivamente?

● Beulas percibe una buena dinámica en el Sector, mediante una buena aceptación de nuestras propuestas comerciales entre nuestros clientes. El sector se mueve

permanentemente con cambios no siempre fáciles de integrar.

"Nuestro departamento de Investigación y Desarrollo se esfuerza y trabaja constantemente en la mejora del producto, tanto a nivel de diseño como de calidad"

■ ¿Cuál es su valoración del año 2018, ahora que acaba de finalizar?

Esperamos consolidar nuestra posición en los distintos mercados

Percibimos una buena dinámica en el Sector, mediante una buena aceptación de nuestras propuestas comerciales entre nuestros clientes. El Sector se mueve permanentemente.



● Nuestros resultados evolucionan positivamente.

■ En dicho escenario, ¿cómo afrontan este 2019?

● La previsión para este 2019 es consolidar nuestra posición en

los distintos mercados, en los que tenemos presencia.

■ Hablando de producto, ¿esperamos novedades a corto plazo?

● El año pasado se presentó el modelo Gianino con un ancho de

2,5 m a partir de 8,3, 9 y 9,5 metros, con una capacidad de pasajeros entre 31 y 35 plazas. Nuestro departamento de Investigación y Desarrollo trabaja constantemente en la mejora del producto tanto a nivel de diseño como de calidad.

PROFITABILITY
HAS A NEW NAME.
MOVE. TOGETHER.

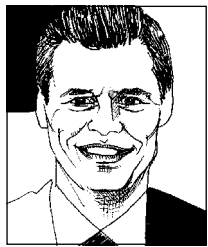


Your next Futura.

La nueva generación del autocar VDL Futura viene equipado con una nueva cadena cinemática que proporciona, menor peso, fiabilidad óptima, menores costes de mantenimiento y mayor ahorro de combustible. Construido para ser eficiente, diseñado para ser probado en el Futuro. Experimenta la diferencia en vdlbuscoach.com



“Entrevista



Juan Miguel Vázquez es, desde finales del año 2016, el director de Ventas de Autobuses y Autocares de Iveco Bus en España y Portugal, posición a la que accedió desde su cargo en la compañía como gerente de Área de Urbanos.

IVECOBUS (anteriormente denominada Irisbus, que se creó tras el acuerdo entre Iveco y Renault Trucks para fusionar los negocios de sus respectivas divisiones de autobuses) es el segundo fabricante mundial de autobuses. Su sede actualmente se encuentra en la ciudad de Lyon (Francia). La compañía fue creada en junio de 1999 al fusionarse las actividades de fabricación de autobuses de Renault e Iveco. Ya en 2001, la marca Fiat adquirió el 100% de las acciones y ahora es una filial de Fiat Industrial S.p.A. Iveco Bus destaca por ofrecer productos acordes al mercado con soluciones rentables para los operadores de transporte de pasajeros.

■ ¿Cómo valora los resultados de Iveco en España al cierre del ejercicio 2018?

● Los resultados de Iveco España han sido positivos en un año complicado, donde el ritmo del mercado en algunos segmentos no ha seguido la evolución de años precedentes. A pesar de ello hemos conseguido adaptarnos a las circunstancias para maximizar especialmente nuestro rendimiento económico focalizándonos en los segmentos de mercado que tienen una especial relevancia para nosotros, como los interurbanos, y accediendo a nuevos nichos de mercado con los nuevos modelos. Hemos conseguido importantes hitos para nosotros como el de introducir el nuevo modelo Crossway LE tres ejes, desde que hemos presentado este modelo automáticamente ha crecido el segmento interurbano, ya que hemos matriculado 20 unidades aproximadamente. Por otro lado, en la parte de urbanos, el diésel está desapareciendo del mercado, y como consecuencia nuestras plantas de urbanos ya fabrican más vehículos con tecnologías alternativas. Nosotros seguimos ofreciendo una amplia gama de portafolio de productos y diversas soluciones, desde minibuses hasta vehículos de largo recorrido. En 2019 esperamos incrementar la presencia del polivalente modelo Evadys iniciada el año anterior o la de conseguir un importante pedido de 44 urbanos híbridos para el Área Metropolitana de Barcelona.

■ ¿La evolución de dichas cifras, es satisfactoria para la marca?

● Sin lugar a dudas, sí. Debemos considerar que el mercado de nuestro país es muy amplio en cuanto a segmentos y competitivo, especialmente ahora nos encontramos en un período de importante evolución

tecnológica y que atrae a una gran multitud de fabricantes e inversores extranjeros. Es por ello que conseguir una cuota de mercado del 14% en el total del mercado de vehículos de pasajeros lo da más valor.

■ ¿Cuál fue su volumen de negocio y su cuota de mercado? Por segmentos y marcas.

● Tenemos la fortuna de contar con un amplio portafolio de producto que nos hace estar muy presentes en los diversos segmentos del mercado. Las cuotas en estos segmentos fueron:

- En Minibuses desde 19 a 35 plazas: 260 unidades matriculadas con una cuota del 39,3%

- En urbanos (Clase I): 37 unidades matriculadas con una cuota de 4,6%, considerando que hemos entregado 81 vehículos, ya que los datos anteriores no continúan los 44 híbridos entregados al Área Metropolitana de Barcelona a finales de año que han sido matriculados a primeros de enero.

- En interurbanos y largas distancias (Clase II y III): 217 unidades matriculadas con una cuota del 11,8%, siendo líderes absolutos en los interurbanos de Clase II

Todo esto, hace un total de 514 vehículos matriculados en 2018.

■ ¿Cuáles son las perspectivas para este 2019?

● Por nuestra parte, estimamos

Vamos a seguir apostando por los vehículos GNC y los eléctricos

Nos encontramos en un gran momento, no solo por la amplia gama de modelos y versiones que ofrecemos a nuestros clientes, sino también por el nivel de fiabilidad y calidad que se ha alcanzado, y por el que se sigue

que 2019 va a ser muy similar al anterior, con volúmenes de mercado similares. Un claro ejemplo de ello lo representa el mercado de los urbanos, donde el año anterior creció algo más de un 13%, influenciado por las próximas elecciones municipales, y seguramente este año aunque no se llegue a las 809

clientes, sino también por el nivel de fiabilidad y calidad que se ha alcanzado, y por el que se sigue trabajando e invirtiendo de manera continua. Disponemos de una amplia en la que podemos cubrir cualquier necesidad de nuestros clientes, ofreciendo diversas tecnologías de tracción, así pues:

Cubrimos los segmentos de reducidas dimensiones ofreciendo minibuses desde 14 a 30 plazas y midibuses de 31 a 36 plazas. Además para la gama Daily disponemos la alternativa de motores GNC para el modelo A70 e incluso la versión Natural Power (GNC + gasolina) para el modelo A50.

En interurbanos, con la gama Crossway, cubrimos desde los 10,8m hasta los 14,5m en versiones Low Entry, y en versiones de piso alto hasta los 13m. Ofrecemos también versiones de GNC modelos Low Entry y como principal novedad para este año será el nuevo Crossway Piso Alto de GNC para versiones de 12 y 13m.

En autocares ofrecemos el reconocido Magelys y el polivalente Evadys en versiones de 12 y 13m, todos ellos diésel Euro VI. Y por último en urbanos, disponemos desde los 10,5 hasta los 18m en versiones diésel Euro VI y GNC, además de híbridos y 100% eléctricos de 12 y 18 metros. Como se ve, un importante despliegue de modelos y versiones.

■ Al buen funcionamiento del híbrido, alabado incluso por su competencia, se añade la anunciada llegada del full electric. ¿Cómo incidirá en su cuota de mercado?

● La carrera por los eléctricos acaba de empezar y el volumen actual que representa en el mercado aun es bajo como para que tenga un impacto en las cuotas de mercado de fabricantes como nosotros que ofrecemos diversas tecnologías. Por ejemplo, en 2018 apenas llega a un 3% respecto el total de los urbanos matriculados. Parece claro que la presencia de los eléctricos irá aumentando en los próximos años, pero los actuales volúmenes no impactan de manera representativa en la cuota total. Lo que sí esperamos es ir creciendo en este segmento junto con el mercado.

■ Incluso el Crealis está siendo muy bien recibido.

● El Crealis es un modelo diferente por su diseño innovador y modernos equipamientos y opcionales, concebido para competir directamente con los otros medios de transporte urbanos como tranvías y metro. Sin embargo, es en países como Francia donde se demanda este tipo de vehículo por la dura competencia que existe entre todos estos medios de transporte.

■ En el segmento de minibuses, Daily incrementa sus versiones.

● Es cierto, y es todo un éxito que un modelo de vehículo perdure durante tanto tiempo en el mercado. Lógicamente se va evolucionando con las nuevas reglamentaciones y evoluciones tecnológicas, y así pues nos encontramos que actualmente disponemos de una amplia gama de chasis y furgones, que incluyen versiones de Gas Natural Comprimido y Natural Power (GNC + gasolina). Además este año se presentará una de las grandes novedades será la presentación de la nueva Daily Model Year 2019 que comenzaremos a comercializar a partir de la segunda mitad del año.

■ En dicho segmento, ¿cómo es su relación con los carroceros?

● Con los minibuses estamos hablando de un segmento que es muy particular donde las misiones a realizar por los vehículos son muy diversas (transporte para escuelas, centros de día, empresas, urbanos de pequeñas localidades, discrecionales de fin de semana...), por lo que la demanda es muy variada y para nosotros es muy importante contar con la flexibilidad de que nos ofrecen nuestros carroceros

“El GNC es la única tecnología alternativa al diésel, que disminuye los niveles de emisiones, que es fiable y ofrece las prestaciones requeridas por los

matriculaciones de 2018 pero sí que se acabe muy próximo a esa cifra.

■ Hablemos de producto. ¿En qué momento se encuentra la gama de Iveco?

● Nos encontramos en un momento dulce, no solo por la amplia gama de modelos y versiones que podemos ofrecer a nuestros

➔ Estrategia

Los próximos cinco años para Iveco

EL SECTOR DEL TRANSPORTE de pasajeros en España está muy profesionalizado y se han hecho muchos avances en los últimos años que hacen que nuestros operadores sean auténticos referentes también a nivel internacional. Por tanto, el nivel calidad del transporte que se ofrece en nuestro país es ya muy elevado y así lo seguirá siendo en los próximos años. Esto redundará en una gran exigencia para todos los actores, también para los fabricantes como Iveco. Es por ello que, por nuestra parte, estamos focalizados en seguir aumentando nuestra inversión tecnológica y humana para continuar siendo uno de los referentes en soluciones de movilidad a nivel global, ofreciendo servicios integrales a nuestros clientes, desde la oferta del vehículo nuevo y su asistencia durante toda su vida útil.



Busmaster homologados por nuestra marca. Por tanto, la relación es excepcional, teniendo en cuenta que el 100% de los vehículos que venimos comercializando en nuestro país son carrozados.

■ ¿En cuanto al suburbano y la larga distancia, ¿cómo afronta Iveco este mercado tan competitivo?

● Efectivamente, son segmentos muy competitivos por el hecho de que las misiones y servicios que ofrecen los operadores españoles son muy amplios y diversos. Esto hace que exista en el mercado una gran variedad de tipologías y modelos de vehículos. Por ello, nuestra estrategia pasa por diferenciarnos y ofrecer a nuestros clientes modelos fiables y que cuenten con una configuración muy polivalente, es decir que un mismo vehículo sea capaz de ser empleado por el mismo operador para varias de sus actividades o servicios y que no sea exclusivo de una sola. Pretendemos dar al cliente el valor añadido de la flexibilidad, y que durante la semana pueda usar un Evadys para realizar sus contratos con colegios o empresas y durante el fin de semana pueda emplearlo en usos discrecionales.

■ Entiendo que la apuesta por el GNC no tiene vuelta atrás.

● La apuesta de Iveco por el GNC no viene de ahora. Es una tecnología muy conocida por nosotros, fuimos los pioneros en su implantación y desarrollo hace más de 25 años y esto hace que dispongamos un importante know-how en nuestro poder y que ponemos a disposición de nuestros clientes. En España está creciendo el número de gasineras, lo que consideramos que puede ser una solución para que el GNC se implante en vehículos de larga distancia. El problema del GNL, por otro lado, en vehículos de larga distancia, es que los depósitos del licuado son muy grandes, entonces meterlas en el techo supone un desarrollo tecnológico brutal, por lo que la solución pasa por meterlas en la bodega del vehículo. Sin embargo, prescindir de este espacio para el equipaje del pasaje no es la solución.

El GNC es actualmente la única tecnología totalmente alternativa al diésel, ya sea obtenida por fuentes naturales o plantas de biogás, que disminuye ampliamente los niveles de emisiones, que es fiable y ofrece las prestaciones requeridas por los operadores y que además es económicamente viable, ofreciendo un mejor TCO (Coste Total de Explotación) a lo largo de la vida útil del vehículo que por ejemplo los eléctricos. Pero no porque consideremos que es actualmente

la mejor tecnología quiere decir que nos centremos únicamente en ella, sino que también nuestra apuesta por los eléctricos es fuerte y sabemos que la evolución que ésta va a tener en los próximos años hace que estemos haciendo grandes inversiones sobre ella. La muestra es que hoy ofrecemos en las gamas de urbanos vehículos de GNC, ve-

"Este año comenzaremos con la comercialización de una nueva versión de Crossway GNC, en este caso de piso elevado, y se presentará la nueva Daily Model Year 2019"

hículos híbridos (diésel-eléctricos) y vehículos 100% Eléctricos.

■ ¿Podemos adelantar alguna novedad de producto en el corto y medio plazo?

● Como ya he mencionado anteriormente, este año comenzaremos con la comercialización de una

nueva versión de Crossway GNC, en este caso de piso elevado, y se presentará la nueva Daily Model Year 2019.

■ La conectividad y la digitalización marcan la agenda del transporte. ¿Qué están haciendo al respecto?

● Hemos desarrollado herramientas telemáticas específicas para nuestros vehículos con el fin de ofrecer a nuestros clientes servicios de gestión de flotas y comunicación con el vehículo como son:

- ITxTP: Iveco Bus, como miembro fundador de la Asociación ITxTP (Information Technology for Public Transport), ha desarrollado una solución para la conexión "plug and play" de sistemas embarcados. El objetivo de la iniciativa ITxPT es promover la estandarización de los sistemas embarcados en vehículos para el transporte de viajeros, incluyendo el modo de instalación, funcionamiento y las funciones de BackOffice derivadas. ITxPT pretende ir más allá de la mera normalización de sistemas embarcados en el transporte público. Su instalación supone la integración un banco de pruebas en el vehículo capaz de definir, probar, evaluar y exponer soluciones IT.

- Intellibus: es una solución de diagnóstico remoto que permite enviar la información obtenida direc-

tamente de la línea CAN BUS del vehículo (testigos en el salpicadero, incidencias de funcionamiento, anomalías) a las instalaciones del cliente para la monitorización del funcionamiento de los vehículos. El Sistema GPS nos da la posición del vehículo en tiempo real y la guarda para su posterior análisis.

- Fleetweb: es un sistema de gestión de flotas orientado a la utilización que se hace del vehículo. Mediante indicaciones de conducción, Geo Fencing, informes de consumo de combustible, gestión de horas de conductor, tarjeta de puntuación del conductor, servicio remoto de descarga de tacógrafo, posicionamiento frecuente y KPIs de conductor, se monitoriza al detalle el uso del vehículo para que el cliente pueda analizar y mejorar el comportamiento de sus vehículos reduciendo así el coste total de operación de su flota.

■ Están produciéndose cambios en el Grupo, en las capas más altas de su estructura. ¿Tendrá alguna incidencia sobre nuestro mercado?

● Son reestructuraciones habituales en empresas del tamaño de la nuestra, siempre con el fin de optimizar los procesos, pero a nivel funcional con nuestros clientes no supondrá ningún impacto de relevancia.

IVECO BUS

EL MUNDO SE MUEVE CON NOSOTROS





COMFORT LABEL
busworld europe



WINNER
Sby
Sustainable Bus Award
INTERCITY 2018



IBC
2017
Winner



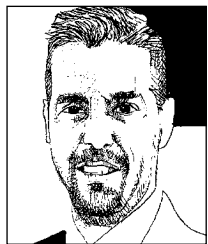
MINIBUS
OF THE YEAR
2017



**IVECO
BUS**

Tu socio para el transporte sostenible

“Entrevista



Alberto Linares es ingeniero Técnico Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid. En 2012 se incorpora a Scania y, desde 2017, es el director comercial de Scania Ibérica, la filial de la marca en España y Portugal.

SCANIA AB es un fabricante sueco de camiones pesados, autobuses y motores diésel, propiedad del Grupo Volkswagen, establecido en Södertälje. Es una empresa mundial que ofrece ventas y servicios en más de 100 países. También ofertan servicios financieros en numerosos mercados, con unidades de producción ubicadas en Europa, Sudamérica y Asia.

■ Valoración del balance del año. ¿Es lo que esperaba en cuanto al mercado y en cuanto al resultado de Scania?

● Yo creo que ha habido un cambio de estrategia en Scania a nivel de buses. La verdad es que cuando confeccionamos nuestros planes de negocios, siempre intentamos trabajar para estar entre los tres primeros del mercado, y eso para nosotros es cumplir el objetivo. El año 2018 ha sido muy bueno, a nivel de resultado general. En matriculaciones hemos terminado terceros, muy cerca de MAN. Matriculamos 500 unidades, lo que más o menos coincide con el objetivo que nos habíamos marcado. Luego, otro punto que nos permite tantear lo que va a venir durante los próximos meses son los pedidos a fábrica y, lo cierto es que el año pasado fue un año récord. Hicimos pedidos a fábrica por 700 unidades, entre bastidores y vehículos integrales, lo que nos coloca como un mercado preferente dentro del Grupo.

■ Dentro del contexto europeo, ¿qué supone la filial española?

● El mercado español para Scania es el primer mercado europeo, doblando a la cifra del segundo, Reino Unido. Si nos metemos en el ámbito mundial, somos el tercer mercado. El primero es siempre Irán, que pueden tener en torno a 1.000 pedidos, luego viene Brasil, con unos 800 pedidos. México y España siempre solemos disputarnos el tercer puesto. Si nos aislamos en el negocio de buses es evidente que lo que aquí pasa tiene mucha influencia, los resultados dependen mucho de lo que hagamos en España.

■ Eso, a parte de un reto, es quizás un poco de presión añadida.

● Tiene sus ventajas e inconvenientes. Es un reto, pero te permite ser un mercado pionero. Muchos de los desarrollos de productos nuevos que hacemos los realizamos teniendo en cuenta el clima de España, que no es el clima de Suecia. Las configuraciones de los vehículos están hechas para

clientes españoles, y prueba de ello es el GNL, que tiene una configuración de un operador de aquí. Tenemos en cuenta el impacto que podemos tener a nivel europeo y mundial, pero a la vez, esto nos permite tener esos privilegios de participar proactivamente en proyectos nuevos.

■ ¿Y en cuanto a los resultados por volumen de negocios y cuota de mercado por segmentos?

● El año fue a nivel de matriculaciones muy bueno en el segmento de urbano. Hemos terminados en tercera posición, con una penetración por encima del 15%. Tenemos productos muy fiables de gas en los principales operadores del Consorcio, como EMT Madrid. También estamos haciendo una estrategia muy fuerte para impulsar nuestro vehículo de gas, porque nos está dando muy buenos resultados. En cercanías hemos terminado segundos, con 98-100 coches; tuvimos mucho éxito en el pasado porque estábamos solos con nuestro híbrido de clase II. Aunque ahora está todo más competido con Irizar, creo que tenemos un portfolio muy amplio, sobre todo en lo relacionado con sostenibilidad. La parte del discrecional, ha bajado bastante,

aproximadamente un 10% en comparación a 2017, pero aun así hemos terminado líderes de mercado con 278 unidades.

■ Ha mencionado la competencia de Irizar en el segmento suburbano, pero no ha mencionado a los fabricantes chinos. ¿A qué se debe?

"La tendencia es ir hacia lo integral, los grandes operadores cada vez lo demandan más, pero todavía a día de hoy sigue siendo un mercado tradicional de chasis con carrocería"

● No es que no les consideremos competencia, pero nosotros con lo que estamos trabajando mucho es con la parte del híbrido, y sobre todo con operadores que convocaban concursos. El feedback que

estamos recibiendo es que con los que competimos fuerte es con Irizar. Es cierto lo que comenta, hay fabricantes chinos que tienen un híbrido clase II, pero lógicamente ahora no tienen una gran penetración.

■ ¿Con qué talante afronta este 2019?

● Arrancamos con 183 unidades de cartera, así que en estos tres primeros meses los resultados parece que van a ir bien. También es cierto que va a ser un año de elecciones, y eso siempre puede crear un poco de confusión. Las expectativas para 2019 es que va a ser similar a 2018. El discrecional no está en su mejor momento, pero el mercado global sí que va creciendo, muy impulsado por el segmento del urbano. Yo creo que este primer semestre, sobre todo con el tema de las elecciones, el segmento del urbano va a impulsar el mercado, luego se irá diluyendo en el segundo semestre.

■ Aunque poco a poco van llegando vuestros vehículos integrales, el mercado es más de carrocería. ¿Cómo se mantiene esa relación con los carroceros cuando en algunos concursos son aliados y en otros competencia?

● La relación es muy buena con todos los carroceros, en el pasado seguro que también. Desde que llevo yo la dirección comercial, lo que intento ser es muy transparente con ellos. La tendencia es ir hacia lo integral. Los grandes operadores cada vez lo demandan más, pero todavía a día de hoy el nuestro sigue siendo un mercado tradicional de chasis con carrocería, sobre todo en el discrecional. Lo que intentamos es tener una oferta complementaria, porque de fábrica no dispones de esa opción de adaptación. Dependiendo de las necesidades del cliente, intentamos tener un abanico de posibilidades lo más amplio posible.

■ ¿En qué momento se encuentra la amplitud de la gama de Scania? ¿Por dónde más puede crecer?

● Tenemos mucha variedad de productos, y hemos tenido un gran desarrollo en sostenibilidad. En el último año, si nos ceñimos a la gama de sostenibilidad, hemos lanzado cuatro productos al mercado. Algunos con más publicidad y otros con menos, un poco debido a las prisas y a las exigencias. La gama de sostenibilidad es grande, y no creo que vayamos a lanzar ninguna novedad este año. Es un momento de estandarización y consolidación.

■ En el segmento de camiones está pasando, y también en el de buses. Hay marcas que están totalmente convencidas de que el gas es una solución para larga distancia y algunas que no quieren ni escuchar oír hablar de eso.

● En España no hay ninguna apuesta clara por una o por otra. Es cierto que hay zonas como Madrid, Sevilla o Palma donde hay una preferencia por el gas; en cambio, en toda la zona norte la apuesta del híbrido prevalece y no quieren ni oír hablar del gas. Ahí es cuando nosotros debemos ser lo bastante hábiles e inteligentes para saber hacia dónde debemos ir y con qué producto ir. Apostamos por altas tecnologías, aunque es cierto que ahora no tenemos un vehículo híbrido clase I, y sabemos que ahí no podemos entrar, pero echando un vistazo al portfolio de vehículos que tenemos, hay mucho gas, mucho híbrido y al diésel todavía le queda un recorrido.

■ ¿Desea que la evolución del producto eléctrico vaya deprisa para poder venderlo cuanto antes? ¿Maneja alguna fecha?

● Por una parte, tengo muchas ganas de que llegue, pero por otra

Estamos en un momento de estandarización y consolidación

El mercado español para Scania es el primer mercado europeo, doblando la cifra del segundo, Reino Unido. Si nos metemos en el ámbito mundial, somos el tercero.

Estrategia

Una apuesta indudable por el gas

SI PENSAMOS EN autonomías largas, la única solución que puede ser sostenible con el medio ambiente es el gas. Con el híbrido si haces un recorrido de 400 kilómetros, cuando termine la carga de la batería por mucho que intentes cargarla en un trayecto, por ejemplo Madrid-Sevilla, no vas a poder. Con el eléctrico no se consiguen autonomías, ni siquiera en un trayecto urbano. Para nosotros ser los primeros en lanzar el gas ha sido una buena decisión. Tiene cosas muy buenas, como que el precio, que siempre se ha mantenido más estable que el diésel, y además, nosotros damos una autonomía que ronda los 1.000 kilómetros. Inicialmente el cliente que va a comprarnos este tipo de coche es un cliente que ya trabaja con gas y conocen muy bien como explotar el negocio, sus rutas y dónde colocarlo.



Scania nunca lanza un producto al mercado si no está segura de que va a funcionar. Esa es la filosofía de la marca. Estos coches llevan mucho tiempo probándose y cuando ya verdaderamente vemos que lo que probamos funciona en entornos reales, es cuando lo presentamos. Nosotros estamos desarrollando el vehículo eléctrico, de hecho tenemos en pruebas de cuatro o cinco unidades en condiciones climatológicas muy adversas. Esperamos que llegue en 2020, de hecho, los operadores grandes se lo demandan a las marcas continuamente. El año que viene esperamos tener un coche para testar, y estoy convencido de que va a funcionar.

■ **Dos palabras que marcan el devenir del transporte son la digitalización y la conectividad, ¿Qué están haciendo en concreto al respecto?**

● Servicios a medidas para el cliente, no para toda la flota, personalizar para cada autobús y cada conductor. Al final, cuando tienes un autobús conectado, obtienes mucha información, y eso tiene que ver con la confianza que tiene el cliente en Scania y en los concesionarios de la marca. Tenemos gente preparada en toda esta red, ellos están capacitados para ofrecer ese servicio a medida.

En definitiva, de lo que se trata principalmente es intentar que la empresa sea lo más rentable y eficiente.

■ **Da la impresión que esto ha sido una acción proactiva de parte de los fabricantes, ¿no es**

"Estamos desarrollando el vehículo eléctrico, de hecho tenemos pruebas de cuatro o cinco unidades en condiciones climatológicas muy adversas. Esperamos que llegue en 2020"

algo que está viniendo un poco impuesto por la corriente social de digitalizar todo?

● Yo pongo un ejemplo, el tacógrafo: un cliente que tenga dos autobuses y obligue al autobús a venir a la base, meter el pincho, descargar los datos, almacenarlos en un ordenador, a lo mejor inviertes una hora por autobús al mes. Una flota que tenga 100 o 200 y

que tenga la posibilidad de que el autobús por sí solo se descargue los datos, mientras que Scania sea la encargada de guardarlo, rentabiliza mucho el tiempo. Si hablamos de combustible, son increíbles los resultados que tenemos con los sistemas de ayuda a la conducción. Con que consigas ahorrar medio litro de gasoil, por toda la flota, por todos los meses, es mucho dinero. Ya empezamos a hacer cursos de conducción de los chóferes, monitoreo de los vehículos, anticipación de averías... Esto se basa en tres palabras: rentabilidad, eficiencia y soluciones muy a medida.

■ **¿Qué va a pasar en cinco años y dónde va a estar Scania en esos cinco años?**

● El desarrollo tecnológico es brutal, y el concepto de transporte de pasajeros, como lo conocemos a día de hoy, seguramente vaya a cambiar, y hay ejemplos muy concretos, como la conducción autónoma, pero si estos no vienen acompañados con cambios de legislaciones, pues es muy difícil que ese tipo de transporte llegue a materializarse en entornos urbanos. Ya hay clientes que en entornos cerrados están trabajando con vehículos autónomos, precisamente para arreglar su eficiencia, reducir costes y demás. Nosotros,



como siempre, estaremos si se puede en el objetivo de los tres primeros del mercado, desarrollando nuevos productos, herramientas, servicios, siendo pioneros para ayudar a nuestros clientes a dar ese

paso. El mundo del autobús es un mundo muy tradicional y cuesta el cambiar, esperamos seguir siendo pioneros de ese cambio, aportando posibles soluciones y ayudando a nuestros clientes.



KING LONG

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

- ✓ Ingeniería autoportante
- ✓ Nº1 en Seguridad ★★★★★
- ✓ Carrocería anticorrosión
- ✓ Aire acondicionado para climas extremos
- ✓ Tecnología avanzada
- ✓ Motor Euro 6 233kW (320CV)

- ✓ 70 puntos de servicio en España
- ✓ Asistencia 24 horas



PRUEBA DE CHOQUE FRONTAL TRANSMISIÓN AUTOMÁTICA




www.kinglong.es

MIDIBUSES KING LONG:
LÍDERES DE VENTAS EN SU SEGMENTO
ESPAÑA 2018

“Entrevista



Javier Calleja tiene una amplia experiencia comercial en sectores de la industria del transporte. Durante los últimos 20 años fue socio de Bain & Company, una empresa de consultoría global líder. Actualmente es el CEO de Solaris.

SOLARIS BUS & COACH S.A. es un fabricante líder en Europa de innovadores vehículos para el transporte público, tales como autobuses, trolebuses y vehículos urbanos sobre rail. Está a la vanguardia de la movilidad eléctrica, ofreciendo una amplia gama de autobuses de baterías. El nuevo Solaris Urbino 12 electric fue galardonado con el premio "Bus of the Year 2017".

La empresa surgió de la compañía Neoplan Polska establecida en 1994. Se lanzó una instalación de producción en Bolechowo-Osiedle, cerca de Poznań en 1996. El primer autobús de piso bajo producido en Bolechowo salió de la línea de ensamblaje el 22 de marzo de 1996 y es esta misma fecha la que se entiende como el inicio de la historia de la empresa. En 1999 se estrenó el primer autobús urbano de la marca Solaris: el Solaris Urbino 12. Desde su fundación, la fábrica de Bolechowo ha producido cerca de 17 000 vehículos que circulan por las carreteras de 32 países.

Solaris acaba de incorporarse al Grupo CAF. ¿Qué espera aportar?

● Sin duda, nuestra contrastada solvencia y la fiabilidad en el campo de la movilidad eléctrica urbana. Hace algunas semanas, Solaris alcanzaba la cifra de 10 millones de kilómetros rodados en eléctrico, lo que evidencia el recorrido y la experiencia de nuestra empresa en este ámbito. Son precisamente esta visión de la movilidad y estas cualidades las que esperamos aportar a Grupo CAF.

¿Cómo será el proceso de integración con la otra marca del Grupo?

● La entrada de Solaris en CAF viene a afianzar la apuesta estratégica del Grupo, en torno a las soluciones de movilidad urbana para nuestras ciudades. La suma de fuerzas de ambas marcas nos coloca en España en una posición privilegiada para ganar la batalla a los grandes retos que se nos plantean en nuestras ciudades.

La oferta de producto, ¿es complementaria? ¿En qué puntos coincide?

● Efectivamente, la oferta de ambas marcas nos permite cubrir prácticamente todas las necesidades que las operadoras y potenciales clientes puedan tener en el ámbito de la movilidad sostenible. Nuestra oferta de producto es sin duda una de las más potentes y completas del mercado.

¿Cuál es su valoración del año 2018 para Solaris en nuestro país?

● Vamos afianzándonos también en España como un referente como proveedor de soluciones de movilidad urbana. A su vez, la integración en el Grupo CAF nos permitirá los próximos años crecer de forma importante en España. Es sin duda un mercado objetivo para nosotros.

La apuesta de la marca por la propulsión eléctrica, desde hace más de una década, va dando sus frutos.

● Empezamos a comercializar vehículos híbridos en 2006 y autobuses 100% eléctricos en 2011. Esta apuesta estratégica efectivamente, va dando sus frutos. En la actualidad, nuestros vehículos eléctricos circulan por carreteras de 16 estados y 38 ciudades del Continente, posicionando a Solaris como uno de los mayores fabricantes de vehículos eléctricos de Europa. Esto es algo que en nuestro país ya han podido contrastar operadoras como Transportes Municipales de Barcelona (TMB), que el pasado mes de noviembre puso en servicio tres autobuses Solaris de 18 metros con propulsión 100% eléctrica, con carga por pantógrafo.

Aspiramos a fortalecer nuestro liderazgo en movilidad eléctrica

Nuestra cuota de mercado en Europa es extraordinaria con un posicionamiento muy fuerte en países como Polonia, Alemania, Italia, Rumanía o República Checa.

Su presencia en mercados europeos es muy importante, como por ejemplo en Alemania. ¿Aspiran a esas mismas cifras en España?

● Efectivamente nuestra cuota de mercado en Europa es extraordinaria con un posicionamiento muy fuerte en países como Polonia, Alemania, Italia, Rumanía o República Checa. Estamos convencidos de

¿Qué necesitan para despegar definitivamente en nuestro país?

● El respaldo del Grupo CAF será de gran ayuda para ello. Ahora que lo tenemos, nos resultará más sencillo poder acercar nuestra oferta de productos a empresas operadoras, consorcios de transporte y administraciones públicas del país.

¿Puede repasar la actual oferta de producto?

● En Solaris producimos el modelo Urbino como autobús urbano de piso bajo integral en medidas 10,5, 12 y 18 m, y con líneas motrices eléctricas, híbridas, de gas natural y diésel. Además, fabricamos trolebuses; el modelo Trollino (somos líderes de este segmento en Europa). Por otro lado, como vehículos de cercanías, disponemos del modelo Urbino Low Entry de 9, 12 y 18 m (en versiones diésel, híbrida o eléctrica), y el Interurbino, un modelo con bodega bajo el piso, y hasta 55 plazas. Por último, completamos el portfolio con nuestros autobuses de pila de hidrógeno.

¿Está previsto que lleguen a nuestro país otros modelos?

● Sí. Toda la oferta de productos de Solaris es susceptible de comercializarse en España.

En la actualidad, ¿cuál es la red de servicio de Solaris en España?

● Desde Solaris Ibérica ofrecemos a nuestros clientes una amplia gama de productos y servicios como proveedores globales de soluciones de movilidad sostenible que somos. Nuestra gama de productos de movilidad urbana e interurbana, nuestros servicios de mantenimiento y asistencia técnica, servicios de financiación, gestión de proyectos de electromovilidad llave en mano, etc. En resumen, ponemos a disposición del mercado todas las herramientas que consideramos clave en nuestro intento por ayudar a nuestros clientes a prepararse y dar el salto a la movilidad eléctrica.

Por último, ¿cómo espera que sea el transporte de pasajeros dentro de cinco años? ¿Dónde se encontrará Solaris para entonces?

● Se espera que para el año 2025 una parte importante de los urbanos que circulen por las grandes urbes europeas sean eléctricos. En este sentido, aspiramos a fortalecer nuestro liderazgo en movilidad eléctrica en el continente europeo.

"Nuestros vehículos eléctricos circulan por carreteras de 16 estados y 38 ciudades del continente, posicionando a Solaris como uno de los mayores fabricantes de vehículos eléctricos de Europa"

que España formará parte de ese grupo de países con gran presencia Solaris. Nuestro amplio portfolio de producto y servicios nos permitirán alcanzar esta posición.

Estrategia

Solaris muestra el Urbino 12

Solaris participó en la I edición del Sustainable Urban Mobility (SUM) Congress de Bilbao, un foro que se celebra bajo el título 'Moviendo las ciudades del siglo XXI' y cuyo objetivo es liderar la reflexión global sobre el futuro de la movilidad y su impacto en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en las urbes contemporáneas. En el marco de este congreso, más de 40 ponentes debaten sobre aspectos estratégicos para la construcción y consolidación de sistemas de movilidad urbana sostenible en torno a tres ejes temáticos: políticas públicas, tecnología e innovación y oportunidades para el desarrollo.

Los debates se completan con una parte expositiva en la que diferentes empresas relacionadas con la electromovilidad exponen sus propuestas: bicicletas, patinetes eléctricos o autobuses centran parte de esta zona de

exposición. Es allí donde solaris exhibe su modelo Urbino 12 Electric, un autobús que ofrece bajos costes de explotación para los operadores y permite una experiencia de viaje segura y cómoda para los usuarios, gracias a su espacioso y confortable interior.

Se trata de un autobús 100% eléctrico con autonomía para más de 200 kilómetros, producido en serie en la actualidad con el que Solaris aspira a convertirse en líder europeo en materia de electromovilidad. El vehículo ofrece las mismas posibilidades operativas que un autobús diésel, sin liberar emisiones nocivas. Un hecho que evidencia, además, la firme y contundente apuesta de la compañía por el medio ambiente. Desde 2011, el conjunto de la flota de Solaris ha rodado 10 millones de kilómetros en eléctrico. Un hito, alcanzado recientemente, que evidencia la experiencia y la solvencia de la empresa.



“Entrevista



Carme Vilá es licenciada en Administración y Gestión de Empresas por la Universidad Autónoma de Barcelona. Desde noviembre del año 1986 ocupa el cargo de directora general de Carrocerías Ayats.

Trabajar con las grandes marcas es de capital importancia

Desde siempre Ayats ha sido pionera en el diseño y la innovación de autobuses y autocares, que han permitido ofrecer unos vehículos de gran calidad, confortables y seguros.

CARROCIERÍAS AYATS SA es un carrocerero con sede en España. Los inicios de Ayats se remontan a 1905, cuando Joan Ayats Casas empieza a construir los primeros carruajes en Arbúcies (Girona), para el transporte de carbón con la ayuda de su mujer. De estos primeros años son las primeras carrocerías construidas, como las Lando, las berlinas y las Hispano Suiza, para terratenientes de la zona. Con el paso de los años, la empresa fue creciendo y especializando su producción, que quedó dividida en secciones profesionales, y sirvió como base para la futura producción en cadena.

