



Boletín informativo

Boletín 2 - Julio 2001



PETRA: Hacia la modernización del sector de transporte de mercancías por carretera



S U M A R I O

PETRA

Boletín 2 - Julio 2001

Presentación

Editorial	3
-----------------	---

Artículos

Plan de Actuación del transporte de mercancías por carretera (PETRA)

Estructura Empresarial	5
Formación	10
Nuevas tecnologías	13
Imagen, buenas prácticas, información	15
Logística y comercialización	16
Ordenación y normativa	18
Actuaciones socio-laborales	20
Infraestructura e intermodalidad	22
Expansión exterior	25
Medidas medioambientales	28
Conclusiones finales	29

Editorial

Líneas básicas a considerar en el futuro Plan Estratégico

En este número 2 del Boletín Petra vamos a pasar a realizar un breve diagnóstico de las líneas básicas de actuación para el desarrollo del Plan Estratégico del Sector de Transporte de Mercancías por Carretera. Comentamos a continuación, a modo de breve introducción, cuales han sido estas líneas.

- ❑ *Estructura Empresarial.* La mejora en el tamaño de las empresas permitiría realizar las inversiones necesarias y mejorar la posición en los canales comerciales ante una demanda de mayor eficiencia y calidad por parte de los clientes.
- ❑ *Formación.* Formación empresarial. Cobran cada vez más importancia las políticas de acceso a la profesión, capacitación y formación de los trabajadores en la doble vertiente:
 - ✓ Trabajadores
 - ✓ Empresarios
- ❑ *Nuevas tecnologías.* Otra de las cuestiones determinantes en el futuro del sector es el uso de la tecnología, especialmente en el área de transmisión de la

información, gestión de flotas, integración con operadores logísticos. El control informático de las mercancías en todas las fases de la cadena logística es cada vez más exhaustivo y repercutirá directamente en la consecución de mejores técnicas de aprovisionamiento.

- ❑ *Imagen, Buenas Prácticas, Información.* La elaboración de un código de buenas prácticas mercantiles, la mejora de la imagen social del sector y de sus profesionales mediante campañas informativas y el desarrollo de los canales de información y comunicación son elementos clave en la presentación del transporte como un sector competitivo y moderno.
- ❑ *Logística y comercialización.* El desarrollo de redes de comercialización es fundamental para optimizar los servicios optimizado con reducción de los costes de fricción. El desarrollo de estas redes permitirá la prestación global del servicio, incrementando la calidad, produciendo economías de escala y aprovechando las nuevas tecnologías.
- ❑ *Ordenación del sector.* Actuación administrativa. Marco jurídico. Es importante, en este aspecto, establecer el cauce adecuado que dé al sector transparencia y corresponsabilidad, marcando los hitos de desarrollo de una auténtica economía de mercado.



Editorial

- ❑ *Actuaciones socio-laborales:* Jornada de trabajo, Salarios, Riesgos laborales y Estabilidad en el empleo, tiempos de conducción y descanso, competencia desleal. El sector del transporte de mercancías por carretera se caracteriza por una situación muy particular desde el punto de vista laboral. La existencia de multitud de transportistas autónomos incide directamente sobre la estructura empresarial.
- ❑ *Infraestructuras e intermodalidad.* El desarrollo de redes de transporte que respondan a las necesidades de movilidad de mercancías de una manera integral, facilitando la interconexión entre cada uno de los modos de transporte es otro de los elementos clave en el desarrollo del sector. Se prevé un fuerte avance de la intermodalidad en los próximos años hasta configurar una red de «segunda generación».
- ❑ *Expansión exterior.* A escala europea, asistimos a la consolidación de diferentes grupos logísticos paneuropeos que apuntan hacia un futuro mercado dominado por varios de estos grupos. La integración se produce, principalmente, como consecuencia de la reacción de los operadores logísticos a tres factores del entorno:
 - ✓ La globalización y la internacionalización.
 - ✓ La demanda de servicios integrales por parte del cliente.
 - ✓ Las nuevas fórmulas de comercialización a través de Internet.
- ❑ *Mejoras medioambientales.* Los costes indirectos generados por el transporte (contaminación acústica, polución, siniestralidad, etc.) son fáciles de observar pero difíciles de cuantificar. El Libro Verde de la Comisión Europea ha estimado el total de los costes externos en un 4,1% del PIB. La internalización de estos costes es un objetivo fundamental planteado por la Comisión Europea. La sociedad es cada día más sensible a estos problemas medioambientales.

Estructura empresarial

Descripción

En España, el sector del transporte de mercancías por carretera se caracteriza por una alta concentración de la facturación en los principales grupos empresariales, que contrasta con el elevadísimo número de empresas que operan en él. En Europa empiezan a formarse poderosos grupos logísticos que se adaptan a las exigencias de la demanda (aumento de los servicios de valor añadido, acceso al correo electrónico, distribución y conectividad global), ofreciendo un servicio integral a sus clientes, también afectados por la globalización. Para mantenerse competitivos en el sector será necesario:

- ✓ Buscar economías de escala
 - ✓ Inversiones en capital fijo
 - ✓ Expansión exterior y globalización
 - ✓ Inversiones en capital humano (formación)
 - ✓ Inversiones en tecnología
- } **CONCENTRACIÓN**

El riesgo de que el sector de transporte, especialmente el transporte por carretera, se convierta en un «segmento de tracción» y que como tal pase a ser el menos rentable, menos cualificado y menos atractivo de la cadena

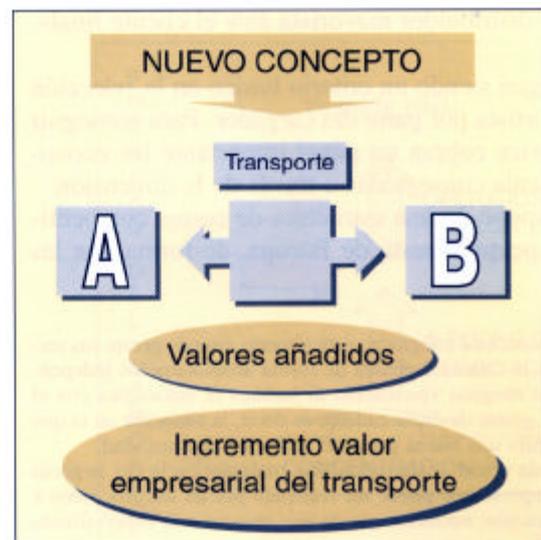
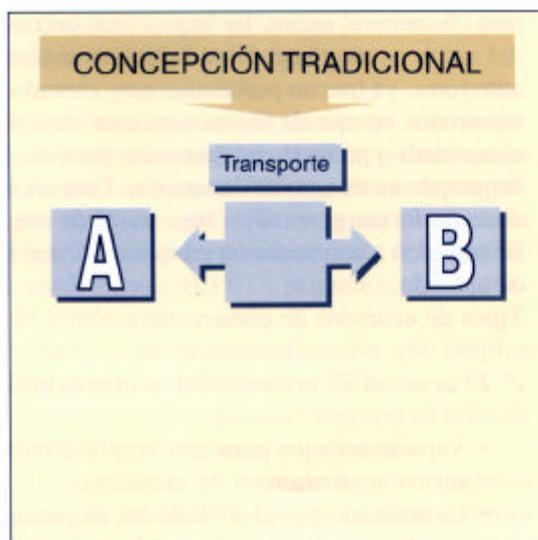
logística, es un riesgo real. Si los transportistas no se transforman en operadores logísticos, el operador logístico terminará controlando a la empresa de transporte. Las condiciones para que el transporte recupere su rentabilidad, seguridad y cualificación deben ser ejercidas a partir de estructuras capaces de atender a todas las actividades asociadas a la gestión de flujos. Para ello se abre la posibilidad de que acudan inversores privados que inyecten el capital necesario para desarrollar estas empresas. Es necesario que las empresas se organicen cada vez más en forma de red, porque el producto final es una combinación de muchos servicios.

Hay una estrategia de concentración, pero existe también una estrategia de acuerdos; hay adquisiciones, pero también alianzas. La forma de concentración actual tiende más a dejar autonomía a la empresa. La mentalidad «dominante» es una mentalidad «financiera» donde la empresa es vista como una «unidad de rentabilidad» en lugar de ser vista como un segmento dentro de un círculo unificado de producción.

En cualquier caso, es importante mantener los centros neurálgicos de las estructuras empresariales en el territorio nacional, ya que esto constituye una fuente de riqueza para el país.

Las claves del éxito del operador logístico se pueden resumir en los siguientes puntos:

- ✓ Rápido acceso al mercado.
- ✓ Uso de tecnologías punta.
- ✓ Grandes bases de clientes.
- ✓ Marketing «uno a uno».



Estructura empresarial

- ✓ Eliminación de los costes derivados de la «no especialización» que se asocian a las empresas integradas verticalmente (1).
- ✓ Se pasa de un sistema de competencia entre empresas de transporte a un sistema de competencia entre grandes operadores logísticos.

Como respuesta a las exigencias de los clientes, el operador logístico debe ofrecer servicios «intangibles» que puedan ser externalizados (2). Para ofrecer estos servicios de valor añadido, el operador logístico necesita adquirir cierta dimensión:

- ✓ **Transporte internacional puerta a puerta.** Mediante adquisiciones o alianzas estratégicas, el operador debe diseñar una red de orígenes y destinos no sólo a escala europea sino que incluya América, Asia y África. Para ello ha de combinar los diferentes modos de transporte (carretera, marítimo, ferrocarril y aéreo) aprovechando las oportunidades que ofrece el actual fomento de la intermodalidad, el quinto modo de transporte.
- ✓ **Gestión de almacenes.** Además de encargarse de la recepción y envío de los productos y de su almacenamiento, desarrollará diferentes operaciones de manipulación de la mercancía (envasado y etiquetado, ensamblaje de componentes, control de calidad, control de inventarios, etc.).
- ✓ **Aprovisionamiento y distribución.** Otras actividades relacionadas son la información sobre precios y tarifas, la administración de pedidos, la facturación, el transporte propiamente dicho, la gestión de aduanas, etc. Llegando a ser el «representante del fabricante o distribuidor mayorista ante el cliente final».

