EL PAÍS

# El autobús se une para ganar sitio

La nueva patronal Confebús busca poner fin a más de 35 años de división para modernizar su imagen y poder competir con el tren




Autobuses en la estación de Valencia. / S. CARREGUÍ

THIAGO FERRER MORINI - 30/11/2014

El pasado 27 de octubre, en un auditorio de la Feria de Madrid, las dos mayores patronales del sector español del autobús enterraron más de 35 años de división. Por un lado, Fenebús, heredera del sindicato vertical y decana del sector; por el otro, Asintra, organizada por los empresarios del sector Gerardo Díaz-Ferrán —que sería presidente de la CEOE y hoy en prisión— y Gonzalo Pascual —fallecido en 2012. Desde el pasado mes de julio forman Confebús, que se atribuye la representación de las 3.530 empresas del sector que hay en España.

Juan Calvo (Zaragoza, 1947), presidente de Fenebús y copresidente de Confebús, explica el porqué de la división. "En aquél entonces, el personalismo de las empresas era impresionante", recuerda Calvo. "Si a un empresario le incomodaba que le concediesen una parada a otro era motivo suficiente para cambiarse de asociación".

¿Y por qué unirse ahora? "Hemos visto que lo que se defiende en una asociación y en otra es lo mismo", señala el otro copresidente de la nueva asociación, Rafael Barbadillo (León, 1968), presidente de Asintra. "Además, somos un sector regulado, y para nosotros es especialmente importante estar unidos".

La primera prueba de fuego de la nueva asociación le llegó a las pocas horas de la presentación: el Gobierno anunció su interpretación de la decisión del Tribunal de Justicia de la Unión Europea que, según el sector, obliga al Ejecutivo a devolver a las empresas el llamado céntimo sanitario, un impuesto especial sobre los carburantes —y que, en consecuencia, afecta de lleno la cuenta de resultados de las empresas— al que las dos patronales se habían opuesto desde el principio. "Desde el primer día quedó claro que no se ajusta a la legislación comunitaria", afirma Barbadillo. "La sentencia está clarísima: el Gobierno español debe devolver todas las cantidades recaudadas. Hasta que eso ocurra, la industria seguirá recurriendo, y da igual si es ahora o dentro de dos años cuando la Justicia vuelva a darnos la razón". Confebús calcula que hay en juego entre 2.000 y 4.000 millones de euros.

Otro punto de contención entre la nueva patronal y el Ejecutivo está en los baremos de los pliegos de concesión de líneas. "Nosotros somos el medio de transporte más barato", apunta Barbadillo. "Pero no solo se trata del precio. Si queremos ofrecer autobuses modernos, mejores servicios, todo eso al final se refleja en un coste". "Las concesiones tienen que ser sostenibles desde un punto de vista social, medioambiental y económico", apostilla Calvo. "No puedes hacer una subasta en transportes", insiste Barbadillo. "De nada me sirve ir a una licitación tirando precio si luego tengo que dejar la concesión a los dos años porque no soy capaz de hacerla rentable".



Rafael Barbadillo (izquierda) y Juan Calvo, copresidentes de Confebús. / ÁLVARO GARCÍA

Para Barbadillo, el modelo de negocio español basado en concesiones es "perfectamente válido" ante las tentaciones de liberalización. "Lo que hay que hacer es exportarlo", afirma. "Estamos sirviendo a una gran cantidad de personas y a la Administración central esto no le cuesta un duro".

El otro objetivo principal de la industria es mejorar su imagen frente a la opinión pública. "Hoy en día, nuestra imagen va de lo obsoleto a lo nulo", apunta Calvo. "El viajero recurrente aprecia el servicio que le ofrecemos, según las encuestas del Ministerio de Fomento", añade Barbadillo. "Quizás no hemos sido capaces de trasladar que somos un sector puntero, que invertimos muchísimo dinero en promover y modernizar las flotas, y que un autobús, por norma general, es más seguro que cualquier turismo".

Es con esa intención que la nueva patronal ha creado una campaña publicitaria, con el lema Te acercamos a lo que te importa, que aparte de la presencia en los medios de comunicación pretende aprovechar la visibilidad de los más de 40.000 autobuses que ruedan por España.

