



**Francisco Cañamero Palacios,
Director Comercial y de
Marketing de Viajeros RENFE**

Nació en 1958 en Castellón, y estudió en Madrid y después en la Escuela de Turismo de Bilbao. Tras diversas ocupaciones en el sector del turismo y la hostelería, en 1988 ingresó en las empresas filiales de Renfe y después continuó en la Jefatura Comercial de Viajeros en las áreas de Marketing, Servicios al Cliente y Calidad, participando en la implantación de los Sistemas de Gestión de Calidad EFQM entre los años 92 y 94, y en el diseño del producto AVE.

Se incorporó en el 95 a los puestos de Gestión por Corredores de Viajeros de Larga Distancia y como Gerente del Corredor Este-Mediterráneo en el 98, poniendo en marcha el Euromed y Alaris, siendo responsable del Área de Negocio con un volumen de 5 millones de pasajeros y una plantilla de 500 personas.

Como responsable del corredor estuvo 12 años, responsabilizándose en 2010 del proyecto puesto en servicio del último AVE en España (Madrid-Valencia.)

Desde hace 5 años es el Director Comercial y Marketing de Viajeros.

Entrevista a Francisco Cañamero Palacios,
Director Comercial y de Marketing de Viajeros RENFE

Cumplimos 25 años del AVE, somos un modelo de referencia en el mundo y hemos contribuido en la transformación de nuestro país

¿Nos puede hacer una valoración del funcionamiento de Renfe durante lo que llevamos de año 2017?

Para Renfe este año 2017 es un año muy especial porque cumplimos 25 años de la puesta en servicio de la primera línea de alta velocidad en nuestro país. El AVE Madrid Sevilla inició una historia de éxito y de excelencia que ha transformado por completo el sistema ferroviario español pasando a ser uno de los modelos de referencia en el mundo y además ha contribuido de forma muy importante en la transformación de nuestro país. Desde entonces, los servicios de Alta Velocidad han sido utilizados por más de 357 millones de personas y se evolución sigue siendo positiva.

En este ejercicio el AVE sigue creciendo, más de un 4% de viajeros con respecto a 2016 en estos nueve meses y esperamos volver a batir un nuevo récord anual a final de año.

Por otro lado, los llamados servicios públicos se siguen comportando de forma positiva tras el fin del letargo por la crisis, y en este año, más de 300 millones de usuarios los han utilizado con un incremento del 3% con respecto al año anterior.

¿Podemos hablar de que se ha terminado completamente la crisis?

Sin ninguna duda, ya desde el año 2016 observamos cómo se han consolidado los crecimientos y cómo la movilidad se ha recuperado e incluso aumentado con respecto a los anteriores a la crisis. Hay que destacar la movilidad en todos los segmentos, tanto de la parte vacacional y ocio como la de corte profesional y negocios, y muy especialmente la incorporación de la gente joven de 18 a 26 años, como nuevos clientes con un crecimiento del 18%.

¿Cómo afrontan el próximo 2018?

Con optimismo e ilusión. Seguiremos haciendo hincapié en el que el tren sea el modo de transporte de referencia en el mercado peninsular con una política de precios que nos ha dado muy buenos resultados y manteniendo las principales virtudes de la alta velocidad como son la puntualidad, el confort y nuestro compromiso con el cliente, realmente nuestra columna vertebral.

¿Cuáles son las principales novedades de cara al nuevo año?

Para el próximo año estamos muy centrados en la gestión de nuestros clientes, ampliamos la segunda fase de nuestro CRM con nuevas herramientas con el objetivo de pasar de un modelo de segmentación a un modelo absolutamente individualizado. La creación de un nuevo Call Center que nos permita atender más de 5 millones de interacciones con la utilización de las nuevas tecnologías digitales y la ampliación de nuestro programa de fidelización que ya cuenta con más de 1,3 millones de socios. Podemos decir que el año 2018 será el año de nuestros clientes y de contar con una nueva forma de relacionarnos con ellos.

Por otro lado, seguimos con nuestro proyecto de WIFI en los trenes AVE y el próximo se incorporarán nuevas líneas a la actual de Madrid Sevilla que podrán disfrutar de conectividad y de la plataforma de entretenimiento PlayRenfe.