El coste sigue siendo un criterio básico en la selección del transportista por parte del cargador. Para conseguir reducir costes cobran un papel importante las economías de escala conseguidas a través de la dimensión. España dispone de una estructura de costes competitiva con respecto al resto de Europa, de forma que las

partidas más importantes de la estructura de costes (combustible y personal) se sitúan por debajo de los principales países de la Unión Europea.

La ventaja competitiva que existe en los costes de personal no está siendo plenamente aprovechada. El incremento de la productividad del camión mediante las dobles tripulaciones sería una medida factible, si bien únicamente a partir de una cierta dimensión de las empresas.

Antecedentes

El gráfico adjunto muestra el ratio medio de trabajadores por empresa en otros países de la Unión Europea. Para que España se situase en el mismo nivel de su entorno, tendría que reducirse a la mitad el número de empresas que en la actualidad existen.

Empleados por empresa:

España	⇒ 2
Alemania	⇒ 10
Francia	⇒ 9
Países Bajos	⇒ 13

Por otra parte, el análisis del número medio de vehículos por empresa arroja que España, con un ratio de 2,5 vehículos por empresa, se sitúa en el penúltimo puesto de la Unión Europea, muy por debajo del promedio europeo de 6 vehículos por empresa.

Esta situación es consecuencia de la gran importancia que el colectivo de autopatronos (trabajadores autónomos) tiene en el sector. En la práctica, la concentración del sector es muy superior a la que muestran los ratios anteriores, ya que un porcentaje muy elevado de los autopatronos operan de forma continua (acuerdos de exclusividad) o preferencial (acuerdos preferenciales) con las empresas de mayor dimensión. Esta situación produce de forma general un bajo nivel de organización. Se resumen a continuación en qué consisten estos tipos de acuerdo.

Tipos de acuerdos de comercialización:

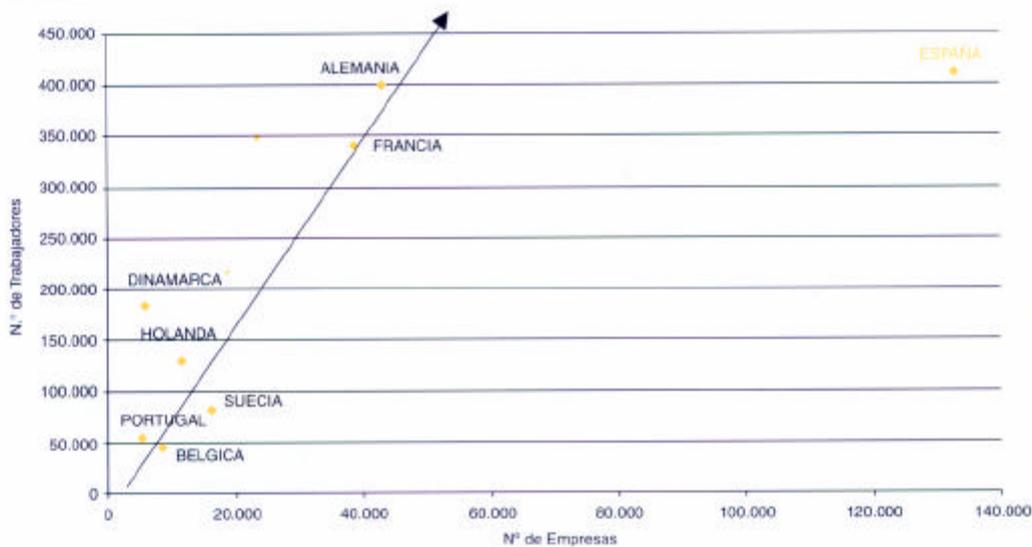
- ✓ *El acuerdo de exclusividad* es el más utilizado:
 - Supone trabajar para una empresa de mayor dimensión en régimen de exclusiva.
 - Es utilizado por el 47% de las empresas, con una incidencia muy superior en los autónomos (57%)

(1) Una empresa está integrada verticalmente cuando presta sus servicios en la cadena logística de forma absolutamente independiente sin ninguna vinculación ni jurídica ni estratégica con el principal gestor de dicha cadena, es decir, la situación en la que se encuentra una buena parte del sector en la actualidad.

(2) Se entiende como «externalizable» cualquier ciclo del negocio de una empresa que puede ser realizado por un tercero, ajeno a la organización, normalmente de una manera más especializada y eficiente.

Estructura empresarial

Trabajadores vs Empresas



* Datos España: Empresas con autorización de transporte público de mercancías.

y empresas de pequeña dimensión (36%), que en las empresas de mediana (14%) y gran dimensión (11,8%).

- El 23,5% de los vehículos desarrollan su actividad bajo acuerdos de exclusividad.
 - Las empresas que trabajan bajo esta fórmula están asegurando el 98,5% de su facturación, minimizando los recorridos en vacío que, como media, suponen el 16% de los retornos.
- ✓ Los *acuerdos preferenciales* consisten en el establecimiento de acuerdos o contratos estables con una serie de clientes, lo que garantiza un elevado porcentaje de la actividad de la empresa.

- El 32% de las empresas de transporte internacional trabajan bajo esta fórmula. Este porcentaje se eleva cuando se trata de los segmentos de empresas de mediana (67,4%) y gran dimensión (75,2%), y desciende cuando se trata del segmento de autónomos (20,3%) y pequeños transportistas (44,5%).
- Es la fórmula de comercialización que emplea mayor número de vehículos: el 52%.
- Este tipo de acuerdos permite asegurar el 80% de la actividad de la empresa, como media.
- Los viajes en vacío se incrementan con respecto al sistema de exclusividad, alcanzando una media del 32% de los retornos, con mayor incidencia en

los autónomos (44%) que en las empresas grandes (17%).

En la actualidad, son tres las estrategias comunes a los grupos empresariales que lideran el sector en Europa. Estas tres estrategias requieren, necesariamente, la adquisición de una dimensión empresarial adecuada:

- Una red internacional de sistemas de comunicación inteligentes que proveen de un flujo rápido de información desde y hacia el cliente.
- Internacionalización. Una red mundial de sucursales/agentes.



Estructura empresarial

- Expansión de la línea de los servicios ofertados. Una amplia gama de servicios que cubran toda la cadena logística.

Ayudas económicas por el abandono de la profesión

En pasados ejercicios, el Ministerio de Fomento abordó diversos planes de ayudas económicas destinadas a fomentar el abandono de la profesión en los transportistas de edad avanzada. Se trata de ayudas destinadas

a fomentar el abandono de la profesión de los transportistas de edad avanzada.

En la Orden Ministerial del 24 de enero de 2001 (BOE 5 de enero de 2001) se definen su cuantía y condiciones de acceso en vigor.

El modelo de franquicia

El modelo de franquicia ofrece una serie de ventajas a la hora de adquirir dimensionamiento frente a los contratos estables entre flotistas y autónomos o gru-

	Operativa mediante contrato estable flotista-transportista	Operativa en régimen de franquicia
Costes a lo largo de la cadena logística.	Los incrementos de costes favorecen al flotista.	Transparencia en costes. Ahorro de los beneficios de los intermediarios.
Imagen homogénea.	No existe una imagen de marca única entre el flotista y sus autónomos o grupos de éstos.	Se crea una imagen de marca común. El franquiciado se beneficia de marca y emblemas acreditados.
Calidad.	No existe un estándar de calidad común al flotista y a los transportistas.	Existe un estándar de calidad común al flotista y a los autónomos.
Economías de escala.	Los autónomos no se benefician de economías de escala en sus compras.	Los autónomos se benefician de economías de escala en sus compras. Obtención de rappels de compra. Existe una reducción de gastos y, por lo tanto, la posibilidad de ofrecer precios más competitivos a los cargadores. Obtención de mejores condiciones en los precios.
Redes de comercialización.	No se optimiza la red de comercialización creada.	Posibilidad de crear y gestionar una red de comunicación completa y coordinada. Optimización de la logística y de la gestión. Mayor control de la distribución.
Asistencia técnica a los franquiciados.	No existe.	Asesoramiento a los autónomos franquiciados en materias de implantación y modernización, financiación, explotación y gestión. El asesoramiento técnico se extiende también a la explotación misma del negocio.
Mejor información, tanto externa como interna.	No existe.	Información a los franquiciados en temas de carácter general en temas sociales, fiscales, jurídicos, técnicos (proyectos para instalaciones nuevas, equipamiento más moderno, información sobre cursillos de formación, etc.).
Formación y perfeccionamiento.	No existe.	Cursillos dentro del enfoque de la formación continua, cursillos de gestión, charlas informativas.
Servicio al cliente.	Puede verse perjudicado por la inexistencia de una relación contractual definida entre flotista y autónomo, o grupos de éstos.	Mejora el servicio al cargador, al existir una relación contractual estable entre flotista y autónomo más directa.

Estructura empresarial

	Operativa mediante contrato estable flotista-autónomo	Operativa en régimen de franquicia
Mercado.	La relación entre flotista y autónomo o grupos de éstos no tiene su reflejo en un mayor poder de mercado.	Tanto flotista como autónomo se benefician de un mayor poder de mercado (hacia la demanda) y de negociación (hacia los proveedores).
Reducción del riesgo y la incertidumbre.	Incertidumbre en el flotista y en el transportista en la prestación del servicio.	Se reduce la incertidumbre en la prestación del servicio, tanto por parte del autónomo como del flotista. Mayor confianza entre el franquiciador y el franquiciado.
Representación.	Deficiente representación de los intereses de los autónomos frente a ciertos organismos.	La franquicia (flotista + autónomos) representa al franquiciador y a los franquiciados en los organismos de todo tipo, teniendo una mayor fuerza al ser mayor la organización.
Crecimiento.	La relación entre flotista y autónomo no tiene su reflejo en un crecimiento de la organización.	Fácil acceso a otros mercados. Rapidez de crecimiento de la organización con una inversión mínima para el flotista. El autónomo se beneficia de mantener un negocio independiente perteneciendo a una gran organización.
Publicidad.	El flotista no apoya ni financia la publicidad del transportista.	Bajo la fórmula de franquicia existe una publicidad común, y por lo tanto, la franquicia apoya al autónomo en las funciones de publicidad y promoción, a nivel internacional, nacional y local.

pos de éstos, que pueden extenderse hacia una auténtica red, rompiendo el modelo local de las cooperativas en su funcionamiento: comercial, compras y tráfico. Analizamos a continuación, y de forma comparativa, las ventajas ofrecidas por el contrato de franquicia.

