EL PAIS (NEGOCIOS)
MADRID
12/12/10
Prensa: Semanal (Domingo)
Tirada: 563.495 Ejemplares
Difusión: 431.033 Ejemplares
Página: 10
Sección: EMPRESAS Valor: 27.116,00 € Área (cm2): 868,3 Ocupación: 92,86 % Documento: 1/1 Cód: 43263701

Su red de metro esconde mucho dinero

P E E E P E E E E F P

PILAR ÁLVAREZ

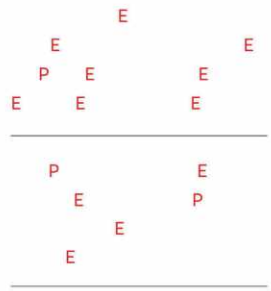
La carcasa exterior del tren está cubierta de una publicidad lila que se prolonga en el interior. En el cabezal del asiento delantero, el anuncio promete "una segunda oportunidad para cada piel". El bote de crema está por todas partes. Imposible evadirse. Es el tren rápido de Hong Kong. Comunica el aeropuerto con el centro en media hora. Es veloz, seguro y no necesita subvenciones. El transporte público hongkonés se sustenta en la publicidad y la explotación comercial, el cobro de tarifas y los desarrollos urbanísticos. Operadores de todo el mundo visitaron en noviembre Hong Kong para conocer el milagro de cerca. La UITP —Unión Internacional de Transporte Público, con sede central en Bruselas y 3.400 miembros de 92 países— organizó allí un encuentro sobre financiación. Solo en Europa, los recortes en inversión pública para transportes oscilan del 5% al 15%, según estimaciones de la Comisión Económica de la UITP. Toca buscar fondos en otro sitio.

La primera fuente de ingresos son las tarifas, que en gran parte de Europa están altamente subvencionadas (más del 50%). "Las empresas de transporte solo podrán afrontar la crisis económica con una diversificación de los modos de financiación más allá del dinero público y los billetes", señala Giampaolo Codeluppi, responsable de la Comisión Económica de la UITP. Además de la publicidad, está la fórmula del que contamina paga: tasas de combustible y peajes al coche que quiere acceder al centro de las ciudades. La ventaja es doble: se recaudan fondos y se disuade al ciudadano del uso del transporte privado.

Y otra fórmula más. Ciudades como Copenhague, Bogotá o Hong Kong buscan el dinero del beneficiario, es decir, del propietario, comerciante o promotor del suelo al que una nueva línea de metro le revaloriza el precio de la propiedad. Pero sacar dinero al urbanismo es más complejo porque tiene más actores. Hay que poner de acuerdo a Ayuntamientos, inmobiliarias, empresas de transporte y ciudadanos.

En Hong Kong, el Gobierno posee gran parte del terreno, cuyos derechos cede a la operadora de metro (Transporte Ferroviario de Masas, MTR en sus siglas en inglés) para pagar la ampliación de la red. En 2009 desarrolló 2,5 millones de metros cuadrados de terreno con promotores inmobiliarios, 80.000 residencias y 742.000 metros cuadrados para oficinas y comercios.

Bogotá, que planifica una línea de metro para 2017, también busca soluciones sobre el terreno. La línea tendrá 20 kilómetros y 19 estaciones que discurrirán en parte por tierra yerma donde se espera que crezcan viviendas y negocios. La propuesta es que la Administración se quede en esos casos con la mitad de la revalorización de los terrenos, según explica una fuente del Banco Iberoamericano de Desarrollo.



En ciudades como Madrid o Barcelona, sin mucho terreno para crecer, indagan en la explotación de publicidad. Sus ingresos por publicidad no llegan al 5%, muy lejos del 17% del modelo hongkonés, que presume de ingresar más de siete millones de dólares hongkoneses anuales (unos 680.000 euros) en cada estación solo por carteles, anuncios y alquileres. Se trata de no desperdiciar ninguna opción: una red de metro puede esconder múltiples negocios.