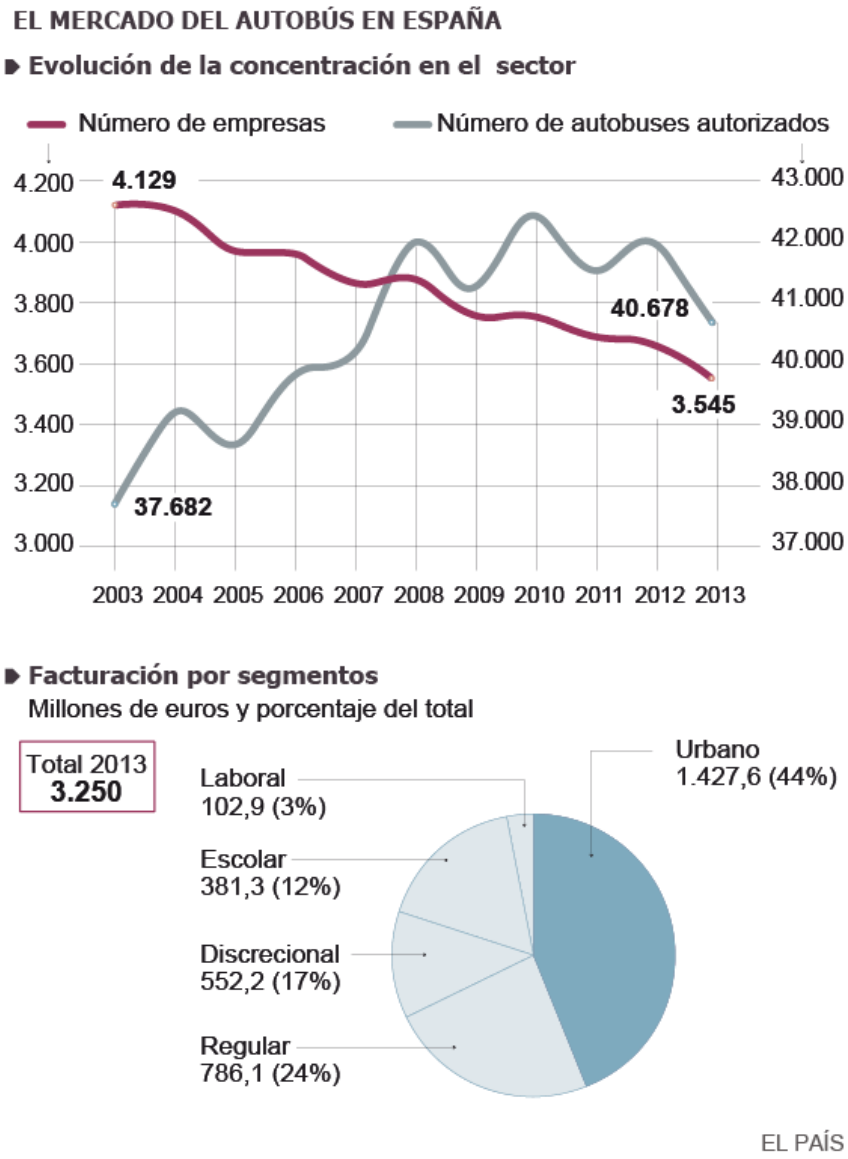
El sector también presume la nueva normativa de emisiones Euro 6, que recientemente ha entrado en vigor, un autobús de 50 plazas debe emitir menos gases tóxicos y de efecto invernadero que un turismo medio de los años 80. Sin embargo, y pese a los avances en los nuevos combustibles, el sector aún prefiere tomarse su tiempo antes de apostar por las nuevas formas de propulsión.

Pero esa imagen de modernidad que quiere impulsar el sector tiene sus puntos débiles. El primero de ellos es Internet. A pesar de que, en su inmensa mayoría, las empresas han adoptado la posibilidad de reservar y comprar a través de la Red, su presencia en los comparadores y agencias de viajes digitales sigue siendo muy limitada. "Los viajes son el principal producto que se compra en Internet", comenta Barbadillo. "Lo que queremos es que una persona que se ponga a buscar un viaje y no solo encuentre el avión o el tren, que sepa que el autobús es una alternativa".

El otro son las estaciones de autobuses. "De nada nos sirve impulsar la imagen de los autobuses si luego el viajero llega a una estación sucia y a las afueras de la ciudad", explica Barbadillo. "Puede que al final el viajero solo se acuerde de ello". Según el presidente de Asintra, la solución está en la participación entre el sector público y el privado, dado que "muchas veces los costes de mantenimiento superan los ingresos del local".

El ferrocarril es a la vez ejemplo y rival para la industria del autobús. Es por eso que medidas como la reducción de tarifas del AVE anunciada por el Ministerio de Fomento a principios de 2013 siguen indignando al sector. "Cierto es que Renfe es una empresa pública", afirma Barbadillo. "Pero que la propia ministra Ana Pastor anuncie una política tan agresiva de precios, que permite al tren de alta velocidad meterse en el nicho de mercado del autobús... El tren de alta velocidad no puede venderse a precios de autobús, aun sin tener en cuenta el coste de las infraestructuras. Y se está viendo el resultado con las

cuentas de Renfe". "El apoyo a un medio de transporte en concreto ha desequilibrado a dos", apostilla Calvo. "Y no somos los únicos. Las empresas aéreas también se han quejado".




"En los servicios regionales, los autobuses son imbatibles", comenta Barbadillo. "Cuando el Gobierno anunció que estudiaba retirar líneas de ferrocarril, nos ofrecimos a mantener la conectividad, pero...", mientras se encoge de hombros. "Recuerdo hablar con un consejero de transporte que me dijo: 'dile tú a un alcalde que le vas a quitar un tren, aunque solo vayan uno o dos pasajeros al día", cuenta Calvo. "Me sale más barato ponerles un taxi".

Otro problema para el sector es la expansión de medios alternativos de transporte, como los portales para compartir vehículo. El sector es consciente de que, legalmente, poco se puede hacer, por lo que insisten en las ventajas del medio. "Está el autobús, que cada seis meses pasa una revisión técnica", comenta Calvo. "Está el seguro de los viajeros. Está la garantía de que el conductor profesional, va a tener una formación y pasar unos controles y revisiones periódicos".