LAS PROVINCIAS
VALENCIA

18/11/13

Prensa: Diaria
Tirada: 32.380 Ejemplares
Difusión: 25.366 Ejemplares

Cód: 76294139

Página: 12

Sección: LOCAL Valor: 2.723,00 € Área (cm2): 565,1 Ocupación: 64,48 % Documento: 1/1 Autor: Núm. Lectores: 147000

La EMT encadena tres meses de subida y rompe la tendencia de pérdida de viajeros

La empresa prevé menos venta de billetes en 2014, aunque las nuevas tarifas como el bono 30 para jóvenes ayudan a reducir la sangría de usuarios

:: PACO MORENO

VALENCIA. La EMT ha sumado desde el pasado verano tres meses de crecimiento de pasajeros respecto al año pasado, lo que apunta a una recuperación del pasaje en el balance final del ejercicio. El concejal de Tráfico y presidente de la compañía, Alberto Mendoza, indicó que el primer semestre fue «malo» aunque la previsión es poder igualar al menos los 86,5 millones de usuarios registrados en 2012.

Desde julio, con la excepción de agosto, el resultado ha sido positivo, mejor que en los mismos meses del pasado año. Octubre se cerró con 8,1 millones de validaciones, un 2,9% más que hace 12 meses, cuando se llegó a los 7,8 millones de usuarios.

Las líneas que han concentrado una mayor demanda son la 81, la 12 y la 95, que lideran el crecimiento. Mendoza precisó que los autobuses de la compañía municipal han recorrido 264.000 kilómetros, para indicar que buena parte de la «culpa» se debe al mayor uso de las tarjetas turísticas y el bonobús plus.

La EMT registra una tendencia descendente que se remonta a la última década. Hace cinco años, la empresa municipal alcanzó los 102,5 millones de viajeros, una cifra que contrasta con los últimos balances. La puesta en marcha de la línea 5 del metro afectó seriamente a la afluencia de usuarios, a lo que se añade desde hace poco la red del alquiler de bicicletas Valenbisi.

Este último transporte alternativo alcanza ya los 100.000 usuarios inscritos, un éxito rotundo debido a que el único pago son los 26 euros que cuesta un bono anual. Por este motivo, la EMT se ha lanzado a la captación de público más joven con un bono mensual de 30 euros y viajes ilimitados.

La velocidad media en octubre de los autobuses ha sido de 12,77 kilómetros por hora, dos décimas mejor que en 2012. Una de las conclusiones del plan de movilidad es precisamente que la mitad del tiempo en servicio, los autobuses están parados en los semáforos o en las paradas, por lo que la mejora de la velocidad es una necesidad urgente.

La empresa aprobó esta misma semana sus cuentas para 2014, donde la previsión es una pérdida de viajeros. Con un presupuesto de 98,7 millones de euros y una ligera merma en la aportación del consistorio, ocurre lo mismo con la expectativa en la venta de billetes. El próximo ejercicio se prevé por este apartado un ingreso de 41,97 millones de euros, lo que supondrá una bajada de 755.975 euros respecto a 2013.

No obstante, nuevas modalidades como el Bono 30 dirigido a jóvenes pueden explicar la congelación en las ventas frente a un aumento del pasaje. La estimación es que esta tarifa ya resulta ventajosa respecto al bonobús con dos viajes diarios, cinco días a la semana.

Los últimos ejercicios han sido suavizando las pérdidas de usuarios, Mientras que en 2012 se alcanzaron los 86,5 millones de pasajeros, un año antes se había llegado a 89,2 millones, mientras que en 2010 el registro llegó a 90,1 millones. Para frenar pérdidas, Mendoza anunció la puesta en marcha de un plan estratégico para reducir gastos sin que afecte a la plantilla ni a la frecuencia de paso de los autobuses.



Parada de la EMT en la calle de la Paz, en una imagen de archivo. :: TXEMA RODRÍGUEZ

El 'CorreNit' busca atraer a los viajeros más jóvenes

El 4 de octubre se puso en marcha el 'CorreNit', una nueva línea nocturna de la EMT cuyo objetivo es unir las principales zonas de ocio de la ciudad. Está enfocado a captar usuarios más jóvenes, el nicho de mercado del que quiere tirar la compañía municipal. La nueva línea funciona los viernes y sábados por la noche, así como la víspera de festivos con un horario más amplio, de 22:30 a 04:45 horas, y una frecuencia de 20 minutos, para presentarse como «una alternativa de desplazamiento seguro para todos aquellos que salgan con sus amigos a pasar un rato de ocio divertido», indicó el concejal de Tráfico.

Su lanzamiento ha ido acompañado de una campaña de promoción 'a pie de calle', para que los usuarios conocieran de primera mano las ventajas de esta nueva línea, cuya demanda en las primeras semanas de su puesta en marcha ha registrado alrededor de 2.200 viajeros, según los datos ofrecidos por el edil.