INTRODUCCIÓN
GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

INTRODUCCIÓN
GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

Supported by
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

AUTORES
Liyana Adjarova, Ina Karova, Energy Agency of Plovdiv
Ioanna Lepinioti, iMpronta di Massimo Infunti
Billy Carslaw, Birmingham Chamber of Commerce Group

EDICIÓN
Massimo Infunti
Domenico De Leonardis

AGRADECIMIENTOS
Agradecimento a Domenico De Leonardis, experto en Gestión de la Movilidad por su contribución como especialista en esta guía.

MoMa.Biz website: http://moma.biz
Image source: www.eltis.org

Partner del Proyecto
Ente Regional de la Energía de Castilla y León
Junta de Castilla y León

CAJA 0: INTRODUCCIÓN - GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

Con frecuencia, las zonas de industriales y/o áreas empresariales (Business and Industrial Zones, BIZ) de Europa son de difícil acceso, al encontrarse muchas veces en terrenos desocupados en las afueras de ciudades de tamaño medio, con escasas alternativas al automóvil privado en cuanto a movilidad hogar-trabajo. En consecuencia, el coche se convierte en el principal medio, cuando no el único, que pueden utilizar los trabajadores para acudir a su lugar de trabajo. El proyecto MoMa.BIZ (Gestión de la Movilidad para zonas de negocios e industriales) surge como consecuencia del número cada vez mayor de estas zonas industriales y áreas empresariales, llamadas desde ahora en el documento BIZ, y de la necesidad de buscar solución a sus necesidades de movilidad. De forma más específica, el objetivo principal del proyecto es contribuir a la promoción y propagación de la movilidad sostenible en zonas de negocios e industriales de toda Europa. Para ello contamos con la participación de distintas BIZ situadas en cinco países europeos (ver mapa 1), en los que ya se han desarrollado e implementado planes de movilidad. En concreto, se ha adoptado un enfoque participativo en todas las BIZ, con la colaboración de todas las partes implicadas en el desarrollo e implementación de los planes de movilidad. Las actividades, resultados y know-how conseguidos a través de esta experiencia han llevado a la creación de la presente guía, que pretende llamar la atención de las BIZ respecto a la cuestión de la movilidad domicilio-trabajo y ayudar a las BIZ a implementar soluciones similares. MoMa.BIZ está financiado parcialmente por el programa Energía Inteligente - Europa.

TARTU (EE)
CANNOCK CHASE (UK)
ASTI (IT)
PONFERRADA (ES)
PLOVDIV (BG)
ATARFE (ES)

La Guia

La Guía de Cajas de Soluciones está diseñada para Gestores de Movilidad con cualquier nivel de experiencia. La Guía, en combinación con la Herramienta de Etiquetado de Movilidad (ver página 8) pretende ofrecer ayuda y orientación a los Gestores de Movilidad para diseñar e implementar planes de movilidad en zonas industriales o áreas empresariales (BIZ). La Guía también puede ser utilizada por empresas individuales como proceso principal para desarrollar un plan de movilidad concreto para su organización pues las soluciones de movilidad son adaptables para todo tipo de lugares de trabajo.

Listado de las cajas en la Guía de las Caja de Soluciones para movilidad al trabajo

Caja 0: Introducción - Gestión de la movilidad
Caja 1: Bicicleta
Caja 2: Caminar
Caja 3: Transporte público
Caja 4: Carpooling
Caja 5: Carsharing y vansharing
Caja 6: Gestión de coches
Caja 7: Transporte para personas con movilidad reducida
Caja 8: Medidas adicionales sobre movilidad
Caja 9: Marketing y promoción

La Guía se divide en 10 “cajas”, cada una de las cuales está orientada a un problema de movilidad concreto, ilustra las mejores prácticas y proporciona recursos para ayudar a una empresa a mejorar sus prácticas de movilidad.

Los materiales de cada caja son independientes unos de otros pero a veces se señalan otras áreas como buena práctica de referencia y sugieren al usuario tener en consideración ayudas que ya existen en su municipio, región o incluso a nivel nacional.

Implementar una "caja de soluciones" permitirá a la BIZ mejorar sus políticas de movilidad, que podrán ser recogidas y evaluadas mediante la Herramienta de etiquetado de movilidad.

Cómo utilizar la Guía

La Guía de Cajas de soluciones es un recurso independiente que es posible utilizar en el proceso de planificación e implementación de la gestión de la movilidad. Esta Guía se complementa con la Herramienta de etiquetado de movilidad MoMa.BIZ, por lo que se recomienda utilizar ambas de forma combinada. Encontrará más información sobre la Herramienta de Etiquetado de Movilidad en la página 8 de esta Caja. Para obtener el máximo beneficio de la Guía, los autores recomiendan el siguiente proceso:

Paso 1 Evaluar la BIZ/empresa con la Herramienta de Etiquetado de Movilidad.

Paso 2 Hacer una encuesta entre los empleados para conocer su comportamiento en movilidad y el potencial de cambio.

Paso 3 Decidir en qué áreas intervenir para mejorar la movilidad de la BIZ/empresa.

Paso 4 Consultar la Caja correspondiente, que contiene distintas soluciones de movilidad y recursos de utilidad para planificar el Plan de Movilidad.

Paso 5 Comprobar si su gobierno nacional/autonómico u otro organismo ofrece asistencia y/o incentivos para la implementación de planes de movilidad.

Paso 6 Implementar el Plan de Movilidad.

Paso 7 Evaluar la BIZ/empresa con la Herramienta de Etiquetado de Movilidad.

Gestión de la movilidad en empresas

Los desplazamientos relacionados con el trabajo, como son los viajes diarios desde casa al trabajo y los desplazamientos ocasionales por motivos de trabajo, son la principal causa de tráfico en las áreas urbanas y suburbanas. Por tanto, los hábitos de movilidad de los empleados suelen ser el objetivo de la Gestión de la movilidad en su esfuerzo por reducir el número de coches en las carreteras y los impactos negativos relacionados con el tráfico, como la contaminación del aire, consumo de combustible, estrés, etc. De hecho, el potencial de cambio en los comportamientos de movilidad de los trabajadores y reducción del uso del automóvil es muy significativo, y se consideran realistas los objetivos de reducción del 5%-25% en los desplazamientos en coche mediante la Gestión de la Movilidad en la Empresa (Boletín de EPOMM, oct. 2007).

Definición de Gestión de la movilidad acordada en el Proyecto MAX de la UE

La Gestión de la movilidad es un concepto que fomenta el transporte sostenible y gestiona la demanda del uso del automóvil mediante un cambio en las actitudes y comportamientos de los viajeros. El núcleo de la Gestión de la movilidad está formado por medidas "blandas", como la información y la comunicación, organización de servicios y coordinación de actividades de distintos agentes. Las medidas "blandas" suelen mejorar la eficacia de otras medidas "duras" en el transporte urbano (p.ej., nuevas líneas de tranvía, nuevas carreteras y nuevos carriles bici). Las medidas de Gestión de la movilidad (en comparación con las medidas "duras") no precisan necesariamente grandes inversiones financieras y pueden alcanzar una elevada ratio de costes/beneficios.

¿Qué es la Gestión de la Movilidad en la Empresa?

La Gestión de la Movilidad en la Empresa (CMM) incluye el análisis, mejora y monitorización de los desplazamientos de los empleados (y el transporte de mercancias), con el objetivo de influir en los comportamientos relacionados con la movilidad y reducir el uso individual de los automóviles. La CMM podría ampliarse fácilmente a toda una zona industrial o área empresarial (BIZ), en la que las empresas colaboran para conseguir objetivos comunes con claros beneficios:

compartir la carga de trabajo;
posibilidad de implementar un mayor abanico de acciones relacionadas con la movilidad;
compartir costes;
creación de una masa crítica que pueda atraer la atención y conseguir la colaboración de las partes implicadas locales (p.ej., autoridades locales).

Plan de Movilidad: una herramienta útil

IEl Plan de Movilidad es una importante herramienta para la Gestión de la Movilidad.
Según el proyecto COMMERCE[1], el objetivo de un Plan de Movilidad (MP) es: *"racionalizar la organización de los desplazamientos por motivos de trabajo en el seno de una empresa. Es una política de planificación coherente, que*

puede ser voluntaria u obligatoria, pero siempre concertada. Las iniciativas de un Plan de Movilidad están orientadas a limitar el uso de coches particulares desarrollando soluciones alternativas: caminar, bicicleta, transporte público, coche compartido (carpooling y carsharing).”

El Departamento de Transporte del Reino Unido define el Plan de Movilidad como un proceso dinámico que seguirá desarrollándose y creciendo con el tiempo y adaptándose a las circunstancias cambiantes de la empresa y el entorno en el que trabaja. No es un evento aislado que se emprende y completa una vez, ni es un documento que se redacta y se guarda en un armario. Es el comienzo de una nueva forma de vivir y trabajar mejor, un proceso de evolución.

El desarrollo de un Plan de Movilidad puede desglosarse en 5 estadios, según indica el siguiente gráfico.

Enfoque participativo

Una de las claves del éxito de un Plan de Movilidad es la implicación de todas las partes implicadas, desde la cúpula directiva hasta los empleados, en el desarrollo e implementación del Plan de Movilidad. Este enfoque garantiza que el Plan de Movilidad satisfaga las distintas necesidades y puntos de vista en el seno de la empresa, que las actuaciones de movilidad sean adoptadas y aceptadas y que se asignen los recursos necesarios para la implementación del Plan de Movilidad.

Fig 1:
1: Estadios del desarrollo de un Plan de Movilidad (Guía del Plan de Movilidad COMMERCE).

Generalmente, los Planes de Movilidad buscan mejorar las alternativas de movilidad existentes para desplazamientos entre el hogar y el trabajo y hacer uso de incentivos y desincentivos para influir en el comportamiento de movilidad de los empleados. Ello se acompaña de campañas de marketing y promoción que pretenden informar o educar a los empleados en las alternativas disponibles para sus desplazamientos. La combinación de distintos elementos es la clave de la efectividad de los Planes de Movilidad para hacer frente al problema de la movilidad de forma más holística. Se estima que un buen Plan de Movilidad puede lograr una disminución real del 15%[2] en el número de empleados que se desplazan en coche al trabajo.

Gestión del Plan de Movilidad

Como cualquier proyecto, un Plan de Movilidad precisa una estructura clara de dirección y gestión. Es preciso nombrar un director del proyecto/director de movilidad responsable de la coordinación de todo el proceso. Más concretamente, el director de movilidad se responsabiliza de: (Fuente: Departamento de Transporte del Reino Unido, 2006[5])

- Supervisar el desarrollo e implementación del Plan de Movilidad.
- Conseguir y mantener el compromiso y apoyo de la dirección, mandos intermedios, empleados, representantes sindicales, etc.
- Establecer, coordinar y asistir a los Grupos directores, Grupos de trabajo, etc.
- Coordinar la recogida de datos necesaria para desarrollar el Plan de Movilidad.
- Presentar la justificación económica de un presupuesto para el Plan de Movilidad y garantizar la eficiencia y efectividad de su uso.
- Coordinar los distintos departamentos (personal, patrimonio, instalaciones, etc.) y organizaciones externas (autoridades locales, operadores de transporte, etc.).
- Diseñar e implementar campañas eficaces de marketing y concienciación para fomentar el Plan de Movilidad.
- Actuar como punto de contacto para todos los empleados que precisen información.

- Coordinar el programa de monitorización del Plan de Movilidad, incluyendo el establecimiento de objetivos y evaluación de impactos.

El Departamento Británico de Transportes sugiere entre otros que la ejecución del Plano de Mobilidad implique:

- Un Grupo director que supervise el desarrollo del plan y ofrezca orientación y asistencia de elevado nivel;
- Grupos de trabajo que proporcionen medios para facilitar la participación de los empleados y una comunicación regular con el personal

Asimismo es necesario el apoyo de la dirección, que deberá proporcionar la financiación necesaria e, idealmente, dar ejemplo a los empleados. El Grupo director deberá celebrar reuniones regulares durante el proceso del Plan de Movilidad. Probablemente, estas reuniones serán más frecuentes en los estadios iniciales, durante la definición de los aspectos clave del Plan de Movilidad: sus objetivos, calendario, objetivos y presupuesto disponible. Los Grupos de trabajo también se reunirán de forma regular para permitir a los empleados participar activamente en el Plan de Movilidad, identificar problemas que solucionar y mantener su interés e implicación.

Monitorización y evaluación del Plan de Movilidad

La monitorización y evaluación constituyen elementos importantes del proceso del Plan de Movilidad. Son una herramienta de utilidad para:

- monitorizar el avance del Plan de Movilidad;
- identificar si se cumplen los objetivos y metas iniciales;
- determinar si es preciso emprender acciones correctivas para medidas de movilidad concretas o para el Plan de Movilidad en general;
- identificar las iniciativas prioritarias para el periodo siguiente;
- proporcionar los datos fundamentales para comunicar el impacto del Plan de Movilidad a los empleados y a la dirección.

Es aconsejable que se defina un plan de seguimiento y evaluación desde los primeros estadios para aclarar en qué momentos y de qué manera se realizará el seguimiento, y quién se responsabilizará de la recogida de datos y su posterior análisis y preparación de informes.

Ventajas del Plan de Movilidad

Un Dato:
En Italia, el Decreto Ronchi del Ministerio de Medio Ambiente (27 de marzo de 1998) obliga a las empresas de 300 empleados o más (o con más de 800 empleados en distintos centros) a identificar un Director de Movilidad de la Empresa y desarrollar e implementar un Plan de Movilidad.

Las ventajas de un Plan de Movilidad no se limitan a la empresa o BIZ que las adopta y a sus empleados, sino que también llegan a sus clientes y visitantes, así como a la comunidad local en la que se encuentra la empresa. Los Planes de Movilidad pueden presentar numerosos beneficios económicos para las empresas, incluyendo distintas ventajas económicas, corporativas y medioambientales. En concreto, un Plan de Movilidad puede influir en:

Legislación y responsabilidad social corporativa

- contribuir al cumplimiento de las obligaciones legales;
- posibilitar la aplicación de la planificación para un nuevo centro o la realización de mejoras para el centro actual;
- mejorar las relaciones con los ciudadanos que viven cerca de la empresa;
- establecer las bases de una nueva cultura corporativa basada en la cooperación y en los valores compartidos: respeto por el medio ambiente, solidaridad, equidad, etc.;
- contribuir a satisfacer la demanda de mejoras en la responsabilidad corporativa social, incluyendo objetivos medioambientales como la norma ISO14001 u objetivos sobre emisiones relacionadas con el calentamiento global;
- contribuir a consolidar las relaciones entre colaboradores: empresas, empresas de transporte u organización del tráfico, usuarios, autoridades públicas;

Mejores prácticas: Poner fin al caos en el aparcamiento[4]

Cuando Mark Taylor llegó a la planta de Bentley en Crewe, en su primer día como coordinador del Plan de Movilidad, de inmediato se vió ante uno de los problemas que tendría que solucionar: coches aparcados por todas partes, algunos de ellos contraviniendo las normas, obstruyendo los movimientos esenciales de los camiones que entran y salen de la fábrica y ocupando las calles residenciales de las cercanías. Dieciocho meses después, el número de empleados ha pasado de 3200 a 4500 pero el Plan de Movilidad ha aliviado la presión. "Hoy hay 100 plazas vacías en el aparcamiento", nos dice Mark, "y lo hemos conseguido sin ampliar la capacidad de vehículos".

Aparcamiento

- resolver problemas provocados por la demanda de aparcamientos
- ahorrar dinero en la provisión y mantenimiento de plazas de aparcamiento
- liberar terrenos utilizados como aparcamiento para usos más productivos
- permitir un mayor nivel de ocupación de los edificios existentes

Viajes de empresa

- reducir el kilometraje y otros costes relacionados con los viajes de empresa;
- reducir los costes de gestión del parque de automóviles;
- resolver problemas provocados por la congestión de tráfico en la empresa y en sus alrededores;

Clientes

- facilitar el acceso de más clientes a la empresa;
- mejorar la experiencia de los clientes que se desplazan hasta la empresa;
- mejorar la imagen de la empresa que tienen los clientes
- disminuir los retrasos en los envíos y el movimiento de los productos fuera de las instalaciones;

Empleados

- reducir el número de accidentes en los desplazamientos al trabajo, con los consiguientes ahorros en bajas y costes asociados;
- reducir el tiempo que dedican los empleados a desplazamientos por motivos de trabajo;
- mejorar la salud de los empleados y reducir el absentismo;
- contribuir a la contratación y retención del personal haciendo que los desplazamientos resulten más sencillos y económicos;
- hacer que la reubicación de empleados resulte más aceptable, ofreciendo facilidades para el transporte;
- mejorar la puntualidad reduciendo los retrasos por atascos y contribuyendo a la mayor fiabilidad de los sistemas de transporte;
- mejoras en los niveles de satisfacción de los empleados y reducción del estrés, con la consiguiente mejora de la productividad.

Fuente: Guía del Plan de Movilidad COMMERCE[1], CAJA DE HERRAMIENTAS[3] y Departamento de Transporte (Reino Unido), 2008[4]

Mejores prácticas: Contribuir a la retención del personal[4]

Computershare ha creado un servicio gratuito de autobús para empleados que realiza tres viajes por la mañana y por la tarde entre el centro de trabajo y el centro urbano de Bristol. Chris Llewellyn, responsable del Plan de Movilidad, declaró: "Los servicios de transporte público existentes eran inadecuados y la retención de empleados se convirtió en un gran problema debido a que el coste del transporte público suponía una parte importante del sueldo de los teleoperadores." El autobús gratuito ha beneficiado a la empresa y a los empleados y funciona a plena capacidad todos los días, transportando a alrededor del 14% del personal.

En relación con los empleados, un Plan de Movilidad puede:

- mejorar la igualdad de oportunidades al pasar de ofrecer ventajas para transporte en base a la antigüedad en la empresa a ofrecer incentivos para el desplazamiento sostenible para todos los empleados, incluyendo los que no disponen de coche propio;
- garantizar el aparcamiento para quienes realmente necesitan desplazarse en coche;
- ayudar a ofrecer opciones de menos tensión para desplazarse hasta el lugar de trabajo;
- ofrecer oportunidades para integrar el ejercicio físico en la vida diaria;
- reducir los tiempos de desplazamiento al trabajo;
- reducir el coste del desplazamiento al trabajo o evitar la necesidad de comprar un coche.

Fuente: Departamento de Transporte (Reino Unido), 2008[4]

La comunidad también se beneficia de un Plan de Movilidad en las empresas, ya que el Plan de Movilidad puede:

- reducir el peligro, ruido y contaminación de las calles de la localidad;
- reducir los problemas de aparcamiento;
- mejorar el transporte público;
- mejorar el medio ambiente y los carriles-bici y rutas peatonales;
- contribuir a crear un lugar mejor para vivir, trabajar y visitar, y que atraiga inversiones.

Fuente: Departamento de Transporte (Reino Unido), 2008[4]

Etiquetado de movilidad: Una nueva herramienta

La herramienta de etiquetado de movilidad (MLT) es un nuevo instrumento desarrollado por el proyecto MoMa.BIZ, que contribuye a la gestión de la movilidad en las BIZ y al fomento de los sistemas sostenibles de transporte. MLT es una herramienta de autoevaluación para diagnóstico en línea. Los entrevistados responden una serie de preguntas sobre los temas clave relacionados con la movilidad y el tipo de esfuerzos que realizan para la promoción y gestión de una política de la movilidad. Se evalúan las preguntas y se asigna al entrevistado una etiqueta de movilidad concreta.
La herramienta cuenta con ocho iconos resaltados que simbolizan aspectos clave de la política y rendimiento de la movilidad que se corresponden con las Cajas 1-8 de la Guía de las Cajas de Soluciones. Estos iconos tienen códigos de color rojo (mal) o verde (bien), dependiendo de las respuestas de la autoevaluación.
Una posibilidad adicional es utilizar el diagnóstico de las etiquetas de movilidad a nivel de empresa para demostrar la contribución de la empresa al éxito de la BIZ o como herramienta independiente para animar a cualquier empresa a considerar cómo puede mejorar sus políticas y procesos de movilidad.

La herramienta tiene un claro potencial para la evaluación a medio y largo plazo de las políticas de movilidad. Una vez establecida la línea base para la evaluación inicial, es posible completar la herramienta de diagnóstico

a intervalos periódicos para comparar ambas “imágenes” y evaluar los avances de la BIZ, las empresas miembro de las BIZ o una empresa aislada. El mensaje es sencillo: “lo verde es bueno”.

La etiqueta es una declaración, directa pero con fuerza, del punto en el que se encuentra la BIZ o empresa en un momento dado. Implica a la BIZ o empresa en un diálogo y crea la oportunidad de crear una implicación más profunda con el director de movilidad y, en su caso, inicia un plan para nuevos avances.
Por último, la herramienta puede servir también como fuente de inspiración para posibles actuaciones que implementar en relación con la movilidad.

Promover la movilidad sostenible

La herramienta contribuye a la promoción de la movilidad sostenible de tres formas:

1) La etiqueta asignada proporciona información clara y rápida sobre los medios sostenibles de transporte disponibles para la empresa/BIZ que la adopta. Por tanto, hace que las personas reflexionen antes de utilizar el coche para desplazarse a la empresa / BIZ.

2) Además, se anima a las empresas a preparar e implementar un Plan de Movilidad que les pueda proporcionar una etiqueta que atestigüe su interés en temas medioambientales y por tanto promueve una imagen medioambientalmente positiva para la empresa/BIZ.

3) Las administraciones locales tienen una herramienta clara para demostrar los resultados conseguidos en una BIZ y para comparar una BIZ con otra. Este aspecto influye en el valor del patrimonio inmobiliario y el atractivo de la BIZ.

La herramienta, junto con información adicional, está disponible en el sitio web de MoMa.BIZ: http://moma.biz/en/documentation/mobility-labelling

RECURSOS Y HERRAMIENTAS ÚTILES

COMMERCE

(Creación de Medidas Óptimas de Movilidad para Reducir las Emisiones en los Desplazamientos Laborales)

http://www.londoncouncils.gov.uk/services/commerce/default.htm

El objetivo de este proyecto ha sido aumentar el número y la calidad de Planes de Movilidad implementados por pequeñas y medianas empresas europeas, proporcionando las herramientas y normas originadas a partir de las mejores prácticas en toda Europa. El proyecto ha desarrollado una serie de normas prácticas para el desarrollo de Planes de Movilidad.

Guía para la elaboración e implementación de planes de transporte al trabajo (PTTs)

http://idae.electura.es/publicacion/178/ptt_gu%EF%BF%BDa_pr%EF%BF%BDctica_elaboraci%EF%BF%BDn_implantaci%EF%BF%BDn_planes_transporte_al_centro_trabajo

El Instituto para la diversificación y el Ahorro Energético de España ha publicado varios materiales en el tema de la movilidad sostenible entre ellos esta guía cuyo objetivo d es concienciar a empresarios, trabajadores, organizaciones e instituciones, tanto públicas como privadas, de los problemas que las actuales tendencias de movilidad implican, y ayudarles en el proceso de elaboración e implantación de un Plan de Transporte al centro de Trabajo (PTT).

Departamento de Transporte del Reino Unido

http://www.dft.gov.uk/ El Departamento de Transporte (DfT) del Reino Unido ha producido varios materiales sobre gestión y planificación de la movilidad:

- "Guía esencial sobre la planificación de la movilidad", una guía sobre el desarrollo e implementación de planes de movilidad para empresas. La guía aglutina las

experiencias que han ofrecido mejores resultados y constituye una visión general, amena e informativa, de todo cuanto se precisa para preparar y poner en funcionamiento un Plan de Movilidad.