Lo dicho en el cuadro anterior es aplicable tanto a la asociación flotista-autónomo, como a la agrupación de varios autónomos.

Objetivos del Plan

Los principales objetivos que perseguirá el futuro Plan Estratégico dentro del marco de dimensionamiento, se resumen en los siguientes puntos:

- Fomentar la **concentración empresarial**, así como favorecer la renovación generacional del sector.
- Fomentar **fórmulas alternativas de crecimiento** que no requieran la realización de inversiones importantes ni resten «independencia empresarial» a los profesionales autónomos o PYMES, como es el caso de las franquicias.
- Aprovechar la tendencia generalizada en la economía de la **externalización del ciclo logístico** del negocio, para captar la cuota de mercado que en la actualidad está explotándose por medio de autorizaciones de servicio privado.
- Facilitar el acceso de las empresas de transporte a la **información sobre las ayudas económicas** que con carácter general otorgan las administraciones y a los incentivos fiscales del sistema tributario español.

Formación

Descripción

La formación en el sector del transporte debe presentar una doble vertiente:

- ✓ Formación de conductores y otros trabajadores.
- ✓ Formación empresarial, que favorezca de forma paralela el relevo generacional.

La propia evolución del sector de transporte obliga a los conductores y empresarios del sector a ser «expertos» en nuevas materias relacionadas con:

- ✓ Las nuevas tecnologías aplicadas en la gestión de flotas y en los diferentes procesos internos de administración.
- ✓ La gestión empresarial.
- ✓ Los documentos administrativos relacionados con el transporte de la mercancía.
- ✓ Los idiomas, necesarios para circular por diferentes países.

A escala nacional, se debe definir un proyecto formativo para el sector, que se adapte a las necesidades futuras y contemple las nuevas tareas y características de la profesión. Asimismo es preciso diseñar el currículum profesional y los planes de formación, tanto para los conductores como para los gestores.

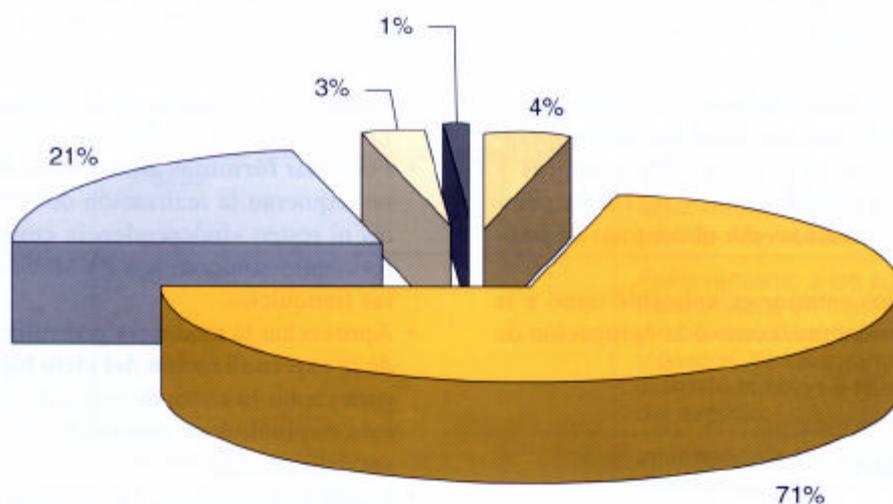
El objetivo es pasar del «empresario hecho a sí mismo» al profesional en gestión de empresas de transporte.

Antecedentes

En el futuro se van a requerir centros de formación especializados para conductores, especialmente debido a dos factores:

- ✓ Los cambios sociales que afectan a los antiguos «formadores». Tradicionalmente, la formación de conductores se ha relacionado con el período militar obligatorio, durante el cual, una cantidad importante de jóvenes recibían la formación básica para la

Nivel de formación en el sector del transporte pesado de mercancías por carretera



- Sin estudios
- Estudios medios (BUP, FP o equivalente)
- Estudios superiores
- Estudios primarios
- Diplomados

Formación

conducción de camiones y autobuses. El modelo de ejército profesional reduce el número de personas que reciben esta formación, lo cual afecta a la oferta de conductores.

- ✓ Los cambios sociales que modifican los hábitos de trabajo de los conductores.

Según un estudio elaborado por el Ministerio de Fomento en septiembre de 2000 sobre la situación socio-laboral en el sector del transporte por carretera, los datos referentes al nivel de formación del sector de transporte pesado de mercancías arrojan los resultados que se refleja en el siguiente gráfico.

Como se observa en el gráfico de la página 10, el grado de formación y tecnificación del sector es escaso. El nivel de formación aumenta a medida que aumenta el número de autorizaciones que detenta cada empresa, es decir, con la dimensión.

En España no existe una titulación específica que dé acceso al sector ni una formación obligatoria de reciclaje.

Ayudas para mejorar la formación de los profesionales del sector de transporte público por carretera en años anteriores

Estas ayudas, otorgadas por el Ministerio de Fomento estaban dirigidas, fundamentalmente, a las asociaciones profesionales de transportistas o de empresas de actividades auxiliares y complementarias del transporte por carretera, de implantación nacional, para la rea-

lización de cursos y seminarios relacionados con el transporte por carretera. Se exceptuaban los cursos dirigidos a la obtención de certificados de capacitación profesional.

Las ayudas cubrían, como máximo, el 70% de los costes.

Para su otorgamiento se ponderaban los siguientes factores:

- Adecuación al interés público del transporte por carretera.
- Grado de representatividad de las Asociaciones.
- Vinculación de la entidad organizadora al sector del transporte por carretera.
- Medios personales y materiales de que se dispone.
- Experiencia profesional.

En el cuadro siguiente se resumen las ayudas a la formación concedidas en periodos anteriores.

Acciones en otros países de la UE

La industria del transporte, a nivel europeo, ha hecho grandes progresos en la formación. En algunos de los países de la Unión Europea los centros de formación se han establecido a iniciativa del sector, instruyendo en formación práctica y teórica.

- ✓ Estos cursos están diseñados para jóvenes en busca de su primer empleo y para adultos, en el marco de una formación continua.

Tipo de ayuda «Mejora de la formación»	Expedientes	Pesetas (miles)	Observaciones
1993	23	145.773	124 cursos
1994	42	311.434	361 cursos
1995	46	246.218	362 cursos
1996	22	94.596	131 cursos

La formación se convierte en fórmula de modernización del sector en calidad y eficiencia, así como de retención de trabajadores.

Formación

- ✓ Estos cursos cuentan con sus correspondientes diplomas oficiales, algunos de los cuales son obligatorios para ejercer el correspondiente trabajo.
- ✓ Favorecer la formación profesional debe ser una voluntad continua en términos de presupuestos de la Unión Europea y de los Estados Miembros.

Objetivos del Plan

Los principales objetivos que perseguirá el futuro Plan Estratégico dentro del marco de la formación, se resumen en los siguientes aspectos:

- ✓ Incrementar la **competitividad del sector en un entorno cambiante**, en el que los conocimientos que
- dan obsoletos con cierta rapidez y en el que la formación en técnicas relacionadas con la gestión empresarial y las nuevas tecnologías es clave.
- ✓ Promover una sensibilidad general a escala nacional en toda la comunidad logística y del transporte, en todos sus modos, para **crear centros formativos comunes**, con la finalidad de aprovechar economías de escala en costes de formación así como permitir a las empresas del sector compartir experiencias y conocimientos y servir de plataforma al desarrollo de futuras alianzas.
- ✓ **Dignificar la profesión de conductor**, para evitar el rechazo social que puede producirse o se está produciendo como consecuencia de la modificación de los hábitos de vida entre los jóvenes españoles en la nueva sociedad del «bienestar».

La formación se convierte en un arma competitiva



Nuevas tecnologías

Descripción

Casi el 90% de las empresas cargadoras, según un estudio presentado por CETMO, considera que, en un futuro próximo, saber sacar provecho de las tecnologías de la información será requisito para la selección del transportista.

Es necesaria una mayor inversión en tecnología de los vehículos: ordenador móvil a bordo del vehículo, sistemas GPS y GSM para la localización y optimización de flotas, etcétera.

Conocer e implantar las nuevas tecnologías permite aumentar los servicios adicionales y mejorar el coste y la calidad de dichos servicios.

El sector del transporte y la logística aportará la clave para el desarrollo del futuro comercio electrónico, diferenciando tres segmentos complementarios del sector:

- ✓ El operador Global, cuya cobertura tendrá capacidad internacional incluido el almacenamiento y distribución.
- ✓ Operador Capilar, con capacidad para atender una red nacional de recogidas y entregas.
- ✓ Operador de Gestión del Servicio, encargado de realizar operaciones de valor añadido en la manipulación y tratamiento de producto y/o servicio e-commerce electrónico.

Los operadores logísticos en estos tres niveles descritos están obligados a describir su negocio principal en torno a un servicio que integre las necesidades de la empresa virtual y del cliente final, y la clave serán las alianzas (la creación de la Red de Valor) y el servicio integral y «a medida» (Alto valor añadido en el servicio).

