

2/12/2018

Mais transportes, mais qualidade de vida

Há poucos dias foi tornado público pelo Ministério do Ambiente o Relatório de Estado do Ambiente 2017. As suas conclusões, sobre a forma como os portugueses se deslocam, espelham uma realidade muito longínqua das metas anunciadas, dos objetivos a atingir e das políticas proclamadas.

Das deslocações realizadas, 89,4% são asseguradas pelo transporte individual, aliás, em linha com o período entre 2005 e 2015.

Os números não deixam margem para dúvidas. E pela sua expressão e constância a conclusão só pode ser uma: todas as políticas para diminuir esta tendência foram um rotundo e completo insucesso. Falharam em toda a linha.

Para que não haja qualquer dúvida sobre o falhanço das políticas da última década, o relatório indica que o número de automóveis ligeiros se situa nos 4,9 milhões, tendo crescido mais 2,1% em 2017 do que no ano anterior, o que apenas significa que é a maior taxa de motorização dos últimos quatro anos.

Utilizando um registo desportivo, diria que “ninguém nos agarra”! O problema é que estamos a correr em sentido oposto, o que significa que não estamos na competição certa, correndo mesmo o risco de interpretarem a nossa corrida como uma fuga... um fugir para a frente, um muito típico “depois logo se vê”!

Registo desportivo à parte e apenas tendo em mente os dados aqui referidos, as conclusões deste relatório realçam a impreparação que temos para responder ao compromisso assumido de tornar Portugal neutro em carbono em 2050.

Quanto ao resto, a conclusão é simples: tudo o que sobra é um pouco mais complicado – temos de captar e seduzir mais pessoas para realizarem as suas deslocações em transporte público.

Este enorme desafio tem na sua solução e génese a adoção de políticas integradas nos domínios do território, do urbanismo, do planeamento e da gestão, sendo que alterações nestas áreas são sempre morosas e de alta complexidade.

Sabendo que a oferta de transportes é sempre reflexo destas políticas, importa também

identificar quais os mecanismos que estes têm ao seu dispor para seduzir mais pessoas e conquistar mais mercado. Acredito que por esta via também há muito para fazer e certamente com resultados mais imediatos.

A anunciada aplicação “Anda”, criada pela Transportes Intermodais do Porto, é um excelente exemplo de como é possível seduzir mais pessoas. Como? Utilizando a linguagem do consumidor e facilitando de forma intuitiva a vida deste. Desmaterializando os convencionais bilhetes, esta App tem no seu conceito facilitar o acesso do consumidor aos transportes públicos, assegurando a otimização dos seus custos de deslocação, sempre a favor do cliente.

Associada a um cartão de crédito/débito, o “Anda” não obriga ao carregamento de nenhum título ou passe, possibilitando ao consumidor fazer uso dos serviços de transporte que necessita, recebendo em sua casa, no final do mês, a fatura correspondente apenas às deslocações realizadas.

Recorrendo a algoritmos de grande rigor, o sistema analisa o histórico de viagens efetuadas e apresenta a solução tarifária mais económica e mais vantajosa para o cliente.

Este bom exemplo de relacionamento entre provedor/cliente é inovador nos transportes em Portugal, mas é prática já vulgarizada na distribuição, no grande comércio e em muitas outras atividades.

Facilitar a deslocação e a vida das pessoas é possível, desejável e prioritário, sendo hoje uma regra básica no dia-a-dia de todos.

por José Monteiro Limão

Por:

Fonte: