

La gestión del Covid-19 en TMB

Perspectivas, retos y compromisos



La gestión de la COVID-19 en TMB: perspectivas y retos

1.- La gestión de la crisis. Actuaciones

- 1.1.- Organización para la gestión de la crisis
- 1.2 - Salud: protección de la plantilla
- 1.3 - Actuaciones en Metro
- 1.4 - Actuaciones en Bus
- 1.5 - Comunicación

2.- Análisis de la movilidad

- 2.1- La movilidad antes de la crisis
- 2.2- La movilidad durante la crisis
- 2.3- El nuevo escenario de la movilidad

3.- TMB ante la nueva normalidad

1.-La gestión de la crisis. Actuaciones

1.1 Organización para la gestión de la crisis

Las claves:

- Reaccionar muy rápido, incluso antes de decretarse el estado de alarma.
- Crear una organización transversal
- **Comité de Coordinación de la COVID-19:**
 - **Presidido por el consejero delegado.**
 - Estructurado en **tres comisiones estratégicas:**
 - Salud
 - Operaciones
 - Comunicación
 - Participación de los responsables de los **diferentes ámbitos** de la compañía implicados en la crisis.
 - Invitados a participar un representante de cada **comité de empresa de Bus y Metro.**
 - **Comité de Dirección y Comités de Operaciones** de Bus y Metro
 - Coordinación con el resto **de operadores (ATM)**



1.2.- Salud: protección de la plantilla

Desde el inicio, adopción de **medidas de prevención** que han limitado el impacto del virus en la plantilla:

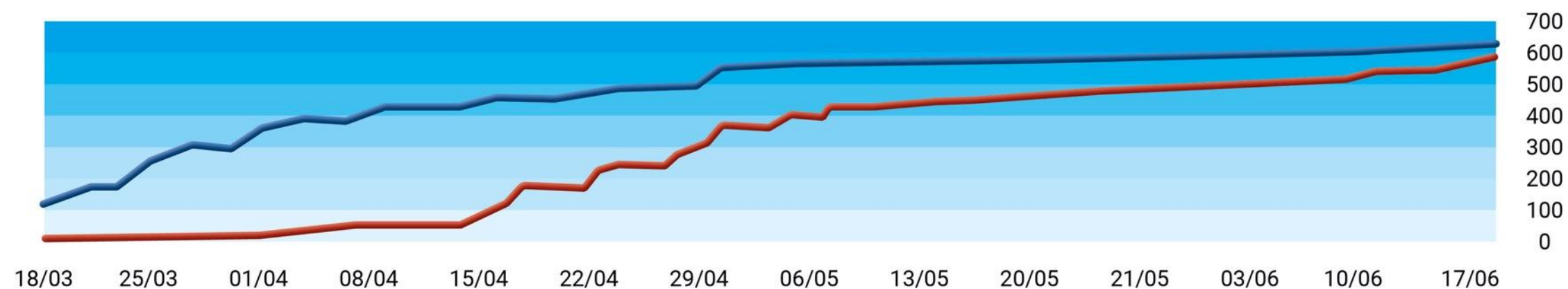
- **Sistema de turnos de rotación** para mayor protección de la plantilla.
- **Confinamiento** de todo el **personal de riesgo**.
- **Aislamiento** de quienes hubieran mantenido contacto con una persona contagiada.
- **Distribución de mascarillas**.
- Habilitación de un **servicio de consulta telefónica médica y psicológica**
- Espacio monográfico en la **intranet** sobre la COVID-19
- En la actualidad se realizan **test PCR** y **análisis de anticuerpos**

Incidencia en la plantilla: hospitalizaciones (A día 20/06)



Incidencia en la plantilla: altas laborales sobre el total de casos positivos y sospechosos

(A día 20/06)



Nota adicional: Alta per defunció (n=1). Data de la defunció 17/04/20

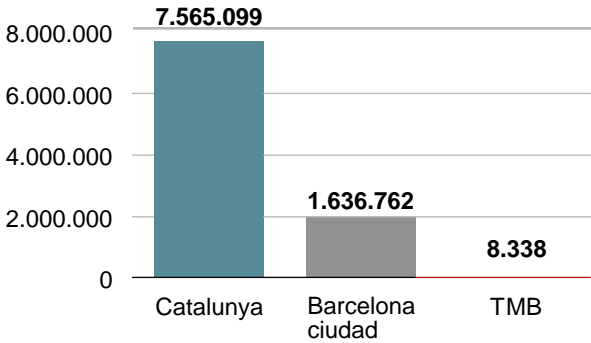
COVID POSITIU + SOSPITA

ALTES I.T.

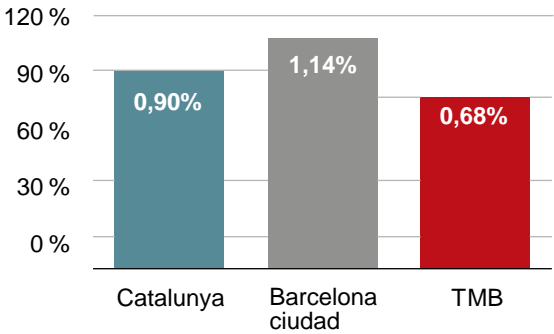
Afectación COVID'19

(datos 12 de junio 2020)

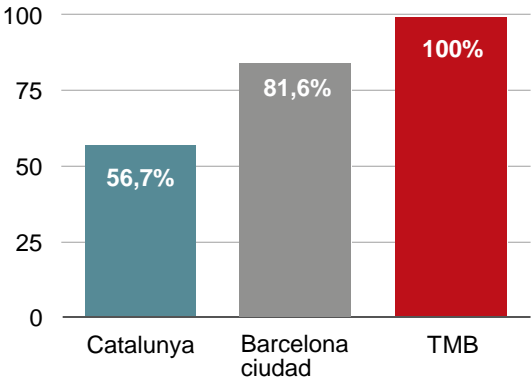
Población
(Empleados en el caso de TMB)



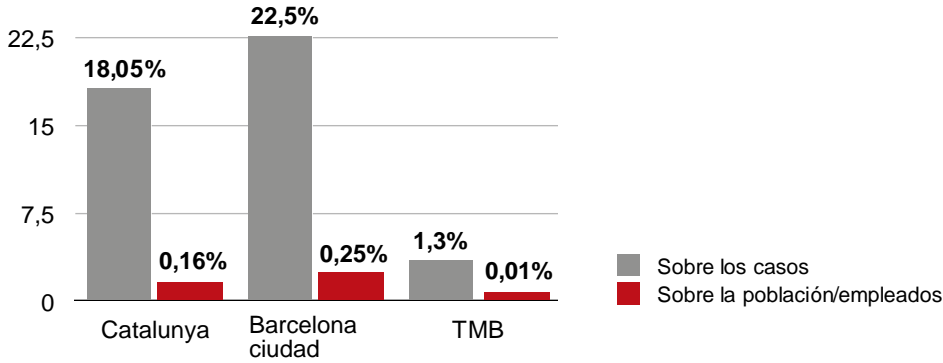
Casos confirmados
(En porcentajes)



Altas hospitalarias
(En porcentajes)



Defunciones
(En porcentajes)





1.3.- Actuaciones en Metro

- El pasaje en Metro ha llegado a **disminuir hasta magnitudes del -94%**.
- **La oferta se ha adaptado en cada momento**, ofreciendo en los peores escenarios unos niveles entre el **50 y el 60%**,
- Se ha **suprimido la ampliación de fin de semana**. Se recupera parcialmente en julio-
- Se **suspendió el servicio del Funicular de Montjuïc** que se reabre a finales de junio.
- Instalación de **señales y encaminamientos para facilitar la distancia de seguridad**.
- En los trenes donde fue posible, la **apertura de puertas se acciona de forma centralizada**.
- Actualmente **la oferta ya es del 100%**



1.4.- Actuaciones en Bus

- El **pasaje en Bus** ha llegado a **disminuir hasta magnitudes del -96%**.
- La **oferta se ha adaptado** en cada momento: el **nivel medio se situó en torno al 50%**.
- Se programaron **horarios nuevos adaptados a la velocidad de la línea**.
- Instalación de **carteles** adaptando los mensajes conforme la evolución de la crisis: **capacidad, uso obligatorio de mascarillas, recomendaciones...**
- Se **aproximaron los relevos a la cochera** y se dispusieron **lanzaderas para acercar y recoger conductores a sus puntos de relevo**.
- Desde el 14 de marzo, el **Barcelona Bus Turístic y el Teleférico están suspendidos**. El Teleférico reinicia su actividad a finales de junio, con un público objetivo más local.