El transporte de mercancías que generará el comercio electrónico, así como la capacidad para ofrecer servicios logísticos para el comercio electrónico, supone una "revolución" para los operadores logísticos y de transporte. Éstos deben ser capaces de ofrecer un servicio fiable y completo, que consiste en ser capaz de ofrecer todas las actividades necesarias para que, desde que el cliente realiza el pedido se asegure la recepción, o en su caso, la devolución de la compra. Para ello, es necesario que el operador cuente con una determinada dimensión.

Las nuevas tecnologías serán fundamentales para trabajar en red.

La logística en el comercio electrónico deberá prever una fuerte estacionalidad y una alta variabilidad a po-

sibles modas de los productos demandados que no debe fallar en los momentos decisivos. Esto supone una logística complicada, con flujos poco constantes y muchas veces poco previsible.

El transporte de mercancías del comercio electrónico, así como la capacidad para ofrecer servicios logísticos para el comercio electrónico supone una revolución para los operadores logísticos y de transporte. Éstos deben ser capaces de ofrecer un servicio fiable y completo, el e-fulfillment, que consiste en ser capaz de ofrecer todas las actividades necesarias para que, desde que el cliente realiza el pedido se asegure la recepción, o en su caso, la devolución de la compra. Para ello, es necesario que el operador cuente con una determinada dimensión.

A medida que se desarrolle el comercio electrónico, deberá darse una integración interempresarial de los sistemas de información. Las tiendas virtuales necesitan estar integradas con los sistemas de información de los operadores logísticos, dada su incapacidad para actuar por sí mismas. Una medida importante para favorecer esta integración consistiría en fomentar alianzas entre operadores logísticos y empresas que apuestan fuerte por el e-commerce electrónico. Otra posible medida de actuación sería desarrollar plataformas de transporte e-business que permitan a compradores y vendedores de servicios de logística y transporte realizar sus transacciones a través de Internet.

Antecedentes

Según se indica en el mencionado estudio de la Fundación CETMO, las principales aplicaciones tecnológicas que los cargadores consideran que actualmente tienen importancia en las diferentes fases del servicio de transporte (después del fax y el teléfono) son las siguientes:

- ✓ En la fase de comercialización (tarifas, ofertas, disponibilidad de servicios):
 - Páginas webs de empresas de transporte.
 - Portales que integren ofertas de empresas de transporte.
- ✓ En la fase de contratación y orden de transporte (planificación, contrato, aviso e instrucciones de servicio):

Nuevas tecnologías

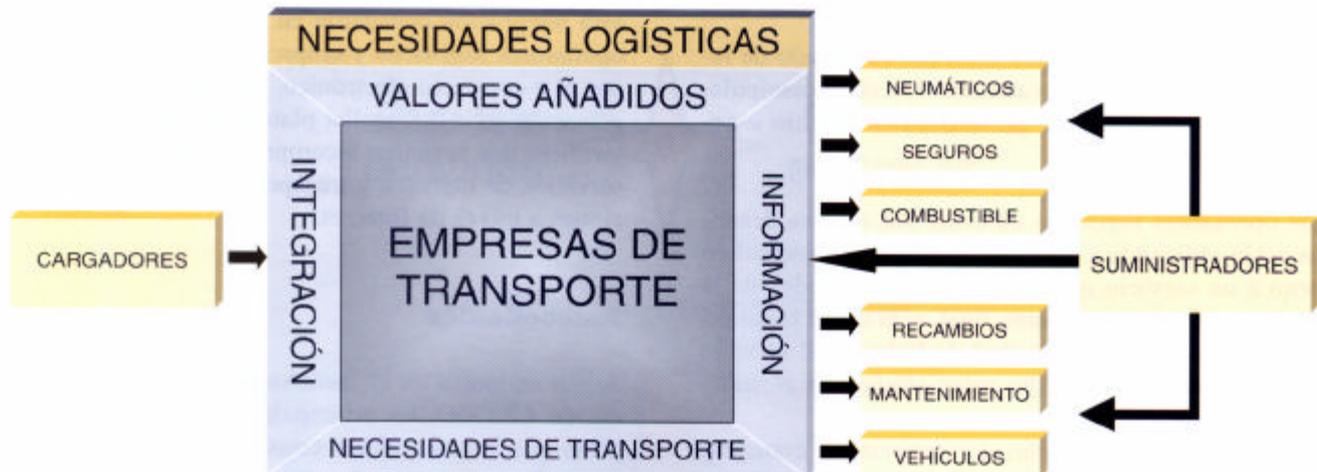
- Correo electrónico.
 - Sistema de transmisión electrónica de datos (EDI) basado en Internet, ya que el EDI convencional quedaba limitado a las grandes empresas.
- ✓ En la fase de ejecución del transporte (carga, transporte, descarga, incidencias):
- Comunicaciones móviles con la flota.
 - Trazabilidad de la mercancía.
- ✓ En la fase de entrega y facturación (documentación, albaranes, facturas):
- La gestión electrónica de la documentación.
 - Correo electrónico.
- ✓ En la fase postcomercial (seguimiento del servicio):
- Seguimiento de la mercancía a través de Internet.

- Correo electrónico.

Objetivos del Plan

Los principales objetivos del futuro Plan Estratégico dentro del marco de Nuevas Tecnologías, se resumen a continuación:

- ❑ **Mejora de los servicios** ofrecidos por parte de los transportistas, adaptándose a las nuevas necesidades del comercio electrónico y al uso de nuevas tecnologías.
- ❑ Facilitar el **acceso de las empresas a las nuevas tecnologías** y facilitar formación e información sobre tecnologías aplicadas al sector.
- ❑ Fomentar una participación activa de las empresas españolas en **proyectos tecnológicos de carácter internacional**.



Imagen, buenas prácticas, información

Descripción

Las líneas de actuación basadas en la imagen, las buenas prácticas y la información están muy relacionadas entre sí. Las medidas de actuación en este campo deben ir encaminadas a ofrecer una imagen renovada del transporte de mercancías por carretera, presentarlo como un sector dinámico y moderno, con un personal formado y especializado y que ofrece salidas profesionales atractivas, tanto para hombres, como para mujeres.

Para todo ello es necesario una información fluida y transparente, tanto dentro como hacia el exterior del sector, que dote al mismo de la transparencia necesaria.

Antecedentes: El Código de Buenas Prácticas Mercantiles

El Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la contratación de transporte de mercancías por carretera pretende convertirse en un instrumento que facilite las relaciones contractuales y fomente la observancia de las mejores prácticas en las transacciones comerciales entre transportistas, usuarios del transporte de mercancías y operadores del transporte.

La progresiva liberalización del mercado europeo del transporte de mercancías por carretera, unida al desarrollo de la Unión Económica y Monetaria y la previsible ampliación de la Unión Europea está determinando un fuerte incremento de los niveles de competencia en dicho mercado.

El Código de Buenas Prácticas Mercantiles pretende garantizar que las empresas adheridas al mismo basen sus relaciones en los principios y reglas en él contenidos, dotando así de un alto nivel de transparencia a las prácticas comerciales en el mercado de transportes.

De actuar así, se habrán alcanzado los siguientes objetivos:

- ✓ Evolución de las posiciones particulares hacia otras de mayor colaboración.
- ✓ Sustentación del mercado en los principios de transparencia, no discriminación y reciprocidad.
- ✓ Autorregulación de las relaciones entre los agentes intervinientes en el mercado.

Conscientes de las ventajas señaladas, el Comité Nacional del Transporte por Carretera y las Asociaciones representativas de empresas cargadoras AECOC, AEUTRANSMER y TRANSPRIME han acordado elaborar el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la contratación de transportes de mercancías por carretera, al que las empresas transportistas, usuarios del transporte de mercancías y operadores de transportes podrán adherirse libremente.

Objetivos del Plan

- ❑ Modificación sustancial de la **imagen social del sector**. Captación de un segmento de la población juvenil que facilite el relevo generacional y una mejor adaptación a las nuevas tecnologías imperantes.
- ❑ **Compartir información y conocimientos** entre todas las empresas del sector como forma de fomentar la implantación de buenas prácticas en la gestión empresarial y de favorecer la transparencia.
- ❑ **Impulsar la buenas prácticas** en las relaciones mercantiles entre las empresas del sector y sus clientes. Mejorar la gestión conjunta y la colaboración entre transportistas y cargadores para incrementar la eficiencia del sistema de transportes.



Logística y comercialización

La organización de la explotación en las empresas líderes europeas y hacia la que deberían tender las empresas españolas, sería la siguiente:

- ✓ **Proximidad comercial.** La venta y facturación de los servicios se realiza desde el país de origen de los pedidos y los clientes.
- ✓ **Explotación centralizada.** La organización, el seguimiento y el control de las operaciones son realizadas por un centro de explotación central dotado de un sistema informático particularmente desarrollado.
- ✓ **Producción optimizada.** La ejecución de las operaciones puede ser realizada por cualquier vehículo del grupo que esté circulando en territorio europeo, controlado a distancia por el satélite. El vehículo, los conductores, los remolques o semirremolques pueden ser re combinados en función de la normativa de tiempos de conducción y de su disponibilidad, para satisfacer cada vez mejor y más rápido las necesidades de los clientes.

El 75% de las mercancías movidas en transporte nacional lo hacen a una distancia inferior a 150 Km, y el 50% a una distancia inferior a 50 Km. En transporte internacional, el 43% de las toneladas se mueven en una distancia entre 1.000 y 2.000 Km. En la medida en que nos encontremos con operadores globales e integrales, las distancias tenderán a reducirse, ya que dispondrán

de una red de almacenes que permitirán tener la mercancía cerca del destino final.

Como consecuencia de esto, el peso del transporte en la cadena y en la facturación logística irá perdiendo importancia en favor de otros servicios (almacenaje y gestión de stocks). La externalización se orientará hacia operadores logísticos capaces de prestar un servicio global.

La gestión de la flota que facilite que los camiones estén siempre en funcionamiento, eligiendo las rutas y las combinaciones óptimas, será cada vez más importante. Bajo este prisma la tecnología jugará un papel estratégico clave para incrementar los flujos de transporte.