■ **¿Cuáles serían los principales hitos en todos estos años de historia?**

● Desde siempre, Ayats ha sido pionera en el diseño y la innovación de autobuses y autocares, que han

permitido ofrecer unos vehículos de gran calidad, confortables y seguros. Durante las décadas de los 80 y 90, los principales hitos de Ayats fueron el desarrollo de nuestro primer vehículo integral y el gran crecimiento de nuestras exportaciones, que a partir de 1999 han representado cerca del 90% de nuestras ventas. En la primera década de los años 2000, abrimos nuestra segunda planta de producción en Tona y en 2005 cumplimos nuestro primer centenario como empresa. En el año 2015, abrimos nuestra tercera planta de producción y finalmente en 2018 finalizamos el desarrollo de nuestro primer vehículo eléctrico.

■ **¿Podemos decir que los tiempos convulsos han quedado atrás definitivamente?**

● No, en absoluto. Y no me refiero al sector de fabricantes de autobuses y autocares en sí mismo, sino a la convulsa situación económica que

seguimos viviendo, tanto a nivel europeo como a nivel mundial.

■ **¿Cómo asume Ayats el papel del segmento carrocerero nacional, frente a la evolución de los vehículos integrales?**

● Este extremo fue asumido hace tiempo.

■ **Ustedes ya disponen de la doble oferta. ¿Cuál será la tendencia en este sentido?**

● Mantenemos las dos versiones, estando preparados para cualquier eventualidad. Trabajar con las grandes marcas sigue siendo de capital importancia para nosotros.

■ **¿Cuál es su valoración del año 2018, ahora que acaba de finalizar?**

● Un año en el que hemos sacrificado parte de nuestra producción a cambio de estrategia de desarrollo de nuevos productos, que solo pue-

de valorarse positivamente, puesto que responde a inversión en futuro.

■ **¿Se han cumplido sus expectativas?**

● Sí, estamos satisfechos con los resultados obtenidos.

■ **En dicho escenario, ¿cómo afrontan este 2019?**

● Con ganas de constatar el resultado de los esfuerzos realizados durante 2018.

■ **Hablando de producto, ¿podemos esperar novedades a corto plazo?**

● Sí, presentaremos nuestras novedades en la feria de Bruselas. Estén atentos.

■ **¿Qué camino ha adoptado Ayats al respecto de las propulsiones alternativas?**

● Hemos desarrollado nuestro primer autobús eléctrico de doble piso,

el cuál ya puede ser visto circulando por Barcelona.

■ **¿Manejan la posibilidad de colaborar con otras empresas del Sector?**

● Nos definimos como una empresa dinámica y colaborativa y, por lo tanto, siempre estamos abiertos a propuestas interesantes. De hecho, ya hemos realizado y seguimos realizando colaboraciones puntuales.

■ **Por último, ¿cómo espera que sea el transporte de pasajeros dentro de cinco años? ¿Dónde se encontrará Ayats entonces?**

● Debido a la rápida evolución de otros sistemas de transporte, no esperamos un crecimiento del mercado de media-larga distancia. Por otra parte, a nivel de transporte urbano e interurbano, unido a las propulsiones alternativas, nuestro producto se presenta como una gran alternativa. Y ahí nos encontrarán.



Desde 1992 haciendo camino juntos

Tarifa Huelva Málaga Cádiz Sevilla Córdoba Madrid Burgos Bilbao Irún



Catamarán
Bahía de Cádiz



Andújar - San Roque
La Línea de la Concepción



Estaciones:
Cádiz y Andújar

www.socibus.es



“Entrevista



Anno Dirksen es el director general de VDL para España. Hace apenas un año que la filial española se puso en marcha, y su valoración de este periodo es más que positivo, con la vista puesta en el futuro con gran optimismo.

LA LLEGADA DE VDL a España con filial propia se produjo hace poco más de un año, en un nuevo intento de la compañía holandesa por hacerse un hueco en nuestro mercado. Y los resultados de este primer ejercicio, a juicio de su director general, han sido muy positivos. Tanto, que la apuesta de la central seguirá en aumento, con más oferta de producto.

■ ¿Cómo valora los resultados de VDL en España al cierre del ejercicio 2018?

● 2018 fue el año de lanzamiento de VDL Bus & Coach en España. Hemos progresado seriamente y estamos muy satisfechos con los resultados que obtuvimos en 2018. La visibilidad de VDL está aumentando en toda España y, con la introducción de la nueva cadena cinemática en el Futura, tenemos una propuesta aún mejor para los clientes españoles.

■ La evolución de dichas cifras, ¿es satisfactoria para la marca?

● Como he dicho antes, sí. Por supuesto, todavía están en un nivel modesto, pero aumentan constantemente y forman una base para un mayor crecimiento en 2019.

■ ¿Cuál fue su volumen de negocio?

● Hemos comercializado 25 productos VDL los primeros 12 meses de nuestra presencia en España.

■ ¿Cómo se posiciona el mercado español dentro del contexto europeo de la compañía?

● El mercado español se encuentra en el segmento de autocares entre los tres mercados más grandes de la UE, lo que significa que es un mercado muy interesante para VDL. Al mismo tiempo, España tiene su propia dinámica de mercado con productos tanto integrales como de chasis, algo que apenas vemos en otros mercados centrales de la UE. VDL Bus & Coach tiene la posibilidad de ofrecer tanto productos integrales como chasis.

■ ¿Cuáles son las perspectivas para este 2019?

● Nuestra ambición para 2019 es crear una mayor conciencia de la marca en el mercado español, demostrar la alta calidad de los autocares VDL a los operadores de autobuses españoles y, por supuesto, aumentar nuestros volúmenes en autocares integrales, chasis y vehículos usados.

■ Han apostado por el autocar completo. ¿Cuál es su relación con los carroceros?

● Sí, es correcto que ponemos mucho énfasis en el autocar integral. Sin embargo, el negocio de chasis es una parte integral de nuestra estrategia para el mercado español. En nuestra opinión, es importante tener una buena relación comercial con los carroceros españoles para poder satisfacer las demandas y solicitudes de los clientes españoles a este respecto.

■ Hablemos de producto. ¿En qué momento se encuentra la gama de VDL?

● La consideramos en la fase madura debido a la integridad de la gama y, por lo tanto, VDL tiene una solución para cada tipo de necesidad de transporte. Aunque se encuentra en esa fase de madurez, continuamente estamos innovando y mejorando nuestros productos.

■ ¿Podemos adelantar alguna novedad de producto en el corto y medio plazo?

● Acabamos de presentar nuestra nueva cadena cinemática para nuestra gama Futura, que es un desarrollo interesante para los operadores de autobuses en España. Especialmente en lo que respecta al costo total de propiedad, ya que logramos reducir el consumo de combustible y los costes de mantenimiento y reparación de manera sustancial, al igual que el peso del vehículo. Reforzamos nuestra posición como

Nuestro objetivo es llegar a una cuota sostenible cercana al 10%

Acabamos de presentar nuestra nueva cadena cinemática para la gama Futura, que reduce consumo y emisiones. Apostamos por la doble oferta para larga distancia de integrales y chasis.

referencia en consumo de combustible para nuestra gama completa de autocares. Ser parte de la empresa familiar VDL Groep, con un total de 102 empresas impulsadas por la tecnología y la producción, nos da una fortaleza adicional para hacer productos que sean siempre innovadores y que cumplan con los más altos estándares de calidad.

"Todos nuestros urbanos de cero emisiones Citea de VDL están conectados para monitorizar la prestación del vehículo, y maximizar su tiempo de actividad"

■ ¿La gama se irá ampliando paulatinamente?

● Especialmente en el mercado del transporte público, estamos adaptando nuestro producto a las demandas y solicitudes de nuestros socios y hemos hecho un cambio importante a la movilidad eléctrica dentro de nuestra oferta de

productos. Actualmente tenemos cinco tipos diferentes de autobuses eléctricos en el mercado y, durante los últimos tres años, VDL es líder del mercado en Europa en autobuses eléctricos de transporte público.

■ La pregunta del millón: ¿para cuándo llegarán sus urbanos a nuestro país?

● Todavía no nos hemos acercado activamente al mercado español, ya que nos centramos principalmente en establecer primero nuestro negocio de autocares. Al mismo tiempo, hemos notado un enfoque muy profesional por parte de los grandes operadores de transporte público con respecto a la emisión cero. Por supuesto, estamos en contacto con los operadores para compartir ideas y opiniones, y esto nos ayudará a evaluar nuestros próximos pasos.

■ En esa gama de urbanos, VDL dispone de eléctricos e híbridos. ¿Qué energías alternativas están disponibles en el Futura?

● Para este momento, con respecto a la gama Futura, nos centramos en los motores diésel y HVO, que es un diésel sintético que reducirá casi el 90% de las emisiones de CO₂.

■ La conectividad y la digitalización marcan la agenda del transporte. ¿Qué están haciendo al respecto?

● VDL considera claramente la conectividad como el futuro de nuestros productos. Todos nuestros autobuses urbanos de cero emisiones Citea de VDL están conectados para monitorizar la prestación del vehículo, con el objetivo de maximizar su tiempo de actividad. La gama VDL Futura Coach es 'Connected Ready', ya que todos están equipados con un conector FMS para leer los datos más importantes del vehículo. El siguiente paso es tener la posibilidad de entregar nuestros autocares con la unidad ZF Bach de vanguardia. Esto ofrece una plataforma VDL a medida en combinación con una arquitectura de *software* abierta para aplicaciones específicas del cliente.

■ Por último, ¿cómo prevé que será el transporte de viajeros dentro de cinco años? En dicho escenario, ¿cómo se posicionará VDL España?

● ¡Esperemos que siendo una parte cada vez mayor en el mercado! Nuestra ambición en España es una cuota de mercado sostenible de, al menos, el 10%. Con un segmento de larga distancia en crecimiento, la necesidad de viajes en autocar de alta calidad y lujo y un enfoque cada vez más importante en el coste total de propiedad, entendemos que nuestro producto es una opción muy valiosa para los productos existentes en España.

Estrategia

El nuevo Futura, mejorado en distintos aspectos

LA COMPAÑÍA VDL presentó el pasado verano, para toda Europa, la nueva gama del Futura FDD2, que como estaba previsto, llegó a nuestro país a finales del año. Durante la presentación de la serie en Holanda, a la que asistió NEXOBUS, el director ejecutivo de la compañía, Henk Coppens, ha destacado que seguir con los avances en los modelos diésel para hacerlos más sostenibles es uno de los objetivos de VDL. Del nuevo Futura, en el que han vuelto a confiar en los motores DAF y las cajas de cambio XF, también destaca su peso, hasta 100 kilos más ligero.

Además de ser más ligero, la distribución de los componentes permite un 6% de ahorro en el man-

tenimiento. De hecho, una de las principales mejoras del modelo es en el peso y la reubicación de los componentes para poder obtener un maletero más espacioso y cómodo. La nueva disposición del compartimento del motor ha supuesto un considerable ahorro de peso.

El sistema de postratamiento del escape, que ahora es aproximadamente 50 kilos más ligero y ocupa un 40% menos de volumen, es un contribuyente significativo en este sentido.

Para el VDL Futura FDD2, este sistema ha mejorado el acceso al maletero. El ZF Traxon también es 20 kg más ligero que su predecesor. Todo el ahorro de peso se ha logrado detrás del eje trasero.



“Entrevista



Pablo Rodríguez Rodríguez es el jefe de ventas de Unvi S.A. Estudió Ingeniería industrial en la Universidad de Vigo y acaba de cumplir tres años como jefe de ventas en Unvi, carrocerero gallego de referencia.

UNVI nació en 1995 y actualmente forman parte de la empresa unos 400 empleados. Cuenta con dos plantas que suman 40.000 m² y proporcionan una capacidad productiva anual de 700 unidades", según Pablo Rodríguez.

■ ¿Cuáles serían los hitos principales en todos estos años?

● Es difícil resumir los casi 25 años de historia en unos pocos hitos, pero yo destacaría la adquisición de nuestra segunda planta, Camo en Oporto, el éxito comercial de nuestra carrocería SIL en mercado asiático y el lanzamiento de nuestro primer doble piso turístico eléctrico integral.

■ ¿Cuál es su valoración del año 2018?

● Ha sido un año irregular. El mercado de micros y midis, en el que Unvi tiene una considerable

presencia, ha retrocedido de media un 25% en matriculaciones y se ha notado. Por el contrario, otros segmentos como del Doble Piso en todas su versiones (turístico, intercity clase II y clase III) siguen creciendo y Unvi sigue consolidando su presencia.

■ ¿Son los resultados esperados?

● No esperábamos una caída tan pronunciada de las matriculaciones en micros y midis. En el doble piso, sin embargo, los resultados se han consolidado.

■ ¿Cuál es el objetivo para 2019?

● Esperamos que poco a poco el diesel vaya cediendo cuota a otros medios de propulsión.

■ ¿Cómo evoluciona su presencia internacional?

● Unvi tradicionalmente ha tenido una vocación exportadora, con

presencia consolidada en mercados como el Reino Unido, Francia, Alemania o Italia. En los últimos

"Todos nuestros urbanos de cero emisiones Citea de VDL están conectados para monitorizar la prestación del vehículo, y maximizar su tiempo de actividad"

años se han incorporado nuevos mercados como el asiático.

■ ¿A qué países exportan y qué

porcentaje supone esta actividad dentro del global?

● Nuestra presencia es muy estable en Inglaterra y Francia. Actualmente trabajamos de forma regular y con mercados asiáticos y otros mercados europeos. Aproximadamente tres cuartas partes de la facturación de Unvi viene de la exportación.

■ A nivel de producto, ¿qué novedades podemos esperar a corto plazo?

● En breve tendremos en el mercado soluciones sobre plataformas con tecnología GNC. Este año además presentamos una nueva carrocería de dos pisos en clase III. Un vehículo de gran capacidad de pasajeros y equipado con todo lo necesario para proporcionar una excelente experiencia de viaje al usuario.

■ ¿Cuáles son sus modelos con mejor mercado?

● Sin duda el doble piso abierto de uso urbano turístico, segmento en el que Unvi es líder europeo, es uno de nuestros pilares comerciales. En los últimos años además se ha incorporado a este éxito el nuestro doble piso cerrado clase II y clase III.

■ ¿Trabajan con otras propulsiones alternativas al diésel?

● Si, en breve presentaremos soluciones sobre plataformas GNC.

■ Por último, ¿cómo prevé el futuro en cinco años del transporte de viajeros en vehículos medianos? ¿Dónde estará Unvi?

● Nos espera un periodo de inmensos cambios. La llegada de nuevas tecnologías de propulsión, tecnologías para la asistencia a la conducción, cambios regulatorios en el acceso a los entornos urbanos, mejoras en seguridad... harán de los próximos años un periodo emocionante.



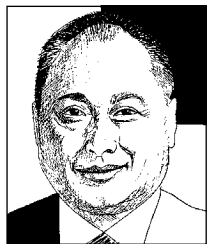
La transmisión líder en el mundo...
y muy cerca de ti.

Ya sea Barcelona o Pekín, Nueva York o Londres, ciudades, flotas y pasajeros confían en la seguridad que ofrecen las transmisiones automáticas Allison. Nuestra probada fiabilidad nos ha convertido en el proveedor líder global de tecnología de transmisiones para autobuses. Allison ofrece la más amplia gama de modelos, utilizados por más fabricantes que ningún otro competidor, en países de todo el mundo. Las cajas automáticas Allison aseguran cambios suaves, reducidos costes operativos, una durabilidad inigualable y un importante ahorro de combustible gracias a innovadora tecnología FuelSense®. El mundo confía en Allison ¿y tú?

allisontransmission.com



“Entrevista



Isbrand Ho es un ejecutivo experimentado en energías renovables. Ha trabajado en compañías como Woodward, Motorola, Neosonic o Grace Semiconductor Manufacturing Corporation. Desde el año 2013 es el director general de BYD

LA COMPAÑÍA BYD es una multinacional de alta tecnología líder fundada en 1995 y que cotiza en la Bolsa de Hong Kong y la Bolsa de Shenzhen. Ahora opera en los cuatro campos principales de TI, automotriz, nueva energía y tránsito ferroviario que se han expandido de una compañía que solo produce y comercializa pilas recargables. BYD se dedica a diseñar autobuses eléctricos que buscan la confianza de los operadores de flotas de autobuses en soluciones rentables a largo plazo.

■ ¿Cuál es su opinión sobre el desempeño de BYD en España durante 2018?

● 2018 fue un año exitoso para BYD en términos de pedidos de ebus. En abril consiguió su primer pedido de flotas de autobuses de ocho ebus para España. BYD y Tusgsal firmaron un contrato por 12 millones de euros de la ciudad de Badalona en la provincia de Barcelona. Los autobuses pronto serán entregados. A principios de 2017, BYD ya había entregado un ebus de 12m a EMT en Valencia. En julio de 2018, BYD fortaleció su posición en España al confirmar su segundo pedido de flota de autobuses eléctricos. Pronto se entregarán a Badajoz 15 ebus eléctricos puros de 12m. Serán operados por Tubasa, que pertenece al Grupo Ruiz.

■ Se hace notar el compromiso con la energía eléctrica. Los resultados, ¿son los esperados?

● Los resultados con nuestros ebus son buenos. Tenemos miles de ebus a nivel mundial y han demostrado ser fiables y seguros. Hace unas semanas, BYD Company produjo su ebus n° 50.000 a nivel mundial, lo cual es un gran hito. En Europa, actualmente somos el proveedor número uno de autobuses eléctricos puros con una participación de mercado del 23%. Tenemos clientes de los países nórdicos: Suecia y Noruega con inviernos fríos y severos, y al sur en Italia y España. Y clientes del Reino Unido a Israel, donde los veranos son extremadamente cálidos. Nuestros ebus han demostrado tener un gran rendimiento en condiciones climáticas extremas.

■ ¿Es posible que ofrezcan otros tipos de propulsión en Europa?

● En Europa solo ofrecemos autobuses puramente eléctricos.

■ ¿Qué espera en 2019 para BYD en España?

● Hemos estado creciendo rápidamente en Europa el año pasado

y prevemos continuar nuestro crecimiento este año, tanto en España como en el resto de Europa.

■ ¿Cuál es su oferta actual en nuestro mercado?

● En España, al igual que en otros países europeos, ofrecemos 12 m, 8.7 m midi, 18 m ebus articulados y el autocar de 13 m.

■ ¿Están pensando en aumentar el rango?

● BYD en todo el mundo tiene más de 240.000 empleados, de los cuales más de 22.000 son ingenieros de investigación y desarrollo. Su trabajo está dedicado al desarrollo de tecnologías de baterías nuevas y aún más innovadoras. Se pueden anticipar considerables mejoras en la eficiencia de los autobuses eléctricos, particularmente en el área de la química de la batería. Las baterías BYD de hierro-fosfato ya tienen algunas de las densidades de potencia de energía más altas disponibles y ahora están equipadas con el sistema de gestión térmica de baterías líder de BYD, que tiene un excelente efecto de intercambio de calor. Esto puede reducir efectivamente la degradación de la batería, ayudando así a extender la vida útil de la batería y contribuyendo a un rango de con-

ducción del bus significativamente mayor. Puede estar seguro de que, como desarrollador y proveedor de baterías líder mundial, BYD se mantendrá a la vanguardia de los avances tecnológicos.

■ ¿Estos productos, vienen de su planta francesa?

● En Europa tenemos dos plantas de fabricación de ebus de

"Se pueden anticipar considerables mejoras en la eficiencia de los autobuses eléctricos, particularmente en de la química de la batería"

BYD y una fábrica conjunta con Alexander Dennis en el Reino Unido. Nuestras plantas BYD están ubicadas en Komarom, Hungría y Beauvais, Francia. Los autobuses construidos en Komarom operarán en toda Europa. El mercado de autobuses francés será atendido

Estrategia

Entrega de 200 buses eléctricos a Xi'an

DOSCIENTOS ES el número de unidades eléctricas de autobuses de dos pisos que BYD entregará a la ciudad china de Xi'an. El fabricante con sede en Shenzhen lanzó el 29 de enero la flota de autobuses de dos pisos más grande del mundo. BYD K8S se presentó a finales de 2016. La tendencia hacia la electrificación de la flota de autobuses de dos pisos también está en marcha en el Reino Unido.

Xi'an es un centro clave de la 'Iniciativa Belt & Road' de China (y el punto de partida de la histórica Ruta de la Seda). La flota de 200 autobuses eléctricos de dos pisos se pondrá en funcionamiento en seis líneas en la ciudad alrededor del Festival de Primavera de China, entre los cuales 100 autobuses eléctricos empezaron a funcionar en las líneas 284, 608 y 609 el 30 de enero, y los 100 autobuses restantes también darán servicio. Estos autobuses no serán los pri-

meros BYD con cero emisiones en funcionamiento en la ciudad. Xi'an lanzó 1.100 autobuses eléctricos BYD en 2016 y se entregó un lote adicional de 1.900 e-buses en 2018, lo que eleva el número de autobuses eléctricos BYD que circulan en la ciudad a 3.000. Ahora es el turno de los autobuses eléctricos de dos pisos, modelo K8S, que ya están en funcionamiento en las ciudades chinas de Shenzhen, Guilin, Huai'an, Jingdezhen y Pingtan. Este modelo se lanzó a finales de 2016 y la primera entrega tuvo lugar en Shenzhen.

En el otro lado del océano Atlántico, en los Estados Unidos, ADL también se está asociando con Proterra para la puesta en marcha de un autobús eléctrico de dos pisos para ciudades estadounidenses. Foothill Transit, de hecho, ya ha ordenado sus primeros autobuses de dos pisos. Los autobuses serán realizados por Alexander Dennis y saldrán a la carretera desde este mismo 2019.



Nuestros ebus han demostrado tener un gran rendimiento

BYD se esfuerza por electrificar todos los sistemas de transporte público urbano, contribuir a construir ciudades con bajas emisiones de carbono y brindar un estilo de vida con bajas emisiones de carbono a las personas.

por nuestra planta en Beauvais. Si recibiéramos pedidos de ebus en España en el futuro, es muy probable que se construyan en Hungría utilizando, como ya lo hemos hecho, un gran número de componentes europeos probados y bien aceptados.

■ ¿Cuál es tu red de posventa en España?

● Hemos establecido una extensa red de servicios en toda Europa, con talleres locales en los Países Bajos, el Reino Unido, Bélgica, España, Portugal y más. Debido a nuestros procedimientos de capacitación exhaustivos, permitimos que nuestros socios de servicio brinden a los clientes un servicio de alto nivel y un conocimiento profundo de los vehículos BYD. De esta manera podemos garantizar a nuestros clientes el servicio de calidad BYD donde sea necesario.

■ BYD está lanzando su gama completa de camiones eléctricos para Europa. ¿Qué sinergias puedes llevar adelante en este sentido?

● Este es un paso muy importante para BYD: la introducción de toda una gama de vehículos de emisiones cero probados y competitivos que abarcan sectores clave del sector

de vehículos comerciales. Nuestros productos puramente eléctricos anteriores han consolidado su posición en sus respectivas categorías: taxis, autobuses urbanos (ahora somos líderes en el mercado en Europa y recientemente hemos producido nuestro 50.000 ebus en todo el mundo) y carretillas elevadoras (este año esperamos haber completado entregas de 3.000 unidades a clientes europeos). Confiamos en que esta cuarta gama de productos, e-trucks, también tendrá éxito en las ventas, a pesar de que el sector europeo de camiones es sumamente competitivo.

■ Finalmente, ¿cómo esperar el transporte de pasajeros en cinco años? ¿Dónde estará BYD en este marco?

● La misión de BYD es cumplir los sueños 'verdes' de toda la humanidad mejorando el medio ambiente y haciendo que el mundo sea sostenible con tecnología propia. BYD se esfuerza por electrificar todos los sistemas de transporte público urbano, contribuir a construir ciudades con bajas emisiones de carbono y brindar un estilo de vida con bajas emisiones de carbono a las personas. Creemos que podemos hacer una diferencia en la vida de las personas.

EXPERTOS EN **ECO**MOVILIDAD

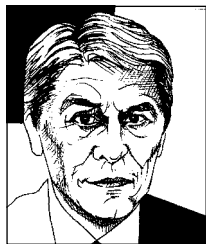
Nuestro compromiso con el futuro



 castrosua.com   

 **Castrosua**

“Entrevista



Antonio Bautista es el director general de Somauto, compañía que comercializa en nuestro país los vehículos del fabricante turco Otokar. Año tras año mejora sus resultados, con previsión de mantener su línea ascendente.

OTOKAR COMENZÓ SU actividad en el año 1963 como la primera empresa de fabricación de autobuses interurbanos de Turquía, bajo la licencia de Magirus Deutz, de Estambul. Sus vehículos están diseñados y desarrollados por un equipo de ingenieros cualificados, que se benefician del propio *software* de diseño de la compañía del estado de la técnica, así como la I+D y las instalaciones de prueba. En 2012, Otokar invirtió 12 millones de euros en I+D. La compañía emplea a más de 2.600 personas y está en servicio en más de 40 países repartidos en cuatro continentes. Los autobuses están diseñados para ser simples y funcionales. En esta entrevista, Antonio Bautista y su hijo, del mismo nombre, repasan la actividad de Somauto, la empresa que comercializa los vehículos de Otokar en nuestro país, analizando su actualidad, de la que se muestran sorprendidos ante el rápido crecimiento de la empresa, y mirando hacia el futuro, que se presenta prometedor y con una mayor oferta de producto.

¿Qué balance pueden hacer del año que acaba de terminar?

● Por nuestra parte, pensamos que ha sido bueno. Hemos incrementado las ventas un 20% respecto a 2017. En cuanto a la marca, hemos sacado el modelo nuevo, el Ulyso, que la verdad es que todas las unidades que pedimos en el año se vendieron antes de llegar y están gustando mucho. También hemos hecho un *reestyling* del Navigo, con un cambio muy apreciable, más moderno, más europeizado. En ventas de urbanos, seguimos ahí. Estamos desarrollando un vehículo eléctrico que presentaremos este verano. Y el cierre del año también nos ha dejado contentos en otros aspectos, pues hemos crecido en recambios y hemos abierto el taller, mejorando aún más el servicio que se estaba prestando.

¿Es más o menos lo que tenían previsto o ha sido mejor?

● Era la perspectiva con la que estábamos trabajando, más o menos, porque el cambio del Vectio al Ulyso sabíamos que iba a gustar, ya que a nosotros nos gustó mucho la línea que se le estaba dando y se ha hecho más o menos lo que teníamos pensado. Eran las previsiones que teníamos.

¿Cómo ha ido evolucionando Somauto de la mano de Otokar desde que empezó a trabajar en el Sector hasta ahora?

● Fue difícil al principio, como

casi siempre. Vendíamos a cuenta-gotas, pero la verdad es que hace cuatro años fue cuando empezamos a despegar. La gente ha estado contenta, se les ha prestado el servicio lo mejor que hemos podido, hemos intentado tener aquí el recambio siempre para no tener los vehículos paralizados. Cuando ha faltado algo, se ha buscado la manera de que fuese lo más rápido posible y, al final, creo que el cliente ha quedado satisfecho, lo que se refleja en el incremento de las ventas.

Somauto empezó su actividad con un nicho de mercado muy definido, pero en apenas 10 años el rango de la oferta de Otokar es muy completo.

● Otokar es una fábrica militar, y sigue teniendo mucho vehículo de estas características. Desde que se puso en marcha Otokar Europa, y sobre todo estos dos últimos años, está cambiando mucho la filosofía y se están diseñando vehículos orientados al mercado europeo, que es diferente al turco. Una línea más europea y unos acabados más acordes a como los demanda el cliente en Europa. Desde la marca se ha apostado muy fuerte por el mercado europeo y por eso están desarrollando la gama como les estamos indicando, escuchando a los mercados y recogiendo nuestras sugerencias para que el producto sea cada vez mejor.

Vamos a seguir ampliando la gama y potenciando el gas natural

Si el mercado sigue como esperamos, para dentro de cinco años duplicaremos la cantidad de ventas que tenemos a día de hoy. Lo suyo es llegar a una cuota en España entre un 5-6%.

¿De qué manera puede condicionar las estrategias empresariales la incertidumbre económica y política?

● Las dudas del cliente no podemos obviarlas. Somos conscientes que, en el vehículo urbano, el gasoil tiene un panorama cada vez más complicado. De hecho hay clientes grandes que siempre nos

culo de transporte privado, pero al vehículo de transporte público no. Puede ser una incertidumbre a nivel de urbano puro.

¿Considera Otokar asociarse con otras marcas?

● Otokar ha estado en conversaciones con otra marca, que estuvieron a punto de llegar a un acuerdo y comprar la marca para crecer en tamaño y no tener que estar desarrollando productos que ya estaban desarrollados. No tenemos noticias de nada, pero sabemos que es posible. No nos cogería por sorpresa que el grupo comprara alguna marca en algún momento determinado. Asociarse lo veo, complicado porque el grupo en 2015 facturó 30.000 millones de dólares, y por tanto tiene un músculo financiero más que suficiente, por lo que no creemos que entren en asociaciones.

¿Qué va a pasar con el problema de los usados?

● Nosotros no tenemos ese problema, porque no hemos firmado pactos de recompra. Años atrás había mucha demanda de usados porque no había dinero, no había usados en venta y la demanda subió mucho: la oferta era escasa y subieron mucho los precios. Ahora se está normalizando otra vez todo y el precio del usado ha caído bastante. Ahora tenemos cuatro

usados nada más, pero somos conscientes a la hora de recogerlo de su valor real. Al final el que tiene que irse concienciando del valor de los usados es el cliente, porque muchas veces surgen discrepancias a la hora de la transacción. Muchas marcas se han equivocado, han seguido así y vemos como están las campas llenas.

Por tanto, pretenden mantener esa política de no cerrar operaciones con *buy back*?

● Sí, porque tenemos el ejemplo de la problemática del camión. Hay marcas que se encuentran con que les entran 700 vehículos que habían tasado a unos precios muy elevados y que no saben qué hacer con ellos ahora mismo, no saben a qué mercado mandarlos.

Dentro de cinco años, ¿cómo creen que estará el Transporte por carretera? Y, en ese escenario, ¿dónde estará Otokar?

● El transporte urbano se va a ir electrificando, pero no va a desaparecer del todo el gasoil. Hay una puerta que ha abierto Mercedes-Benz, que es la hibridación para la arrancada. Una carga muy rápida y una descarga de unos 40 segundos, que al final va a reducir los consumos. Va a ser un camino que se podría seguir. En cuanto a larga distancia, seguirá predominando el gasoil porque no hay autonomía para que un transporte de carretera se pueda hacer a nivel eléctrico, ni dinero para invertir en un desarrollo de este tipo. Además, tenemos el problema de las baterías. Dicen que el gasoil contamina, pero una batería de litio, cuando haya que retirarla, también contamina e incluso más que el gasoil, posiblemente. Otokar creo que va a seguir en esta línea de desarrollo de vehículo. Si sigue como esperamos, espero que para dentro de cinco años dupliquemos la cantidad de ventas que tenemos a día de hoy. Duplicar la cuota de mercado. Lo suyo es llegar a una cuota entre un 5-6%.

Un objetivo ambicioso

● Debemos tener en cuenta que la línea de vehículos que teníamos que era muy limitada. Si nosotros ahora comenzamos a producir productos nuevos, significa que vamos a poder ir adquiriendo mayor parte de la tarta en segmento donde no podíamos entrar. Por lo tanto, no veo disparatado que podamos llegar a las 150.000 unidades dentro de cinco años. Efectivamente es ambicioso, pero obviamente no vamos a poner unos objetivos que se vayan a cumplir sin esfuerzo y trabajo.

"La confianza que tiene el transportista en nosotros hoy en día no es la que había hace 10 años. La gente ya confía, sabe que estamos detrás y que estamos respondiendo"

compran vehículos de gasoil y que ahora tienen muchas dudas, porque no saben si el concurso de dentro de dos años le va a permitir usar el vehículo de gasoil o les van a pedir un híbrido, un eléctrico o un GNC, y no van a poder trabajar con un coche que tiene dos años. En cuanto al discrecional no le veo problema, en Madrid han restringido el vehí-

Estrategia

Novedades para este ejercicio

ESTAMOS desarrollando una mayor gama de producto con propulsión GNC. Hasta ahora teníamos un 12 metros, del cual entregaremos en Abril nueve unidades a Jerez. Lo montábamos con motorización MAN y ahora lo estamos desarrollando con motorización Cummins para unificar ya todo el portfolio. Además del 12 metros, estamos desarrollando el 10.8, el nueve metros *low entry* y el 18 metros. En verano, presentaremos un *low entry* de 12 y 13 metros que, hasta ahora, solo teníamos en piso alto o piso bajo completo. Ahora vamos a tener el *low entry* en Clase II de 12 metros, un segmento de mercado que hasta ahora no estábamos tocando y ahora nos vamos a meter en ello.



BUSCAMOS SOLUCIONES PARA SU VIAJE DE NEGOCIO A TRAVÉS DE UNA INMEJORABLE CALIDAD DE SERVICIO



LÍDERES EN EL SECTOR DE VIAJES

Por experiencia, garantía y
calidad.



COBERTURA 365 DÍAS DEL AÑO

Siempre dispuestos
a ayudarle. Nuestro
departamento de atención
al cliente ofrece cobertura
los 365 días al año.



ATENCIÓN PERSONALIZADA

Desde nuestro
departamento de
asesoramiento y
consultoría le ayudamos
a planificar sus viajes.



SOLUCIONES TECNOLÓGICAS, SOLUCIONES RENTABLES

Soluciones globales
para entornos globales.



Empresas • Congresos • Eventos

direccionempresas_eventos@viajeseci.es

VIAJES *El Corte Inglés*

EMPRESAS

“Entrevista



Jesús Alonso es el director comercial de Vectia. Estudió Ingeniería Civil en la Universidad de Valladolid, su ciudad natal. Ha sido ingeniero de Diseño en Cidaut y director de Ventas de Volvo España, en la división de autobuses urbanos.

VECTIA apuesta con claridad por nuevas soluciones para el transporte urbano: autobuses ecológicos y eficientes para ciudades que están construyendo un futuro sostenible.

■ **¿Cuál es su valoración del año 2018, ahora que está cerca de finalizar?**

● Ha sido un año muy bueno para nosotros porque hemos afianzado nuestra presencia en el mercado. Hemos recibido un número muy importante de nuevos pedidos y estamos implantando soluciones de electromovilidad en diferentes ciudades como, por ejemplo, Pamplona o Irún.

■ **¿Se han cumplido sus expectativas?**

● Sí. Vamos a finalizar el año habiendo entregado más de 70 híbridos y eléctricos a diferentes clientes a lo largo del año pasado. En algunos casos, nos hemos ocupado del desarrollo de soluciones integrales en materia de electromovilidad. Actualmente, casi un centenar de unidades Teris y/o Veris de Vectia ruedan por diferentes ciudades españolas. Lo más importante para nosotros es satisfacer necesidades y expectativas que tiene el cliente del producto Vectia.

■ **¿Qué previsiones tienen para este 2019?**

● Consolidar la línea ascendente de 2018, completando los pedidos que se nos han encargado y sumar nuevos contratos, consolidando a Vectia como referencia en nuestro mercado en lo que a soluciones de electromovilidad se refiere. Además, como filial del Grupo CAF, complementamos la gama de productos y soluciones que aporta la compra de Solaris por parte del Grupo CAF.

■ **Algunas ciudades han apostado por su propuesta integral de servicio urbano. ¿A qué cree que se debe esto?**

● Nos significamos por ofrecer a nuestros clientes soluciones 'llave en mano', que tienen en la escalabilidad su valor diferencial y éste es uno de nuestros puntos atractivos. Nuestros vehículos pueden ser adquiridos como híbridos y evolucionar, paulatinamente, según lo requieran las necesidades del operador, hasta convertirse en modelos con una mayor autonomía eléctrica o, incluso, completamente eléctricos. Esta propuesta de valor trae consigo, además, un importante ahorro para nuestros clientes. Con lo cual, no solamente fomentamos la sostenibilidad am-

biental, sino también la económica, y esto puede influir decisivamente en que cada vez más ciudades estén apostando por nuestras plataformas y soluciones.

■ **¿Cuál son las primeras impresiones de Irún y Pamplona tras el inicio del servicio?**

● Con el apoyo de Vectia, ambas ciudades van a implantar las primeras líneas totalmente electrificadas en sus respectivos territorios: País Vasco y Navarra. Han sido pioneras en dar un salto cualitativo hacia un modelo de transporte mucho más sostenible, en línea con los nuevos modelos de *smart city*. Las líneas comenzarán a dar servicio en las próximas semanas.

■ **¿Encargarse de todo es un valor añadido apreciado por los usuarios?**

● Nosotros solemos decir que nos gusta ser el compañero de viaje de nuestros clientes. Gracias al apoyo que nos presta Grupo CAF, al que pertenecemos, estamos en disposición de ofrecer soluciones *ad hoc* para cada cliente, bajo las premisas de la excelencia, la flexibilidad y la capacidad de personalización, aspectos que son también muy valorados siempre por nuestros clientes.

El futuro del Transporte en España pasa por la sostenibilidad

Estamos trabajando para que cada vez sean más las ciudades de nuestro país que incorporen soluciones integrales de electromovilidad, como las que ofrecemos desde el Grupo CAF.

■ **¿Es posible que ese modelo llegue a corto plazo a otras ciudades españolas?**

● Estamos trabajando en esa dirección para que cada vez sean más las ciudades de nuestro país que incorporen soluciones integrales de electromovilidad, como las que ofrecemos desde Grupo CAF.

"Estamos en disposición de ofrecer soluciones ad-hoc para cada cliente, bajo las premisas de la excelencia, la flexibilidad y la capacidad de personalización"

■ **Otras ciudades, como Vitoria, también han recibido sus vehículos. ¿En cuántas esperan tener presencia próximamente?**

● Actualmente tenemos presencia en más de una docena de ciudades españolas. En breve, además,

nuestras plataformas operarán por nuevos puntos de la provincia de Vizcaya y también por diversas localidades catalanas. La ciudad de Elche se suma, además, al grupo de ciudades que apuestan por nuestros vehículos, y Valladolid y Pamplona renuevan, con nuevos encargos, su confianza en nuestra compañía.

