LA VANGUARDIA (VIVIR EN BARCELONA) 02/10/13
BARCELONA
Prensa: Diaria
Tirada: 247.472 Ejemplares
Difusión: 198.337 Ejemplares
Cód: 74688882
Página: 4
Sección: LOCAL Valor: 11.255,00 € Área (cm2): 670,7 Ocupación: 67,88 % Documento: 1/1 Autor: ÓSCAR MUÑOZ Núm. Lectores: 866000





LORENA FERRO

**La máquina, que se instaló el pasado 16 de septiembre, ha sorprendido a muchos pasajeros**

## Ensayo en TMB para obtener nuevos ingresos: un vehículo de la línea 7 prueba durante seis meses una máquina expendedora de golosinas

# ¿Chuches en el bus?

**ÓSCAR MUÑOZ**
Barcelona

Nueva vía para que el deficitario transporte público de Barcelona capte ingresos extra. Un vehículo de la línea 7 de autobuses de TMB (que enlaza el Fòrum con Zona Universitària) circula desde hace un par de semanas con una máquina expendedora de golosinas en su interior. Como adelantó LaVanguardia.com el pasado viernes, la compañía probará durante seis meses si la medida es bien recibida por los usuarios y si es beneficioso para la compañía. En caso de que la respuesta sea positiva podría instalarse en otras rutas. Por lo pronto, el experimento ya ha sido contestado por el PP, que reclama, en vez de artilugios de venta de este tipo de artículos, otros que permitan adquirir tarjetas T-10 y T-Mes a bordo.

TMB quiere quitar hierro al asunto. "Es una prueba que se hace en tan sólo un vehículo de los más de 900 que circulan cada día", puntualiza un portavoz de la empresa, que recuerda que el ensayo, en colaboración con la compañía Wrigley, durará seis meses y cuando finalice se verá si se adopta definitivamente o no. A día de hoy, no hay nada decidido.

El presidente del grupo popular en el Ayuntamiento de la capital, Alberto Fernández Díaz, ve "incoherente la instalación de máquinas de golosinas porque puede perjudicar a las zonas habilitadas para los carritos de bebés y sillas de ruedas". El edil considera que "en la mayoría de líneas hay un problema de capacidad para estos usos". TMB responde que el artilugio es "extraplano", con "tan sólo 20 centímetros de fondo", y que "está alojado sobre una barra, por lo que no resta espacio a los viajeros". En suma, que no debería molestar a nadie.

Dentro de los autobuses sólo pueden comprarse billetes sencillos. Los facilita el conductor. El PP considera que es una situación restrictiva que va en contra de los intereses del pasajero, ya que así un viaje le cuesta el doble que con una T-10 (2 euros en vez de 98 céntimos). Además, lamenta este grupo, muchos conductores no aceptan el cambio de billetes, por lo que el usuario debe llevar el dinero justo.

**El PP reclama que se puedan comprar T-10 y T-Mes a bordo, no sólo billetes sencillos**

La empresa de transporte público argumenta que no se pueden adquirir otros abonos porque para ello habría que instalar máquinas específicas –la venta está mecanizada– y, además del elevado coste, hoy por hoy no tendría sentido, puesto que con la T-Mobilitat (que se prevé ensayar el año que viene e implantar progresivamente a partir del 2015) se cambiará el sistema de tarifas.

Los autobuses biarticulados recién incorporados a la flota de TMB sí tendrán máquinas de billetes a bordo, pero sólo proporcionarán el título sencillo. La razón es que en estos vehículos de gran longitud el conductor está en una cabina y no puede ocuparse de esta tarea que, por ahora, hacen otros empleados de la compañía. En cuatro paradas de la nueva red ortogonal se han instalado máquinas que disponen de todo tipo de títulos. La empresa insiste en que hay muchos puntos de venta de tarjetas (estaciones de metro, cajeros automáticos, quioscos, despachos de lotería e incluso panaderías), aunque lo cierto es que últimamente se ha reducido la disponibilidad.●

## Más acciones comerciales

**La instalación de la máquina de chuches no es una acción aislada en TMB. La empresa está explorando diversas medidas que puedan reportar ingresos extra a su actividad principal, que es transportar personas. La compañía arrastra una deuda de 500 millones de euros y, además, debe soportar unos elevadísimos costes de explotación mientras la afluencia de viajeros se ha reducido por la crisis. Entre las acciones recientemente adoptadas está la creación de los títulos *Hola BCN!*, dirigidos a turistas, que incluyen viajes ilimitados durante dos, tres, cuatro o cinco días; la optimización de espacios en el metro para instalar pequeños comercios y colocación de cajeros automáticos en los vestíbulos; la prueba de nuevos sistemas de publicidad a bordo interactivos con los *smartphones*; la recarga de teléfonos móviles en las máquinas de billetes; la venta de espacios publicitarios en las webs de la empresa, y el plan de patrocinio de estaciones y líneas.**