- "Elecciones más inteligentes", técnicas para influenciar el comportamiento de las personas para elegir opciones más sostenibles, como es fomentar planes de movilidad escolares, para el trabajo e individualizados.
- "Colección de recursos de planificación de la movilidad para empresas", una guía de utilidad para la preparación e implementación de Planes de Movilidad.
- "Hacer que funcionen los planes de viajes: lecciones aprendidas de ejemplos prácticos en el Reino Unido"

Ways2Work

http://ways2work.bitc.org.uk/ ways2work es una iniciativa impulsada e informada por empresas para aumentar la eficiencia mejorando la forma de trabajar y viajar. Ofrece orientación práctica para fomentar la sostenibilidad en los desplazamientos y reducir los desplazamientos en las empresas como elemento estratégico de un programa de mejora empresarial.

Act Travelwise

http://www.acttravelwise.org/plan Una red británica que trabaja en la promoción del transporte sostenible. Su sitio web contiene información de utilidad sobre planes de movilidad.

IEE eLibrary

http://www.iee-library.eu/ La sección sobre Gestión de la movilidad de la IEE eLibrary recopila una serie de herramientas y guías en torno a la gestión de la movilidad, como por ejemplo, "Gestión de la movilidad eAtomium: materiales de formación" y la guía "Tratado – Gestión de la Movilidad".

Mobility Management Portal

http://www.eu-portal.net/ El Portal pretende acelerar la adopción de los resultados de las investigaciones de la UE en el campo del transporte local y regional mediante el desarrollo de nuevos cursos y materiales de formación. Estos materiales pueden ser útiles para comprender la gestión de la movilidad en las empresas y los Planes de Movilidad.

EPOMM (European Platform on Mobility Management) (Plataforma Europea para la Gestión de la Mobilidad)-http://www.epomm.eu/index.php

Se trata de una red de gobiernos de países europeos implicados en la gestión de la movilidad. Su sitio web ofrece una recopilación de información sobre Gestión de la Movilidad, herramientas y ejemplos prácticos.

Eltis

http://www.eltis.org/ Eltis facilita el intercambio de información, conocimientos y experiencias en el campo de la movilidad urbana en Europa. Su sitio web incluye una sección de "Herramientas" con guías, manuales y herramientas en línea en apoyo de la gestión de la movilidad. También está disponible una sección con ejemplos prácticos de distintas iniciativas y estrategias para el transporte urbano que arrojan luz sobre los factores que hacen posible el éxito.

ManagEnergy

http://www.managenergy.net/ Se trata de una iniciativa de asistencia técnica del programa IEE (Energía Inteligente - Europa). Su sitio web incluye ejemplos de buenas prácticas en los campos de la eficiencia energética, energías renovables y transporte limpio, incluyendo gestión de la movilidad, con potencial de replicación.

Herramientas de ayuda para el desarrollo de Planes de Movilidad

Herramienta de etiquetado de la movilidad MoMa.BIZ

http://moma.biz/en/documentation/mobility-labelling Una herramienta muy fácil de utilizar que, mediante una serie de sencillas preguntas, evalúa la accesibilidad de la BIZ o empresa y sus esfuerzos para la promoción de la movilidad sostenible, con el objetivo de asignar una etiqueta.

CAJA DE HERRAMIENTAS

http://www.mobilitymanagement.be/ Se trata de un recurso de búsqueda para ayudar a las empresas a desarrollar su propio plan de movilidad y a promover eficazmente el uso del transporte público, el transporte colectivo en la empresa, el carpooling, la bicicleta y el desplazamiento a pie entre el hogar y el trabajo.
Esta herramienta está disponible en cinco idiomas: inglés, alemán, italiano, francés y holandés.

MaxExplorer

http://www.epomm.eu/index.php?id=2745 Una sencilla herramienta interactiva para ayudar a personas sin experiencia en la gestión de la movilidad a elegir las medidas de gestión de la movilidad más adecuadas a su situación concreta. MaxExplorer solo ofrece una primera orientación; no tiene la precisión necesaria para asesorar específicamente sobre las medidas a elegir ni sus costes ni calendario de aplicación.

LimeSurvey

http://www.limesurvey.org/ LimeSurvey es una aplicación en línea de código abierto que permite al usuario desarrollar y llevar a cabo encuestas y recopilar las respuestas de forma rápida y sencilla. Puede ser una herramienta de gran utilidad para la realización de encuestas sobre movilidad.

REFERENCIAS

[1]Creación de Medidas Óptimas de Movilidad para Reducir las Emisiones en los Desplazamientos Laborales (CO2MMERCE); "Guía de Planes de Movilidad".
http://www.londoncouncils.gov.uk/services/commerce/mobilityplan.htm

[2] Departamento de Transporte, 2002; Hacer que funcionen los Planes de Movilidad: lecciones aprendidas de ejemplos prácticos en el Reino Unido.

[3] CAJA DE HERRAMIENTAS para la Gestión de la Movilidad en Empresas
http://www.mobilitymanagement.be/english/index.htm

[4] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2008;" Guía esencial para la planificación de viajes".

[5] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2006; "Colección de recursos para planes de viaje en empresas".

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

El contenido de esta publicación sólo compromete a su autor y no refleja necesariamente la opinión de las Comunidades Europeas. Ni la Comisión Europea ni la EACI son responsables de la utilización que se podrá dar a la información que figura en la misma.

BICICLETA

BICICLETA

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

AUTORES

Liyana Adjarova, Ina Karova, Energy Agency of Plovdiv
Ioanna Lepinioti, iMpronta di Massimo Infunti
Billy Carslaw, Birmingham Chamber of Commerce Group

EDICIÓN

Massimo Infunti
Domenico De Leonardis

AGRADECIMIENTOS

Agradecimento a Domenico De Leonardis, experto en Gestión de la Movilidad por su contribución como especialista en esta guía.

MoMa.Biz website: http://moma.biz
Image source: www.eltis.org

Partner del Proyecto

Ente Regional de la Energía de Castilla y León
Junta de Castilla y León

CAJA 1: BICICLETA

"Cuando veo un adulto en bicicleta, dejo de preocuparme por el futuro de la humanidad". H.G. Wells

En los últimos años, las bicicletas han invadido Europa; no es simplemente que estén de moda: sino que se han convertido en una forma práctica de transporte sostenible. Son rápidas, limpias, saludables y ocupan poco espacio (8 bicicletas ocupan el espacio de aparcamiento de un coche.

Los entusiastas de la bicicleta son muy positivos en cuanto al cambio de comportamientos en pos de una mayor sostenibilidad, pero en ocasiones la falta de infraestructuras y de seguridad impide que se utilice la bicicleta para desplazarse desde casa al trabajo. Por tanto, **es importante que existan vías e infraestructuras seguras para bicicletas en las zonas industriales o áreas industriales, desde ahora en el documento referido como BIZ, para fomentar su uso entre los trabajadores.** Por ejemplo, una BIZ podría evaluar los carriles bici existentes en el área circundante y colaborar con las autoridades locales para mejorarlas.

Asimismo, la BIZ puede fomentar el uso de la bicicleta mediante la colaboración con empresas y talleres de bicicletas de la zona para ofrecer los mejores servicios a sus empleados. Instalar rampas y refugios para bicicletas contribuirá también a aumentar su adopción gradual.

Otra opción, más adecuada para grandes zonas industriales o áreas empresariales llamados en este documento, es la creación de un sistema interno de bicicletas y la provisión de bicicletas para uso interno en la BIZ, (pequeños envíos, desplazamientos cortos, etc.).

Las empresas con cultura arraigada del uso de la bicicleta se convierten en mejores lugares de trabajo.
The Work Cycle

La bicicleta transmite una imagen positiva de la empresa y de su responsabilidad corporativa. Asimismo, contribuye al bienestar y la salud de sus empleados, lo que se suele traducir en una mayor productividad. Sin duda, implementar con éxito un sistema de bicicletas puede constituir un desafío en su fase inicial y puede conllevar una inversión, pero las ventajas son lo suficientemente significativas como para justificar la actuación.

La Caja de Soluciones para Bicicleta, ofrece una serie de actuaciones de movilidad a considerar en relación con el uso de la bicicleta, con el objeto de inspirar y ayudar a las zonas industriales y áreas empresariales, así como a las empresas individuales, a planificar e implementar programas de uso de la bicicleta para sus empleados y visitantes (clientes). Cada actuación de movilidad contiene una lista de factores clave para el éxito y también se destacan las posibles barreras para la implementación de dicha actuación. La Caja contiene también una relación de recursos y herramientas útiles disponibles en internet y que pueden servir de ayuda a la introducción de sistemas de uso de la bicicleta.

Por tanto, si desea implementar un sistema de bicicletas en una zona industrial, deberá:

- examinar las distintas actuaciones posibles;
- elegir las más adecuadas para sus circunstancias;
- consultar con las autoridades locales/regionales/nacionales, que suelen ofrecer ayudas para la implementación de planes de uso de la bicicleta (p.ej., el sistema Cycle to Work en el Reino Unido); sistemas de préstamo de bicicletas en Castilla y León
- emprender actuaciones y darlas a conocer.

1.1 LA ZONA INDUSTRIAL ES ACCESIBLE EN BICICLETA

Descripción de la actuación: La BIZ queda al alcance de cualquier trabajador o visitante en bicicleta, es decir, menos de 10 km de su domicilio.

Considere que los empleados y visitantes no deberían verse obligados a desplazarse en coche para llegar a la BIZ y piense en cómo puede llegarse a la zona desde el domicilio del trabajador, estación de ferrocarril y/o autobús más cercana.

¿Qué distancia hay entre la BIZ y el domicilio, estación de ferrocarril y/o autobús más cercana? Como norma general, se considera razonable para la mayoría de las personas una distancia de hasta 10km en bicicleta; la mayoría de los ciclistas potenciales desistirán de recorrer una distancia superior.

Un dato: En el Reino Unido, más de la mitad de todos los desplazamientos en coche son de menos de 7,5 km y pueden realizarse en bicicleta. Se tarda 5-10 minutos en aparcar un coche y llegar a pie hasta el lugar de trabajo; en ese tiempo se habría realizado el trayecto completo en bicicleta. (Fuente: Smarter Travel)

¿Cuál es la topografía del área circundante? ¿Se encuentra situada la BIZ en una zona llana o accidentada? Los terrenos accidentados desanimarán a los posibles ciclistas, incluso si la distancia entre su hogar y el trabajo no es muy elevada. En este caso tenga en cuenta que puede ser interesante el uso de bicicletas eléctricas.

Factores clave para el éxito:

- Un conocimiento profundo del área en torno a la BIZ.
- Comunicación y colaboración con las autoridades locales.
- Comunicación continua con los empleados, (cursos de conducción en bici, incentivos...)
- Preparación y distribución de mapas con las rutas para bicicleta existentes.

Posibles obstáculos:

- Necesidad de invertir tiempo y recursos.
- Elevada distancia desde el domicilio.
- Terrenos accidentados, que hacen que usar la bicicleta resulte complicado o cansado.
- Frecuentes robos de bicicletas/falta de aparcabicicletas seguros.

1.2 PREVENCIÓN DEL ROBO DE BICICLETAS

Tal vez haya robos de bicicletas aparcadas en las instalaciones de la BIZ. Sin duda, esto disuadirá a los trabajadores de ir al trabajo en bicicleta, por lo que es aconsejable que las empresas adopten actuaciones para evitar el robo de bicicletas, como por ejemplo:

Descripción de la actuación: La zona industrial o área empresarial tiene una estrategia clara y dispone de aparcabicicletas

- Dejar las bicis en instalaciones a cubierto o en lugares de la empresa que sean más seguros.
- Información sobre tecnologías de alarmas en caso de intento de robo.
- Asesoramiento sobre sistemas de seguimiento de bicicletas.
- Compensar el robo por parte de la empresa.

Factores clave para el éxito:

- Instalar aparcabicicletas o cobertizos en un área despejada y bien iluminada de la BIZ.
- Instalación de sistemas de alarma y/o cámaras de seguridad.
- Mover los aparcabicicletas más cerca del puesto de seguridad de la zona industrial o de la empresa (si existe).
- Señalización de propiedad vigilada.
- Cajas /jaulas/armarios para bicicletas (almacenamiento seguro).

Posibles obstáculos:

- Problemas de mantenimiento
- Precisa colaboración con la empresa de seguridad
- Vandalismo
- Precisa realizar inversiones
- La dirección no desea realizar inversiones
- Devolución lenta de los costes debido a problemas de mantenimiento

Buena práctica:

- En Ámsterdam, el aeropuerto de Schiphol es el destino final de una red de carriles bici que permite a los empleados dejar su bicicleta en armarios

cerrados y continuar su trayecto mediante un autobús de enlace del aeropuerto.[1]

- En Orange (Bristol, Reino Unido) los empleados que van a trabajar en bicicleta tienen acceso a duchas, taquillas, bicicletas de la empresa e instalaciones para las bicicletas con cerradura de seguridad y circuito cerrado de televisión.[5]
- Las mejoras realizadas en las instalaciones para bicicletas en la Universidad de Bristol (Reino Unido) incluyeron 200 espacios para bicicletas con techo y acceso controlado. Los empleados pueden comprar equipamiento para ciclismo con un 10% de descuento en las tiendas de la localidad y disponen de un préstamo sin intereses para comprar una bicicleta.[5]
- El Ayuntamiento de Tartu (Estonia) instaló aparcabicicletas en tres puntos distintos de la zona industrial de la ciudad. Los aparcabicicletas se colocaron cerca de tres de las mayores empresas de la zona con el propósito de fomentar el uso de la bicicleta entre trabajadores y visitantes.[6]

1.3 INSTALACIONES EN LA ENTRADA

Descripción de la actuación: Las empresas de la BIZ proporcionan vestuarios, duchas y taquillas para los empleados que utilizan la bicicleta para ir al trabajo y para desplazamientos relacionados con el trabajo.

Las taquillas para guardar accesorios de bicicleta o un recambio de ropa, duchas y vestuarios ayudarán a los trabajadores que usen la bicicleta para acudir al trabajo y a los usuarios del parque de bicicletas de la empresa. Es una forma de fomentar el uso de la bicicleta en el lugar de trabajo.
Estas instalaciones necesitan espacio, pero es importante recordar que el uso de bicicletas para ir al trabajo ahorrará espacio de aparcamiento: un soporte para 8 bicicletas ocupa el mismo espacio que un coche.
Generalmente, las instalaciones que estén a la entrada serán utilizadas por los empleados que acuden al trabajo a pie o en bicicleta, lo que fomentará también los desplazamientos a pie.

Factores clave para el éxito:

- Ya existe un número importante de empleados que utilizan la bicicleta para ir al trabajo.
- Llevar a cabo un mantenimiento regular de las instalaciones.
- Las instalaciones son seguras.
- Las instalaciones más costosas (duchas y vestuarios) están disponibles para todos los empleados, no solo para los ciclistas.
- Campaña promocional y de concienciación.

Posibles obstáculos:

- El número de empleados que utilizan la bicicleta es muy reducido.
- Precisa inversión.
- Es preciso resolver detalles arquitectónicos y de espacio para construir las instalaciones de la entrada.
- También conlleva trámites administrativos, p.ej., licencias de obras.

Buena práctica:

- El Hospital Universitario de Maastricht, en los Países Bajos, proporciona duchas para los ciclistas. Asimismo, están disponibles aparcamientos para bicicletas con techo y protegidos.[1]
- En Argent Group (Londres, Reino Unido) hay duchas y vestuarios con taquillas de gran tamaño, así como una sala con secadora de ropa, secador de pelo para los empleados que utilizan la bicicleta para ir al trabajo. [5]

1.4 OFERTA DE BICICLETAS PARA USO INTERNO

Descripción de la actuación: La BIZ proporciona bicicletas para uso de empleados/visitantes en el interior de la zona industrial.

Las empresas de la BIZ pueden ofrecer bicicletas solo para uso en el interior de la BIZ. Esto permitirá evitar robos y realizar un mantenimiento regular. Constituirá un buen ejemplo para los empleados y una oportunidad para comenzar a utilizar la bicicleta e influir en un comportamiento hacia una movilidad sostenible.

Factores clave para el éxito:

- La BIZ ocupa una gran extensión.
- Se realizan un número considerable de desplazamientos dentro de la BIZ.
- Ya hay un número considerable de usuarios de bicicletas en la BIZ.
- Se han solucionado o mitigado las preocupaciones de los empleados en cuanto a la seguridad.
- Campaña promocional y de concienciación en la comunidad local de la propia zona industrial o área empresarial

Posibles obstáculos:

- Los empleados son reacios a utilizar bicicletas que no sean de su propiedad.
- Precisa inversión.
- La dirección se resiste a realizar la inversión necesaria.
- Vandalismo

Buena práctica:

- En Basilea (Suiza), las bicicletas tienen prioridad en todas las instalaciones de Novartis. Para ello es muy útil implantar carriles bici internos.[1]

1.5 -Parque móvil de bicicletas

Descripción de la actuación: la BIZ ofrece a los empleados un parque de bicicletas para desplazamientos relacionados con el trabajo u otros usos.

Las BIZ pueden dar muy buen ejemplo ofreciendo bicicletas para uso de sus empleados en desplazamientos de trabajo y otros usos durante la jornada laboral o incluso para llevárselas a casa durante el fin de semana. Las bicicletas pueden utilizarse para desplazamientos relacionados con el trabajo (p.ej., asistir a reuniones, desplazamientos dentro de la BIZ, a otros centros, etc.), pero los empleados también pueden utilizarlas para cualquier otro tipo de desplazamientos. También se pondrán a disposición de los empleados equipos de protección como cascos, luces y candados.

Sería útil que el parque de bicicletas incluyera bicicletas eléctricas. Las bicicletas eléctricas son "bicicletas con motor auxiliar eléctrico, propulsadas parcialmente por el motor, lo que permite multiplicar por dos la fuerza

aplicada por el ciclista"[2]. Las bicicletas eléctricas son más rápidas que las normales y reducen el esfuerzo, especialmente en terrenos accidentados; por lo tanto, el que formen parte del parque de bicicletas de la empresa aumentará las posibilidades de éxito de la actuación. Aunque esta actuación precisa una inversión inicial, a largo plazo, las empresas de la BIZ disfrutarán de importantes beneficios económicos. Utilizar bicicletas para desplazamientos que de otra forma se realizarían en coche o taxi reduce de inmediato el gasto en kilometraje y aparcamiento.

Factores clave para el éxito:

- Ubicar las bicicletas de la empresa en un punto central de la BIZ.
- Disponibilidad de aparcamientos y zonas con techo para las bicicletas.
- Buen mantenimiento de las bicicletas.
- Disponibilidad de equipamiento de seguridad.
- Oferta de estímulos financieros y no financieros a los trabajadores ciclistas.
- Oferta de instalaciones para usuarios de bicicleta: vestuarios, duchas, taquillas, etc.
- Campaña promocional y de concienciación.

Posibles obstáculos:

- Se precisa realizar una inversión.
- Coste más elevado de las bicicletas eléctricas en comparación con las convencionales.
- Insuficiente espacio en la BIZ para guardar las bicicletas y otras instalaciones.
- Vandalismo y robo de bicicletas.

- Las distancias de los desplazamientos son importantes.
- Hay problemas de seguridad debido a la falta de integración de la bicicleta en el tráfico local.
- Escaso interés por parte de los empleados.
- Resistencia a cambiar unos comportamientos de movilidad muy arraigados.
- Preocupaciones en relación con la cobertura de los seguros y posibles responsabilidades civiles.
- Los responsables de la BIZ son reacios a invertir en teste tipo de medidas.
- Recuperación lenta de la inversión.

Buena práctica:

- En la empresa Forster (Reino Unido) el número de empleados que van al trabajo en bicicleta ha aumentado del 13% al 31% y los desplazamientos de trabajo en bicicleta han pasado de cero al 30% en menos de un año. Forster paga 30 c€ por kilómetro, por los desplazamientos de trabajo en bicicleta; se usan a diario las bicicletas del parque móvil de la empresa y el gasto en taxis se ha reducido en un 10%.[3]
- En Waterschap Veluwe (Países Bajos), los empleados que viven a menos de 10 kilómetros de la empresa pueden solicitar una bicicleta de la empresa, si la utilizan para ir al trabajo.[1]
- El hospital North Bristol NHS Trust proporciona bicicletas para desplazamientos locales. Para desplazamientos más largos, el personal dispone de dos bicicletas plegables, para facilitar los desplazamientos combinados con bicicleta y autobús o tren.[4]
- Los empleados de Computer Associates, en las afueras de Slough (Reino Unido), pueden hacer uso de un parque de 25 bicicletas de la empresa para ir y volver del trabajo, con accesorios también gratis.[5]

1.6 EMPLEADOS QUE UTILIZAN LA BICICLETA EN DESPLAZAMIENTOS DE TRABAJO

Descripción de la actuación: La zona industrial o área empresarial promueve el uso de la bicicleta para desplazamientos relacionados con el trabajo.

Si ya existe un número considerable de empleados que se desplazan en bicicleta al trabajo, las empresas de la BIZ podrían fomentar el uso de la bicicleta para desplazamientos de trabajo. Con frecuencia, una medida de este tipo se complementará con instalaciones a la entrada y un mantenimiento regular de las bicicletas. Deberá establecerse un sistema de gestión de los parques móviles de bicicletas para desplazamientos de trabajo.

Factores clave para el éxito:

- Fomentar la formación de clubs o asociaciones de ciclistas entre los empleados.
- Puede crearse la figura de "empleado ciclista modelo" del año para fomentar el uso de la bicicleta.
- Campañas promocionales y de concienciación sobre la bicicleta.
- Incentivos financieros y no financieros.

Posibles obstáculos:

- Las distancias son demasiado grandes para recorridos con la bicicleta.
- No existe un número significativo de usuarios de bicicletas.
- Problemas relacionados con la salud y seguridad.
- Recuperación lenta de la inversión.

Buena práctica:

- Se abona 12 céntimos de euro por cada kilómetro a los empleados de DETR que utilizan la bicicleta para sus desplazamientos de trabajo. Si los empleados necesitan utilizar su coche para desplazamientos oficiales, reciben una dieta estándar de 30 céntimos de euro por kilómetro los primeros 6.500 kilómetros, bajando a 29 céntimos al superar los 6.500 kilómetros. Se ha abandonado el sistema de pagar distintas dietas dependiendo de la cilindrada y se fomenta el uso de coches de menor cilindrada, por tanto de menor consumo, más respetuosos con el medio ambiente.[4]
- El Ayuntamiento de Edimburgo (Reino Unido) abona 36 c€ por trayecto a los empleados que utilizan su bicicleta para asuntos de trabajo.[5]

1.7 BICICLETA-TRANSPORTE PÚBLICO

Descripción de la actuación: la zona industrial o área empresarial (BIZ) ofrece un servicio de bicicleta-transporte público con las correspondientes instalaciones.

Las empresas de la BIZ pueden establecer un servicio combinado Bicicleta-Transporte público para fomentar el uso de la bicicleta para ir al trabajo. Muchas veces no se permite subir la bicicleta al autobús, o bien existe una tarifa más cara para bicicletas. Por ello, la BIZ puede tratar de alcanzar un acuerdo con los operadores del transporte público para facilitar el transporte de las bicicletas en los autobuses y, si es posible, que sea de forma gratuita. Las empresas de la BIZ también pueden establecer incentivos o devolución de gastos para los empleados que utilizan el sistema combinado.