1.5.- Comunicación

La comunicación, en el centro de la gestión de la crisis

- ✓Todas las decisiones se han adoptado a partir del proceso de comunicación, tanto interno como externo
- ✓La comunicación ha supuesto verdaderamente un eje vertebrador de la estrategia de gestión de la crisis a toda la compañía.
- ✓Este modelo de organización nos ha permitido ordenar el proceso de toma de decisiones y ser muy eficaces.
- ✓Hemos gestionado la comunicación con: **transparencia, claridad, proactividad, coherencia, agilidad y empatía.**



- Uso intensivo de todos los canales de difusión propios para estar **en contacto con nuestros clientes**, adaptando los mensajes y facilitando recomendaciones.
- **Escucha activa permanente.**
- La **relación con los medios de comunicación**, un factor clave.
- Las oficinas de atención al cliente se cerraron para evitar el contacto físico con los usuarios.
- Los ciudadanos han podido hacer **consultas en línea y por teléfono**
- La **comunicación interna** ha sido fundamental para:
 - Reforzar el vínculo con los trabajadores y trabajadoras
 - Reconocer su esfuerzo y su actitud ejemplar
 - Muchas iniciativas para acercarnos a la plantilla, a la cual hemos facilitado toda la información y recomendaciones de seguridad.



Asociación Latinoamericana de Metros y Subterráneos





Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos

Iniciativas sociales TMB

- Alineadas con nuestra **responsabilidad social**
- Hemos **trasladado enfermos** de los hospitalet a centros donde finalizar su recuperación
- Actuación para rendir **homenaje a la gente mayor**, colocando rosas en los asientos de bus y metro durante la **Diada de Sant Jordi**.
- Hemos editado un cuento infantil **“Ja puc sortir de casa”**
- **Concurso de cuentos infantiles** con el objetivo de convertir la propuesta ganadora en un musical que se estrenará en el teatro Tívoli en otoño del 2021
- **Mural** que el artista Philip Stanton ha comenzado a pintar en la estación de metro Hospital de Sant Pau como símbolo de la superación y la resistencia