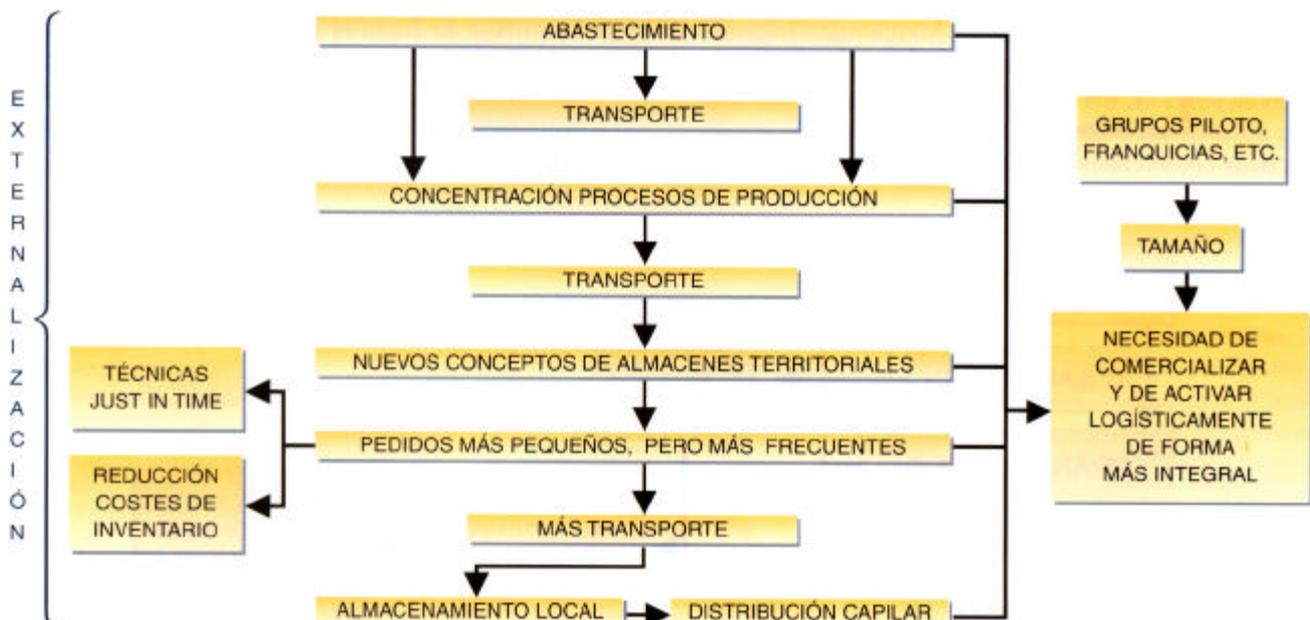
Antecedentes

Desde 1997 se está produciendo en el transporte de mercancías por carretera un incremento paralelo de la oferta y de la demanda.

A pesar de que el incremento interanual de las toneladas transportadas es superior al incremento interanual de la oferta no se reduce significativamente los kilómetros rodados en vacío.

El adquirir altas productividades requiere actuar sobre dos tipos de factores:

- ❑ **Gestión comercial:** para disponer de cargas tanto de salida como de retorno y reducir los kilómetros en vacío.



Logística y comercialización

- ❑ **Gestión operativa:** que reduzca al mínimo las incidencias que originan paralizaciones, coordine los distintos vehículos con las cargas, etcétera.

Algunas empresas del sector, las de mayor dimensión, en la búsqueda constante de incrementos de productividad, utilizan para ciertos tráficos los «servicios multitripulaciones», en los que el vehículo no para nunca, y se van sustituyendo los conductores. Según el estudio realizado por el ICEX, este sistema permite:

- ✓ Obtener una alta productividad de los activos: los vehículos realizan cerca de 300.000 km/año, frente a una media de 130.000 km/año.
- ✓ Reducir los costes, por reducción de la repercusión de los costes fijos.
- ✓ Ganar en competitividad.

Objetivos del Plan

Los principales objetivos que perseguirá el futuro Plan Estratégico dentro del marco de Logística y Comercialización, se resumen en los siguientes:

- ❑ Reducción de costes e incremento de la productividad de los activos mediante la **generación de economías de escala**.
- ❑ Incremento de la **transparencia** en el sector. Facilitar el verdadero traslado de los costes a los precios a lo largo de toda la estructura de la cadena del transporte.
- ❑ Mejora de la **estructura empresarial**, para satisfacer las necesidades cada vez más globales de los cargadores. Esta estructura empresarial actúa con firmeza en la comercialización y la logística, dado que ésta evoluciona hacia una componente importante de la estrategia de los cargadores.

Ordenación y normativa

Descripción

Dentro de esta línea se desarrollarán una serie de medidas en el marco de la ordenación del sector que favorezcan la transparencia y la competitividad de las empresas de transportes.

Mediante una adecuada ordenación se debe favorecer la renovación de la flota, fomentar la coordinación entre las diferentes Administraciones y promover el equilibrio de las relaciones entre cargadores, agencias de transporte y transportistas.

Antecedentes

La Orden Ministerial de 24 de agosto de 1999 (O.M. 24-8-99) da un tratamiento global a la empresa de transporte, vinculando el otorgamiento de autorizaciones al cumplimiento de requisitos estrictamente cualitativos, con independencia de cuál vaya a ser el ámbito de las autorizaciones. Se introduce un tratamiento conjunto a todas las autorizaciones de las que sea titular la empresa.

Esta O.M. 24-8-99 introduce por primera vez el requisito de disponer de un número mínimo de vehículos para ser titular de autorizaciones:

- ✓ 3 vehículos de antigüedad inferior a dos años para el caso del transporte en vehículo pesado con ámbi-

to nacional y cuya carga útil conjunta sume al menos 60 Tm.

- ✓ 2 vehículos con una antigüedad no superior a 6 años en las autorizaciones de ámbito local.
- ✓ 1 vehículo de antigüedad inferior a 6 años si se solicita autorización para transporte en vehículo ligero.

En cuanto a la capacidad económica, las condiciones requeridas para ser titular de autorizaciones, consisten en poseer un capital más reservas de 500.000 pesetas por cada autorización.

Asimismo, la O.M. 24-8-99 establece restricciones en la reducción de autorizaciones, de forma que:

- ✓ Los titulares de autorizaciones de vehículo pesado de ámbito nacional cuya antigüedad fuera inferior a 5 años, no podrán reducir el número de autorizaciones de forma voluntaria por debajo de tres. En caso contrario perderán la totalidad de las autorizaciones de dicho ámbito que posean.
- ✓ En los mismos términos, los titulares de ámbito local no podrán reducir su número por debajo de dos.

En este planteamiento normativo ha primado, sobre todo, la concentración empresarial y la especialización de las flotas.

En los gráficos y tablas adjuntas, la edad del parque de vehículos de transporte de mercancías es inferior a la del parque de vehículos de transporte de viajeros.

Año de baja	Vida media de los vehículos que causaron baja		
	Autobuses	Camiones	Tractores industriales
1970	23	14	
1980	18	13	
1990	18	14	
1995	18,36	14,68	
1996	18,32	14,66	12,69
1997	18,69	14,42	12,83
1998	18,07	14,25	12,21
1999	18,31	13,59	11,57

Ordenación y normativa

La edad media de los primeros va disminuyendo año a año, mientras que la de los segundos se ha incrementado en el último año considerado en el estudio.

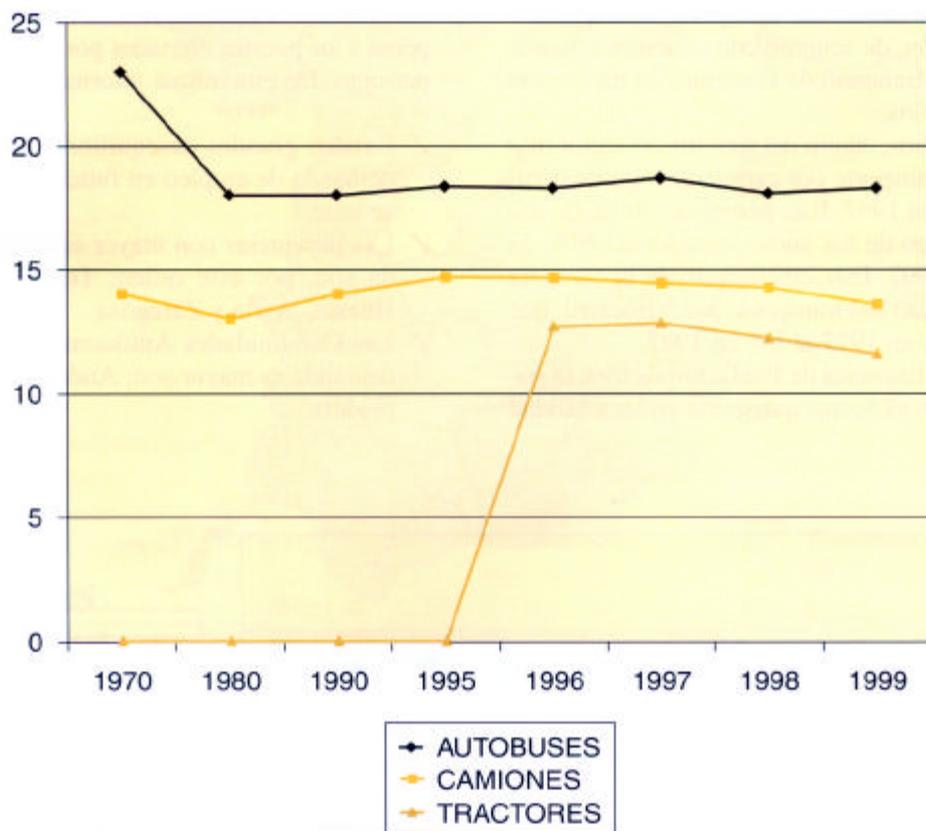
Por otra parte, la capacidad normativa de la Administración derivada de la Ley de Ordenación del Transporte Terrestre (LOTT) facilita a aquélla un amplio margen de actuación para velar por el correcto funcionamiento del sector, perseguir las prácticas no deseadas y establecer el marco apropiado en cada momento de acuerdo con la evolución de las condiciones del mercado, todo ello de una forma dinámica.

