

MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA CONTRATACIÓN DE LA CONCESIÓN DEL SERVICIO DE GESTIÓN BUS TURÍSTICO PARA LA CIUDAD DE MADRID A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO ABIERTO.

SERVICIOS OBJETO DEL CONTRATO Y JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

Los recorridos turísticos en autobús han crecido en los últimos años debido al aumento de los viajes cortos o escapadas. Empresas mundiales de Bus Turístico como City Sighthseen, que se encuentra en más de 130 lugares y Gray Line que en alrededor de 700 ubicaciones están respondiendo a esta demanda de nuevas opciones de visita turística. Además, los turistas desean cada vez más obtener experiencias que le aporten una visión más amplia u "holística" del destino seleccionado para sus vacaciones y el bus turístico es una herramienta perfecta para obtener esta visión.

Un recorrido en autobús está especialmente diseñado y es particularmente muy adecuado tanto para escapadas urbanas como más largas vacaciones, especialmente en destinos urbanos. Los recorridos en autobús ofrecen una forma cómoda, organizada y flexible de explorar los puntos de referencia clave de la ciudad de forma abreviada.

Un gran destino urbano como Madrid dispone de una amplia oferta de atractivos turísticos. Los turistas que visitan un destino buscan un conocimiento cognitivo, así como también un "compromiso afectivo" que viene determinado por los múltiples estímulos e interacciones que tienen durante su estancia.

Una visita turística que plantee una amplia variedad de opciones puede aumentar en gran medida el atractivo de un destino urbano, ya que los turistas pueden seleccionar aquellos atractivos que más se ajusten a sus gustos y preferencias. Por ello un buen servicio de bus turístico puede potencialmente aglutinar y hacer accesible la oferta turística más conocida que de Madrid, pero además si el servicio está bien planteado, también podrá revelar aquellas "joyas ocultas" y que pueden convertirse en su motivo "exclusivo" para conectar con nuestra ciudad (y posteriormente compartir su conocimiento con su círculo de amistades o en sus redes sociales).

La experiencia turística en autobús tiene un efecto positivo en los turistas que visitan el destino. No en vano, las emociones que se producen durante la experiencia de recorrido turístico en autobús y la percepción global del destino están, según los estudios, bastante conectadas. Por lo tanto, las visitas turísticas pueden ser la base que dé lugar a que cambien sus planes de viaje extendiendo su duración de la estancia, y/o compartir su opinión sobre el destino a través de Internet.

Claves para el éxito de un servicio de bus turístico

La visita en autobús turístico sirve como punto de inicio de la experiencia turística en destino y por ello puede ejercer una considerable influencia en la percepción que los visitantes tengan de Madrid.

Hemos analizado el estudio realizado por Nikolaos Stylos, Enrique Bigné y Victoria Bellou, sobre el “Impacto afectivo de la experiencia de autobús turístico”. Los resultados de este estudio demuestran claramente la importancia de operar los servicios de turismo turístico en autobús en el desarrollo de destinos urbanos. Los hallazgos también sugieren que los recorridos turísticos en autobús pueden desempeñar un papel clave en los productos/servicios turísticos del destino.

Según nuestras investigaciones, estas serían las claves del éxito de un servicio de bus turístico:

- Espacio individual para el visitante dentro del autobús
- Información proporcionada
- Habilidades del personal del servicio
- Entorno social del destino
- Mantenimiento del vehículo
- Servicio de venta de tickets

Las experiencias suelen tener lugar en las primeras horas de la visita en destino y continuar acumulándose a partir de entonces, por ello una gran atención a la prestación del servicio de bus turístico es una importante función estratégica para la gestión turística del destino Madrid.

Antecedentes: el bus turístico en la Ciudad de Madrid

En el año 2011 el Área de Economía y Empleo y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid adjudicó la concesión del contrato de Gestión del Servicio Público de Transporte Turístico Urbano con itinerario fijo en el término municipal de Madrid.

Con el cambio de legislatura en el año 2015, la competencia del Área de Economía vinculada a Turismo se transfiere al Área de Cultura, Turismo y Deporte, transmitiéndose así a ésta última la gestión del mencionado contrato.

El Área de Economía realizaba anualmente una encomienda de gestión a la empresa municipal Promoción Madrid para que la misma realizase el “Seguimiento y control del contrato para la gestión del servicio público de transporte urbano con itinerario fijo”. Esta encomienda tuvo continuidad durante los años sucesivos, donde la E.M.Promoción Madrid, fue reemplazada por su sucesora Madrid Visitors & Convention Bureau, que a su vez fue posteriormente absorbida por Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, que continuó ejecutando las labores de seguimiento y control recogidas en dicha encomienda.