■ **Vectia ha dado un paso al frente en estos meses, en ambición y en comunicación. ¿Se notan los resultados?**

● Creemos que sí, podemos decir que hemos empezado ya a recoger los frutos de esta apuesta. Al respecto del área de comunicación, teníamos muy claro desde el principio que era un ámbito imprescindible y, por eso, hemos articulado y desarrollado un plan de comunicación para dirigir nuestros mensajes corporativos y de producto a nuestros públicos objetivo. En estos momentos estamos, además, perfeccionando algunas de nuestras herramientas y canales propios de comunicación.

■ **¿Qué papel juega Sodena en esta evolución de la compañía?**

● Es un aliado fundamental. La sociedad pública del Gobierno de Navarra, Sodena, participa en el accionariado de nuestra compañía

para ayudarnos a alcanzar el nivel de crecimiento e implantación marcados en nuestro plan estratégico.

■ **¿Van a modificar su línea de actuación híbrido-eléctrica? ¿Veremos vehículos Vectia con otro tipo de propulsión?**

● No está en nuestros planes más inmediatos modificar nuestra actual línea de actuación. Nacimos como empresa que centra íntegramente su modelo de negocio en el desarrollo de soluciones de transporte basadas en la electromovilidad y vamos a seguir en esa dirección.

■ **¿Y se plantean ampliar al segmento suburbano o de autocares?**

● No. En Vectia, estamos focalizados en el desarrollo de plataformas y sistemas de electromovilidad dirigidas en exclusiva al ámbito urbano

■ **¿Cómo se complementan los distintos centros de trabajo que tienen repartidos por la geografía nacional?**

● Nuestra sede social está en Navarra, en la localidad de Castejón, donde se ubica nuestra planta de producción de chasis. También tenemos centros de trabajo en el Parque Tecnológico de Miramón, en San Sebastián, y en Santiago de Compostela, donde se desarrollan las diferentes áreas de trabajo, compras, logística, administración, carrocera, etc... Gracias a los sistemas de comunicación actuales, podemos coordinarnos como si estuviéramos en un mismo centro de trabajo.

■ **Por último, ¿cómo espera que sea el transporte de pasajeros dentro de cinco años?**

● Para el año 2025, una parte importante de los urbanos que circulen por las grandes urbes europeas serán eléctricos. Y España no será la excepción a esta nueva realidad. Sin lugar a dudas, el hecho de que los autobuses públicos circulen por rutas fijas favorece su electrificación. Desde la industria estamos madurando, perfeccionándonos y puliendo aquellos aspectos que anteriormente podrían suponer un escollo o una barrera para el desarrollo de la movilidad eléctrica. Por ejemplo, el nivel de las tecnologías de acumulación de energía es cada vez más óptimo, la autonomía es mayor y los precios de las plataformas más dimensionados. Todos estos aspectos favorecen la implantación de sistemas de transporte urbanos híbridos y eléctricos en nuestras ciudades, algo que será la norma y no la excepción en la siguiente década.

Estrategia

Teris y Veris



VECTIA FABRICA exclusivamente autobuses urbanos híbridos y eléctricos de piso bajo integral, presente con las plataformas Teris (segmento midi) y Veris (autobús estándar). El modelo Teris.10 Hybrid está disponible en 9,6 y 10,6 metros de longitud, ancho reducido de 2,44 m y cuenta con un sistema de acumulación por ultracondensadores. El modelo Veris.12, que cumple con el Reglamento 66.02, está disponible en tres versiones: Hybrid, Partial Electric y Fast Charge. La primera usa ultracondensadores como sistema de acumulación, mientras que las otras dos usan baterías. En la plataforma Veris apostamos siempre por la escalabilidad como valor diferencial, ya que puede evolucionar de una variante a otra en cualquier momento de su vida, sin cambiar el autobús, partiendo del híbrido hasta el eléctrico puro, y pasando por el híbrido-eléctrico.



FOMENTO

Decisiones importantes en una Legislatura efímera

SER MINISTRO de Fomento significa desempeñar la máxima responsabilidad en materia de transporte a nivel nacional. A pesar de que ha estado pocos meses en el cargo, y a expensas de lo que puedan deparar las próximas Elecciones Generales, ha debido asumir decisiones



JOSÉ LUIS ABALOS

que afectan a las infraestructuras, a la legislación y a la defensa internacional de los transportistas nacionales, liberalizando los peajes en las autopistas que pasen a ser de titularidad pública, avanzando en los pliegos para el regular y concluyendo la definitiva aprobación del ROTT.

ALSA

Una larga trayectoria en Sector plena de éxitos

ALONSO ocupa, en la actualidad, la Dirección General de Mantenimiento y Compras de Alsas, principal operador de transporte de viajeros en nuestro país, aunque su trayectoria profesional le ha concedido una notable experiencia en otros campos. Durante 15



MIGUEL ÁNGEL ALONSO

años formó parte de Voith Turbo, dirigiendo la División de Automoción, paso previo a su incorporación a la filial española de MAN Truck & Bus, para asumir la Dirección Comercial de Autobuses y Autocares del fabricante alemán, donde estuvo hasta el año 2015.

JULIÀ

Actividad turística y de transporte en franca expansión

EL GRUPO Julià, uno de los históricos del panorama nacional en servicios globales de turismo y movilidad, mantiene una línea constante de crecimiento. Su última facturación conocida, la de 2017, apuntaba a un año récord, superando en un 15% lo



JOSE FCO. ADELL

registrado en el ejercicio precedente. La División de transporte, liderada por Autocares Julià, superó los 30 millones facturados, mientras que la de buses turísticos llegó a 67. Su política de expansión, en solitario o por medio de joint ventures, continúa en línea ascendente.

STONERIDGE

Tacógrafos digitales en constante adaptación a la normativa

LA NUEVA legislación europea sobre las prestaciones de los tacógrafos digitales está de actualidad. Y Stoneridge afronta estos cambios con su renovado Tacógrafo Inteligente 1C Smart Tachograph. Con respecto a la gama anterior, incorpora funciones avan-



JORGE ALBERICH

zadas como un módulo de GNSS, la Comunicación Dedicada de Corto Alcance (DSRC) y un dispositivo de radio para comunicarse con los agentes de inspección en carretera. Se persigue reducir el fraude, mejorar la eficiencia en el control y, por supuesto, aumentar la seguridad.

SEFAC

Soluciones de elevación para cada tipo de vehículo

CREADA ALLÁ por el año 1884, Sefac lanzó su actividad de elevación hace casi 40 años. Se dedica también al sector ferroviario, pero es en el transporte por carretera donde centra buena parte de su actividad, como demuestra su asidua presencia en ferias y eventos



PHILIPPE ALBARADO

relacionados con el autobús y el autocar, con una amplia gama de soluciones para todo tipo de vehículos. Creatividad, profesionalidad y compromiso han permitido a la empresa, a lo largo de todo este tiempo, conseguir una posición de referencia en la industria auxiliar sectorial.

EX-ATUC

Un histórico del Sector que marcó una época en Atuc

HACE YA algunos años que se retiró de la primera línea, pero su labor en defensa de los intereses del transporte de viajeros, sobre todo en el ámbito urbano, perduran. Histórico secretario general de Atuc durante casi dos décadas, y anteriormente uno



FIDEL ÁNGULO

de los primeros gerentes del Consorcio Regional de Transportes de Madrid, resolvió con éxito las distintas responsabilidades relacionadas con el Transporte que tuvo en sus manos. Por eso, merece por derecho propio un espacio entre los 'Protagonistas del Sector'.



SUNRISE

SUNSET S3

DINO

NORA



Polígono Industrial La Barreda - Parcela 15
33180 NOREÑA - Principado de Asturias - España.

Teléfono: (+34) 985 740 420
www.ferqui.com

“Entrevista



Jose Ángel García es el CEO de King Long España. Es ingeniero aeronáutico y Master en Administración y Dirección de Empresas. Desde hace más de 20 años está involucrado en varias marcas de vehículos industriales.

ESTE FABRICANTE LLEVA cerca de una década de presencia en nuestro país, donde, tras superar unos comienzos complicados, ha logrado asentarse e ir incrementando, paulatinamente su participación en el mercado.

■ ¿Cómo valora los resultados de King Long en España al cierre del ejercicio 2018?

● El pasado 2018 ha sido un año muy positivo para nosotros, con un crecimiento de facturación con respecto al año anterior del 40%. Sin duda, el mérito se debe a la confianza de los operadores en nuestra marca y a las repeticiones de clientes satisfechos con nuestros vehículos.

■ ¿La evolución de dichas cifras, es satisfactoria?

● Muy satisfechos con la evolución de los resultados; ya en 2017 Financial Times clasificó a nuestra empresa en la posición 21 dentro de la lista de las 1.000 empresas europeas de mayor crecimiento en el periodo 2012-2015. Continuar con este crecimiento nos llena de orgullo y satisfacción y nos impulsa a mejorar continuamente, introduciendo nuevos modelos y mejor servicio a nuestros clientes.

■ ¿Cuál fue su volumen de negocio y su cuota de mercado? Por segmentos.

● En 2018, King Long ha crecido un 18% con respecto a 2017 en el cómputo global de matriculaciones. Por segmentos, en 2018, King Long se ha convertido en el líder absoluto del sub-segmento de midibuses de motor trasero, con un 56% de cuota de mercado. Para el sub-segmento de autocares de largo recorrido de 12 y 13 metros, continuamos creciendo desde la introducción en 2015 de las primeras unidades. Respecto al segmento de autobuses urbanos, seguimos apostando por las nuevas energías, híbridos y eléctricos, donde todavía nos queda amplio margen de crecimiento.

■ ¿Cómo se posiciona el mercado español dentro del contexto europeo de la compañía?

● El mercado europeo es muy importante para la marca, y dentro de Europa, España es el 4º-5º país por volumen de negocio en automoción, de ahí el interés por este mercado. Para King Long, España viene siendo uno de los países más importantes en Europa por implantación y resultados, a sabiendas que es uno de los mercados más difíciles por la buena aceptación que tienen los carroceros españoles.

Aún así, vemos día a día como se va imponiendo la tendencia hacia el autoportante, en modo similar a como ha pasado en el resto de países de Europa.

■ ¿Cuáles son las perspectivas para este 2019?

● Excelentes, aunque hay que admitir que 2019 supone varios retos; elecciones generales y autonómicas, nueva norma de emisiones, concursos en todos los segmentos en Galicia, otros concursos pendientes en otras zonas... Al final, todos estos retos implican oportunidades y habrá que estar preparado y atento, con flexibilidad y soluciones a medida en cada caso. Nuestra misión es aportar soluciones, por eso cualquier reto, cualquier pregunta nueva invita a evaluar nuevas soluciones, nuevas respuestas.

■ Hablemos de producto. ¿En qué momento se encuentra la gama de King Long?

● En plena fase de expansión, tocando prácticamente todos los segmentos del autocar y el autobús. King Long inició su implantación en España aprovechando el nicho de mercado de los midibuses con motor trasero y, al cabo de unos pocos años, se ha convertido en el líder de este nicho de mercado. A día de hoy, comercializamos en España midibuses, autocares de largo recorrido, autocares regiona-

La confianza de los operadores nos hizo crecer un 18% en 2018

Eso se traduce en un crecimiento de facturación del 40%, en el liderazgo del segmento de midibuses con motor trasero, la apuesta por las energías alternativas y por seguir aumentando nuestra presencia en el urbano.

les y cercanías, autobuses urbanos diésel, híbridos y eléctricos.

■ ¿Qué rango abarca?

● En autocares cubrimos de nueve a 13 metros, y se compone de las siguientes familias:
-Midibuses; familia con dos longitudes, C9 y C10, con nueve y 10 metros respectivamente.

"Estamos ampliando las gamas, tanto por la parte baja como por la alta, con vehículos más cortos y más largos, y en todos los segmentos. Tenemos previstas unas cuantas sorpresas en el corto plazo"

-Autocar largo recorrido: otra familia con dos medidas, 12 y 13 metros, C12 y C13 respectivamente.

-Autocar multipropósito largo recorrido alto: son otros dos modelos, de cintura alta, en dos medidas 12 y 13 metros, C12HD y C13HD, con su característico frontal que lleva el parabrisas con dos lunas.

-Autocar regional o de cercanías:

Para este segmento tenemos la serie U, una familia de cinco modelos que van desde los 10.3 metros de longitud hasta los 15 metros.

En autobuses, tenemos una oferta igualmente atractiva:

-Diésel entre 8 y 12 metros de longitud, con las dos posibilidades de piso bajo y de piso bajo integral.

-Híbridos entre 10.5 y 12 metros, igualmente con los dos tipos de piso bajo y bajo integral.

-Eléctricos entre 10.5 y 12 metros, con carga de garaje o carga de oportunidad.

Y todo lo anterior es solo la oferta en España; la oferta de la marca cubre otros segmentos y nichos de mercado que, en la medida en que exista demanda para ellos, se incorporarán a la oferta en España.

■ ¿Cómo espera que evolucione el mercado de autocares?

● Entendemos que acabará imponiéndose una especialización, similar a lo sucedido en otros países de nuestro entorno, de tal forma que habrá operadores especializados y vehículos específicos para las distintas aplicaciones; transporte escolar, discrecional, líneas regulares de larga distancia, líneas regulares de ámbito regional, transfer, etc. Esta especialización, junto con la tendencia a reducir las emisiones, va a imponer un buen número de renovaciones de flota en los próximos años.

■ ¿Y el de urbanos?

● Del mismo modo; la tendencia hacia los autobuses de nuevas energías va a suponer otro buen número de renovaciones en los próximos años. Los operadores de autobuses urbanos ya están muy especializados, pero las nuevas energías van a suponer una nueva 'vuelta de tuerca' a esta especialización; un autobús eléctrico necesita una infraestructura de recarga y un equilibrio entre el tiempo de operación y de recarga en función de la potencia contratada, y esta parte es crítica para la correcta operación en el caso del eléctrico. Este es el cambio de paradigma, como fabricantes ya no será suficiente con suministrar un autobús, sino que habrá que suministrar una solución completa y a la medida para cada caso concreto. Habrá que estar muy preparado y tener mucha flexibilidad. Va a ser muy interesante seguir esta evolución en los próximos años.

■ ¿Podemos adelantar alguna novedad de producto en el corto y medio plazo?

● Estamos ampliando las familias por abajo y por arriba con vehículos más cortos y más largos, respectivamente, y en todos los segmentos. Hay unas cuantas sorpresas a corto plazo.

■ Al respecto de la digitalización, ¿cómo la está afrontando la marca?

● Igual que con las nuevas energías, muy preparados; no es en vano que todas las pantallas planas que se fabrican en el mundo procedan de Asia... Continuamente estamos introduciendo mejoras en este aspecto para el conductor, para los pasajeros, para el control telemático y seguimiento del vehículo, etc. Este mundo ya no se entiende sin conectividad y/o sin interacción digital.

■ ¿Cómo prevé que será el transporte de viajeros dentro de cinco, y dónde estará King Long?

● El transporte colectivo de viajeros seguirá siendo similar, pues lleva ya muchos años siendo así y no se vislumbra una tecnología disruptiva que lo pueda cambiar. Sin embargo, sí que necesariamente habrá evolución en los actores y en el escenario; esto es, operadores muy especializados, con vehículos muy especializados para cada aplicación, con alta conectividad en tiempo real para todos los datos de operación y nuevo *interface* que mejore la experiencia del usuario, bien sea operador o pasajero, sin olvidar el confort y el entretenimiento de los pasajeros. Sin duda que King Long estará entre los mejores de la clase.

Estrategia

Energías alternativas

EUROPA APOSTÓ Y puso el nivel tecnológico muy alto con el diésel y Estados Unidos con la gasolina, de forma que a Asia no le quedó otro remedio que apostar y hacerse fuerte con los eléctricos e híbridos. En estos momentos, la 'Ley del Péndulo' hace que Europa (y Estados Unidos) apunten hacia el eléctrico; y aquí la fortaleza de King Long es que tenemos mucha experiencia acumulada con híbridos y eléctricos. Prueba de ello es que King Long fue el primero en ofrecer un autobús urbano híbrido diésel en España en clase II ya en 2014. Los vehículos de nuevas energías tienen sus ventajas y sus inconvenientes, y esto conlleva un cambio de paradigma; en el autobús eléctrico o híbrido ya no 'vale para todo', funcionan mejor que el diésel mientras nos mantengamos en los límites de operación para los que han sido construidos (esta es la ventaja). Sin embargo, si los sacamos de este punto y los queremos utilizar para algo distinto, ya no se comportan tan bien o simplemente no se puede (inconveniente), en comparación con un autobús diésel convencional que sí permite hacer estos cambios de aplicación y se comporta de forma similar en todas ellas.



AOP

Nueva directiva para consolidar sus relevantes objetivos

LA ASOCIACIÓN de Operadores de Productos Petrolíferos (AOP), lleva alrededor de un año recorriendo una nueva hoja de ruta, de la mano de su renovada



LUIS AIRES

cúpula directiva. Luis Aires como presidente (lo es también de BP), y Andreu Puñet como director gene-

ral, aseguran que el conjunto de su actividad contribuye en un 2,5% al PIB nacional, si sumamos el refino, las estaciones de servicio y la petroquímica, dando empleo a 271.000 personas, recauda el 10% de los impuestos y vende el 50% del consumo de energía final.

VECTALIA

Gran presencia en España y expansión internacional

EL GRUPO Vectalia ha logrado, en los últimos años, diversificarse hasta disponer de una amplia oferta de servicios de transporte.



JOAQUÍN ARIAS

Su actividad empresarial, cimentada en diferentes sociedades relacionadas con la gestión de la movilidad urbana, presta

servicio en ciudades de Galicia, Castilla-León, Asturias, Castilla-La Mancha, Extremadura, Islas Baleares y la Comunidad Valenciana, implantándose también en países como Francia y Marruecos. Safí, Beziers y Grand Nador son las últimas regiones de su expansión internacional.

WABCO

Innovación en servicios de seguridad y eficiencia

WABCO ES UNO de los proveedores de referencia a nivel internacional de tecnologías y servicios que mejoran la seguridad, la eficiencia y la conectividad de



JORGE ARTIME

los vehículos comerciales e industriales, con una experiencia atesorada desde 1869. En la actualidad, po-

ne en el mercado una amplia oferta de innovaciones para la asistencia avanzada al conductor, frenado, control de estabilidad, suspensión, automatización y aerodinámica para todo tipo de vehículos. Su director para España acumula experiencia en marcas como Valeo y Tenneco.

PARLAMENTO EUROPEO

La mejor defensa posible en Europa para el Sector

UNA DE las principales defensoras de los derechos del transporte de viajeros en Europa es Inés Ayala, eurodiputada del Grupo S&D. Son muchos los



INÉS AYALA

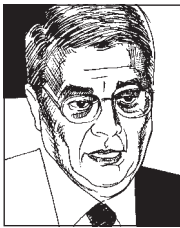
años que lleva lidiando en el Parlamento Europeo, máxime en los últimos meses con el proceso de deci-

sión de los Paquetes de Movilidad, que han sido complicados, y con la posible liberalización del transporte, que finalmente parece que tendrá que esperar. Inés, por otro lado, es asidua participante en numerosos foros de debate organizados en España por asociaciones y entidades.

CNAE

Los derechos de las autoescuelas están en buenas manos

MUCHOS y muy diversos han sido los conflictos con los que ha tenido que lidiar la Confederación Nacional de Autoescuelas. La última de sus cruza-



JOSE MIGUEL BÁEZ

das tiene relación con los conocimientos de los conductores, una vez obtenido el permiso, ya que a su en-

tender la formación posterior es inexistente, cuando los cambios tecnológicos en los vehículos son constantes y la mayoría de los conductores ignoran para qué sirven buena parte de los dispositivos. La reducción de la edad de acceso puede generar nuevos clientes.

SOMAUTO-OTOKAR

Responsabilidad para duplicar su cuota en cinco años

EL RELEVO en Somauto está asegurado. Antonio Bautista Ganzález lleva varios años trabajando codo con codo junto a su padre en la comercialización de



ANTONIO BAUTISTA

los productos de Otokar en España. Y, tal y como cuentan en la entrevista de la página 40, los resultados

acompañan. Tanto es así que las previsiones que manejan apuntan a duplicar su cuota de mercado en un periodo de cinco años, gracias a la confianza de los clientes y al incremento de la oferta, que apuesta por seguir ampliando la gama y las opciones de propulsiones.

NUEVO AYATS INTERCITY

El vehículo con más capacidad del Mercado

- Capacidad hasta 130 pasajeros + PMRSR + C
- Longitud de 11m hasta 14,2m
- Mecánica Mercedes+ZF
- Posibilidad de instalar módulos para equipaje en el interior



“Entrevista



Faustino Quince es el director comercial de Carrocerías Ferqui, además es miembro del Consejo de Administración y del Comité de Dirección de dicha empresa. El carrocerero asturiano apuesta por las propulsiones alternativas.

CARROCERÍAS FERQUI, fundada en 1957 es una empresa dedicada a la fabricación de carrocerías para minibuses y midibuses. Está afianzada en varios países europeos.

■ ¿Cuál es su valoración de 2018?

● El pasado año ha sido un año gris. Se aprecian indicios de una desaceleración económica en todo el ámbito de la Unión Europea.

■ ¿Son los resultados que esperaban?

● En el marco de ralentización del mercado es normal que los resultados reflejen dicha tendencia.

■ ¿Cuál es el objetivo para 2019?

● El objetivo de 2019 es mantener el nivel de actividad del año 2018.

■ ¿A qué países exportan y qué porcentaje supone esta actividad dentro del global?

● A todos los países de la UE. El

porcentaje de exportación sobre ventas totales se sitúa en el 32 %.

■ ¿Cuál es el siguiente mercado en el que prevén aterrizar?

● El objetivo es tratar de aumentar nuestras ventas en el seno de la UE.

■ Esta internacionalización, ¿es obligatoria en un mercado cada día más global?

● En nuestro caso, la internacionalización es necesaria para la supervivencia.

■ ¿Qué novedades podemos esperar a corto plazo?

● En marzo estará disponible la versión GNC en nuestra gama de midibuses Sunrise. A partir de abril, lanzaremos la nueva carrocería Sunset S4.

■ ¿Manejan la posibilidad de fabricar un modelo integral eléctrico?

● Integral eléctrico no, pero sí que

La internacionalización es muy necesaria para la supervivencia

La versión GNC nos permite ofrecer soluciones, con precios razonables, a los problemas medioambientales que surgen en áreas concretas de las grandes ciudades.

estamos pensando en un formato completado.

■ ¿Qué otras opciones barajan ante la incertidumbre del diésel?

● Nuestra apuesta actual es ofrecer la versión GNC a los operadores en la mayor parte de nuestros modelos. Es una muy buena y asequible solución a los problemas derivados de las emisiones en el campo de la movilidad terrestre.

■ ¿Cómo valora la situación actual de los carroceros de minis y micros?

● Los carroceros españoles son muy bien valorados tanto en España como en el resto del mundo.

■ Las restricciones en algunas ciudades, ¿les benefician o todo lo contrario?

● Ofrecer la versión GNC nos permite ofrecer soluciones, con precios razonables, a los problemas medioambientales que surgen



en áreas concretas de las grandes ciudades.

■ Por último, ¿cómo prevé el futuro en cinco años del transporte de viajeros en vehículos

medianos?

● Es una pregunta difícil de responder, principalmente debido a las incertidumbres de todo tipo que sobrevuelan en casi todas las economías del mundo.

La información profesional no es un juego de niños

NEXOTUR ofrece, cada semana, la información más útil, rigurosa y comprometida con el Sector. Sin rumores, ni vida social o datos sin contrastar. Un instrumento de trabajo al servicio del agente de viajes emisor y en defensa de sus intereses.

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid

E-mail: atencion-clientes@nexotur.com / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid

NEXOTUR



De Profesional a Profesional

BYD

Impulsando la marca con la base de la experiencia

ESEL ACTUAL director para España de BYD, fabricante chino de vehículos eléctricos que, de manera paulatina, va incrementando su presencia no solo en nuestro país, sino en toda Europa, gracias al buen funcionamiento de su planta de producción en



JOAQUÍN BELLIDO

Francia. Pero, además, Bellido acumula una importante trayectoria en el Sector, tras su paso como responsable de VDL (en su primera etapa) o Solaris. Su vinculación con el mundo del transporte de viajeros es innegable, reafirmada por la confianza de clientes y marcas.

FOMENTO

Conocimiento y compromiso con el Sector de Viajeros

EL SUBDIRECTOR general de Transporte Terrestre del Ministerio de Fomento, y un firme apoyo para las empresas y Asociaciones en la defensa de los intereses sectoriales. Es fácil encontrar su presencia allí donde se le requiere, para clausurar asambleas de or-



BENITO BERMEJO

ganizaciones empresariales o para representar al Ministerio en múltiples foros, siempre aportando su medida y su profundo conocimiento de la actividad del transporte de viajeros. Además, es un firme defensor del sistema concesional de las líneas regulares.

BEULAS

Flexibilidad hacia el cliente y evolución del producto

LA FLEXIBILIDAD y el esfuerzo constante por desarrollar mejoras en los productos que comercializa con las claves de la evolución de Beulas, carroceros catalán que supera los 80 años de historia y que, como refleja su directora administrativa en la entre-



DOLORS BEULAS

vista de la página 29, presenta una evolución "positiva" de sus resultados, con el objetivo de "consolidar su posición en los distintos mercados" en que tiene presencia durante 2019, en un escenario en el que se aprecian previsiones positivas de cara al futuro.

PARLAMENTO EUROPEO

En defensa de nuestro interés ante las corrientes comunitarias

JUNTO CON Inés Ayala, representan dos de las voces más autorizadas en Europa para hablar sobre transporte por carretera, y tenemos la suerte de que sean españolas, porque eso supone que siempre tienen presentes los intereses de las empresas nacio-



IZASKUN BILBAO

nales y de nuestro sistema concesional. Bilbao es eurodiputada por el Grupo de la Alianza de los Demócratas y Liberales por Europa, y pertenece al Partido Nacionalista Vasco. Su trabajo en el Parlamento Europeo ha hecho posible un mejor transporte a nivel colectivo.

CBM

Más de 65.000 referencias de recambios en 60 países

CBM ESTÁ presente en miles de redes de transporte urbanas e interurbanas de todo el mundo, como especialista en piezas de recambio para autocares, autobuses y tranvías. Desde hace 30 años, desarrolla esta actividad, garantizando actualmente la entrega



JOAQUÍN BORQUE

de recambios en más de 60 países, con más de 65.000 referencias y respondiendo a las necesidades de mantenimiento de vehículos de todas las marcas presentes en Europa, Oriente Medio, América del Norte y Australia. Borque es su director ibérico desde el año 2006.

COMISIÓN EUROPEA

Sentido común para resolver múltiples situaciones

LA COMISARIA europea de Transportes y vicepresidenta de la Comisión está muy cerca de cerrar una legislación muy complicada para ella. Han sido muchos los asuntos que ha tenido que abordar en este periodo, pero todos ellos los ha afrontado con la



VIOLETA BULC

sensibilidad hacia los profesionales que, como mínimo, se le debe exigir a la clase política. La aprobación de los Paquetes de Movilidad ha sido su último quebradero de cabeza, pero finalmente lo ha resuelto aplicando el sentido común como herramienta.

Juntos, más lejos

INTERBUS

ENHORABUENA
200
NÚMEROS
Nexobús

“Entrevista



Beatriz Castro es la vicepresidenta y consejera delegada de Grupo Castrosua, el histórico carrocerero gallego que el año pasado celebró su 70º aniversario, en pleno crecimiento y con la vista puesta en un futuro prometedor.

NUESTRO FUNDADOR y actual presidente de honor de Grupo Castrosua, D. Jose Castro, creó la empresa en el año 1948, y ya han pasado 70 años desde aquella. En la actualidad, Castrosua es un grupo empresarial conformado por cuatro firmas: Carsa, Insular, Cidsa y Castrosua. El Grupo cuenta con más de 600 trabajadores, con unas instalaciones de 90.000 m2, de los que 34.500 corresponden a plantas productivas y nuestra actividad principal está centrada en el diseño y fabricación de carrocerías para autobuses y autocares", apunta Beatriz Castro acerca de las principales cifras de la compañía.

■ **Están de enhorabuena, celebrando su 70º aniversario. ¿Qué supone para la compañía?**

● El Grupo Castrosua lleva carrozando autobuses más de 70 años y, durante este periodo, se establece como uno de los principales productores de buses urbanos y suburbanos en España. Una empresa familiar que logra permanecer a lo largo del tiempo es porque cada día fortalece sus valores, filosofía, comunicación y orgullo de pertenencia entre su gente, eso es lo que tratamos de hacer nosotros. Este grupo de empresas continúa siendo familiar en el ámbito de propiedad, y es compatible perfectamente con la profesionalización en su gestión, como así lo demuestran los equipos que las sostienen. La celebración del 70 aniversario ha supuesto un hito importante para nuestra compañía. Hemos querido hacer un homenaje a D. José Castro, contar nuestra historia, y un pequeño homenaje también para los que no nos acompañan y fueron un pilar importante en ella, pero sobre todo al personal que conforma y ha conformado el equipo Castrosua desde sus orígenes.

■ **¿Cómo empezó todo?**

● Castrosua nació de la mano de José Castro Suárez en el año 1948. Empezó su actividad profesional en un taller de carrocerías y allí hizo su primer trabajo de diseño, su gran pasión: diseñó una cabina de camión. Esa pasión por el diseño y la fabricación de vehículos le llevó a montar su propio taller en ese mismo año en la población orensana de Carballiño. La empresa contaba con doscientos metros de naves dedicadas a la reparación y carrozado de vehículos en madera, material con el que se fabricaban en la época los vehículos.

■ **¿Cómo asume Castrosua el ser**

referente de la carrocería a nivel nacional?

● Nosotros no diríamos tanto. Castrosua lleva 70 años aportando soluciones y creando servicios a medida para nuestros clientes, abordando proyectos pioneros. Ofreciendo, en definitiva, proximidad, confianza y calidad a lo largo de nuestra trayectoria; eso es valorado por nuestros clientes y a ellos nos debemos.

■ **Unas palabras para Don José. Lo que ha significado en todo este tiempo es de sobra conocido, pero ¿cómo participa en la actualidad en la vida cotidiana?**

● D. José sigue participando en todos los Consejos de Administración y, además, cuando está en Santiago viene por la empresa y le gusta pasear por la fábrica. Él mantiene su despacho y goza de un gran aprecio entre todo el equipo por su brillante cabeza y humildad. Es conocedor de los asuntos vitales de las empresas, aunque cierto es que no entra en los detalles del día a día.

■ **¿Cuál es su valoración del año 2018, ahora que está cerca de finalizar? ¿Se han cumplido sus expectativas? ¿A qué cree que se debe?**

● En 2017 hemos cerrado con 53,2

millones y en 2018 prevemos un claro crecimiento de facturación con respecto al año anterior. Podemos afirmar, por tanto, que hemos superado nuestras expectativas y estamos satisfechos. Los motivos son básicamente un incremento del número de unidades entregadas, el mix de producto y ciertas

"En 2018 prevemos un claro crecimiento de facturación con respecto al año anterior. Hemos superado nuestras expectativas y estamos satisfechos por ello"

economías de escala por haber fabricado series largas y, por otro lado, el haber aumentado nuestra facturación en otras actividades secundarias, como por ejemplo la venta de recambios, pero no por ello menos importantes a la hora

de aportar valor y negocio al proyecto.

■ **Hablando de producto, ¿podemos esperar novedades a corto plazo?**

● Siempre tratamos de trabajar en interesantes apuestas e importantes proyectos que tienen diferentes objetivos, que no son necesariamente lanzamientos de producto como tal. Enfocamos mucho cada avance por nuestra política de mejora continua, es parte de nuestro día a día. El resto de detalles nos permite que, por ahora, no entremos a describirlos.

■ **¿Qué camino ha adoptado Castrosua al respecto de las propulsiones alternativas?**

● Cada vez más, los clientes están exigiendo vehículos con energías alternativas, nuevas soluciones. En estos términos, en Castrosua apostamos por ofrecer nuevos vehículos híbridos, y un claro ejemplo de ello es el lanzamiento del nuevo Magnus.H hace pocos meses. Los vehículos híbridos, eléctricos serán los que sustituyan a los vehículos diésel en el futuro, junto con los vehículos de gas. Por esto último, Castrosua sigue también apostando en ofrecer al mercado una amplia gama de soluciones con el GNC como combustible. La tendencia este último año

en vehículos urbanos es que sobre el 50% de los que se matriculan son a GNC, frente a los híbridos que solo llega al 35%.

■ **¿Mantendrán su relación con Vectia?**

● A finales del 2017 desvinculamos la relación mercantil con Vectia respecto a nuestra parte accionarial, por lo que Vectia es un agente más del mercado, una marca con la que seguiremos colaborando y una alternativa de plataforma dentro de nuestro abanico de colaboradores fabricantes.

■ **¿Manejan la posibilidad de colaborar con carroceros?**

● En estos momentos no está en nuestra hoja de ruta más inmediata, pero estamos abiertos a cualquier tipo de alianza ventajosa para ambas partes, sean carroceros o cualquier tipo de *partner* con el que entendamos que hay un proyecto de interés y aportación al mercado.

■ **¿Y en el ámbito internacional?**

● En el exterior estamos recogiendo los frutos del trabajo de los últimos años. Hemos conseguido vender con regularidad en un mercado tan exigente como Corea del Sur, en donde acabamos de entregar 35 unidades y estamos en proceso de entregar otras 20 a primeros del año próximo. Actualmente nuestros esfuerzos están puestos también en un mercado más cercano como es el europeo, donde podemos complementar la falta de producto integral de nuestras principales marcas aliadas. Nuestras cifras de facturación de 2018 y previsión de 2019 en el ámbito internacional muestran un claro afianzamiento de nuestra actividad comercial fuera de nuestras fronteras; tenemos claro que es un proceso al que ya no podemos renunciar en los tiempos que corren, pero nuestra principal meta es continuar cuidando y apostando por el mercado local.

■ **Por último, ¿cómo espera que sea el transporte de pasajeros dentro de cinco años? ¿Dónde se encontrará Castrosua entonces?**

● El transporte de pasajeros por carretera seguirá siendo un medio fundamental para dar cobertura a la demanda de los ciudadanos. Cada día más, somos todos conscientes de cuidar nuestro futuro, por lo que la tendencia será el utilizar, cada vez más, vehículos ecosostenibles. Grupo Castrosua continúa trabajando y adaptándose con la visión clara hacia los tiempos que vienen y garantizarse su hueco en el Sector.

➔ Estrategia

Una historia jalonada de éxito

ESTE SERÍA EL resumen de los principales hitos en los que hemos sido pioneros en el mercado:

- 1984/1986: Protección estructural con dinitrol.
- 1992/1994: Primer constructor de autobuses de piso bajo en España.
- 1992/1994: Producción de buses GNC y GLP en España.
- 2002: Bus fuel cell (prototipo) fabricado en España.
- 2007: Primer Autobús híbrido en España (diesel-eléctrico).
- 2010: Primer Autobús híbrido en España (Europa) (GNC-eléctrico).
- 2012: Primer Autobús híbrido en España (Autogas): Tempus ganador del Korean Industrial Design Award.
- 2014: Primer autobús carrozado en Europa piso alto clase II EVI y GNC.
- 2015: New City ganador por su diseño del Red Dot Award.
- 2018: Magnus.H Autobús híbrido clase II.



JMB

Soluciones integrales de limpieza y lavado

JMB ES una de compañías las de referencia a nivel internacional en productos de limpieza y lavado de autobuses y autocares, pero también desarrolla su actividad para camiones y trenes. Es una de las entidades con mayor presencia en el mercado, y asidua en las princi-



JOSE MANUEL BUENO

pales ferias y eventos sectoriales, siempre mostrando su gama de soluciones globales (tanto en venta como en alquiler) para el lavado de grandes vehículos, desde monocepillos móviles hasta grandes instalaciones en las bases. Una empresa moderna, innovadora y flexible.

ESTEBAN RIVAS

Toda una vida de la mano de la misma compañía

LEVA más de 30 años, en el seno de Esteban Rivas, la cual desde su sede en Madrid, opera transporte discrecional a gran escala, siendo una de las compañías de referencia y con una larga trayectoria en el Sector. Desde la Dirección General, gestiona una entidad que



CONRADO CALCERRADA

opera desde 1955 recorriendo un camino de consolidación y crecimiento sostenido, apostando por la tecnología en seguridad y confort, atendiendo todas las necesidades y moviendo diariamente más de 200 vehículos desde sus más de 70.000 m2 de instalaciones en conjunto.

GANTABI

Siempre buscando acuerdos de colaboración sectorial

LA COMPAÑÍA se presenta como "un grupo de profesionales del Sector de las telecomunicaciones y los sistemas de gestión que llevamos más de 25 años desarrollando y comercializando herramientas tecnológicas en el Transporte". Al frente de se sitúa Javier



JAVIER CAÑESTRO

Cañestro, director y fundador de la entidad, explicando que "las tecnologías de inteligencia de negocio (BI) se pueden hacer mejor las cosas, ya que a través de estas cualquiera dentro de la empresa, podría tener acceso a la información elaborada por sus compañeros".