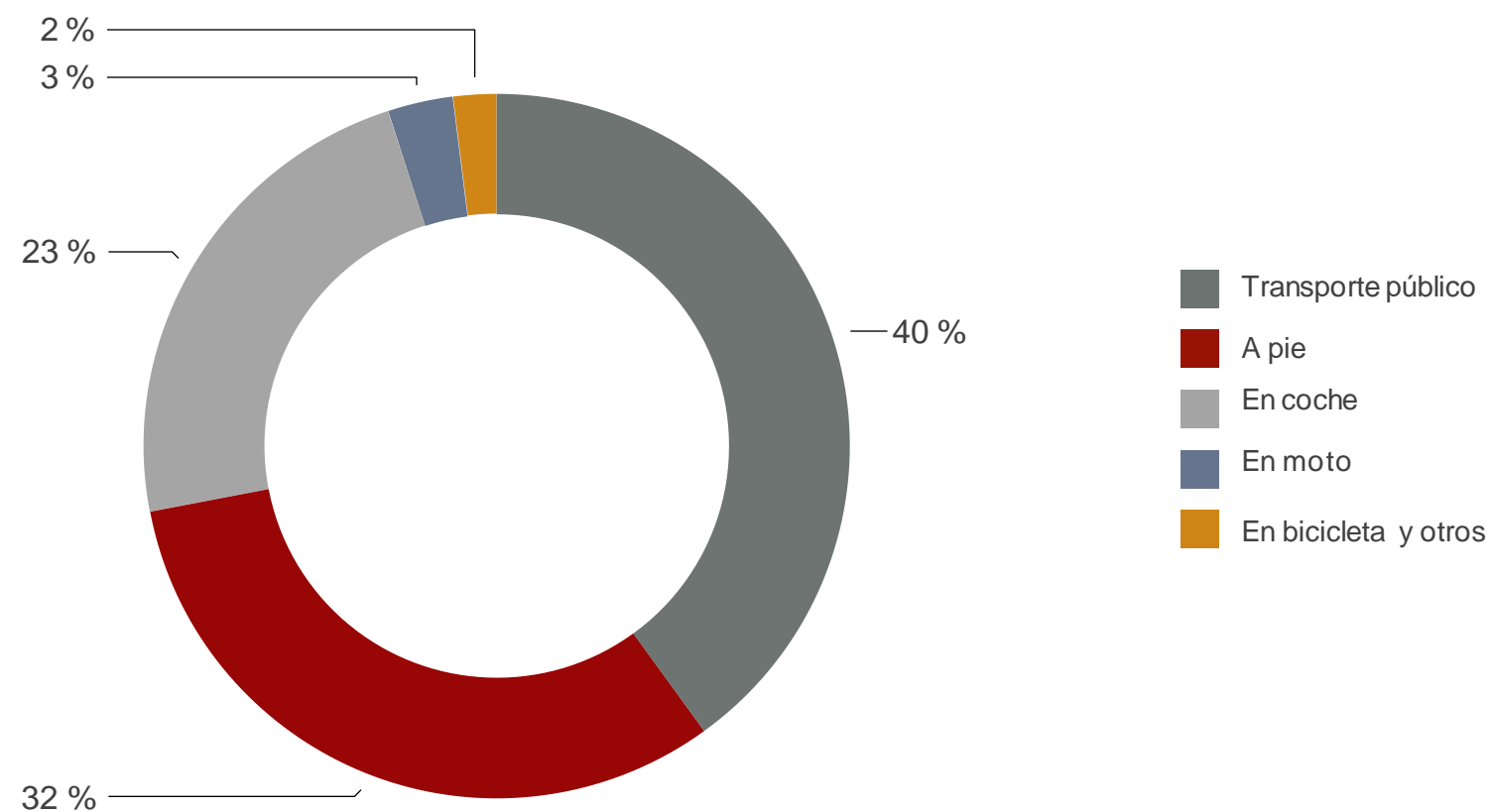


2.- Análisis de la movilidad

2.1.- La movilidad antes de la crisis

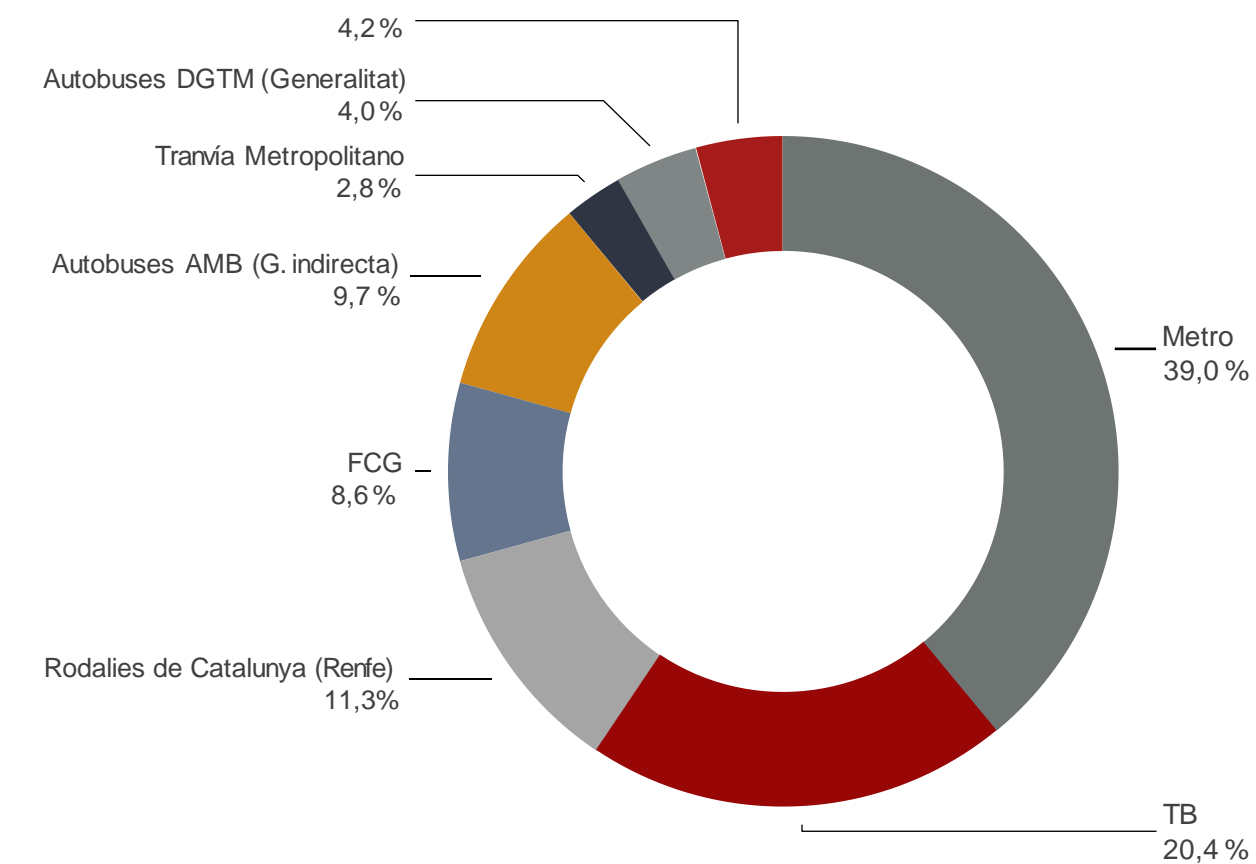


Modos de desplazamiento antes de la crisis



Modo de desplazamiento
PMU Ayuntamiento de Barcelona 2013-2018

Desplazamientos en transporte público antes de la crisis

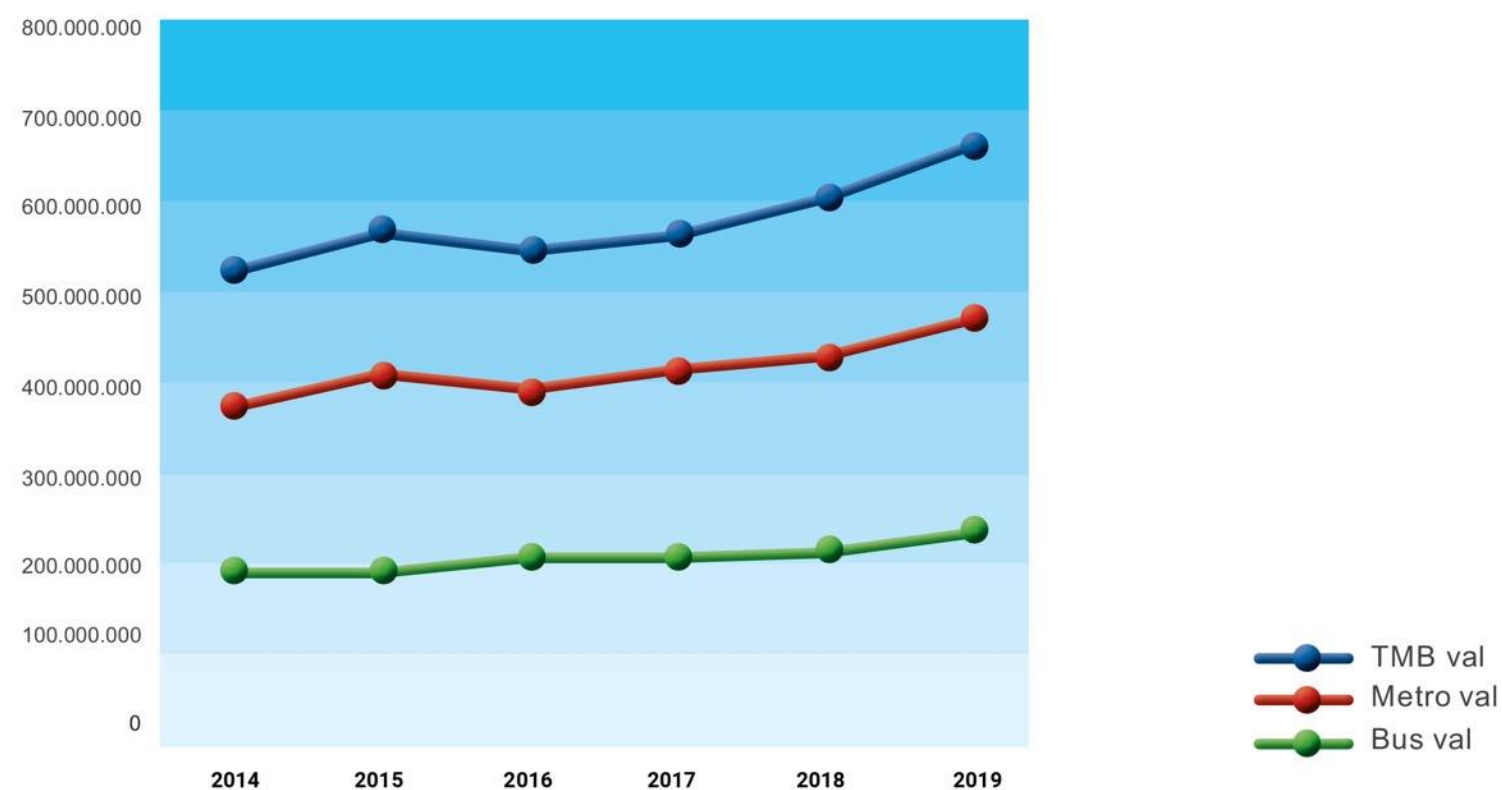


Distribución de viajes por operadores
Datos TransMet 2019 (ATM)

Récords históricos de las redes de TMB en 2019

Evolución de la demanda

Años 2002-2019

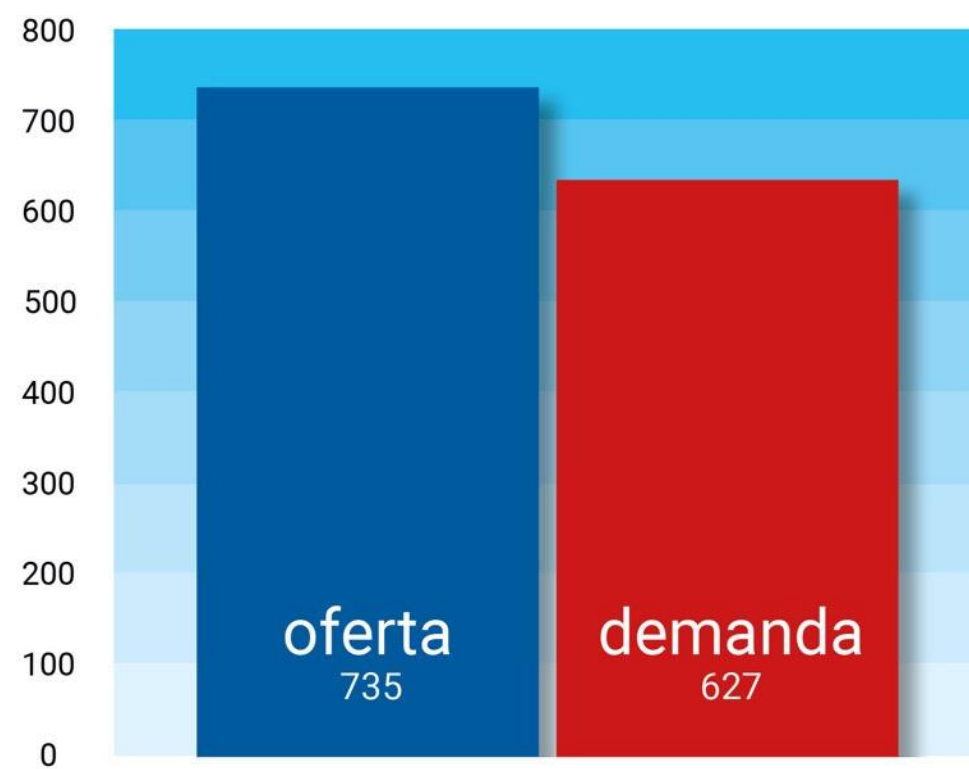


El transporte público del área de Barcelona cerró el año 2019 con 1.056 millones de viajes, de los cuales 627 correspondieron a TMB

Escenario de oferta y demanda en TMB

Anterior a la crisis

Millones de viajes



Un inicio de año con buenas perspectivas

Datos TMB febrero 2020 (récord histórico)

	Viajeros
Metro	1,4 millones
Bus	0,7 millones
Total TMB	2,1 millones

- **Cifra récord** de viajeros transportados en transporte público en general y de TMB en concreto.
- Transporte público (TMB), eje de **la movilidad motorizada**.
- Medidas para potenciar **la movilidad sostenible** (medidas de lucha contra la contaminación y el cambio climático, entrada en funcionamiento de la ZBE, etc.).



