

renfe

10 retos, 1.000 días

Plan Estratégico 2010 - 2012

El sector del ferrocarril afronta en los próximos años un **momento histórico**, marcado por una serie de **transformaciones** de gran trascendencia.

■ Contexto europeo → **liberalización** del sector:

Transporte de Mercancías
ya **liberalizado**

Próxima apertura
del transporte internacional de viajeros


■ Nivel interno de cada país:

→ Procesos de **regionalización**

→ Experiencias en la **liberalización del transporte interno de viajeros**



Renfe afronta un periodo decisivo.

A background image showing a group of business professionals in a meeting. They are seated around a table, looking at documents and laptops. The image is faded and serves as a backdrop for the text boxes.

Para convertirnos en una empresa de transporte ferroviario de **dimensión internacional**

Para continuar siendo el **operador líder** en el **mercado nacional** de viajeros.

Para competir con éxito:

- Mirar hacia fuera con mentalidad abierta
- Mirar hacia dentro con ojos críticos y constructivos
- Fortalecernos de manera decidida

Preparar el futuro de la empresa, protegiendo y aumentando el valor de Renfe para sus accionistas: los ciudadanos



Para competir con éxito:

■ Dos pilares básicos:

Orientación al cliente

Eficiencia

Estos serán los dos ejes centrales para la elaboración del **Plan Estratégico 2010-2012**.



Debemos afrontar 10 retos prioritarios durante los próximos 1.000 días

1

Definir claramente la frontera entre **los servicios comerciales** y las **obligaciones de servicio público** y su modelo de gestión.

Posicionar a Renfe como un operador de **servicios públicos eficiente** y de **calidad** en el nuevo escenario de **regionalización**.

METAS:

- Alcanzar una rentabilidad competitiva en todos los servicios comerciales.
- Alcanzar un beneficio razonable en las obligaciones de servicio público (obteniendo compensaciones económicas de las autoridades competentes en cada caso).
- Formalizar contratos de prestación de servicios con las Comunidades Autónomas que lo soliciten .

2 Revisar y renovar la **cartera de productos de Viajeros**, con criterios de **orientación al cliente y eficiencia**.

METAS:

- Alcanzar una rentabilidad competitiva en todos los servicios comerciales.
- Diseñar la evolución de la alta velocidad.
- Racionalizar la cartera de productos de movilidad en largas distancias (por ejemplo Trenhotel).
- Racionalizar la cartera de productos de movilidad regional.
- Diseñar un producto de movilidad para servicios de medias distancias en alta velocidad, eficiente y económicamente equilibrado.
- Diseñar la evolución de los servicios de movilidad metropolitana / cercanías.
- Rediseñar los mecanismos de medición de la calidad y la fiabilidad, “pegándolos” a la realidad de las necesidades de nuestros clientes.
- Desarrollar un plan para su mejora, estableciendo objetivos específicos para cada año.
- Cumplir los compromisos de accesibilidad adquiridos.

3

Coordinar de manera integral la oferta de servicios de Viajeros de Renfe, incluyendo también otros modos de transporte, con una visión global del mercado de la movilidad.

META:

- Coordinación integral en corredores con nodos importantes de conexión con servicios de alta velocidad.

4

Poner en marcha con éxito los **nuevos servicios de alta velocidad**

META:

- Cumplimiento de los compromisos de fechas adquiridos, con un modelo de oferta adaptado a las características de este mercado.



5

Impulsar la innovación en los canales de interacción con los clientes (**web, móvil...**), explotando todo su **potencial de negocio**.

METAS:

- Convertir la web en un centro de beneficios.
- Implantar servicios integrales apoyados en nuevas tecnologías (móvil...), aumentando nuestra flexibilidad de manera reconocible por el cliente.

6

Aumentar el “valor” de nuestros clientes, desarrollando la innovación en **herramientas de gestión comercial** (yield management, fidelización ...).

METAS:

- Disponer de un sistema de yield management que nos permita gestionar la oferta con criterios competitivos.
- Disponer de una visión integral de nuestros clientes y aumentar su fidelidad.



7 Ganar **cuota de mercado rentable** en **Mercancías**, ofertando al mercado **productos logísticos** de mayor **valor añadido** y desarrollando oportunidades a nivel **internacional**.

META:

- Convertirnos en un operador logístico integral, alcanzando un EBITDA de, al menos, 5% sobre ventas.



