



Profesión

JOSEP MARÍA MARTÍ CEO DE MOVENTIS

“Nuestra internacionalización está creciendo”

La compañía catalana Moventis afronta el crecimiento de la internacionalización con los valores tradicionales que han presidido la compañía desde sus comienzos, hace ahora 100 años. En la presente entrevista, su consejero delegado, Josep María Martí, repasa tanto la actualidad del sector como las perspectivas de futuro.

Por **Miguel Sáez**

Fotos: **Eusebio Albert y Moventis**



Autobuses interurbanos de King Long en Arabia Saudí.

La historia de Moventis es la historia de una empresa familiar que nace en 1923 gracias al espíritu emprendedor de Miquel Martí Adell, con un único autobús en Sabadell (Barcelona). Es evidente que en las empresas familiares de éxito siempre hay una persona luchadora que consigue convertir una idea inicial en un proyecto ilusionante con posibilidades de continuar generacionalmente a lo largo de los años. Además, Martí Adell consiguió transmitir a la siguiente generación los valores del rigor, trabajo, compromiso, coraje, perseverancia y bonhomía, que un siglo después se mantienen intactos. Actualmente, y varias generaciones más tarde, ese siglo de actividad se resume en un escueto “desarrollar los negocios que empezó el abuelo hace 100 años”, según señala nuestro entrevistado, Josep María Martí.

▶ **“Ahora mismo, prestamos mucha atención a la puesta en marcha de los autobuses interurbanos en Arabia Saudí”, dice Martí**

Autobuses & Autocares: Tras un siglo evolucionando, ¿cómo es Moventis en la actualidad?

Josep María Martí: Hoy en día, somos más de 5.800 empleados, con 215 millones de pasajeros transportados al año, 172 millones de kilómetros recorridos anualmente, una flota de casi 2.400 autobuses y autocares, 41 tranvías, 45.000 bicicletas y 50 centros de trabajo. Casi la mitad de todo ello está situado en Cataluña.

También estamos presentes en varios países y esa parte internacional, que va creciendo año a año, va a registrar en 2023 una cifra de facturación de un 27% en el total del grupo, es decir, unos 280 millones de euros. Venimos de un 15%, pero en 2024 alcanzaremos un 33%, lo que supone que la facturación internacional será un tercio del total.

A&A: ¿Cuáles son los pilares estratégicos sobre los que se asienta Moventis actualmente?

J.M.M.: La ilusión y la vocación de servicio, porque aunque somos teóricamente grandes internacionalmente, en realidad somos pequeños y, por tanto, tenemos que ser conscientes de nuestra dimensión



Entrevista

La demanda en las áreas metropolitanas

▲ Josep María Martí reconoce que en unas áreas metropolitanas más y en otras menos, el flujo de la demanda a atender tiene capacidad de crecimiento. “En esas zonas tenemos líneas con frecuencias de 30 minutos y deberíamos de ir a 10, y en las de 10 ir a cinco. Donde hay demanda se debería poner preferencia al transporte público, con sistemas BRT, carriles bus o lo que haga falta. Esto es indiscutible, es por donde hay que ir si queremos ganar cuota, porque el uso de los modos sostenibles del 70%, a medida que nos alejamos de la comurbación central, se invierte y pasa a ser lo contrario, con un 30% para el transporte público. Y por último, también vemos una necesidad de llegar a todo el territorio donde no estamos ahora, mediante tipos de transporte más flexibles, con microbuses o coches y apps”.



Un autobús articulado de Moventis en Pays de Montbéliard (Francia).

relativa. Es verdad que hemos ido creciendo, pero lo hemos hecho de una manera ordenada. Creo que hemos sido capaces en todo momento de seguir prestando los servicios, con nuestra manera de hacer, en nuestros territorios y para nuestros clientes o para las administraciones públicas con las que trabajamos. Los valores de siempre de Moventis pasan por la honestidad, la transparencia, la chispa, la sostenibilidad y el compromiso. En este sentido, hace unas semanas tuve un desayuno con 22 personas de alto talento recién incorporadas a la empresa (ingenieros, matemáticos, etc). En él, todos dijeron dos cosas: una, que en otras empresas los valores están, pero no en el día a día y en esta sí. Decían que en Moventis “lo notabas, lo apreciabas y te llegaba”. Y dos, que contamos con unas oficinas nuevas que son muy atractivas y el entorno ayuda a trabajar mejor. Al final, una cosa te lleva a la otra. Los valores nos dicen que lo importante que es tener inquietud por hacer las cosas bien, tratar bien a la gente, incorporar talento, hacerlo de una manera progresiva y natural, creer en tu gente y formarla. Si tienes confianza en tu gente, tu gente va a confiar en tí.