2.2.- La movilidad durante la crisis



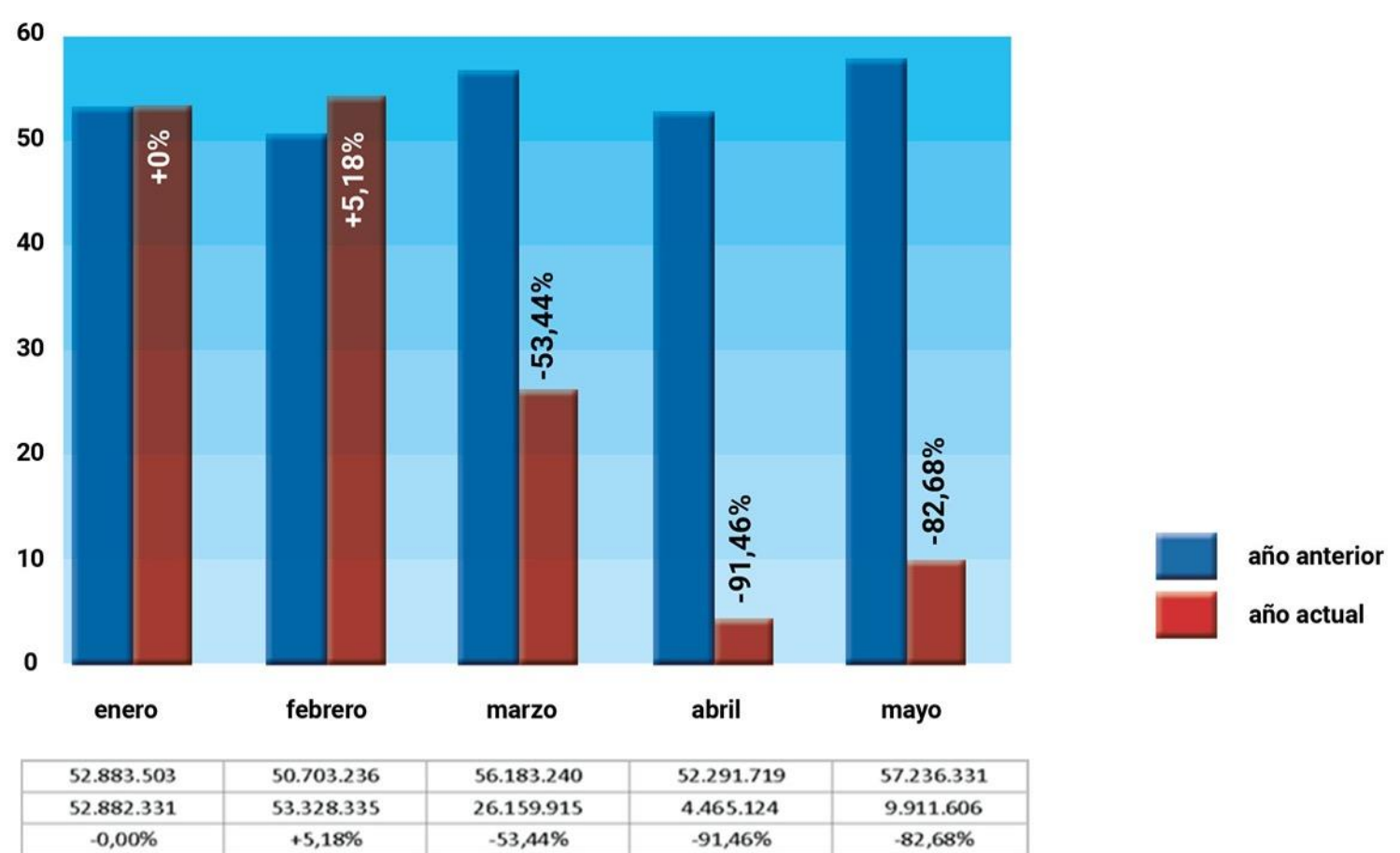
Caída de la demanda

Evolución de la demanda

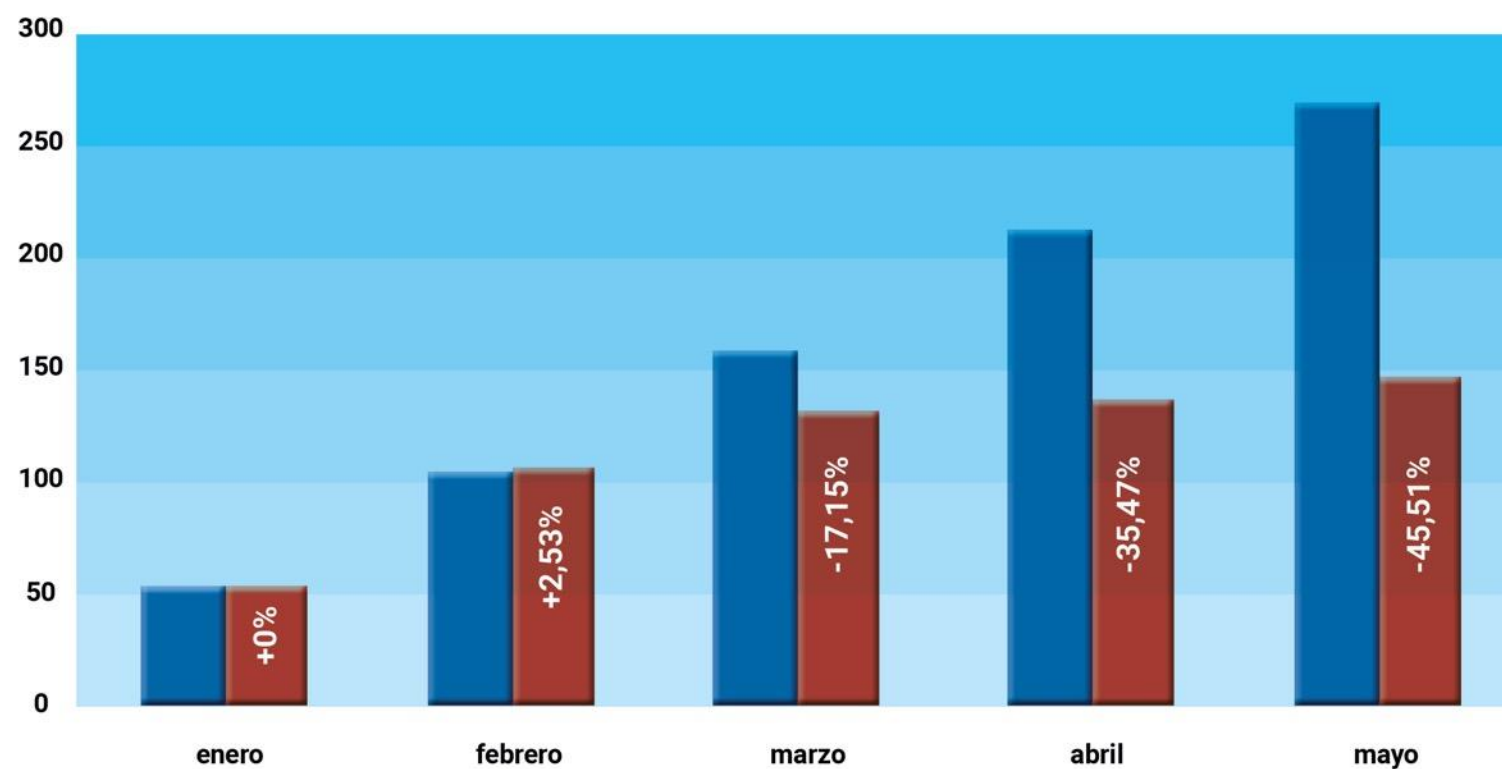
Años 2014-2020



Datos de demanda TMB: Validaciones mensuales reales



Datos de demanda TMB: Validaciones mensuales acumuladas reales



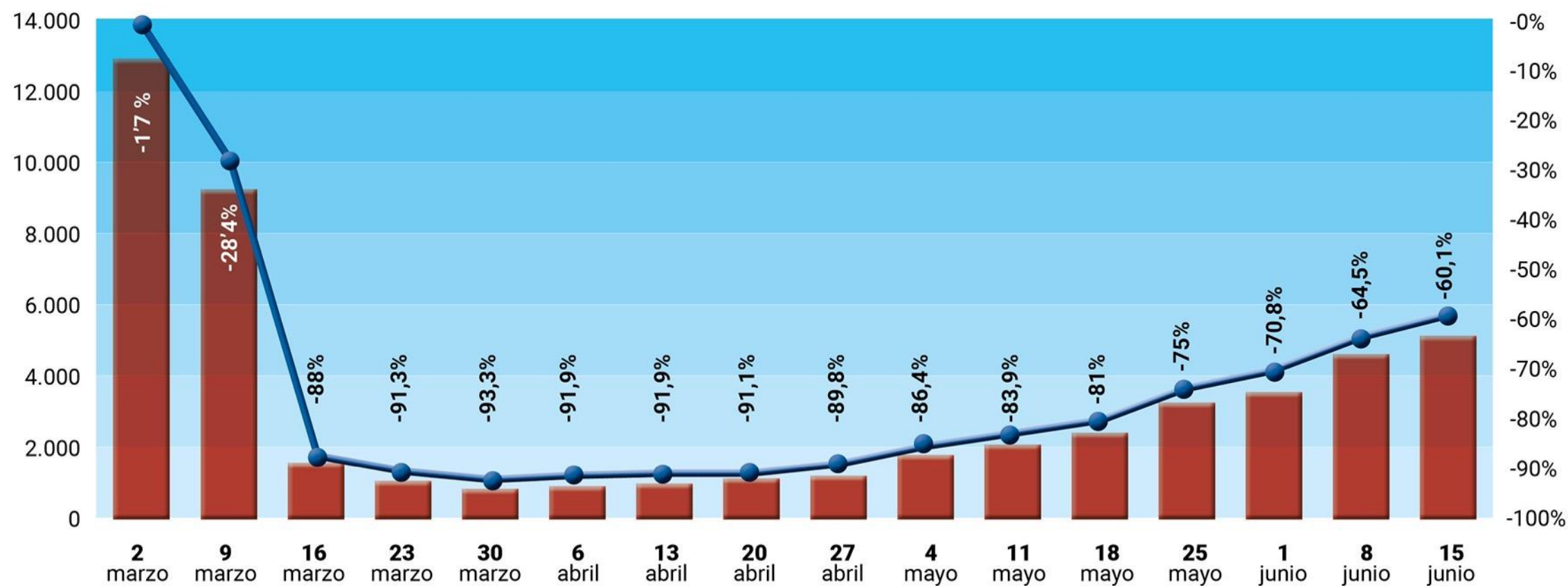
52.883.503	103.586.739	159.769.979	212.061.698	269.298.029
52.882.331	106.210.666	132.370.581	136.835.705	146.747.311
-0,00%	+2,53%	-17,15%	-35,47%	-45,51%

