

RE-IMAGINEMOS  
EL TRANSPORTE  
URBANO SOBRE RIELES  
POST PANDEMIA

# Recuperación de la demanda: el papel de las empresas



# Impacto de la CV-19

## Transporte público

Enero						
L	M	M	J	V	S	D
1		1	2	3	4	5
2	6	7	8	9	10	11
3	13	14	15	16	17	18
4	20	21	22	23	24	25
5	27	28	29	30	31	

Febrero						
L	M	M	J	V	S	D
5				1	2	
6	3	4	5	6	7	8
7	10	11	12	13	14	15
8	17	18	19	20	21	22
9	24	25	26	27	28	29

Marzo						
L	M	M	J	V	S	D
9						1
10	2	3	4	5	6	7
11	9	10	11	12	13	14
12	16	17	18	19	20	21
13	23	24	25	26	27	28
14	30	31				

Abril						
L	M	M	J	V	S	D
14		1	2	3	4	5
15	6	7	8	9	10	11
16	13	14	15	16	17	18
17	20	21	22	23	24	25
18	27	28	29	30		

Mayo						
L	M	M	J	V	S	D
18		1		2	3	
19	4	5	6	7	8	9
20	11	12	13	14	15	16
21	18	19	20	21	22	23
22	25	26	27	28	29	30

Junio						
L	M	M	J	V	S	D
23	1	2	3	4	5	6
24	8	9	10	11	12	13
25	15	16	17	18	19	20
26	22	23	24	25	26	27
27	29	30				

Julio						
L	M	M	J	V	S	D
27		1	2	3	4	5
28	6	7	8	9	10	11
29	13	14	15	16	17	18
30	20	21	22	23	24	25
31	27	28	29	30	31	

Agosto						
L	M	M	J	V	S	D
31				1	2	
32	3	4	5	6	7	8
33	10	11	12	13	14	15
34	17	18	19	20	21	22
35	24	25	26	27	28	29
36	31					

Septiembre						
L	M	M	J	V	S	D
36		1	2	3	4	5
37	7	8	9	10	11	12
38	14	15	16	17	18	19
39	21	22	23	24	25	26
40	28	29	30			

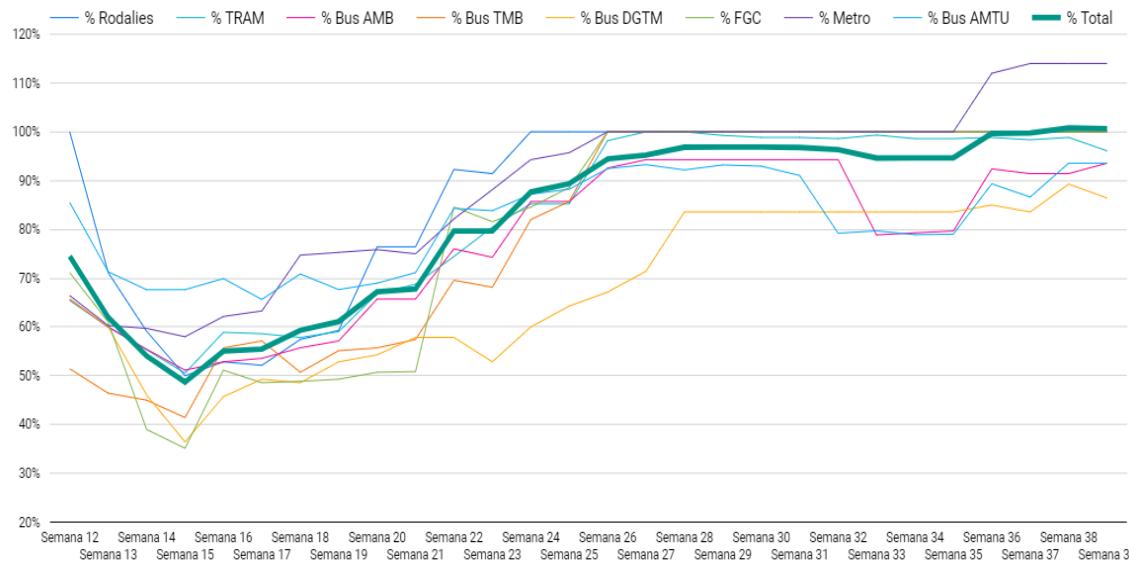
Octubre						
L	M	M	J	V	S	D
40		1	2	3	4	
41	5	6	7	8	9	10
42	12	13	14	15	16	17
43	19	20	21	22	23	24
44	26	27	28	29	30	31