Factores clave para el éxito:

- Estrecha colaboración con las autoridades locales y las empresas operadoras de transporte público.
- La BIZ ha colocado aparcabicicletas en las paradas de autobús de la zona.
- Se facilitan mapas de la red de transportes y rutas para bicicleta.
- Acuerdos formales con las autoridades locales y los operadores de transporte.

Posibles obstáculos:

- Falta de colaboración con las autoridades locales y/o operadores de transporte público.
- Red de transporte público poco fiable.
- Falta de instalaciones en las estaciones de autobuses para facilitar el uso combinado de la bicicleta y el transporte público.
- Precisa inversión.
- Rutas para bicicleta poco atractivas.
- Problemas relacionados con la seguridad.

Buena práctica:

- En Bruselas (Bélgica), el Movimiento Cristiano de Trabajadores ofrece bicicletas de alquiler / reservadas en la estación cercana. Las bicicletas se encuentran en una sala independiente de la estación, con acceso exclusivo para empleados de esta institución. La empresa de alquiler se encarga del mantenimiento de las bicicletas y proporciona candados de seguridad.[1]
- En la estación central de Zúrich (Suiza) está en funcionamiento desde 1998 un parque de bicicletas vigilado para viajeros que se desplazan a diario. El importe anual a abonar por el usuario es de alrededor de 75 euros por tener aparcamiento.[1]

1.8 INSTALACIONES Y SERVICIOS INTERNOS PARA BICICLETAS EN LA ZONA INDUSTRIAL O AREA EMPRESARIAL (CARRILES BICI, RAMPAS, MANTENIMIENTO DE BICICLETAS, ETC.)

Descripción de la actuación: la BIZ tiene una red interna de bicicletas, con carriles bici seguros, rampas, aparcabicicletas, señalización etc., y ofrece servicios para ciclistas, como mantenimiento de bicicletas.

Si el objetivo es un cambio a largo plazo en el comportamiento de movilidad de los empleados, las empresas de la BIZ deberán dar ejemplo de actuaciones de movilidad en favor de la bicicleta mediante la creación de una red interna segura para bicicletas.
Adicionalmente, los servicios como reparación y mantenimiento de bicicletas contribuirán también a fomentar el uso de la bicicleta para ir al trabajo.

Factores clave para el éxito:

- La colaboración con las autoridades locales puede llevar a la financiación conjunta de las infraestructuras internas para ciclistas.
- El primer paso para implementar mejores instalaciones para bicicletas es comenzar por algunas medidas que son poco costosas y de utilidad tanto para ciclistas como para peatones: reducir la altura de las aceras en los cruces de las calles, dejando más espacio para ciclistas y peatones, etc.
- Ofrecer ejemplos de buenas prácticas, no solo teorías.
- La red interna para bicicletas de la zona industrial tiene que ser para los ciclistas.

Posibles obstáculos:

- Precisa inversión financiera.
- La implementación implica más tiempo que para otras medidas.
- El tamaño de la BIZ, en términos de extensión y de número de empleados

Buena práctica:

- En Vorarlberg (Austria), Wolford AG cambió su sistema de gestión de aparcamientos por un garaje subterráneo para bicicletas con acceso directo al edificio de oficinas. El aparcamiento se trasladó junto a la puerta principal.1
- En Basilea (Suiza), Novartis dispone de aparcamiento cubierto para bicicletas y puertas de acceso especiales para bicicletas con sistema de apertura mediante tarjetas de identificación.[1]
- En Graz (Austria), la empresa austriaca AVL List ofreció servicio de comprobación y reparación de bicicletas de forma gratuita durante una semana. Los empleados recibieron consejos sobre cómo ajustar su bicicleta, equipos auxiliares y técnicas de conducción, así como importantes descuentos para la compra de equipamiento de ciclismo. Para ello la empresa colaboró con un distribuidor de bicicletas local. Las reparaciones fueron relazadas por los propios empleados de la empresa dentro del programa de aprendizaje. El éxito logradofue tal que este sistema quedó establecido de forma permanente un día a la semana.[1]
- En el Reino Unido, la Benefits Agency ha implementado recientemente una serie de medidas para el transporte verde. Se ofreció a los empleados mantenimiento gratuito de la bicicleta durante un día, lo que se continuó con un acuerdo con una tienda local de bicicletas para aplicar un descuento del 10% en las reparaciones para el personal de la Benefits Agency.[1]

1.9 INFRAESTRUCTURAS SEGURAS PARA CICLISTAS

Descripción de la actuación: La zona industrial o área empresarial (BIZ) conoce lasinfra-estructuras para ciclistas en los alrededores y colabora con las autoridades locales para mejorarlas y hacerlas más seguras.

¿Está comunicada la BIZ con el área residencial o estación de ferrocarril o autobús más cercana con carriles bici y/o carreteras seguras para las bicicletas? En muchas ocasiones, los problemas de seguridad desaniman a trabajadores que estarían dispuestos a usar la bicicleta; la falta de rutas seguras para la bicicleta constituye sin duda un elemento disuasorio entre los empleados. En casos así, es importante considerar las siguientes actuaciones:

- Examinar las carreteras que comunican la BIZ con las áreas residenciales o estaciones de ferrocarril o autobús más cercanas y tomar nota de todos los posibles puntos peligrosos y/o puntos negros ya detectados.
- Establecer una estrecha comunicación y colaboración con las autoridades locales para crear rutas seguras para los ciclistas.
- Organizar un curso sobre seguridad y conducción en la bicicleta para los empleados interesados.

La colaboración entre la BIZ y las autoridades locales puede resultar beneficiosa para ambas partes. El conocimiento que tienen las empresas de la BIZ de las necesidades de sus empleados y los conocimientos técnicos y experiencia de las autoridades locales, garantizarán que se identifiquen las mejores soluciones para mejorar la red de carreteras para bicicletas.

Además, la BIZ y las autoridades locales pueden alcanzar un acuerdo para la cofinanciación de este tipo de actuaciones, con evidentes ventajas para ambas partes. Las mejoras en la red local de vías aptas para ciclistas beneficiarán a los empleados de la BIZ, pero también a los residentes en la zona en general. Una red mejorada y más segura para las bicicletas fomentará su uso para cubrir las necesidades cotidianas de transporte. Y esto a su vez, esto influirá positivamente en la calidad de vida en la localidad. Si las empresas de la zona industrial invierten en una infraestructura segura para los ciclistas, no solo aumentará el número de empleados que usen la bicicleta, sino que también promocionará la imagen verde de la empresa. Sin embargo, la inversión en la seguridad y cuidado de los carriles bici precisará una elevada inversión.

Factores clave para el éxito:

- Comunicación y colaboración con las autoridades locales.
- Un conocimiento profundo del área en torno a la BIZ.
- Cultura del uso de la bicicleta en la comunidad local.
- Excelente análisis de la demanda de la comunidad local.
- Políticas transparentes hacia los empleados y los ciudadanos.
- Mayor seguridad y tráfico más fluido.
- Buena planificación de los transportes y la accesibilidad.
- Proteger las rutas para bicicleta del viento y la lluvia plantando árboles.
- Cruces con botón para ciclistas.
- Menos accidentes y puntos negros.
- Campaña de concienciación en la comunidad local.
- Ofrecer formación sobre seguridad y conducción en la bicicleta para los empleados.

Posibles obstáculos:

- Falta de colaboración con las autoridades locales.
- Se tarda mucho en planificar y llevar a cabo las infraestructuras viales necesarias para las bicicletas.
- La planificación urbana y arquitectónica del municipio no permite cambios en las infraestructuras.
- La falta de atractivo de las rutas de bicicleta, su peligrosidad o incluso la falta de rutas adecuadas para bicicletas.
- Los empleados se sienten inseguros al usar a la bicicleta.
- Precisa una inversión considerable.

Buena práctica:

- En el Reino Unido, The Boots Company ha financiado un cruce TOUCAN (paso controlado por señales para uso compartido de peatones y ciclistas) cerca de sus instalaciones para ayudar a peatones y ciclistas a cruzar una carretera muy transitada.[1]
- En Basilea (Suiza), la empresa farmacéutica Novartis tiene varios centros en la ciudad y para promover el uso de la bicicleta para los desplazamientos entre los distintos centros, la empresa ha desarrollado una red de rutas para bicicleta conectadas entre sí. La iniciativa procede del grupo interno de promoción de la bicicleta, en colaboración con el Ayuntamiento de Basilea. [1]
- En Tartu (Estonia) se construyó un sendero para peatones de 3 m de ancho, separado del tráfico automovilístico, que comunica el área urbana de la BIZ con la red vial existente. Este sendero se hizo muy popular y contribuyó a aumentar el número de ciclistas y peatones que acuden a trabajar y de visita al área de la BIZ.

- Pfizer, el Consejo del Distrito de Dover y el Consejo del Condado de Kent colaboraron en la introducción de señalización horizontal avanzada y aparcamientos para bicicletas en la ciudad de Sandwich, además de en la preparación de la ruta nacional y rutas regionales para bicicleta. Las rutas para bicicleta forman parte del Plan Integrado de Desplazamientos de Pfizer y benefician por igual a turistas y residentes.[4]
- El principal problema en relación con los cinco centros de Novartis en Basilea (Suiza), fue el pesado tráfico provocado por los empleados viajando en coche al trabajo y de un centro a otro. Por ello, se decidió fomentar el uso de la bicicleta para ambos tipos de desplazamiento. Las medidas adoptadas fueron:[1]

Creación de un grupo de trabajo interno.

- Red de caminos para bicicleta que comunican los distintos
- centros de la empresa, integrados en la red urbana de carriles bici (en conjunción con el ayuntamiento).

Aparcamiento cubierto para bicicletas en cada centro.

- Red de senderos para bicicletas en cada localidad.
- Puertas especiales para bicicletas en la entrada principal
- de cada centro de la empresa.

Establecimiento de servicio de reparación de bicicletas.

- Parque de bicicletas de la empresa.
- Actividades periódicas de marketing para fomentar el uso de la
- bicicleta.

Gestión de los aparcamientos y reducción continua del número

- de espacios de aparcamiento.

RECURSOS Y HERRAMIENTAS ÚTILES

ASTUTE http://www.astute-eu.org/astute_toolkit/toolkit.php
Este juego de herramientas incluye numerosos ejemplos de mejores prácticas que le ayudarán a superar las barreras a las que enfrentan las organizaciones del sector público y privado a la hora de fomentar los desplazamientos a pie y en bicicleta.

MANUAL A TRABAJAR EN BICICLETA
http://www.eltis.org/index.php?ID1=19&id=20&searchstring=Cycle%20to%20work%20manual Este manual y su conjunto de recursos, disponible en alemán e inglés, ofrece a los profesionales una guía detallada para planificar e implementar la utilización de la bicicleta para ir a trabajar en su zona concreta.

Cómo implementar una actuación para el uso de la bicicleta: manual de implementación LIFE CYCLE
http://www.eltis.org/docs/tools/LIFECYCLE_Implementation_Manual_pdf.pdf

Evidencias de las ventajas de moverse a pie y en bicicleta
http://www.bristol.gov.uk/page/benefits-cycling-and-walking

BikeRadar - Cinco motivos para ir a trabajar en bicicleta
http://www.bikeradar.com/fitness/article/five-reasons-to-cycle-to-work-29878/

Guía para poner en funcionamiento un parque de bicicletas
http://www.keepingcardiffmoving.co.uk/uploads/documents/21/original/Guide_to_Setting_up_a_Pool_Bike_Scheme.pdf?1313415196

Parques de bicicletas para empresas
http://www.tfl.gov.uk/assets/downloads/Pool-bikes-for-business.pdf

Notas para la introducción de un parque de bicicletas para empleados http://www.travelsmart.gov.au/employers/pubs/bikefleet-induction.pdf

GARANTÍA EN BICICLETA AL TRABAJO http://www.cycletoworkguarantee.org.uk/
La Garantía En bicicleta al trabajo es una iniciativa voluntaria del Departamento de Trasporte del Reino Unido, que desafía a las empresas a facilitar el uso de las bicicletas entre sus empleados para ir y volver del trabajo.

REFERENCIAS

[1] CAJA DE HERRAMIENTAS para la Gestión de la Movilidad en Empresas
http://www.mobilitymanagement.be/english/index.htm

[2] Proyecto "Go Pedelec" de la UE
http://www.gopedelec.eu

[3] Ways2Work
http://ways2work.bitc.org.uk/

[4] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2006. "Un conjunto de recursos para la planificación de desplazamientos en empresas".
"Un conjunto de recursos para la planificación de desplazamientos en empresas".

[5] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2002
. "Hacer que funcione la planificación de desplazamientos: lecciones procedentes de casos prácticos en el Reino Unido".

[6] Gestión de la movilidad para Zonas de negocios e industriales (MoMa.BIZ)
http://moma.biz

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

El contenido de esta publicación sólo compromete a su autor y no refleja necesariamente la opinión de las Comunidades Europeas. Ni la Comisión Europea ni la EACI son responsables de la utilización que se podrá dar a la información que figura en la misma.

CAMINAR

CAMINAR

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

AUTORES

Liyana Adjarova, Ina Karova, Energy Agency of Plovdiv
Ioanna Lepinioti, iMpronta di Massimo Infunti
Billy Carslaw, Birmingham Chamber of Commerce Group

EDICIÓN

Massimo Infunti
Domenico De Leonardis

AGRADECIMIENTOS

Agradecimento a Domenico De Leonardis, experto en Gestión de la Movilidad por su contribución como especialista en esta guía.

MoMa.Biz website: http://moma.biz
Image source: www.eltis.org

Partner del Proyecto

Ente Regional de la Energía de Castilla y León
Junta de Castilla y León

CAJA 2: CAMINAR

Caminar es la forma más natural de desplazarse para los seres humanos. Al igual que ir en bicicleta, es saludable y mantiene a la persona en forma. También es ideal como actividad de tiempo libre, para socializar y para practicar ejercicio físico. Sin embargo, no es adecuado para distancias de más de 3 km o 40 minutos. Caminar también es uno de los medios de transporte sostenibles, como el transporte público, y, por tanto, merece una especial atención.
En una zona industrial o área empresarial, desde ahora referido en el documento como BIZ de pequeño tamaño con un número importante de empleados viviendo en los alrededores, es razonable fomentar el caminar como la mejor forma de desplazarse. Normalmente, la inversión en instalaciones es insignificante y generalmente inferior a las instalaciones para ciclistas. Sin embargo, en la mayoría de los casos las instalaciones son las mismas y es posible combinar ambos medios de transporte.

Además, es un modo de fomentar una imagen positiva de empresa con responsabilidad medioambiental y social. Esta Caja presenta actuaciones de movilidad a tener en cuenta, con el propósito de inspirar y ayudar a las zonas de negocios e industriales, así como a las empresas, a planificar e implementar programas de desplazamiento a pie para sus empleados y visitantes. Cada una de las actuaciones de movilidad contiene una lista de factores clave para el éxito y posibles obstáculos para la implementación

de la actuación. La Caja contiene asimismo una relación de recursos y herramientas útiles disponibles en Internet, que pueden ayudar a implementar los planes para fomentar la movilidad a pie.

Por tanto, si desea implementar un plan de fomento de la movilidad a pie en una BIZ, deberá:

- examinar las distintas actuaciones posibles;
- elegir las más adecuadas para sus circunstancias;
- consultar con las autoridades locales/regionales/nacionales, que suelen ofrecer ayudas para la implementación de planes para fomentar la movilidad a pie;
- implementar y promocionar las actuaciones.

2. 1 BIZ accesible a pie

Descripción de la actuación: La BIZ queda al alcance de cualquier empleado o visitante a pie, a menos de 3 km de su domicilio.

¿Qué distancia hay entre la BIZ y el área residencial, estación de tren y/o autobús más cercana? Como norma general, se considera razonable para la mayoría de las personas una distancia de hasta 3 km a pie. Solo los más entusiastas caminarán hasta 5 km a pie; las distancias largas desaniman a la mayoría de los empleados.

Si la BIZ es accesible a pie, es buena idea fomentar el ir al trabajo a pie o bien el que los empleados se trasladen a vivir más cera de la BIZ. Incluso el cuidado del entorno (mantenimiento de zonas verdes, limpieza regular de las calles) influirá en la percepción de los empleados para elegir ir al trabajo a pie.

Factores clave para el éxito:

- Campaña de promoción de la movilidad a pie.
- Distancias reducidas entre la BIZ y las principales zonas residenciales.
- Un estudio sobre el porcentaje de personas que viven cerca de la BIZ.
- Información al público sobre las rutas posibles y horarios de las líneas de transporte público.

Posibles obstáculos:

- Distancias elevadas entre la BIZ y las principales zonas residenciales.
- Escaso interés por parte de los empleados.
- Que el tiempo metereológico sea desapacible.
- Problemas relacionados con la seguridad.

2.2 Instalaciones a la entrada para los empleados que van a pie al trabajo

Descripción de la actuación: La BIZ proporciona taquillas y duchas para los empleados que van caminando al trabajo.

Las instalaciones como las duchas o taquillas para guardar un recambio de calzado o ropa contribuyen a que los empleados se animen a caminar. Aunque estas instalaciones ocupan espacio, es importante recordar que se está ahorrando espacio de aparcamiento. Generalmente, las instalaciones a la entrada serán utilizadas por los empleados que acuden al trabajo caminando o en bicicleta.

Factores clave para el éxito:

- Un número importante de empleados está considerando la posibilidad de ir al trabajo a pie.
- Llevar a cabo mantenimiento regular de las instalaciones.
- El uso de las instalaciones es sea totalmente seguro.
- Campaña promocional y de concienciación.
- Las empresas de la BIZ pueden establecer contratos con distintos establecimientos para ofrecer servicios más cerca de las instalaciones y de los empleados (p.ej., supermercados).

Posibles obstáculos:

- Precisa inversión.
- Las distancias dentro de la BIZ son importantes.

Buena práctica:

- En el Consejo del Condado de Buckinghamshire (Reino Unido) los empleados que acuden a trabajar a pie pueden utilizar las taquillas y duchas para ciclistas.[1]

2.3 Infraestructuras seguras para los peatones

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece infraestructuras seguras para peatones, con señalización, rutas peatonales, etc.

Una cuestión que preocupa a los peatones es la seguridad en el interior del área de la BIZ y de camino a casa. Los empleados que tal vez podrían ir al trabajo a pie pueden verse desanimados si la carretera no está asfaltada, si el tráfico es excesivo o si en general resulta peligrosa para los peatones. En ese caso, es importante tener en consideración las siguientes actuaciones:

- Examinar las carreteras que comunican la BIZ con las áreas residenciales o estaciones de tren o autobús más cercanas y tomar nota de todos los posibles puntos peligrosos y/o puntos negros ya detectados.
- Establecer una estrecha comunicación y colaboración con las autoridades locales para crear infraestructuras seguras para los peatones. Invertir en infraestructuras más seguras para los peatones animará a los empleados a ir a pie al trabajo y mejorará la accesibilidad para clientes y visitantes.

Factores clave para el éxito:

- Un conocimiento profundo del área de la BIZ y sus alrededores.
- Comunicación y colaboración con las autoridades locales.
- Menos accidentes y puntos negros.
- Buena planificación de la accesibilidad y transporte.
- Buena iluminación y señalización.
- Pasos de peatones con botón.

- Campaña promocional y de concienciación sobre modos de transporte sostenibles.
- Las empresas de la BIZ deberán consultar con el arquitecto o urbanista sobre el sistema de rutas y señalización.
- Las empresas de la BIZ pueden imponer límites de velocidad y restricciones en las carreteras dentro de la BIZ.
- Las empresas de la BIZ pueden crear carriles o aceras especiales para peatones y ciclistas.

Posibles obstáculos:

- No hay suficiente selección modal para desplazamientos a pie.
- Distancias elevadas entre la BIZ y las zonas residenciales.
- Falta de colaboración con las autoridades locales.
- Precisa inversión.
- Los empleados, visitantes y ciudadanos no están habituados a desplazarse a pie.
- Los conductores se comportan de forma agresiva con los peatones.
- La planificación urbana y arquitectónica del municipio no permite cambios en las infraestructuras.
- Las mejoras en las infraestructuras tardan más tiempo en alcanzarse.

Buena práctica:

- En Tartu (Estonia) se construyó un sendero para peatones de 3m de ancho, separado del tráfico automovilístico, que comunica el área urbana de la BIZ con la red vial existente. Este sendero se hizo muy popular y contribuyó a aumentar el número de visitas y empleados que acuden a la zona BIZ a pie o en bicicleta.

RECURSOS Y HERRAMIENTAS ÚTILES

ASTUTE http://www.astute-eu.org/astute_toolkit/toolkit.php
Este juego de herramientas incluye numerosos ejemplos de mejores prácticas que le ayudarán a superar las barreras a las que enfrentan las organizaciones del sector público y privado a la hora de fomentar los desplazamientos a pie y en bicicleta.

Evidencias de las ventajas de moverse a pie y en bicicleta
http://www.bristol.gov.uk/page/benefits-cycling-and-walking

WALKIT.COM http://walkit.com/walking-to-work/
Sitio web con información de interés sobre el desplazamiento a pie para ir al trabajo.

WALK TO WORK http://www.tfl.gov.uk/gettingaround/walking/12319.aspx
Sitio web con recursos de utilidad para ayudar a las personas en aficionarse a caminar y fomentar el caminar como forma de transporte para ir al trabajo. La información se centra principalmente en la realidad de Londres, pero hay consejos interesantes que es posible adaptar a otros entornos.

WALK2WORK http://www.livingstreets.org.nz/walk2work/toolkit
El juego de herramientas de Walk2Work es un recurso ideado para ayudar a las empresas a fomentar entre los empleados los desplazamientos a pie, lo que reduce el absentismo laboral, mejora la salud de los empleados y aumenta la productividad

ELTIS http://www.eltis.org/
Eltis facilita el intercambio de información, conocimientos y experiencias en el campo de la movilidad urbana en Europa. Su sitio web incluye una sección con ejemplos prácticos de movilidad sostenible, incluyendo caminar.

DEPARTAMENTO DE TRANSPORTE DEL REINO UNIDO
http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20110130183933/http://www.dft.gov.uk/pgr/sustainable/walking/

Colección de documentos para fomentar el desplazamiento a pie e influir en la forma de desplazarse mediante formación, educación, marketing y promociones.