 año anterior
 año actual

TMB: Evolución semanal y comparación con la semana equivalente del año anterior

% variación respecto semana equivalente

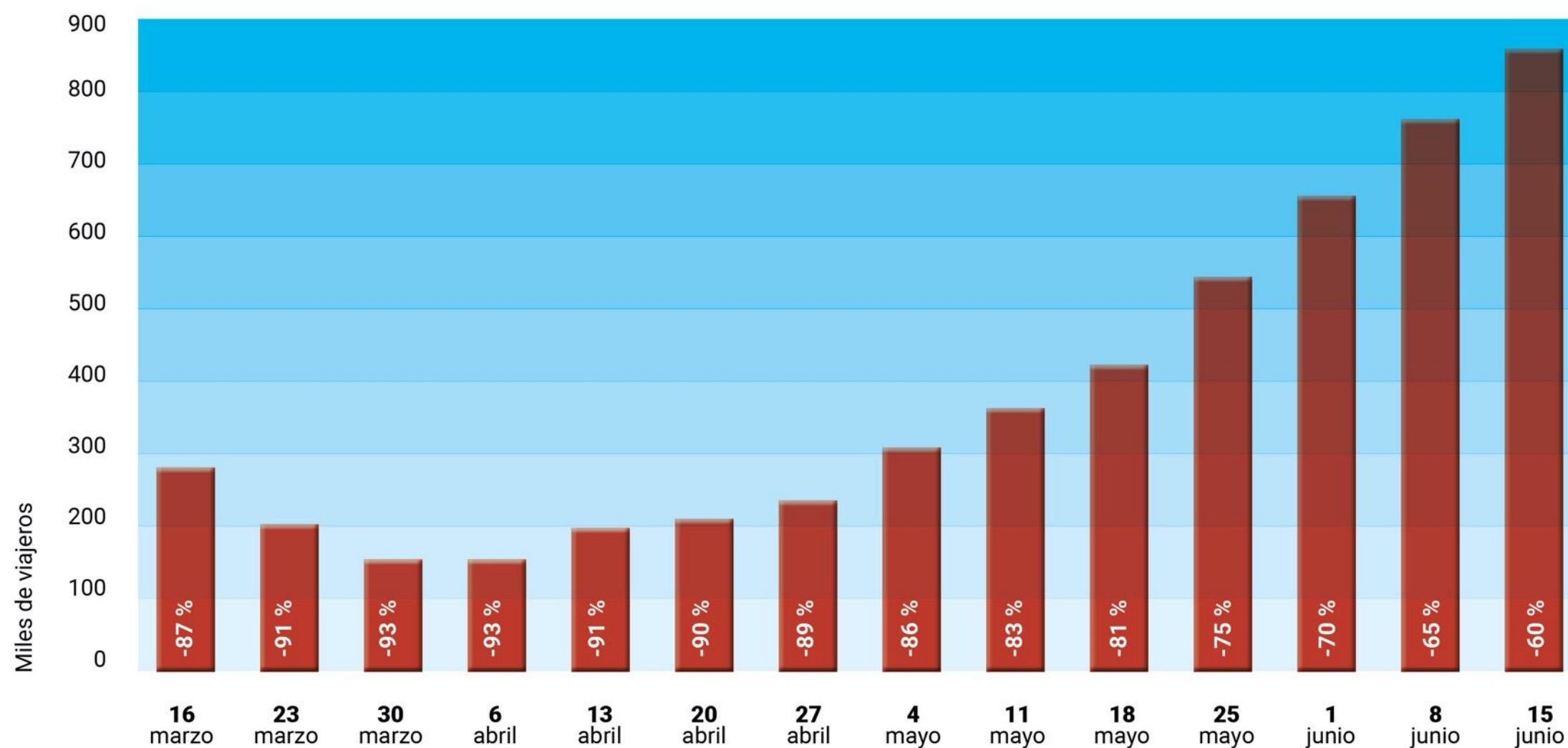
Miles de viajeros



Evolución semanal de la demanda en TMB en días laborables desde el estado de alarma

TMB: Promedio semanal de días laborables

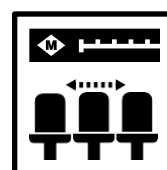
Impreso en las barras se muestra la variación del día respecto al promedio de febrero de 2020



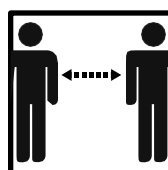
Limitaciones por el coronavirus



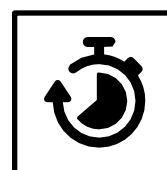
Limitación de la ocupación del 33% de la superficie de los vehículos



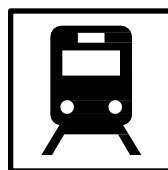
Obligación de mantener una oferta de transporte público adaptada a la contingencia para garantizar las distancias de seguridad



Distancia de seguridad (1,5 – 2 metros)



Refuerzos en horas punta



Disuasión de moverse, excepto servicios esenciales, que deben garantizarse con una oferta de transporte público adaptada



Desequilibrio económico y coste del sistema

Evolución de la movilidad en Barcelona

Evolución de la estimación del número de desplazamientos según el modo de transporte



2.3.- El nuevo escenario de la movilidad



Disminución de la movilidad

Es previsible una disminución de la movilidad, en función de varios factores

Crisis económica	-3,5%	-6,0%	-10%
Incremento del teletrabajo	-2,0%	-6,0%	-10%
Disminución de la movilidad	-5,5%	-12,0%	-20%
Pérdida TMB viajeros (millones)	34,3	74,8	130,9

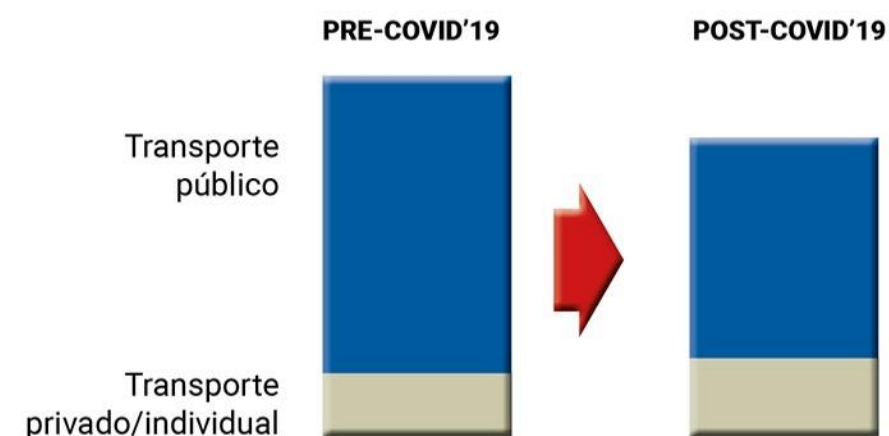
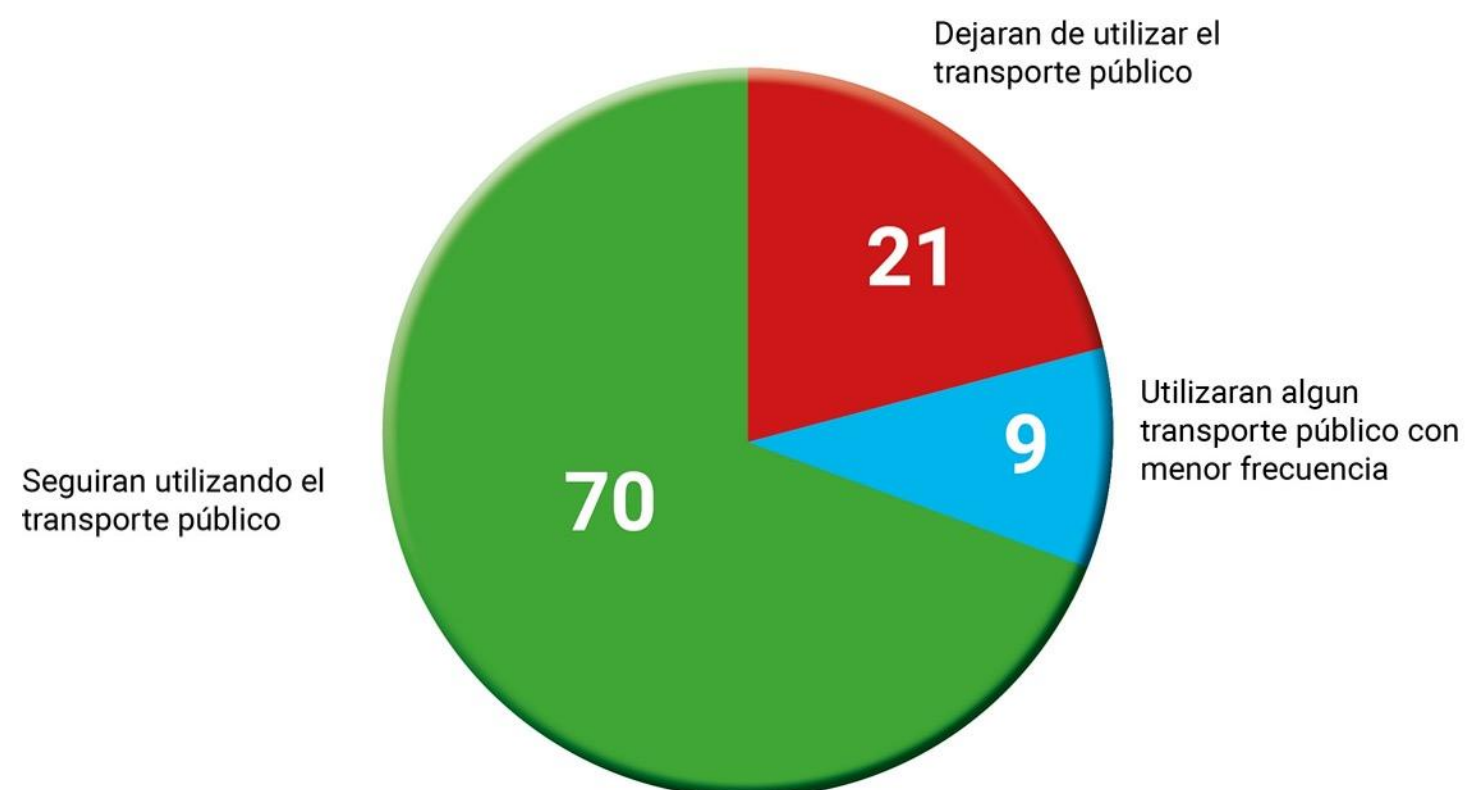
Factores (probabilidad de intervalos de afectación):