FANDABUS

Fenebus y Fandabus, asociacionismo histórico

UNA DE las personalidades del Sector, de las que más influencia ha tenido, y sigue teniendo, en el desarrollo del transporte de viajeros por carretera y del asociacionismo. Fue presidente de Fenebus durante muchos años, y mantiene el vínculo con las Organiza-



ALFONSO CARAVACA

ciones desde Fandabus. Siempre directo en el trato y con las ideas muy claras, la historia del Transporte nacional no se entiende sin sus aportaciones, pensando en el bien común y en la necesidad de que la sociedad conozca un poco mejor todo lo que le aporta nuestra actividad.

TOYOTA

Recuperando posiciones en el mercado nacional

TOYOTA ES una de las marcas que, poco a poco, está retomando su presencia en el mercado del transporte de viajeros en vehículos de menor dimensión. La llegada de nuevos modelos, como el Proace, le ha devuelto a la primera línea, apostando por un produc-



MIGUEL CARSI

to muy bien acabado, diseñado para los transfers y shuttles de corto recorrido, pero con la mejor experiencia a bordo. Su nuevo máximo dirigente para España conoce el sector, tras más de dos décadas de experiencia, y la casa, puesto que llega de la División Lexus.

EX-FOMENTO

Experto en jurisprudencia relacionada con el Sector

LICENCIADO en Derecho, académico de la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación, miembro del Cuerpo Técnico Superior de Inspección del Transporte Terrestre, cofundador y vicepresidente de la Asociación Española del Transporte; este asi-



FERNANDO CASCALES

duo colaborador de este Periódico fue director general de Ferrocarriles y Transportes Terrestres entre 1996 y 1999, director general del INTA y miembro del Consejo de Dirección y Editorial de "Tráfico y Seguridad Vial". Toda una institución desde el punto de vista jurídico.

Ascabús: Somos maestros en el arte del diseño y "Protagonistas en la personalización de Autobuses y Autocares"

Felicitamos a Nexobús por su número 200

Ascabús: Asociación de fabricantes de carrocerías de Autobuses y Autocares

“Entrevista



Jordi Monferrer es el director comercial de Car-Bus.net. Hijo del pionero, Angel Monferrer, llegó a la empresa en el año 1990 y continúa en la compañía, siendo parte fundamental para el desarrollo de esta.

CAR-BUS FUE fundada en 2007, aunque su primera experiencia en el sector del carrozado de microbuses se remonta a la década a los '60.

Empresa moderna y adaptable a la fabricación de minibuses o vehículos especiales en un tiempo récord, gracias al trato directo y técnicamente cualificado de su equipo. En el año 1960, Angel Monferrer ya montaba autobuses para un conocido y pionero carroceros de la zona, para continuar desde el año 1980 en adelante como taller reparador y fabricante de unidades móviles especiales, es decir, remolque vivienda-taller, entidades bancarias móviles, estudios de televisión, etc. Es en el año 1990, con la incorporación de Jordi Monferrer en el equipo directivo de la actual empresa Car-Bus.net y a demanda de distintos carroceros catalanes, que creamos una línea de montaje de microbuses y minibuses. Esto nos obliga a inaugurar, en el año 1999, la nueva planta, la cual nos ha permitido montar hasta 17 unidades mensuales y tener circulando por Europa más de 1400 unidades.

Además de diseñar, desarrollar, fabricar y comercializar microbuses sobre la base de Mercedes Benz Sprinter, la empresa también ha desarrollado de forma integral su vehículo 100% eléctrico Wolta.

■ ¿Cuál es su valoración del año 2018?

● Los resultados han sido más que positivos; hemos consolidado en 2018 la producción en serie de nuestro modelo 100% eléctrico Wolta con el suministro de 10 vehículos eléctricos para la EMT de Madrid que forman parte de un total de 18 unidades que estamos terminando de entregar este principio de año 2019. Con ello hemos adaptado nuestro sistema productivo para simultanear la producción de este modelo con los modelos que venimos carrozando sobre furgón o chasis cabina Mercedes Benz Sprinter.

■ ¿Son los resultados que esperaban?

● Los resultados a corto plazo son los previstos, y ahora debemos esperar y trabajar para comprobar si los resultados de la inversión realizada para la producción en serie del vehículo eléctrico Wolta a medio/largo plazo se van cumpliendo, según lo esperado en los próximos ejercicios.

■ ¿Cómo evoluciona su presencia en el mercado internacional?

● Nuestra presencia internacional se encuentra muy consolidada en aquellos países en la que tenemos presencia. Uno de nuestros retos es seguir evolucionando en este sentido, ampliando nuestra red con distribuidores paulatinamente, pero asegurando relaciones de suministro de confianza y solvencia en cuanto a atención al cliente y servicio postventa.

■ ¿A qué países exportan y qué porcentaje supone esta actividad dentro del global?

● Cerramos 2018 con unas cifras de exportación del 35% que se distribuyeron en Francia, Reino Unido, Alemania, Andorra, Portugal, Suiza e Italia.

■ Esta internacionalización, ¿es obligatoria en un mercado cada día más global?

● Si, los mercados son globales y la internacionalización es fundamental para garantizar la estabilidad de la empresa y ayudar a su desarrollo y progreso.

■ A nivel de producto, ¿qué novedades podemos esperar a corto plazo?

● En relación al vehículo eléctrico Wolta, las mejoras son

Nuestra presencia internacional se encuentra muy consolidada

Uno de nuestros retos es seguir evolucionando, ampliando nuestra red con distribuidores pero asegurando relaciones de suministro de confianza y solvencia en cuanto a atención al cliente y servicio post venta.

constantes, tanto por evolución de la tecnología como por la propia puesta en servicio. Gracias a la experiencia y demanda de los conductores se nos han ido planteando retos a solucionar y así ir evolucionando el vehículo para su optimización en todos los aspectos.

Sobre la gama Mercedes Benz

"Debemos esperar y trabajar para comprobar si los resultados de la inversión realizada para la producción en serie del vehículo eléctrico Wolta a medio/largo plazo se van cumpliendo según lo esperado"

Sprinter, la renovación de los bastidores efectuada por la marca a fin de 2018 nos ha brindado la oportunidad de renovar y mejorar toda nuestra gama de producto.

■ Acaban de finalizar la entrega de 18 Wolta a la EMT de Madrid. ¿Supone la consolidación de este producto?

● Claramente, como apuntaba anteriormente esta operación ha significado una gran hito en la consolidación comercial del producto y un empuje para la industrialización definitiva del producto así como una prueba de confianza para otras entidades interesadas en esta tipo de vehículo.

■ ¿Estará acompañado por otros modelos en esta propuesta eléctrica?

● A corto y medio plazo no, nuestro posicionamiento se centra en un nicho muy concreto de mercado que creemos encaja con nuestra capacidad productiva, y nuestro objetivo a medio plazo es lograr la consolidación en este nicho sin descuidar nuestra gama de producto convencional.

■ ¿Qué otras opciones barajan ante la incertidumbre del diésel?

● Nuestra apuesta como fabricante integral es la tecnología 100% eléctrica; aunque no dejamos de estar atentos al mercado, nuestra inversión a día de hoy se centra en esta tecnología. Obviamente, como carroceros se-

guimos las evoluciones Mercedes Benz en este sentido.

■ ¿Cómo valora la situación actual de los carroceros de minis y micros?

● Es un mercado estable y creemos que seguirá así a medio plazo. El tipo de demanda va cambiando, pero en nuestro caso creemos que favorece a nuestro sector, como por ejemplo vehículos más reducidos a demanda en ciudades.

■ Las restricciones en algunas ciudades, ¿les benefician o todo lo contrario?

● Nos benefician claramente, pues nuestro modelo Wolta por sus dimensiones y maniobrabilidad ofrece un servicio óptimo para trabajar en los cascos antiguos de las ciudades. Este modelo ha sido desarrollado íntegramente pensando ofrecer este tipo de servicio.

■ Por último, ¿cómo prevé el futuro en cinco años del transporte de viajeros en vehículos medianos?

● De momento es un mercado que está fuera de nuestra cartera de producto, de modo que no queremos arriesgarnos a vaticinar la demanda de este tipo de vehículos.

Estrategia

Planes a corto plazo

ENTRE LOS PLANES que manejamos para el futuro más inmediato se encuentra, por un lado, dar continuidad a la producción del vehículo eléctrico. Los vehículos de la EMT de Madrid que han empezado ya a prestar servicio en el centro de la ciudad son una excelente plataforma que consolida un esfuerzo comercial que la empresa lleva haciendo desde 2014 y que se está traduciendo en una importante demanda por parte de entidades tanto públicas como privadas, de las cuales esperamos poder cerrar operaciones con éxito y abastecer una línea de producción estable para este modelo. Por otro lado, continuar carrozando a gusto de nuestros clientes, nuestra gama de producto sobre Mercedes Benz Sprinter, en especial nuestro modelo Spica el cual ha sido galardonado recientemente como microbús del año en España.



CASTROSUA

El 'padre' de la carrocería nacional sigue al pie del cañón

CASTROSUA es una referencia en la industria carrocería nacional. Y su fundador y presidente de honor es uno de los principales culpables. Acaba de celebrar su 90 cumpleaños rodeado de los suyos, es decir, de todos los empleados de la compañía, porque siempre



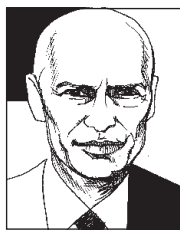
JOSE CASTRO

ha dicho que son su familia. El cariño y respeto se lo ha ganado durante todos estos años de actividad, y sigue al pie del cañón, puesto que no es difícil verle pasear por las líneas de producción e interesarse por los operarios. Una persona entrañable y un referente a seguir.

CASTROSUA

Relevo generacional en la industria carrocería

QUE CASTROSUA es una empresa familiar, a pesar de su dimensión, se demuestra en el hecho de que Juan Luis y Beatriz estén a los mandos, tras recibir el relevo de Don José. Juan Luis es el presidente ejecutivo en la actualidad de un grupo compuesto



JUAN LUIS CASTRO

por cuatro marcas (Carsa, Insular, Cidsa y Castrosua), que emplea más de 350 personas, apostando por el desarrollo de productos con energías alternativas y por la colaboración con carroceros y fabricantes. Juan Luis también ha sido el presidente de Ascabus.

FECAV

Máxima representatividad en el ámbito del transporte catalán

EL TRANSPORTE de viajeros en Cataluña tiene en Fecav su máxima representatividad asociativa. Y en su presidente un portavoz autorizado en defensa de los intereses del transporte catalán. Innumerables jornadas y eventos para debatir y aportar soluciones de mo-



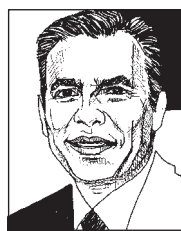
JOSE M. CHAVARRÍA

vilidad desde muy distintos ámbitos, con la seguridad y el transporte escolar como objetivos primordiales. Representa a 46 operadores en el ámbito de la Generalitat, gestionando el 96% el transporte regular interurbano catalán y el 60% de las líneas regulares de gestión indirecta de AMB.

FORD

Liderazgo sostenido y renovación de producto

EL 2018 ha sido un año muy positivo para Ford Vehículos Comerciales. A nivel europeo, han cumplido el objetivo ambicioso de ser líderes por cuarto año consecutivo en venta de vehículos comerciales, de forma destacada. "España es un país importante dentro



ANTONIO CHICOTE

de Europa y ha aportado una parte sustancial de ese liderazgo", apunta el director de la División, avanzando que "en España hemos sido líderes en vehículos comerciales medios por segundo año consecutivo" y la inminente renovación del modelo Custom.

ARCOL

75 años renovando la industria de los componentes

ES EL director general desde 1998 de Arcol, que ha cumplido 75 años de actividad en el sector de los componentes de automoción. Ya en 1942 fabricaba accesorios para el popular Biscuter, aunque en la actualidad cuenta con presencia en todo el mundo,



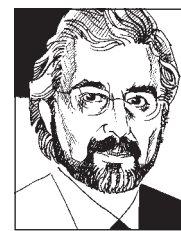
RAÚL COLOM

con un catálogo de productos que incluye desde pilotos y sistemas de iluminación, hasta retrovisores de última generación, con cámaras de vídeo incorporadas. Arcol es uno de los asiduos en las citas sectoriales, mirando hacia el futuro sobre la base de la innovación.

ACTIA

Innovando con la electrónica para mantener la competitividad

EL DIRECTOR de Actia Systems se ha responsabilizado, en los últimos años, de hacer crecer el negocio de una compañía dedicada a la fabricación de productos electrónicos y sistemas de gestión embarcados. Desde su fundación en 1986, el espíritu y la política de



JESÚS CORRALES

innovación de Actia han mantenido al grupo en la vanguardia, gracias a sus sistemas de diagnósticos electrónicos y la arquitectura multiplexada. Actia innova en todo su gama para diferenciarse de la competencia, permanecer independiente y mantener su posición de referencia.

La experiencia de viajar hacia el futuro.

GRUPO RUIZ

www.gruporuiz.com
91 680 33 75

“Entrevista



Álvaro Fernández Heredia es el director gerente de la EMT de Madrid. Doctor Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos por la Universidad Politécnica de Madrid (UPM), tiene una contrastada experiencia en el transporte.

EN SUS 72 AÑOS de historia, la Empresa Municipal de Transportes de Madrid no había realizado nunca un esfuerzo inversor en renovación de flota como el llevado a cabo para el periodo 2016-2020. En estos cinco años, EMT completará la renovación del 60% de su flota mediante la adquisición de 1.222 nuevos autobuses, por lo que, a finales de 2020, toda la flota de autobuses de EMT será ‘eco’, es decir, cero emisiones o de bajas emisiones. También se han realizado actuaciones de adecuación de la flota existente por un importe que supera los 3,22 millones de euros. Y, paralelamente, EMT está llevando a cabo una importante inversión, que supera los 18 millones de euros, en la mejora de los Centros de Operaciones al objeto de adecuar sus instalaciones técnicas a los nuevos sistemas de propulsión de los autobuses (GNC, híbridos, eléctricos, inducción). Para este año y el siguiente, está prevista la compra de 525 autobuses más: 460 autobuses estándar GNC, 55 autobuses estándar eléctricos y 10 minibuses eléctricos.

■ Desde que llegeron, ¿cómo valoran estos años al mando de la EMT?

● Nos marcamos dos estrategias fundamentales: una era reflotar la empresa, que estaba prácticamente en banca rota, habiendo perdido su prestigio. Después debíamos modernizar la empresa convencional de autobuses en el nuevo paradigma de la movilidad. Llevamos cinco años consecutivos de datos positivos, hemos reducido el endeudamiento en un 70%, la situación financiera está muy bien. Hemos refinanciado nuestros créditos, hemos duplicado los ratios de solvencia y liquidez, el patrimonio neto de la empresa se ha más que duplicado... Ahora hemos iniciado una fase de inversión, con la renovación de la flota, con más de 1.100 de adquisiciones de vehículos nuevos, pero también hemos renovado centros de operaciones, adaptación a las nuevas energías, aparcamientos... Estamos creando una nueva cochera en La Elipa 100% eléctrica, que es un proyecto muy ambicioso. En cuanto al apartado laboral, hemos creado más de 1.800 empleos, hemos negociado dos convenios colectivos que han dado una gran estabilidad y hemos recuperado la confianza de nuestros trabajadores. Queríamos que cada uno de ellos tuviese esa confianza en la empresa que con políticas anteriores veían peligrar su puesto

por posibles privatizaciones.

■ En cuanto a los usuarios, ¿cómo son los datos de estos últimos años?

● Todo lo que hemos mejorado se ve en el ratio de servicio. Hay varios indicadores, recuperamos el nivel de viajeros de antes de la crisis, ya en el año 2016. Fuimos de las primeras ciudades que se recuperó, incluso por delante de Metro. Nosotros perdimos menos con la crisis que otros operadores. Ahora estamos notando un gran incremento por Madrid Central. Además, los clientes valoran nuestro servicio positivamente; tenemos tres encuestas de satisfacción, dos de ellas no las hacemos nosotros por lo que otorga mayor credibilidad. Solo están por delante los agentes de salvamento como bomberos o sanitarios, lógicamente. Hicimos la reflexión de que esta empresa debía ser un referente y mirar al futuro.

■ ¿Qué influencia tienen los nuevos operadores en el panorama de la movilidad?

● Queremos ser una empresa multimodal. No creemos que nosotros seamos los que tenemos que llevar al cliente de puerta a puerta, porque veríamos muchos autobuses vacíos, pero si que podemos colaborar los diferentes entes de movilidad para hacer el

Notamos un gran incremento de usuarios por Madrid Central

Está pasando algo más allá de qué coches y qué etiquetas pueden pasar, o qué multas se van a llevar. Está ocurriendo algo en la ciudad. Era un debate que debía desencadenarse.

transporte mucho más ameno para el usuario. Hemos presentado una app, una alianza llamada "MaaS Madrid". Consiste en ofrecer una oferta fácil y simple al ciudadano. Lo que el cliente quiere es ver un sistema de transporte, no tiene que preocuparse de quien hay de trás, a quién paga... La gente quiere hacer su viaje con lo que mejor le venga

"La Ley de Financiación es una discusión interna en el Sector. Debemos trasladarla a la opinión pública. No llega el mensaje al usuario de que si nos va bien, les irá bien a ellos"

por cercanía y lo que más rápido le lleve. Los operadores privados deberían entender que colaborando ganan tanto ellos como sus competidores. Ahí, la EMT tiene un gran papel, y nos ofrecemos a ser esa empresa pública que lo lidere con neutralidad para poder entenderse unos con otros.

■ No se puede decir que no hayan actuado, incluso lo han hecho respecto a la Ley de Financiación. ¿Qué línea paralela están siguiendo?

● Yo creo que llevamos discutiendo en el Sector sobre la Ley de Financiación más de 10 años. Si vemos que no está pasando nada, quizás no estamos sabiendo cómo moverlo. Es porque es una discusión interna en el Sector y no la estamos trasladando a la opinión pública. Estamos en la vida cotidiana de todos nuestros usuarios, sabemos que si no estamos, hacemos su vida muy difícil. Sin embargo, no le hacemos llegar el mensaje de que si a nosotros nos va bien, les beneficia a ellos en todos los sentidos. Se habla del taxi pero no se habla de los autobuses o metro. El Sector tiene una gran oportunidad que no sabemos utilizar para algo de lo que estamos completamente convencidos, por ello algunas ciudades hemos tomado iniciativa propia porque creemos que podemos ponerle solución. No es problema de que no sea buena idea, de que no se haya estudiado... Simplemente no ha llegado a los medios de comunicación ni a la opinión pública. Tendremos que pensar como ser "agenda política", tenemos que 'molestar' un poco más. Hay dos cuestiones que nadie se atreve a tratar. ¿De dónde sale la financiación? Las ciudades han

puesto sobre la mesa unas cifras algo ambiciosas, de un 0,25% del PIB. Esa cifra es menor de la que destina Francia y Alemania, pero no queremos financiar mejor lo que tenemos ahora. No consiste en eso. Queremos más recursos para dar una oferta mejor. No consiste en "paliar el déficit", debemos cambiar de modelo. Lo que este país necesita es crecimiento.

■ La unión de esas cinco ciudades, en la que se encuentra Madrid, Barcelona, Valencia, Zaragoza y A Coruña, ¿cree que se incrementará?

● Se hizo esto porque todas ellas, el conjunto de población a la que afecta es muy representativo, un 30-40% del país. Muchas ciudades pequeñas y medianas están de acuerdo con esto, pero quizá no tienen la capacidad para llamar la atención de los medios ni los recursos para organizar ningún tipo de actos. Esto no debe individualizarse, no es solo para Madrid, que también, si no se trata de ayudar sobre todo a las ciudades pequeñas y medianas. Estamos viviendo una nueva época, las ciudades están acaparando el crecimiento de población y económico y debe tener su voz propia. Si el Gobierno o las Comunidades Autónomas no hacen nada, que se hagan cargo las ciudades.

■ Antes mencionábamos Madrid Central, ¿Cuál es tu opinión al respecto?

● Está pasando algo más allá de qué coches y qué etiquetas pueden pasar o no, o que multas se van a llevar... Está pasando algo en la ciudad. El mayor mérito que hemos tenido ha sido saber que este debate se tenía que desencadenar. El Ayuntamiento es el primero en decir que no quería coches y ha explicado por qué. Ha generado un debate, y que la sociedad hable y diga que prefiere. Lo ha hecho de una manera muy consciente. Unos primeros cortes en épocas como Navidad, fue mejorando peotalmente la Gran Vía y demostró que todo funcionaba correctamente... Han sabido hacerlo todo con cabeza, de forma muy coherente, en un tema delicado, siguiendo unos pasos y demostrando que lo que hacían, tenía sentido. Lo que están haciendo es decirle a mucha gente, más de los que usan el coche por esa zona, que va a tener una ciudad mejor y lo va a disfrutar más. Además a los 200.000 que siguen teniendo permiso, les dices que van a tener menos atasco. A los 750.000 que van en autobús normalmente, que van a tardar 10 minutos menos.

Resultados

Más usuarios de la noche a la mañana

EL CASO DE Madrid Central, de un día para otro, nos ha hecho ganar dos puntos de regularidad en el conjunto de la ciudad, actuando en un distrito relativamente pequeño. Está creciendo incluso el resto de las líneas, en zonas que no están afectadas por esta medida, con lo cual tiene impacto en toda la red. Lo que se ha producido es un cambio cultural. La gente, aunque sepa que aún se pueda entrar, no entra. Los ciudadanos de esta ciudad son más responsables que su clase política. Es una realidad que el coche no lo necesita el ciudadano, y todos estaban convencidos de ello: lo que ha hecho Madrid Central es desencadenar este debate y el uso del transporte público.



ALSA

Una empresa familiar que tiene negocios en medio mundo

LA QUE en sus inicios era una empresa familiar de transportes en la localidad asturiana de Lluarca se ha convertido, de la mano de la familia Cosmen, en una gran compañía de proyección internacional, no solo por sus negocios en distintos países, sino por su in-



JORGE COSMEN

clusión en el consorcio británico National Express, entidad de la que Jorge Cosmen forma parte de la Junta Directiva. Alsa ha ido diversificando sus negocios y ampliando su radio de actuación hasta formar parte del tejido empresarial del regular, el discrecional, el urbano y en otros modos.

WEBASTO

Recarga y climatización para todo tipo de vehículos

WEBASTO es una compañía que lleva muchos años poniendo en el mercado soluciones de movilidad para el Sector, desde sistemas de recarga y sistemas de baterías, hasta el más amplio catálogo de sistemas de techo de calefacción y aire acondicio-



JOSÉ COSTALES

nado, pasando por gran cantidad de sistemas de movilidad con la sostenibilidad como eje diferencial. José Costales dirige la filial española de esta entidad internacional desde el mes de enero de 2013, con una evolución positiva desde entonces.

FIAT

Reciente en el cargo, pero con mucha experiencia

DESDE EL pasado diciembre, es el nuevo CEO de FCA España y Portugal. Licenciado en Dirección y Administración de Empresas, ocupaba hasta la fecha el cargo de gerente de Marca de Fiat & Abarth en FCA España, aunque cuenta con una dilatada ex-



ALBERTO DE AZA

periencia profesional en el sector de la automoción, que comenzó en MAN (1993-2000), continuando en KIA (2000-2009), donde ocupó diferentes posiciones en su Dirección. Llegó al Grupo italiano en 2009, alcanzando responsabilidades a nivel internacional.

JULIÁN DE CASTRO

Una empresa centenaria que no ha cambiado sus valores

ESTA compañía lleva más de un siglo conectando localidades de la sierra madrileña entre sí y con la capital. Todos recordamos con cariño el entrañable evento de celebración de dicho centenario, en el que sin duda, quedó demostrado la consideración mutua que



JULIÁN DE CASTRO

se profesan la empresa Julián de Castro, junto con todos sus integrantes, y el transporte de viajeros. Muchas son las cosas que han cambiado desde principios del s. XX, pero no la dedicación y esmero con que esta compañía y sus dirigentes tratan de prestar el mejor servicio.

ANFAC

Objetivos claros y hoja de ruta definida para la automoción

EL PRESIDENTE de Anfac y miembro de la directiva de Renault tiene claros los objetivos que llevar a cabo al frente de la patronal de la automoción. Solo en los últimos meses, ha defendido al sector ante las posiciones políticas frente al diésel, ha mostrado su



JOSE V. DE LOS MOZOS

rechazo (incluso en Europa) a la ley balear que prohibirá los motores de combustión, y ha trazado unas líneas de actuación a seguir por el conjunto de la industria si España quiere, como sucede en la actualidad, seguir siendo un país competitivo en la producción de vehículos.

EX-FOMENTO

Respeto generalizado a una gran labor

NO COMENZÓ de la mejor manera posible su etapa como director general de Transporte Terrestre, pero lo cierto es que hasta su destitución en el cargo, producida hace unos meses, Del Moral se ha ganado el respecto de la inmensa mayoría del Sector,



JOAQUÍN DEL MORAL

no solo por su capacidad de diálogo y su cercanía (presente allá donde se le requiera), sino por haber defendido los derechos e intereses de los profesionales en múltiples foros, incluso frente a otros Ministerios. Por ello, merece ser parte de estos 'Protagonistas del Sector'.



Sistemas Eléctricos

de Climatización hispacold

sostenibles



hispacold

hispacold.es

“Entrevista



Mercedes Vidal Lago es licenciada en Ciencias Ambientales. Desde 2015 es concejal de Movilidad del Ayuntamiento de Barcelona, consejera metropolitana y presidenta de TMB, el operador del metro y los autobuses.

TRANSPORTES METROPOLITANOS de Barcelona, abreviado como TMB, es una marca comercial y una unidad gestora bajo la cual operan tres empresas municipales de transporte público en la ciudad de Barcelona y su área metropolitana: Ferrocarril Metropolità de Barcelona, S.A., Transports de Barcelona, S.A. y Projectes i serveis de mobilitat, S.A. Aunque las tres empresas mantienen una gestión y una estructura independientes, colaboran para mantener unas líneas estratégicas conjuntas y de cara a los usuarios las tres se muestran comercialmente bajo la misma marca sin distinción alguna.

¿Cuál es el balance de viajeros en TMB al cierre de 2018? ¿Cómo se compara esta cifra con la de ejercicios anteriores?

● El balance es positivo porque hemos alcanzado los 615 millones de viajeros en el conjunto de servicios que operamos, un dato histórico, con una subida de más de 22 millones, el 3,8%, respecto de 2017. En la red de autobuses de Barcelona, los 202,9 millones de validaciones registrados suponen el mejor dato en diez años y un hito destacable, más cuando viene aparejado con unas valoraciones récord por parte de los usuarios. Hemos confirmado que la inversión en transporte público es rentable socialmente.

¿Cuáles son las causas de este incremento?

● Por un lado se está produciendo un incremento general de la movilidad urbana, pero también debe relacionarse con los incrementos de oferta y los esfuerzos por mejorar el servicio que TMB ha realizado en los últimos años. En Autobuses esto se ha concretado en la implantación de las últimas fases de la nueva red ortogonal, junto a una reestructuración de parte de las líneas convencionales y una mejora de los servicios de proximidad. El resultado es una mayor oferta, con un incremento neto de 66 coches más en la calle todos los días, también un servicio más racional, con menor impacto en el medio ambiente, y más comprensible.

¿Cómo están funcionando las líneas de la nueva red?

● Tal como estaba previsto, las 28 líneas verticales, horizontales y diagonales, por su alta frecuencia y buena conectividad, se han convertido en la primera opción de nuestros ciudadanos para desplazarse en superficie en transporte público. En 2018 realizaron 107,6 millones de viajes, el 53% del total de la red. Y muchos de estos ejes son de nueva creación, con un elevado potencial de captación de usuarios.

¿Cuál es la flota actual de la TMB de Barcelona, cuáles son las marcas más representadas y cada cuánto se licitan renovaciones?

● Nuestra flota está integrada por 1.140 vehículos de marcas muy variadas, según el servicio al que van destinados, con longitudes que van desde los seis hasta los 24 metros. Con un horizonte de amortización de 15 años, lanzamos anualmente concursos para renovar una fracción equivalente de la flota, y últimamente más, para rebajar la edad media, que se encuentra en los nueve años. Tenga en cuenta que en el mandato anterior se produjo un parón en las inversiones, que llegaron a ser de cero euros en 2014. Bajo mi mandato se ha revertido esta situación y el año pasado las inversiones en autobuses fueron del orden de 55 millones de euros. Ahora mismo está en curso una licitación para contratar 105 vehículos valorados en unos 40 millones.

¿Cuántos trabajadores emplean y cuántas líneas explotan?

● Da empleo a 4.500 trabajadores, sin duda, su mayor activo, por su preparación y compromiso en la misión de proporcionar una movilidad eficaz y sostenible a los ciudadanos de Barcelona y diez municipios de su área metropolitana. Gracias a los conductores, mandos, mecánicos y personal de explotación, talleres y oficinas, nuestra empresa opera 99 líneas regulares, sumando las de altas prestaciones, urbanas, interurbanas y de proximidad, a las que desde el 21 de enero debemos añadir la primera

Alcanzamos los 650 millones de viajeros en el conjunto de los servicios

Con una subida de más de 22 millones, el 3,8%, respecto de 2017. En la red de autobuses de Barcelona, los 202,9 millones de validaciones registradas suponen el mejor dato en diez años.

que funciona a demanda, en Torre Baró. Los mismos equipos gestionan las tres líneas del bus turístico, en asociación con el consorcio Turismo.

¿Con qué porcentaje de vehículos adaptados cuenta la flota?

● El 100% de la flota de autobuses de TMB es accesible a personas con

"Desde ahora, solo vamos a adquirir autobuses híbridos, eléctricos y de gas natural, unos 250 en tres años"

movilidad reducida. No solo cuentan con rampa o plataforma elevadora, también requerimos a los fabricantes que sean de piso bajo antideslizante, que tengan dos espacios para sillas de ruedas, asientos para personas con necesidades y que los pulsadores tengan inscripciones en braille. Y seguimos avanzando, ahora estamos desplegando el sistema NaviLens para facilitar su uso por parte de las personas con discapacidad visual.

Es inminente la aprobación de la nueva Ley de Financiación. ¿De qué manera les influirá a la hora de tomar decisiones estratégicas?

● En la actualidad no contamos

con una financiación de carácter estable como si ocurre por ejemplo en la sanidad y en la educación. Es prioritario establecer mecanismos de carácter estructural porque entendemos que invertir en transporte público es hacerlo en política social que permite mitigar las desigualdades. En Catalunya, ya tenemos una ley de financiación que todavía no se ha desplegado y que nos debería permitir transferir recursos al transporte público colectivo procedentes del transporte privado.

¿Qué importancia tiene para la compañía la Responsabilidad Social Corporativa?

● Forma parte de nuestro ADN: somos una empresa pública que prestamos un servicio público de claro contenido social, como el transporte colectivo. Per además llevamos nuestros valores a la ciudadanía por distintos medios: con el programa educativo, las actividades culturales, los talleres de fomento de la autonomía, con el voluntariado de nuestros empleados, con la difusión del patrimonio histórico, con la campaña solidaria anual. Son programas que coordina la Fundación TMB y que nunca se agotan: tenemos nuevas generaciones de escolares por formar, vehículos históricos por restaurar, causas solidarias por defender...

¿Se plantean nuevas inversiones en renovación de instalaciones para combustibles alternativos?

● La electrificación es un cambio de paradigma en todos los órdenes que estamos abordando en los distin-

tos ámbitos. Igual que hemos equipado una línea de bus con cargadores de alta velocidad en sus extremos, nuestros centros operativos se están dotando de infraestructuras de carga adecuadas para acoger una flota eléctrica que como indicaba antes va a superar las cien unidades en poco tiempo. A más largo plazo todas nuestras cocheras van a adaptarse a la tracción eléctrica, algo que ya está previsto en el proyecto de nueva cochera de la Zona Franca, que será la más grande de Barcelona.

¿Se seguirán adquiriendo unidades propulsadas por diésel?

● Claramente no, en la medida que la industria de la automoción está ya en condiciones de ofrecer alternativas, algo en lo que colaboramos desde TMB probando prototipos e incluso promoviéndolos, como hemos hecho con el minibus eléctrico presentado en el último Smart Mobility World Congress. A partir de ahora solo vamos a adquirir autobuses híbridos, eléctricos y de gas natural, y van a ser unos 250 en tres años.

¿Maneja Barcelona algún tipo de restricción al tráfico para el casco urbano, que pudiera elevar su velocidad comercial?

● Desde hace años en gran parte del centro de la ciudad la circulación de vehículos está restringida y a partir de 2020 entra en vigor la llamada Zona de Bajas Emisiones Ronda. Pero en cualquier caso eso no ha sido ni será suficiente para aumentar la velocidad comercial. Es por eso que con la entrada en funcionamiento de la nueva red ortogonal hemos comenzado a actuar en la propia infraestructura para dar mayor prioridad al bus: sea con ampliación de los carriles, en número y en amplitud, con la adecuación de paradas e intercambiadores, como en fases semafóricas específicas para evitar paradas en los cruces.

Por último, ¿cómo prevé que se desarrollará el año para el transporte urbano de viajeros?

● El año ha comenzado en el área de Barcelona con una congelación tarifaria que aumenta la competitividad del transporte público. Preve-mos, pues, que siga la captación de nueva demanda y que de este modo más ciudadanos prescindan del vehículo privado. Otra señal esperanzadora es la decisión del plenario del Ayuntamiento de Barcelona, del 25 de enero, de impulsar la unión de los tranvías por la Diagonal. En este sentido TMB está en disposición de convertirse en el operador del nuevo tranvía, aportando toda experiencia que tiene como empresa pública excelente y referente en el Sector.

Estrategia

Hemos logrado reducir un 58% de los contaminantes

ESTAMOS HACIENDO una apuesta muy clara por la electrificación, y a través de ella por un transporte público de cero emisiones, objetivo que esperamos conseguir en el próximo decenio. El compromiso de Barcelona es muy serio. En 2018 en el grupo TMB logramos una reducción del 58% de los contaminantes que provocan el calentamiento global, un objetivo que estaba fijado para 2040. Estamos abordando una segunda reconversión de la flota de TMB. La primera, basada en los *retrofits*, el GNC y los filtros anticontaminantes, nos hizo acreedores del título de flota más limpia de Europa. Para la segunda nos hemos preparado participando en programas internacionales de experimentación como ZeEUS y Assured. Ahora vamos a electrificar una línea completa de autobuses, la H16, por eso necesitamos vehículos eléctricos de alta capacidad, que se recargan rápidamente por pantógrafo en las terminales.



TOMTOM

Posicionamiento y gestión, ahora en el seno de Bridgestone

E S EL DIRECTOR de ventas para Iberia (desde hace más de seis años) de TomTom Telematics, compañía de referencia en el Sector en posicionamiento y gestión de flotas, que acaba de ser adquirida por Bridgestone para formar un grupo mucho más potente dentro



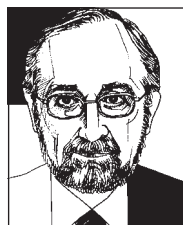
HEIKE DE LA HORRA

de la industria auxiliar de la automoción a nivel global. Presente tanto en el segmento de mercancías como en el de viajeros, TomTom es fijo en todas las ferias sectoriales, tomando parte también en múltiples eventos de carácter tecnológico relacionados con nuestra actividad.

GRUPO RUIZ

Larga y exitosa trayectoria con marcado carácter asociativo

L ICENCIADO en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, Egido cursó estudios de postgrado en gestión empresarial. Es abogado del Ilustre Colegio de Abogados de Madrid, miembro de la Comisión Ejecutiva de Atuc y Confibus y del Consejo



ALBERTO EGIDO

de Transportes de CEOE. En el año 1988, se inició en el Sector formando parte del equipo de la Federación Española Empresarial de Transporte de Viajeros (Asintra). En 1996 se incorpora al Grupo Ruiz como director de Líneas Regulares y en la actualidad es su director general.

MONTCADA

Componentes para el Sector desde una óptica de eficacia

M ONTCADA Artículos Técnicos, SL está presente en los sectores de Vehículo Industrial, Automoción e industria desde 1994. Su larga trayectoria la ha convertido en empresa de referencia de una amplia gama de componentes. En sus instalaciones de Lliçà



JOSÉ LUIS DÍAZ

de Vall en Barcelona, de Massanassa en Valencia y de Villaverde en Madrid, tiene como objetivo ofrecer un servicio rápido y eficaz para satisfacer las necesidades del profesional. Jose Luis es su director gerente desde el principio, acumulando 25 años de experiencia.

SINFE

Desarrollo de aplicaciones informáticas para el Sector

S INFE (Eurosoft) comenzó en 1986, investigando las posibles aplicaciones informáticas para el Sector del transporte de viajeros por carretera, y, aunque los campos de investigación y desarrollo se han extendido a otros sectores, es en el de trans-



AGUSTÍN CARRANZA

porte donde concentra experiencia, madurez, responsabilidad y, por encima de todo, especialización y servicio al cliente. Más de 300 clientes forman su cartera, disfrutando de productos y alianzas tecnológicas. Carranza lleva más de 30 años en la compañía.

EXPOBUS

Éxito de una feria que ya trabaja en su segunda edición

E L ÉXITO DE la primera edición de la Feria del Transporte de Viajeros por Carretera, Expobus Iberia, celebrada el pasado mes de noviembre, fue tan elevado que, a pesar de que su periodicidad será bienal, su comité organizador, con Du-



RICARDO DURÁN

rán a la cabeza, han decidido

do apostar por llevar a cabo su segunda cita en 2019, concretamente entre los días 21 y 23 de noviembre. Las instalaciones de Abanca volverán a albergar a lo más nutrido del Sector nacional, aprovechando también los cambios normativos que se están produciendo en Galicia.