Objetivos del Plan

Los principales objetivos que perseguirá el futuro Plan Estratégico dentro del marco de Ordenación y Normativa, se resumen en los siguientes puntos:

- ❑ Promover que el transporte de mercancías tenga una **flota moderna**, con unos estándares de **seguridad** elevados.
- ❑ **Homogeneidad y coordinación** entre las medidas adoptadas a título individual por las diferentes Administraciones involucradas en el transporte.

Evolución de la antigüedad del parque



Actuaciones socio-laborales

Descripción

Dentro del enfoque cubierto por esta línea general, se desarrollarán una serie de medidas que tendrán como objeto la mejora de las condiciones socio-laborales del sector.

Estas medidas deben estar basadas en un incremento de las funciones administrativas de inspección, a la fijación de incentivos que promuevan la adhesión a códigos de buenas prácticas y a establecer un reequilibrio de la oferta y la demanda de conductores.

Antecedentes

El transporte terrestre representa el 76% del empleo total generado por el sector del transporte. Este porcentaje de participación, de acuerdo con recientes estudios realizados por el Ministerio de Fomento, no ha variado a lo largo de los años.

Según dichos estudios, dentro del terrestre, el sector más importante es el transporte por carretera, con una participación del 69% en 1997. Esta participación ha ido aumentando a lo largo de los años, pasando del 61% en 1977 al 69% en 1997. Este crecimiento de la carretera ha sido en detrimento del transporte por ferrocarril, que ha pasado del 16% en 1977 al 8% en 1997.

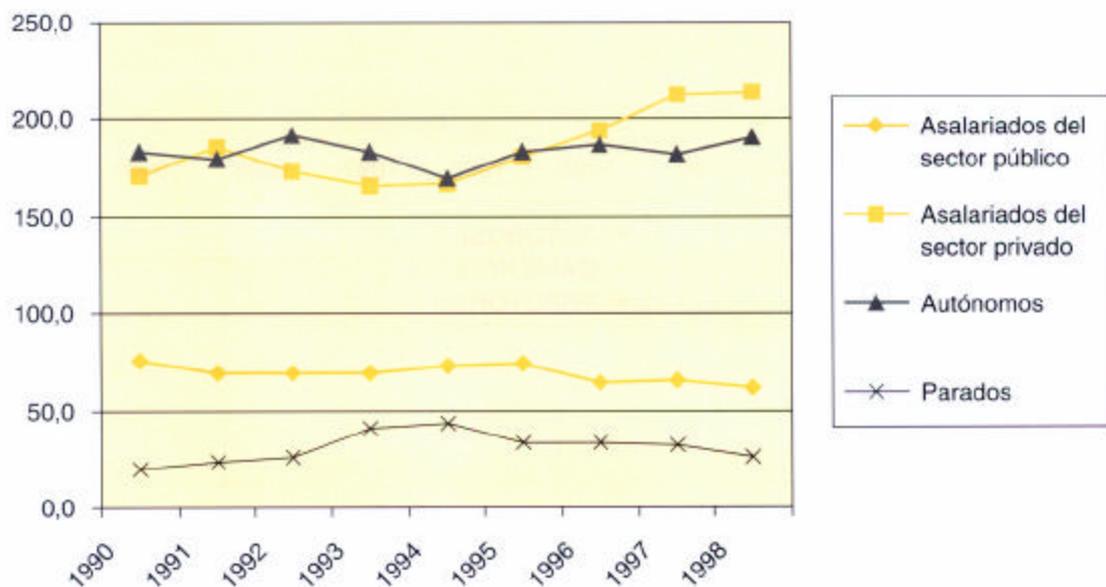
De acuerdo con la Encuesta de Población Activa, la población ocupada en el sector transporte en su totalidad

representó, en 1998, el 4,6% del total de población ocupada, porcentaje que no ha variado desde 1977.

El sector del transporte está estrechamente vinculado al ciclo económico general. En este sentido, el nivel más bajo de desempleo se alcanzó en 1990 (4% del total de población del sector). En los años 1993 y 1994, como consecuencia de la crisis económica que vivió España, se produjo un aumento de la población parada respecto a años anteriores, alcanzándose ratios de desempleo del 9 y 10%, respectivamente. A partir de 1995, con la recuperación económica vuelve a disminuir el porcentaje de desempleo en el sector, llegando en 1998 a ser del 5%. El gráfico adjunto permite ver la evolución de los distintos colectivos en los últimos años.

Según los últimos datos facilitados por el INEM, en relación con la demanda de empleo en el sector, los puestos solicitados por conductores de vehículos pesados superan a los puestos ofertados por las empresas en 31.051 personas. De esta misma información se desprende que:

- ✓ Existen grandes desequilibrios entre la oferta y la demanda de empleo en función de la provincia que se trate.
- ✓ Las provincias con mayor equilibrio oferta-demanda son, por este orden: Teruel, Soria, La Rioja, Huesca, Ávila y Zaragoza.
- ✓ Las Comunidades Autónomas donde el exceso de demanda es mayor son: Andalucía, Madrid y Extremadura.



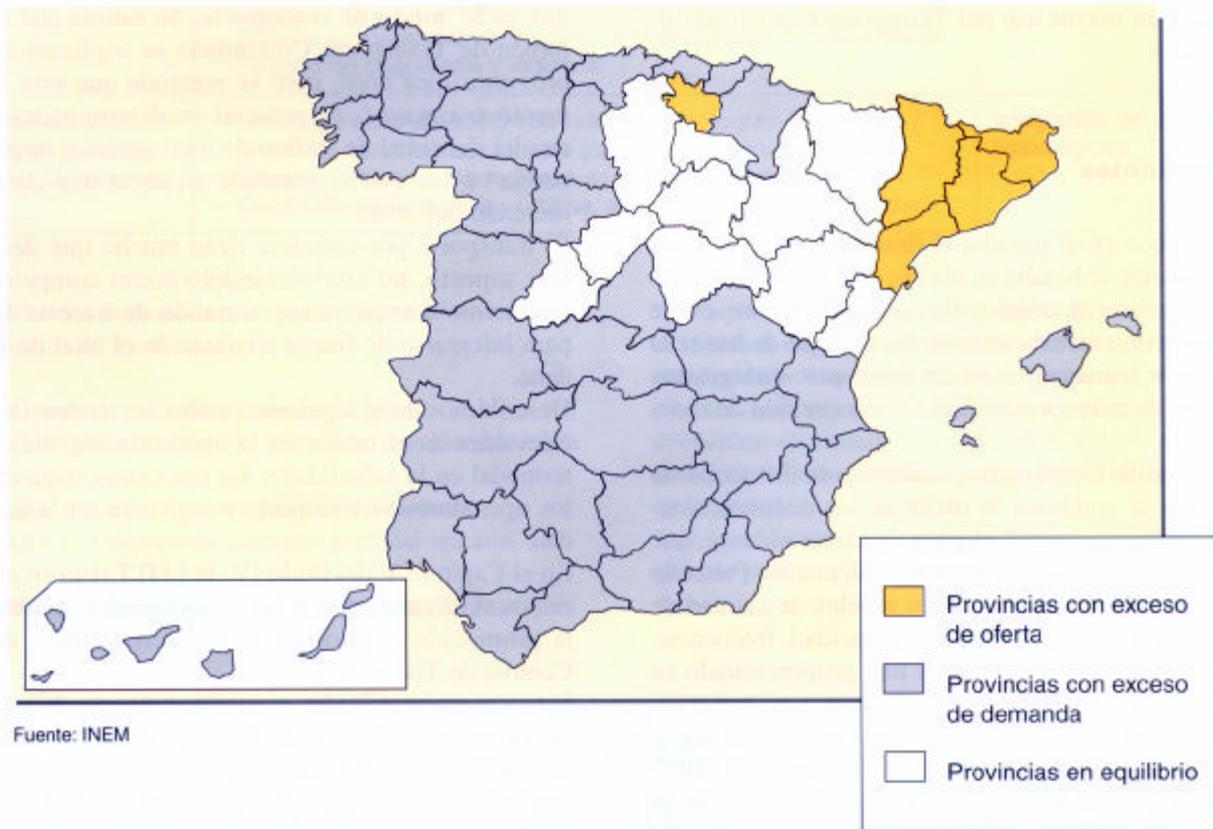
Actuaciones socio-laborales

- ✓ La Comunidad donde existe mayor exceso de oferta, y a la que habría que reconducir parte del exceso de demanda con objeto de conseguir un mayor equilibrio interprovincial, es Cataluña.

Objetivos del Plan

Los principales objetivos que perseguirá el futuro Plan Estratégico dentro del marco de Actuaciones Socio-Laborales, se resumen en los siguientes puntos:

- ❑ Dotar de un contenido amplio y específico al observatorio social, llevando a la práctica medidas que mejoren de forma efectiva el marco socio-laboral en el que se desempeña la actividad, aumentando la seguridad vial y reduciendo los niveles actuales de siniestralidad.
- ❑ Velar por la calidad laboral del colectivo profesional de los conductores y eliminar las prácticas desleales en el sector, garantizando el cumplimiento de la normativa laboral en vigor.
- ❑ Equilibrar la oferta y la demanda de profesionales de la conducción en el sector.



Infraestructura e intermodalidad

Descripción

La reducción de costes aparece como condición necesaria y urgente para asegurar la competitividad del transporte combinado, tanto a escala nacional como a escala europea. Reducir los costes de infraestructura imputados o neutralizarlos a través de un fondo comunitario es una de las propuestas.