Noviembre						
L	M	M	J	V	S	D
44				1		
45	2	3	4	5	6	7
46	9	10	11	12	13	14
47	16	17	18	19	20	21
48	23	24	25	26	27	28
49	30					

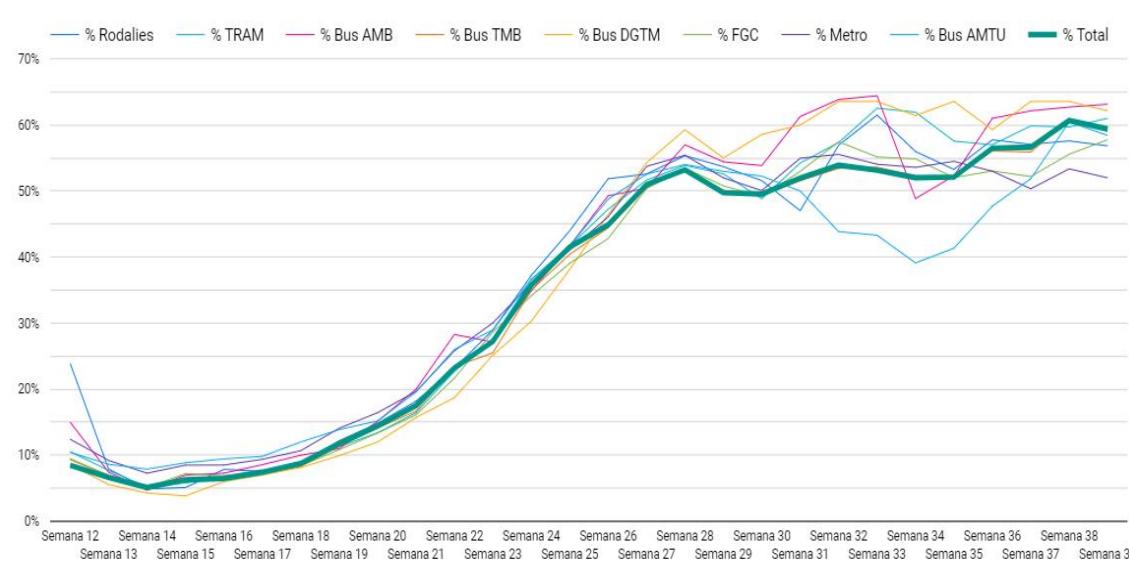
Diciembre						
L	M	M	J	V	S	D
49		1	2	3	4	5
50	7	8	9	10	11	12
51	14	15	16	17	18	19
52	21	22	23	24	25	26
53	28	29	30	31		

Octubre: repunte importante de contagios

## Oferta de transporte público



## Demanda de viajeros



# Impacto de la CV-19 Transporte público

Reducción de la demanda muy rápida al inicio de la situación de emergencia ( $\approx 10\%$ )

La demanda ha crecido hasta situarse actualmente entre el 50%-60% (en el vehículo privado se registra una recuperación del 90%) mientras que la oferta aproximadamente es del 100%.