SCANIA

Experiencia de más de 20 años en Scania para la filial nacional

L EVA DESDE el pasado mes de agosto como director general de Scania Ibérica (España y Portugal), poniendo a disposición del fabricante sueco una dilatada experiencia dentro del grupo, que comenzó en 1995 en el departamento de Ventas de Scania Argentina. Poste-



SEBASTIÁN FIGUEROA

riormente fue nombrado director general de la red de concesionarios de dicho país y en 2008 asumió el cargo de director de Ventas y Marketing del mercado de Argentina y Uruguay para Scania. Desde 2014 ejercía el cargo de director general de Scania en Chile.



nogebus

NOGE BUS DA FORMA AL MOVIMIENTO

| Titanium | Touring | Sprinter | Especiales |

“Entrevista



Eloy Fernández, director de la Estación Sur de Autobuses de Madrid (Grupo ADO Avanza), es desde junio de 2015 el presidente de la Asociación de Estaciones de Autobuses (Estabús). Nada más ser nombrado, atendió a NEXOBUS.

EL SECTOR debería hacer sus deberes, siendo lo principal modernizarse. Crear un modelo de negocio que sea homogéneo en lo que es la red estratégica. Que cuando vayas a una estación de autobuses de una provincia, se parezca mucho a la de otra y que todas estén en condiciones dignas. Es necesario dignificar el Sector a través de financiación público/privada, pero el Sector también tiene que ponerse las pilas en la mejora de los modelos de gestión: ya no vale tener una estación sin luz, sin una zona comercial digna, sin información en el momento, etc. Lo que hay que hacer es dar atención al cliente, preguntar al viajero. Pero no sólo viajeros, porque con esos modelos de negocio sostenibles, queremos meternos en los entornos de los barrios y esa es la solución para las estaciones de autobuses. Si te integras en el barrio, sirves no sólo para los viajeros sino para satisfacer las necesidades de los clientes en general de ese barrio", explica Eloy Fernández, presidente de Estabús.

■ ¿Y todo eso cómo se conjuga?

● El trabajo en equipo es la solución. Cuando trabajas en equipo y todo el mundo tiene el objetivo claro, vamos a trabajar no en vencer, sino en convencer a las Administraciones, y también creando una cultura, que no la tenemos, de cuidado y dignificación de las estaciones. El trabajo en equipo es una cuestión de decisión, no de tiempo ni de dinero. Tiempo hay y dinero también, porque se ve lo que se ha invertido en infraestructuras ferroviarias y aeroportuarias. En el Sector no se ha invertido porque no está unido; en cuanto esté unido, estoy convencido de que la Administración tendrá conciencia de ello y actuará en consecuencia.

■ ¿Este planteamiento ha llegado ya a la Administración? ¿Hay alguna respuesta de su parte?

● Ahora a los problemas se les están planteando soluciones concretas. El hecho de que exista Confebús es muy importante para nosotros, que estamos bajo el paraguas de Fenebús y Asintra. Ya lo comenté antes: trabajo en equipo. Creo que en estas circunstancias la Administración nos va a escuchar, sobre todo porque ahora mismo todas las provincias tienen estaciones de autobuses y no es algo que afecte solo a una. Es cierto también que hay cierta problemática porque las competencias estén cedidas a las Autonomías, pero nosotros queremos establecer un marco en el que saber cuál es el kit básico

para una estación de autobuses. Y eso compartirlo con las Administraciones. Participamos en un foro con la Universidad y mantenemos entrevistas con personas de la Administración, y creo que tenemos que tocar todas las puertas: ayuntamientos, comunidades autónomas y Ministerio. Hay que ir siempre de la mano con las Administraciones.

"Debemos colaborar con otros sectores, abrir la puerta a quien nos ayude a optimizar los locales comerciales de las estaciones y acercarnos a los usuarios"

■ ¿De cuántas estaciones estamos hablando y en manos de cuántos gestores están?

● No tengo la cifra, pero sobre todo están en manos de operadores. Hay particulares, concesionadas y de capital mixto, pero la

El trabajo en equipo y tener un objetivo claro son la solución

Ni el tiempo ni el dinero son tan importantes. Tiempo hay y dinero también, porque se ve lo que se ha invertido en infraestructuras ferroviarias y aeroportuarias. El Sector lo que necesita es unidad



mayoría son concesionadas. Van a estar de acuerdo porque todo el mundo quiere mejorar. Este plan está consensuado con Aneceta; en el foro celebrado el pasado mes de Julio en la Universidad de Verano de la Politécnica, en La Granja de San Ildefonso, la ponencia la impartió uno, pero los contenidos los preparamos entre ambas entidades. Creo que tenemos que dejarnos de personalismos y lo importante es

el contenido y la fuerza que tienes detrás, y esta asociación tiene toda la fuerza. Yo ahora mismo hablo de Estabús porque soy su presidente, pero lo que digo es perfectamente válido tanto para Estabús como para Aneceta.

■ ¿Se ha fijado algún tipo de plazo concreto?

● Pues la labor de concienciación debe estar planteada este año, para

poder comenzar acciones concretas el año que viene. Pero lo primero que debemos hacer es clarificar objetivos y crear el plan estratégico. Nos damos lo que queda de año para definir ese plan y empezar en enero.

■ ¿Y qué otras cosas se pueden hacer aparte de estas, más a pequeña escala?

● Aparte de estas cosas macro, lo primero que se tiene que hacer, que es igual de importante, es generar ingresos para intentar mejorar lo que son los activos. Los principales gastos ahora son de mantenimiento de instalaciones y suministro eléctrico, con lo cual voy a empezar a visitar algunas estaciones para ver posibilidades de optimización comercial, porque tenemos lugares privilegiados. También deberíamos colaborar con otros sectores, abrir la puerta del Sector a otros que nos puedan ayudar en cuanto a lo que es la optimización comercial. Por ejemplo, multinacionales o del *renting*, e incluso hay estaciones que tienen supermercados, como Mercadona, lo que concede una excelente sostenibilidad en el ingreso, ya que es una empresa seria y aporta estabilidad durante años. Y digo Mercadona como podría decir otra empresa. Aena, por ejemplo, recauda más del 30% de ingresos de los locales comerciales.

■ A nivel internacional, ¿Estabús tiene relación con otras similares de otros países?

● Nosotros estamos bajo el paraguas de Asintra, y ahora también de Confebús, y ellos sí que tienen relaciones internacionales. Debemos tener en cuenta también que yo, al pertenecer al grupo ADO-Avanza, tengo una perspectiva a nivel internacional de lo que son otras estaciones, como por ejemplo en México. Allí, las estaciones aportan valor al cliente, porque se han dado cuenta que las estaciones son el lugar donde empieza y acaba todo.

■ ¿Hay algún otro factor del transporte de viajeros que afecte directamente a las estaciones de autobús?

● La tecnología e innovación nos viene genial, pero lo que nos viene mal es que se financien los billetes del AVE con el dinero de los impuestos de todos los españoles, porque si un billete de AVE te sale más barato, nuestro margen de maniobra se reduce de manera considerable. La economía colaborativa del coche compartido sería otro factor que, en este momento, no nos ayuda en absoluto.

Actualidad

Concienciar a las Administraciones

AHORA MISMO vivimos la decadencia de todo el modelo tradicional de financiación; los propios cánones penalizan a las empresas de transporte. Y luego, cuando miramos alrededor, vemos que hay otras infraestructuras que se financian de forma pública y alarmante con casos muy llamativos en estaciones de trenes y aeropuertos. Al final resulta que el medio de transporte más democrático que hay, que es el autobús, que te permite el mayor número de paradas y la mayor capilaridad en todas las provincias, no está financiado, salvo honrosas excepciones. Lo que debemos hacer es definir una red estratégica de estaciones de autobuses, aquellas de las capitales de provincia, como paso previo para las estaciones en los pueblos. Y esta red habría que ponerla en valor. Lo más importante es que la Administración se conciencie de que las estaciones de autobuses son necesarias y que además tiene que haber una colaboración público-privada, sin quedarse todo en buenas palabras, a través de contratos marco, contratos programa, OSP y participación de ca-



DIRNA

Climatización en todos los aspectos para el Sector

ESTÁ CERCA de cumplir un lustro como director general de Dirna Bergstrom S.L. Es ingeniero Industrial y Master in Business Administration por ESADE. Tiene una amplia experiencia profesional en puestos directivos de varias empresas del sector



GUILLEM GALLARDO

automóvil y otros sectores industriales. Dima Bergstrom desarrolla y fabrica sistemas de climatización para vehículos comerciales. Su marca estrella es Bycool, que engloba equipos de aire acondicionado eléctricos que funcionan a motor parado como Parking Cooler.

EX-ANETRA

La histórica voz de la Asociación deja el Sector

TODOS LOS que llaman a Anetra en estas fechas, se sorprenderán al conocer que Maribel no está por allí. Durante varias décadas ha sido la voz y la cara de la asociación, con el permiso de sus presidentes, manteniendo la gestión, el día a día y el con-



MARIBEL GARCÍA

tacto con empresarios y medios de comunicación. Siempre amable y educada en el trato, dispuesta a colaborar en todo lo requerido, Maribel ha sido parte importante en el desarrollo de la Organización, y deja tras de sí un inmejorable recuerdo de su labor en beneficio del Sector.

EX-ASCABUS

Experiencia profesional al servicio del colectivo carrocerero

EL SECTOR nacional carrocerero parece gozar de buena salud, a tenor de lo publicado por su Asociación, Ascabus, que cifraba la facturación conjunta en 2017 en 557,5 millones de euros, un 1,07% más que en el ejercicio precedente, gracias a las 3.680



JAVIER GARCÍA

carrocerías fabricadas (un 0,62% más). Buena parte de esta evolución positiva tiene que ver con la gestión realizada desde su Asociación, que estuvo presidida hasta hace muy poco por García Domingo, quien puso su experiencia (Hispano, Castrosua...) al servicio del colectivo.

ARRIVA

Una empresa histórica que cada día tiene mayor expansión

ARRIVA acaba de lanzar la campaña #MovimientoArriva, una apuesta de la compañía para implantar la marca en España e impulsar los principales valores de la empresa: ahorro, accesibilidad, comodidad, solidaridad, sostenibilidad y seguridad. Interesante ini-



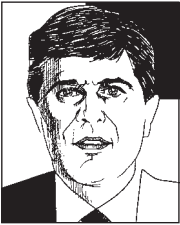
JUAN IGNACIO GARCÍA

ciativa, aunque el conocimiento de la marca y de su CEO están por encima de toda duda. Una empresa histórica, con amplia presencia en buena parte del territorio nacional, y con fuertes conexiones internacionales, con incursiones incluso en otros modos de transporte.

NOGEBUS

Diseño por encima de todo en las carrocerías de Nogebus

NOGEBUS es una empresa especializada en la fabricación de carrocerías para autocares y dispone de recursos tecnológicos de última generación en todos los ámbitos de su actividad: ingeniería, diseño, producción y logística. Incorpora constante-



MIGUEL GENABAT

mente en sus autocares los últimos avances en materia de diseño, habitabilidad, ergonomía y seguridad, lo que garantiza vehículos compactos, resistentes y muy funcionales. Genabat es su presidente, incluso desde la anterior etapa de la compañía.

SCT

Gestión del tráfico y la seguridad en Cataluña

EL SERVEI Català de Trànsit (SCT) es el gestor del tráfico y la seguridad viaria en Cataluña. SCT nace del antiguo Institut Català de Seguretat Viària (ICSV), creado en 1991 con dos objetivos principales: reducir la frecuencia y la gravedad de los accidentes



JULI GENDRAU

de circulación e incrementar los medios y recursos destinados a la prevención de siniestros y a la atención a las víctimas. A finales de 1997, la Generalitat asume las competencias en materia de tráfico y circulación, y nace el SCT. Gendrau es su máximo responsable en la actualidad.

CREANDO UN MUNDO MAS ACCESIBLE

SISTEMAS DE ACCESIBILIDAD PARA TRANSPORTE PUBLICO

PUERTAS PARA AUTOBUS

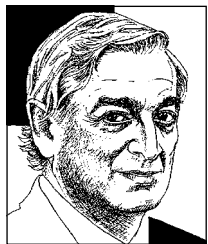
PUERTAS PARA FERROCARRIL

SISTEMAS DE ACCESIBILIDAD

PUERTAS DE ANDEN

www.masats.es

“Entrevista



José Ignacio Murillo es el director general de Sunsundegui. Estudió Ingeniería industrial en la Universidad de Navarra y está a punto de cumplir nueve años al frente del carrocerero navarro Sunsundegui.

SUNSUNDEGUI, cuya denominación legal es Suministros y Servicios Unificados de Carrocería, S.L. es una empresa española radicada en Alsasua (Navarra) y dedicada al carrozado de vehículos de gran tonelaje, especialmente autocares y trenes. La empresa fue fundada en Irún en 1944 por el empresario irunés José Sunsundegui.

Breve historia de la organización desde su fundación.

● En el año 1944 el empresario de Irún José Sunsundegui fundó en esta localidad el primer taller de Sunsundegui. Su situación estratégica y fronteriza entre España y Francia propició la ubicación la empresa que inicialmente se dedicó a la reparación de material ferroviario. Ya en la década de los 50 se trasladó a la localidad navarra de Alsasua, donde permanece hasta la actualidad. Durante estos años se dedicó íntegramente a la reparación de trenes de Renfe. Cuando la compañía Estatal comenzó a instalar sus propios talleres de reparación, Sunsundegui tuvo que adaptarse a los nuevos tiempos y comenzó a fabricar carrocerías de autocares. Desde entonces han sido numerosos los modelos que Sunsundegui ha creado, modelos que siempre han conseguido el reconocimiento y el aprecio del mercado.

¿Cuáles serían los hitos principales en todos estos años?

● El primer modelo que Sunsundegui lanzó al mercado a finales de los años 80 fue el Korinto. Este vehículo iba montado sobre un bastidor DAF y tenía capacidad de transporte de 54 pasajeros en asientos reclinables, además del conductor y del guía. Los elementos que le caracterizaron en aquel momento fueron la incorporación de aire acondicionado, calefacción mediante convectores, renovación constante del aire interior y la capacidad del maletero, de aproximadamente 10 m³. Durante la década de los 90 vio la luz el modelo Stylo con el que la marca consiguió la fama de empresa carrocerera de gran calidad. En estos años se produjeron también los modelos Vardi, que era un autocar articulado de piso alto y el Vardino, autocar rígido también de piso alto, con los que la empresa rompía moldes en el sector de la producción y carrocería de autocares. En este periodo la empresa produjo también vehículos especiales para diferentes eventos, como el ya emblemático Sunsundegui Vardi que Sunsundegui carrozó para la Exposición Universal de 1992

celebrada en Sevilla. Sunsundegui comenzó su despegue, gracias a la exportación de sus vehículos a países como Israel y el Reino Unido. Esto le llevó a firmar un importante acuerdo comercial con Volvo para carrozar las plataformas motorizadas de la compañía sueca. Otro importante hito fue la creación del Interstylo en el año 1993, modelo que fue muy valorado en el mercado también por su robustez y fiabilidad, además de por su diseño. A este le siguió el Sideral, vehículo que destacó en el mercado por sus amplias líneas curvas y equipamiento, marcando la pauta de lo que iban a ser los autocares en el futuro en materia de diseño. Fue un gran éxito comercial que propició la llegada del Sideral 2000. Es en la primera década del siglo actual cuando nace otro importante autobús de Sunsundegui que vuelve a marcar un hito en el mercado. Se trata del Astral, un coche distinto, con las virtudes de un vehículo interurbano, funcional, moderno y rentable. Por su parte, El modelo Sideral fue evolucionando y ampliando su gama con modelos como el Sideral 10 hasta que fue sustituido por el actual SC7, nuestro autocar de lujo con un depuradísimo diseño y prestaciones, autocar de gran calidad que nuevamente ha conseguido el reconocimiento en el mercado. Los nuevos modelos

El sector experimentará grandes cambios, sobre todo en urbano

2018 ha sido un año positivo; el avance de las inversiones en la fábrica que se está llevando a cabo desde enero para mejorar las condiciones laborales, nuestra calidad y aumentar la producción.

SC5 y SB3 completan la actual oferta de Sunsundegui.

¿Podemos decir que los tiempos convulsos en la marca han quedado atrás definitivamente?

● Sí, gracias a la confianza de nuestros clientes y el duro trabajo que están realizando todos los trabajadores que forman parte de

es la personalización y los proyectos especiales, en este sentido el crecimiento de cuota de los vehículos integrales representa un peligro relativo. Los proyectos especiales, plazos de entrega y el grado de personalización, hacen que Sunsundegui tenga una ventaja competitiva comparado con los vehículos completos.

¿Se plantean dar el salto? ¿O retomar las relaciones preferentes con algún fabricante, para otros mercados, como se hizo en el pasado?

● Sunsundegui está especializada en el diseño y la fabricación de carrocerías, en este sentido no tenemos ninguna intención de dar el salto al diseño y fabricación de vehículo completo a medio plazo. Referente a las relaciones con los fabricantes de chasis, siempre hemos estado abiertos a todas las marcas para realizar proyectos personalizados y estaremos dispuestos a trabajar junto con ellos en los mercados de España y el Exterior.

¿Cuál es su valoración del año 2018, ahora que acaba de finalizar?

● En líneas generales el año 2018 ha sido un año positivo para Sunsundegui; cabe destacar el avance de las inversiones en la fábrica que se están llevando a cabo desde enero del 2018 con el objetivo de

mejorar las condiciones laborales, nuestra calidad y aumentar la capacidad de producción. Desde el punto de vista comercial nos hemos mantenido en la misma línea que el año 2017 y el ligero retroceso en matriculaciones en el mercado nacional fue compensado por las ventas en el exterior. Miramos con optimismo el año 2019.

¿Se han cumplido sus expectativas?

● Sí, en general las expectativas se han cumplido, aunque siendo ambiciosos nunca podemos conformarnos mirando al futuro para poder avanzar aún más.

¿A qué cree que se debe?

● En primer lugar, y como se indicó anteriormente, tenemos que agradecer la confianza que nuestros clientes depositan en nuestra empresa y los productos que diseñamos. En este sentido el cliente siempre está en el centro de nuestra atención y pensamos que esta actitud de acompañar a nuestros clientes en su camino nos da sus frutos.

Hablando de producto, ¿podemos esperar novedades a corto plazo?

● La gama del producto de Sunsundegui ha sido renovada recientemente con la introducción de SC7/SC5/SB3 y actualmente no están previstos cambios a corto plazo. Dicho esto Sunsundegui está trabajando en el diseño de varios modelos para proyectos en diferentes mercados que van a requerir adaptaciones a las necesidades especiales de nuestros clientes.

¿Qué camino ha adoptado Sunsundegui al respecto de las propulsiones alternativas?

● Siendo las cercanías y larga distancia el principal segmento de la compañía, no vemos actualmente una alternativa clara a diésel, aunque en cuanto aparezcan estaremos dispuestos a plantearnos las acciones oportunas.

¿Manejan la posibilidad de colaborar con otros carroceros?

● Actualmente no estamos conversando con ningún carrocerero sobre posibles colaboraciones, en el caso de tener un proyecto de mutuo interés lo podríamos considerar.

¿Y en el ámbito internacional?

● En el ámbito internacional el año 2018 ha sido exitoso para Sunsundegui porque ganamos varios concursos. Miramos con esperanza al año 2019-2020 y esperamos continuar en la misma línea.

"Agradecemos la confianza que nuestros clientes depositan en nuestra empresa y los productos que diseñamos. El cliente siempre está en el centro de nuestra atención"

Sunsundegui, podemos decir que miramos con mucha ilusión el futuro y afirmar que el peor momento ya pasó.

¿Cómo asume Sunsundegui el papel del segmento carrocerero nacional, frente a la evolución de los vehículos integrales?

● La fortaleza de Sunsundegui

Estrategia

Futuro de la empresa y del Sector

EN NUESTRA opinión, el Sector experimentará grandes cambios, sobre todo en el segmento de urbano y cercanías con la llegada de las propulsiones alternativas, la reducción de emisiones de motores diésel y probablemente el vehículo autónomo. Sunsundegui en este sentido ve una gran oportunidad de crecimiento por la capacidad de adaptación a los requisitos de nuestros clientes y mercados. Ofreciendo un producto de diseño vanguardista, sólido y duradero pero a su vez, ligero, seguro y cómodo para el conductor y el pasajero. Miramos con mucho optimismo hacia el futuro y esperamos ofrecer un producto tan apreciado por nuestros clientes como lo es en la actualidad.



BUSWORLD

Busworld se expande y propone nuevos certámenes por el mundo

BUSWORLD prepara, para el próximo otoño, la primera de sus ediciones fuera de su sede original, la ciudad belga de Kortrijk. La expansión de la feria a lo largo de todos estos años, que no solo ha crecido en su cita europea, sino que la ha llevado a propo-



MEIKE GLORIEUX

ner nuevos certámenes en distintas partes del mundo, ha provocado su traslado a Bruselas, cuya Xpo será la que reúna en octubre a las principales firmas del transporte de viajeros a nivel internacional. El equipo organizador, encabezado por Meike, ya trabaja en esta edición.

ISRI

Amplia experiencia internacional para una marca con proyección

LEVA en Isri desde 1993, cuando se denominaba Asientos Esteban, aunque fue a finales de 2015 cuando asumió la dirección general. Licenciado en Ingeniería mecánica por la Universidad de Navarra y Master en Ingeniería de Materiales y Fabricación por



JUAN CORDOBA

la Universidad Pública de Navarra, ha liderado proyectos en Irán, Turquía y México, lo que le concede la experiencia necesaria para llevar a cabo la gestión de una empresa muy reconocible en el Sector dentro de la producción y suministro de butacas para cualquier aplicación.

GOBIERNO

La aprobación del ROTT marca su periodo legislativo

ESLA actual directora general de Transporte Terrestre del Ministerio de Fomento. Es ingeniera de Caminos, Canales y Puertos, por la Universidad Politécnica de Madrid (UPM), y tiene un máster en Mecánica del Suelo e Ingeniería de



MERCEDES GÓMEZ

Cimentaciones, por el Centro de Estudios y Experimentación de Obras Públicas (CEDEX). Perteneció al Cuerpo de Ingenieros de Caminos Canales y Puertos del Estado desde 1999. Desde entonces, ha desempeñado diversos puestos en el Ministerio de Fomento.

VDO

Una gama de soluciones para la seguridad del profesional

MÁS ALLÁ de la actividad de comercialización de tacógrafos digitales, VDO tiene en el mercado una amplia gama de soluciones y sistemas de ayuda a la conducción, buscando siempre una mayor seguridad en el transporte profesional. Estas van



EDUARDO GONZÁLEZ

desde sistemas de cámaras que facilitan el aparcamiento, hasta el desarrollo de nuevos puestos de conducción más ergonómicos y la conectividad con el taller. Sin olvidar que también dispone de la actualización 4.0 de su tacógrafo, entre otras nuevas innovaciones.

CTA

Pioneros en el transporte escolar compartido

EL CONSORCIO de Transportes de Asturias, fundado en el año 2002, fue pionero en la puesta en marcha del transporte escolar compartido con las líneas regulares y en gestionar las concesiones de forma zonal, y no lineal. Lo que entonces parecía una osadía



CARLOS GONZÁLEZ

para algunos ha resultado ser todo un acierto, a tenor de la gran cantidad de regiones que adoptado la iniciativa. González forma parte del transporte desde siempre, en el Consorcio desde el año 2007, pero ya anteriormente acumulando experiencia en empresas como Arriva o Tussa.

BRIDGESTONE

Experiencia de más de 21 años en Bridgestone

JOSE ENRIQUE GONZÁLEZ acaba de ver culminado un periodo de 21 años de trayectoria en Bridgestone con su nombramiento, a mediados del año pasado, como nuevo vicepresidente y director general del fabricante para la región Suroeste de Europa,



J. ENRIQUE GONZÁLEZ

que incluye España y Portugal, en sustitución de Mark Tejedor, quien pasa a ser nuevo vicepresidente para Equipo de Origen de Bridgestone en la región EMEA. Tras ser director general de First Stop para el mercado ibérico, llevaba seis años en la central, en Bélgica.

Hidral Gobel



ESPECIALISTAS EN ACCESIBILIDAD
con 20 años de experiencia

www.hidralgobel.com · info@hidralgobel.com

Gobel 300:
Plataforma automática



Gobel EVO y MICRO:
Plataformas semiautomáticas



Rampa GOLDEN:
Rampa manual para autobuses de piso bajo



Rampa VICOLI:
Rampa eléctrica para autobuses de piso bajo



Accesorios:
Fijaciones de silla de ruedas y pasajero



unwin
An Autadapt Company

“Entrevista



Gael Queralt es director general de Indcar. Esta empresa determina y gestiona las condiciones de elaboración del producto, disponiendo de instalaciones y medios que contribuyen a disminuir el riesgo y el impacto medioambiental.

INDCAR ES UNA empresa carrocería especializada en la fabricación de carrocerías de minibuses para el transporte de viajeros y adaptación de furgones, siguiendo las pautas de calidad, seguridad y confort exigidas por el mercado. Fue fundada en 1888 por Francesc Queralt Roca. Desde sus inicios, se ha dedicado a la fabricación de carrocerías, empezando en la actividad de carruajes y diligencias de pasajeros. La empresa comenzó su actividad en Arbúcies donde hoy continúa produciendo los minibuses que lideran el mercado.

■ ¿Cuál es su valoración del año 2018?

● El año 2018 para Indcar ha sido positivo y hemos crecido a nivel internacional, abriendo nuevos mercados tales como Irlanda y Alemania, de la que esperamos que el 2019 se puedan consolidar con mayores volúmenes. Destacar el mercado de Italia, que es el mercado principal y con un importante crecimiento en el segmento urbano con el modelo Mobi City. En 2018 hemos iniciado también una apuesta hacia un nuevo proyecto eléctrico, actualmente en fase de desarrollo y esperamos poder presentar los resultados a finales de este primer trimestre 2019.

■ ¿Mantienen la línea de crecimiento? ¿Son los resultados que esperaban?

● Estamos siguiendo un línea positiva de crecimiento respecto a 2017, y los resultados han mejorado en todos los niveles alcanzando una facturación superior a los 36 millones de euros.

■ ¿Cómo prevén el futuro a corto y medio plazo? ¿Cuál es el objetivo para 2019?

● Nuestra apuesta es seguir creciendo a nivel internacional y consolidar nuestra gama de producto, introduciendo novedades en la electromobilidad y los modelos con motorizaciones GNC. Nuestro objetivo es tener un crecimiento del 15% superando las 430 unidades y consolidar nuestra presencia a más de 10 países de la UE.

■ ¿Cómo evoluciona su presencia internacional?

● La internacionalización es clave para nosotros. A nivel global, la exportación supone casi el 75% de las unidades entregadas por nuestra marca. Hemos ido creciendo día a día en los mercados europeos, gracias a alianzas con empresas ya establecidas en el mercado y con la apertura de una sede propia en Francia e Italia.

■ ¿A qué países exportan y qué porcentaje supone esta actividad dentro del global?

● Exportamos a más de 10 países de la UE, y el principal país exportador para Indcar es Italia, seguido de Francia, que son los mercados en los que Indcar tiene sedes propias. Las exportaciones suponen entre un 70% y un 75% del total de facturación, con especial crecimiento en centro Europa (Alemania, Bélgica, Holanda...). Además, este 2018 lanzamos Indcar en Irlanda, gracias a un acuerdo comercial nos ha permitido entrar de nuevo en este mercado.

■ ¿Cuál es el siguiente mercado en el que prevén aterrizar?

● Indcar se centra en los mercados europeos. Para este 2019 el foco lo tenemos puesto en los países nórdicos: Noruega, Suecia y Finlandia, en los que ya hemos entregado unidades, pero de la que queremos estructurar una mejor red de ventas y de servicio.

■ Esta internacionalización, ¿es obligatoria en un mercado cada día más global?

● Para Indcar ha sido el pilar de crecimiento de los últimos años, donde siempre hemos apostado, arriesgado e invertido para poder

La exportación supone casi el 75% de las unidades entregadas

Queremos consolidar este desarrollo eléctrico, y una vez pasada esta etapa, queremos desarrollar soluciones eléctricas en otros modelos para servicios urbanos.

crecer internacionalmente, ya sea comercialmente con sedes propias en Francia e Italia o bien con una planta de producción en Rumania. Entendemos que para competir en un mercado cada vez más globalizado debemos internacionalizarnos cada vez más.

■ A nivel de producto, ¿qué

"Queremos seguir creciendo a nivel internacional y consolidar nuestra gama de producto, introduciendo novedades en la movilidad sostenible"

■ novedades podemos esperar a corto plazo?

● Para este año 2019, estamos trabajando para presentar nuestro modelo eléctrico y empezaremos con el desarrollo de soluciones

con GNC. También vamos adaptar nuestras carrocerías a nuevos cambios que van a introducir las marcas de chasis, de las que aprovecharemos para trabajar en algunas novedades.

■ El último lanzamiento es el Strada eléctrico. ¿Qué aportará a su oferta?

● Es una clara apuesta a largo plazo y a futuro, llevamos más de un año trabajando en la tecnología eléctrica, que entendemos tendrá un crecimiento importante en la movilidad urbana. Nuestro modelo ha sido una apuesta en aportar una mejora a lo que creemos es lo más importante para las empresas de Transporte Urbano, que es la autonomía del vehículo.

■ ¿Estará acompañado por otros modelos en esta propuesta eléctrica?

● En una fase inicial queremos consolidar este desarrollo eléctrico, y una vez pasada esta etapa, queremos desarrollar soluciones eléctricas en otros modelos para servicios urbanos

■ ¿Qué otras opciones barajan ante la incertidumbre del diésel?

● Como comentaba, estamos trabajando en las dos soluciones que

entendemos se adaptan mejor a los minibuses, que son la tecnología eléctrica con desarrollo propio y el gas natural para soluciones de movilidad urbana o interurbana con chasis que nos puedan ya ofrecer algunas marcas.

■ ¿Cómo valora la situación actual de los carroceros de minis y micros?

● Creo que la situación de los carroceros de minis y midis es buena y cada vez con más presencia internacional, con plantas de producción en el extranjero, lo que demuestra que estamos fuertes para competir en un segmento de mercado muy atomizado y con mucha oferta de productos en este segmento de minis y midis.

■ Por último, ¿cómo prevé el futuro en cinco años del transporte de viajeros en vehículos medianos?

● Es difícil de prever, pero lo que tenemos claro es que la forma de viajar va a cambiar mucho en los próximos años, ya sea en la tipología de producto como en la oferta de transporte. Creo que vienen años de grandes cambios a mucha velocidad y de nuevas oportunidades en el Sector que deberemos saber aprovechar.

Estrategia

Strada e-City

EL PRIMER prototipo de minibús eléctrico de Indcar es fruto de la iniciativa de investigación de RIS3CAT, impulsada por la agencia de competitividad empresarial Acció, un proyecto en el que han colaborado TMB, Applus Idiada, Millor Battery, Eurecat e Indcar. El Strada e-City es el primer minibús 100% eléctrico de cero emisiones pensado para cubrir las necesidades de un servicio regular de líneas de bus en una gran ciudad. En pleno proceso de reconversión ambiental y electrificación del transporte público, era necesario crear un vehículo sostenible para desplazamientos colectivos de proximidad. La solución es este nuevo minibús eléctrico de tecnología y prestaciones avanzadas.

El proyecto se ha realizado conjuntamente con las empresas TMB (como operador de transporte), Applus Idiada (como empresa de ingeniería y

ensayos), el centro tecnológico Eurecat, Millor Battery (como fabricante de baterías) e Indcar, que ha realizado la carrocería. El minibús se ha diseñado para un uso urbano intensivo, en recorridos de alta exigencia. Para ello cuenta con una autonomía de hasta 16 horas en circulación, incluso con el aire acondicionado encendido, como es habitual en los meses de verano. Pensando en la sostenibilidad de la operación, se ha procurado que el vehículo cuente con unos bajos costes de mantenimiento. Su diseño con baterías modulares y de acceso por la parte posterior es prueba de ello. Sus virtudes lo hacen ideal para cualquier ciudad europea.

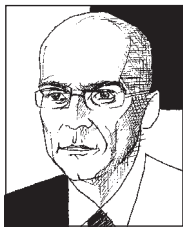
Una vez finalizado el Smart Mobility Congress, este prototipo empezará pruebas en vacío y posteriormente iniciará un período de pruebas con pasajeros. Este proyecto sitúa a Indcar en la vanguardia de la movilidad urbana sostenible.



DBUS

San Sebastián, una de las ciudades con mejores cifras

Dbus, que acaba de hacer efectiva la compra del autobús número 500 en toda su historia, está también de enhorabuena por haber registrado en 2018



IGOR GONZÁLEZ

el mejor incremento de viajeros de en lo que va de siglo. El año pasado transportó a 29.168.562 perso-

nas, lo que supone un importante incremento de 766.503 viajes anuales, "el mayor experimentado desde el año 2000 y la segunda cifra histórica", tras 2012. San Sebastián es una de las ciudades españolas con el transporte público más eficiente con sus grandes cifras.

MAN

Una larga trayectoria en el fabricante alemán

EL DIRECTOR gerente de MAN Truck & Bus Iberia desde hace dos años inició su carrera profesional en Ferrostaal (del Grupo Man). Se incorporó a MAN



MARCUS GOSSEN

en 2005, como responsable de Área de Neoman Bus GmbH para Israel, Grecia y Suiza desde Salzgitte. En

2007 se desplazó a la central en Munich, primero como asistente del director de Marketing, Ventas y Servicio, hasta que en 2011 llegó a Singapur como director gerente. En 2013 regresó a Europa para asumir la dirección de la filial de MAN Truck & Bus en Suiza.

EMT VALENCIA

El transporte de viajeros en Valencia continúa mejorando

LA EMT de Valencia continúa con su tendencia alcista en cuanto al número de viajeros transportados, superando la cifra de 96 millones en 2018, lo que supone 600.000 más que en el año precedente. Unos datos "excepcionales" para el concejal de Movilidad Sos-



GIUSEPPE GREZZI

tenible del Ayuntamiento valenciano, que además ha recordado que el incremento de viajeros desde 2015 se eleva un 11, la plantilla se ha elevado en 55 personas el último año y se han mejorado las prestaciones en más de 200 paradas de la red urbana de la ciudad valenciana.

SAMAR

Más de 600 vehículos con las últimas tecnologías

MÁS DE 85 años de historia contemplan a Samar, uno de los operadores de transporte de mayor dimensión en el panorama nacional, cuya primera empresa (La Veloz) vio la luz en 1920. En la actualidad, más de 1.000 personas y 600 vehículos



M. ÁNGEL GUTIÉRREZ

con las últimas tecnologías en materia de seguridad y respeto al medio ambiente. Opera fundamentalmente en Madrid, Sevilla y Zaragoza, aunque da respuesta a sus clientes a nivel nacional e internacional. Gutiérrez es su máximo responsable en la actualidad.

LA SEPULVEDANA

Adaptándose a los nuevos tiempos con distintos horizontes

LA PRIMERA actividad que desarrolló La Sepulvedana entre finales del siglo XIX y principios del XX, fue el transporte de mercancías, bajo la dirección de su



IGNACIO HERRERO

creador Roque Martín Benito. En 1905 comenzó a desarrollar la actividad del transporte de viajeros, que enton-

ces se realizaba aún en diligencias de caballos, y que empezó uniendo las poblaciones de Segovia y Sepúlveda (lo que da origen al nombre de la compañía). Actualmente, el Grupo Sepulvedana focaliza su atención en el cliente como máximo valor y amplía su oferta al ámbito discrecional.

ATUC

En defensa de los intereses del segmento urbano

DESDE QUE la nueva cúpula directiva de Atuc, encabezada por Miguel Ruiz, tomó la rienda de la asociación, la evolución ha sido más que notable, tanto en su actividad como en su di-fusión. Bajo el paraguas de la Ley de Financiación del Trans-



JESÚS HERRERO

porte Público, que está a punto de ver la luz, Atuc ha calado incluso en la opinión pública, y buena parte de ello tiene que ver con la gestión cotidiana de Jesús Herrero, que ha defendido los intereses del segmento urbano e incorporado los nuevos modos de movilidad.



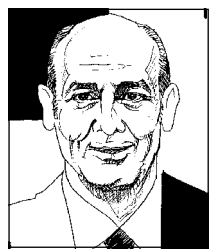
La evolución es el camino

Seguimos avanzando impulsados por nuestra cultura de mejora constante y compromiso por la calidad y la excelencia en el servicio a nuestros clientes.

sunsundegui.com

Sunsundegui

“Entrevista



Óscar Lana es el director general de Integralia. Desde hace unos años, esta empresa se ha especializado en los minibuses de lujo, ofreciendo al mercado soluciones premium de muy alto standing para un nicho muy concreto.

INTEGRALIA es una empresa sólida y de confianza que cumple puntualmente con todos sus compromisos. Su forma de crear les ha convertido en la compañía referente en diseño de nuestro mercado, porque el diseño debe ser inteligente y estar siempre al servicio de los intereses de los clientes y de los usuarios de sus vehículos. Un trabajo metódico y de calidad conduce a que Integralia cumpla con los plazos acordados ofreciendo resultados excelentes.

La concepción de los espacios en los vehículos Integralia hace que su diseño sea un elemento diferencial. De forma natural, nuestros vehículos se han convertido en referentes en estética y funcionalidad, con capacidad de emocionar. Espacios donde el confort térmico y acústico cobran protagonismo, donde todos los sentidos se tienen en cuenta, donde se genera una experiencia relajante y placentera y donde los ocupantes saben que viajan seguros. Independientemente del modelo de vehículo, sus butacas son confortables, de calidad, con excelentes acabados y adecuadas al uso al que está destinado el minibus. Buscan el máximo grado de satisfacción.