El director de Operaciones de MTR, Andrew McCusker, recomienda a los operadores europeos que cambien las estructuras y la mentalidad de sus negocios: "Gobiernos, ciudadanos y entidades financieras entienden muy bien lo que es un negocio rentable, el problema es que pocos comprenden cómo hacer rentable el negocio del transporte público", según McCusker. Y pone un ejemplo: "Muchas redes de transporte ofrecen wifi gratis y pierden otra oportunidad de conseguir un negocio más autosuficiente", según McCusker. En el metro de Hong Kong, el acceso a Internet es de pago. Los quioscos venden tarjetas de 24 horas por 20 dólares (unos dos euros).

La publicidad y la explotación de locales en las estaciones también es una solución para los que recelan de la entrada del capital privado, como Montreal. "Nuestro sector público considera que la entrada del capital privado puede empeorar el servicio", asegura Marvin Rotrand, concejal de la ciudad canadiense. Allí las tarifas cubren el 48% de los costes. El resto proviene de las Administraciones, que han optado por la fórmula del que contamina paga. Los operadores de transportes se reparten cerca de 45 millones de dólares canadienses al año (casi 34 millones de euros). Provienen de destinar 1,5 céntimos de cada litro de gasolina. En 2011, la tasa subirá a tres céntimos. "Ayuda pero no es suficiente", asegura Rotrand.

Sus últimas previsiones pasan por ampliar las redes de autobús y metro casi el 20% e incrementar un 8% los 386 millones de viajes anuales. "Podemos desarrollar propiedades y ampliar tiendas y negocios de las estaciones para atraer más dinero, queremos otorgar un papel al capital privado, pero lo haremos de una forma muy cuidadosa y prudente", concluye. ■



Interior de la nueva estación del intercambiador de transportes de la Puerta del Sol, en Madrid, que conecta tres líneas de metro con el ferrocarril de cercanías. / CRISTOBAL MANUEL

E E E P

Un viajero del metro de Barcelona paga algo más de la mitad de lo que cuesta su viaje. En el caso de Madrid, las tarifas cubren apenas un tercio. El Transporte Metropolitano de Barcelona (TMB) superó los 84 millones de deuda en 2009 y la previsión es añadir otros 124 millones más de 2010. Madrid cerró 2009 con una deuda de 432 millones. Los números obligan a buscar alternativas en la otra punta del mundo. Hubo representantes del TMB en la conferencia de financiación de Hong Kong y los responsables del *marketing* del Metro de Madrid, donde la publicidad apenas supera el 1%, preparan un viaje a la ciudad china y a Tokio para examinar su plan publicitario. Más allá de ingresos nuevos, hay que replantearse las tarifas y pagar más, según tres analistas consultados. "Los costes aumentan por encima de la inflación y eso es inviable a largo plazo", reflexiona Mateo Turró, catedrático de Transportes de la Universidad Politécnica de Cataluña y antiguo miembro del Banco Europeo de Inversiones. Turró reclama una inversión "urgentísima" en tecnología que permita, por ejemplo, instaurar tarjetas sin contacto para aumentar la diversidad de pagos. "Eso permitiría cobrar distinto al que viaja en hora punta y al que lo hace en hora valle, como en Londres", asegura. Ismael Uruén, director de Servicios Financieros de TMB, cree que hace falta divulgación. "Hay que explicarle al usuario que el coste que paga está muy por debajo del que debe abonar, lo que en breve hará imposible sostener un sistema muy bueno en frecuencia, limpieza y seguridad". Uruén propone una fórmula para calcular el incremento de las tarifas añadiendo estimaciones sobre los salarios y el coste de la energía. Y pide un acuerdo político para que los incrementos se aprueben con planes plurianuales sin que interfiera el político que esté en el poder. El ingeniero Julián Sastre, consultor de transportes y ex miembro del Consorcio Regional de Transportes de Madrid, considera que hay que revisar también los abonos ilimitados de transporte, que "generan una sobredemanda falsa, como el caso del usuario que coge el autobús solo para una parada, por ejemplo, porque no tiene que volver a pagar". ■