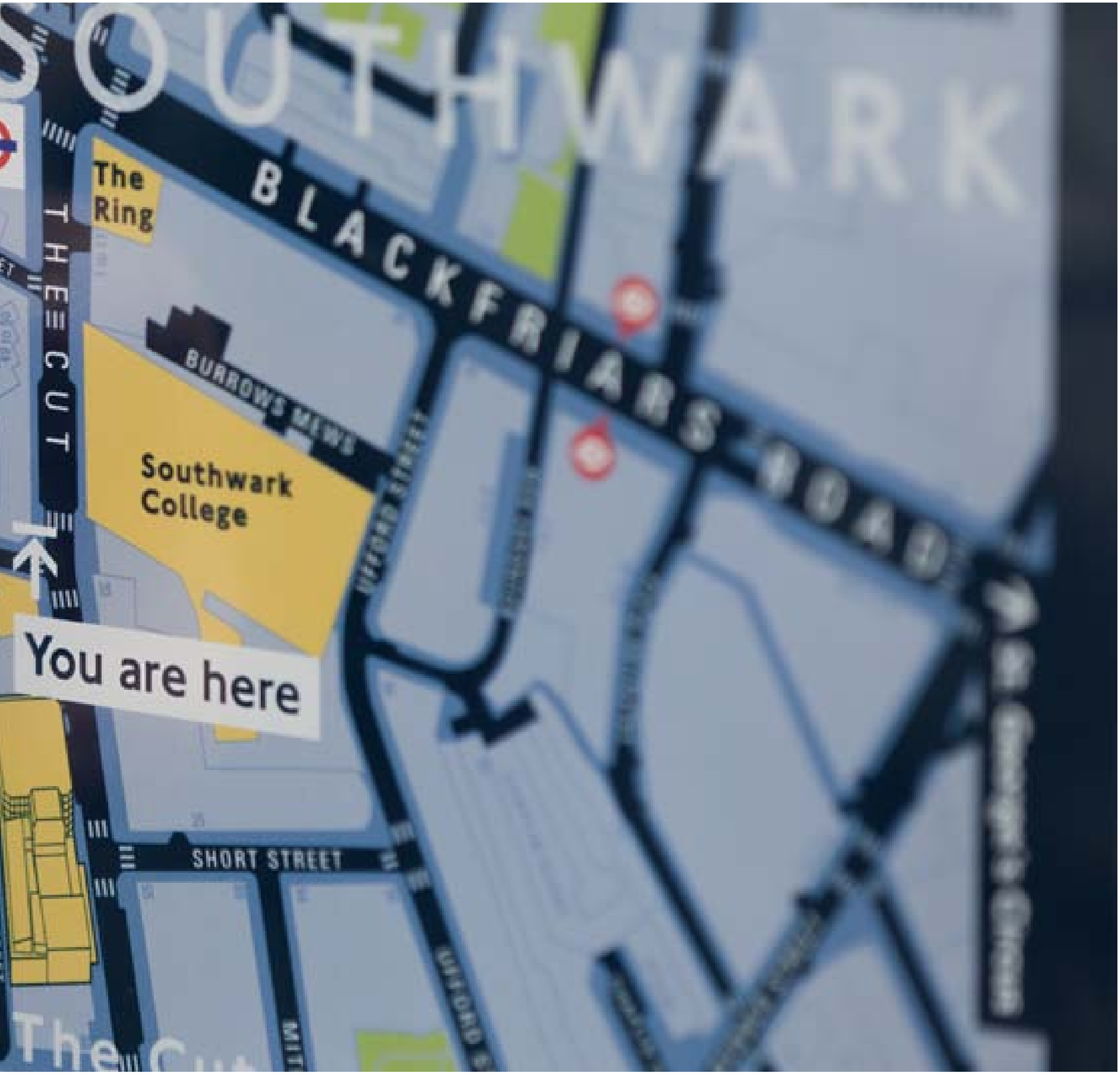
CJAS DE HERRAMIENTAS
http://www.mobilitymanagement.be/english/measures/meas6.htm
Se trata de un recurso de búsqueda para ayudar a las empresas a desarrollar su propio plan de movilidad y a promover eficazmente el uso del transporte público, el transporte colectivo en la empresa, el car-pooling, la bicicleta y el desplazamiento a pie entre el hogar y el trabajo. Esta herramienta está disponible en cinco idiomas: inglés, alemán, italiano, francés y holandés

MANAGENERGY http://www.managenergy.net/
Se trata de una iniciativa de asistencia técnica del programa IEE (Energía Inteligente - Europa). Su sitio web incluye ejemplos de buenas prácticas en los campos de la eficiencia energética, energías renovables y transporte limpio, incluyendo desplazamientos a pie, con potencial de replicación.

REFERENCIAS

[1]Departamento de Transporte (Reino Unido), 2002. "Hacer que funcione la planificación de desplazamientos: lecciones procedentes de casos prácticos en el Reino Unido".

Office
Southwark
JOAN STREET
Isabella Street
HATFIELDS
Anchor
& Hope
GREET STREET
Young Vic
theatre
WOOTTON STREET
CONS STREET
WINDMILL WALK


SOUTHWARK
The Ring
BLACKFRIARS ROAD
THE CUT
BURROW'S MEWS
Southwark College
You are here
SHORT STREET

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

El contenido de esta publicación sólo compromete a su autor y no refleja necesariamente la opinión de las Comunidades Europeas. Ni la Comisión Europea ni la EACI son responsables de la utilización que se podrá dar a la información que figura en la misma.

TRANSPORTE PÚBLICO

TRANSPORTE PÚBLICO

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

AUTORES
Liyana Adjarova, Ina Karova, Energy Agency of Plovdiv
Ioanna Lepinioti, iMpronta di Massimo Infunti
Billy Carslaw, Birmingham Chamber of Commerce Group

EDICIÓN
Massimo Infunti
Domenico De Leonardis

AGRADECIMIENTOS
Agradecimento a Domenico De Leonardis, experto en Gestión de la Movilidad por su contribución como especialista en esta guía.

MoMa.Biz website: http://moma.biz
Image source: www.eltis.org

Partner del Proyecto
Ente Regional de la Energía de Castilla y León
Junta de Castilla y León

CAJA 3: TRANSPORTE PÚBLICO

La mejor alternativa al uso del coche particular es el transporte público. Generalmente es más barato, alcanza grandes distancias y tiene horarios cómodos.
Hay numerosas razones por las que el transporte público puede ser mejor opción que el coche para ir al trabajo:

- Es una forma de viajar más descansada. En el autobús, metro o tren, el viajero puede dedicar el tiempo a leer, trabajar o incluso dormir, en lugar de estar sometido a tensión al volante.
- Si el viaje es largo, puede llegarse, incluso, a un acuerdo entre el empleado y la empresa para que el tiempo forme parte de la jornada laboral/horario flexible.
- Es más barato que el coche particular y los empleados pueden ahorrar una importante cantidad de dinero al año.
- Constituye una oportunidad para socializar o hacer nuevos contactos.
- Es más sano y está demostrado que las personas que utilizan el transporte público caminan más que los que viajan en coche.

Las empresas también se benefician cuando sus empleados van al trabajo en transporte público, porque:

- Se reduce más el número de accidentes en los desplazamientos al trabajo que viajando en coche.

- Se reduce la necesidad de espacio de aparcamiento en los centros.
- Se reduce la congestión del tráfico en los alrededores de la empresa durante las horas punta.

Además, un buen servicio de transporte público puede contribuir a mejorar la retención del personal en las empresas.

El que los empleados utilicen el transporte público o no depende principalmente de la calidad y fiabilidad del servicio y de que satisfaga sus necesidades. Teniendo en cuenta las importantes ventajas que ofrece el uso del transporte público, es recomendable que las empresas de la BIZ inviertan en esta forma de transporte para mejorarlo, convertirlo en una alternativa válida al coche particular para desplazarse al trabajo y promover su uso entre los trabajadores. El uso del transporte público disminuye la necesidad de espacio de aparcamiento y los embotellamientos en las horas punta. En ocasiones, proporciona mejor acceso a determinadas partes de la ciudad, por ejemplo, en áreas de tráfico controlado. Es una forma de transporte mucho más segura en las horas punta. Las opciones del transporte público admiten modalidad múltiple: es posible combinarlo con la bicicleta o caminar.
La Caja de soluciones Transporte público ofrece una serie de actuaciones de movilidad a considerar, con el objeto de inspirar y ayudar a las zonas de negocios e industriales, así como a las empresas individuales, a planificar e implementar actuaciones relacionadas con el transporte público para sus empleados y visitas. Cada una de las actuaciones de movilidad contiene

una lista de factores clave para el éxito y posibles obstáculos para la implementación de la actuación. La Caja contiene asimismo una relación de recursos y herramientas útiles disponibles en Internet, que pueden proporcionar más asistencia y orientación.

Por tanto, si desea implementar acciones de movilidad relacionadas con el transporte público en una BIZ, deberá:

- examinar las distintas actuaciones posibles;
- elegir las más adecuadas para sus circunstancias;
- discutir con el organismo local responsable de la red de transporte las posibles mejoras y cambios en el servicio;
- consultar con las autoridades locales/regionales/nacionales, que suelen ofrecer incentivos para el uso del transporte público (p.ej., cofinanciación de pases anuales para transporte público para empleados en Italia);
- implementar las actuaciones y promocionarlas.

3.1 BIZ ACCESIBLE EN TRANSPORTE PÚBLICO

Descripción de la actuación: La BIZ está bien comunicada con las áreas residenciales cercanas mediante transporte público.

¿Es accesible la BIZ en transporte público? ¿Cuál es la frecuencia del servicio? ¿Satisface realmente las necesidades de desplazamiento al trabajo de sus empleados? Estas preguntas precisan una respuesta clara. Conocer bien el servicio público actual le ayudará a comprender cómo es posible mejorarlo y hacerlo más atractivo para los empleados.
Una estrecha colaboración con las autoridades locales y las empresas operadoras de transporte público contribuirá en gran medida a esta actuación, así como a muchas de las siguientes.

Factores clave para el éxito:

- Conocimiento de la situación actual de los servicios existentes (frecuencias, rutas).
- Conocimiento de las necesidades de transporte de los empleados.
- Colaboración con las autoridades locales y las empresas operadoras de transporte público.

Posibles obstáculos:

- Muy distintas necesidades por parte de los empleados debido a la flexibilidad de los horarios de trabajo, dispersión geográfica de las viviendas, etc.

- No hay servicio público de transporte disponible o es de muy mala calidad.
- Dificultad para establecer una colaboración con las autoridades locales y las empresas operadoras de transporte público.

Buena práctica:

- En Vorarlberg (Austria), varias empresas querían coordinar sus sistemas de autobuses. Hallaron una solución en colaboración con las autoridades públicas, las empresas de transporte público y los operadores de autobuses escolares. Esta solución consistió en integrar los tres sistemas de autobuses en el servicio regular de transporte público (Landbus Vorarlberg - Region Vorderland). [1]
- Los estudios realizados en Bélgica muestran que los automovilistas considerarían la opción del transporte público solo si el tiempo total del viaje no supera el tiempo en coche en más de 1,5 veces. [1]

3.2 INFORMACIÓN SOBRE TRANSPORTE PÚBLICO

Descripción de la actuación: La BIZ proporciona información actualizada sobre el servicio de transporte público existente disponible para sus empleados (horarios, mapas de rutas, etc.).

Es vital la información sobre el servicio de transporte público existente. Se ha observado que muchas veces los empleados no utilizan el transporte público porque no conocen los horarios y las rutas.
Por tanto, las empresas de la BIZ, deberán encargarse de que los empleados tengan información detallada de los servicios de transporte público para acceder a la BIZ. Para conseguirlo es posible:

-Proporcionar a todos los empleados horarios y mapas de rutas de los servicios de transporte público existentes.
- Incluir información sobre horarios y rutas en la intranet o tablones de anuncios de la empresa (para los empleados que no tengan acceso a los ordenadores).
- Las paradas del transporte público situadas en el interior o en las inmediaciones de la BIZ disponen de información clara y actualizada sobre horarios y rutas.

Una estrecha colaboración con los operadores de transporte público contribuirá en gran medida a esta actuación.
Tenga en cuenta que las actividades de información suelen ser las más fáciles y baratas de implementar.

Factores clave para el éxito:

- Información presentada de forma concisa y adecuada.
- Colaboración satisfactoria con el operador local de transporte público.
- Colaboración satisfactoria con las autoridades públicas locales.

Posibles obstáculos:

- Es posible que las autoridades locales y/o los operadores locales de transporte público no estén deseosos de cooperar.
- Los empleados no se sienten atraídos por los servicios de transporte público.

Buena práctica

- BP (Sunbury on Thames, Reino Unido) preparó un folleto informativo sobre todas las opciones de transporte público para empleados y visitantes. El folleto alcanzó un notable éxito.[3]
- En el hospital de la NHS Trust de Addenbrooke (Cambridge, Reino Unido) los horarios de autobuses se distribuyeron con los sobres de nóminas, en los mostradores de recepción, en la oficina de viajes del centro y en la página web 'Cómo llegar a Addenbrooke's'.[3]
- Azimut, con sede en Avigliana (Italia) distribuyó horarios del transporte público entre sus empleados con los sobres de la nómina.[4]
- El Ayuntamiento de Tartu preparó y distribuyó mapas con los sistemas de transporte existentes para llegar al polígono industrial de la ciudad. Los mapas se pusieron a disposición de las empresas y empleados del polígono industrial.[5]

3.3 COFINANCIACIÓN DE BILLETES PARA EL TRANSPORTE PÚBLICO (INCL. TRENES)

Descripción de la actuación: La BIZ cofinancia billetes para el transporte público (autobús, ferrocarril, tranvía, metro, etc.) para sus empleados

Como el transporte público es el principal medio de transporte en las áreas urbanas, es buena idea fomentar su uso entre los empleados. Esto puede hacerse mediante incentivos a los empleados que utilicen el transporte público, por ejemplo, cofinanciando un porcentaje del coste total de los billetes o abonos o proporcionando abonos o billetes para un periodo determinado.
Estos incentivos pueden convencer a los empleados que utilizan su coche particular para ir al trabajo de utilizar el transporte público, en especial en un momento de elevado precio de los combustibles sólidos.

Factores clave para el éxito:
- Comodidad de los servicios y la red de transporte público.
- Servicios atractivos por parte de la empresa de transporte público.
- Posibilidad de cooperación entre las empresas de la BIZ y el operador de transporte público para aplicar descuentos.
- Tratar de influir en el operador de transporte público para mejorar el sistema de transporte en la BIZ y sus alrededores.

Posibles obstáculos:

- Servicio de transporte poco atractivo.
- Elevado precio de billetes y abonos.
- Escasa frecuencia.
- El servicio no tiene flexibilidad para satisfacer las necesidades de los empleados.

Buena práctica:

- Oficina Gubernamental de West Midlands (GOWM): Centro ofreció un plan de descuentos del 50% para abonos de transporte a cambio de que los empleados de la GOWM renunciasen a su plaza de aparcamiento.[2]
- La Fábrica de metales no ferrosos situada cerca de Plovdiv (Bulgaria) ha organizado un sistema de transporte colectivo para sus empleados, de manera que la empresa financia el 75% del precio de los abonos de transporte de los empleados que utilizan el sistema.[5] En la empresa trabajan en tres turnos y la mayoría de trabajadores procede de las zonas residenciales cercanas.

3.4 INSTALACIONES DE SERVICIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO

Descripción de la actuación: Existencia de paradas de autobús cerca o incluso dentro de la BIZ, con refugios, asientos, venta de billetes, etc.

Tener una parada de autobús cerca o dentro de la BIZ es un factor de importancia que determina si los empleados utilizarán el transporte público o el automóvil para ir al trabajo. Es más probable que los empleados utilicen el transporte público si la distancia entre la parada y el lugar de trabajo es reducida y exenta de peligros. Por tanto, deberá de tenerse en consideración las siguientes preguntas:

- ¿Dónde se encuentran las paradas de autobús más próximas a la BIZ?
- ¿A qué distancia se encuentran?
- ¿Se puede recorrer a pie con seguridad la distancia entre la parada de autobús y la BIZ?

Es útil colaborar estrechamente con las autoridades locales y el operador de transporte público, que posiblemente estén interesados en ampliar el servicio actual hasta la BIZ con paradas cerca de la BIZ o en su interior, y por tanto en financiar la actuación total o parcialmente.

Es recomendable que las empresas de la BIZ inviertan en mejorar el trayecto entre el lugar de trabajo y las rutas de transporte público, la señalización, alumbrado, etc., aunque los recursos necesarios sean considerables.

Una acción adicional que puede hacer que los empleados opten por el uso del transporte público y que tan solo precisa una mínima interacción con las autoridades locales y el operador del transporte público consiste en mantener las paradas de autobús en buen estado, limpias, con papeleras, refugios contra condiciones climatológicas adversas y estructuras sólidas. Otra actuación importante que facilita el uso del transporte público es la posibilidad de que los empleados puedan comprar billetes en la BIZ o en las paradas de autobús.

Factores clave para el éxito:

- Suficiente demanda para que las medidas resulten factibles.
- Buena relación con las autoridades y/o el operario del servicio de transporte.
- Imagen renovada y atractiva.
- Información actualizada.
- Buena relación con las autoridades locales y las empresas operadoras de transporte público.

Posibles obstáculos:

- Precisa inversión.
- Es posible que las autoridades locales y/o los operadores del sistema local de transporte sean reacios a colaborar
- Escaso número de empleados interesados

Buena práctica:

- En Hasselt (Bélgica), dentro del plan de movilidad de Philips, la empresa flamenca de transporte público De Lijn y el ayuntamiento de Hasselt realizaron importantes mejoras en las paradas de autobús cercanas.[1]
- En Ford Genk (Bélgica), dentro del plan de movilidad de la empresa, se realizó una encuesta entre los usuarios del servicio de autobús para identificar problemas de calidad en los vehículos. [1]
- En los Países Bajos, la empresa ferroviaria ofrece a las grandes empresas máquinas impresoras para venta de billetes. [1]
- En Egg (Derby, Reino Unido), en colaboración con el ayuntamiento, se instalaron dos nuevas paradas de autobús y refugios cerca de las entradas a los centros de trabajo.[3]
- La Fábrica de metales no ferrosos situada cerca de Plovdiv (Bulgaria) proporciona instalaciones para transporte colectivo a la BIZ; cada punto de destino tiene su propia parada y horario. Facilitan los desplazamientos a la BIZ de empleados y visitantes y los orientan en desplazamientos entre las ciudades cercanas.[5]

3.5 GRUPOS DE PRESIÓN PARA LA MEJORA DEL TRANSPORTE PÚBLICO

Descripción de la actuación: Las empresas de la BIZ tienen una idea clara de las necesidades de transporte de sus empleados y promueven políticas de transporte público que contribuyen a satisfacer estas necesidades.

Las empresas de la BIZ deberán tener una idea clara de las necesidades de transporte de sus empleados y presionar a las autoridades locales y operadores del servicio de transporte público para ofrecer un servicio que satisfaga a sus empleados de la mejor forma posible. Una BIZ puede tratar de conseguir rutas adicionales, mejores vehículos y/o conexiones rápidas. Como resultado, la BIZ puede solicitar ante el organismo responsable del transporte público un nuevo servicio o mejoras en el servicio actual, o bien aumentar la velocidad y frecuencia de los vehículos. Se beneficiarán los empleados, clientes y visitantes, pero también los ciudadanos de la localidad.
Evidentemente, cuanto mayor sea la BIZ y más empleados trabajen en ella, mayor será la posibilidad de conseguir cambios en los servicios de transporte público existentes.

Factores clave para el éxito:

- Estrecha colaboración con las autoridades locales y las empresas operadoras de transporte público.
- Idea clara de las necesidades de transporte de los empleados.
- Importancia económica de la BIZ.
- Campaña promocional y de concienciación sobre servicios de transporte público.

- Mejora de la calidad y la imagen del transporte público.
- Información en el sitio web de la BIZ y la intranet de las empresas.
- Posibilidad de cofinanciar mejoras en el servicio de transporte público existente.

Posibles obstáculos:

- Falta de interés por parte de las autoridades locales u operadores del servicio de transporte.
- La BIZ es pequeña y tiene escasa importancia en la comunidad local.
- No parece haber demanda entre los empleados durante las negociaciones.

Buena práctica:

- En Bruselas (Bélgica), dentro del plan de movilidad del Aeropuerto de Bruselas, las empresas presionaron a la empresa flamenca de transporte público De Lijn para crear un nuevo servicio de autobús entre las distintas zonas del aeropuerto hasta las localidades cercanas y dos importantes estaciones de ferrocarril. Se puso en funcionamiento el servicio de autobús, gracias a la cofinanciación de De Lijn y las empresas aeroportuarias. En un principio el éxito fue limitado, pero un año más tarde el servicio comenzó a ser económicamente viable. [1]
- En la provincia de Limburg (Dinamarca), un centro de movilidad presionó para conseguir un servicio de autobús de alta calidad con paradas limitadas en la Avenue Ceramique de Maastricht, donde se concentra gran número de edificios de oficinas.[1]
- El Ayuntamiento de Ponferrada, en colaboración con la Oficina de Movilidad

local y el proyecto MoMa.BIZ, organizó "Flexitaxi", un nuevo concepto de transporte flexible para los empleados del Polígono Industrial de El Bierzo. El "Flexitaxi" es una herramienta en línea que permite a los trabajadores compartir taxi para trayectos de ida o vuelta a la zona industrial. El servicio solo está disponible para usuarios registrados titulares de la tarjeta de la ciudad, que tramita la Oficina de Movilidad, y para grupos de dos o más personas compartiendo el trayecto. El coste del servicio es de 1,20 € o 1,70 € por usuario, dependiendo de la distancia recorrida. [5]

- Una colaboración entre los sectores público y privado mejoró la accesibilidad a la planta de NOKIA en Bochum (Alemania) mediante mejoras en las conexiones de ferrocarril. En concreto, las mejoras fueron cofinanciadas por la Verkehrsverbund (Asociación de Transporte), Deutsche
  Bahn (Ferrocarriles Alemanes) y Nokia, e incluyeron:[1]

    1. Modernización de la flota de vehículos de ferrocarril.
    2. Ampliación de la red ferroviaria con conexiones directas a la planta.
    3. Reducción de los tiempos de los trayectos.
    4. Introducción de servicios durante los fines de semana.
    5. Servicios más frecuentes a las horas punta.
    6. Mejoras en las paradas y estaciones de ferrocarril.

La Fábrica de metales no ferrosos situada cerca de Plovdiv (Bulgaria) tiene un estricto código de calidad de los servicios del sistema de transporte público, que forma parte de los documentos a presentar para la adjudicación del servicio.[5]

3.6 INFRAESTRUCTURA SEGURA EN LAS INSTALACIONES DE LA BIZ

Descripción de la actuación: El área de la BIZ es segura para los peatones, ya que los empleados que utilizan transporte público han de caminar en el interior de la BIZ para llegar a su lugar de trabajo.

Es importante tener en cuenta que los empleados que hacen uso del transporte público son también peatones que han de recorrer a pie el tramo final del recorrido (desde la parada de autobús hasta el lugar de trabajo). Por tanto, es preciso que las infraestructuras viales de las instalaciones sean seguras para los peatones y en su caso, que se efectúen las mejoras necesarias (aceras, pasos de peatones seguros, etc.). Esta medida es adecuada sobre todo para las BIZ situadas cerca de zonas urbanas o con mucho tráfico.

Factores clave para el éxito:

- Crear instalaciones de alta calidad.
- Campaña de promoción sobre la imagen social corporativa y una campaña sobre seguridad vial.

Posibles obstáculos:

- Se precisa realizar una inversión.
- Las autoridades locales no están de acuerdo con el cambio de diseño.

Buena práctica:

- En el Hospital de Nottingham City (Reino Unido), las mejoras en el

transporte público han ido de la mano de una estrategia de fomento de los desplazamientos caminando en el centro, incluyendo limitación de la velocidad, zonas de tráfico lento y pasos de peatones seguros.[3]

3.7 AUTOBÚS DIRECTO A LA BIZ

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece servicio de autobús directo para sus empleados.

Cuando el servicio de transporte es inexistente o no satisface las necesidades de los empleados, las empresas de la BIZ pueden ofrecer una solución alternativa mediante un autobús de conexión directa que recoja a los empleados en distintos lugares fijos y los traslade hasta el centro de trabajo.

Este servicio puede ser complementario a los transportes públicos ya existentes, abarcando zonas no cubiertas.

Para organizar este servicio, es preciso conocer bien el tipo de desplazamientos que han de efectuar los empleados y determinar su disposición a utilizar transporte colectivo. A continuación se organizan los puntos de recogida, dependiendo de los lugares donde residan los empleados; pueden ser:
- centros urbanos;
- estaciones de transporte público (ferrocarril);

- áreas residenciales en las que viva un número importante de empleados.