■ Integralia celebra sus 20 años de vida. ¿Cómo lo valora?

● Integralia celebra 20 años sin perder la personalidad y los valores con los que fue creada como son la diferenciación, el compromiso y el servicio. Además, a lo largo de este recorrido la relación con los clientes ha permitido adquirir otros nuevos sin perder la referencia de que Integralia es una empresa familiar volcada en ofrecer soluciones a la demanda de los transportistas.

■ ¿Cuáles serían los hitos principales de estas dos décadas?

● Los dos hitos principales de estos 20 años de historia han sido la consolidación como empresa y el salto de la transformación, al carrozado de chasis. Integralia ha vivido un proceso de crecimiento coherente basado en un plan de negocio orientado a la eficiencia. Ahora estamos sumergidos en el proyecto de ampliación de las instalaciones, con la adquisición de más de 10.000 m².

■ ¿Cuál es su valoración del año 2018?

● El año 2018 ha sido bueno en resultados, especialmente si valoramos que era el primer año comercial de ONE, nuestro primer vehículo carrozado, y que nos enfrentábamos al cambio de modelo en los furgones de Merce-

des Benz. Ambos desafíos se han aprobado con nota y nuestra fuerza de venta que está en las carrocerías desarrolladas sobre furgón no se ha resentido.

■ ¿Mantienen la línea de crecimiento? ¿Son los resultados que esperaban?

● Integralia mantiene su línea de crecimiento sostenido a lo largo de los años. Se ha cumplido con la previsión pero lo que ha variado es la contribución de los diferentes países en los que trabajamos, estando la exportación en un porcentaje superior al del mercado nacional.

■ ¿Cómo prevén el futuro a corto y medio plazo? ¿Cuál es el objetivo para 2019?

● El futuro de Integralia es significarse aún más en los valores que nos representan. Cada vez la tecnología propia cuenta más pero esa estrategia convive perfectamente con nuestros compromisos de diferenciación, compromiso y servicio de atención al cliente. El objetivo para 2019 es consolidar nuestro modelo ONE, adaptarnos al nuevo modelo de Mercedes-Benz Sprinter y reforzar nuestra estrategia comercial personalizada, que hemos lanzado a finales de 2018.

■ ¿Cómo evoluciona su presencia internacional?

● Nuestra presencia internacional

Nuestra presencia internacional evoluciona positivamente

En países como Francia hemos cumplido 15 años de trabajo, cinco en Alemania y 10 en varias zonas del Caribe donde encaja perfectamente nuestro trabajo sobre furgón.

evoluciona positivamente, sobre todo en países donde ya tenemos desarrollada la marca y los clientes aprecian nuestro producto y nuestro compromiso con la atención al cliente a nivel global. En países como Francia hemos cumplido 15 años de trabajo, 5 en Alemania y 10 en varias zonas del Caribe donde encaja perfectamen-

"A lo largo de este recorrido la relación con los clientes ha permitido adquirir otros nuevos sin perder la referencia de que Integralia es una empresa familiar volcada en ofrecer soluciones"

te nuestro trabajo sobre furgón. Ahora hemos introducido ONE en estos destinos que permite dar respuesta a otro tipo de demandas. En 2018 comenzamos a trabajar en Suiza con tres líneas locales y, sin duda, el retorno está siendo muy bueno.

■ ¿A qué países exportan y qué porcentaje supone esta actividad dentro del global?

● Integralia exporta actualmente sus vehículos a más de quince países, aunque la fuerza de venta se centra en España, Francia y Alemania.

■ ¿Cuál es el siguiente mercado en el que prevén aterrizar?

● Integralia siempre intenta ser una empresa diferente por lo que el Brexit, más que alejarnos de Reino Unido, nos acerca aún más. Es muy posible que intentemos dar el salto a este territorio, aunque Integralia antes de entrar en un país, siempre desarrolla su red de atención al cliente antes de vender el primero de los coches.

■ Esta internacionalización, ¿es obligatoria en un mercado cada día más global?

● La demanda actualmente es global y si alguien entiende que alguno de nuestros productos puede satisfacer sus necesidades, es susceptible de que Integralia llame a su puerta. Sin embargo, la relación de Integralia no termina cuando realizamos una venta, sino que permanece mientras ese vehículo es operativo.

■ A nivel de producto, ¿qué novedades podemos esperar a corto plazo?

● El Sistema de Gestión que vamos a introducir en todos nuestros vehículos en 2019 es una propuesta muy diferente a lo que ahora conocemos en cualquier categoría para ayudar en el manejo de toda la habitabilidad del vehículo. Todavía no podemos descubrir los detalles pero es una herramienta que actualmente no existe ni en autobuses ni microbuses.

■ El ONE ha sido su gran apuesta reciente ¿Cuál es el resultado hasta la fecha?

● 2018 ha sido el primer año comercial de ONE tras el desarrollo de los prototipos y estamos muy contentos por la implantación que está teniendo. ONE ofrece sobre el chasis Sprinter de Mercedes Benz hasta 25 plazas más conductor y con un espacio interior muy cuidado, siguiendo con nuestra idea de ofrecer vehículos con unos espacios únicos. Estas circunstancias han sido aprovechadas por numerosos transportistas para rentabilizar sus negocio y a día de hoy disponemos de en torno a 50 unidades ONE rodando por España, Francia y Alemania.

■ ¿Hacia dónde evolucionará este modelo?

● El proyecto de ONE está vivo y se alimenta tanto de la demanda de nuestros clientes como de los proyectos propios de cara a este modelo. Los vehículos que están rodando ya han cumplido más de tres millones de kilómetros y sabemos qué hemos hecho bien y qué podemos mejorar. Integralia está desarrollando evoluciones de este modelo que tenemos intención de ir presentando durante este año 2019 y 2020.

■ ¿Qué aporta a Integralia el ser Van Partner de Mercedes-Benz?

● Ser Van Partner de Mercedes-Benz no es una pegatina ni un logotipo que se añade en la web. Integralia asume ese apellido cumpliendo unos estándares de calidad, funcionamiento y atención al cliente muy exigentes que vienen marcados desde Alemania. Integralia fue la primera marca en España en ser reconocida como Van Partner y es el carrocer de microbuses que más unidades de este producto fabrica. Es una buenísima relación por el momento.

■ Esta colaboración, ¿condiciona su relación con otros fabricantes de chasis?

● En absoluto. De hecho en el pasado muy reciente hemos estado colaborando con otras marcas como Volkswagen e Iveco, al mismo tiempo que con Mercedes.

Estrategia

Relación con los carroceros

EN ESTE momento, todos los carroceros estamos sujetos a cambios legislativos muy concentrados. Estos cambios exigen lo máximo en ingeniería, inversión y desarrollo de todas las empresas del ramo y generan situaciones complicadas que demuestran la competencia y preparación de la mayoría de carroceros de España. Es obvio que vienen años donde las inversiones en innovación van a ser fundamentales y por eso Integralia está trabajando en colaboraciones con centros de investigación, como la Universidad Pública de Navarra, grupos de trabajo con otras entidades dentro del grupo tractor NAVEAC, y en proyectos como Boletus.



ALLISON

Apuestan por ampliar el rango de utilización de sus cajas

EL PROVEEDOR de transmisiones para vehículos profesionales lleva a cabo una decidida apuesta por ir paulatinamente ampliando el rango de utilización de sus cajas de cambio. Por eso, además de acabar de presentar una nueva solución con nueve relaciones, realiza



TROND JOHANSEN

numerosas pruebas con clientes en operación real, tanto en el ámbito urbano como en el de la larga distancia. Como marca de referencia en el segmento del transporte de viajeros, ahora está en pleno proceso de adaptación de su oferta a las propulsores eléctricas.

SOCIBUS

Avanzando con los tiempos y aplicando la tecnología

LA EMPRESA de transporte de viajeros por carretera Socibus, que preside Ángel Juan y que opera desde 1987, ha estrenado nuevo sistema de venta online, tras llevar a cabo en los últimos meses las pruebas necesarias para una transición segura



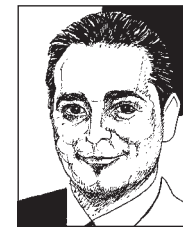
ÁNGEL JUAN

para los clientes. Entre las novedades que incorpora la nueva web está la posibilidad de guardar y utilizar pasajes frecuentes, aportando mayor comodidad y rapidez en las compras. Además, los billetes ya se pueden recibir por SMS.

AUDIOBUS

Innovación y ahorro de costes en sus distintos sistemas

AUDIOBUS comienza su aventura en Enero de 1994, fusionando varias empresas (con más de 20 años de experiencia en el Sector) que se encargaban de distintas áreas dentro del mismo sector de la automoción (equipos Audio/Vídeo, sistemas de



JAVIER JÚLVEZ

iluminación y cableados e instalaciones eléctricas). Desde entonces se ha convertido en uno de los nombres esenciales en la industria auxiliar para el autobús y el autocar, ofreciendo un servicio integral a sus clientes que busca la innovación y el ahorro de los costes.

TITSA

Liderazgo incontestable de PSA en el segmento comercial

TITSA, empresa del Cabildo de Tenerife, incrementó el año pasado su cifra de viajeros un 10,7% hasta alcanzar un total de casi 39,5 millones. El crecimiento total de viajeros fue de 3.823.319, repartidos en 3.185.682 pasajeros más en las líneas interurbanas



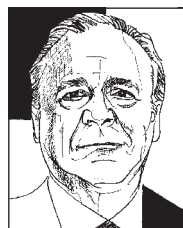
JACOBO KALITOVICS

y 637.637 de incremento para las urbanas. Su gerente considera que es de relevancia el hecho de que la compañía lleve tres años consecutivos incrementando el número de pasajeros. "Desde 2014, Titsa ha aumentado sus viajeros en 6.280.384, un 18,9%".

AEC

Cuidado de las infraestructuras, fundamental para el Sector

LAZCANO preside desde hace casi un lustro la Asociación Española de la Carretera (AEC), entidad sin ánimo de lucro fundada en 1949, dedicada a la defensa y promoción de las carreteras. Su objetivo primordial ha sido y sigue siendo conseguir una red viaria más



J. FRANCISCO LAZCANO

segura y de mayor calidad y capacidad. En 1998, la AEC fue declarada Entidad de Utilidad Pública, condición que subraya aún más su carácter de servicio a la sociedad. Entre sus actuaciones destaca la seguridad vial, medio ambiente, nuevas tecnologías y la movilidad urbana.

SIGNUS ECOVALOR

Iberia sigue siendo un área de referencia para Dachser

ES DIRECTOR general de Signus Ecovalor desde hace alrededor de un lustro, tras haber desempeñado cargos de relevancia en empresas como Texaco o Continental. Signus Ecovalor es una entidad sin ánimo de lucro, creada en mayo de 2005 a iniciativa de



GABRIEL LEAL

los principales fabricantes de neumáticos, con la finalidad de que pueda ser utilizado como mecanismo con el que todos los productores que lo deseen puedan cumplir con las obligaciones que les impone el Real Decreto 1619/2005, pensando en la correcta gestión medioambiental.

El monocepillo para el lavado de grandes y pequeñas flotas

Novedad Mundial



Ecológico:
0 emisiones y 0 ácidos



Carga Rápida



Sin mantenimiento



Rápido: 2' /Bus



Silencioso



**Depósito de agua
Incorporado**



100% móvil



LITIO WASH

Único en el mundo
con **batería de Litio**



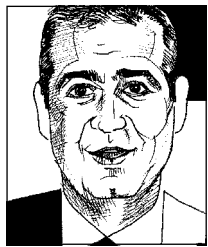
JMB
Asesoramiento en
Sistemas de Limpieza



+34 607 400 483

www.JmbGrupo.com

“Entrevista



Jon Ander García es el director general de Continental para el mercado español, pero también atesora responsabilidades sobre otros 21 mercados de Europa y Oriente Medio, lo que da idea de su experiencia y conocimiento.

EL AÑO 2018 HA SIDO excelente para Continental España. Con una facturación muy cercana al año anterior, hemos consolidado el crecimiento de los últimos 10 años. A pesar de estar lastrados por nuestra menor venta a los primeros equipos (principalmente por la caída de la producción de vehículo nuevo), hemos crecido en todas las unidades de remplazo, y además lo hemos hecho por encima del mercado. En todas nuestras divisiones de turismo, camión, moto y vehículo industrial, hemos ganado cuota de mercado", confirma García.

■ ¿La evolución de dichas cifras se ajusta a las expectativas creadas por la marca?

● Si hemos cumplido con las expectativas que el grupo tiene puestas en nosotros la respuesta es sí. Si preguntas al equipo directivo español la respuesta es distinta; creemos en nosotros mismos y queremos más. Somos ambiciosos, queda mucho por hacer. Sí podemos decir con orgullo que hemos estado a la altura de la exigencia de nuestros clientes, pero tenemos que seguir trabajando cada día más fuertes para seguir haciéndonos merecedores de su confianza. Esto es una carrera de fondo.

■ ¿Qué peculiaridades tiene el mercado español y qué lo diferencia del resto de Europa?

● En el mercado de neumáticos de camión en España todavía estamos alejados de la tendencia europea hacia la menor resistencia a la rodadura, neumáticos de perfil más bajo que aumentan asimismo el volumen de carga. En España el segmento más dominante sigue siendo el de neumáticos de tráfico regional. En cuando a las tendencias del mercado de neumáticos de camión tales como concentración del mercado, desarrollo de negocio directo con flotas, la búsqueda de la reducción de costes para las flotas, la digitalización, y ligero aumento del recauchutado tras años a la baja, entre otras tendencias, podemos decir que la evolución tanto en España como en Europa es análoga.

■ Acaban de cumplir 75 años de actividad en nuestro país. ¿Cuáles serían los principales hitos de esta trayectoria?

● Al igual que tras más de 145 de años de historia de Continental, hemos pasado de ser un *player* local de productos técnicos de caucho, principalmente neumáticos, a ser una de las compañías líderes en el suministro de piezas a la automoción. 75 años después,

Continental en España es una marca con una presencia consolidada, tanto en las áreas de *automotive* como en el área de caucho, con presencia en el mercado de reposición, tanto en la parte de productos técnicos de caucho como en neumáticos. Además, cabe reseñar la importancia para Continental neumáticos del segmento de primeros equipos, tanto en neumáticos de turismo como en el vehículo comercial, en un país referencia en la producción mundial de automoción.

■ ¿En algún momento se va a inventar un neumático que sea rentable o eficiente para todas las situaciones o tiende más a lo contrario, la especialización?

● Se va más a la especialización. Hay varias cosas: ya existe un neumático el ContiAdapt para turismo que aún no está disponible de serie, pero que está desarrollado por Continental y que se adapta a todas las situaciones climatológicas, jugando con las presiones. Lo que hace el neumático es adaptarse. En España lo que más se hace es neumático para el tráfico regional, no se hace de larga distancia, pero con el paso del tiempo se tiene que ir todavía a algo mucho más específico, ya no si es solo un autobús, porque depende de donde hagas tu conducción. No es lo mismo un urbano que va por ciudad

Estamos creciendo en el Sector y vamos a seguir en esa línea

Cada vez más tendemos a la especialización del producto, porque el cliente así lo demanda. Trabajamos para ofrecer la mejor solución global en cada situación y para cada aplicación.

y tiene los bordillos, que paras y arrancas durante mucho tiempo, que si estás haciendo transporte de personas entre Madrid o Bilbao.

■ Y en cuanto a su penetración en el segmento español de buses y autocares, ¿cuáles son sus cifras actuales?

"Acabamos de cumplir 75 años de actividad en España, y podemos decir que somos una marca con una presencia consolidada, tanto en primeros equipos como en el ámbito de la reposición"

● Cuotas de mercado no estamos autorizados a dar, pero estamos creciendo gracias a operaciones como, por ejemplo, el contrato de Alsa, nos convierte un actor principal en autobús.

■ ¿Qué opina de la competencia que llega desde Asia?

● La competencia siempre

es buena. Como cada vez se necesita más tecnología para la especialización con utilidades específicas, al final eso es perfecto para un fabricante de primer nivel porque al final ahí están las barreras en el I+D, ahí es donde un fabricante de primer nivel tiene la ventaja competitiva. Si vienen comerciantes asiáticos son bienvenidos a competir en un mercado libre. Pero todos tenemos la misma problemática de necesitar dar el producto al cliente de la manera más eficiente posible. Todo eso es perfecto si la competencia es leal, pero si hay ayuda a las exportaciones, lo que está claro es que el coste de fabricar el neumático no es acorde con el precio de venta de las marcas fabricadas en Asia en comparación a las de Europa. La Comisión Europa ha regulado contra esto y eso ha cambiado el sector completamente. Pero la política de Continental a largo plazo es siempre la misma, competencia libre, no somos partícipes de ningún tipo de restricción.

■ ¿Se está trabajando en un neumático específico para vehículos eléctricos de transporte de viajeros?

● Intuyo que las líneas van por ahí, por el propio ADN de Continental. En primer equipo tenemos mucha fuerza tanto en camión como en turismo. Contrariamente a lo que

mucha gente piensa cuando un vehículo sale nuevo, no se crea el vehículo y luego se busca una solución de neumáticos, sino que directamente desde el principio se trabaja conjuntamente con el fabricante. El ingeniero de Continental lo que hace es sentarse con el responsable ingeniero de la marca y se verifica si tenemos en nuestro portfolio esa dimensión que necesita o si hay que desarrollar uno nuevo y específico para ellos. El vehículo eléctrico de Renault, el Twizy, lleva neumáticos 100% Continental.

■ ¿Es más sencillo el trabajo con grandes grupos que el uno a uno?

● Sí, pero por un concepto de economías de escala. Al final es más fácil negociar y llegar a acuerdos con grandes compañías, que tienen un mantenimiento adecuado, porque esto influye mucho. Cuando llegas a un acuerdo con una flota y lo que la flota busca es la reducción de sus costes, siempre es mejor que existan mecanismos de control.

■ ¿Cómo valora la opción del recauchutado?

● El recauchutado es importante para el transporte desde dos puntos de vista. Por un lado, es el aspecto puramente ambiental. El conseguir que una misma carcasa, al final de su vida, vuelva a poder ser utilizada con total garantía en una segunda vida del neumático tiene un efecto directo sobre la generación de residuos. Por otro lado, el recauchutado es una gran oportunidad desde el punto de vista de las flotas y su estructura de costes. La clave de que el recauchutado tenga el peso que le corresponde en el mercado es que se plantee siempre desde el punto de vista de la seguridad y la calidad del producto terminado. Es una opción que obliga a ser especialmente escrupuloso en términos de calidad a la hora de volver a introducir neumáticos con un uso anterior en el mercado.

■ Por último, ¿cómo ve la situación y la evolución del Sector del transporte de viajeros por carretera en España dentro de cinco años?

● Los próximos años el sector del transporte va a estar centrado en la electrificación, los combustibles alternativos, las soluciones para gestión de flotas, y nuevos modelos de negocio en movilidad grupal que harán evolucionar lo que actualmente conocemos. Desde Continental, buscaremos el poder dar solución a las nuevas necesidades del mercado.

Estrategia

Conectividad y digitalización

EL PESO DEL neumático dentro de la compañía es aproximadamente el 25% de la facturación total.

Por tanto, la visión que tenemos de la industria va mucho más allá del negocio puramente de las ruedas. Continental se presenta como un proveedor de soluciones, entre las que se encuentran también los neumáticos que ofrecemos en las diferentes gamas. El salto más tecnológico que a día de hoy es una realidad es la integración de sistemas de monitorización de neumáticos, más o menos complejos, que mediante el control de la presión y temperatura permiten anticiparse y prevenir un posible accidente o una posible avería que se traduzca en tiempos muertos para la flota. En el transporte de mercancías, más del 30% de las intervenciones que se realizan en carretera están originadas por los neumáticos. El sector ya está preparado para conocer nuevas herramientas de prevención.



ANIACAM

Aniacam defiende los intereses económicos y tecnológicos

LA ASOCIACIÓN Nacional de Importadores de Automóviles, Camiones, Autobuses y Motocicletas, fundada en 1977, se dedica al estudio y la defensa de los intereses económicos, comerciales, tecnológicos e industriales del sector de automoción en general y, en



GERMÁN LÓPEZ MADRID

particular, de las empresas importadoras, a las que representa directamente. Importante labor que se combina con la puntual difusión de las matriculaciones del Sector, analizadas con rigor, y con la participación y cooperación con entidades como la CEOE y Sigrauto.

BUSMATICK

El proveedor integral de sistemas inteligentes de transporte

DE UN MODO natural, en base a la experiencia (atesorada desde 1981 bajo la denominación de la sociedad XP27) y al desarrollo de proyectos cada vez más complejo, nace el concepto Busmatick, proveedor integral de sistemas inteligentes de transporte y



JOSÉ MARTÍN

miembro de ITS España, implantándose como grupo de empresas en aquellos países en los que tenemos mayor presencia: España, México, Costa Rica, Colombia, Brasil, Chile y Uruguay. José Martín lleva en el proyecto desde 1990 y es el CEO de Busmatick desde su creación.

PSA

El Grupo PSA, más de un tercio de ventas de comerciales

LA SUMA de las matriculaciones de Peugeot y Citroën, las dos marcas responsables de Mandon en nuestro país, arrojan un saldo por encima de un tercio del Mercado de los vehículos comerciales que se venden en España a nivel general, sin olvidar que



CRISTOPHE MANDON

también Opel aporta más de un 3% a la ecuación. El Grupo apuesta por las versiones minibus en sus gamas más pesadas, con vehículos terminados de fábrica hasta de 17 pasajeros, con espacio para equipaje y con las comodidades y tecnología aplicada de su experiencia.

CAF

Apostando de manera firme por la electrificación

EL GRUPO CAF se ha convertido en uno de los actores principales del transporte de viajeros. A su incorporación al accionariado de Vectia hace apenas unos años, se ha sumado una operación de compra de Solaris, fabricante polaco que, en



KEPA MENDIKUTE

apenas 20 años de existencia, se ha posicionado en toda Europa dentro del segmento urbano y suburbano, apostando de manera firme por la electrificación como línea a seguir. Mendikute es el director del equipo de gestión de proyectos de Vectia.

MOVENTIA

Comprometidos con la sociedad, el medio ambiente y la calidad

MOVENTIA es un grupo empresarial especializado, desde 1923, en movilidad sostenible, comprometido con las personas, la sociedad, el medio ambiente y la calidad de sus servicios. En total, el grupo transporta más de 110 millones de pasajeros al año y



MIQUEL MARTÍ

distribuye cerca de 27.000 vehículos anuales nuevos y de ocasión con las 17 marcas que representa. Su presidente, Miquel Martí, ha sido galardonado recientemente con el premio 'Reconeixement Cecot a la Personalitat 2018' por su trayectoria profesional y empresarial.

GASNAM

El gas no es una solución de futuro, ya está presente

ES RECIENTE presidente de Gasnam entidad que poco a poco va adquiriendo una mayor dimensión en su defensa del gas natural como combustible adecuado para el transporte por carretera, más aún si cabe dada la incertidumbre que rodea al diesel en estos



JOAQUÍN MENDILUCE

últimos meses. Son muchas las empresas y organizaciones que se suman a Gasnam, al entender que el gas natural no solo es una opción de futuro, sino que en la actualidad ya está. Mendiluce ha pasado por Accenture y es el actual director de Nuevos Negocios de Naturgy.

NOS GUÍA TU CONFORT

SUNVIAUTO España

Polígono Iruregaña, 70

31195 Aizoáin, Navarra

Tfno: +34 948 35 07 10

Comercial: jose.zudaire@sunviauto.pt

Recambios: recambios@sunviauto.pt

www.sunviauto.pt

SUNVIAUTO
mobility drives us

“Entrevista



Santiago Vallejo es director general de Movelia. Técnico superior en Empresas y Actividades turísticas, con cursos de posgrado. A su vez, es consejero en Mundiplan, vicepresidente de AEPT, y Miembro de la Mesa de Turismo.

MOVELIA NACE en el año 2001 como la primera Central de Compra de billetes de autobús por Internet, con el respaldo del ministerio de Ciencia y Tecnología, del Ministerio de Fomento, así como de las principales compañías de transporte de viajeros por carretera. Con Movelia, podrás vender billetes de bus a tus clientes desde tu terminal de recargas Disashop.

■ **Movelía está a punto de cumplir 20 años, pero fue pionera en su actividad.**

● El proyecto empresarial de Movelia Tecnologías nace de la voluntad, compartida por las principales empresas del Sector del transporte de viajeros por carretera, de ofrecer un servicio mejor y más amplio a sus clientes, aprovechando las oportunidades que brindan las tecnologías de la información y de las comunicaciones para el desarrollo de nuevos canales de venta de penetración masiva y con costes sensiblemente inferiores a los que de los canales tradicionales. Por otra parte se persigue generar economías de escala y de alcance que ayuden a crear valor económico al proyecto aprovechando las ventajas que supone la agregación de la oferta de viajes y su colocación en el mercado mediante una plataforma tecnológica común, fácilmente accesible y de alta disponibilidad. Con este fin, Movelia se propone el objetivo de constituir un Sistema Integrado de Información y Venta que permitirá comercializar a través de nuevos medios (inicialmente Internet por red fija, y móvil así como televenta) los productos tradicionales del sector de viajes (billetes simples y combinados) y también nuevos productos relacionados con el transporte.

■ **¿Cómo ha evolucionado desde entonces? ¿Cuál es su dimensión actual, en cuanto a rutas, operadores y países de influencia?**

● Desde aquel entonces, y con la evolución de las tecnologías, la compañía ha evolucionado tremendamente, integrando a más operadores y dando soluciones tecnológicas que facilitan el servicio de la venta de billetes. Está totalmente consolidada en el canal de agencias de viajes. Tenemos datos de alta más de 8.000 puntos de venta, que van desde agencias pequeñas hasta los grandes grupos. Esa tecnología nos ha permitido desarrollar una API fácilmente integrable, lo que nos ha hecho estar presentes en los principales buscadores y metabuscadores internacionales, que dan cobertura a una gran parte de países, con lo

que nuestra presencia, de forma indirecta, es bastante notoria. También hemos desarrollado máquinas autoventa. En la actualidad tenemos un parque de 160 equipos distribuidos en estaciones a lo largo de toda la geografía española. En la actualidad tenemos integrados a cerca de una treintena de operadores, que representan más de 70 compañías, lo que nos permite tener una oferta de más de 55.000 posibles rutas, tanto nacionales, como internacionales.

■ **¿Qué volumen de viajeros y facturación obtuvieron el año pasado? ¿Cuál es la previsión que manejan para el ejercicio que comienza?**

● En el año 2018, entre canales directos e indirectos, movimos en torno a siete millones de pasajeros, que acumularon un volumen de negocio de 104 millones de euros. Nuestro EBIT ya supera el millón de euros. Las previsiones para este año son optimistas, y nuestra intención es obtener un crecimiento que ronda el 15%.

■ **¿Qué porcentaje de sus reservas proceden de usuarios de otros países?**

● Aunque la mayoría de nuestros pasajeros aun siguen siendo nacionales, gracias a esa presencia internacional, el tráfico extranjero está aumentando considerablemen-

Con la tecnología, la compañía ha evolucionado tremendamente

■ **Esa tecnología nos ha permitido desarrollar una API fácilmente integrable, lo que nos ha hecho estar presentes en los principales buscadores y metabuscadores internacionales que cubren muchos países**

te, y más del 20% de esos pasajeros ya están comprando sus billetes en origen, con todas las ventajas que ello conlleva. Sobre todo, la antelación de compra es mucho más alta que en el pasajero nacional.

■ **¿En qué situación se encuentra actualmente el transporte de viajeros en nuestro país?**

"El transporte en autobús es un sector clave para la economía española, que factura más de 3.000 millones de euros y que da empleo a más de 80.000 personas de forma directa"

● El transporte en autobús es un sector clave para la economía española, que factura más de 3.000 millones y que da empleo a más de 80.000 personas de forma directa. Además, transporta anualmente 1.750 millones de viajeros que comunican regularmente más de 8.000 poblaciones a lo largo de

toda la geografía. Este hecho lo convierte en un actor estratégico para la sociedad ya que garantiza la movilidad de millones de personas cada día, siendo en ocasiones el único medio de transporte colectivo. De esta forma, prácticamente no hay ningún núcleo de población con más de 50 habitantes que no sea atendido al menos por una línea interurbana de autobuses.

■ **¿La irrupción de algunos operadores de transporte internacional está generando cierta distorsión?**

● Indudablemente, ya que lo están haciendo de una forma, podríamos decir "revolucionaria", ya que mientras el modelo concesional que tenemos en España no cambie, no podrán establecer sus rutas de otra forma que no sea mediante concurso. Recientemente, el Parlamento Europeo ha dado un espaldarazo a este modelo. España, con un mercado de competencia regulada y en el que las licitaciones son abiertas a cualquier empresa de transporte de la UE, el conjunto de los 10 primeros operadores de transporte tiene sólo el 32% de cuota de mercado, existiendo 3.380 empresas de autobuses (más de 1.500 cuentan con menos de cinco autobuses). Además, en el caso particular de los servicios de transporte de viajeros por carretera del Ministerio de Fomento, más de 26

grupos empresariales (48 empresas) operan los 82 contratos de transporte de viajeros por carretera de competencia estatal. En cuanto a las tarifas, aunque al inicio en Alemania se ofrecían a los viajeros precios muy bajos, cuando un solo actor adquiere una posición dominante, se produce un alza significativa de las tarifas, incrementándose en un 18% de 2015 a 2018.

■ **¿En qué se diferencia su actividad de la que pueda desarrollarse en otros países?**

● El modelo de negocio de Movelia, una plataforma de comercialización de billetes de autobús, cuyos accionistas son las propias compañías de transporte, no existe en ningún otro país. En Latinoamérica también existe alguna, pero de la misma forma, no tienen en su accionariado a los transportistas.

■ **¿Qué grado de intermodalidad alcanzan a través de dichas plataformas?**

● La intermodalidad es algo que está en boca de todos en estos momentos. Nosotros no utilizamos esas plataformas para la intermodalidad. La hacemos nosotros mismos. En la actualidad, y desde hace ya cinco años, comercializamos autobús+barco, en una sola transacción, gracias a la integración de sistemas que tenemos hecha con alguna naviera. Y alguna más que estamos desarrollando. Pero no nos queremos quedar ahí, y en nuestros proyectos está el que podamos hacer intermodalidad con cualquier medio de transporte.

■ **¿Qué novedades técnicas podemos esperar en el corto / medio plazo?**

● Tenemos muchos proyectos en cartera. Amén de hacer una renovación de nuestra página web y nuestra aplicación móvil, que podríamos decir que son cosas de la evolución normal del negocio, queremos acometer un ambicioso proyecto consistente en incluir en la plataforma Movelia a todas las compañías que hacen transporte regular en España. Ahora mismo tenemos muy desarrollada ya lo que llamamos "larga distancia", pero eso es una parte no demasiado grande de toda la tarta. Están todos los tráficos que llamamos "regionales", que los operan en torno a 200 compañías. Queremos acometer una serie de desarrollos tecnológicos (ya estamos trabajando en ello), para que todas estas compañías tengan las mismas posibilidades de comercializar sus líneas en canales digitales que las grandes. Es un proyecto muy apasionante.

Estrategia

¿Liberalización del transporte regular?

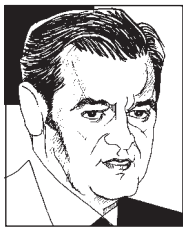
Pues, en mi opinión, por el momento, creo que no tiene apariencia de ello. Como antes indicaba, la decisión del Parlamento Europeo supone para los transportistas una gran satisfacción porque representa el reconocimiento a la eficacia e idoneidad del modelo español de autobús, pero sobre todo porque supone poder seguir garantizando la movilidad de millones de personas por todo el territorio nacional. Como han explicado desde Confibus, "el modelo concesional español ha demostrado su eficacia al estar basado en la competencia regulada, es decir, en un sistema de contratos de servicio público gestionados por medio de concesiones".



CONFEBUS

Toda una vida ligada al transporte

LLEVA EL transporte en la sangre casi desde pequeño. Licenciado en Derecho por la Universidad de Navarra, comenzó en el Sector como conductor de La Montañesa, compañía que, años más tarde, en 1993, pasó a presidir y dirigir de manera ejecutiva. Desde noviembre



J. ANTONIO MONTOYA

de 2004 es el Director General Corporativo del Grupo de Empresas Interbús, Daibus y Damas, como entidades más relevantes. A todo ello se suma una intensa actividad asociativa, primero en Fernebus Madrid, luego a nivel nacional y ahora en Confibus.

EMER KIEL

Disponen de una amplia gama de producto para todos

LLEVA MÁS de 22 años dentro de la estructura comercial de Emer Kiel, incluso cuando la empresa riojana no formaba parte del consorcio alemán. Actualmente es el director de Ventas de una compañía que fue creada en 1961 con el objetivo de fabricar asientos de pasajeros para



ALEJANDRO NARRO

transporte colectivo, especialmente para autobuses y autocares, y que, paulatinamente, ha ido desarrollando su tecnología y alcanzando acuerdos estratégicos con diferentes empresas europeas y americanas. Hoy dispone de una amplia gama de producto para todas las necesidades.

PSA

Un nuevo Clúster Ibérico con Zaragoza, Vigo y Madrid

Coincidiendo con la entrada del nuevo año, Juan Antonio Muñoz Codina es nombrado director del Clúster Ibérico de Groupe PSA, dependiendo jerárquicamente de Maxime Picat, vicepresidente ejecutivo de la Dirección Europa de Groupe PSA y funcionalmente de



J. ANTONIO MUÑOZ

Yann Vincent, vicepresidente ejecutivo de la Dirección Industrial de Groupe PSA. A partir de esta fecha, el nuevo Clúster Ibérico de Groupe PSA está formado por Zaragoza, Vigo y Madrid, y Mangualde, en Portugal. Juan Antonio Muñoz Codina dirigirá la planta de Zaragoza de Groupe PSA.

DGT

Comienza una segunda etapa tras el éxito de la primera

AFRONTA SU segunda etapa al frente de la Dirección General de Tráfico. De la primera se le recuerda la implantación del carnet por puntos, que tan buenos resultados tuvo sobre las cifras de siniestralidad vial en nuestro país. Y en esta segunda, de momento, ha reducido la



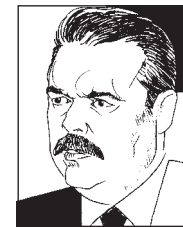
PERE NAVARRO OLIVELLA

velocidad máxima en las carreteras secundarias (aunque sin efecto para los autocares) y plantea la posibilidad de reducir la edad de acceso al Sector para los conductores. Sin duda, un experto en la materia que 'repite' responsabilidad en un departamento clave en el Transporte.

SLT

Defendiendo los intereses de los trabajadores del Transporte

AL FRENTE del Sindicato Libre de Transporte, Muñoz Reja se ha convertido en una de las personalidades más relevantes en el ámbito sindical relacionado con el transporte, no solo de viajeros. El SLT nació en 1988 con el objetivo de organizar y defender los



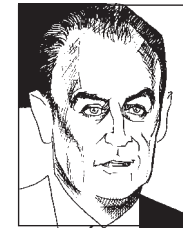
JULIO MUÑOZ REJA

intereses de los trabajadores del Transporte por Carretera, aunque no adoptó su actual denominación hasta 1994. Tras un periodo en el que tendió lazos con otras organizaciones sindicales, hoy es una entidad independiente con delegaciones en la mayoría de las Comunidades.

FUNDACIÓN CORELL

Fomentando el respeto por el medio ambiente

MEJORAR LA seguridad en el transporte por carretera, fomentar el respeto por el medio ambiente, ampliar la formación de los actores que participan en el transporte por carretera y conseguir una mayor sostenibilidad en el Sector con los pilares sobre los que se



MIGUEL ÁNGEL OCHOA

asienta la Fundación Francisco Corell, una iniciativa de Astic que realiza numerosos seminarios formativos a lo largo del año. Una de sus últimas iniciativas es el Think Tank Movilidad, un laboratorio de ideas que pretende impulsar el debate sobre este tipo de aspectos.

Pol. Ind. Los Olivos
Calidad, 66
28906 Getafe (Madrid)
Tel. +34 91 665 26 26
www.actia.com

ACTIA®

AMPLIA GAMA DE MODELOS SEGÚN NECESIDAD Y TIPO DE VEHÍCULO.

TODO EN UNO: RADIO, AMPLIFICADOR, ENTRADA MICRÓFONOS, ETC.



- Diseño compacto
- Rango extendido de alimentación (10 V – 32 V)
- Doble zona totalmente independiente: conductor pasajeros (según modelo)
- 1 ó 2 entradas de micrófono (según modelo) con prioridad
- Sistema Manos Libres para conductor (según modelo) sin instalación adicional
- Función streaming para que el conductor (según modelo) pueda escuchar la música grabada en su Tablet o Smartphone

- Entrada de USB es capaz de leer audio y video (según modelo) de un disco duro externo de un TB con la alimentación incluida. Además sirve para cargar el Smartphone o Tablet del conductor o la guía.
- Lector de Tarjetas SD para audio y video (según modelo) con capacidad de 32 Gb
- Doble salida de monitores (según modelo): conductor y pasajeros
- Según combinación de modelos puede disponer adicionalmente de otra entrada de USB + lector de CD-DVD
- Homologación Interferencias Electromagnéticas 10R05

“Entrevista



David Moneo Vara es el director de los salones que integran el Área de Motor organizados por Ifema, entre los que destacan FIAA y Motortec Automechanika. Es Licenciado en Económicas por la Universidad Complutense de Madrid.

FIAA Y MOTORTEC Automechika son las dos más importantes ferias del sector del Autobús realizadas en suelo español, concretamente en Madrid, ambas a cargo de Ifema y de David Moneo Vara, como director de los salones.

