

LAS CERCANÍAS DE MADRID COMPARADAS CON PARÍS, BERLÍN, MILÁN Y LONDRES

Un millón de viajeros diarios para el mejor servicio de Europa

Cercanías ha roto la barrera del millón de clientes cada día. Para conseguirlo ha tenido que convertirse en el mejor servicio de Europa, según un estudio realizado por el MOPTMA. El ministerio ha comparado las Cercanías de las cinco principales ciudades europeas: París, Londres, Berlín, Milán y Madrid. El resultado ha sido una goleada a favor de la UNE que dirige Abelardo Carrillo. En puntualidad, precios, velocidad, edad media e intensidad de utilización de los parques. Gran parte del mérito es del material motor. Pero hay otros elementos a los que achacar el éxito, entre ellos el elemento humano. Y es que, como dice Carrillo, "la materia prima de Cercanías son personas que tienen calor, frío... Ni bombillas ni automóviles".



Julio César Rivas

Desde hace ya algún tiempo, los clientes de Cercanías notan que algo ha cambiado en el servicio diario que les ofrece Renfe. Y manifiestan que algo hay a través de un constante incremento del uso de los trenes. Quizás Madrid y Barcelona concentran esa tendencia hacia el aumento de forma más espectacular.

En 1991 las Cercanías de Madrid daban servicio 444.835 clientes. Por esas mismas fechas en Barcelona eran 193.091 personas. En 1994 esas cifras han llegado a los 574.698 usuarios, en Madrid, y a los 249.452 en Barcelona. Sólo el incremento entre la diferencia entre 1993 y 1994 fue del 7,4 por ciento en la capital española y 13,4 en la ciudad condal.

Ahora, gracias a un estudio patrocinado por el Ministerio de Transportes, se sabe el por qué. La

"Esto es un camino en el que estamos a la mitad del recorrido". Así entiende Abelardo Carrillo el momento de éxito de Cercanías.



LUNA

razón es que España tiene el mejor servicio de cercanías de Europa, comparando las cinco principales ciudades del continente.

Los 175.000 millones de pesetas que se han invertido en los últimos años en nuevo material ferroviario o los 25.000 millones de estaciones,

empiezan a dar sus frutos. Para ser exactos, esos frutos se recogen desde hace unos años.

Pero como dijo alguien, en este mundo traidor, nada es verdad ni es mentira. Un cuento similar es el que parecen que se aplican en Cercanías. **Abelardo Carrillo**, el director de la UNE, no quiere hablar de éxito. Es consciente de que tiene los mejores trenes de Europa, que ha conseguido alcanzar la cifra mágica del millón de viajeros cada día y que sus índices de calidad y valoración suben, pero no le basta. "Esto es un camino -comenta con una media sonrisa- en el que estamos a la mitad. Además el éxito absoluto, la sensación de plenitud total te deja luego vacío. No es lo mismo que un éxito parcial".

Como una cosecha de vino, "1994, a pesar de los conflictos de abril, mayo, junio y diciembre, ha sido un año muy bueno. Aunque en



en 1994 Cercanías ahorrase 1.300 millones de pesetas y alcanzase el famoso millón de viajeros por día es un excelente noticia que **Abelardo Carrillo** atempera calificándola de "aceptablemente buena".

El director de la UNE se mantiene fiel a su filosofía de no lanzar las campanas al vuelo. Y lo razona con un ejemplo. "Hoy ha sido un buen día en materia de calidad -explica-. Pero en Barcelona ha ocurrido un pequeño problema con una instalación que nos ha obligado a transbordar a los pasajeros de una unidad".

Como él dice, Cercanías "es una cuestión de detalle", un lema que le gustaría usar "pero que ya ha sido adoptado por otra empresa. Es una filosofía de gestión. Aquí hay mucho detalle que está más relacionado con el primor que con los grandes objetivos".

Por ello, quizá Cercanías es una de las unidades donde más frecuentemente se trabaja con encuestas para saber la opinión de sus clientes. **Carrillo** reconoce que "es duro trabajar con estudios para saber cada tres meses qué es lo que piensan los usuarios sobre la puntualidad, frecuencia, temperatura, limpieza...". Hasta diez variables valoran los clientes.

Es duro pero también ayuda mucho, por ejemplo a la hora de diseñar los trenes que ahora se hace teniendo muy en cuenta las exigencias de los viajeros. Y es que el material móvil se ha convertido en el verdadero eje del mejor servicio de Europa.