Con la entrada en vigor de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, dejan de existir las encomiendas de gestión que son sustituidas por la figura del “Encargo a Medios Propios”. Durante los años 2018, 2019 y 2020 Madrid Destino recibió los correspondientes encargos para el seguimiento y control del contrato del Bus Turístico.

El encargo a medios propios tenía una contraprestación económica para Madrid Destino de 178.122,95 € y facultaba a la empresa a la contratación de un recurso para el desarrollo del mismo.

Con la irrupción de la pandemia en marzo de 2020 se suspende el servicio de autobús turístico, que no se vuelve a reestablecer hasta el 10 de noviembre de 2021, dentro de la fecha dada por la Secretaría General Técnica del Área de Cultura, Turismo y Deporte al concesionario para dicha restauración. El contrato actual vence el 23 de enero de 2023.

La gestión de la movilidad turística como elemento clave en la estrategia de Madrid como destino sostenible

Los principios de sostenibilidad turística se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar la sostenibilidad a largo plazo del destino. Esta sostenibilidad del destino deberá encontrar el equilibrio necesario para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria turística, del entorno y por supuesto también los intereses y necesidades de la ciudadanía local.

El Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Madrid 2020 – 23 marca la ruta que debe de seguir la ciudad para su posicionamiento como destino líder en sostenibilidad, experiencia de visitante y generación de riqueza. El situar a Madrid como destino turístico con huella neutra de carbono, la protección del patrimonio material e inmaterial, el primar un turismo de calidad frente a la cantidad, así como la promoción del turismo en los barrios son los elementos clave para mejorar la sostenibilidad del destino que define nuestro Plan Estratégico.

En este contexto se aborda el desarrollo de un nuevo servicio de autobús turístico para la Ciudad de Madrid. Las grandes capitales europeas han enfocado de diversas formas el planteamiento de este servicio turístico con mayor o menor beneficio para su ciudadanía.

Tras analizar el contexto internacional, se llega a la conclusión de que un modelo de autobús turístico mediante un “sistema de autorizaciones” impide a la ciudad dotarse de una herramienta efectiva para el fomento de la sostenibilidad del destino.

La creación de un servicio único de autobús turístico en la ciudad permite al Ayuntamiento de Madrid dotarse de una herramienta eficaz para:

- Potenciar la viabilidad de la actividad turística del destino a largo plazo, reportando beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales que contribuyan al bienestar de la ciudadanía.
- Además este servicio estará orientado a la ampliación de la huella turística hacia los barrios de Madrid: el fomento de la autenticidad sociocultural nuestro destino, la conservación de los activos culturales y arquitectónicos menos conocidos, así como potenciar el entendimiento y la tolerancia intercultural como uno de los grandes beneficios sociales derivados de la interacción entre visitantes y ciudadanos.
- Minorar el impacto negativo que tiene en el tráfico el servicio de Bus Turístico. Al existir un único servicio, este minorará el número de autobuses circulando por las calles.

- Facilitar un servicio de mayor calidad. La existencia de un único servicio permite no duplicar costes, lo que permite incrementar la frecuencia de los autobuses y con ello facilitar un mejor servicio a sus usuarios.
- Fomentar la sostenibilidad, ya que se produce una optimización de costes.
- Financiar la actividad desarrollada por las oficinas de turismo, lo que supone un importante ahorro para los contribuyentes.

Objeto del contrato de bus turístico

El objeto del contrato lo constituirá la prestación del servicio de visita turística guiada en autobús por el término municipal de Madrid, con paradas de subida y bajada de viajeros, de tal forma que se preste el servicio en los puntos singulares de especial interés turístico de la ciudad.

Dicho servicio consistirá en dos rutas permanentes, una temporal obligatoria en Navidad para ver el recorrido de luces navideñas, así como otras rutas temporales a propuesta del adjudicatario. Además, dicho servicio será objeto de explotación publicitaria.

El presente contrato no es susceptible de ser dividido en lotes, puesto que la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del contrato dificultaría su correcta ejecución, por la propia naturaleza del mismo.

Objetivos y características del servicio

El modelo de autobús turístico planteado atiende a varias necesidades:

- Crear una oferta abundante de plazas de bus turístico en las zonas de mayor concentración hotelera, con el objetivo de evitar una excesiva concentración de visitantes en estas áreas.
- Fomentar que los turistas visiten zonas periféricas.
- Que la actividad del bus turístico no tenga gran impacto sobre la movilidad urbana.