- Crisis económica: valores de reducción de la demanda entre 2008 y 2010 (crisis económica años 2000).
- Incremento del teletrabajo: previsión entre -2% y -10%.
- Disminución de la movilidad: previsión entre el -5,5% y el -20%.
- Pérdida de viajeros: estimación entre 34,3 y 130,9 millones de viajeros anuales con el funcionamiento de la ZBE, etc.

Recuperación de los hábitos de movilidad antes de la crisis (1)

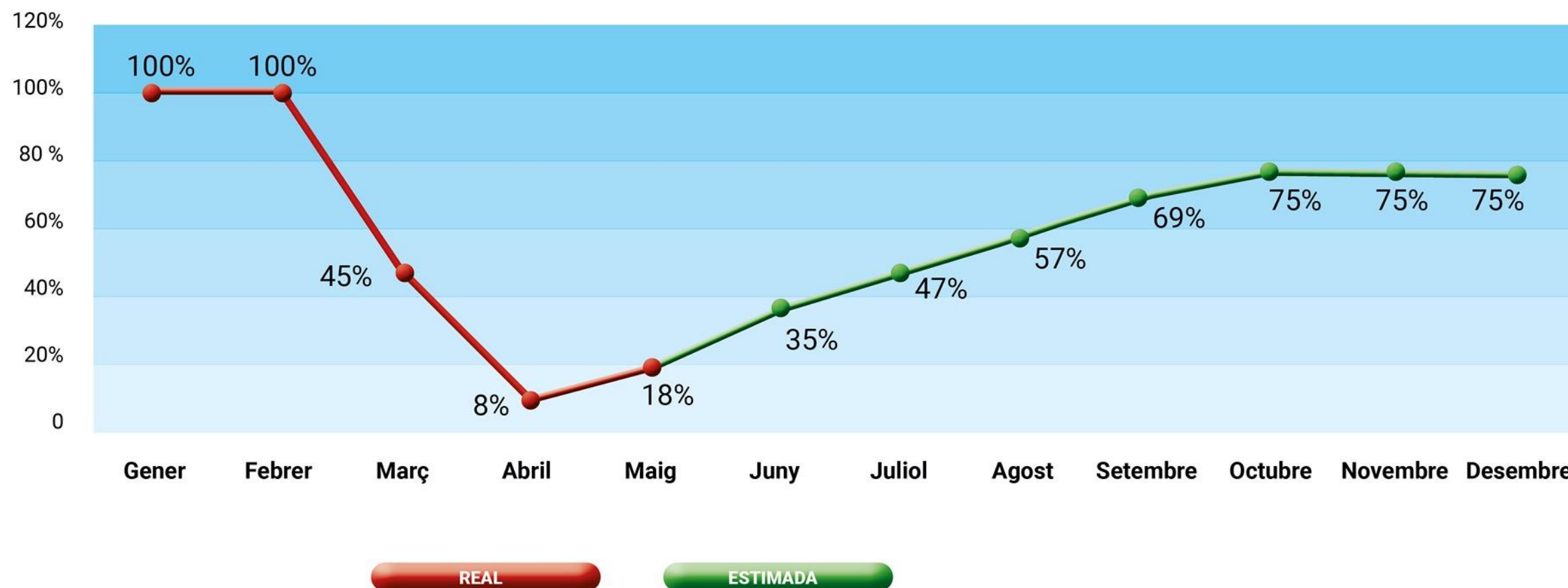
Encuesta ATM

El cambio de la demanda puede producirse tanto por motivos de “no utilización del transporte público” como por una menor frecuencia de uso.



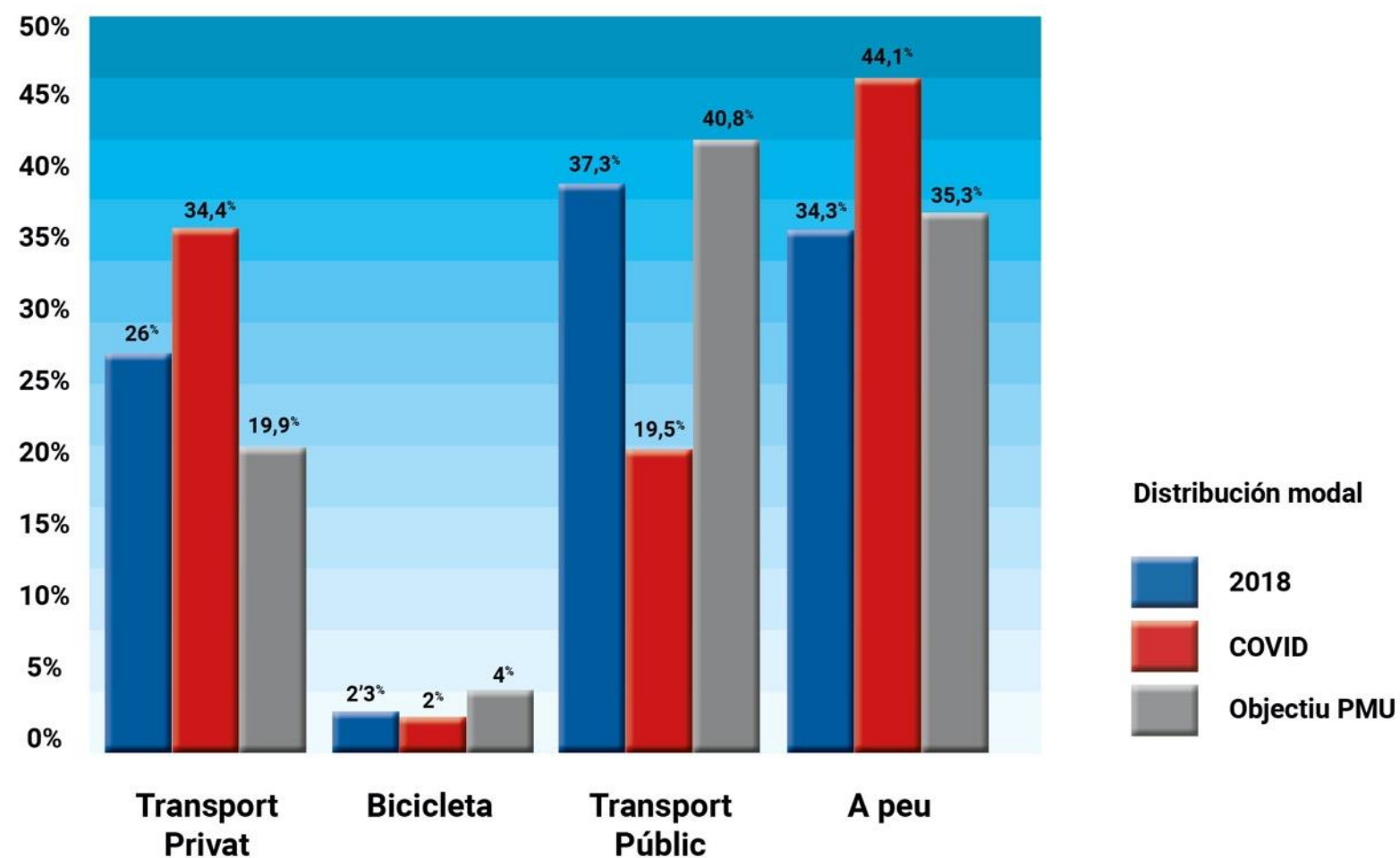
Previsión de viajes en las redes de TMB sobre los previstos durante 2020

