

**RENFE INVERTIRA 382.000 MILLONES EN 1992 Y 1993**

## El Plan de Empresa 1992-1993 prepara el futuro contrato-programa

La presentación del Plan de Empresa para 1992 y 1993 supone la confirmación de una estrategia empezada hace algún tiempo. La pérdida de mercado en áreas como el transporte de mercancías o el largo recorrido, el nuevo marco de competitividad con otros medios de transporte impuesto por la CE y la necesidad de rentabilizar en un plazo determinado muchos de los servicios de Renfe, marcan este plan. Un plan que como afirma Eduardo Moreno, director general de Renfe, pretende garantizar la pervivencia de Renfe.

**Julio César Rivas**

**E**l Plan de Empresa 1992-1993 ha nacido con una serie de condicionantes que lo diferencian sustancialmente de otros planes redactados hasta ahora. De forma fundamental, la legislación de la Comunidad Europea, que será efectiva a partir de 1993, obliga a los estados miembros a suspender las subvenciones que dan a determinados servicios ferroviarios. Por ello, el plan ahora aprobado plantea la necesidad de que a corto plazo Mercancías, Largo Recorrido y Alta Velocidad sean rentables.

El mantenimiento de los demás servicios, que tienen un fuerte componente de servicio social, deberán ser compensados económicamente por las administraciones que los consideran necesarios. Además, el coste de



DIEGO F.F.

las infraestructuras dejará de ser repercutido en las cuentas de las compañías explotadoras, en este caso Renfe, igualando las condiciones de

competencia con otros modos de transporte.

Por otra parte, este Plan de Empresa prepara las futuras negociaciones



# EN PORTADA

que Renfe tendrá con el Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT) para la redacción del contrato-programa. Desde Renfe se considera que los puntos básicos de ese contrato están recogidos en el actual plan.

Y, además, el Plan de Empresa 1992-1993 cubre el periodo hasta la puesta en marcha del futuro Plan de Infraestructuras que el MOPT está redactando y que definirá las inversiones que España debe realizar en este terreno.

El plan parte del análisis, en el más estricto realismo económico, de la situación tanto del transporte en España como de Renfe en ese marco. Y sobre ese análisis establece una serie de estrategias y actuaciones a realizar por parte de las distintas direcciones generales y unidades de negocio.

En principio, las inversiones previstas en el Programa de Actuaciones, Inversiones y Financiación (PAIF) de 1992 están dirigidas principalmente a cercanías (para la compra de 70 unidades s/446, a añadir a las 100 recientemente adquiridas; 1 prototipo y 70 unidades s/447; 15 unidades s/450, de dos pisos; 30 motrices de dos pisos y la modernización de unidades s/440), alta velocidad (16 ramas del AVE), infraestructura (terminar actuaciones en curso en el corredor Mediterráneo y la línea Madrid-Valencia), comunicaciones (finalización de la segunda fase de la conexión tren-tierra en la red de mayor tráfico) y material motor (compra de 75 locomotoras s/252 y modernización de 78 locomotoras s/319 así como la adquisición de 58 remolques Talgo RD200).

El Plan de Empresa señala concretamente los objetivos que se fija: adaptar la empresa a la evolución del mercado aumentando la eficiencia económica; aumentar la eficacia en la utilización de recursos; determinar un marco que permita establecer un esquema económico de relación con el Estado y organizar el análisis de actividades de acuerdo con los planteamientos de la Directiva Comunitaria y los esquemas de compensación previstos; promover un cambio de cultura empresarial enfocando la empresa al mercado y establecer objetivos concretos de gestión.

El análisis realizado por la UNE de Largo Recorrido ha verificado que a pesar de que, globalmente, el tráfico se ha reducido en los últimos años y a la aparición de una competencia más dura en algunos corredores, los productos de mayor calidad, como los



LUNA

coches cama, Talgo e Intercity han aumentado su demanda. Así, mientras en 1987 el 77 por ciento de los viajeros de largo recorrido utilizaban los rápidos y expresos, el 16 por ciento Talgo y el 7 por ciento restante los Intercity, en 1991 la situación había cambiado sustancialmente: Talgo ha aumentado su cuota de participación hasta un 28 por ciento; Intercity también crecía hasta un 13 por ciento, en detrimento de rápidos y expresos que sólo transportaban el 59 por ciento de los viajeros.

De la misma forma, en el periodo 1989-1991, los corredores que mayor crecimiento han experimentado son el Madrid-Levante (con un 17 por ciento de aumento), el transversal mediterráneo (un 12 por ciento), el Madrid-Zaragoza-Barcelona (un 2,5 por ciento) y el transversal Estrella (un 1 por ciento). Madrid-cornisa cantábrica, Madrid-Andalucía-Extremadura y los tráficos internacional tuvieron una fuerte caída en ese mismo periodo. Las conclusiones que se han plasmado en el Plan de Empresa son la especialización en distancias de 200-400 kilómetros para trenes convencionales y productos de calidad media-alta. Renfe se plantea el desarrollo de los corredores Madrid-Levante, Madrid-Aragón-Cataluña y Mediterráneo.

En el mercado de los trenes regionales (aquellos que conectan ciudades de tamaño medio entre si o con capitales próximas y en el que el automóvil privado es el principal competidor), la escasa demanda y la baja utilización de los trenes ha obligado a Renfe a replantear su estrategia. Con sólo un 40 por ciento de los costes cobrado en el precio del billete, Renfe ha planteado la necesidad de que los costes de estos servicios sean objeto de una financiación específica por las administraciones públicas que estén interesadas en su mantenimiento. En principio, el Plan de Empresa prevé una disminución de un 7,2 por ciento de kilómetros tren.