La promoción del Transporte Combinado constituye un pilar básico para la implementación del objetivo comunitario de transporte sostenible.

La Política Común de Transportes comunitaria pretende ofrecer un abanico de opciones más amplio al usuario para que, respetando el derecho de libre elección, se produzca un mayor uso del Transporte Combinado de mercancías.

Antecedentes

Mientras que en el pasado, el desarrollo de la política de transportes se basaba en el concepto de «modo» (carretera, ferrocarril, aéreo y fluvial), actualmente existe un reconocimiento creciente de las ventajas de **basar la política de transportes en un concepto «integrado»** basado en la interoperabilidad e interconexión de redes y modos.

El Transporte Combinado, denominado 5.º modo de transporte, al combinar lo mejor de los distintos sistemas debería constituir la opción de mayor alcance, que atrajera hacia sí una mayor cuota de demanda. Para ello es imprescindible alcanzar altos niveles de calidad de servicio: flexibilidad, fiabilidad, velocidad, frecuencia, que son, en definitiva, los que han proporcionado su auge al modo carretera.

A pesar del espectacular crecimiento porcentual registrado por el tráfico combinado en Europa hasta 1997 (llegando incluso a haber triplicado sus tráfico en el período 1985-1995), su peso sigue resultando casi insignificante en comparación con los modos tradicionales de transporte y en particular con la carretera.

Todo ello a pesar del manifiesto y reiterado apoyo por parte de las autoridades europeas al ferrocarril y al combinado como modos de transporte de carga en la Unión Europea, a pesar de lo cual no se ha desarrollado una estrategia europea de implantación de terminales. El localismo ha facilitado la proliferación de terminales de transbordo frente a deficiencias de capacidad en regiones de grandes tráfico.

Actualmente, la cuota de participación del Transporte Combinado en Europa es del orden del 5% del transporte europeo internacional. La reserva de capacidad existente en el modo ferroviario, frente a la saturación de las carreteras en determinadas zonas de la UE, unido al incremento esperado de la demanda de transporte, conlleva la conveniencia de fomentar desde la UE el Transporte Combinado con el fin de obtener ventajas económicas, sociales y medioambientales.

La UE, consciente de esta necesidad viene elaborando en los últimos años una política tendente a favorecer el incremento de la participación de este tipo de transporte que, para su adecuado tratamiento, debe ser considerado como un modo de transporte en sí mismo, el **5.º modo de transporte**. Se estima que el volumen de Transporte Combinado se triplicará en los próximos diez años, pero se pretende que este incremento sea mayor, en especial en determinadas rutas de alta densidad de tráfico de mercancías a larga distancia en las que se pretende alcanzar una cuota de mercado del 30%.

El transporte por carretera tiene mucho que decir en este aspecto, no considerándolo como competencia, sino como complemento, tratando de hacerse fuerte para integrarse de forma eficiente en el total de la cadena.

Describimos en el siguiente cuadro las tendencias más relevantes en el marco de la operación logística e intermodal en la actualidad y las reacciones requeridas a los operadores de transporte y logísticos en la actualidad.

En el Capítulo V del título IV, la LOTT deja en manos de los Ayuntamientos y las Comunidades Autónomas la promoción y aprobación, respectivamente, de los Centros de Transporte.

Esta situación dificulta el establecimiento de una red organizada de Centros de Transporte que contemplen determinadas funciones según sus características y que evite una proliferación descoordinada de infraestructuras de este tipo que pueda desembocar en el futuro en pérdidas de explotación que no puedan llegar a ser asumidas por las Administraciones locales o regionales.

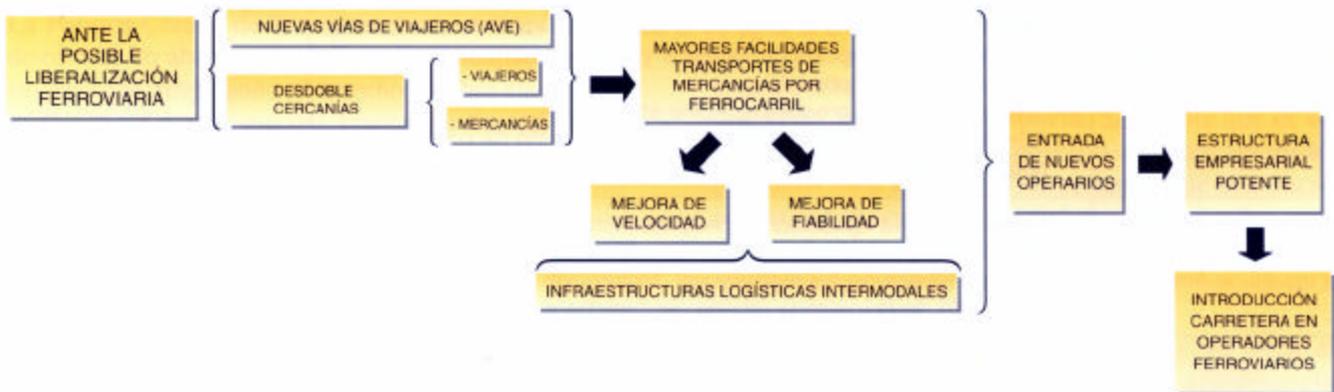
Por ello, es necesario determinar consensuadamente cuáles son los núcleos generadores de los flujos de carga, establecer si la actual red de centros cubre estos núcleos de producción y de consumo, e identificar las posibles «zonas sombra». El Ministerio de Fomento ha realizado estudios recientes sobre este potencial logístico. Los resultados fueron los siguientes:

Infraestructura e intermodalidad

Objetivos del Plan

Los principales objetivos que perseguirá el futuro Plan Estratégico dentro del marco de Infraestructura e intermodalidad, se resumen en los siguientes puntos:

- ❑ Desarrollo de una **red intermodal eficiente** como fórmula para conseguir la competitividad del transporte por carretera.
- ❑ Fomento de infraestructuras de transporte que faciliten la **integración de servicios logísticos** y accesorios al transporte, la obtención de **servicios en economía de escala** y faciliten la **descongestión** de los núcleos urbanos.
- ❑ Orientación hacia la **comercialización y la logística** para competir en los mercados globales.



Expansión exterior

Descripción

El transporte internacional español deberá tener en cuenta los siguientes hechos, a la hora de desarrollar medidas de actuación:

- El volumen de intercambios comerciales debería incrementarse en términos absolutos y relativos, esto es, por encima de los países de nuestro entorno, lo que incrementaría sensiblemente la demanda.
- Los países del Este y del Magreb ofrecen importantes oportunidades. El limitado desarrollo actual de los intercambios con estos países junto con su futura integración en la Unión Europea permite asegurar un notable crecimiento de los tráficos. La existencia de un colectivo de empresas con una cierta especialización en estos mercados favorecería el proceso.
- La participación del sector español en los flujos debe seguir creciendo.
- Se debe reducir el margen de los recorridos en vacío, de forma que se incremente la productividad de las empresas.
- Se debe incrementar el valor añadido de los procesos a través de ofrecer servicios accesorios al transporte y sofisticar estos servicios a través de la inversión en tecnología.

Antecedentes

En la misma línea definida para todo el sector, las empresas de transporte internacional españolas presentan un tamaño medio inferior al de otros países, 2,5 autorizaciones de transporte internacional por empresa, según estudios del ICEX realizados en 1998, frente a una media de 6 en la Unión Europea, lo que provoca una debilidad intrínseca, pues su competitividad se ve afectada al reducir su capacidad de:

- ✓ Obtención de economías de escala para abaratar compras: vehículos, combustibles, etc.
- ✓ Acceder a innovaciones tecnológicas que contribuyan a incrementar la productividad de las empresas.
- ✓ Conseguir capacidad de comercialización que permita minimizar o eliminar recorridos en vacío, e incrementar la productividad de los vehículos.
- ✓ Alcanzar la capacidad organizativa que permita abrir nuevos mercados.

- ✓ Disponer de capacidad financiera suficiente para acometer nuevas inversiones o procesos de internacionalización.

El temor a no encontrar retornos provoca una retracción de la oferta a la exportación.

Sin embargo, el sector español presenta ventajas competitivas en la estructura de costes, que se traduce en un coste medio inferior al de otros países:

- ✓ Los costes de personal en España son todavía inferiores a los de la mayoría de los países de nuestro entorno.
- ✓ El combustible tiene un coste inferior, aunque este hecho será cada vez menos significativo como resultado de los criterios de convergencia.
- ✓ La histórica desventaja competitiva del sector español en el superior precio del dinero se ha reducido en los últimos tiempos, influyendo positivamente en los costes financieros y favoreciendo las inversiones.

La situación periférica de España hace que la productividad en kilómetros de cada viaje sea alta.

Asimismo, existe una serie de amenazas del entorno a considerar en el desarrollo de las medidas de actuación, como son:

- ✓ Los desequilibrios derivados de la dimensión empresarial tienden a hacer mayor el abismo que separa a las empresas grandes de las pequeñas y a agudizar las diferencias entre los países con empresas de mayor dimensión y capacidad y los que no las tienen.
- ✓ La situación periférica de España supone una desventaja competitiva para aprovechar las oportunidades derivadas de la apertura de los mercados del Este, debido al superior coste de transporte a repercutir sobre los productos exportados frente a países vecinos de éstos como Alemania. La situación opuesta se produce en el mercado del Magreb.

En el cómputo de las relaciones comerciales, los países magrebíes son altamente tributarios para la Unión Europea, ya que entre el 65% y el 79% de sus exportaciones tienen como destino el mercado comunitario y entre el 56% y el 71% de sus importaciones tienen el mismo origen. Marruecos es el principal socio comercial de España y Francia.