El servicio de autobús puede organizarse en colaboración con una empresa especializada. La inversión necesaria para este servicio puede limitarse solicitando una contribución económica de los empleados que utilizan el servicio, semejante a los billetes / abonos del servicio público.

Factores clave para el éxito:

- Suficientes núcleos residenciales.
- Suficiente número de viajeros.
- Regiones con problemas económicos.
- Insuficiente red de transporte público.
- Promoción del servicio entre los empleados.

Posibles obstáculos:

- Se precisan recursos financieros.
- No hay suficientes núcleos de empleados en áreas residenciales.
- Distancias demasiado grandes.
- Distancias que se pueden cubrir fácilmente a pie o en bicicleta.
- Horario de trabajo flexible.

Buena práctica:

- En Regensburg (Alemania), la planta de automóviles de BMW tuvo que decidir entre construir nuevos aparcamientos y ampliar la carretera de acceso para resolver sus problemas de congestión o buscar otro tipo de soluciones. Se decidió introducir un servicio de autobús de la empresa para los empleados. [1]

- En Zug (Suiza), Shell estableció un servicio de autobús directo (operado por la empresa de transporte público) de uso exclusivo para sus empleados. En horas punta, el autobús comunica la empresa con la estación de ferrocarril de Zug. [1]
- En Bruselas (Bélgica), el Movimiento Cristiano de Trabajadores ofrece dos tipos de conexiones con la estación de ferrocarril cercana: un servicio de autobús y bicicletas de alquiler reservadas en la estación. Los empleados deben optar por una de estas soluciones, pero pueden elegir opciones distintas para invierno (autobús) y verano (bicicleta). [1]
- En Reino Unido, Stockley Park Consortium Ltd. suscribió el coste de los servicios de autobús por importe de 80.000 euros al año y ha financiado la introducción de nuevos autobuses en una misma ruta para fomentar su uso. [1]
- La Fábrica de metales no ferrosos situada cerca de Plovdiv (Bulgaria) ha organizado transporte colectivo para sus empleados a determinadas horas del día, correspondiendo con los tres turnos de trabajo. Si un empleado se retrasa o tiene una emergencia, se ha establecido un acuerdo con una empresa de taxis para garantizar su regreso a casa.[5]

3.8 VANPOOLING

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece servicio de vanpooling estándar con furgonetas de la BIZ o de alquiler.

Con frecuencia, las empresas situadas en zonas de negocios e industriales en ciudades de tamaño pequeño o mediano tienen empleados que viven cerca y tienen el mismo horario de trabajo. Sin embargo, realizan su desplazamiento de forma individual utilizando vehículos particulares. Es posible que las empresas de estas BIZ deseen introducir un servicio de furgoneta (minibús de al menos 7 asientos), para fomentar su uso entre más empleados. Algunas empresas pueden alquilar o comprar una furgoneta, que conducirá uno de los empleados. Esto es adecuado para áreas con empleados con bajo nivel salarial, o para satisfacer la demanda en zonas con un sistema de transporte inadecuado.

Factores clave para el éxito:

- Suficientes núcleos residenciales.
- Servicios de transporte flexibles y bien planificados.
- Distancia adecuada.
- Suficiente número de viajeros.
- Regiones con problemas económicos.

Posibles obstáculos:

- Se precisan recursos financieros.

- Insuficientes núcleos residenciales.
- Las distancias son grandes y recoger a los viajeros resulta incómodo y lleva mucho tiempo.
- Es fácil acceder a la BIZ a pie o en bicicleta.
- Horario de trabajo flexible., lo que dificulta la formación de grupos para compartir la furgoneta.

Buena práctica:

- Dentro de su proceso de reorganización interna, una empresa belga organizó vanpooling para grupos de empleados entre dos centros de trabajo. [1]
- Cada año se realiza una encuesta entre los empleados interesados en hacer vanpooling en la Fábrica de metales no ferrosos situada cerca de Plovdiv (Bulgaria).[5]

RECURSOS Y HERRAMIENTAS ÚTILES

ELTIS http://www.eltis.org/
Eltis facilita el intercambio de información, conocimientos y experiencias en el campo de la movilidad urbana en Europa. Su sitio web incluye una sección con ejemplos prácticos de movilidad sostenible, incluyendo el transporte público.

DEPARTAMENTO DE TRANSPORTE DEL REINO UNIDO
http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20110130183933/http://www.dft.gov.uk/pgr/sustainable/walking/
La "Guía esencial para la planificación de desplazamientos" del Departamento de Transporte del Reino Unido contiene información de utilidad para la promoción del transporte público.

CAJA DE HERRAMIENTAS
http://www.mobilitymanagement.be/english/measures/meas6.htm
Se trata de un recurso de búsqueda para ayudar a las empresas a desarrollar su propio plan de movilidad y a promover eficazmente el uso del transporte público, el transporte colectivo en la empresa, el car-pooling, la bicicleta y el desplazamiento a pie entre el hogar y el trabajo. Esta herramienta está disponible en cinco idiomas: inglés, alemán, italiano, francés y holandés

WAYS2WORK http://ways2work.bitc.org.uk/
ways2work es una iniciativa impulsada e informada por empresas para aumentar la eficiencia mejorando la forma de trabajar y viajar. Ofrece orientación práctica para fomentar la sostenibilidad en los desplazamientos y reducir los desplazamientos en las empresas como elemento estratégico de un programa de mejora empresarial.

ACT TRAVELWISE http://www.acttravelwise.org/plan
Una red británica que trabaja en la promoción del transporte sostenible. Su sitio web contiene información de utilidad sobre planes de movilidad.

REFERENCIAS

[1] CAJA DE HERRAMIENTAS para la Gestión de la Movilidad en Empresas
http://www.mobilitymanagement.be/english/index.htm

[2] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2006. "Un conjunto de recursos para la planificación de desplazamientos en empresas".

[3] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2002. "Hacer que funcione la planificación de desplazamientos: lecciones procedentes de casos prácticos en el Reino Unido".

[4] MobilityManagement.info - Referencia italiana sobre gestión de la movilidad
http://www.mobilitymanagement.info/

[5] Gestión de la Movilidad para Zonas de Negocios e Industriales (MoMa.BIZ)
http://moma.biz

10 Zürich Flughafen
ich-Nord

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

El contenido de esta publicación sólo compromete a su autor y no refleja necesariamente la opinión de las Comunidades Europeas. Ni la Comisión Europea ni la EACI son responsables de la utilización que se podrá dar a la información que figura en la misma.

CARPOOLING

CARPOOLING

Apoyado por

AUTORES
Liyana Adjarova, Ina Karova, Energy Agency of Plovdiv
Ioanna Lepinioti, iMpronta di Massimo Infunti
Billy Carslaw, Birmingham Chamber of Commerce Group

EDICIÓN
Massimo Infunti
Domenico De Leonardis

AGRADECIMIENTOS
Agradecimento a Domenico De Leonardis, experto en Gestión de la Movilidad por su contribución como especialista en esta guía.

MoMa.Biz website: http://moma.biz
Image source: www.eltis.org

Partner del Proyecto
Ente Regional de la Energía de Castilla y León
Junta de Castilla y León

CAJA 4: CARPOOLING

Carpooling o coche compartido cuando estos son propiedad de cada uno de los que comparten coche es compartir trayectos en coche de modo que viajen varias personas en el coche (Fuente: Wikipedia - definición de Carpool, 01/09/2012).

El carpooling presenta múltiples ventajas, entre ellas:

- Ahorro de dinero al compartir el coste de llevar un solo coche.
- Reduce la necesidad de espacio de aparcamiento en la BIZ.
- Reduce las tensiones relacionadas con la conducción.
- Desplazamientos más rápidos hasta el domicilio, ya que en algunos casos (p.ej., en España) los coches compartidos tienen carril especial.
- Es una oportunidad para socializar.
- Reduce la contaminación y las emisiones de CO2.
- Reduce la congestión del tráfico.
- Reduce el consumo de energía.

IIndependientemente del tamaño de la zona industrial o area empresarial desde ahora llamada BIZ dentro de este documento, el carpooling suele constituir un plan de movilidad de implementación especialmente adecuada si no hay otros medios de transporte disponibles (transporte público, bicicleta, etc.), si no es posible su uso o si el espacio para aparcar es muy limitado. Sin embargo, los sistemas de carpooling resultan más eficaces en empresas con horario de trabajo fijo.

La Caja Carpooling presenta una lista de actuaciones de movilidad a tener en consideración en relación con la organización y la promoción del carpooling. El objetivo es inspirar y ayudar a las zonas de negocios e industriales, así como a las empresas, a planificar e implementar programas de carpooling para sus empleados y visitantes. Cada una de las actuaciones de movilidad contiene una lista de factores clave para el éxito y potenciales obstáculos para la implementación de la actuación. La Caja contiene asimismo una relación de recursos y herramientas útiles disponibles en Internet, que pueden ayudar a desarrollar sistemas de carpooling.

Al implementar un sistema de carpooling en una BIZ usted deberá:
- examinar las distintas actuaciones posibles;
- elegir las más adecuadas para su situación;
- consultar con las autoridades locales/regionales/nacionales, que pueden ofrecer asistencia;
- implementar y promocionar las actuaciones.

4.1 SERVICIO DE AGRUPAMIENTO PARA CARPOOLING

Descripción de la actuación: La BIZ proporciona a los empleados servicio de carpooling mediante una plataforma en Internet, un tablón de anuncios, un servicio de agrupamiento de empleados, etc.

Un servicio de carpooling es una medida importante de implementar para facilitar y fomentar el carpooling entre los empleados. Hay muchas formas de ofrecer un servicio de agrupamiento para carpooling, que pueden dividirse en tres grandes categorías:

1.Servicio de agrupamiento informal, mediante el cual los empleados se organizan ellos mismos en grupos para carpooling. Esto puede realizarse en forma de tablón de anuncios en el que los empleados colocan información sobre si ofrecen o buscan coche para un recorrido concreto. El tablón puede incluir también un mapa indicando desde dónde viaja cada empleado con el propósito de ofrecer información para comprobar si es posible organizar carpooling a un destino concreto.

2.Servicio de agrupamiento en Internet. Existen numerosas plataformas en Internet para gestionar viajes compartidos. Las empresas de la BIZ pueden participar en una de estas plataformas y fomentar su uso entre los empleados que deseen compartir un trayecto en coche. Esta solución precisa que los empleados tengan acceso a la web. Es preciso tener también en cuenta que estas plataformas están abiertas a cualquier persona, no solo a los empleados de las empresas de la BIZ.

3.Un sistema informático interno agrupa a los empleados con mismo horario y destino y está disponible para consultas de los empleados para organizar un grupo de carpooling.
Suele ser buena idea complementar el sistema de carpooling con un servicio de "vuelta a casa garantizada" (p.ej., mediante servicio de taxi) para casos de emergencia.

Factores clave para el éxito:

- Conocimiento de las necesidades de transporte de los empleados y evaluación de las posibilidades de que el carpooling sea una opción útil y con posibilidades de éxito.
- Se precisa inversión reducida.
- Vuelta a casa garantizada.
- Espacio para aparcamiento limitado.
- Campaña promocional y de concienciación.

Posibles obstáculos:

- Horario de trabajo flexible.
- Insuficientes agrupamientos: los empleados no hacen las mismas rutas.
- Falta de núcleos de vecinos.
- No hay problemas de espacio para aparcar.
- Los empleados son reacios a socializar y viajar juntos.
- Los conductores o pasajeros tienen que hacer paradas intermedias a lo largo del recorrido.
- No hay garantía de viaje de vuelta.

Buena práctica:

- En distintos países europeos, las empresas pueden participar como miembros en una iniciativa de carpooling. Estos centros proporcionan instalaciones y materiales promocionales para las empresas. En Bruselas (Bélgica), uno de estos centros consiguió una reducción del 5% en el número de conductores en solitario tras un año, gracias a la participación de 90 empresas. [1]
- En Reino Unido, Stockley Park Consortium Ltd representa a 32 empresas de un parque de negocios situado cerca de Londres. Ha creado una base de datos de carpooling disponible para todos los empleados a través de Internet. Cada persona puede introducir sus datos y sus requisitos y buscar agrupamientos. [1]
- Wycombe DC (Reino Unido) está desarrollando un enlace para carpooling con otras grandes empresas de la zona, incluyendo la Health Authority y la Universidad, a través de la plataforma de carpooling Bucks Carshare. Esto contribuirá a ampliar el número de participantes en el carpooling. [3]
- En la zona industrial de Asti se ha implementado un tipo distinto de carpooling denominado Jungo. Los empleados interesados en hacer carpooling no necesitan realizar ningún preparativo: aprovechan el tráfico del momento de forma similar a hacer auto-stop. Sin embargo, Jungo ofrece más seguridad que el auto-stop, ya que los usuarios han de registrarse en una base de datos. [2]

4.2 APARCAMIENTO PARA USUARIOS DE CARPOOLING

Descripción de la actuación: La BIZ garantiza espacio de aparcamiento para los coches participantes en carpooling.

El principal incentivo para los empleados que disfrutan viajando en coche o que no tienen otra alternativa es saber que disponen de plaza de aparcamiento reservada. Por ello, es prioritario asignar plazas específicas en áreas clave de la BIZ para empleados que hagan carpooling.

Factores clave para el éxito:

- Gestión eficaz de las plazas de aparcamiento.
- No hay espacio de aparcamiento suficiente.
- Plazas de aparcamiento reservadas en puntos clave de la BIZ.
- Reducir o eliminar el aparcamiento de pago.
- Comprobar que los empleados hagan realmente carpooling.

Posibles obstáculos:

- Hay suficientes plazas de aparcamiento.
- La gestión del aparcamiento ocasiona disputas y problemas de consenso entre los empleados.

Buena práctica:

- En los aeropuertos de Schiphol (Ámsterdam) y Sabena (Bruselas), los empleados de las empresas que forman parte del centro de coordinación

de transporte pueden registrarse para disponer de una plaza de aparcamiento reservada. Tienen una tarjeta de identificación que se coloca en el parabrisas. [1]

- En el Parque Industrial de El Bierzo (Ponferrada, España) hay plazas de aparcamiento reservadas para coches de carpooling. Es preciso cumplimentar un formulario de solicitud en la Oficina de Movilidad de Ponferrada para obtener la "Tarjeta de aparcamiento Carpooling". Para evitar que aparquen otros coches en las plazas reservadas, se llevó a cabo una campaña con la colaboración de la policía local.[2]
- En la Universidad de Bristol (Reino Unido), los participantes en el sistema de carpooling deben compartir el coche al menos tres días a la semana para poder disponer de plaza de aparcamiento garantizada. [4]

4.3 INCENTIVOS PARA EL CARPOOLING

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece incentivos financieros y no financieros para los empleados que hagan carpooling.

Tal vez los empleados sean reacios en un principio al carpooling, por lo que es recomendable que la implementación de un sistema de carpooling vaya acompañada de incentivos, al menos en los primeros meses de funcionamiento. Esto servirá para promocionar el servicio y fomentar su uso entre los empleados. Los incentivos pueden ser de poco valor (posibilidad de cambiar de turno u horario para poder participar en el carpooling, café/periódico gratis, etc. para los viajeros o plaza de aparcamiento garantizada/precio reducido del aparcamiento para los coches que aparcan en la BIZ, etc.).

Factores clave para el éxito:

- Buena gestión y sistema de agrupamiento para carpooling.
- Considerar la posibilidad de cambiar los horarios o turnos de trabajo.
- Considerar cuidadosamente los incentivos ofrecidos.
- Comprobar que los empleados realmente haga carpooling.
- Campaña de promoción.
- Vuelta a casa garantizada.

Posibles obstáculos:

- Los incentivos carecen de atractivo para los empleados.
- Es imposible cambiar los horarios / turnos de trabajo.
- Los empleados son reacios a viajar juntos.
- No hay garantía de viaje de vuelta.

Buena práctica:

- La empresa Boots de Nottingham (Reino Unido) ofreció como incentivo un vale regalo por valor de 5 libras al confirmar que el empleado comparte el coche con otra persona, y en otra ocasión regaló un número para el sorteo de unas bicicletas. [3]
- Hospital de Derriford (Plymouth, Reino Unido): El 7% de los 4500 empleados del Hospital de Derriford comparten el coche diariamente; este éxito se debe en gran parte a que el lanzamiento del sistema de carpooling coincidió con la introducción del pago para aparcamiento de los coches de los empleados. [3]

RECURSOS Y HERRAMIENTAS ÚTILES

ELTIS http://www.eltis.org/
Eltis facilita el intercambio de información, conocimientos y experiencias en el campo de la movilidad urbana en Europa. Su sitio web incluye una sección con ejemplos prácticos de movilidad sostenible, incluyendo carpooling.

CAJA DE HERRAMIENTAS http://www.mobilitymanagement.be/english/measures/meas6.htm
Se trata de un recurso de búsqueda para ayudar a las empresas a desarrollar su propio plan de movilidad y a promover eficazmente el uso del transporte público, el transporte colectivo en la empresa, el car-pooling, la bicicleta y el desplazamiento a pie entre el hogar y el trabajo. Esta herramienta está disponible en cinco idiomas: inglés, alemán, italiano, francés y holandés.

PROGRAMAS DE INCENTIVACIÓN PARA CARPOOLING
http://www.bestworkplaces.org/pdf/carpool_June07.pdf
Protección Medioambiental, Oficina de Aire y Radiación de Estados Unidos.

DEPARTAMENTO DE TRANSPORTE DEL REINO UNIDO
http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20110130183933/http://www.dft.gov.uk/pgr/sustainable/cars/
Colección de documentos para fomentar el carpooling y carsharing.
Nota: En este material el carpooling se denomina car sharing, y para car-sharing se utiliza la expresión car-club.

SERVICIOS Y PLATAFORMAS DE CARPOOLING EN INTERNET
Hay numerosas plataformas de carpooling en Internet, que permiten formar agrupaciones para compartir coches y pueden ser utilizadas por las empresas de las BIZ para promover el carpooling entre sus empleados. A continuación se ofrece una relación de los servicios disponibles:
- **BlaBlaCar** http://www.blablacar.com/

BlaBlaCar es un sistema de mercado para la comunidad que pone en contacto a conductores que disponen de asientos libres con pasajeros que necesitan una plaza. Nota: para versión en inglés de la página web de blablacar: en el sitio web el carpooling se denomina car-sharing.

- **RoadSharing** http://www.roadsharing.com/
RoadSharing es un punto de encuentro entre personas que ofrecen y que buscan una plaza en coche.

- **Jungo** http://www.jungo.it/
Servicio italiano de carpooling que aprovecha el tráfico lento y permite abordar un coche sin necesidad de concertar cita, de forma similar al auto-stop.

- **carpooling.com** http://www.carpooling.com/
Plataforma de carpooling para trayectos compartidos en Europa. Los usuarios pueden ofrecer o demandar plazas vacías para un trayecto. Nota: el sitio web del Reino Unido se refiere al carpooling como car-sharing.

REFERENCIAS

[1] CAJA DE HERRAMIENTAS para la Gestión de la Movilidad en Empresas
http://www.mobilitymanagement.be/english/index.htm

[2] Gestión de la Movilidad para Zonas de Negocios e Industriales (MoMa.BIZ)
http://moma.biz

[3] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2006. "Un conjunto de recursos para la planificación de desplazamientos en empresas".

[4] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2002. "Hacer que funcione la planificación de desplazamientos: lecciones procedentes de casos prácticos en el Reino Unido".

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

El contenido de esta publicación sólo compromete a su autor y no refleja necesariamente la opinión de las Comunidades Europeas. Ni la Comisión Europea ni la EACI son responsables de la utilización que se podrá dar a la información que figura en la misma.

VEHÍCULOS COMPARTIDOS

VEHÍCULOS COMPARTIDOS

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY EUROPE

AUTORES
Liyana Adjarova, Ina Karova, Energy Agency of Plovdiv
Ioanna Lepinioti, iMpronta di Massimo Infunti
Billy Carslaw, Birmingham Chamber of Commerce Group

EDICIÓN
Massimo Infunti
Domenico De Leonardis

AGRADECIMIENTOS
Agradecimento a Domenico De Leonardis, experto en Gestión de la Movilidad por su contribución como especialista en esta guía.

MoMa.Biz website: http://moma.biz
Image source: www.eltis.org

Partner del Proyecto
Ente Regional de la Energía de Castilla y León
Junta de Castilla y León

CAJA 5: EL VEHÍCULO COMPARTIDO

"Vehículo Compartido" es un modelo de alquiler de coches en el que es posible alquilar por un periodo breve de tiempo, generalmente por horas. Es idóneo para personas que solo utilizan el vehículo de forma ocasional. La idea fundamental es disfrutar de las ventajas de un coche particular sin los costes y responsabilidades que conlleva la propiedad.
(Fuente: Wikipedia – Definición de Carsharing, 10/09/2012).

El vehículo compartido se considera una forma de transporte sostenible porque reduce el número de vehículos en la carretera, minimiza los desplazamientos en éstos y fomenta un uso más racional de los medios de transporte, incluyendo caminar, la bicicleta y el transporte público. En concreto, se ha demostrado que las personas que utilizan el carsharing, con el tiempo, tienden a vender su coche y utilizar sistemas alternativos de transporte, como el transporte público, la bicicleta o se desplazan a pié, y tienden a conducir menos. Es una de las formas más prácticas de limitar el uso del automóvil, fomentando a la vez una mayor flexibilidad e independencia.

En el caso de las empresas de las zonas industriales o áreas empresariales, desde ahora referido en el documento como BIZ, el carsharing puede utilizarse como herramienta destinada a disminuir el importe total de los desplazamientos y los costes de mantenimiento del parque móvil de la empresa, sustituyéndolo por un servicio de carsharing; a promover un uso más racional de los automóviles entre los empleados y a fomentar la cooperación entre empresas.

Esta Caja Vehículo Compartido presenta una serie de actuaciones a tener en cuenta, en relación con la organización y promoción de programas de vehículo compartido, con el propósito de inspirar y ayudar a las áreas industriales y empresariales y a sus empresas a planificar e implementar estos programas para sus empleados. Cada una de las actuaciones contiene una lista de factores clave para el éxito y posibles obstáculos para la implementación de la actuación. La Caja contiene asimismo una relación de recursos y herramientas útiles disponibles en Internet, que pueden ayudarle a implementar los planes para fomentar iniciativas de vehículo compartido.

Por tanto, si desea implementar un sistema de carsharing en una BIZ, deberá:
- examinar las distintas actuaciones;
- elegir las más adecuadas para sus circunstancias;
- implementar las actuaciones y darlas a conocer.

5.1 SERVICIO DE VEHÍCULO COMPARTIDO

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece a sus empleados servicio de carsharing.

Las empresas de una BIZ pueden beneficiarse mucho de un servicio de vehículo compartido, que puede contribuir a reducir los costes de los desplazamientos de empresa y de mantenimiento del parque móvil.

La forma más sencilla de ofrecer a los empleados un servicio de vehículo compartido es mediante la participación de la empresa en un programa existente de algún operador de carsharing. El tipo de participación puede variar entre los distintos operadores, pero generalmente todos los empleados pueden acceder a él mediante el uso de una tarjeta de socio.

Para hacer el servicio más accesible para los empleados, es aconsejable crear un punto de recogida en el área de la BIZ. Esto es fácil de lograr mediante un acuerdo con el operador del sistema de carsharing.