Algo parecido a lo que sucede en Cercanías, donde la cobertura de costes por el precio cobrado al usuario

## OBJETIVOS COMERCIALES

	1991	1992	1993	INC. % 92/91	INC. % 93/92
<b>INGRESOS CLIENTES (MILLONES DE PESETAS)</b>					
AVE		11.389	19.710	3,1	73,1
LARGO RECORRIDO	52.400	54.034	57.269	4,2	6,0
REGIONALES	8.225	8.570	8.835	26,1	3,1
CERCANIAS	18.085	22.808	27.745	3,5	21,6
CARGAS COMPLETAS	44.186	45.754	47.600	-1,8	4,0
PAQUETERIA	12.785	12.560	16.415		30,6
<b>TRAFICO (MILLONES VIAJ.KM)</b>					
AVE		629	1.035		64,5
LARGO RECORRIDO	7.991	7.834	7.820	-2,0	0
REGIONALES	1.900	1.885	1.850	-0,8	-1,9
CERCANIAS	5.131	5.882	6.883	14,6	17,0
<b>(MILLONES TON.KM)</b>					
CARGAS COMPLETAS	10.030	9.818	9.655	-2,1	-1,7



# EN PORTADA

está en torno al 50 por ciento. Cercanías ha experimentado en los últimos años un crecimiento espectacular, superior al 20 por ciento, que rebasa las expectativas manifestadas en el Plan de Transporte de Cercanías. Solamente en Madrid, los trenes de cercanías mueven diariamente a más de medio millón de personas. Entre 1987 y 1991 la demanda de cercanías ha pasado de 160 millones de viajeros por año a más de 280 millones. Madrid representa el caso más espectacular de crecimiento pero otros núcleos como Barcelona, Bilbao o Valencia también han tenido considerables aumentos. En este sentido, Renfe ha demostrado una de las respuestas más ágiles a una demanda. La renovación y compra de material de cercanías con altos índices de calidad (las unidades 446, las de dos pisos y las futuras 447) han conseguido responder, en gran medida, a los requisitos de los usuarios. La DGA de Cercanías, a través de su departamento de Calidad, ha comprobado la buena respuesta que tiene el aumento de calidad para la captación de clientes. Por eso, el objetivo del Plan de Empresa 1992-1993 es aumentar la frecuencia en las líneas y horas más demandadas y un ajuste de la oferta en las horas valle. En resumen se trata de acercar el servicio a las formas de funcionamiento del metro, con una gran regularidad y fiabilidad.

Mercancías es quizás donde la pérdida de mercado ha sido más acusada en los últimos años. Por eso el Plan de Empresa recientemente aprobado plantea una remodelación casi radical: en primer lugar perder tráfico para poder ganar. En cuatro años, las dos unidades de negocio del área tendrán que ser rentables. En Cargas Completas la estrategia se centra en la desaparición del vagón disperso y su reconversión en trenes puros o intermodales. En los últimos años, se ha concentrado el volumen de tráfico en pocos clientes: 30 clientes representan el 80 por ciento del tráfico mientras que en 1985 esa cifra era el 50 por ciento. La principal razón de esta situación es el rápido crecimiento de la competencia, fundamentalmente a través del transporte por carretera donde el parque de camiones ha aumentado incesantemente. Para solucionar la situación, Cargas Completas concentrará sus esfuerzos comerciales en los productos que ha identificado como los más rentables y con mayor futuro, es decir los trenes directos origen-destino: Teco 24 horas, Teco 48 horas, trenes puros mo-



DIEGO F.F.

nocliente, trenes puros multicliente y trenes punto a punto. Además está procediendo a la concentración de los puntos de facturación: en 1993, al finalizar el plan, serán 300 frente a los 1.200 de 1990.

Con respecto a Cargas Fraccionadas, la UNE ofrece básicamente dos servicios, Paquexpres (paquetería urgente) y Cargoexpres, además de la correspondencia de Correos. La estrategia del Plan de Empresa con respecto a esta UNE se centra en la eliminación total del vagón disperso, que ya se ha realizado, la circulación de trenes puros TEF, la reorientación de la red de distribución para convertirla de prestadoras de servicio en copartícipes en el negocio y adaptar las estaciones centro a nuevas funciones de almacenaje. José Luis del Peral, responsable de la UNE de Cargas Fraccionadas considera que con el plan en marcha, que está teniendo muy buen resultado, "en el primer se-

mestre de 1993 la UNE será absolutamente rentable. Con el programa de incentivación de los concesionarios hemos conseguido en estos cuatro meses resultados muy positivos. Y el 90 por ciento de este crecimiento proviene de los nuevos concesionarios que hemos contratado".

El optimismo también es la tónica general en la DGA de Alta Velocidad. Los resultados obtenidos en los primeros días de funcionamiento del AVE, con una ocupación superior a la esperada, ha reafirmado sus hipótesis de beneficios.

El Plan de Empresa establece que entre 1992 y 1993 el crecimiento de los ingresos del AVE sea del 73 por ciento, pasando de 11.389 millones en 1992 a 19.710 en 1993. De momento, las estimaciones para el primer año se han revisado al alza en 2.300 millones al aumentar a partir de mediados de mayo la oferta de plazas en 160.000. □

INGRESOS			421.649
GASTOS	PERSONAL	190.263	478.912
	ENERGIA DE TRACCION	30.263	
	MATERIALES Y SERVICIOS	106.430	
	AMORTIZACIONES	64.964	
	INTERESES	86.992	