Carrillo califica el material como "cálido, no son trenes duros. Da gusto estar en ellos porque se está confortablemente. Se ha conseguido una gran armonía". Pero no sólo de estética vive el hombre. "Es que además -continúa- es objetivamente cierto que son los mejores de Europa: ser averían menos, están más disponibles y cuentan con la mejor tecnología. Hay que sentirse orgullosos. Están hechos aquí y con tecnología punta".

Incide en que el material "es la causa fundamental de la mejora de la calidad del servicio. Pero no la única". El director de Cercanías enumera tres. "Primero la programación

tipo en frecuencia y cadencia. Sin eso no existe Cercanías. Segundo, el resto de los parámetros que componen la calidad como son la limpieza, la información, el confort... Y tercero, la puntualidad que genera confianza en el cliente".

Desde luego gran parte del éxito se debe a esos 175.000 millones de pesetas invertidos en trenes (hay otros 47.500 millones hasta 1998). Pero no sería justo ver el éxito de Cercanías sólo desde la óptica del golpe de talonario. Hay mucho trabajo por detrás de esas grandes cifras. Y para sacarlo a la luz, **Elisa Carcelén**, la persona encargada de la comunicación en la UNE, anda enfrascada en múltiples actividades.

Información. Cada día Cercanías tiene de 18 a 20 conexiones diarias con las principales emisoras de radio de Madrid, Barcelona y Sevilla para informar sobre las incidencias del servicio. Pero además tiene montada una campaña de comunicación interna, "Cercanías más cerca", que da a conocer a los empleados de la UNE aspectos desconocidos de su trabajo.

"Lo que queremos -explica **Carrillo**,- es que el personal tenga más información sobre lo que hacemos, sobre lo que la empresa quiere. El contenido de esta campaña es más lo que queremos decir al trabajador que lo que él espera que le digamos".

La campaña se basa en hacer 50 preguntas básicas a la vez que se responden. Cuánto cuesta la limpieza de cada tren, cómo se reparte el coste de cada billete, cuántas personas trabajan en Cercanías o cuántos trenes componen el parque.

Una información que la UNE también está interesada en distribuir entre el público. **Carrillo** explica por qué. "Cuando se pregunta qué opina de la limpieza, la respuesta es que está bien. Pero cuando se le informa que limpiar cada tren cuesta tres millones de pesetas al mes, entonces la valoración es más positiva".

Efectivamente, tres millones de pesetas es el gasto mensual por tren en limpieza. El mantenimiento representa un millón al mes, mientras que las reparaciones por vandalismo suponen 1,5 millones al año.

calidad no hemos conseguido todos nuestros objetivos", reconoce.

Entre otras cosas, en 1994 Cercanías incrementó sus ingresos un 14 por ciento y el tráfico en día laborable un 8 por ciento. "Eso sin incrementar prácticamente la oferta, así que hemos aumentado nuestra eficacia", concluye **Carrillo**.

En ese trayecto, 1995, al igual que 1994, es sólo un año más en el camino hacia 1998. La fecha en que expira el actual contrato programa con el Estado y que fija unas metas muy exigentes para la UNE.

Según el acuerdo Renfe-Estado, cuando finalice 1998, Cercanías deberá ingresar 42.134 millones de pesetas, frente a los 30.938 que se fijan para este 1995. Eso supone aumentar el número de viajeros un cinco por ciento con respecto a 1994. Y además la calidad debe ser de ocho puntos sobre 10.

Así y como están las cosas, que

Otros datos que se ofrecen en la campaña "Cercanías más cerca" es el número de empleados (3.000 personas), las circulaciones diarias (3.012), el número de trenes del parque (550), el coste de cada tren (de dos pisos 1.000 millones de pesetas frente a los 500 millones de los convencionales) o los dos kilómetros de atasco que evita cada composición de Cercanías.

Y una curiosidad. Cercanías tiene 1.983 kilómetros de red, un 16 por ciento del total de Renfe. En contra de lo que muchos piensan, el núcleo que más kilómetros tiene es Barcelona (451 km, el 23,3 por ciento) seguido de Valencia (371,8 km, el 19,2 por ciento). Madrid sólo llega a ocupar el tercer puesto con 293 km, el 15,1 por ciento.