A&A: Tras la caída del negocio en la pandemia, ¿a qué nivel de recuperación está Moventis ahora?

J.M.M.: Menos en el discrecional en la zona turística, sí que estamos al 100% en algunos segmentos. Pero el volumen de viajeros en el transporte urbano de las poblaciones de tamaño medio y pequeño no es el que era todavía y no sé porqué. Cuesta llegar a ese nivel, quizá porque hay un mayor hábito de desplazarse a pie o por el teletrabajo, lo que puede explicar esa falta de recuperación en el uso del transporte público en los viajes cortos. Por otro lado, en el ámbito del transporte discrecional, nos faltan los turistas rusos y ucranianos, que evidentemente ahora no vienen. Antes acogíamos a muchos de ellos en las costas catalanas, que visitaban museos y hacían visitas culturales. Era un turismo de calidad, con dinero, y eso no se ha recuperado.

A&A: ¿Cómo ha sido el proceso de internacionalización de Moventis durante los últimos tres años?

J.M.M.: Es cierto, nos hemos internacionalizado y estamos creciendo, teniendo presente que deci-





Profesión



Stand de Moventis en la exposición de la UITP.



Interior de uno de los autobuses interurbanos de Arabia Saudí.

dimos no emprender algún proyecto durante los momentos más duros de la pandemia por la gran incertidumbre que había. Eso nos privó de algunas oportunidades que se han desvanecido, pero en otras sí tuvimos esa garantía de seguir para adelante, como ha sucedido en Francia, donde tenemos un equipo muy potente de desarrollo de negocio, y en Arabia Saudí en el ámbito de bicicleta pública, que es una tercera pata para nuestro negocio. Ahora mismo prestamos mucha atención a la puesta en marcha de los autobuses interurbanos en Arabia Saudí. Después de estar cinco o seis años en aquel mercado, ya sabemos cómo hay que hacer las cosas, la manera de contratar, cómo deben ser

► **En los últimos tres años, Moventis ha invertido 120 millones de euros en la compra de autobuses híbridos, de gas y eléctricos**

los mandos intermedios o la formación necesaria. Además, en el ámbito de la bicicleta pública estamos presentes en Finlandia, Perú y de aquí a final de año empezaremos también en Polonia, igual que hemos empezado en Marsella este año. En lo que a autobuses se refiere, desde el uno de enero explotamos el transporte público de Pays de Grasse, cerca de Niza.

A&A: ¿Cómo está afrontando Moventis la nueva movilidad?

J.M.M.: Con toda la humildad necesaria, porque predecir el futuro es imposible. Pero estamos alertas, con los ojos abiertos a las nuevas tendencias que van apareciendo. Para nosotros, la columna vertebral de la movilidad ha de ser el transporte público tanto en las grandes ciudades como en las áreas metropolitanas, y en la práctica ya lo es. La cuota de mercado de los modos sostenibles está entre el 68% y el 72%. Barcelona está en el 71-72% y Madrid en el 70-71%, es decir, las dos ciudades aguantan el benchmark mundial a nivel ciudad. La movilidad es economía, si quieres parar la economía paras la movilidad. Por tanto, necesitamos una movilidad global partiendo de la base del transporte público, que tiene que ir a más pero no llega a todas partes. Por eso, las nuevas tendencias de micromovilidad van encontrando sus pequeñas cuotas de mercado. Yo no voy a ser agorero, pero creo que son complementos que ayudan. Por otro lado, el transporte público, por más que hagamos y por más que nos empeñemos en llegar a todas partes, hemos de ser conscientes de que a medida que nos adentramos en los territorios, con la dispersión de la población y con el aumento de la actividad, es mucho más difícil mantener unas redes de transporte que te permitan dar una alternativa al vehículo privado. La movilidad del vehículo privado es absolutamente necesaria y no podemos decidir tampoco sobre ella, porque si la demonizamos nos quedamos sin economía. Por tanto, el reto está en evolucionar en un transporte público y privado cada vez más descarbonizado. Además, hay una parte del transporte que no se produce porque hay teletrabajo en algunos sectores y la gente puede trabajar desde casa. Aunque es minoritario, esto existe. También vemos que el vehículo autónomo vendrá de alguna manera, pero creemos en un vehículo autónomo compartido y privado, porque los que existen hoy son privados. En el futuro, habrá una movilidad en coche autónomo, teóricamente eléctrico. Y, por último, tendremos que tener los mismos millones de cargadores que de coches.