Si no hay operador de carsharing, las empresas de la BIZ pueden estipular un acuerdo con una empresa de alquiler para conseguir un servicio similar, o bien crear su propio parque móvil para reducir los costes de propiedad y aumentar el kilometraje por coche.

Factores clave para el éxito:

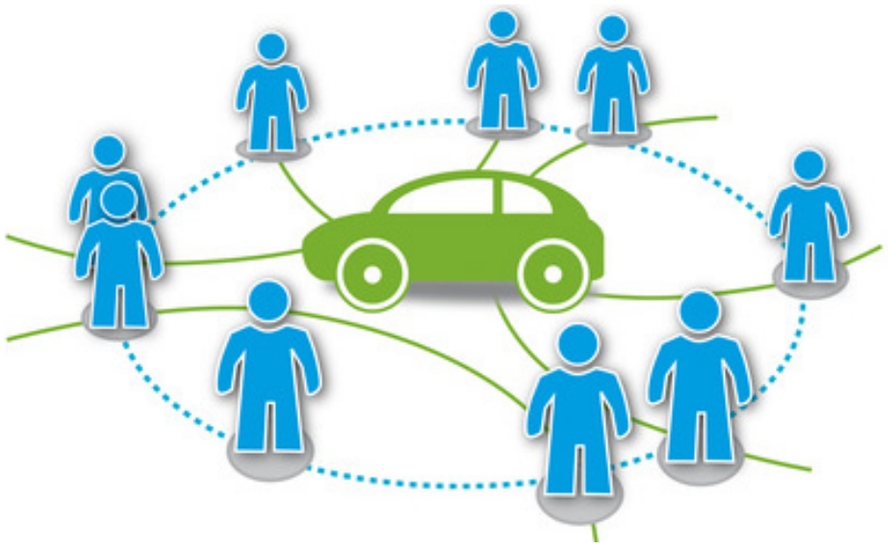
- Colaboración con un operador local de carsharing o servicio de alquiler de coches.
- Creación de un punto de recogida en el recinto de la BIZ.
- Promoción y concienciación de los empleados.

Posibles obstáculos:

- Se precisa realizar una inversión si la BIZ decide ofrecer vehículos propios.
- No hay operadores de vehículo compartido cerca de la BIZ.
- Los puntos de recogida para vehículo compartido se encuentran lejos de la BIZ.

Buena práctica:

- Dentro de su plan de movilidad, INFICON AG (Balzers, Liechtenstein) firmó un contrato "Business CarSharing Master" con Mobility CarSharing Switzerland, con uso libre de cargos en los días laborables personales.[1]



5.2 INCENTIVOS PARA CARSHARING

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece incentivos financieros y no financieros para los empleados que hagan uso del carsharing ov ehículo compartido.

Es posible que los empleados sean reacios al vehículo comàrtido, especialmente durante los primeros meses de implementación, ya que su uso no es tan sencillo como si se tratase de un vehículo normal (existen determinados procedimientos para acceder al vehículo y utilizarlo). Por ello, recomendamos ofrecer incentivos a los empleados que hagan uso del sistema. Por ejemplo, las empresas de la BIZ pueden recompensar a los empleados que utilicen vehículo compartido como parte de sus desplazamientos por trabajo, en lugar de realizar el viaje completo en coche.

Factores clave para el éxito:

- Considerar cuidadosamente qué incentivos ofrecer.
- Establecer un sistema para hacer seguimiento de los empleados que utilizan el vehículo compartido.
- Campañas del servicio.

Posible obstáculos:

- Los incentivos carecen de atractivo para los empleados.
- Los empleados son reacios a cambiar su comportamiento de movilidad

5.3 BIZ BIEN COMUNICADA CON EL PUNTO DE CARSHARING

Descripción de la actuación: La BIZ está bien comunicado por transporte público, bicicleta, etc., con el punto de carsharing más cercano (cuando el servicio no se encuentra disponible dentro de la BIZ).

Cuando los vehículos de carsharing se encuentran fuera de las instalaciones de la BIZ, los empleados precisan un medio de transporte para llegar al punto de carsharing. Por tanto, es importante ofrecer buenas comunicaciones en bicicleta, transporte público u otros medios para que los empleados puedan utilizar el servicio. Esto puede resolverse mediante un sistema de aparcamiento y transporte público (Park & Ride)

Factores clave para el éxito:

- Colaboración con la empresa operadora de transporte público.
- El punto de vehículo compartido está bien situado respecto de la BIZ.
- Se ofrece información clara sobre cómo llegar al punto de carsharing.
- Campaña de promoción del servicio.

Posibles obstáculos:

- No hay transporte público o es de escasa calidad.
- No hay rutas seguras para ciclistas.
- Hay mucha distancia entre el punto de carsharing y la BIZ.
- Mayor tiempo en tránsito.

RECURSOS Y HERRAMIENTAS ÚTILES

MOMO CAR SHARING http://www.momo-cs.eu/
El proyecto pretende aumentar el conocimiento y mejorar el servicio de carsharing o vehículo compartido, así como incrementar la eficiencia energética en las organizaciones de vehículo compartido existentes.

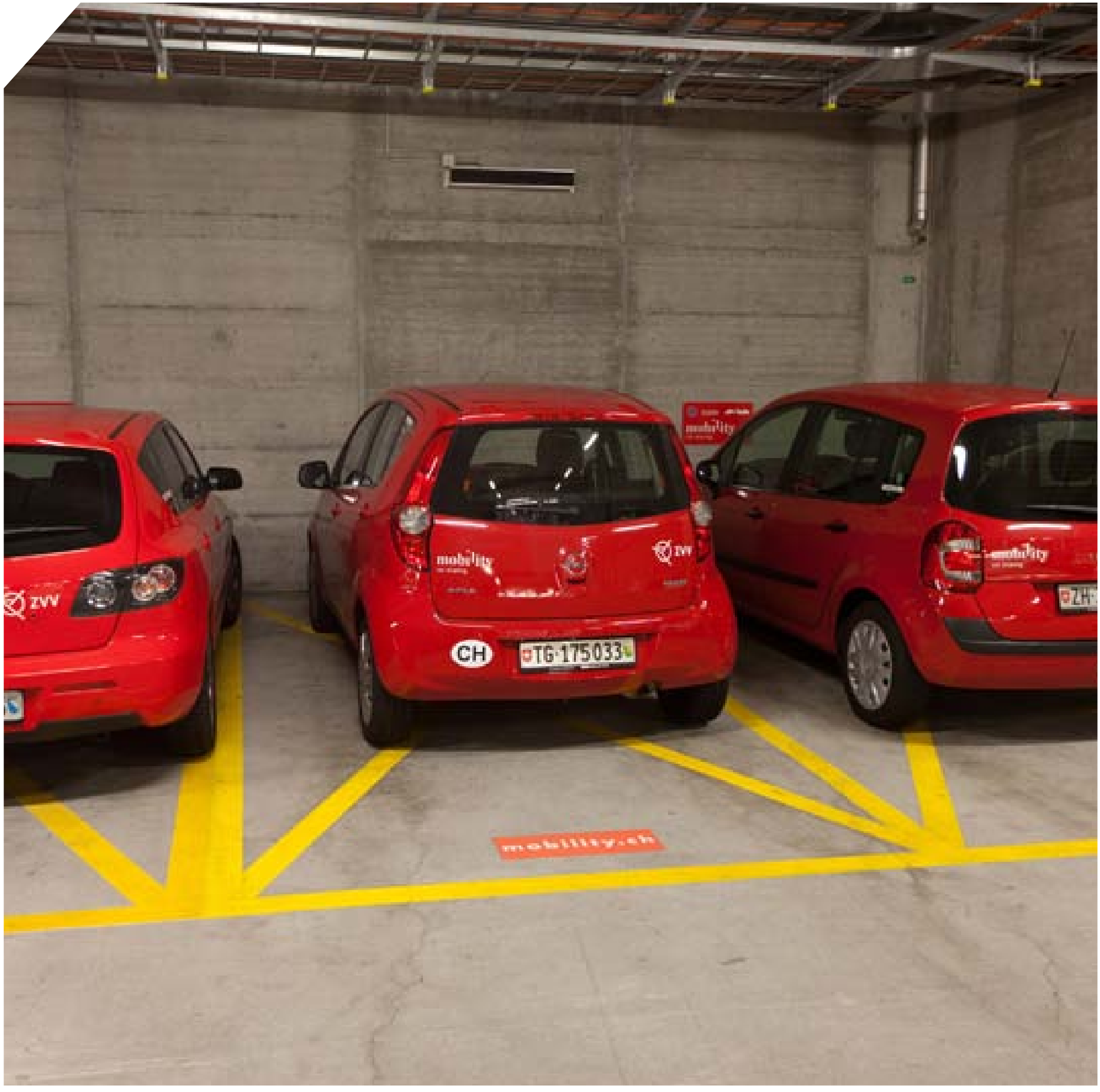
MANAGENERGY http://www.managenergy.net/
Se trata de una iniciativa de asistencia técnica del programa IEE (Energía Inteligente para Europa). Su web incluye ejemplos de buenas prácticas en los campos de la eficiencia energética, energías renovables y transporte limpio, incluyendo carsharing, con ejemplos replicables.

ELTIS http://www.eltis.org/
Eltis facilita el intercambio de información, conocimientos y experiencias en el ámbito de la movilidad urbana en Europa. Su web incluye también una sección con ejemplos prácticos de distintas iniciativas y estrategias para el transporte urbano que destacan factores que hacen posible el éxito de las iniciativas.

DEPARTAMENTO DE TRANSPORTE DEL REINO UNIDOhttp://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20110130183933/http://www.dft.gov.uk/pgr/sustainable/cars/ /
Colección de documentos para fomentar el carpooling y carsharing.
En este material el carpooling se denomina car sharing, y para car-sharing se utiliza la expresión car club.

REFERENCIAS

[1]Eltis – Portal sobre movilidad urbana


ZVV
mobility
CH
TG 175033
mobility.ch

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

El contenido de esta publicación sólo compromete a su autor y no refleja necesariamente la opinión de las Comunidades Europeas. Ni la Comisión Europea ni la EACI son responsables de la utilización que se podrá dar a la información que figura en la misma.

GESTIÓN DE COCHES

GESTIÓN DE COCHES

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

AUTORES
Liyana Adjarova, Ina Karova, Energy Agency of Plovdiv
Ioanna Lepinioti, iMpronta di Massimo Infunti
Billy Carslaw, Birmingham Chamber of Commerce Group

EDICIÓN
Massimo Infunti
Domenico De Leonardis

AGRADECIMIENTOS
Agradecimento a Domenico De Leonardis, experto en Gestión de la Movilidad por su contribución como especialista en esta guía.

MoMa.Biz website: http://moma.biz
Image source: www.eltis.org

Partner del Proyecto
Ente Regional de la Energía de Castilla y León
Junta de Castilla y León

CAJA 6: GESTIÓN DE COCHES

Los empleados suelen tener tendencia a utilizar su vehículo particular para desplazarse de casa al trabajo. El coche ofrece flexibilidad e independencia. Los empleados lo usan para hacer compras, llevar los niños a la escuela o a la guardería, etc. Utilizar el vehículo particular resulta cómodo y útil.

El resultado es que un gran porcentaje de los desplazamientos de casa al trabajo son realizados por conductores que viajan solos. Esto contribuye a la congestión de las carreteras en las horas punta y aumenta la posibilidad de verse involucrado en un accidente de tráfico. Los conductores describen estas situaciones como estresantes y solitarias.

En lo referente a la gestión de la movilidad, utilizar el vehículo particular no es la mejor opción para mejorar la situación de movilidad en una zona industrial o área empresarial, desde ahora referido en el documento como BIZ y, por tanto, se deben implementar actuaciones para promover y fomentar un cambio de mentalidad en favor de otras formas de transporte más sostenibles.

La Caja Gestión de coches presenta una relación de actuaciones de movilidad que pretenden desincentivar el uso del coche por parte de los empleados para ir al trabajo. Cada una de las actuaciones de movilidad contiene una lista de factores clave para el éxito y posibles obstáculos para la implementación de la actuación. La Caja contiene asimismo una relación de recursos y herramientas útiles disponibles en Internet, que pueden proporcionar más ideas.

Por tanto, si desea implementar una política de gestión de coches en una BIZ, deberá:

- examinar las distintas actuaciones posibles;
- elegir las más adecuadas para sus necesidades;
- consultar con las autoridades locales/regionales/nacionales, que pueden ofrecer asistencia;
- implementar y promocionar las actuaciones.

6.1 BIZ ACCESIBLE EN COCHE

Descripción de la actuación: La BIZ está al alcance de cualquier empleado o visitante con coche.

Aunque las Cajas de Soluciones están especialmente diseñadas para promover la reducción del número de vehículos particulares en la carretera y de desplazamientos con un solo usuario, también prestan atención a la accesibilidad de la BIZ con vehículos particulares.

Es importante conocer bien el sistema de carreteras que comunica la BIZ con el área circundante para comprender la distribución modal entre los empleados y la posibilidad de un cambio en el comportamiento en favor de otros tipos de transporte. Además, la accesibilidad en coche es importante para garantizar el acceso de los empleados y/o clientes que no disponen de otras alternativas al uso del automóvil particular para llegar a la BIZ.

Por otra parte, las empresas de las BIZ accesibles en vehículo particular tienen capacidad para implementar sistemas de carpooling y carsharing o para introducir iniciativas de gestión del aparcamiento y reducir el tráfico en los alrededores.

Factores clave para el éxito:

- Conocimiento profundo sobre la accesibilidad a la BIZ por carretera.
- Conocer la distribución modal de los desplazamientos de casa al trabajo de los empleados.

- Posibles alternativas.
- Oferta de incentivos a los empleados que utilizan su coche particular para hacer carpooling o cambiar a otras formas alternativas de transporte.

Posibles obstáculos:
- Tráfico muy congestionado.
- Empleados reacios al carpooling u otras formas alternativas de desplazamiento.
- No existen servicios cerca de la BIZ, por lo que los empleados prefieren utilizar su coche particular.

6.2 OPTIMIZACIÓN DE LOS DESPLAZAMIENTOS POR MOTIVOS DE TRABAJO

Descripción de la actuación: La BIZ establece un sistema para reducir el número de desplazamientos debidos al trabajo (mediante videoconferencia).

La teleconferencia es cada día más habitual entre las empresas y posiblemente sea la forma más sencilla y eficaz de disminuir el número de viajes por trabajo. Aunque precisa una inversión inicial en tecnología, los ahorros potenciales justifican este gasto.

Asimismo, es posible implementar un sistema de gestión de viajes de trabajo para minimizar aún más el número de desplazamientos. Por ejemplo, sería

posible organizar dos o más viajes con el mismo destino de modo que se hicieran a la vez utilizando un solo coche. Estas medidas ahorran dinero y refuerzan la imagen verde de la BIZ.

Factores clave para el éxito:

- Inversión en tecnología de teleconferencias.
- Buena gestión del sistema.
- Buena sinergia con las reuniones y tareas de los empleados.
- Posibilidad de viajar en grupo.

Posibles obstáculos:

- Puede ser necesaria una inversión en software y personal para operarlo.
- Recuperación lenta de la inversión.
- Mala gestión del sistema de software.
- Los empleados no valoran viajar con otros compañeros que se desplazan a la misma localidad.

Buena práctica:

- Zurich (Reino Unido) promovió el uso de las videoconferencias para reducir el impacto de los desplazamientos entre sus cuatro centros corporativos en Swindon, Portsmouth, Cheltenham y Fareham. Su uso de ha demostrado ser muy popular y ha contribuido a reducir significativamente los desplazamientos regulares entre los centros. Se estima que el kilometraje anual se ha reducido en más de 1.600.000 km,

con un ahorro en combustible de 122.000 libras y alrededor de 17.000 horas de trabajo recuperadas. [2]

- El Royal Bank of Scotland (Reino Unido) estima que ahorra más de 70.000 libras al mes en viajes de empresa gracias a la videoconferencia. [3]

6.3 USO MÁS SENSATO Y EFICIENTE DEL COCHE PARA DESPLAZAMIENTOS RELACIONADOS CON EL TRABAJO

Descripción de la actuación: La BIZ promueve un uso más eficiente de los coches para desplazamientos relacionados con el trabajo.

Cuando los desplazamientos entre empresas de la BIZ son habituales, es recomendable emprender alguna acción para reducir el uso de los coches particulares o de empresa para estos desplazamientos. Por ejemplo, sería posible ofrecer asesoramiento a los empleados sobre las formas de transporte disponibles para sus viajes de trabajo. Una posibilidad puede ser incentivar a los empleados a utilizar determinada forma de transporte para viajes de empresa.

También se recomienda que los coches utilizados para viajes de empresa vayan equipados con sistemas que permitan optimizar esos trayectos, por ejemplo, con sistemas GPS para elegir la mejor ruta.

La inversión necesaria para esta actuación varía en función de las herramientas concretas adoptadas por la BIZ, pero una implementación satisfactoria reducirá costes y contribuirá a la imagen verde del área.

Factores clave de éxito:

- Uso elevado del automóvil.
- Desplazamientos regulares relacionados con el trabajo.

Posibles obstáculos: :

- Se precisa realizar una inversión.
- Recuperación lenta de la inversión.
- El uso de los coches en la BIZ ya es óptimo.

Buena práctica:

- La compañía holandesa ZHEW implementó un sistema integrado para reducir el uso de coches privados y de empresa para viajes de trabajo. Un centro de coordinación de la empresa decide qué medio de transporte deberá utilizar el empleado para viajes de trabajo. Esto garantiza que la empresa pueda controlar y reducir los costes derivados de viajes de y el número de coches particulares utilizados en desplazamientos de trabajo y, entre el domicilio y la empresa. [1]

6.4 USO MÁS RACIONAL O CONSCIENTE DEL COCHE PARA DESPLAZAMIENTOS NO RELACIONADOS CON EL TRABAJO

Descripción de la actuación: La BIZ tiene un parque interno de vehículos a disposición de los empleados para desplazamientos individuales o colectivos no relacionados con el trabajo.

Las empresas de la BIZ podrían poner su parque de automóviles a disposición de los empleados para viajes no de trabajo (actividades de ocio o personales), después del horario laboral. En otras palabras, la BIZ organiza su propio servicio de vehículo compartido para sus empleados. Esta actuación sería muy útil para los empleados que van o podrían ir a trabajar mediante medios de transporte alternativos (en bicicleta, caminando, en transporte público) pero que ocasionalmente necesitan un coche.

Como en el vehículo compartido, es de esperar que esta medida disuada a los empleados de comprar coche o los anime a venderlo si ya lo tienen, a comenzar a utilizar medios de transporte alternativos como el transporte público, la bicicleta o caminar y a conducir menos en general.

Una variante es negociar un contrato con una empresa de taxis y un precio especial para los servicios de transporte. (En Ponferrada ya existe una experiencia FlexiTaxi).

Factores clave para el éxito:

- Es fácil acceder a la BIZ con medios de transporte alternativos.
- Buen sistema de gestión para organizar el uso del parque móvil por parte de los empleados.

- Uso poco eficaz de los vehículos particulares y descongestión de la de la BIZ.
- Falta de espacio para aparcar.
- Promoción y concienciación.
- Acuerdo con servicios cercanos a la BIZ (por ejemplo, guardería de la BIZ).

Posibles obstáculos:
- Es preciso realizar una inversión en software para la gestión del parque de vehículos.
- No hay medios de transporte alternativos o son de escasa calidad.
- Problemas relacionados con la seguridad.
- Hay espacio de aparcamiento suficiente.

6.5 SISTEMA MIXTO APARCAMIENTO Y TRANSPORTE PÚBLICO

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece servicio de aparcamiento y transporte público a los empleados.

Las instalaciones de aparcamiento y transporte público son aparcamientos con conexiones al transporte público y otras formas de transporte sostenible que permiten a empleados y/o visitantes dejar su coche particular y continuar el trayecto en transporte público, bicicleta o mediante carpooling. Las instalaciones suelen estar situadas en estaciones de trenes y autobuses en las afueras y ofrecen conexión a otros medios de transporte, como bicicletas, zonas peatonales, transporte público, etc. Es una buena práctica

ofrecer este servicio a los empleados para fomentar la movilidad sostenible al menos en parte del trayecto y disminuir el tráfico en las cercanías de la BIZ.

Factores clave para el éxito:

- Conocimiento de las necesidades de movilidad de los empleados.
- Instalaciones situadas en puntos clave en relación con la BIZ y la ruta de los empleados.
- Colaboración con las autoridades locales y la empresa operadora de transporte público.
- Ofrecer información sobre las instalaciones disponibles.
- El servicio cuenta con un buen sistema de transporte y un plan de movilidad.
- Incentivos para los empleados (por ejemplo, tarifas reducidas en el transporte público).
- Campaña de promoción y concienciación.

Posibles obstáculos:

- Es preciso realizar inversiones en las instalaciones.
- Otros servicios están insuficientemente desarrollados; no hay sistema de carpooling o vehículo compartido, servicio de transporte público de escasa calidad.
- Los empleados son reacios a utilizarlo.

Buena práctica:

- En Bruselas (Bélgica), el Movimiento Cristiano de Trabajadores ofrece

bicicletas de alquiler / reservadas en la estación cercana. Las bicicletas se encuentran en una sala independiente de la estación, con acceso exclusivo para empleados de esta institución. La empresa de alquiler se encarga del mantenimiento de las bicicletas y proporciona candados de seguridad.[1]

6.6 APARCAMIENTO DE PAGO

Descripción de la actuación: La BIZ aplica un sistema de aparcamiento de pago en su interior.

Aplicar un sistema de pago por el aparcamiento en las BIZ puede parecer una medida controvertida, pero posiblemente sea una de las mejores formas de fomentar la movilidad alternativa y resolver los problemas que conllevan los coches (caos para aparcar) dentro de la BIZ.

Está claro que una medida de este tipo tiene más éxito cuando hay escasez de plazas de aparcamiento tanto en la BIZ como en sus alrededores. Además, el sistema debe estar adecuadamente diseñado para que resulte justo para los empleados (incluyendo mandos y cargos directivos) y evitar penalizar a quienes no tengan alternativa al uso del automóvil privado para llegar a la BIZ. Por ejemplo, los empleados que vivan en zonas bien comunicadas con la BIZ mediante transporte público, bicicleta, etc., podrían estar sujetos a unos precios superiores que quienes provienen de zonas con malas comunicaciones.

Asimismo, esta medida podría acompañarse de incentivos para los empleados que cambian el coche particular por formas de transporte alternativas, p.ej., cofinanciando el importe del transporte público.

Se recomienda encarecidamente que los ingresos procedentes del aparcamiento se destinen a mejorar y promocionar la movilidad alternativa y ofrecer incentivos a los empleados.

Factores clave para el éxito:

- La BIZ es fácilmente accesible mediante medios de transporte alternativos.
- El sistema de tarifas de aparcamiento se ha diseñado minuciosamente y no penaliza a los empleados que no tienen alternativas al uso del automóvil particular para llegar a la BIZ.
- Las tarifas son razonables.
- Incentivos para las personas que se pasan a sistemas de movilidad sostenibles.
- Falta de espacio para aparcar en la BIZ.
- Escasez de espacio para aparcar o en la BIZ o no hay zonas de aparcamiento gratuito en los alrededores de la BIZ.

Posibles obstáculos:

- Espacio suficiente para aparcar tanto para empleados como para visitantes.
- Hay aparcamiento gratuito en los alrededores.