# ¿Qué queríamos **conocer**?

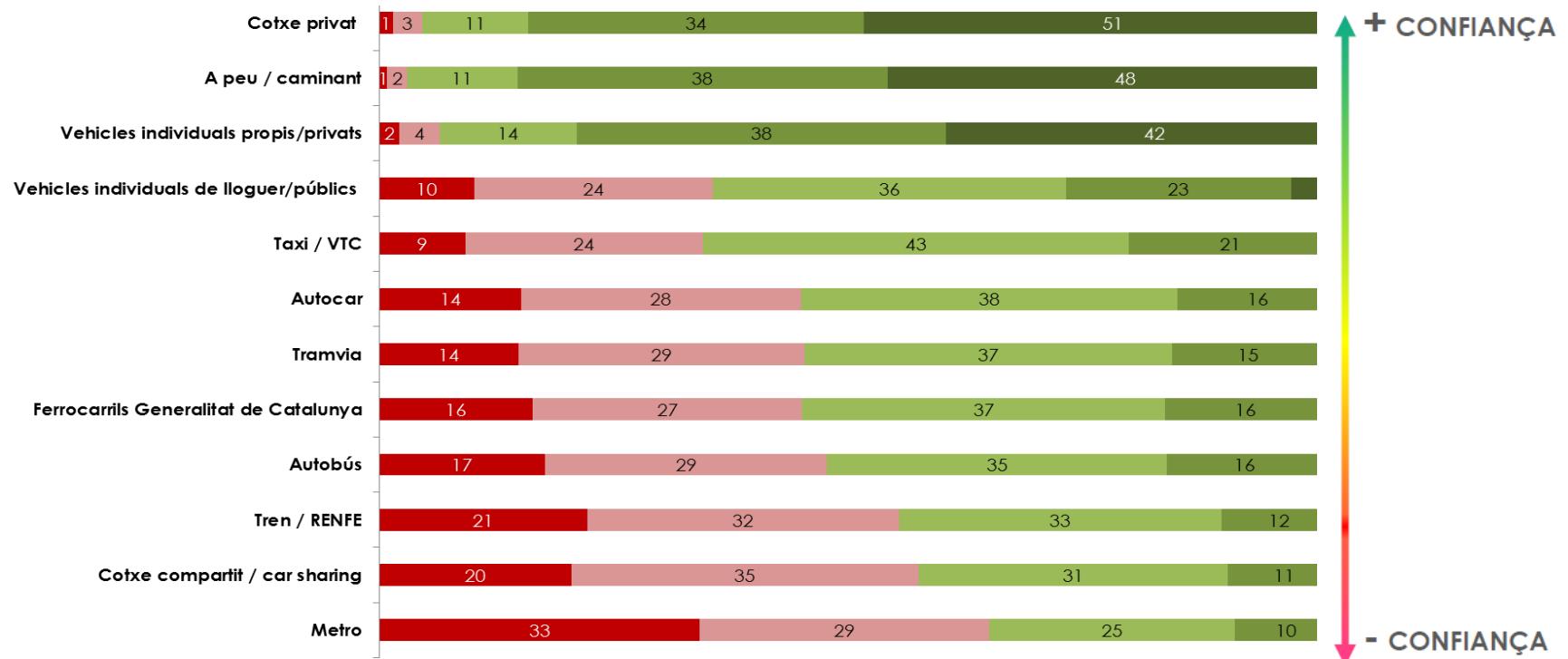


## Cambio de hábitos

El 20% dejará de utilizar el TPC (más elevado en metro e inferior en el bus). El principal motivo es el medio al contagio.

La bicicleta y el vehículo privado son los principales receptores de esta perdida de usuarios

