

## Claves para promover la calidad en el transporte público

Un reciente estudio realizado por una investigadora de la Universidad Complutense de Madrid en colaboración con un profesor del departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Oviedo da las claves para mejorar el actual sistema de concesiones administrativas para los servicios de transporte público regular.

UCM

15/12/2010 13:47 CEST



El departamento de Administración de Empresas de la [Universidad Complutense de Madrid](#) junto con el de la [Universidad de Oviedo](#) ha realizado un estudio que da las claves para promover la calidad en el transporte público. El estudio propone imitar soluciones orientadas al mercado procedentes de las cadenas de franquicias privadas para aumentar la calidad del servicio ofrecido por los operadores de transporte, soluciones que incluyen, por ejemplo, la amenaza de pérdida de rentas o cuasi-rentas para detener el oportunismo del franquiciado. El estudio basa sus argumentos en las complementariedades entre diferentes mecanismos de

control y las similitudes entre los contratos de franquicia y los de concesiones.

Los autores de este estudio recomiendan la inclusión de sistemas de incentivos en los contratos con los operadores de transporte como la mejor forma para garantizar un servicio de alta calidad por parte de los mismos. La incorporación en los contratos de tales sistemas de incentivos añadiría valor reduciendo las posibilidades de que los operadores actúen de forma oportunista, especialmente en lo que respecta a la calidad del servicio prestado. La fórmula propuesta por este estudio está basada en la usada en los contratos de franquicia, y la popularidad del modelo de franquicia en las últimas décadas es testimonio suficiente de su eficacia. Esta fórmula recompensa a los operadores que presten el mejor servicio – estimado mediante inspecciones y retroalimentación de los pasajeros – con renovaciones de contrato y ofertas de nuevas concesiones.

Por otra parte, la duración formal de los contratos debería reducirse a cinco años, ya que esto aumentaría la frecuencia de las renovaciones, y por tanto, de las evaluaciones. De esta manera se promovería la necesidad de potenciar la reputación administrativa del operador y de hacer más eficaz el sistema de incentivos. Además, las autoridades del transporte desarrollarían un sistema de inspección y vigilancia que proporcionara información sobre las opiniones de los pasajeros acerca de precios, horarios, y servicio dentro y fuera del vehículo. Esta información es crucial para medir la reputación administrativa de los diferentes operadores y con ella se decidiría la renovación o no de los diferentes contratos. Por otra parte, las autoridades de transporte podrían reservarse el derecho de finalizar contratos con efecto inmediato en los casos en los que las inspecciones del servicio revelaran infracciones serias. Por último, debería limitarse a tres el número máximo de renovaciones automáticas con el fin de mantener el mercado abierto a la competencia.

Para que este sistema funcione correctamente han de cumplirse dos condiciones críticas. En primer lugar, se debe desarrollar un sistema de vigilancia y evaluación eficaz. Las autoridades deberían invertir los recursos necesarios para asegurar que dicho sistema funcione correctamente. En segundo lugar, los operadores deben estar suficientemente motivados para mantener las concesiones. Para ello, se debe garantizar un nivel de

beneficios adecuado – uno que haga atractiva tanto la permanencia en la concesión actual como la búsqueda de nuevas concesiones. Asimismo se debe recordar que, en este caso al menos, la supervisión directa y los sistemas de incentivos son complementarios: un sistema de supervisión bueno y fiable potenciará la eficacia del sistema de incentivos.

Aunque esta propuesta está basada en la contratación privada, está en línea con aquellas que ven la necesidad de alternativas a la solución ineficaz de la licitación competitiva en contextos donde los contratos son complejos y generan altos costes de transacción. Promover la inclusión en los contratos de factores de calidad en el servicio es claramente unos de estos contextos, y los contratos de franquicia proporcionan una muestra de cómo se puede llevar a cabo.

#### Referencias bibliográficas:

González-Díaz, M., Montoro-Sánchez, A., Some lessons from incentive theory: Promoting quality in bus transport. *Transport Policy* (2010), doi:10.1016/j.tranpol.2010.09.001

Derechos: **Creative Commons**

Creative Commons 4.0

Puedes copiar, difundir y transformar los contenidos de SINC. [Lee las condiciones de nuestra licencia](#)