

Retos de la transformación digital en el transporte de viajeros en autobús

La digitalización brinda la oportunidad de hacer el transporte más eficiente y rentable tanto para viajeros como para operadores, a la vez que abre nuevas puertas y modelos de gestión para la Administración. Mantener un constante pulso innovador constituye una estrategia necesaria para poder adaptarse al nuevo paradigma.

Albert Viladrich
Técnico jurídico en Confibus

En comparación con otros sectores, el transporte es uno de los más afectados por la evolución tecnológica debido a la aparición de nuevas herramientas digitales que permiten promover e incrementar la eficiencia de los procesos de producción y consumo de sus servicios. En el caso particular del autobús, la transformación digital incide en diferentes dimensiones de la cadena de valor; desde la optimización de procesos internos y externos de las empresas, la apertura de nuevas líneas de negocio y mercados hasta la modernización de flotas y servicios. Pero es necesario que estas soluciones digitales también se centren en mejorar la experiencia del viajero antes, durante y después del trayecto.

La saturación del espacio público está llevando a un cambio de paradigma en lo que respecta al transporte, pasando de un modelo de propiedad a uno de uso. En los próximos años asistiremos al trasvase de usuarios del modo privado al compartido, y es en este entorno, que ha visto multiplicado los retos de carácter tecnológico, regulatorio y de mercado que marcaran su desarrollo, donde el transporte público colectivo verá aumentada su oferta a la vez que deberá asumir el reto de crecer de manera sostenible.

El aumento del número de **Smart cities** - “ciudades inteligentes” avanzadas en procesos de digitalización- ha propiciado el crecimiento de lo que conocemos como Mobility-as-a-Service, que integrando los distintos modos de transporte en un

único servicio de movilidad, pretende hacer más accesible y eficiente el transporte a través de aplicaciones operables desde cualquier dispositivo móvil.

La saturación del espacio público está llevando a un cambio de paradigma en lo que respecta al transporte, pasando de un modelo de propiedad a uno de uso.



La recogida y el uso de Big data permite estudiar tendencias y comportamientos para planificar y gestionar los servicios de forma más eficiente.



Obviando los beneficios que puede aportar a operadores y a usuarios, no son pocos los desafíos y retos que afronta el MaaS para alcanzar su madurez y asentarse como un modelo de éxito. Cuestiones como la no distorsión de la competencia y el cumplimiento de la normativa en materia de contratación pública, la delimitación de las distintas responsabilidades, la protección de los datos o la reestructuración de costes, entre otras, deben ser abordadas para hacer del MaaS una herramienta fiable y eficiente al servicio de todos los actores implicados.



La integración de los distintos modos de transporte en un único servicio de movilidad pretende hacer más accesible y eficiente el transporte.

La recogida y el uso de **Big data** -datos- permite a las empresas del sector y a la Administración aprovechar el potencial que estos ofrecen para estudiar tendencias y comportamientos que permitan planificar y gestionar los servicios de forma más eficiente, así como ofertar información de mayor calidad y servicios más adecuados a las necesidades de los viajeros. El sector del transporte es uno en los que el uso de datos está más establecido, siendo utilizados por cerca de una cuarta parte de las empresas operadoras.

El Ministerio de Fomento – ahora de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana - publicó el pasado 13 de diciembre del 2019 los resultados del estudio piloto y experimental denominado “Estudio de la Movilidad Interprovincial de Viajeros aplicando la Tecnología Big Data”. Se trata de un proyecto desarrollado durante 2018 que emplea por primera vez esta tecnología para obtener los flujos de movilidad interprovincial a nivel nacional. Esta iniciativa permite disponer de un amplísimo volumen de información y ahondar en el conocimiento de la movilidad en España, de gran utilidad para la planificación y gestión del sistema de transporte por parte de las administraciones públicas y, también, para los operadores, investigadores y otros agentes relacionados con la movilidad. Se trata sin duda de un paso al frente que debemos elogiar, pero que tiene que ser solo el prelude de lo que está por venir.



La creación de una plataforma digital de reservas única permitiría comercializar bajo una misma aplicación trayectos en autobús ofertados por empresas distintas.

Así, durante los próximos tiempos deberemos estar atentos al desarrollo de estos sistemas y a la incorporación de las distintas soluciones digitales disponibles por parte de todos los actores, y, para asegurar la óptima implantación de estos, es estrictamente necesario que el sector público y el privado vayan de la mano. Mientras que el sector privado será quien genere esos datos, veremos cómo desde las administraciones públicas competentes se irán incorporando de manera creciente aspectos vinculados a estas nuevas tecnologías, tanto en lo referente a contratación pública como a la planificación y gestión de los servicios de transporte. Esta función incentivadora no es la única que deberá desarrollar, ya que de las autoridades dependerá que estos sistemas sean inclusivos y no limiten su disponibilidad a ciertos operadores o modos de transporte.

El MaaS debe constituir una herramienta fiable y eficiente al servicio de todos los actores implicados.

Si bien ya hay empresas que disponen de una página web que permite valorar el servicio u obtener información en tiempo real de su viaje, hay otras que han creado aplicaciones móviles con este mismo fin, hecho que, sin duda, aporta valor añadido al servi-

cio que presta y a la experiencia del usuario. Pero la creación de una **plataforma digital de reservas única** permitiría comercializar bajo una misma aplicación trayectos en autobús ofertados por empresas distintas, a la vez que potenciaría la intermodalidad, la multimodalidad y las alternativas que puede brindar, facilitando la combinación de billetes sin comisión independientemente del destino o el origen. En paralelo, debe considerarse también la posibilidad de implantar el uso de medios de pago digitales a bordo de los vehículos a fin de ofrecer mayor accesibilidad y flexibilidad para el usuario a la hora de abonar el trayecto. Ambas iniciativas permitirían conectar con la demanda más joven de la movilidad que son usuarios presentes, pero también futuros, siendo como es una generación en la que la tecnología está presente en la mayoría de los aspectos cotidianos. Además, pese a que la población española está experimentando un aumento y extensión en el uso de dispositivos móviles, ello no debe significar que grupos de más edad puedan quedar excluidos en una iniciativa así.

Durante los próximos tiempos deberemos estar atentos al desarrollo de estos sistemas y a la incorporación de las distintas soluciones digitales disponibles por parte de todos los actores.

Todas estas soluciones digitales permitirán ofertar, esperemos más pronto que tarde, una movilidad que se ajuste a las necesidades del usuario, es decir, que sea más cómoda, flexible, económica, digital, segura y sostenible.

Confibus es la Confederación Española de Transporte en Autobús, la entidad legitimada en la representación y en la defensa de los intereses de las empresas de autobús españolas de todas las actividades (transporte regular, urbano, discrecional, escolar, turístico, estaciones de autobuses, etc.) y de todos los tamaños. El sector del transporte en autobús factura más de 5.900 M de euros, ocupa a más de 95.000 personas, con un total de 3.200 empresas y 42.000 vehículos que transportan anualmente más de 2.900 millones de viajeros (1 de cada 2 viajes en transporte público se realizan en autobús), con una red superior a los 75.000 kilómetros, y que comunican regularmente más de 8.000 núcleos de población a lo largo y ancho de nuestra geografía. ©