8

Convertir el área **Industrial** en el proveedor de servicios de material rodante a operadores ferroviarios, con criterios de **eficiencia, flexibilidad, calidad, innovación y orientación** a sus **clientes** internos y externos.

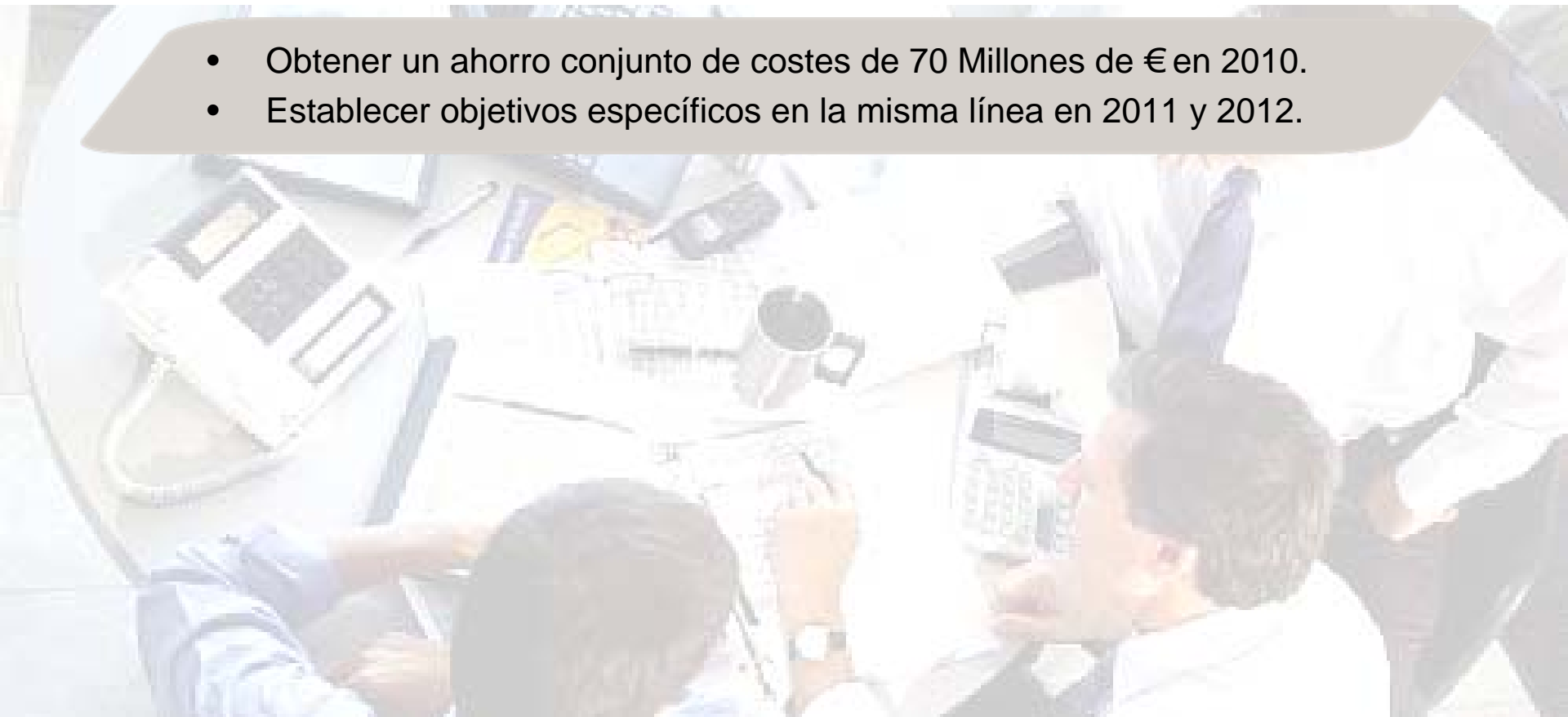
META:

- Conseguir los niveles de actividad, servicio a los clientes y productividad, que permitan alcanzar el equilibrio económico.

9 Diseñar y ejecutar un **Plan global de eficiencia y productividad.**

META:

- Obtener un ahorro conjunto de costes de 70 Millones de € en 2010.
- Establecer objetivos específicos en la misma línea en 2011 y 2012.