¿En dónde están empleando mayores esfuerzos, en Alta Velocidad o en Cercanías?

En ambos servicios, los servicios públicos necesitan de nuestra atención constante y permanente buscando soluciones de movilidad en la vida diaria de las personas.



“Conocer las sensibilidades y los retos a los que se enfrenta el sector es de vital importancia para saber abordar políticas y acciones comunes.”

En este sentido seguimos invirtiendo en la adaptación de las estaciones y de nuestros trenes para hacer los servicios públicos más accesibles y por otro lado en la integración con los Consorcios de transporte facilitando el uso del transporte público de forma integrada y eficiente con todos los modos de transporte.

Como sponsor de la cumbre, ¿qué importancia le otorga a la misma?

Es fundamental conocer de primera mano y de los principales actores que es lo que pasa en el mundo, y que tiene un impacto directo en el Turismo y la movilidad.

Conocer las sensibilidades y los retos a los que se enfrenta el sector es de vital importancia para abordar políticas y acciones comunes.

¿Qué opina respecto al hecho que la sede sea Valencia?

Un acierto, como valenciano estoy encantado que este congreso se celebre en mi ciudad. Creo además que Valencia es un buen destino y que puede complementar perfectamente a los dos grandes destinos de nuestro país, Madrid y Barcelona para el Turismo de Congresos. Dispone de unas estupendas infraestructuras y amplia oferta hotelera, cultural y gastronómica.

¿Hasta qué punto la presencia de agencias de todo el mundo les sirve para el desarrollo del conocimiento del transporte del ferrocarril en nuestro país?

Aunque ya existe un conocimiento muy importante del desarrollo del ferrocarril como modo de trans-

porte entre las agencias, es verdad que siempre la tendencia es hacia el modo aéreo por ser hegemónico en nuestros desplazamientos internacionales de medio y largo radio. En este sentido siempre es bueno dar a conocer la oferta ferroviaria y muy especialmente la alta velocidad como un modo de transporte complementario al modo aéreo y que permite ampliar la oferta de transporte para el público internacional a través de los Hub de Madrid y Barcelona en su continuación de viaje en nuestro país.

¿Cree que la Comunidad Valenciana está suficientemente conectada?

Hoy más de 23 trenes AVE circulan diariamente entre Madrid y Valencia en un tiempo de viaje de 1 hora y 35 minutos, es quizás una de las relaciones de mayor crecimiento. En lo que llevamos de año más de 1,8 millones de viajeros la han utilizado.

Por otro lado, las obras del Corredor Mediterráneo mejorarán ostensiblemente la gran demanda existente entre Valencia y Barcelona, por lo que Valencia tendrá, a nivel ferroviario unas estupendas infraestructuras.

¿Siguen apostando por las agencias de viajes?

Las Agencias de Viaje son nuestro segundo canal de venta con una cuota permanente e incluso en crecimiento. En este año 2017 el 32% de nuestros billetes se han obtenido por este canal y sus ventas han crecido un 9% en lo que va de año. Por tanto, apostamos por las agencias y estamos comprometidos en mantener este canal y especialmente el presencial como palanca prescriptora y así se lo hemos trasladado al sector en este año.

¿Qué les recomendaría a las agencias de viajes a la hora de afrontar su futuro?

Que sigan como hasta ahora, buscando la máxima eficiencia y la especialización, creo que son las claves para seguir siendo fuertes en el sector del transporte. Tras pasar varios años de incertidumbre han sabido resituarse y desde Renfe pensamos que su futuro está garantizado y la colaboración con el canal seguirá permanentemente.

¿Nos puede hacer una valoración de las acciones realizadas por la CEAV?

Creo que el papel de CEAV es fundamental en el sector, para nosotros disponer de un interlocutor que aglutine todas las sensibilidades y defienda sus intereses es una garantía.

Quiero felicitar a CEAV por su labor absolutamente profesional y animarla a seguir en esa misma línea durante muchos años eficiencia y la especialización, creo que son las claves para seguir siendo fuertes en el sector del transporte. Tras pasar varios años de incertidumbre han sabido resituarse y desde Renfe pensamos que su futuro está garantizado y la colaboración con el canal seguirá permanentemente.