Un gigante. Y es que la UNE de **Abelardo Carrillo** se está convirtiendo en un gigante dentro de la compañía presidida por **Mercè Sala**. De momento es la primera unidad de Renfe en volumen de negocio: ingresa 73.231 millones de pesetas. Esta cifra se alcanza sumando los ingresos por tráfico de viajeros y otros ingresos, 34.118 millones, con las aportaciones del Estado, 39.113 millones.

Las aportaciones del Estado son subvenciones al viajero ya que es él el que se beneficia de descuentos de hasta el 66 por ciento con títulos multiviaje. De las 200 pesetas que cuesta un billete de Cercanías, 116 las paga el Estado y 84 el viajero. Las 200 pesetas se reparten así: 30 para costes financieros, 32 para amortizaciones, 30 para energía, 36 para mantenimiento de trenes, 58 para gastos de personal y las 14 pesetas restantes entran en el capítulo de otros.

Cercanías gastó 72.136 millones de pesetas en 1994, 1.100 millones menos de lo previsto. De esta cifra, 19.000 millones son gastos de personal, 12.000 millones mantenimiento de trenes, 10.000 millones energía, 10.659 amortización, 10.558 gastos financieros, 5.883 transferencia a otras UNE y los 4.000 millones restantes, otros gastos.

Cada día laborable de 1994 han utilizado los trenes de los 11 núcleos 1.067.000 viajeros. El incremento respecto a 1993 ha sido del 8,3 por



Cercanías ha ganado tráfico en todos los núcleos, sobre todo en Madrid y Barcelona.

ciento. El incremento de Barcelona ha sido el mayor en porcentaje con un 13,4 por ciento, seguido de Málaga, con un 9,1 por ciento.

Este incremento se relaciona directamente con la mejora de la calidad del servicio. El índice global de calidad ha sido de 7,27 sobre 10. En puntualidad se alcanzó la cifra del 97,31 por ciento de trenes.

En Madrid, Cercanías mueve 575.000 viajeros al día, seis millones de viajeros nuevos en 1994. La línea de mayor movilidad ha sido la C5 Fuenlabrada-Móstoles-El Soto que tiene el 46,6 por ciento de los viajeros de Cercanías.

Pero, ¿hasta dónde va a llegar el crecimiento de Cercanías? **Carrillo** responde que "no hay límite. Sólo el de la capacidad de vía". En hora punta, se producen de 15 a 20 circulaciones por hora. Modificando el sistema de señalización se puede llegar a 30.

Abelardo Carrillo concluye: "El reto es competir con una maravilla que se llama coche y que no existía en la dimensión actual hasta hace muy pocas décadas". □

A la cabeza de todos

Según un estudio realizado a instancias de la Dirección General para el Transporte Intermodal del MOPMTA los trenes de Cercanías son tan puntuales como los de París, casi tan rápidos como en Londres, los más modernos y a los que más uso se da de entre las cinco principales europeas: Londres, París, Milán, Berlín y Madrid.

El estudio compara puntualidad, velocidad, edad media e intensidad de utilización de los parques y precios. En puntualidad, París y Madrid están a la cabeza con índices de 95,14 y 95,7 respectivamente. Londres tiene 93,06 y Berlín 90.

La velocidad comercial en Madrid es 53 kilómetros por hora, la segunda de las cinco ciudades. En primer lugar está Londres, con 58 km/h, y la última Berlín, con 31 km/h. Madrid encabeza la clasificación de juventud del parque con 5,7 años, mientras que los más viejos son los de Berlín, con 30 años de media. París tiene 13,9 años, Londres 19 y Milán 21.

También Madrid es la primera en utilización del material. Cada coche recorre anualmente 145.000 kilómetros, 42.000 kilómetros más que el de Londres que está en segundo lugar. Después van París, 82.000 km/año, Berlín, 67.000, y Milán, 59.000 km/año.

Respecto a la valoración económica, las Cercanías de Madrid son de las más baratas tomando como referencia el abono mensual y la zona urbana. Sólo en Milán el abono es más barato (3.200 frente a 3.400 pesetas). Londres casi duplica el precio de Madrid (6.100) mientras que en París cuesta 4.200 pesetas y 5.300 en Berlín.

Cuanto más zonas abarca el estudio, Madrid se va situando en una posición más barata con respecto a las demás ciudades. En costes también la relación viajero/kilómetro y plaza/kilómetros es la más baja de las cinco redes. □