% DEMANDA ESTIMADA SOBRE PRESUPUESTO 2020
(GENER-MAIG: REAL; JUNY-DECEMBRE: ESTIMADA)



El transporte público en Barcelona antes y después

Cambio en el reparto modal de la movilidad de Barcelona y previsión de recuperación del nuevo plan de acción del Ayuntamiento



3.- TMB ante la nueva normalidad



Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos

Una nueva normalidad

- El transporte público sigue siendo fundamental para una movilidad sostenible.
- Hemos recuperado rápidamente toda la oferta anterior a la crisis: **en metro y en bus ya estamos al 100%**
- En cuanto a demanda, la previsión es que a principios de julio habremos **recuperado un millón de nuestros viajes**
- La demanda actual se sitúa en un **-60%**
- El cambio de hábitos influye en la movilidad.
- Tardaremos mucho tiempo (quizá dos años) en recuperar la demanda anterior a la crisis.
- La caída de la demanda y las obligaciones para garantizar la movilidad durante la crisis y la nueva normalidad provocan un **desequilibrio económico y una acuciante necesidad de financiación.**



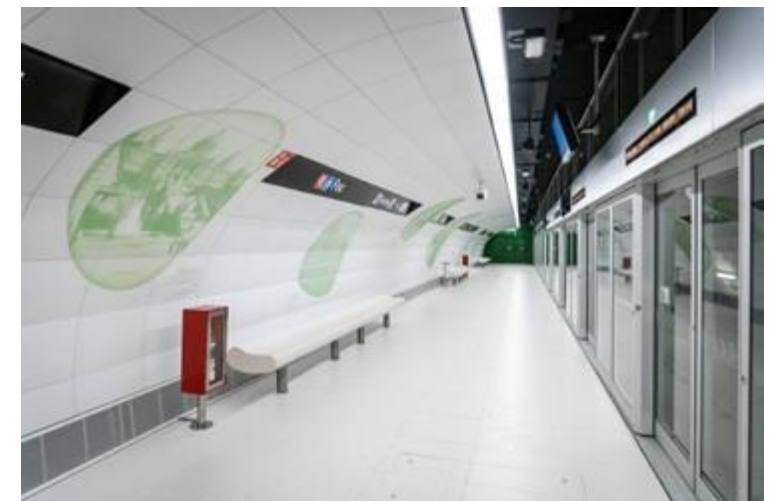


Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos

Hacia una movilidad sostenible...

Si queremos mantener nuestro papel como eje vertebrador de la movilidad urbana:

- Incrementar la **inversión en infraestructura** (Línea 9, cochera verde de Zona franca...) y **la apuesta por el transporte público** (material móvil más eficiente y sostenible).
- Trabajar con las administraciones **medidas de mejora del espacio urbano** para aumentar la eficacia del transporte público (**carriles bus**, prioridad semafórica...).
- Continuar **con la estrategia de mejora ambiental** relacionada con el uso del transporte público.
- Seguimiento de la ocupación de nuestras redes para **mejorar la capacidad de respuesta**.





Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos

Con seguridad y confianza...

Mensajes de la nueva campaña

Utilizando con responsabilidad el metro y el bus, recuperaremos la confianza, mantendremos los niveles de contaminación bajos y volveremos a sentir el latido de la ciudad.

Tu actitud responsable siguiendo las normas y recomendaciones sanitarias, te protege a ti y nos protege a todos

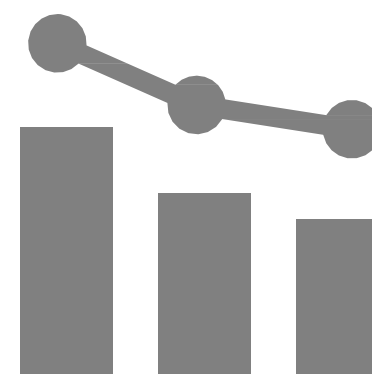
Aplicamos medidas especiales de prevención de contagios, entre ellas la limpieza y desinfección diarias.

El metro y el bus siguen siendo los medios de transporte más limpios y eficientes para moverte.

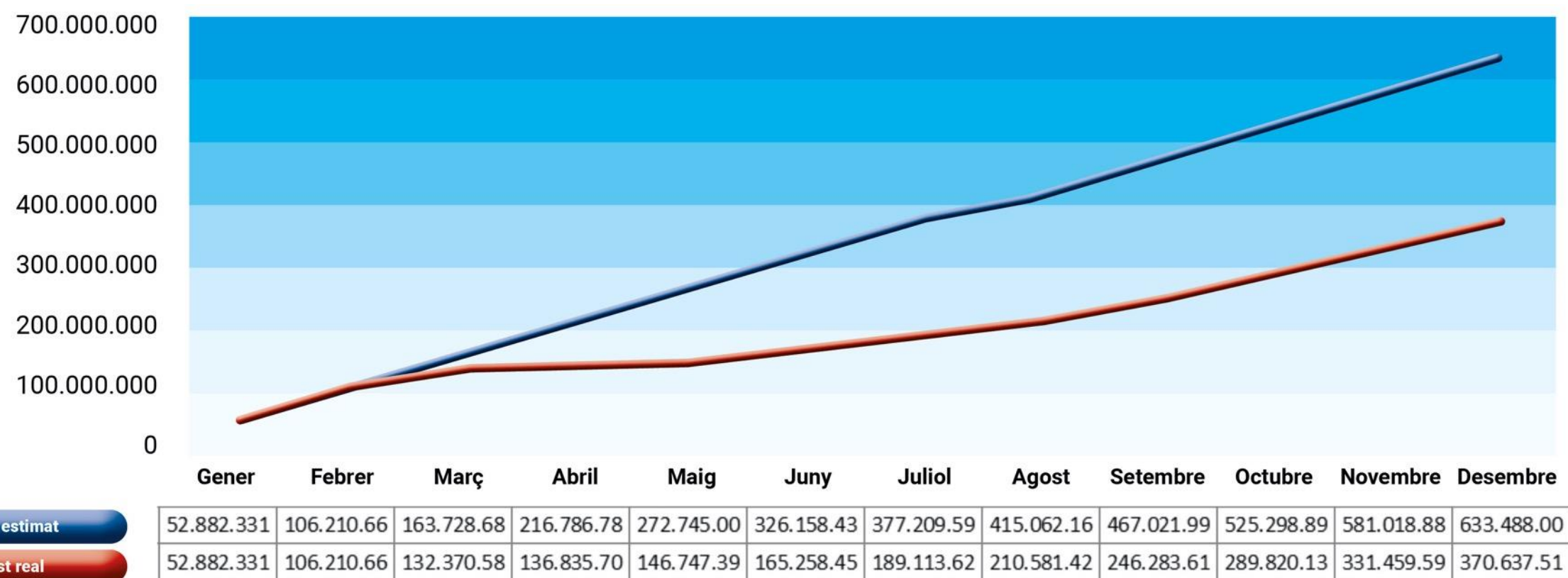


Efectos económicos de la pandemia

- Durante la crisis sanitaria, las redes sociales de TMB han estado proporcionando una oferta adecuada de movilidad a los ciudadanos que necesitaban desplazarse para cumplir servicios esenciales.
- Los **efectos económicos** que la pandemia ha generado en el transporte colectivo son devastadores por la drástica reducción de pasajeros, que ha llegado a porcentajes superiores al 90%.
- Hemos mantenido un **alto nivel de oferta** para facilitar la movilidad esencial con la máxima seguridad para los usuarios.
- La incertidumbre de cómo evolucionará el proceso de recuperación del pasaje durante los próximos meses posiciona los operadores en una preocupante situación **económica**.
- TMB está haciendo **un gran esfuerzo de gestión**, minimizando todos los gastos y reteniendo las inversiones que son posible
- Requiere que las instituciones públicas respondan con celeridad y tomen **medidas en relación a sus responsabilidades de financiación del transporte**
- TMB ha necesitado recurrir a un **crédito** para hacer frente a sus **necesidades financieras** durante los próximos meses.