Encuesta cambio de hábitos en el uso del TPC frente la CV-19



# ¿Qué queríamos **conocer**?



## Teletrabajo

Incremento del teletrabajo

Del 5% al 25%



## Acciones solicitadas

Incremento limpieza y  
desinfección

Uso obligatorio de la mascarilla

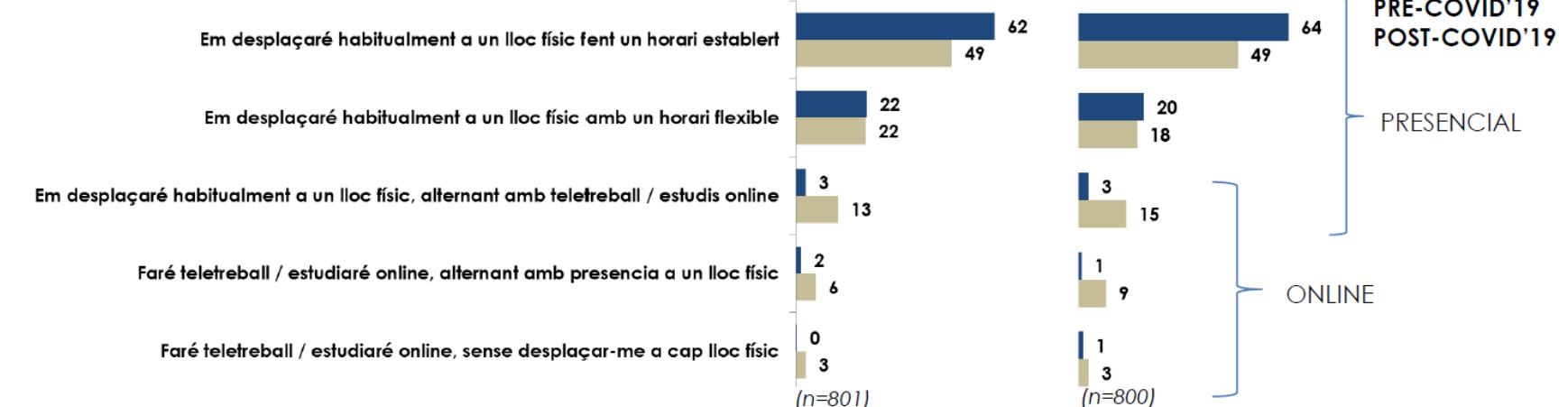
### Encuesta cambio de hábitos en el uso del TPC frente la CV-19

#### Onada 1

	PRE-COVID'19	POST-COVID'19
PRESENCIAL	87%	84%
ONLINE	5%	22%

#### Onada 2

	PRE-COVID'19	POST-COVID'19
PRESENCIAL	88%	82%
ONLINE	5%	27%



P.19 I en el moment que s'aixequi el confinament i es recuperi la "nova normalitat" en la tornada a la feina, els estudis o acompañaments, pensant cap al mes de Octubre, tens alguna certesa sobre quina serà la teva gestió horària de la teva feina, estudis o acompañament respecte a com era abans de la crisi Covid-19?

# El papel de las **empresas**



Gestionar la movilidad de las empresas



Desestresar el sistema de movilidad (especialmente el TPC)



Minimizar la demanda en hora punta



Potenciar la movilidad activa y saludable



Evitamos las horas punta



## El papel de las empresas

- » Aplicativo web: <https://mobilitatcorresponsable.cat/>
- » Formularios diferentes para empresas y equipamientos /centros comerciales

El formulario permite:

- » Identificar los aspectos más relevantes de la movilidad de la empresa
- » Determinar las actuaciones básicas a implementar para gestionar la movilidad de la CV-19
- » Manifestar el compromiso de la empresa para implementar diferentes actuaciones



# El papel de las empresas

Las actuaciones que propone el aplicativo están ajustadas a las características de cada empresa. Principalmente se relacionan con:

- » Fomentar el teletrabajo entre la plantilla / usuarios, flexibilizar las horas de entrada/salida al centro de trabajo.
- » Potenciar las videoconferencias (internas y externas).
- » Gestionar los horarios y turnos de trabajo, minimizando las horas punta y laminando las visitas.
- » Promover la movilidad activa y habilitar espacios temporales para el parking de bicicletas, vestuarios, etc.
- » Promover el transporte público, transporte discrecional o promover el coche compartido.

# El papel de las **empresas**



- » 52 empresas han utilizado del aplicativo
- » 27 han manifestado el compromiso de implementar acciones
- » Las principales actuaciones comprometidas son: teletrabajo y herramientas TIC, ampliar la flexibilidad horaria y aplicación o difusión del ticket transporte
- » Recientemente se ha realizado una encuesta a 300 empresas para conocer las medidas de movilidad implementadas durante la crisis de la CV-19, las necesidades de servicio/ayudas a la movilidad de las empresas, y el conocimiento sobre los planes de movilidad corresponsable.

RE-IMAGINEMOS  
EL TRANSPORTE  
URBANO SOBRE RIELES  
POST PANDEMIA

Gracias

 CONGRESO ANUAL Y  
ASAMBLEA GENERAL



Alamys | Uniendo  
Destinos