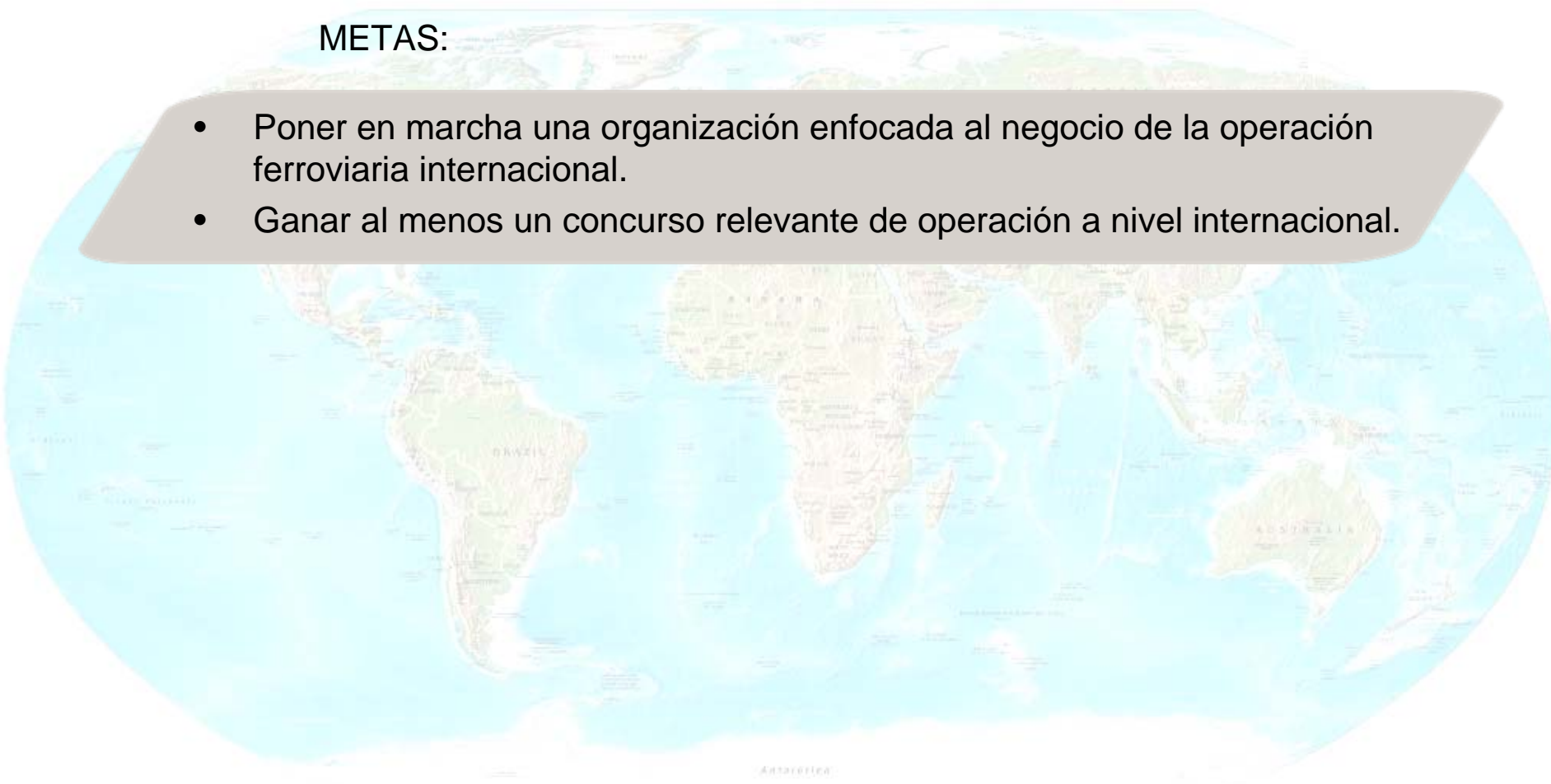


10

Diseñar un **Plan para la expansión internacional** y comenzar a **desarrollar las capacidades** que lo sustenten.

METAS:

- Poner en marcha una organización enfocada al negocio de la operación ferroviaria internacional.
- Ganar al menos un concurso relevante de operación a nivel internacional.



El Plan Estratégico 2010-2012 concretará:

- Los objetivos
- Las capacidades a desarrollar
- Los proyectos para afrontar los nuevos retos
- Las principales magnitudes de actividad, calidad y económicas