Buena práctica:

- En Zurich (Suiza), todos los empleados del Banco Cantonal pagan desde 1995 por el uso de las plazas de aparcamiento (centro, 50 euros/mes; afueras, 30 euros/mes). Se da prioridad en la asignación de plazas a quienes han de viajar más de una hora desde su hogar, a las personas con discapacidades y a quienes utilizan frecuentemente el coche particular para desplazamientos por trabajo. [1]
- El Liechtensteiner Landesbank implementó un peculiar sistema de gestión del aparcamiento: los empleados a los que no les es asignada una plaza de aparcamiento permanente pueden utilizar una plaza un número determinado de veces al año. Los empleados deciden qué días acudirán al trabajo en coche y utilizar la plaza. El resto de los días se desplazan en autobús, bicicleta, carpooling, etc. [1]
- Egg cobra a sus empleados 75 peniques al día por aparcar en sus instalaciones en los límites del centro urbano de Derby (Reino Unido). Los ingresos obtenidos se utilizan para financiar y subvencionar dos servicios de autobús. Este dinero es una importante fuente de financiación para el plan de movilidad de la empresa y constituye un medio para conseguir nuevos cambios modales en el futuro. [2]

6.7 GESTIÓN DEL APARCAMIENTO

Descripción de la actuación: La BIZ presta atención al área disponible para aparcamiento dentro de su recinto e implementa un sistema de gestión del aparcamiento.

Las empresas de la BIZ deben adoptar distintas políticas y actuaciones para hacer un uso más eficaz y orientado a la movilidad de sus recursos de aparcamiento. La gestión del aparcamiento puede ofrecer distintos beneficios:

- Contribuir a resolver problemas relacionados con el aparcamiento en las BIZ con problemas de espacio.
- Fomentar un uso más “usto del área de aparcamiento entre los empleados (incluidos mandos y cargos directivos).
- Reduce la ocupación de terreno.
- Generación de ingresos que pueden invertirse en movilidad sostenible (actuación 6.5 Aparcamiento de pago).
- Fomentar los desplazamientos a pie mejorando las condiciones peatonales.
- Apoyar la gestión de la movilidad en general y contribuir a reducir el tráfico, la congestión, las emisiones contaminantes, el consumo de energía, los accidentes de tráfico, etc.

Sin embargo, un sistema de gestión del aparcamiento exige que las empresas de la BIZ compartan una visión común en relación con la política de aparcamiento y acuerden las medidas a implementar. Por tanto, se

recomienda que antes de implementar ninguna actuación de gestión del aparcamiento, las empresas del área conozcan las necesidades de movilidad de sus empleados, analicen las cuestiones relacionadas con el aparcamiento, discutan todas las opciones posibles y lleguen a un acuerdo sobre el sistema a implementar.

Es importante implicar a los empleados en las conversaciones antes de definir el sistema de gestión del aparcamiento, para que el sistema funcione de forma correcta y para evitar futuras resistencias por parte de los empleados.

Asimismo, las BIZ que deseen implementar un sistema de gestión del aparcamiento deberán prestar atención a la extensión del área destinada a aparcamiento. Cuanto mayor sea el número de plazas disponibles, más difícil resulta implementar otras medidas de gestión del aparcamiento o animar a los empleados a dejar el coche particular para adoptar formas de transporte alternativas.

Dedicar a aparcamiento un área más reducida ofrece ventajas adicionales. En concreto, habrá más espacio disponible en la BIZ, que puede destinarse a otras actividades más útiles o productivas, como son instalaciones para los empleados/visitantes, espacio para nuevas empresas, etc.

Las medidas a incluir en el sistema de gestión del aparcamiento dependen de la situación y pueden variar. Esta Caja puede servir de fuente de inspiración con las distintas medidas propuestas.

Factores clave para el éxito:

- Conocimiento claro de las necesidades de movilidad de los empleados.
- Conocimiento de las alternativas al uso del automóvil particular en la BIZ.
- Colaboración entre las empresas ubicadas en la BIZ.
- Visión clara de la movilidad de la BIZ en el futuro.
- Visión compartida entre las empresas en relación con la política de aparcamiento.
- Comunicación y colaboración continua con los empleados.
- Ofrecer alternativas e incentivos antes de limitar el área de aparcamiento.
- Ofrecer instalaciones Park & Ride.

Posibles obstáculos:

- Desacuerdo entre las empresas de la BIZ.
- No están disponibles otros sistemas de transporte como alternativa al coche particular.
- Existe abundante espacio para aparcar gratuitamente fuera del área de la BIZ.
- Resistencia por parte de los empleados.

Buena práctica:

- En Graz (Austria), la Steiermärkische Gebietskrankenkasse se encuentra en el centro urbano, en un área con aparcamiento restringido. Implementó un sistema de gestión del aparcamiento para sus plazas de aparcamiento propias. El sistema combina criterios de acceso (necesidad de utilizar el coche durante el horario de trabajo, modos alternativos, discapacidades) y

de pago (36 euros/mes). El sueldo y el cargo no forman parte de los criterios: el Director General paga por su plaza de aparcamiento aunque necesite el coche para trabajar. [1]

- En el Hospital Rijnstate de Arnhem (Países Bajos) la falta de plazas de aparcamiento para los 2.700 empleados llevó a la junta directiva del hospital a fomentar alternativas al coche particular. El hospital sopesó distintas formas de transporte posibles para todos los empleados. Los empleadosque reciben asesoramiento sobre transporte pudieron aparcar en el áreadel hospital con tarifa reducida y solo los empleados que trabajan en turnosde noche tuvieron aparcamiento gratis.

6.8 ÁREAS LIBRES DE COCHES

Descripción de la actuación: La BIZ ha designado áreas libres de coches en el interior de la BIZ.

Las empresas de la BIZ especialmente orgullosas de su imagen verde aspirarán a implementar áreas libres de coches, y las más ambiciosas tratarán de eliminar los coches de toda la zona. Esta radical medida puede encontrar una fuerte resistencia tanto por de los directivos como de los empleados de la BIZ.

Esta medida no es totalmente positiva para las empresas de la BIZ con mayor afluencia de visitantes. Pero si las empresas de la BIZ desean forzar que sus empleados adopten alternativas verdes, deberían aprovechar la oportunidad de implementarla.

Factores clave para el éxito:

- Fuerte interés por parte de la dirección y los empleados en una imagen corporativa verde.
- Escaso número de vehículos en la BIZ.
- Buenas conexiones con transporte público, red para bicicletas y zonas peatonales alrededor de la BIZ.
- La BIZ pone bicicletas a disposición de los empleados y visitantes para desplazarse en la zona.
- Existen distintos servicios (p.ej., supermercado, correos, banco) cerca de la BIZ.
- Hay opciones de Park & ride disponibles.

Posibles obstáculos:

- No hay instalaciones para aparcamiento o Park & ride.
- No hay parque de bicicletas disponibles.
- No hay interés económico.
- Mala infraestructura, sin carril bici ni zonas peatonales.

6.9 GESTIÓN DEL ACCESO

Descripción de la actuación: La BIZ da prioridad a determinados tipos de transporte, p.ej., carpooling.

La gestión del acceso es similar a la gestión del aparcamiento, pero en otro aspecto; por ejemplo, solo está permitido el acceso al aparcamiento para los participantes en carpooling. La gestión del acceso puede ser dependiente de la hora (por ejemplo, el acceso en coche al recinto de la BIZ depende del horario de trabajo de los empleados) o del número de empleados que viajan en el mismo coche (por ejemplo, solo se permite acceder en coche al recinto a los participantes en carpooling).

La gestión del acceso modera la afluencia de tráfico; asimismo permite ahorrar en mantenimiento de los aparcamientos y otras instalaciones. También es una medida de persuasión; la dirección debe entender que el problema no es que el aparcamiento esté saturado, sino el comportamiento de movilidad de los empleados.

Para evitar resultados y actitudes negativos al implementar esta medida, en un principio los responsables de movilidad de la BIZ deberían implementar medidas blandas y ofrecer incentivos. Posteriormente podrá adoptarse un enfoque más restrictivo

Factores clave para el éxito:

- Existe control de acceso a la BIZ.
- Conocimiento del flujo de personas a la BIZ.
- Análisis exhaustivo de ideas sobre posibles patrones restrictivos: qué grupo enfocar.
- Implementar medidas blandas y posteriormente restrictivas.
- Adecuadas alternativas para desplazamientos de casa al trabajo.
- Oferta de alternativas en el recinto (instalaciones para bicicletas, excelente red de transporte público, viaje de vuelta garantizado).
- No se necesita inversión.

Posibles obstáculos:

- Resistencia por parte de la dirección.
- Resistencia por parte de los empleados.
- Medida no adecuada para las visitas.
- No es posible controlar el acceso a la BIZ.
- No hay problemas de espacio para aparcar.
- Dificultad para evaluar el impacto.

Buena práctica:

- Las oficinas centrales de Asda en Leeds operan un sistema de carpooling mediante el cual los coches compartidos por dos o más empleados tienen prioridad de acceso a una de las alrededor de 75 plazas reservadas. [3]

6.10 RESTRICCIÓN DE VEHÍCULOS

Descripción de la actuación: La BIZ aplica medidas de restricción de acceso en base a las emisiones de los vehículos entrantes.

Una BIZ puede introducir medidas restrictivas respecto al tipo de vehículos (combustible y emisiones, antigüedad, tamaño, etc.). La medida será positiva para la imagen de la BIZ, pero también puede provocar una opinión negativa por parte de los empleados. Por ello, es buena idea introducir previamente mejoras en relación con medios alternativos de transporte (carriles bici e instalaciones para bicicletas, zonas peatonales, precios especiales para el transporte público) e incentivar el uso de estas alternativas.

Esta medida debe meditarse, ya que puede resultar discriminatoria.

Factores clave para el éxito:

- Excelente equilibrio entre restricciones e incentivos.
- Conocimiento de los principales tipos de vehículos que operan en la BIZ.
- Análisis exhaustivo de ideas sobre posibles patrones restrictivos: qué grupo enfocar.
- Las restricciones se aplican gradualmente.
- Se identifica el objetivo de grupos a restringir.
- Oferta de alternativas en el recinto (instalaciones para bicicletas, excelente red de transporte público, viaje de vuelta garantizado).

- No se necesita inversión.
- Coordinación con las políticas de las autoridades locales.

Posibles obstáculos:
- Resistencia por parte de la dirección.
- Resistencia por parte de los empleados.
- Dificultad para evaluar el impacto.

6.11 LA BIZ FOMENTA LOS VEHÍCULOS DE BAJO CONSUMO

Descripción de la actuación: La BIZ posee coches de bajo consumo, de combustibles alternativos o eléctricos.

En los casos en los que la BIZ desee demostrar una sólida política social, es buena idea implementar una política de vehículos verdes. La mejor opción sería disponer de un parque de vehículos verdes o eléctricos, por ejemplo, para desplazamientos por negocios. Esto permitirá ahorrar en costes de combustible y contribuirá a la imagen verde de la BIZ.

Factores clave para el éxito:

- Buena planificación del uso de los vehículos de menor consumo de la BIZ.
- Colaboración con empresas de tecnologías verdes.
- Campaña de promoción.
- Elevada inversión en este tipo de vehículos.
- Combinación con otras medidas.

Posibles obstáculos:

- Mala gestión de los vehículos.
- Se precisa realizar una inversión.
- Recuperación lenta de la inversión.

Buena práctica:

- En Bélgica, la administración de la Región de Bruselas invierte en la sustitución gradual de todos los coches de servicio por vehículos eléctricos. El coste adicional anual por vehículo sería de solo 650 euros. [1]
- El Consejo del Condado de Cheshire opera actualmente varios vehículos de GLP: 3 coches coches de combustible dual GLP del parque móvil, 7 vehículos para peritaciones del Servicio de Ingeniería, 2 Transit y 1 minifurgoneta. [3]

6.12 COMBUSTIBLES ALTERNATIVOS

Descripción de la actuación: La BIZ tiene la política de fomentar el uso de combustibles alternativos por parte de los empleados de la BIZ, o bien ofrece incentivos a los empleados que utilicen vehículos que consuman combustibles alternativos.

Generalmente, no suelen tener éxito las medidas relacionadas exclusivamente con los combustibles alternativos. En la mayoría de los casos es difícil o técnicamente imposible convertir un vehículo para utilizar combustibles alternativos, y la inversión inicial es elevada. Sin embargo, una vez que el empleado acepta pasar a algún combustible alternativo (p.ej., de gasolina a gas , de coche convencional a eléctrico...), descubrirá importantes ventajas económicas y que la recuperación de la inversión inicial es bastante rápida.

Es preciso tener en cuenta que la inversión en vehículos de elevada eficiencia energética puede resultar muy elevada para los empleados, por lo que las empresas de la BIZ podrían ofrecer incentivos a quienes se pasen a estos combustibles o deseen comprar vehículos "verdes", con emisiones aún más bajas y menor consumo. En este caso es importante considerar otros posibles incentivos a nivel nacional o regional.

Factores clave para el éxito:

- Colaboración con un proveedor de combustibles alternativos o gasolinera.
- Incentivos para que los empleados adopten combustibles alternativos.
- Incentivos continuados para los empleados que hayan adoptado combustibles alternativos.

- Colaboración con empresas que ofrezcan vehículos verdes.
- Puntos de carga eléctrica en la BIZ.

Posibles obstáculos:
- La adaptación de los vehículos a combustibles alternativos resulta técnicamente imposible.
- Los empleados han de realizar una elevada inversión.

Buena práctica:
- La Banca SAI italiana reduce el tipo de interés de los préstamos hasta en un 50% a los empleados que compren coches GLP o que utilicen gas natural.
- La Fábrica de Metales no Ferrosos (Plovdiv, Bulgaria), asigna plazas de aparcamiento reservadas para vehículos verdes y de carpooling. [5]

6.13 CURSO DE CONDUCCIÓN ECOLÓGICA Y USO EFICIENTE DEL COCHE

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece formación sobre conducción ecológica o incentivos a las personas que la aplican.

La mayor parte de los conductores aprecian el impacto de los cursos de conducción ecológica y advierten la diferencia en costes de mantenimiento antes y después de la formación. Es indudable que esta formación es una inversión razonable y rentable, ya que puede reducir el consumo de

combustible hasta en un 15% en cada vehículo. Está muy recomendada para empresas de BIZ con gran número de vehículos particulares.

El "efecto multiplicador" de esta medida es muy importante, ya que su impacto no se limita a los desplazamientos de casa al trabajo, sino que se amplía a todos los viajes realizados.

Factores clave para el éxito:

- Puede aplicarse a todos los conductores (vehículos privados, vanpooling o incluso vehículos de carga).
- La formación va acompañada de prácticas y materiales como manuales, libros, folletos, etc.
- Importante impacto en ahorro de combustible.
- Hace que el vehículo resulte más fácil de conducir.
- La formación fomenta una cultura de buena conducción.
- La empresa cubre total o parcialmente el coste del curso.
- Motivación de los empleados.
- La formación puede favorecer el espíritu de equipo.

Posibles obstáculos:

- El servicio no está disponible en la región correspondiente.
- Se precisa realizar inversión.
- Reducido número de personas interesadas.
- Los conductores no la aplican.

Buena práctica:

- En Suiza muchas instituciones ofrecen cursos especiales de conducción sobre cómo reducir el consumo de combustible, promovidos por un programa nacional de ahorro de energía. Las sesiones son teóricas y prácticas. Han asistido a los cursos 200 conductores de la empresa "Walter Rentsch". Un año más tarde, el consumo de combustible se había reducido en un 6%, lo que posibilitó un ahorro de 46.000 FRS en gasolina y una disminución de los accidentes del 35%. [1]
- En Reino Unido, Sainsburys Supermarkets y Homebase fomentan una conducción responsable entre sus empleados. Todos los conductores de coches de la empresa han recibido formación práctica sobre técnicas de conducción. Los principios básicos son minimizar el uso de los coches y conducir de forma efectiva. Por tanto, lo primero es preguntarse si el desplazamiento es realmente necesario. Cuando es necesario usar un coche de la empresa, los conductores reciben asesoramiento sobre planificación del viaje y preparación de la ruta, arranque en frío, velocidad, estilo de conducción y uso del motor, con el propósito de fomentar una conducción más segura y menos contaminante. Asimismo, se recomienda caminar, ir en bicicleta, hacer carpooling o utilizar el transporte público. Sin embargo, cuando sea necesario utilizar el coche particular, se aconseja al usuario una conducción económica y que el vehículo esté correctamente inspeccionado y sea de bajo consumo. [1]

6.14 SISTEMAS INTELIGENTES DE TRANSPORTE

Descripción de la actuación: La BIZ utiliza sistemas inteligentes de transporte para su parque de vehículos, o bien ha integrado el sistema en los vehículos particulares de los empleados.

Un sistema inteligente de transporte (SIT) es un conjunto de tecnologías de hardware y software que pueden ayudar a la BIZ a mejorar el flujo del transporte. Sus elementos pueden incluir sistemas GPS, señalización, instalaciones en la carretera, sistemas de información en tiempo real o redes de comunicaciones. Para una BIZ grande con numerosos visitantes y tráfico pesado, es esencial implementar un sistema de este tipo. Sin embargo, se trata de una inversión costosa, que posiblemente solo sea apta para grandes corporaciones o BIZ con mayor cobertura geográfica y en estrecha colaboración con las autoridades locales. En la mayoría de los casos, estos sistemas son esenciales en las zonas urbanas con gran densidad de tráfico y las autoridades suelen tener una actitud positiva hacia ellos; se utilizan para la creación de modelos del tráfico, planificación del tráfico, gestión de la calidad del aire y reducción de emisiones contaminantes.

Para las grandes BIZ puede ser conveniente incluso un SIT interno para creación de modelos del tráfico; más aún, si se integra con un sistema de gestión del aparcamiento o de gestión de restricciones, y combinado con incentivos para los empleados que hagan un uso sensato del transporte, puede cambiar la imagen del transporte y la movilidad de la BIZ.

Factores clave para el éxito:

- Estrecha colaboración con las autoridades locales.
- Mejorará la situación general del tráfico, la productividad del transporte, la fiabilidad de los desplazamientos, etc.
- Resolución de los problemas de congestión del tráfico.
- Menos accidentes de carretera, mayor seguridad en el tráfico, circulación más fluida.
- Mayor eficiencia en el transporte, mejor calidad del aire y menor consumo de combustible.

Posibles obstáculos:

- Inversión en software y personal para operarlo.
- Recuperación lenta de la inversión.
- Se precisa una adecuada gestión y, posiblemente, personal experto adicional.
- No hay SIT en la zona en la que se encuentra la BIZ.
- Autoridades locales poco dispuestas a colaborar.

6.15 PLANIFICACIÓN DE RUTAS

Descripción de la actuación: La BIZ ha establecido un servicio de planificación de rutas o posee este tipo de software.

Uno de los servicios ofrecidos las empresas de la BIZ puede ser la planificación de rutas. Puede ponerse a disposición de los empleados para

viajes de trabajo y desplazamientos de casa a la empresa. Asimismo, el sistema puede aplicarse a mapas de gran escala, en los que empleados y visitantes pueden ver las posibles rutas de acceso a la BIZ.

Factores clave para el éxito:

- Empleados interesados en ahorrar tiempo y dinero utilizando la ruta más rápida para llegar a la BIZ.
- Reducción del consumo de combustible.
- Imagen del servicio atractiva.
- Fomentar el servicio centrándose en los beneficios que ofrece.

Posibles obstáculos:

- Necesita recursos (software, personal, etc).
- Los empleados son reacios a cambiar su ruta habitual.

Buena práctica:

Cada año, la Fábrica de metales no ferrosos situada cerca de Plovdiv (Bulgaria) realiza una encuesta entre sus empleados sobre su comportamiento en relación con el transporte, para determinar la necesidad de un sistema de vanpooling y planificar las nuevas rutas de transporte colectivo hasta la BIZ.[4]

6.16 INFORMACIÓN SOBRE TRÁFICO/MOVILIDAD

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece a los empleados un servicio/software que ofrece información en tiempo real sobre el tráfico y posibles soluciones para los atascos.

La información en tiempo real sobre el tráfico y movilidad para los empleados de la BIZ puede ofrecerse a través de los sitios web de la BIZ y las empresas, mediante correo electrónico o incluso sugiriendo a los empleados escuchar determinados programas de radio que emiten previsiones del tiempo, información sobre el tráfico, accidentes, retrasos en los transportes públicos, etc. Es esencial la colaboración con las autoridades locales y organismos implicados.

Factores clave para el éxito:

- Información en tiempo real.
- Zona de frecuentes atascos.
- Colaboración con las autoridades locales, empresa operadora del transporte local, otras organizaciones implicadas.
- Promoción del servicio.

Posibles obstáculos:

- Se precisa realizar una inversión.
- No se realiza una promoción suficiente.
- Los empleados tardan en adoptar el hábito de seguir determinados canales de información.

RECURSOS Y HERRAMIENTAS ÚTILES

CAJA DE HERRAMIENTAS http://www.mobilitymanagement.be/english/measures/meas9.htm
Se trata de un recurso de búsqueda para ayudar a las empresas a desarrollar su propio plan de movilidad y a promover eficazmente el uso del transporte público, el transporte colectivo en la empresa, el car-pooling, la bicicleta y el desplazamiento a pie entre el hogar y el trabajo. Esta herramienta está disponible en cinco idiomas: inglés, alemán, italiano, francés y holandés.

ELTIS http://www.eltis.org/
Eltis facilita el intercambio de información, conocimientos y experiencias en el campo de la movilidad urbana en Europa. Su sitio web incluye una sección con ejemplos prácticos de movilidad sostenible, incluyendo caminar.

DEPARTAMENTO DE TRANSPORTE DEL REINO UNIDO
http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20110130183933/http://www.dft.gov.uk/pgr/sustainable/travelplans/work/essentialguide.pdf
La "Guía esencial para la planificación de desplazamientos" del Departamento de Transporte del Reino Unido contiene información de utilidad para la promoción del transporte público.

BIBLIOGRAFIA

[1] CAJA DE HERRAMIENTAS para la Gestión de la Movilidad en Empresas http://www.mobilitymanagement.be/english/index.htm

[2] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2008;" Guía esencial para la planificación de viajes".

[3] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2006. "Un conjunto de recursos para la planificación de desplazamientos en empresas".

[4] Gestión de la Movilidad para Zonas de Negocios e Industriales (MoMa.BIZ)

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

El contenido de esta publicación sólo compromete a su autor y no refleja necesariamente la opinión de las Comunidades Europeas. Ni la Comisión Europea ni la EACI son responsables de la utilización que se podrá dar a la información que figura en la misma.

TRANSPORTE PARA PERSONAS CON MOVILIDAD REDUCIDA

TRANSPORTE PARA PERSONAS CON MOVILIDAD REDUCIDA

Supported by
INTELLIGENT ENERGY EUROPE

AUTORES
Liyana Adjarova, Ina Karova, Energy Agency of Plovdiv
Ioanna Lepinioti, iMpronta di Massimo Infunti
Billy Carslaw, Birmingham Chamber of Commerce Group

EDICIÓN
Massimo Infunti
Domenico De Leonardis

AGRADECIMIENTOS
Agradecimento a Domenico De Leonardis, experto en Gestión de la Movilidad por su contribución como especialista en esta guía.