El servicio se caracteriza por lo siguiente:

- Su público objetivo son los visitantes de la ciudad de Madrid si bien puede ser utilizado también por residentes en la ciudad.
- Está basado en la reiteración de dos itinerarios preestablecidos y en paradas fijas cercanas a los puntos de interés cultural y turístico de la ciudad.
- Los vehículos con los que se presta el servicio tienen características especiales, como el diseño en doble piso y el piso superior descubierto. Además, se exigirá que los mismos dispongan de la etiqueta de emisiones ECO de la DGT.
- Ofrece los siguientes servicios al usuario: información turística y cultural por diferentes soportes o medios, debiendo incluir como mínimo un portal web responsive/aplicación móvil, la distribución de mapas de la ciudad, folletos informativos y locuciones sobre los puntos de interés turístico que se activarán mediante un sistema de geoposicionamiento.

- Deberá favorecer y facilitar que los viajeros visiten los recursos más periféricos, para ello se desarrollará una herramienta que fomente la visita mediante la selección de fotografías.
- Además de las rutas fijadas, los autobuses del servicio podrán facilitar servicios discrecionales de bus turístico para grupos:
 - viajes de prensa, viajes de familiarización, así como otros grupos de personas de diversa índole que sean de especial interés para la ciudad por la promoción que pueden hacer de Madrid como destino turístico
 - rodaje de video clips, videos promocionales de la ciudad u otro tipo,
 - otros servicios especiales de contenido social (visitas organizadas para diferentes colectivos tales como refugiados, personas en riesgo de exclusión social u otros colectivos).

Justificación de la elección de la concesión de servicios

Se decide la modalidad de concesión de servicios para la gestión del servicio de bus turístico de la Ciudad de Madrid ya que se considera la opción más deseable para Madrid Destino. En esta modalidad la gestión del servicio y el riesgo operacional será a título oneroso por parte de una tercera empresa experta en gestión de transporte público, mediante el abono de un canon a cambio de la explotación económica de los servicios objeto del contrato.

PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

Se plantea un contrato por duración de 2 años, prorrogable por otros dos años adicionales.

Dicho periodo permitirá a Madrid Destino cubrir la prestación de este servicio público esencial para el desarrollo turístico de la ciudad, mientras se implementan las mejoras necesarias en el servicio y que darán lugar a una futura licitación por un periodo de 10 años.

CONDICIONES ECONÓMICAS

La contraprestación económica viene avalada por las conclusiones de un informe de viabilidad técnico - económica elaborado por la consultora financiera experta en transporte público Dña. Ana García Ballano, que ha sido contratada con el objetivo de elaborar el preceptivo estudio de viabilidad.

En dicho estudio se hace un desarrollo y análisis pormenorizado del modelo propuesto: rutas y paradas, horarios y frecuencias, así como las exigencias técnicas y de calidad para ofrecer un servicio a la altura de las expectativas de los visitantes, y que al mismo tiempo confluya con los intereses de la ciudad a los que hacemos alusión anteriormente.

En dicho análisis pormenorizado se han hecho todas las estimaciones necesarias de costes para cumplir con el servicio diseñado, así como también se ha realizado una proyección de ingresos. Este informe confirma la viabilidad económica del proyecto.

En cuanto a la fijación del canon, en la última licitación del autobús turístico de 2011 se apostaba por un canon mixto, que combinaba un canon fijo con uno variable que vendría determinado por un porcentaje de las ventas de billetes. En el modelo actual propuesto se mantiene la idoneidad de un canon variable, donde se propone reducir de 3 millones de euros a 2 millones de euros el canon fijo (una reducción del 33% respecto al canon anterior) y en contrapartida se incrementa el canon variable por el total de ingresos que tenga el servicio (ventas de billetes, servicios discrecionales, Naviluz y venta de publicidad). Así en el nuevo contrato este canon variable se fija en un mínimo del 11 % a mejorar por las empresas que se presenten a la licitación.

El valor estimado del contrato asciende a la cuantía de CINCUENTA Y UN MILLONES CIENTO TREINTA Y TRES MIL SEISCIENTOS SESENTA Y CUATRO EUROS CON TREINTA Y CUATRO CÉNTIMOS DE EURO (51.133.664,34 €) IVA excluido.

Para llegar al cálculo del valor estimado, se han tenido en cuenta los ingresos previstos por venta de billetes a viajeros, ingresos publicitarios e ingresos Naviluz durante los dos años de duración del contrato (24.972.937 €) más los dos años de potencial prórroga (26.160.727,31 €), de acuerdo a los siguientes datos económicos:

INGRESOS	€
INGRESOS VIAJEROS sin IVA	10.848.474 €
INGRESOS NAVILUZ sin IVA	755.074 €
INGRESOS PUBLICITARIOS	542.822 €
INGRESOS PREVISTOS 1º AÑO	12.146.370 €
INGRESOS PREVISTOS 2º AÑO (+5,60%)	12.826.567 €
GASTOS	
AUTOBUSES COSTE FIJO	2.014.157 €
AUTOBUSES COSTE VARIABLE	653.175 €
INVERSIONES EN AUTOBUSES	150.990 €
LICENCIA TICKETING	83.648 €
COSTE TOTAL PERSONAL	3.011.016 €
PAGO COMISIONES POR VENTAS	1.223.694 €
INSTALACIONES Y CONSUMIBLES	611.987 €
COSTES SERVICIOS DISCRECIONALES	62.087 €
NAVILUZ	167.028 €
GASTOS PREVISTOS 1º AÑO	7.977.781 €
GASTOS PREVISTOS 2º AÑO (+5,60%)	8.424.537 €
RESULTADO DE 1º AÑO ANTES DE CANON	4.168.589 €
RESULTADO DE 2º AÑO ANTES DE CANON	4.402.030 €
<u>CANON CONCESIONAL DE 1 AÑO:</u>	
CANON FIJO	2.000.000 €
CANON VARIABLE	1.336.101 €
CANON TOTAL AYUNTAMIENTO 1º AÑO	3.336.101 €
CANON TOTAL AYUNTAMIENTO 2º AÑO (+5,6%)	3.522.922 €
RESULTADO DE 1º AÑO DESPUÉS DE CANON	832.488 €
RESULTADO DE 2º AÑO DESPUÉS DE CANON	879.107 €
RESULTADO TOTAL PERÍODO CONCESIÓN	1.711.595 €
MARGEN SOBRE INGRESOS	6,85%

Canon de licitación

Tras un análisis de los ingresos y costes, del resultado del beneficio del servicio el primer año (4.186.589 €) se decide fijar un canon mixto, compuesto por un canon fijo de 2.000.000 € anuales, actualizable por IPC y un canon variable de un mínimo de un 11% de los ingresos totales (a mejorar por los licitadores).

Con este canon se llega a un porcentaje del 6,85% de beneficio industrial después de canon, conforme se recoge en la siguiente tabla comparativa:

CANON MADRID DESTINO				BENEFICIO EMPRESARIAL	
CANON FIJO	2.000.000 €	% Canon variable	Canon total MADRID DESTINO	Importe en €	%
CANON VARIABLE	607.319 €	5%	2.607.319 €	1.561.270 €	12,85%
	728.782 €	6%	2.728.782 €	1.439.806 €	11,85%
	850.246 €	7%	2.850.246 €	1.318.343 €	10,85%
	971.710 €	8%	2.971.710 €	1.196.879 €	9,85%
	1.093.173 €	9%	3.093.173 €	1.075.415 €	8,85%
	1.214.637 €	10%	3.214.637 €	953.952 €	7,85%
	1.336.101 €	11%	3.336.101 €	832.488 €	6,85%
	1.457.564 €	12%	3.457.564 €	711.024 €	5,85%
	1.579.028 €	13%	3.579.028 €	589.561 €	4,85%
	1.700.492 €	14%	3.700.492 €	468.097 €	3,85%
	1.821.956 €	15%	3.821.956 €	346.633 €	2,85%
	1.943.419 €	16%	3.943.419 €	225.169 €	1,85%
	2.064.883 €	17%	4.064.883 €	103.706 €	0,85%

Además, se incluirá un escalado en el caso de que el beneficio de la empresa antes de canon, supere los 5 millones de €, incrementándose el canon fijo en 0,5 mill€, y a partir de cada millón más de beneficio, un 30%, es decir, 0,3M.

INGRESOS	12.146.370 €		
GASTOS	7.977.781 €		
BENEFICIO	4.168.589 €	5.000.001 €	6.000.000 €
CANON FIJO	2.000.000 €	2.500.000 €	2.800.000 €
VARIABLE 11%	1.336.101 €	11% S/INGRESOS	11% S/INGRESOS
	3.336.101 €	XX €	XX €

CONCLUSIÓN

Por todo lo expuesto, se solicita la aprobación del presente proyecto para la contratación de la concesión del servicio de gestión de bus turístico de la Ciudad de Madrid por un importe total de CINCUENTA Y UN MILLONES CIENTO TREINTA Y TRES MIL SEISCIENTOS SESENTA Y CUATRO EUROS CON TREINTA Y CUATRO CÉNTIMOS DE EURO (51.133.664,34 €) IVA excluido.

La unidad encargada del seguimiento y ejecución del presente contrato dentro de Madrid Destino será la Dirección de Turismo, siendo el responsable del contrato el Subdirector de Atención al Visitante o persona en la que éste delegue.

Y para que así conste, firman el presente documento



Iván
González
Subdirector
de Atención
al Visitante

Héctor Coronel
Director de Turismo

El presente documento ha sido firmado digitalmente en tiempo y forma por las personas que constan como firmantes.