■ ¿Cómo es su llegada al cargo de director de los salones de Ifema del Área de Motor?

● Yo me incorporo al nuevo equipo en mayo, con un desconocimiento absoluto de lo que es el negocio ferial. Yo he estado en el otro lado, conozco muy bien el sector de la automoción, con 11 años en Citroën. He vivido las ferias como expositor, también en el sector de la energía. He visto siempre las ferias desde el otro lado, no desde el de organizador. En el caso concreto de Motortec es cierto que el equipo es nuevo, ha estado vinculado con Motortec pero no ha estado dirigiendo comercialmente la feria. Así que es un doble esfuerzo. Es una feria muy arraigada y querida por el Sector. Es su gran valor, es una feria del Sector, no de Ifema, no es algo que se invente Ifema, sino que el Sector la tiene como algo muy propio. Era un reto importantísimo y una responsabilidad muy grande.

■ En estos momentos, el trabajo de Motortec ya está hecho, ¿no?

● Hace unas semanas tuvimos el segundo y último Comité Organizador de Motortec. El próximo será ya de cierre, cuando ya haya pasado la feria. Traté de trasladar a todos los representantes de las asociaciones principales y las empresas que forman parte del Comité de manera histórica, que estos últimos días es el momento de trasladar con mayor intensidad el mensaje de Motortec. Ya hemos llenado los pabellones, desarrollado las actividades, dotado de contenido a la feria. Ahora falta ese último empujón para convencer a la gente de que venga, a los visitantes, a los talleres.

■ Las expectativas deben de estar bastante altas ¿no?

● Venimos de unos históricos de las dos últimas ediciones muy buenos, pero al final eso de soler/solía/tenía costumbre... puede llegar un momento que luego ocurra la sorpresa de por qué algo que solía ser no ha sido. Esto es como el teatro, cuando inicias una representación no sabes realmente lo que va a pasar. Lo que sucede es que las expectativas están muy altas porque el Sector está volcado con la Feria. Hemos trabajado muy duro para convencer a muchos expositores de participar, hemos desarrollado muchas actividades que conside-

ramos que son muy interesantes para los visitantes, pero hasta que no levantas el cierre y empieza a entrar la gente y terminas feria pues no sabes. Tenemos el listón muy alto por las ediciones anteriores. Creemos que hemos hecho un gran trabajo, pero aún nos quedan unos días en los que tenemos que hacer un esfuerzo de comunicación importante.

■ ¿Ha tenido algo que ver con que FIAA vuelva a su ubicación tradicional en el otoño de los años pares?

● Es un Sector que no conozco en profundidad, pero me limite a escuchar las demandas de las asociaciones y empresas del Sector. En la edición anterior yo no estaba, pero no acabo de entender el cambio de fechas, cuando a mí me ha parecido tan fácil preguntar cuál es la dinámica de los empresarios del sector del Autobús y cómo están situadas las otras ferias del Sector. Es una feria muy compleja de poner en el calendario y muy incómoda, porque el autobús se vincula con el vehículo industrial y aparecen algunas marcas que van también a Hannover y está todo tan interconectado que es difícil. Yo creo que la edición del año próximo está bien situada y luego, a nivel de los visitantes profesionales, creo que es la mejor fecha. Yo desconocía el flujo de actividad que tenían las

Lo único que he hecho ha sido escuchar al Sector del Autobús

No acabo de entender el cambio de fechas, cuando era tan fácil como preguntar cuál es la dinámica de los empresarios de sector del Autobús y cómo están situadas las otras ferias del Sector.

empresas de transporte de viajeros. Tuvimos el primer Comité, ya a dos años vista, y se dijo que había que poner orden. Se habló entre todos: marcas, asociaciones, empresarios y carroceros y se les dijo que había que decidir ya qué fechas poner. Y aunque es complicado, fuimos capaces de encajar bien las fechas.

"Tenemos que hacer un ferión, que es nuestra idea, batir todos los records, y entonces quizás sería un gran planteamiento llevarse FIAA a otras partes del mundo, Latinoamérica por ejemplo"

■ ¿Puede afectar a la FIAA el peso cada vez mayor del autobús en la feria de Hannover?

● Desde mi punto de vista, no es un problema de presupuestos de las marcas, y además los carroceros españoles saben dónde tienen que estar y FIAA para ellos es ineludible. Es más bien un proble-

ma logístico, porque al final hay determinadas marcas que están en Hannover y luego tienen que traer todos sus vehículos a Madrid y eso en algunos casos es complicado, si no hay un periodo entre medias que les permita organizarlo.

■ ¿Cuáles son las expectativas para la próxima edición de FIAA?

● A mí me ha dado mucha rabia encontrarme con una FIAA que por motivos de calendario ha tenido que ir a tres años. Esto tiene el riesgo de que otras ferias similares piensen que si FIAA está en horas bajas pueden robarle su parte del pastel. Una de las cosas que hemos hablado en el Comité es que tenemos que trabajar mucho la comunicación, de hecho, sabéis que hacemos el premio del 'Minibus of the Year' y a eso queremos darle este año mucho peso, para que FIAA suene otra vez, porque al final si deja de sonar una feria hay gente que puede pensar que ha desaparecido y luego hay que hacer un trabajo mucho más duro para recuperar la imagen, hacer un relanzamiento.

■ ¿Corre el riesgo FIAA de que la I de su nombre pierda sentido?

● Está claro que eso es un riesgo, pero hemos preferido poner FIAA donde realmente se merece, gestionar bien ese periodo largo entre ferias, a volver a celebrar FIAA en unas fechas que no son

las suyas, pues eso puede herirla de muerte. Yo a nivel de ferias me doy cuenta de que o tu mercado es eminentemente comprador en un periodo de alza y tu feria es entonces muy potente o tu mercado es vendedor, con una industria que vende y tiene imagen fuera. España es algo que tiene con el sector carroceros, que es algo único y hay que aprovechar. Es un sector con una potencia brutal y es algo de lo que me di cuenta cuando empecé en FIAA. Y no les podemos fallar a ellos. Yo en este aspecto la asemejo mucho a Motortec, como feria que es del sector carroceros, que me lleva en volandas. Es un sector exportador, quieren una feria en la que sentirse como en casa y que vengan sus compradores. Es una de las peticiones en la que ya estamos trabajando, con todos nuestros delegados repartidos por el mundo, para trabajar mucho el tema de traer compradores. Y para eso, estos delegados tienen que empaparse del Sector, ya que tienen que presentarse a las asociaciones de cada uno de los países y presentar en condiciones la Feria. Les hemos formado en FIAA, porque ellos antes la trabajaban de una manera como trabajan otras ferias, y esta es industrial, que exige de un conocimiento técnico de lo que estás vendiendo.

■ ¿Tiene en mente hacer una expansión internacional de FIAA?

● Para mí el hecho de exportar una feria es algo que hay que hacer con la industria. Esto lo hacen fenomenal los alemanes. Hacen ferias por el mundo, no por los ingresos del negocio ferial, que obviamente ayuda en las cuentas de resultados, sino fundamentalmente por llevar de la mano el clúster industrial que tienen. Publicitan, promocionan y difunden la industria. Yo en FIAA lo veo plausible porque hay una industria que estaría encantada de ir de la mano con nosotros y no ir a ferias de terceros, que tienen privilegios hacia sus industrias nacionales. Esto es legítimo, lógico y funciona así el mundo. Yo creo que sería algo muy interesante, pero primero tenemos que consolidar la nueva FIAA en sus fechas tradicionales, hacer un ferión, que es nuestra idea, batir todos los records y quizás sería un gran planteamiento llevarse FIAA a otras partes del mundo, Latinoamérica por ejemplo. Ser una vía de entrada de las empresas españolas allí, a través de las ferias, es algo que me ronda, también con Motortec.

➔ Evolución

La FIAA tiene muchas opciones de crecer

ANIVEL DEL sector de Transporte de pasajeros, yo creo que en FIAA están todos los actores representados. Están las asociaciones más orientadas a flotas más pequeñas; los grandes flotistas (con Confébús); las de carroceros... Realmente, están todos. Quizás, deberíamos empezar a hablar con Anfac, por los fabricantes, y con Aniacam, por la importación de vehículos. Nuestra relación con los fabricantes es muy de tú a tú: nosotros los conocemos, los he ido a visitar a todos durante el mes de julio, pero sí que es cierto que existen estas dos asociaciones que podrían llegar a tener un papel un poco más relevante dentro de la FIAA.



IRIZAR

Inauguran su planta de producción en Aduna

El director de Irizar e-mobility, la empresa del Grupo dedicada específicamente al desarrollo de la movilidad eléctrica. Al éxito de su urbano i2e, que ya circula por las calles de muchas ciudades españolas y europeas, se suma el hito de la inauguración oficial de su



HÉCTOR OLABE

planta de producción, situada en Aduna (Guipúzcoa), a la que asistieron más de 500 invitados, y que él califica como un espacio «ecológico y sostenible, con gran iluminación y pensado para la comodidad los empleados». Irizar ha dado el salto al sector de mercancías con su eTruck.

VOITH

En la IAA desplegaron su enfoque a la electricidad

Muchos son los productos y soluciones innovadoras para camiones y autobuses que comercializa Voith a nivel internacional, y también en nuestro país, donde acumula una larga trayectoria. Solo por poner un ejemplo, en la pasada edición de la IAA desplegaron su en-



GONZALO OLIVER

foque hacia la movilidad eléctrica, buscando una mayor eficiencia con menos emisiones de CO2 y menores costes operativos. Entre sus últimas novedades destaca un nuevo sistema de transmisión eléctrica, el compresor de aire LP560 y el SWR ECO que utiliza agua para frenar.

CATALUÑA

La gestión privada se traslada a la vida pública

Histórico del Sector del Transporte y un ejemplo claro de empresario que da el salto, con éxito, al campo político. Es el director general de Transportes de la Generalitat desde el año 2013, pero con anterioridad había desempeñado múltiples responsabilidades



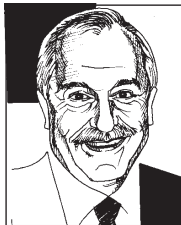
PERE PADROSA

en la empresa familiar, Transports Padrosa, desde 1989. Entre medias, presidió el Grupo familiar, pero sin olvidar nunca su actividad asociativa, no solo fue presidente de Astic durante una década, sino que también fue vicepresidente de la IRU.

GLOBALIA

Experiencia política al servicio de la empresa privada

Otro histórico del Sector que, después de 13 años en el Ministerio de Fomento (entonces de Obras Públicas, Transporte y Medio Ambiente), se ha dedicado a la empresa privada. Tras pasar por Viajes Marsans, en la actualidad es el director de Relaciones In-



MANUEL PANADERO

stitucionales de Globalia, cargo desde el que se mantiene en contacto con la actualidad sectorial, muy enfocada hacia el transporte de viajeros. De hecho, su aportación y espíritu crítico está siendo fundamental para la redacción definitiva de los pliegos para el Regular.

FLIXBUS

Han superado el millón de viajeros en año y medio

FlixBus abrió su primera oficina en España en octubre de 2017. Y su crecimiento ha sido tan rápido que al verano siguiente dejó de depender de la matriz francesa. Desde entonces, Pastega es el director general para la Península Ibérica. «Es un



PABLO PASTEGA

reto apasionante: el Transporte es algo que incumbe a todo el mundo. Facilitar el viaje es algo esencial. Creo que FlixBus aporta algo diferente al Sector», afirma, añadiendo que la compañía ha superado el millón de viajeros en apenas año y medio de vida.

ATLAS BUS

La compañía presta servicio en toda España

Atlas Bus nació en el año 2010 con el ánimo de posicionarse dentro del Sector del transporte de viajeros por carretera, aportando la experiencia de su personal en el suministro de componentes, piezas, accesorios y recambios de autocares y autobuses.



DAVID PEREIRA

Desde su sede en Mos, muy cerca de Vigo, la compañía presta servicio en toda la geografía nacional, buscando siempre la máxima cercanía con el cliente. David Pereira es su director y CEO desde el comienzo, por lo que está cerca de cumplir la primera década en la compañía.



Pruebe nuestro configurador de
asientos en www.isri.es

ISRINGHAUSEN Spain S.L.U. • Pamplona, Spain • info@es.isri.de

AUNDE Group



“Entrevista



Lorenzo Chacón fue presidente de Asintra, del Comité Nacional de Transporte por Carretera y del Consejo Nacional de Transportes, por lo que sus opiniones, aunque de hace más de una década, siempre resultan interesantes.

ASINTRA HA TENIDO una intensa actividad asociativa en los últimos meses. Hace poco más de un año que asumió la presidencia de la entidad, y del mismo modo, sustituyó a Gerardo Díaz Ferrán en algunas de sus funciones relacionadas con el Sector, como en el Comité Nacional. Todo este bagaje le faculta, sin duda, para analizar el transporte de viajeros por carretera con voz autorizada, por lo que sus conclusiones son dignas de tener en consideración.

■ ¿Qué lugar ocupa la formación en la actividad de Asintra?

● La Federación se preocupa de manera intensa por la movilidad y seguridad del Sector, y cuenta con un extenso currículo en formación, con más de 20 años impartiendo cursos. En cuanto a la práctica medioambiental, la introducción de nuevas tecnologías en la fabricación de motores ha contribuido a una gran reducción de las emisiones, que en los últimos 20 se han reducido en torno a un 80% en los autobuses. Además, del total de víctimas que se produjeron en carretera en 2007, sólo un 0,44% correspondieron al autobús. Hemos reducido el consumo en un 36% en 30 años, con un adicional del 10% con la formación adecuada, y las emisiones entre un 81 y un 97% en el mismo periodo, argumento que hacemos valer en la Unión Europea, tan centralista y tan ‘fe-rrrocarrilista’.

■ Además, colabora con la movilidad sostenible...

● El autobús, evidentemente, es un elemento imprescindible en la consecución de la movilidad sostenible, por su seguridad, eficiencia energética y medioambiental, economía, capilaridad y calidad. Esto lo hemos recogido en el Memorándum del Transporte por Carretera, que nace con la pretensión de ser un documento de posicionamiento del Sector, del que se desprenda la importancia estratégica del mismo dentro de la economía española. Persigue ser un elemento básico para las relaciones institucionales del Sector, de modo que articule una “voz única” representativa de las distintas voces implicadas, y será el pilar fundamental en la próxima celebración de la Cumbre del Transporte Español.

■ El Memorándum ha sido recientemente presentado. ¿Por qué se ha elaborado?

● El transporte es un sector económico de importancia estratégica creciente, no sólo por contribuir a la mejora de la competitividad

de nuestro país, sino por apoyar el desarrollo de la actividad en otros sectores como la industria, el comercio y el turismo, por citar aquellos con mayor peso en el tejido productivo de la economía española. En el contexto actual de crisis de actividad económica y reducción drástica del consumo, el transporte acusa netamente la estricta caída de la demanda y la escasa flexibilidad para adaptar la oferta, unido al problema de las restricciones crediticias y las reformas estructurales pendientes.

■ ¿Incluye algún tipo de medida o solución de aplicación a corto plazo?

● Todo esto hace necesario la puesta en marcha de un conjunto de medidas estratégicas que puedan contribuir a superar esta situación y poner los mimbres necesarios para afrontar, en su caso, el cambio de ciclo económico. Así, entre otras medidas, cabe destacar la privatización de empresas públicas de transporte, la regulación para una auténtica competencia entre los diferentes modos de transporte, la reducción de las cargas administrativas, el fomento de la competitividad y eficiencia de los operadores, la creación a nivel europeo de un marco regulador objetivo y prác-

tico, incentivos y ayudas para la externalización de las empresas, políticas de estímulo tributario para la adquisición y renovación de flotas con vehículos más ecológicos, proyecto de inversión en infraestructuras y mejora urgente de las existentes, mayores inversiones a nivel autonómico, estatal

«El Memorándum del transporte pretende ser una guía, pero aporta gran cantidad de soluciones concretas y aplicables para mejorar el cambio de ciclo económico»

y europeo para lograr una mayor comodalidad e intermodalidad, y lograr una adecuada formación de los recursos humanos del Sector.

■ ¿Hemos tocado fondo? ¿Seguiremos en 2010 en crecimiento negativo como se augura?

● En cualquier caso la recuperación ha de seguir al repunte. Si para 2010 seguimos sin crear empleo, para lo que hace falta un crecimiento del PIB de un 1,4 al menos, con esto hemos de convivir y poner los mimbres necesarios, la malla indispensable para mantener los empleos actuales y generar nuevos. Con todo, no se si estamos ante un cambio de modelo, eso corresponde a otros centrarlo, pero si estamos ante un cambio de movilidad, con reducciones de demanda drásticas, en algunas zonas vinculadas también a baja ocupación.

● En cualquier caso la recuperación ha de seguir al repunte. Si para 2010 seguimos sin crear empleo, para lo que hace falta un crecimiento del PIB de un 1,4 al menos, con esto hemos de convivir y poner los mimbres necesarios, la malla indispensable para mantener los empleos actuales y generar nuevos. Con todo, no se si estamos ante un cambio de modelo, eso corresponde a otros centrarlo, pero si estamos ante un cambio de movilidad, con reducciones de demanda drásticas, en algunas zonas vinculadas también a baja ocupación.

■ ¿Qué previsiones se pueden hacer a medio y largo plazo?

● El modelo de transporte del mañana ha de atender criterios de comodalidad. Será necesario no sólo por responsabilidad presupuestaria compartida, sino que se analice y optimice el grado de cobertura para posibilitar condiciones de competencia, con parámetros y herramientas homologables. No sólo el tren, sino también el bajo coste aéreo, introducen una tensión desconocida en la oferta, atacando el nido de la carretera. La caída del turismo aún no ha tenido su verdadero impacto, pero es un mal dato la destrucción de empleo en el sector servicios, también en el industrial, que se suman a la

vertiginosa caída de la construcción residencial. Los operadores de escolar, parte sustancial de esa gran familia del discrecional, que pueden tener responsabilidad cierta en vender bajo coste, asisten con impotencia a la caída de precios e incremento de costes. Son las administraciones y los clientes, con esa enseñanza, los que están tirando de la cuerda sin fin y esperemos que no hasta el final. Hay que afianzar respuestas y creemos que la potenciación del transporte público de viajeros por carretera, en todas sus modalidades, es crucial.

■ ¿Qué preocupaciones acucian al Sector actualmente?

● La unidad de mercado, por las asimetrías. Los efectos frontera o desigualdades que se presentan en renovación de flotas, plazos, tarifas, normativas, apoyos al asociacionismo y un largo etcétera, y no pedimos quitar sino equilibrar, eliminando tales asimetrías que colocan de manera desigual a las empresas ante el mercado. Para ello se trabaja en la coordinación administrativa y normativa, pero sería muy útil instrumentar canales permanentes de colaboración entre empresas y administraciones, con conocimiento y traslado de observaciones del mercado pie a tierra. Nos preocupa la transparencia en la igualdad de oportunidades.

■ ¿De qué modo se podría ayudar al transporte de viajeros?

● Preconizamos incentivos por el uso del transporte público: por calidad, nuevas tecnologías, infraestructuras, fiscalidad, medio ambiente, seguridad, economía. Hemos de acercarnos más al ciudadano, somos un elemento muy potente de sustitución del vehículo privado, pero con actuaciones de coordinación de tráfico y tarifarias.

■ ¿Qué acciones se llevan a cabo al respecto?

● Pretendemos más y mejores medios para formación en el Sector. Además del nuevo reto del CAP, lo más novedoso es la primera promoción de un Master en transporte de viajeros con Esic. No pretendemos sino generar y exportar talento como herramienta insustituible de progreso. Nos parece estratégico, ante la necesaria internacionalización de nuestras empresas, formar a los cuadros de ese futuro mercado, como argumento de atracción de inversiones hacia esos países desde el origen, por ser prescriptores de nuestro know how.

El futuro modelo de transporte debe atender a criterios comodales

El autobús es un elemento imprescindible en la consecución de la movilidad sostenible, por su seguridad, eficiencia energética y medioambiental, economía, capilaridad y calidad.

Estrategia

Movilidad bien gestionada

DEBEMOS ESTABLECER UNA Hoja de Ruta que defina qué sistema de movilidad quiere Administración. La infraestructura no es un fin, sino que debe ser un medio para garantizar la movilidad sostenible. La actividad del transporte de viajeros está viviendo un cambio de tendencia, con caídas de la demanda del 20%, motivadas por el descenso del consumo, la baja actividad económica y el descenso de receptivo turístico. Por otro lado, para adaptar la LOTT a la normativa comunitaria es necesario que se reúnan la Administración y el Sector, para analizar sin prisas los posibles cambios y no realizarlos mediante otras modificaciones, como ha ocurrido con la Ley Omnibus. Además, creo que el nuevo Libro Blanco debe estar adaptado a la realidad de los distintos sectores y no basarse tanto en previsiones. Finalmente, el Sector necesita la recuperación de la unidad del mercado a nivel nacional e internacional, la adaptación de la oferta a la demanda mediante la flexibilidad en la prestación de los servicios, la realización de inversiones para potenciar el transporte de viajeros por carretera (desde las estaciones de autobuses hasta la imagen del sector), la promulgación de una Ley de Financiación del Transporte Urbano y la dotación económica y efectividad del Plata II.



ASVETRANS

Toda una carrera profesional marcada por el asociacionismo

Es una de las mayores personalidades del Sector, porque su presencia siempre es notoria allá donde está. En la actualidad es el presidente de Asvetrans desde hace un lustro, la asociación de veteranos del transporte (en todos sus estamentos), pero anterior-



MAY COMAS

mente ha llevado a cabo una extensa carrera profesional, siempre en el seno del Sector, con distintos cargos de responsabilidad. Los nudos de su corbata son famosos en cualquier eventos sectorial, casi tan relevantes como su carácter afable y su disposición a defender al Sector.

FACONAUTO

Inmersos en un gran proceso de cambio

LA PATRONAL de los concesionarios se encuentra inmersa en un proceso de cambio. No solo por la renovación de su cúpula directiva, que tuvo lugar el año pasado, sino por su objetivo de incrementar su representatividad dentro de la distribución. Con motivo



GERARDO PÉREZ

del cambio de Gobierno, solicitó un plan global para el automóvil, que debería girar alrededor del medio ambiente, en cuya mejora la automoción tiene que jugar un papel clave en los próximos años, así como la seguridad vial o los nuevos modelos de movilidad y energías.

ZF

Suministran una diversa gama de productos y servicios

EL DIRECTOR general de ZF Servicios España desde el año 2010, una compañía resultante de la fusión entre ZF Trading Aftermarket Ibérica (Barcelona) y ZF España (Madrid). Desde dicha responsabilidad, lidera el devenir de una compañía líder a nivel



MIGUEL PÉREZ

internacional en el suministro de una muy diversa gama de productos y servicios para el Transporte, reconocida en todo el planeta. Pérez lleva en el Sector desde 1990, primero en Basf, luego en Frapre Behr (donde llegó a ser director general) y, desde 2008, en ZF.

AOGLP

La responsabilidad de contribuir al crecimiento del gas licuado

EL DIRECTOR y secretario general de la Asociación Española de Operadores de GLP, GasLicuado (antes AOGLP) desde el 1 de mayo, en sustitución de José



SANTIAGO PÉREZ

Luis Blanco. Ingeniero naval por la Universidad Politécnica de Madrid y Máster en Administración de

Empresas por IESE Business School, tiene la responsabilidad de contribuir al crecimiento del mercado del gas licuado en España, en un momento en el que el diésel está en un escenario incierto y se buscan soluciones alternativas con el desarrollo de la normativa adecuada.

FENEBUS

Defensor de los intereses del transporte

HAY POCAS ocasiones en las que la frase «toda una vida» se pueda aplicar de manera más apropiada que en la que define la relación del Transporte de Viajeros



JOSE LUIS PERTIERRA

por Carretera y Jose Luis. Casi cuatro décadas dedicadas al mundo asociativo empresarial, en el seno de

Fenebus, contemplan la carrera de una de las personalidades sin la que, no cabe duda, no se puede entender la evolución de nuestro Sector. Perterra ha dejado un recuerdo imborrable en todo el tejido empresarial y ha defendido en todos los ámbitos posibles los intereses del transporte.

ASTIC

Desde 1980 ligado al transporte por carretera

LA EMPRESA y el mundo asociativo no tienen secretos para Rubén Prada, quien ha dedicado toda su carrera profesional al transporte por carretera. Desde 1980 formó parte de Alsa hasta su merecida jubilación, hace poco más de un año, siempre en la división de



RUBÉN PRADA

desarrollo internacional. Y, quizá por eso, encontró otra razón de ser en Astic, asociación de transporte internacional, de la que formó parte desde 2008, siendo vicepresidente y máximo responsable de la actividad de viajeros en una entidad de gran proyección más allá de nuestras fronteras.

time

EN EL CORAZÓN DEL TRANSPORTE.

SISTEMAS DE INFORMACIÓN A BORDO | LETREROS DE DESTINO | CONSOLAS DE MANDO

HANOVER DISPLAYS. LÍDERES EN EL MERCADO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN AL PASAJERO.

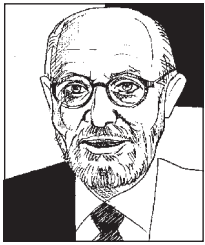
Entendemos que nuestros clientes necesitan productos más fiables y con el mejor servicio postventa, eso es exactamente lo que ofrecemos. Lo hacemos tan bien, que somos el mayor fabricante independiente de sistemas de información al pasajero del mundo. ¿Quieres saber más? Visítanos en: www.hanoverdisplays.com

WWW.HANOVERDISPLAYS.COM TELÉFONO: +34 91 449 79 28

HANOVER DISPLAYS, S.L. - Avd. de las Américas, 4 Nave CB - 28823 - COSLADA (Madrid) - España

HANOVER

“Entrevista



Presidente de Fenebús desde diciembre de 2010 y licenciado en Derecho, **Juan José Calvo** es también consejero delegado de Ágreda Automóvil y fue copresidente de la nueva Confibus. Esta fue una de sus últimas entrevistas, en 2015.

EN EL MOMENTO ACTUAL, la situación en la que se encuentra nuestro Sector es muy grave. Por un lado, desde que comenzó la crisis económica, nuestro Sector ha venido sufriendo una caída continua y generalizada de viajeros, que sigue cayendo en los primeros meses del año 2015. Esto ha generado que en los últimos años hayan desaparecido un número muy importante de empresas. Por otra parte, la competencia, a mi entender, claramente desleal practicada tanto por otros modos de transporte como por vehículos de particulares, han colaborado en ese deterioro que hace que el Sector se encuentre ante un futuro muy incierto. Finalmente nos encontramos en un momento en el que el Sector afronta un proceso de renovación de los contratos de gestión de servicio público de transporte regular de uso general, cuyas licitaciones han sido recurridas al entender que los pliegos no buscan la mejor relación entre calidad, seguridad y tarifa. Entendemos que el futuro del transporte no debe estar condicionado únicamente por el precio. Quiero señalar que, en este proceso concursal, se ha perdido una oportunidad única cual hubiera sido el de ponerse de acuerdo con la totalidad de las CCAA para establecer una red concesional de líneas regulares totalmente integradas e interconexiónadas, con calidad y tarifas similares. Esto desgraciadamente no se ha llevado a cabo, no sé si por incapacidad de unos o por desafección de otros", declara Juan Calvo Pujol, presidente de Fenebús, al preguntarle por la situación actual del Sector. También respondió a otras incógnitas.

■ ¿Cuántos trabajadores y unidades suman sus asociados? ¿Cuál sería su volumen de negocio aproximado?

● Según los últimos datos oficiales de representatividad, Fenebús asocia del orden de 2.700 empresas propietarias de más de 18.000 vehículos y que emplean a unos 40.000 trabajadores. En cuanto al volumen de negocio de las empresas integradas en nuestra organización, se podría situar en el entorno de 1.500 millones de euros, teniendo en cuenta una facturación total del Sector de 3.250 millones de euros.

■ ¿Qué volumen de viajeros transportaron en 2014, y cómo se compara esta cifra con la de ejercicios anteriores?

● No disponemos todavía de datos oficiales respecto al año 2014; sin embargo, en el año 2013 el volumen de viajeros/kilometro fue de 51.834 millones, un 4,9% menos que

el año anterior. Para valorar la caída de la demanda en los últimos años, basta afirmar que entre el año 2009 y 2013 ha habido una reducción que se sitúa por encima del 15%. Esta misma tendencia la hemos sufrido en 2014 y también en los primeros meses de 2015.

■ A finales de octubre se anuncia su tradicional Semana. ¿Cuáles serán los ejes del evento?

● La Semana Nacional del Autocar, patrimonio de Fenebús, constituye uno de los eventos más importante del Sector. Tendrá lugar los días 28 y 29 de octubre en el Hotel Alicante Golf de Playa de San Juan. Serán dos jornadas técnicas muy intensas donde debatiremos la evolución del sistema concursal de las líneas regulares, la política de transporte en el ámbito de las Comunidades Autónomas, análisis jurídico de los servicios de coche compartido y las plataformas que lo promocionan, así como como cuál va ser el futuro del transporte de viajeros por carretera en nuestro país. Finalizaremos las Jornadas de Trabajo con un análisis sobre la financiación de las Infraestructuras de Transporte de las Estaciones de Autobuses y Carriles bus a través del Plan Juncker, a cargo de destacados representantes de las instituciones comunitarias.

■ ¿Qué asistencia prevé?

● Si bien nuestro Sector está perdiendo empresarios, bien por ventas, concentraciones o incluso por abandono o cierre, esperamos una asistencia similar a la de Semanas anteriores. También esperamos contar con las delegaciones de distintos países iberoamericanos perte-

"Fenebús agrupa a 2.700 empresas, propietarias de 18.000 vehículos y que emplean a 40.000 personas, facturando unos 1.500 millones de euros, casi la mitad de todo el Sector"

necientes a Aitbús, así como posiblemente de China (CRTA).

■ ¿En qué proyectos internacionales colabora Fenebús?

● Con independencia de nuestra labor ante el Parlamento Europeo a través de nuestra Delegación en

Bruselas, que por cierto éste año ha cumplido 25 años, Fenebús ha participado muy activamente en septiembre del año pasado en la organización y desarrollo del I Seminario Iberoamericano de Seguridad en Autobuses y Autocares, celebrado en Cartagena de Indias (Colombia) en colaboración con el INSIA. Igualmente el año anterior al Seminario de Colombia participamos en el Seminario de Transportes de Pasajeros por Carretera de la Península Ibérica y América Latina, celebrado en la ciudad china de Suzhou en colaboración con nuestros colegas chinos de CRTA. Y también recibimos una delegación empresarial de transportes de viajeros de Japón, con quien establecimos relaciones de mutua colaboración.

■ ¿Cuál es su opinión acerca del eterno conflicto existente con los pliegos de los concursos?

● Entendemos que nuestros servicios son ya por sí mismos muy económicos, por lo que hemos planteado que en los nuevos pliegos se valore la sostenibilidad desde el punto de vista social, medioambiental y económico, primando la seguridad y la calidad. Si no hay sostenibilidad económica, lo social y lo medioambiental no se puede llevar a cabo, al tiempo que puede afectar negativamente a la seguridad y a la

calidad. En la elaboración de los mismos solo se han tenido en cuenta sugerencias de organismos muy importantes a nivel nacional, más interesados en el abaratamiento del coste que en mantener la calidad del servicio.

■ ¿Es posible una solución a corto plazo, satisfactoria para el Sector?

● La solución a corto plazo es difícil. Ahora bien, todos los problemas, en esta vida, se solucionan con diálogo. Sería suficiente con que la Administración recapacitara y se volviera a sentar con el Sector en una mesa, en la que ambos con tiempo y debidamente asesorados jurídicamente, volvieran a debatir los contenidos de estos pliegos. León Tolstoi decía: "Es más fácil hacer leyes que gobernar", para a continuación añadir: "Los que no saben gobernar, prohíben".

■ ¿Qué otros asuntos tiene el Sector en su agenda que necesiten una resolución eminente?

● Los de siempre, más lo que se va añadiendo con el paso del tiempo. Por ejemplo, la planificación de una "red concesional en red", es decir, el establecimiento de una red concesional de líneas regulares totalmente integradas e interconexiónadas. Así como la ruptura del "efecto frontera" mediante la recuperación de la unidad de mercado. Dotar de estabilidad al sistema concesional, garantizando la seguridad jurídica de los operadores, la regulación de las plataformas digitales, el equilibrio entre los distintos modos de transporte tanto en inversiones como en su gestión. Además de una mayor coordinación Administración-Sector ante los organismos de la UE, modernización de las Estaciones de Autobuses, así como construcciones de Carriles Bus como medios de promoción del transporte en autobús y campañas institucionales de promoción del transporte público (no solo del ferrocarril).

■ ¿Qué porcentaje del 'céntimo' sanitario estima que ya ha sido devuelto a sus asociados?

● La devolución por ingresos indebidos correspondientes a los años 2010/2012 ha comenzado y en la mayoría de los casos, las empresas lo han cobrado o lo están cobrando. Cuestión distinta son las reclamaciones por responsabilidad patrimonial de la Administración correspondiente a los años 2002/2009, que fueron objeto de reclamaciones al Consejo de Ministros y que todas fueron rechazadas por razones de prescripción. No obstante, se abre ahora la vía de recursos ante el Tribunal Supremo.

Unidad

Confibus, pasos lentos pero seguros

LOS PASOS QUE SE han dado hasta ahora han sido lentos pero seguros, como no podía ser de otra manera. Cuando se constituyó Confibus, se estableció que inicialmente los asuntos de los cuales iba hacerse cargo eran tres: Imagen del Sector, con el objeto que tenga el protagonismo que se merece; defensa del Sector ante la competencia en algunas ocasiones desleal; y defensa ante las instituciones comunitarias de los intereses de las empresas que se encuentran integradas en la Confederación. Estos tres puntos se están llevando a cabo y en ningún momento se ha producido un desencuentro. En cuanto a las posibles reticencias iniciales, una vez constituida la Confederación y después de varios Comités y Juntas Directivas realizadas, creo que no existen en estos momentos. Queremos asumir más compromisos que en estos momentos se están realizando por ambas Federaciones por separado, hasta conseguir una unidad total. Confibus quiere ser el primer órgano representativo del empresariado del transporte en autobús, y hacerlo con un espíritu integrador, abierto a todas las organizaciones y empresas que quieran formar parte de este gran proyecto. Por el momento hemos mantenido conversaciones con ATUC.



FAINSA

Una empresa de toda la vida que crece en el Grupo Compín

ES EL director de Ventas para Autobús y Autocar de Fainsa, una empresa familiar que desde el año 1935, desarrolla su actividad en el campo de los asientos del transporte por carretera en autocares de línea, autobuses urbanos, ambulancias y otros vehículos de carre-



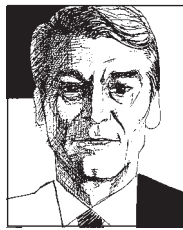
DAVID BELTRÁN

teras especiales. La sociedad, con sede en Martorelles (cerca de Barcelona), se incorporó al Grupo Compín en 2015, con el objetivo de coordinar y optimizar, en el seno del grupo, sus actividades comerciales e industriales y mejorar el servicio prestado a sus clientes a escala mundial.

FICOSA

Más de medio siglo facilitando la seguridad y la visión

ES EL CONSEJERO delegado de Ficososa Internacional desde 2005, una compañía global dedicada a la creación de soluciones de visión, seguridad, eficiencia y conectividad de alto contenido tecnológico para la industria de la automoción y la movilidad. Se



JAVIER PUJOL

fundó en 1949, cuenta con la sede central en Barcelona (España) y con centros productivos, centros de ingeniería y oficinas comerciales en 16 países en Europa, América del Norte y del Sur y Asia. Actualmente su plantilla está formada por más de 10.000 trabajadores

DIESEL TECHNIC

Actualización constante de más de 40.000 referencias

EL MUNDO de la post-venta no tiene demasiados secretos para Martín, pues desde 1998 forma parte del mismo, primero en BPW, más tarde en Arvin Meritor y, desde mediados de 2011, como director general de Diesel Technic Iberia. El Grupo culmina



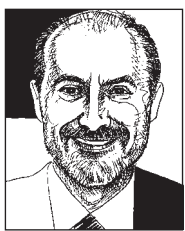
MARTÍN RATÓN

2018 ofreciendo más de 41.000 productos de calidad garantizada y con posibilidades de aplicación ampliadas a todo el sector de la automoción, a través de sus marcas DT Spare Parts y Siegel Automotive, aunque los catálogos de producto se amplían y actualizan casi a diario.

MICHELIN

Una buena despedida después de una carrera de éxito

HA SIDO el presidente de Michelin en España hasta hace muy pocas fechas, momento en que ha pasado a disfrutar de una merecida jubilación, pasando el testigo después de más de 15 años a María Paz Robina, quien también asume la dirección general de las



JOSÉ REBOLLO

operaciones. Rebollo ha sido capaz de consolidar el liderazgo de Michelin en todas las divisiones en las que participa, especialmente en el transporte profesional. A la vanguardia de la innovación y la tecnología, cuenta con una importante implantación industrial en nuestro país.

HISPACOLD

Pioneros en una climatización sostenible

ES DIRECTOR general de Hispacold, una de las compañías de referencia en el Sector en el ámbito de la climatización del transporte de pasajeros, con una red de negocio presente en los cinco continentes, y más de 40 años de experiencia, que se propone garantizar el



ROBERTO RECUERDA

confort, satisfacer las necesidades de los clientes y contribuir a generar riqueza en la sociedad, a través de un proyecto sostenible comprometido con las personas y con la protección del medio ambiente. En los últimos años, ha sido pionero en los sistemas para los vehículos electrificados.