España es el segundo socio comercial de Marruecos, muy lejos de Francia. La posición es buena, pero la di-

Expansión exterior

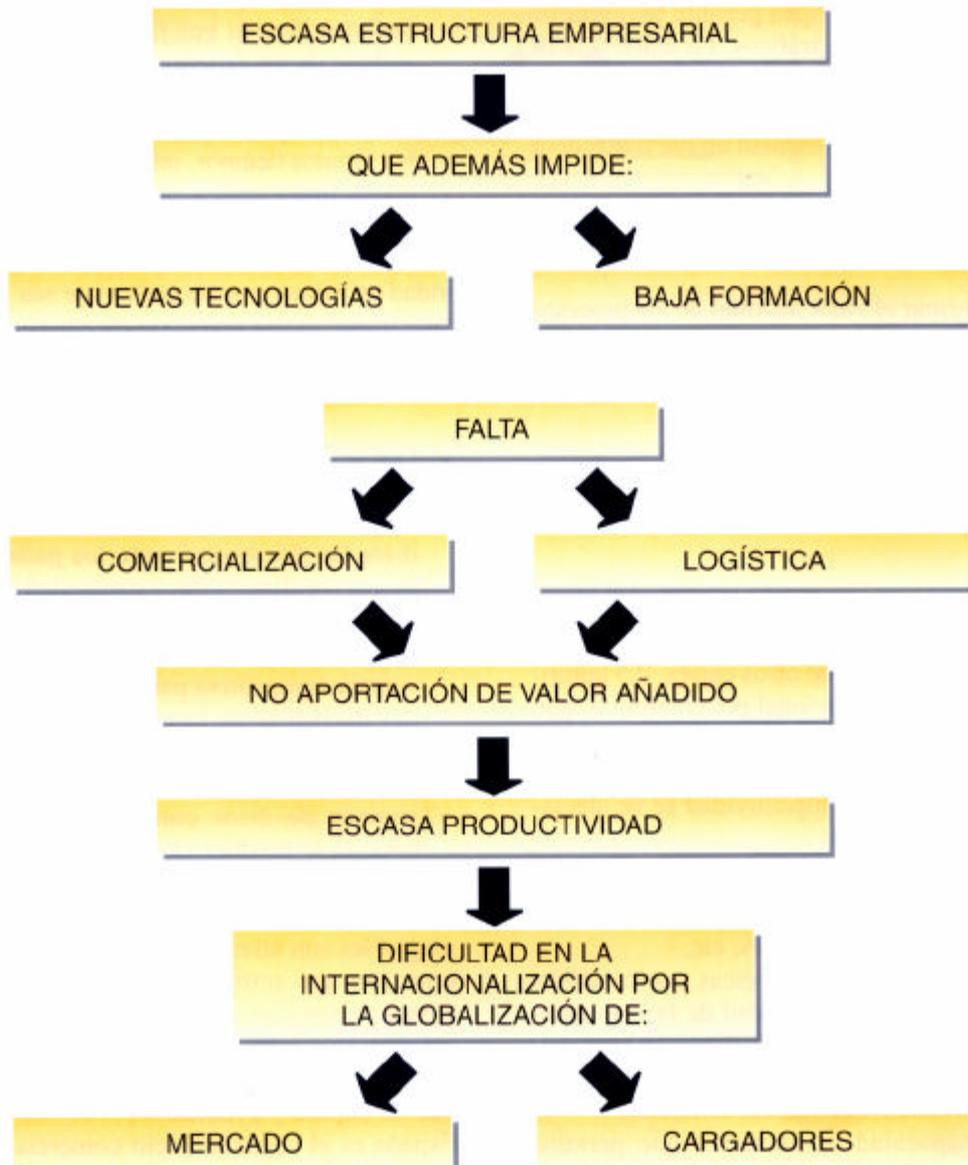
ferencia con Francia es excesiva. Las posibilidades de crecimiento son tan inmensas que, según el Presidente del Comité Empresarial Hispano-Marroquí: «Sin que Francia pierda nada, España puede duplicar o triplicar su posición».

El crecimiento económico de Marruecos resulta atractivo a la hora de planificar las inversiones en este país. Resulta interesante la inversión directa de España en Marruecos debido a los favorables acuerdos arancelarios con los que cuenta este país con el resto de los países magrebíes.

Marruecos no sólo interesa como centro de producción a costes reducidos, sino que crece el atractivo del mercado doméstico y la posibilidad de extensión a todo el ámbito del Magreb.

Objetivos del Plan

Los principales objetivos que perseguirá el futuro Plan Estratégico dentro del marco de la expansión exterior, se resumen en los siguientes puntos:



Expansión exterior

- ❑ Fomento de **formas alternativas de internacionalización** que no requieran una inversión y un riesgo importante.
- ❑ Incrementar la **presencia en mercados emergentes**, aprovechando, a partir de cierta dimensión empresarial, y teniendo en cuenta la ventaja competitiva

española en cuanto a costes de personal y de combustibles.

- ❑ Facilitar el acceso de las empresas de transporte a la **información sobre ayudas** a la internacionalización.
- ❑ **Orientación hacia la comercialización y la logística** para competir en los mercados globales.



Medidas Medioambientales

Descripción

La sociedad reclama cada vez más políticas y medidas de protección medioambiental. Las nuevas generaciones le dan cada vez una mayor importancia.

La única forma efectiva de reducir las emisiones del transporte por carretera en la fuente es utilizando vehículos y combustibles ecológicos, mejorando las técnicas de conducción y las infraestructuras logísticas.

Existe una amplia gama de medidas a través de las cuales los impactos medioambientales del transporte pueden reducirse. Estas medidas incluyen:

- ✓ Tecnologías (motores más limpios)
- ✓ Combustibles menos contaminantes
- ✓ Energías alternativas
- ✓ Medidas de ahorro de combustibles
- ✓ Limitadores de velocidad, mantenimiento, etc.

Los ruidos pueden reducirse, sobre todo, a través de la limitación de la velocidad, limitación de la circulación a determinadas horas, tecnología, etc. El impacto en la capacidad de la infraestructura puede reducirse a través de medidas encaminadas a regular los horarios de circulación, ofrecer rutas alternativas y a través de la tecnología (por ejemplo, sistemas de información de la congestión de las carreteras).

En cuanto a la siniestralidad, se puede reducir a través de la tecnología de los vehículos y formación en el comportamiento de los conductores.

Antecedentes

Los costes externos del transporte son difíciles de cuantificar. El Libro Verde ha estimado el total de los principales costes externos en el 4,1% del PIB.

El reparto de este porcentaje sería el siguiente:

	% PIB
Polución atmosférica	0,4%
Ruido	0,2%
Accidentes	1,5%
Congestión	2,0%

De los porcentajes reflejados en el cuadro anterior, el transporte de pasajeros produce el 69% de los costes externos, frente al transporte de mercancías que produce el 31%. Según un estudio de la UIC, el transporte por carretera supone el 92% de los costes externos totales, seguido por el transporte aéreo con el 6%.

La Comunidad y sus Estados Miembros han adoptado una serie de objetivos en virtud del protocolo de Kyoto (1997) para reducir las emisiones de gas. Uno de los objetivos hace referencia a la reducción de estas emisiones en un 8% para el periodo 2008-2012.

Si las tendencias actuales se confirman, las emisiones de CO₂ ligadas al transporte aumentarán un 40% en el periodo 1990-2010. La Comisión Europea prevé, sin embargo, que si las medidas que ella preconiza son aplicadas, el aumento de la emisión de CO₂ las estimaciones de incremento para este periodo se reducirán a la mitad: 20%.

El medio ambiente es cada vez un factor de mayor importancia. En un futuro próximo, esto tendrá una influencia en el sector de la siguiente forma:

- ✓ Nuevas inversiones en material móvil que no perjudique el medio ambiente (política fiscal española incentiva este hecho por medio de deducciones).
- ✓ Pagos de los operadores por el uso de las infraestructuras. El primer país en llevarlo a la práctica será Alemania.

Objetivos del Plan

Los principales objetivos que perseguirá el futuro Plan Estratégico dentro del marco de Internalización de costes externos, se resumen en los siguientes puntos:

- Favorecer y fomentar las inversiones en **material móvil que no perjudique el medio ambiente**, de forma que los costes externos del transporte queden minimizados en origen.
- Promover la **comparación entre diferentes empresas** en relación con los logros alcanzados en materia medio-ambiental y de seguridad vial, como forma de fomentar la adopción de «mejores prácticas».
- Favorecer la **rápida adopción de medidas ecológicas** que permitan reducir los costes externos en origen.

Conclusiones finales

En consonancia con los principios básicos de la economía de mercado, el papel de la Administración debe apartarse de su concepción tradicional para avanzar en su posición como un órgano regulador del mercado en el que su función se concentrará, principalmente, en establecer el marco normativo, velar por su cumplimiento y facilitar, desde dicha posición, herramientas y medios para que el Comité Nacional del Transporte y el resto de agentes, en su caso, puedan asumir las medidas que les corresponde.

Los pilares básicos en los que se apoyará el plan PETRA, son los siguientes:

- ✓ La seguridad como objetivo explícito en todas las redes y servicios del transporte de mercancías por carretera.
- ✓ La apuesta por la calidad, como compromiso para

mejorar la satisfacción de las necesidades de todos los sectores de la economía que se apoyan en el transporte.

- ✓ La protección del entorno natural (medio ambiente) en el que se desarrolla la actividad del sector.
- ✓ La visión integral del transporte, donde el sector de mercancías por carretera es un elemento integrador de la máxima importancia.

Junto a estos pilares, la participación y el consenso de los agentes del sector han sido el principal vehículo utilizado por la Dirección General del Transporte por Carretera para diseñar todos los proyectos y medidas que se proponen. El programa de medidas que de acuerdo con este planteamiento se incluirá en el Plan Petra habrá de conducir, necesariamente, a la modernización del sector y a una mejora significativa de su eficiencia.



Conclusiones finales

Este planteamiento general se traduce, en la práctica, en diez líneas estratégicas de actuación, que resultaron del diagnóstico que del sector realizaron los citados Gru-

pos de Trabajo, y a partir de las cuales se estructurarán todos los proyectos del Plan Petra.