A&A: ¿Cómo valora la colaboración público-privada en el transporte público?

J.M.M.: Es indispensable que todo pase por la cola-



Entrevista

moventis

Martí considera que la movilidad del vehículo privado es absolutamente necesaria.



▶ **“La columna vertebral de la movilidad ha de ser el transporte público en las grandes ciudades y en las áreas metropolitanas”**

boración público-privada. No hay otra manera, porque todo lo que estamos hablando necesita mucha inversión por ambas partes. Pero la administración pública debe permitir que la inversión privada se recupere, porque si no tampoco hay futuro empresarial. Se tienen que dar ambas circunstancias y con dos objetivos comunes: la descarbonización y la lucha contra el cambio climático.

A veces, honestamente, creo que la colaboración no está bien equilibrada y que falta inclinarse más hacia la parte privada. Los fondos Next Generation lo han decantado más hacia lo público y menos a lo privado. Tenemos ahí un buen recorrido de mejora.

A&A: ¿Cómo avanza la compañía hacia un modelo de vehículo más sostenible y qué estrategias persigue para los servicios urbanos e interurbanos?

J.M.M.: Como se puede, porque lo primero es renovar. La evolución del consumo de nuestras flotas va mejorando, pero no sólo porque ponemos en marcha autobuses híbridos, sino porque los diésel son más eficientes. Los autocares de hoy consumen menos que los de hace seis años y existen otras tecnologías para ciertos recorridos metropolitanos como los de gas 100%, los híbridos de gas, los híbridos diésel y los eléctricos.

En los últimos tres años hemos invertido 120 millones de euros entre autobuses híbridos, de

gas y eléctricos, lo que traducido a vehículos son unos 350 ó 400 vehículos de una flota total de 2.400 unidades y hasta ahora casi sin ayudas. A partir de ahora tenemos prevista la incorporación de más eléctricos en algunas ciudades, que están encargados, pero estamos sufriendo las demoras de entregas que tienen todos los fabricantes.

A&A: ¿Desea añadir algo más?

J.M.M.: Tengo dos mensajes que transmitir. Por un lado, hemos echado de menos que las administraciones públicas no se hayan hecho cargo de los tremendos incrementos de costes que hemos tenido. Es una falta de madurez, de reacción y de sensibilidad por su parte.

Segundo, que ahora que está volviendo la actividad normal, tenemos una carencia de conductores muy grande, no sólo en el transporte de viajeros sino también en el de mercancías y no sólo en España sino en toda Europa.

Por tanto, tenemos que conseguir que las administraciones nos compensen y que hagan lo que es responsable hacer. Y que faciliten la formación de conductores reduciendo la edad de los 21 a los 18 años y que se pueda traer conductores de otros países, algo que hoy en día es casi imposible. En Moventis estamos trabajando a fondo en esto, pero no llegamos por las trabas y dificultades que hay. ■

El biometano y el hidrógeno

▶ Josep María Martí reconoce que en unas áreas metropolitanas más y en otras menos, el flujo de la demanda a atender tiene capacidad de crecimiento. “En esas zonas tenemos líneas con frecuencias de 30 minutos y deberíamos de ir a 10, y en las de 10 ir a cinco.

Donde hay demanda se debería poner preferencia al transporte público, con sistemas BRT, carriles bus o lo que haga falta. Esto es indiscutible, es por donde hay que ir si queremos ganar cuota, porque el uso de los modos sostenibles del 70%, a medida que nos alejamos de la comurbación central, se invierte y pasa a ser lo contrario, con un 30% para el transporte público.

Y por último, también vemos una necesidad de llegar a todo el territorio donde no estamos ahora, mediante tipos de transporte más flexibles, con microbuses o coches y apps”.