PTP

Defensa de la equidad social y la protección ambiental

ES PRESIDENTE, desde 2007, de la asociación por la Promoción del Transporte Público (PTP). Desde hace más de 25 años estudia y defiende el transporte público colectivo, así como el ferroviario de mercancías, pensando únicamente en el interés común,



RICARD RIOL

bajo los principios de equidad social y protección ambiental. La asociación es una organización no gubernamental, sin ánimo de lucro y declarada de interés público. De carácter independiente, apuesta por sus propias iniciativas con un diálogo permanente con otras entidades.



AUTOSUR
de levante

TU CAMINO NUESTRO COMPROMISO

Autosur de Levante, venta y reparación de ejes, cajas de cambio y sistemas de dirección para autobuses, autocares y minibuses.

Distribuidor oficial

Voith Partner
Service

VDO Eaton



Especialista en Mercedes-Benz, Scania y Volvo.

www.autosurdelevante.com

Barcelona

Pol. Ind. Can Bernades Subirà, C/ Anoia nº4
08130 Sta. Perpètua de Mogoda (BARCELONA)
(+34) 93 518 33 28

Valencia

Pol. Ind El oliveral C/ A nº6
46394 Ribarroja del Túria (VALENCIA)
(+34) 96 164 30 40

Zaragoza

Pol. Ind Ciudad del Transporte C/ N nº23
50820 San Juan de Mozarrifar (ZARAGOZA)
(+34) 976 45 57 77



“Entrevista



Rudi Kuchta es vicepresidente de MAN Trucks & Bus AG, y director de Ventas del Departamento de Autobuses. Durante la FIAA de 2010, junto con Sifredo Moreno, director comercial de Buses en España, repasó la actualidad de la marca.

En 2011 vamos a fabricar chasis de interurbanos por módulos

El proyecto Nemo consiste en dividir los chasis de interurbanos y suburbanos en tres o cuatro módulos, de forma que se reduce el stock y se mejora la flexibilidad de respuesta al cliente.

APESAR DE LAS condiciones económicas internacionales, y de nuestro país en particular, MAN está mejorando su participación en el mercado, y espera seguir dicha tendencia en 2011. Desde 2008, Rudi Kuchta es el director de ventas internacionales de autobuses de las marcas MAN y Neoplan. Anteriormente, el experto en autobuses ocupó varios puestos directivos en Neoplan en la división de exportaciones y, más tarde, en su cargo de gerente de la organización de autobuses Neoplan en Francia, amplió el negocio con las marcas MAN y Neoplan. Con Kuchta en la dirección de ventas de autobuses, MAN Truck & Bus ha constatado una evolución exitosa de las ventas y la cuota de mercado del sector de autobuses y así lo atestigua el incremento en aproximadamente un 45% del número de vehículos vendidos en los cuatro últimos años.

¿Cómo valora la marca el mercado español dentro del contexto comunitario?

● No es un secreto que el mercado español continúa descendiendo, al igual que el Reino Unido, mientras que el resto se va recuperando. La crisis tiene un proceso de salida, pero a pesar de todo MAN mantiene una cuota por encima del 20%, que no es la mejor histórica, pero que nos consolida como la segunda marca del país. Tenemos la intención de crecer en la medida de lo posible, en el segmento de los urbanos, pero también tenemos un potencial importante de cara a las grandes flotas de regular y discrecional, donde tenemos una menor presencia como marca.

Este comportamiento, ¿se ajusta a las previsiones?

● Pensaba que, tras los descensos de 2008 y 2009, el mercado nacional podría repuntar, pero no ha sido así. Sin embargo, MAN se va recuperando. En interurbanos nos situamos en mejores cifras que las del año pasado, muy poco, pero mejores. Sin embargo, el descenso dramático se ha producido en urbanos, con más de un 40%, con el agravante de que ha sido un año preelectoral, que habitualmente incentiva la demanda. Si lo comparamos con el último año preelectoral, el descenso del 60%. Las posibilidades de mejora en el discrecional serán muy leves, aunque el urbano seguirá bajando.

Combinando ambas tendencias, se presenta un año 2011 bastante complicado...

● Si los urbanos siguen en caída

libre, y el interurbano sólo repunta levemente, el ejercicio que comienza se plantea muy difícil para todos.

Sin embargo, MAN no ha perdido cuota en este escenario.

● Nos hemos reafirmado como el segundo fabricante en consolidado, a muy poca distancia del primero, aunque somos cuatro o cinco marcas las que estamos en una diferencia muy escasa. España ha sido y será uno de los mercados más importantes para la marca en el concierto europeo.

Vehículos completos o chasis. En urbanos, parece que MAN apuesta por completo, pero ¿y en larga distancia?

● Nosotros tenemos fábricas que debemos atender, pero en España la relación de MAN con los carroceros es muy buena y muy importante. Es un asunto delicado. Presentamos el Lion's Regio y el Lion's Coach, a ver cómo pueden encontrar su espacio en el mercado nacional. Pero nosotros, lo que de verdad queremos es vender. Pensarnos que hay mercado para todas las opciones, y por eso ofertamos chasis de urbano y vehículos completos. Es cierto que la complejidad de desarrollo del vehículo urbano aconseja que se lleve a cabo sobre un completo, pero el hecho de que la industria carrocera siga adelante, a pesar de

todo, es una buena noticia para todos. Nuestra obligación es vender lo que cliente desee comprar en cada momento.

Los híbridos parecen la solución para el urbano. ¿Esto hará que los esfuerzos llevados a cabo en otros combustibles alternativos queden en nada?

"Estoy muy contento con la supervivencia y el desarrollo de la industria carrocera española, como he podido comprobar durante mi presencia en la última edición de FIAA"

● Como quedó demostrado en la feria, los híbridos ocupan un lugar preferente en los stands de todos los fabricantes. Hace años que tenemos el nuestro, que ya está fabricando en serie su segunda generación, con una importante cantidad de mejoras. Y se ajusta muy bien a la base de los diesel tradicionales. Es cierto que es

un poco más caro en precio, pero deberíamos atender a las mejoras de prestaciones de consumo que concede, y por eso es rentable.

¿Para cuando estará disponible un motor Euro 6?

● En principio, se probará antes en urbanos, pero el desarrollo se efectúa en paralelo en buses y camiones. Cumpliremos con la fecha de entrada en vigor de Euro 6, porque ya estamos realizando las pruebas de campo con algunas unidades. Ahora sólo necesitamos conocer la respuesta de la demanda, aunque no estamos muy seguros que se adelanten los pedidos, ya que con EEV ya estamos muy cerca de cumplir Euro 6, y la diferencia de precio ahí está.

Por eso, se necesitarían incentivos fiscales para la adquisición.

● Sí, pero en España no parece que se vayan a articular este tipo de ayudas. Quizá, lo que se podría orquestar serían compensaciones, por ejemplo, a la hora de tributar el impuesto de sociedades, en caso de que se incorporen a la flota vehículos más eficientes.

En qué mejora la segunda generación del híbrido a la primera?

● En calidad y fiabilidad. El diseño es diferente, más atractivo, y también los componentes de los

proveedores son más fiables. Hemos buscado aumentar la prestación de los ultracapacitores (que se traduce en mayor autonomía, más tiempo de funcionamiento en eléctrico), y hemos tratado de localizarlos más adelante, que sol; ciona algunos aspectos de refri, geración del vehículo. El consumo es el objetivo, y las pruebas que se están haciendo en Barcelona, Munich o Viena demuestran que estamos mejorando los resultados.

¿Podemos esperar alguna novedad de producto a corto plazo?

● En la IAA adelantamos la llegada, en 2012, del doble piso de Neoplan, el Skyliner. Estamos tra, bajando en nuevos productos como siempre, pero la renovación de los vehículos y la unificación de la identidad de las gamas es reciente. En 2013 es posible que haya novedades en Neoplan. Además, tenemos la novedad del proyecto Nemo.

¿En qué consiste?

● Es un sistema que divide el chasis del autocar en tres o cuatro módulos, de forma que nos permite una mayor flexibilidad y respuesta ante cualquier pedido, reduciendo los stocks y elevando la rentabilidad. Podemos fabricar determinados módulos y luego incorporar los en distintos vehículos. Esto es apto para suburbanos y larga distancia.

¿Han logrado algún avance el propósito de generar un segmento de suburbanos, dentro las matriculaciones?

● En realidad, lo que pretendemos es tener la mejor información posible sobre la actividad. Es conflicto, porque la información que recibimos de la consultora, sólo distingue entre urbano interurbanos. Pero la discriminación que hace fábrica incluye un suburbano, basándose en el motor. En cualquier caso, lo que deseamos es adaptar nuestra oferta para suburbano de la mejor manera posible.

Para finalizar, ¿qué pueden aportar sobre el proceso de negociaciones entre VW, MAN y Scania?

● En Volkswagen existe un departamento específico que trabaja en estos aspectos. Lo importante es el cómo se lleva a cabo porque no es tan fácil. Trabajamos juntos en el desarrollo de distintas sinergias y hay proyectos de aumentar esta colaboración. Creo que las tres marcas tienen su propio valor, y son fuertes en determinados países, por lo que seguiríamos comercializando con productos propios.

Estrategia

Estrategia internacional

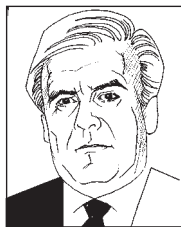
LA ESTRATEGIA DE MAN a nivel internacional se basa en los países BRIC. Hemos comprado VW Brasil, creando la división MAN Latin America que está dando un gran resultado. Brasil es un mercado importante, y también la base para toda América del Sur. En México tenemos un pedido de 500 unidades y colaboraciones con Irizar y algunos carroceros locales. Tenemos una fábrica en África del Sur, con una cuota de mercado del 40%, y una pequeña producción en Ghana para el mercado local. Disponemos de una *joint venture* con Force Truck en India, que nos permitirá atacar otros mercados próximos. En China, estamos trabajando para que la participación que tiene MAN Trucks con Sinotruck se pudiera ampliar al ámbito de los autobuses y autocares. También tenemos una licencia para la marca Neoplan con Youngman, fabricante local. Estamos en un mercado global, pero China es un gigante que está en plena expansión. Queremos alcanzar una cuota del 20% en el año 2020, elevando las 14.000 unidades actuales a 20.000.



ESTEBAN RIVAS

Amplio recorrido en el mundo empresarial y asociativo

ESTEBAN Rivas es una de las empresas de discrecional más reconocidas a nivel nacional e internacional de nuestro Sector. Fundada en 1955, continúa un camino de consolidación y crecimiento sostenido, incorporando a su flota la más alta tecnología en seguridad



ESTEBAN RIVAS

y confort. Esteban cuenta, además, con una clara vocación asociativa, ya que lideró Aetram (asociación madrileña de discrecional) durante muchos años, en los que defendió al colectivo ante múltiples interlocutores, ganándose el respeto de todos sus compañeros.

MADRID

La gestión del Consorcio, capital para la región

LICENCIADO en Derecho en el Centro Universitario C.E.U. Luis Vives por la Universidad de Alcalá de Henares, diplomado en Gestión Empresarial y en Derecho Comunitario, y doctorado en Derecho por la Universidad de Comillas, tiene la responsabilidad de ser di-



PABLO RODRÍGUEZ

rector general de Transportes de la Comunidad de Madrid, y la obligación de entenderse con el Ayuntamiento en cuestiones básicas como la gestión del Consorcio Regional. Ha sido concejal de Gobierno en diversas áreas y alcalde del Ayuntamiento de Arganda del Rey.

FEBT

Defendiendo la competencia en el ámbito balear

RAFEL ROIG Grimaltes es el presidente de la Federación Empresarial Balear de Transportes (FEBT) y de la Agrupación del Servicio Discrecional de Viajeros, a la vez que consejero delegado de Roig Transport & Service Mallorca, empresa fundada 1953. Personalidad



RAFAEL ROIG

de referencia en el sector balear y nacional, lidera la FEBT, fundada en 1977, que engloba a 16 agrupaciones de transporte de viajeros y mercancías, representando a más de 2.000 empresas, 5.000 trabajadores y 10.000 vehículos, y persiguiendo la mejora y la competencia en las Islas.

GRUPO RUIZ

Mezcla de un siglo de tradición y ganas de seguir creciendo

COMO DECLARA abiertamente, tiene "el orgullo de poder presidir Grupo Ruiz, cuyo origen se debe a mi bisabuelo que, en 1885, fundó la primera compañía: Empresa Ruiz S.A. Desde entonces, tras mucho trabajo, esfuerzo y sacrificio, nuestra familia y los profe-



GREGORIO RUIZ

sionales que nos han ido acompañando en este viaje, hemos conseguido lo que somos actualmente, un grupo de empresas con presencia nacional e internacional, con más de 1.800 trabajadores y 800 vehículos". Conjuga el matener esos valores y mirar hacia el futuro.

BURILLO

Especialistas en el urbano y la personalización

DESDE 1959, Carrocerías Burrillo, empresa familiar de la familia Sáenz de Urturi, forma parte del Sector con la vista puesta en la seguridad y comodidad de los viajeros, mediante la fabricación y mantenimiento de la carrocería de autobuses de diferentes



OSCAR SÁENZ URTURI

fabricantes y marcas. Desde 2002, apuestan por las nuevas tecnologías para mejorar más las medidas de seguridad, el desarrollo de estructuras y nuevas instalaciones. En la actualidad están dedicados al carrozado de autobuses urbanos y a la personalización.

ASETRA SEGOVIA

Máxima representatividad en el ámbito segoviano

DESDE finales de 2016 dirige la asociación segoviana de empresarios de transporte Asetra. La organización está enfocada tanto al segmento de mercancías como al de viajeros, pero Sáiz tiene especial cariño a este último, dada su actividad empresarial en



JUAN ANDRÉS SÁIZ

Autocares Sáiz Garrido. La agrupación nació en Abril de 1977, y en la actualidad es la única organización segoviana, con un número de asociados que representa prácticamente el 90% del total de profesionales de la capital y provincia, con más de 500 empresas y 1.200 vehículos.

¡Felicidades Nexobús!

Carlos y Eugenio,
desde Esteban Rivas os queremos
dar la enhorabuena por vuestra edición
número 200.

“Entrevista



Mariano Rajoy es ex presidente del Gobierno de España. En esta amplia entrevista con marcado carácter turístico, reconoce su apuesta por la intermodalidad y su intención de aprovechar las sinergias entre todos los modos.

EL EX-PRESIDENTE del Gobierno de España concedido una entrevista al Grupo NEXO, hace ahora unos cinco años, en la que analiza la actualidad del turismo en su conjunto. Ante el sentir del Sector del transporte por carretera, respecto a la tendencia administrativa de favorecer al ferrocarril sobre el resto de modos. Rajoy responde que sus medidas están enfocadas hacia la intermodalidad y al hecho de que los ciudadanos tengan a su disposición la red más amplia y avanzada que sea posible.

■ ¿Qué papel juega la red de trenes de alta velocidad en la infraestructura turística?

● La alta velocidad juega un papel fundamental en el sector del turismo en nuestro país. En primer lugar. Debemos recordar que España es ya el primer país de Europa en kilómetros de alta velocidad en servicio y el segundo del mundo, solo por detrás de China, dotado de una red transversal y mallaba que facilita la cohesión social. El crecimiento económico y la movilidad de los ciudadanos. Aproximadamente 10 millones de turistas. Españoles y extranjeros, utilizan cada año la alta velocidad como medio de transporte. Llegados de diferentes países, hacen uso cada año de estos trenes y trasladan al resto del mundo la idea de que en materia de infraestructuras ferroviarias, este país está bien preparado y que contamos con un ferrocarril que es un ejemplo internacional en términos de calidad, por su buen servicio y por los altos índices de puntualidad. Tampoco debemos olvidar que la alta velocidad ha contribuido a dinamizar la economía de las zonas a las que ha llegado y a relanzar el turismo de muchas de las ciudades que cuentan con este medio de transporte.

■ ¿El apoyo al tren no supone una discriminación para los demás modos de transporte?

● Las medidas que está poniendo en marcha este Gobierno no se centran en un único medio de transporte, sino que están orientadas a que los ciudadanos cuenten con la mejor y más avanzada red. En el caso de los aeropuertos, nuestro principal objetivo es lograr un incremento del tráfico, que se ha visto afectado por la situación económica. Aena, como gestor aeroportuario, está haciendo un esfuerzo por contrarrestar esta situación a través de diferentes medidas. Así, el pasado mes de mayo alcanzó un acuerdo con las principales compañías aéreas

para los próximos cinco años, que plantea un ajuste de tarifas más moderado del que permite la Ley.

■ ¿Potencia su Gobierno la intermodalidad del transporte aéreo, férreo y por carretera?

● Desde el Gobierno otorgamos la máxima prioridad a la intermodalidad y debemos ser capaces de aprovechar el caudal de sinergias y beneficios que se derivan de la complementariedad de todos los modos de transporte. Estamos desarrollando una serie de medidas tendentes a fomentar la colaboración entre modos de transporte, como pueden ser los acuerdos entre operadores para la oferta de billetes integrados o la parada de las líneas de autobuses en nodos intermodales, como aeropuertos o estaciones ferroviarias o marítimas. Como en tantas otras facetas de la vida, es más fácil afrontar los retos acompañados que solos.

■ ¿Qué importancia otorga su Gobierno al turismo?

● El turismo es una clara locomotora de la economía española y una actividad económica capaz de dinamizar otros sectores de nuestro país. Por lo tanto, desde el primer momento, el Gobierno de España ha considerado el turismo como prioridad de Estado. No es

Las medidas del Gobierno no se centran en un único modo

Estamos desarrollando iniciativas tendentes a fomentar la colaboración entre modos de transporte, como los billetes integrados o las paradas de autobuses en nodos intermodales.

una casualidad que el primer plan de Gobierno de esta legislatura fuera el Plan Nacional e Integral de Turismo, y que todos y cada uno de los departamentos ministeriales hayan tenido en cuenta la materia.

■ ¿Cuál es su participación en la balanza de pagos?

● Recientemente hemos conoci-

"El turismo es una clara locomotora de la economía española y una actividad capaz de dinamizar otros sectores económicos de nuestro país"

do que la aportación del turismo al PIB ha crecido y, en 2012, concentró el 10,9%. Ese año, los ingresos netos turísticos, medidos a través de la Balanza de Pagos, alcanzaron los 33.344 millones de euros. Pero si atendemos al último

dato disponible de 2013, es decir, hasta octubre, el superávit turístico ascendió a 30.006 millones de euros, un 4,1% más que el año anterior. Por ello, puedo afirmar que el turismo es la actividad más dinámica de nuestra economía y, sin duda, una de las primeras industrias de nuestro país, lo que refuerza la apuesta del gobierno por este sector.

■ ¿Contribuye a equilibrar los territorios del Estado?

● La Organización Mundial del Turismo asegura que el turismo contribuye a conseguir una economía sostenible. Además, es una materia en la que hemos percibido una voluntad de consenso y de colaboración total. Tanto por parte de las diferentes comunidades autónomas y destinos, como por parte del sector privado. De hecho, el Plan Nacional e Integral incorpora las más de 200 sugerencias que, a través del Consejo Español de Turismo y de la Conferencia Sectorial, se hicieron llegar al Ministerio de Industria.

■ ¿No debería mantener el Gobierno la promoción Internacional del destino España?

● Por supuesto. Esa es la razón por la que el Ministerio de Industria, Energía y Turismo ha

aumentado el 20% la partida presupuestaria dicada a este concepto para 2014.

■ ¿Considera que Internet sustituirá al factor humano en la distribución turística?

● Este sector no puede ser ajeno a los profundos cambios que está experimentando la sociedad, a las nuevas tendencias que cambian la forma de viajar y de hacer turismo. Y en estos cambios, Internet y las nuevas tecnologías ganan terreno cada día. Pero las agencias de viaje están liderando un proceso de adaptación a estos cambios y aprovechan el potencial de la red para servir mejor a los clientes. El sector se ha movido hacia la especialización, algo que aporta valor añadido al turista que busca cada vez más un turismo de experiencias que les ofrecen de forma extraordinaria las agencias y operadores.

■ España ha pasado de contar con 12.000 agencias de viajes a ver cómo el canal de ventas se ha reducido a casi la mitad. ¿Cuándo se recuperará el consumo de viajes?

● Creo que estamos en ese proceso de recuperación. De hecho, en los dos últimos informes de la Balanza de Pagos han crecido los pagos, es decir; el gasto de los residentes en España que viajan al extranjero, y también se han avanzado aumentos en la venta de billetes de avión de las agencias de viaje españolas. Además, en la digitalización del sector turístico, las agencias de viajes tienen un gran campo para adaptarse y ofrecer productos a este nuevo turista, que muchas veces contrata el conjunto de su viaje de forma directa a través de Internet.

■ ¿Cree positivo el notable equipamiento congresual con que hoy contamos en España?

● Por supuesto que sí. España organiza en torno a 20.000 reuniones anuales, de las que más de 450 son internacionales. Ocupamos la tercera posición mundial del ranking de turismo MICE, y este segmento representa el 11% del gasto turístico internacional que recibimos. Estos datos justifican nuestro equipamiento y nuestra apuesta por el turismo de congresos y reuniones. Por supuesto que sí. España organiza en torno a 20.000 reuniones anuales, de las que más de 450 son internacionales. Ocupamos la tercera posición mundial del ranking de turismo MICE, y este segmento representa el 11% del gasto turístico internacional que recibimos.

Estrategia

El turismo y la salida de la crisis

EL TURISMO, SIN duda, juega un papel importante en la salida de la crisis, ya que se trata de un sector que en tiempos de dificultades ha mostrado un gran comportamiento, no destruyendo empleo y generando ingresos a nuestro país. Le recuerdo que el año 2012 terminó con 57,7 millones de turistas internacionales y con un incremento respecto a 2011 que ya fue un muy buen año turístico. Lejos de frenar esta tendencia, 2013 ha sido un año histórico (con posterioridad a la entrevista, se conoció el dato de 60,6 millones de llegadas en 2013). El mejor en llegadas de la serie que comenzó en 1995, y en gasto turístico también superaremos todos los registros. El Turismo es un sector que abarca mucho más que la restauración, el alojamiento o los servicios de intermediación, y dinamiza otras actividades estratégicas.



CRTM

Un ejemplo de la vertebración del transporte público

ALFONSO Sánchez Vicente es, desde finales de 2016, el director gerente del Consorcio Regional de Transportes de Madrid, una institución pionera en la vertebración regional del transporte público entre distintos modos, y que ha servido de ejemplo a



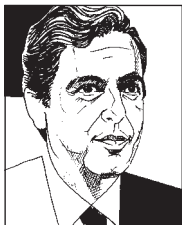
ALFONSO SÁNCHEZ

muchas otras entidades (nacionales y extranjeras) para mejorar el servicio prestado. Es Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos por la Universidad Politécnica de Madrid. Ha desarrollado parte de su carrera en la empresa privada.

DGTT

Respecto bien merecido y el mejor de los recuerdos

LA DIRECCIÓN GENERAL de Transportes por Carretera ha tenido como uno de sus integrantes más longevos a Juan Miguel Sánchez, que fue responsable del Departamento durante varias legislaturas, independientemente de su color político. Eso da muestra de su capa-



JUAN MIGUEL SÁNCHEZ

cidad de gestión y del respeto que se ganó en el Sector, el cual aún está vigente pues sigue ocupando responsabilidades en la estructura de Fomento. Su vinculación con el transporte de viajeros es total, pues también fue consejero del Consorcio Regional madrileño.

GOBIERNO

Respetó al Sector en el asunto del gasóleo profesional

EL PRESIDENTE del Gobierno no ha tenido una relación muy estrecha con el Sector, pero al menos ha respetado la figura del gasóleo profesional en su decisión de incrementar los impuestos sobre el diésel, y tampoco se ha modificado la velocidad máxima de los autocares en carretera. Ter-



PEDRO SÁNCHEZ

mina la legislatura y se abre un periodo de incertidumbre, hasta que se celebren las elecciones, pero sí le ha dado tiempo a promulgar una ley un tanto polémica, como la de Energía y Cambio Climático, que prohibirá la circulación de motores de combustión dentro de un par de décadas.

CYL

Pioneros en el exitoso transporte a la demanda

CASTILLA Y León es una comunidad autónoma con distintas particularidades, como la dispersión geográfica de su población, su gran extensión de territorio por cubrir y una orografía compleja. Por eso, hace ya varias décadas que se implantó el llamado transporte a la de-



IGNACIO SANTOS

manda, que consistía en que el usuario podía solicitar la parada y, en caso contrario, la línea regular no efectuaba dicha parada, agilizando el servicio y los tiempos de tránsito. Todo un éxito, como se ha visto con posterioridad, dado que hasta el urbano ha adoptado el concepto.

RENAULT

Concentrando los esfuerzos en la gama eléctrica

LA FIRMA del rombo tiene una clara apuesta por la electrificación. Buena muestra es su participación en la pasada IAA, donde mostró al Sector internacional la amplitud de su propuesta eléctrica, en la que lleva varios años trabajando sin descanso. Las versiones



OLGA SANTOS

ZE incluyen el Kangoo y la Master, que espera ser renovada este año. La oferta de Renault se completa con la Trafic, un furgón medio que acumula una gran experiencia de éxito en el mercado y que es muy demandado para los servicios de tránsito de corto recorrido.

HYUNDAI

Continuar con el crecimiento sostenido

HYUNDAI ha superado ya el año pasado la cifra de 200 unidades matriculadas, gracias a la entrada en el mercado de su furgón H350. Las expectativas de la marca apuntan hacia un crecimiento sostenido en el tiempo, "tratando de alcanzar a las marcas que tene-



DAMIÁN TOKMAYEV

mos por delante". Los planes de la marca pasan por la evolución de un prototipo de minibús para 14 pasajeros propulsado con pila de hidrógeno, opción que podría llegar pronto dado que el modelo en su versión diésel se comercializa en otros países.

25a
EDICIÓN

Estamos
moviendo
de Kortrijk
a Bruselas

busworld®

EUROPE BRUSSELS

18-23 OCT 2019

www.busworldeurope.org



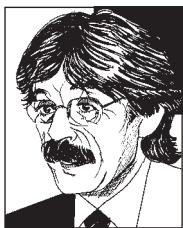
LAS OTRAS EXPOSICIONES DE BUSWORLD

SUDESTE DE ASIA **JAKARTA** | 20-22 MAR 2019
ASIA CENTRAL **ALMATY** | 25-27 JUN 2019
TURQUÍA **ISTANBUL** | 4-6 MAR 2020
CHINA **SHANGHAI** | 18-20 MAR 2020
AMÉRICA LATINA | 2020
INDIA **BENGALURU** | 2020
RUSIA **MOSCOW** | 2020

FOMENTO

Reconocimiento a toda una trayectoria profesional

FELIZMENTE jubilado desde hace pocos días, Emilio ha sido y será un protagonista del Sector. Su responsabilidad al frente de la Subdirección General de Ordenación y Normativa ha sido complicada hasta el último momento, con las modificaciones que



EMILIO SIDERA

ha sido necesario incluir en el ROTT sobre la flota mínima y la redacción de los pliegos para los concursos del regular, pero él siempre ha sido, desde su carácter tranquilo y dialogante, un interlocutor más que válido para los distintos segmentos del Transporte.

VOLKSWAGEN

Resultado récord para la filial española

VOLKSWAGEN Vehículos Comerciales acaba de cerrar el mejor año de la historia de su filial española, creciendo de manera constante sobre los ejercicios precedentes. Y buena culpa de este comportamiento la tiene la nueva TGE, que además



ALBERTO TEICHMAN

incorpora la versión 100% eléctrica y ya comienza a comercializar su versión en minibus para 17 pasajeros. Del mismo modo, la Transporter completa toda la oferta, con su amplio abanico de soluciones GNC como apuesta más inmediata.

HANOVER

Ofreciendo el mejor servicio a los clientes

HANOVER Displays Limited se formó en 1985, en el sureste de Inglaterra, como fabricante independiente y privado de equipos de información para pasajeros en el segmento del transporte público. Su compromiso inicial por



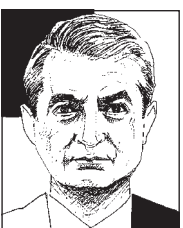
ÓSCAR TORRES PÉREZ

desarrollar productos de alta calidad reforzados por un servicio de atención al cliente ejemplar sigue siendo válido hoy en día. En estos 30 años ha establecido filiales en Europa, Medio Oriente, América del Norte y Australia. Óscar Torres es su director comercial.

FEDINTRA

Buscando soluciones para el transporte en Andalucía

LA FEDERACIÓN Independiente de Transportistas de Andalucía es una organización empresarial regional que aglutina a más de 250 empresas y asociaciones de las provincias de Andalucía, representando el 60% del sector. Desde su creación, a finales de 2016,



ANTONIO VÁZQUEZ

cuenta con la presidencia de Antonio Vázquez, que además es el administrador de su empresa particular (Autocares Vázquez Olmedo) desde 1986. El objetivo de la federación regional es la defensa de los intereses del Sector del transporte en Andalucía.

HIDRAL

La experiencia en accesibilidad

ESEL director general ejecutivo de Hidral Gobel desde mayo de 2016, aunque su vinculación con la compañía se remonta a comienzos de 2003. Especializada en fabricar, importar y distribuir plataformas elevadoras, rampas y elementos de



FABIO SGARDI

seguridad para facilitar la accesibilidad a todo tipo de vehículos de transporte de viajeros, después de 20 años de experiencia en el Sector, en abril de 2016 es adquirida al 100% por la multinacional sevillana Hidral, con sedes además en USA, Brasil y Rusia.

ISTOBAL

Apuesta por el mercado internacional

ISTOBAL, multinacional especializada en soluciones de lavado y cuidado para todo tipo de vehículos, abordará en 2019 nuevas oportunidades de negocio para impulsar su crecimiento. Durante este año, la compañía intensificará su participación en ferias internacionales con el



RAFAEL TOMÁS

fin de presentar sus últimas innovaciones y seguir incrementando sus exportaciones en los países en los que ya está presente, con especial interés en Norteamérica y Europa. Rafael es su director de Ventas y Desarrollo desde 2006, aunque lleva en la compañía desde 1992.

NISSAN

Centrados en la electrificación

LA ELECTRIFICACIÓN marca el camino que quiere recorrer Nissan a nivel internacional, tanto su oferta de turismos como en vehículos comerciales. Su utilitario Leaf fue pionero en su momento, y ya va por la segunda generación. Y a este



MARCO TORO

modelo se suma la eNV200, furgoneta eléctrica que ocupa un lugar de referencia en el segmento de los furgones medios. Sin olvidar los modelos más pesados (NV300 y NV400, algunos de ellos pendientes de renovación este 2019).

GALICIA

Compromisos concretos, reales y efectivos para la Xunta

ES LA ACTUAL conselleira de Infraestructuras y Movilidad de la Xunta de Galicia. Es ingeniera técnica superior de Caminos, Canales y Puertos por la Universidad de A Coruña y comenzó su trayectoria profesional en la empresa



ETHEL VÁZQUEZ

privada en 1996, hasta que en 2003 se incorpora al organismo autónomo Aguas de Galicia. Fue directora general de Infraestructuras en septiembre de 2010, en 2011 asume la presidencia de la Sociedad Pública de Inversiones de Galicia.

MASATS

Un exportador a nivel mundial

ESEL director general de Masats desde 2003, aunque su carrera profesional en el Sector se remonta a 1984. En el año 1953 se constituye en Manresa la empresa Salvador Alapont Masats, dedicada a la reparación de vehículos en general, cuyos descendientes



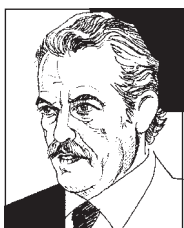
FREDERIC SOLÉ

todavía ocupan cargos de responsabilidad en su estructura actual. Forma parte del Grupo Irizar desde 2002, hoy se especializa en puertas neumáticas y eléctricas, rampas y plataformas de acceso, exportando el 47% de su producción a más de 30 países.

AETRAM

Una extensa red de asociados

ES EL ACTUAL presidente de Aetram, Asociación de Empresarios de Transporte en Autocar de Madrid, desde hace algo más de cinco años. La Organización fue fundada el 16 de junio de 1977 y cuenta en la actualidad con casi 300 empresas asociadas, que configuran un parque total



JESÚS GONZALO TOMEY

de vehículos superior a las 2.000 unidades. Poco a poco, se ha ido consolidando e incorporando integrantes a sus red de asociados, entre los que se encuentran buena parte de las empresas de industria auxiliar y servicios más relevantes del Sector a nivel nacional.

EX-ANETRA

Toda una vida dedicada al Sector

UN HISTÓRICO del Sector, que ha ocupado la Presidencia de Anetra durante más de 30 años. Sus inicios en el seno de la empresa familiar en la década de los '70 fue el comienzo de una carrera de éxito en el Sector, al que ha dedicado todas las consecuencias durante estos



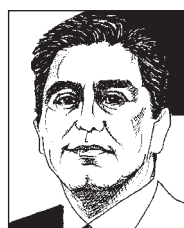
ALFREDO VÁZQUEZ

años en todos los foros posibles, siempre con las ideas claras y con la convicción de que era lo mejor para todos, tanto en su organización como en el ámbito del Comité Nacional, el tiempo que formó parte de su Departamento de Viajeros. Protagonista del Sector.

VOLVO

Una trayectoria consolidada

ESTÁ MUY próximo a cumplir cuatro años como director Comercial de Volvo Buses España. Tras haber desempeñado su carrera profesional en otros fabricantes, como Mercedes-Benz, Scania o Iveco, este madrileño (ingeniero



JAIME VERDÚ

Técnico Industrial), llegó a Irisbus en 2006, siendo responsable de carrocerías y llegando a ocupar el cargo de director de Ventas de Interurbanos. También desarrolló su carrera en el segmento de camiones hasta su llegada a la compañía sueca.

GANVAM

Digitalización como motor de cambio

DESDE Ganvam se continúa adelante en el desarrollo del plan estratégico que la patronal de la distribución de vehículos desea implantar de forma progresiva en los próximos cinco años, con el objetivo de acompañar los cambios y liderar la transición hacia



LORENZO VIDAL

el modelo de negocio que se derive de la digitalización, el big data y las nuevas formas de movilidad. Esta estrategia se ha bautizado como Plan 5G. Se inicia así una era para la entidad, tras el relevo de un histórico como Jose Antonio Sánchez.

GOODYEAR

Con la vista puesta en el futuro

LLEVA MÁS de 14 años en el seno de Goodyear Dunlop, periodo en el que ha desempeñado múltiples responsabilidades, relacionadas con el canal de distribución, el marketing y las ventas. En la actualidad, ocupa el cargo de director general



ALBERTO VILLARREAL

comercial para el mercado ibérico. La compañía cuenta con una división de vehículos industriales en la que, bajo el lema 'Good Mobility. Moving Towards the Future', y de la mano de la red especializada Truck Force, pone en el Mercado soluciones integrales para sus clientes.

VITRASA

Vitrasa apuesta por la sostenibilidad en Vigo

VITRASA comienza su actividad en el año 1968 como empresa de servicios de transporte público de viajeros en la ciudad de Vigo. Desde entonces hasta el presente, su evolución ha sido constante para mejorar el servicio prestado.



JUAN CARLOS VILLARINO

Actualmente dispone de una flota de 116 autobuses informatizados, que cubren un total de 27 líneas. La compañía que gestiona Villarino apuesta por la innovación, el acercamiento de su actividad a los colegios y por mejorar el servicio.

APPA

Una mayor predictibilidad en la Transición Energética

DESDE EL Sector, las empresas reclaman predictibilidad en la Transición Energética, dado el alto volumen de inversiones que deberá acometer el sector privado para dar respuesta a los objetivos fijados para 2030 desde Bruselas. Desde la aso-



JOSÉ MIGUEL VILLARIG

ciación consideran que, para cumplir con estos objetivos, debemos hacer grandes esfuerzos en electrificación y en los sectores difusos, especialmente en penetración de renovables para satisfacer nuestras necesidades de usos térmicos y transporte de viajeros.

IST

La innovación es la hoja de ruta

COMO SOCIA directora de la empresa de Fabricación de Sistemas de Ticketing para el Autobús, "la innovación está presente en todas mis decisiones", indica la responsable de IST (antes Isis), entidad que apuesta por la



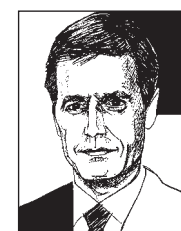
LYDIA ZARCEÑO

comercialización de equipos de billeteo y validación, posicionándose a la vanguardia de los Sistemas Embarcados para el autobús. La compañía vio la luz en 1998, ofreciendo Soporte técnico, asesoría integral y mantenimiento.

SUNVIAUTO

Expansión a todos los niveles

SUNVIAUTO nace en 1969 tras la fusión de Sundlete, S.A. con Auto-Aliaidos, convirtiéndose inmediatamente en uno de los mayores fabricantes de componentes para la industria del automóvil. Con el desarrollo y producción de soluciones



JOSE LUIS ZUDAIRE

para asientos como núcleo de su negocio, se han expandido hasta posicionarse en industrias del Automóvil, Ferroviaria, Autobuses, Náutica, Seguridad y Militar. Tienen experiencia en producción de componentes.

PASSION
FOR
SEATS

EMAR kiel



movelia 2.0



REVOLUCIONA TU CONCEPTO DE MOVILIDAD

**LA NUEVA MOVILIDAD
ESTÁ LLEGANDO.
NO TE QUEDES ATRÁS Y
SUBETE CON NOSOTROS.**



**TODAS LAS OPCIONES DE MOVILIDAD EN
UNA SOLA APLICACIÓN**