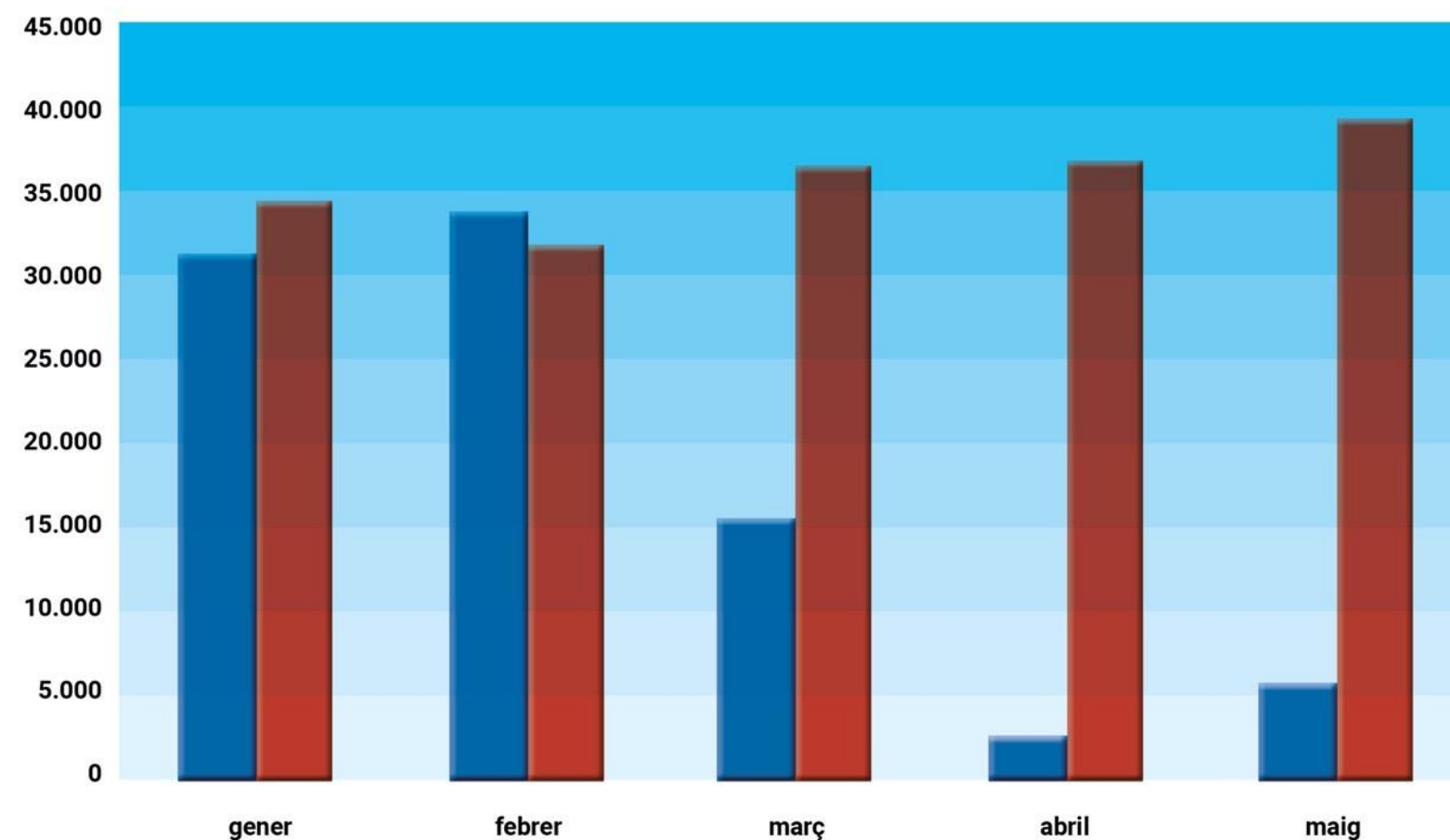


Previsión de demanda estimada acumulada en relación a presupuesto



Datos de demanda. Recaudación TMB

Valores en miles



Real 2020	31.228	33.646	15.344	2.460	5.685
Any Anterior	34.394	31.739	36.324	36.683	39.312



Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos

Compromiso para la recuperación del transporte público

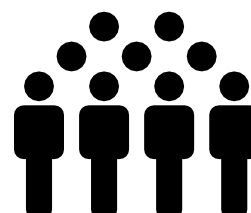
Es necesario un “**Compromiso para la recuperación del transporte público**”
construido con la RESPONSABILIDAD de todos:



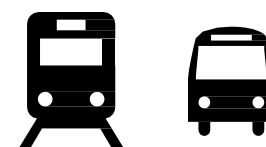
De las
administraciones



De las empresas
y de los sectores
productivos



De la
ciudadanía



De las propias
Compañías
de transporte



Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos

Responsabilidad de las administraciones

- La supervivencia del transporte público es **vital para la propia recuperación económica**.
- El transporte público es un acelerador clave para **la economía, la creación de ocupación, la inclusión social y la sostenibilidad**.
- El transporte público es fundamental para nuestro **medio ambiente** y contribuye a evitar el cambio climático porque **reduce la congestión del tráfico y la contaminación**.
- Las redes de transporte de TMB **ahorran un millón de viajes en coche al día**, 404 millones de kg de CO₂, 1,5 millones de kg NO_x y casi 80.000 Kg de PM cada año.
- El transporte público es un **servicio social** imprescindible porque ofrece la igualdad de oportunidades a todos los ciudadanos.
- El transporte **público crea puestos de trabajo seguros**, que no se pueden deslocalizar en el extranjero. Actualmente, TMB cuenta con una plantilla de 8.200 trabajadores directos, y genera muchos otros tantos puestos de trabajo indirectos.





Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos



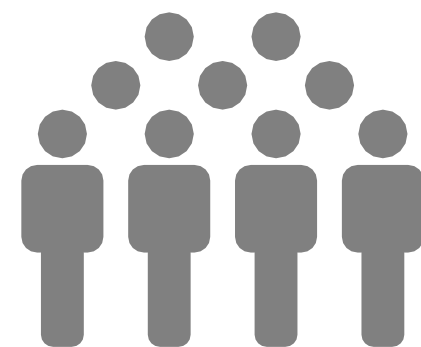
Responsabilidad de las empresas y el sector productivo

- Las empresas y las administraciones han de facilitar la vuelta a la nueva normalidad de sus empleados adoptando medidas adaptadas a esta realidad:
 - Facilitando el **teletrabajo**.
 - Flexibilizando los horarios** de entrada y salida.
- Estas decisiones evitarán las aglomeraciones en las horas punta y permitirán una distribución más equilibrada de los viajeros.





Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos



Responsabilidad de la ciudadanía

- La nueva normalidad comporta una **nueva manera de viajar en transporte público.**
- Los viajeros han de seguir las normas y **recomendaciones de buenas prácticas** que se dan, tanto de higiene y salud como de planificación del viaje, evitando las horas de máxima afluencia de personas.
- Es imprescindible que se perciba el transporte público como un espacio seguro para que vuelva a ser la **opción preferida de los ciudadanos.**
- El transporte público **mejora la calidad** del aire que respiramos e incide directamente sobre nuestra **salud y calidad de vida.**





Responsabilidad de TMB

- Puesta en servicio del 100% de la oferta** en las redes de metro y bus.
- Incremento de **la información de servicio**:
 - Indicadores de los niveles de ocupación para **planificar mejor el desplazamiento** (un aplicativo informa de la ocupación media estimada por línea, sentido, estación y franja horaria en metro y por línea, sentido y franja horaria en bus).
 - Datos en tiempo real** del servicio (información a través de todos los canales propios (megafonía, paneles informativos, canal MouTV, web corporativa, redes sociales, etc.).
 - Dispositivo de personal para acompañar al viajero** (facilitar el flujo de personas, control uso de metro y bus, información sobre buenas prácticas...).
- Higiene y desinfección en las redes, en vehículos y en espacios y con especial atención en **las áreas de contacto**.
- Renovación** del aire (sistemas de ventilación).
- Instalación de **mamparas en los autobuses** para mantener la separación de los conductores.
- Instalación **dispensadores de gel hidroalcohólico** gratuito en las principales estaciones de metro.
- Implantación **billete sencillo mediante aplicación móvil en los autobuses**.



Asociación Latinoamericana de Metros y Subterráneos



Pubilla Cases				☆
Collblanc				☆
Badal				☆
Plaça de Sants				☆
Sants Estació				☆
Entença				☆
Hospital Clínic				☆
Diagonal				☆

**El transporte público sigue
siendo fundamental...**
Es el momento de apostar
por una movilidad sostenible

Santi Torres

Director de Comunicación y Relaciones Institucionales de TMB
storress@tmb.cat

29 de junio de 2020