MoMa.Biz website: http://moma.biz
Image source: www.eltis.org

Partner del Proyecto
Ente Regional de la Energía de Castilla y León
Junta de Castilla y León

CAJA 7: TRANSPORTE PARA PERSONAS CON MOVILIDAD REDUCIDA

La UE ofrece la siguiente definición de personas con movilidad reducida (PMR): "Persona con Movilidad Reducida, de ahora en adelante PMR": cualquier persona cuya movilidad para utilizar un medio de transporte se ve reducida a causa de alguna discapacidad física (sensorial o locomotora, permanente o temporal), discapacidad o impedimento intelectual o por cualquier otra causa de discapacidad o por la edad, y cuya situación precise una atención adecuada y la adaptación a sus necesidades concretas del servicio disponible para todos los pasajeros".
(http://europa.eu/legislation_summaries/transport/mobility_and_passenger_rights/l24132_en.htm , 23/10/2012))

Los empleados con movilidad reducida deberán tener unas oportunidades de acceso al transporte comparables a las de los demás empleados. Por tanto, las empresas de la BIZ deberán prestar atención a las necesidades de accesibilidad de este grupo de empleados. Con ello, no solo se garantizará la igualdad de oportunidades entre los empleados, sino que además:
- contribuirá a atraer nuevos empleados y en la retención de los actuales;
- se garantizará la accesibilidad de visitantes y clientes con movilidad reducida;
- se cumplirá la normativa nacional y local;
- contribuirá a la imagen social corporativa.

Para garantizar la accesibilidad de las PMR, es recomendable que las empresas de la BIZ colaboren con las autoridades locales, que pueden ofrecer asistencia económica y práctica. La Caja Transporte para personas con movilidad reducida presenta una lista de actuaciones a tener en consideración en relación con la mejora de la accesibilidad para las PMR. Cada una de las actuaciones contiene una lista de factores clave para el éxito y posibles obstáculos para la implementación de la actuación. La Caja incluye asimismo una relación de recursos y herramientas útiles disponibles en Internet, que pueden proporcionar más asesoramiento.
Por tanto, si desea mejorar la accesibilidad de las PMR de una BIZ, deberá:
- examinar las distintas actuaciones;
- elegir las más adecuadas para sus necesidades;
- implementar las actuaciones y darlas a conocer.

Ofrecer accesibilidad para visitantes y empleados de la BIZ hará posibles unas cadenas de movilidad sin fisuras, que se traducirán en una reducción de las emisiones.

7.1 BIZ SE—ALES DE ACCESIBILIDAD

Descripción de la actuación: La BIZ ha preparado señales que indican las áreas accesibles.

Una de las mayores mejoras que pueden ofrecer las empresas de la BIZ es señalizar las áreas accesibles para las PMR. Otra idea es colocar en puntos clave de la BIZ (entrada, edificio principal) y en su sitio web un mapa de las áreas de la BIZ accesibles para personas con movilidad reducida. También puede introducirse un formulario para informar sobre la dificultad o imposibilidad de acceder a determinados puntos de la BIZ.

Factores clave para el éxito:

- Señales colocadas en los puntos clave.
- Las señales proporcionan información real sobre el nivel de accesibilidad.
- Colaboración con las autoridades locales para la provisión de servicios de transporte público más accesibles, o bien servicios especiales para las PMR que deseen ir a la BIZ.

Posibles obstáculos:

- Las señales son escasas.
- Las señales no reflejan la situación real.
- Se precisa realizar una inversión.

7.2 INFRAESTRUCTURA DE ACCESIBILIDAD EN LA BIZ

Descripción de la actuación: La BIZ tiene infraestructuras para las personas con movilidad reducida que garantizan un fácil acceso.

Las normas nacionales y locales ya obligan a los locales a garantizar el acceso de las personas con movilidad reducida, por lo que las empresas de la BIZ deben tener en cuenta estas cuestiones y desarrollar un enfoque adecuado. Estas mejoras también pueden facilitar el uso de medios de transporte sostenible para las PMR, contribuyendo con ello a la reducción de las congestiones del tráfico, de la contaminación del aire y del consumo de energía. Dichas acciones darán a conocer que la BIZ mantiene una política de responsabilidad social, centrada en los visitantes y empleados.

Factores clave para el éxito:

- Las PMR disponen de un medio de transporte alternativo (p.ej., transporte público) accesible.
- Las instalaciones en los puntos clave de la BIZ son suficientes.
- Los empleados/visitantes se sienten seguros a la hora de utilizarlos.
- Hay campañas de promoción y concienciación sobre movilidad y transporte para PMR.
- Colaboración con las autoridades locales y las empresas operadoras de transporte público.

Posibles obstáculos:

- Se precisa realizar una inversión.
- La colaboración con las autoridades locales y operadores de transporte público es complicada.
- No se mantiene la calidad de la accesibilidad.

RECURSOS Y HERRAMIENTAS ÚTILES

Recursos sobre gestión de la movilidad con especial hincapié en el transporte para personas con movilidad reducida

ELTIS http://www.eltis.org/
Eltis facilita el intercambio de información, conocimientos y experiencias en el campo de la movilidad urbana en Europa. Su sitio web incluye una sección con ejemplos prácticos de movilidad sostenible, incluyendo accesibilidad para personas con movilidad reducida.

11
13
N6
N13
H

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

El contenido de esta publicación sólo compromete a su autor y no refleja necesariamente la opinión de las Comunidades Europeas. Ni la Comisión Europea ni la EACI son responsables de la utilización que se podrá dar a la información que figura en la misma.

MEDIDAS ADICIONALES SOBRE MOVILIDAD

MEDIDAS ADICIONALES SOBRE MOVILIDAD

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY EUROPE

AUTORES

Liyana Adjarova, Ina Karova, Energy Agency of Plovdiv
Ioanna Lepinioti, iMpronta di Massimo Infunti
Billy Carslaw, Birmingham Chamber of Commerce Group

EDICIÓN

Massimo Infunti
Domenico De Leonardis

AGRADECIMIENTOS

Agradecimento a Domenico De Leonardis, experto en Gestión de la Movilidad por su contribución como especialista en esta guía.

MoMa.Biz website: http://moma.biz
Image source: www.eltis.org

Partner del Proyecto

Ente Regional de la Energía de Castilla y León
Junta de Castilla y León

CAJA 8: MEDIDAS ADICIONALES SOBRE MOVILIDAD

Esta Caja contiene medidas de movilidad adicionales de carácter más general y no limitadas a un medio de transporte específico. Tienen potencial para aumentar y apuntalar las actuaciones relacionadas en las Cajas 1-7 y contribuyen significativamente a alcanzar los objetivos establecidos por el Plan de Movilidad.

Por tanto:

- examine las medidas que se relacionan;
- seleccione las más adecuadas;
- consulte con las autoridades locales/regionales/nacionales, que suelen ofrecer ayudas;
- implemente y dé publicidad a las medidas.

8.1 INCENTIVOS FINANCIEROS

Descripción de la actuación: La zona industrial o área empresarial, de ahora en adelante llamada en el documento BIZ, ofrece incentivos financieros a los empleados que utilizan medios de transporte sostenibles.

Los incentivos financieros son una herramienta muy útil para animar a los empleados a adoptar medios de transporte sostenible y seguir utilizándolos. Pueden ser directos, en forma de dietas o regalos, o indirectos, como vales para utilizar en determinadas tiendas o servicios.

También pueden ofrecerse billetes para el transporte público como incentivo financiero, que pueden ser muy útiles no solo para los empleados que van a casa en transporte público, sino también para empleados que van a casa a pie o en bicicleta, pero que pueden utilizar el transporte público ocasionalmente (p.ej., con mal tiempo, en emergencias, etc.).

Los incentivos financieros pueden añadir atractivo y diversión a la promoción del transporte sostenible organizando competiciones entre los empleados, que, por ejemplo, pueden conseguir premios reuniendo puntos, etc.

Factores clave para el éxito:

- Colaboración con empresas y tiendas locales para los vales/premios.
- Campaña orientada a un cambio modal.
- Campaña en la comunidad local orientada a promover la política social de la BIZ.
- Ofertas promocionales para los empleados de la BIZ.

Posibles obstáculos:

- Falta de alternativas al uso del coche particular.
- Precisa inversión financiera.
- Es difícil evitar abusos.

Buena práctica:

- La Lotería de la Movilidad, introducida por el Büro für Mobilität AG (CH) en 2004, es un sorteo que pretende concienciar al público sobre temas relacionados con el transporte sostenible mediante políticas blandas en una comunidad, organización o comunidad. En cada empresa participante, el generador aleatorio de la Lotería de la Movilidad selecciona cada semana a un empleado. A continuación se pregunta a esta persona qué medio de transporte utilizó para acudir al trabajo hoy. Gana el premio si el empleado o empleada ha venido a trabajar en bicicleta, a pie o haciendo uso del transporte público o carpooling. El premio es de 50 FRS (aprox. 30,- euros). Si la persona escogida ha venido en su coche sin acompañante, el premio se queda en el bote para la semana siguiente. [1]
- Para promocionar medios de transporte sostenibles, la provincia italiana de Asti organizó entre sus empleados un concurso sobre transporte sostenible. El concurso consistió en ganar puntos cada vez que el empleado utilizase un sistema de transporte sostenible. El empleado puede optar a distintos premios, dependiendo del número de puntos obtenidos.
- Computer Associates (Datchet, Berkshire, Reino Unido) ofrece importantes incentivos económicos (entre 150 y 200 libras) a los empleados que vayan al trabajo caminando, en bicicleta o en coche compartido durante 26 días

en seis meses. Alrededor de una tercera parte del personal se apuntó al carpooling, casi un 12% a la bicicleta y un 7% a caminar durante los días requeridos. [2]

8.2 VUELTA A CASA GARANTIZADA (SERVICIO DE TAXI)

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece un servicio de "vuelta a casa garantizada" para los empleados que utilizan medios de transporte sostenible en el caso de que el medio utilizado no esté disponible

Las empresas de la BIZ con horario flexible y/o trabajadores que hacen horas extras horas extras podrían considerar esta actuación como "red de seguridad" para los empleados que utilizan medios de transporte sostenibles (coche compartido, transporte público, bicicleta, caminar) si el servicio no estuviera disponible por algún motivo. También es útil en caso de emergencias cuando un empleado necesita transporte inmediato y el sistema de transporte sostenible no puede satisfacer sus necesidades.

Esta medida juega un papel importante para animar a los empleados a cambiar su comportamiento en cuanto a movilidad, especialmente en el caso del coche compartido, ya que constituye una garantía de poder regresar a casa después del trabajo.
La implementación de esta medida implica un acuerdo con una empresa o asociación de taxis local.
Deberán establecerse normas claras para evitar abusos del servicio.

Factores clave para el éxito:

- Colaboración con empresa local de servicios de taxi.
- Horario de trabajo flexible.
- Servicio de taxi con precios especiales para empleados, incluso en desplazamientos no relacionados con el trabajo.

Posibles obstáculos:

- Dificultad para establecer una colaboración con una empresa o asociación local de servicios de taxi.
- La dirección de la BIZ es reacia a invertir en esta medida.

Buena práctica:

- En Orange (Reino Unido), se garantiza a los empleados que van al trabajo mediante coche compartido (carpooling) el regreso a casa en el caso de que fallase el acuerdo de carpooling. [2]
- Boots (Reino Unido) introdujo el regreso garantizado dentro de su sistema de carpooling. No suele utilizarse en la práctica, pero constituye una buena red de seguridad (se ha utilizado alrededor de seis veces a lo largo de un año).[4]

8.3 ASESORAMIENTO INDIVIDUAL SOBRE DESPLAZAMIENTOS

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece a sus empleados un servicio personal de asesoramiento sobre desplazamientos para optimizar su trayecto desde casa al trabajo.

Una BIZ podría crear un servicio adicional para los empleados interesados en conocer el impacto de su comportamiento en cuanto a movilidad. Este servicio podría hacer las veces de una calculadora en tiempo real de costes y emisiones, y podría incluir cálculo del coste del transporte por empleado, emisiones anuales, planificación de rutas de viaje eficientes, borrador de un plan de desplazamientos estacional, sistema personalizado de carpooling, etc.

Factores clave para el éxito:

- Los empleados tienen interés en cambiar a otros medios de transporte, pero tal vez les resulte difícil identificar la mejor opción.
- Personal con preparación para ofrecer asesoramiento en cuestiones de movilidad.
- Una oficina/centro , por ejemplo oficina de movilidad con materiales sobre la forma de hacer más sostenibles los desplazamientos de cada persona.
- El servicio está también a disposición de clientes y visitantes.
- Existen alternativas al coche particular.
- El asesoramiento es gratuito para los empleados

Posibles obstáculos:

- Los empleados son reacios a seguir el asesoramiento ofrecido.
- No hay personal preparado para ofrecer el servicio.
- Posibilidad de interferir con el tiempo de trabajo.
- Precisa inversión.

Buena práctica:

- En el centro comercial de Meadowhall (Sheffield, Reino Unido) se prepararon planes de desplazamiento personales para 250 empleados: un 17% de los empleados pasaron de utilizar el coche particular al transporte público. [4]

8.4 - Teletrabajo y horario de trabajo flexible

Descripción de la actuación: Los empleados tienen horario de trabajo flexible y/o posibilidad de trabajar desde casa.

El horario flexible ofrece a los empleados determinadas posibilidades de elección en relación con las horas reales en las que llevan a cabo sus obligaciones contractuales, lo que proporciona cierta libertad en cuanto a la hora de llegada y salida del lugar de trabajo. Esta medida puede ayudar a evitar las horas puntas, atascos, retrasos, estrés, etc.

El teletrabajo permite a los empleados trabajar desde casa uno o varios días a la semana. Esta medida de movilidad es una de las de mayor sostenibilidad, ya que evita por completo el desplazamiento. Sin embargo, el tipo de trabajos que el empleado puede realizar remotamente es limitado. Generalmente es necesario disponer en casa de acceso a Internet, teléfono, fax y ordenador. Asimismo, es esencial que exista un elevado nivel de confianza entre el empleado y la empresa.

Si la BIZ no permite a sus empleados trabajar desde casa, una solución puede ser una oficina de teletrabajo, que se utiliza en organizaciones con múltiples centros o en regiones distantes y en grandes ciudades. Es posible que resulte más sencillo a los empleados desplazarse a una oficina local que se encuentre más cerca que su centro de trabajo normal o utilizar el servicio para minimizar los desplazamientos de trabajo.

Factores clave para el éxito:

- Los empleados pueden equilibrar su vida profesional y privada.
- Reduce los costes de los desplazamientos.
- Menos estrés al trabajar desde casa.
- Se precisa menos espacio de aparcamiento en la BIZ.
- Fomento de una buena política social.
- Reducción de los costes de oficina (electricidad, materiales de impresión, etc.).

Posibles obstáculos:

- Los empleados pueden distraerse de sus tareas profesionales.
- Sistema inadecuado para gestionar horarios flexibles.
- Los empleados lo consideran discriminatorio si la medida no se aplica a todo el personal.
- No es posible reaccionar rápidamente en casos de emergencia.
- Problemas relacionados con los seguros y sistemas sanitarios.

Buena práctica:

- Las llamadas de averías a la Automobile Association se responden desde uno de los cuatro centros de llamadas. Sin embargo, desde finales de 1997, un pequeño número de empleados de la AA responde las llamadas desde su hogar. Se instalaron líneas RDSI en el domicilio de los teletrabajadores, que reciben las llamadas de la misma manera que el personal de las oficinas. Cuando un socio de la AA hace una llamada, el sistema automatizado de distribución de llamadas deriva la llamada al operario que lleve más tiempo libre. Si se trata de un teletrabajador, la llamada es desviada a su hogar por la línea RDSI. [4]
- Durante los últimos años, IBM ha adoptado una cultura de flexibilidad en el trabajo, que incluye trabajo desde casa y 'trabajo móvil' desde otras oficinas. Esto ha sido posible gracias a los servicios telefónicos personalizados que permiten a los empleados recibir mensajes de forma remota, a la mayor velocidad de las conexiones a Internet, a una mayor interacción y al intercambio de conocimientos. Aparte de los sistemas organizativos, fue preciso un cambio en la cultura personal para modificar

los patrones de trabajo. Es esencial la confianza en los empleados. En la actualidad, alrededor del 80% de los empleados de IBM en el Reino Unido trabajan durante algún periodo desde su casa, un 13% de ellos durante una parte importante de su tiempo. [2]

- La consultora ADAS (Reino Unido) introdujo prácticas de teletrabajo mediante ordenadores y redujo sus centros de oficinas de 90 a 25. En la actualidad, más de 500 empleados trabajan permanentemente desde su hogar y más de 1200 utilizan sistemas de correo electrónico por Internet. Se estima que cada consultor que trabaja desde su hogar ha reducido el uso del coche por motivos de trabajo en más de 3000 kilómetros al año. [4]
- En un centro de Orange en Plymouth (Reino Unido), se organizaron turnos según el lugar de residencia de los empleados para facilitar el carpooling o coche compartido. [2]

8.5 OFICINA DE MOVILIDAD/ CENTRO DE MOVILIDAD

Descripción de la actuación: La BIZ ha establecido y mantiene un Centro/Oficina de movilidad para sus empleados.

El centro/oficina es el punto en el que se coordinan e implementan las actividades de gestión de la movilidad de las empresas de la BIZ. Sus actividades pueden agruparse en cuatro categorías:

1. Estudio de los antecedentes de la situación de la movilidad y sus problemas en la BIZ (evaluaciones sobre el terreno, estudios sobre movilidad, entrevistas con los empleados, recogida de comentarios y/o quejas por parte de los empleados, etc.).
2. Redacción del plan de movilidad (colaboración con dirección y empleados para identificar las actuaciones de movilidad más adecuadas para satisfacer las necesidades de la BIZ y aprovechar al máximo el presupuesto disponible).
3. Implementación del plan de movilidad y presentación de información sobre movilidad (coordinar y actuar para implementar las medidas de movilidad, actuar como punto de referencia para los empleados interesados en cambiar su comportamiento de movilidad. Primer punto de referencia para los visitantes que acuden a la BIZ).
4. Evaluación y mejora continuada (determinar los indicadores con los que medir el impacto de las acciones de movilidad implementadas y análisis sistemático de los datos para preparar informes de los progresos; posibilitar mejoras continuadas en la implementación de las estrategias de movilidad para beneficio de la BIZ, sus empleados y la comunidad en general).

El centro/oficina de movilidad precisa unos recursos adecuados y personal adecuadamente preparado para proporcionar una amplia diversidad de estrategias de movilidad.
Un único centro de movilidad, responsable de todo el proceso de gestión de la movilidad garantiza la coordinación del servicio y contribuye de forma considerable en su éxito.
Un plan de movilidad ambicioso precisa una importante financiación e inversión. La BIZ y sus empresas deben comprometerse en la forma de financiación y desarrollo del plan, lo que conlleva una consideración de los incentivos / no incentivos para los empleados (se recomienda que los servicios ofrecidos por el centro de movilidad sean gratuitos para todos los usuarios). La colaboración con las autoridades locales para ampliar los servicios del centro/oficina de movilidad a toda la comunidad puede suponer una fuente adicional de financiación.

Factores clave para el éxito:

- Campaña para aumentar la concienciación.
- Personal debidamente preparado a cargo de la oficina/centro.
- Amplia diversidad de servicios y asesoramiento especial sobre movilidad.
- Ofrece planes de movilidad a medida.
- Planifica los eventos de movilidad de la BIZ.
- Colabora en asuntos locales relacionados con el transporte y la movilidad.
- Recursos financieros para personal y servicios, instalaciones, hardware y software.

Posibles obstáculos:

- Se precisa realizar una fuerte inversión.
- El centro precisa personal experto.

8.6 PLANIFICACIÓN DEL TRANSPORTE Y USO DEL SUELO

Descripción de la actuación: La BIZ tiene una visión clara de desarrollo continuado y posible expansión, e integra redes de transporte sostenible dentro de su política de movilidad.

Con frecuencia se trata de empresas de una BIZ que siguen creciendo y expandiéndose o nuevas empresas que se ubican en la BIZ. Por tanto, es importante que la gestión de la BIZ tenga una visión clara y se implique activamente en la planificación y desarrollo futuros de modos de transporte sostenibles. Estas acciones pueden contribuir a la imagen "verde" de la BIZ.

Factores clave para el éxito:

- Colaboración con las autoridades locales.
- Planificación del transporte y utilización del suelo a cargo de expertos.
- Concienciar y promocionar los planes de movilidad y cambios en la política de transporte.
- Transparencia en las políticas de movilidad.
- Promoción de la imagen "verde".

Posibles obstáculos:

- La estructura arquitectónica de la BIZ no es adecuada para la planificación del transporte.
- La colaboración con expertos en transporte y movilidad resulta costosa.
- Dificultad para conseguir la colaboración de las autoridades locales.

8.7 SERVICIO DE E-SHOPPING

Descripción de la actuación: La BIZ ofrece instalaciones para un servicio de e-shopping.

Los empleados suelen hacer compras antes, durante (pausas para comer) o después del trabajo. La BIZ puede contribuir a reducir el uso del coche ofreciendo enlaces a sitios web de servicios de reparto a domicilio, lo que reduce la necesidad de hacer paradas intermedias en el trayecto del trabajo a casa. Esto servirá de incentivo para promover el plan de movilidad y contribuirá a reducir el uso de los coches particulares desplazamientos casa - tiendas - trabajo - tiendas - casa.

Factores clave para el éxito:

- Análisis de las necesidades de los empleados.
- Colaboración satisfactoria con empresas locales.
- Ofertas promocionales para los empleados.
- Aumentar la concienciación sobre la política social de la BIZ en la comunidad local.

Posibles obstáculos:

- Se precisan negociaciones complejas.
- Es necesario negociar los incentivos para los empleados.
- Los empleados no desean participar en el servicio de reparto a domicilio y prefieren hacer las compras de la manera tradicional.

8.8 PROVISIÓN DE SERVICIOS GENERALES EN LAS INSTALACIONES

Descripción de la actuación: Los empleados tienen acceso a una amplia gama de servicios en las instalaciones, p.ej., tiendas, gimnasios, bancos, oficina de correos, guardería, etc.

Crear una comunidad social y comercial en la que los empleados puedan integrar sus necesidades diarias laborales y personales puede reducir el número de desplazamientos no esenciales. La BIZ debe considerar estas necesidades no esenciales, no relacionadas con el trabajo (correos, cajeros automáticos, gimnasio, etc.) e identificar si tiene capacidad para satisfacerlas. Con ello crea servicios nuevos o no tradicionales que enriquecen la oferta social de la BIZ.

Factores clave para el éxito:

- Colaboración con empresas y proveedores de servicio locales.
- Ofertas promocionales para los empleados.
- Comprender las necesidades de los empleados.
- Promoción de los servicios ofertados en las instalaciones

Posibles obstáculos:

- Los empleados prefieren hacer las compras por su cuenta.
- Dificultad para la colaboración con empresas locales.

Buena práctica:

- En el Reino Unido, DVLA de Swansea dispone de farmacia y servicio de recogida de lavandería dentro del recinto. Asimismo, un autobús para compras opera desde el recinto un día a la semana a la hora de comer. [3]
- Unipart ofrece una serie de instalaciones para los empleados dentro de su recinto en las afueras de Oxford. Estos servicios incluyen guardería, gimnasio, pistas de squash y centro de salud y belleza con peluquería, quiromasaje, osteopatía, etc. [4]
- En Amberes (Bélgica), Agfa-Gevaert (6.000 empleados) tiene su propia tienda en la que es posible comprar todo tipo de productos. [3]
- En el Reino Unido, Manchester Airport Plc dispone de guardería en sus instalaciones. [3]
- En Leeds (Reino Unido), Addleshaw Booth & Co dispone de gimnasio propio. [3]

RECURSOS Y HERRAMIENTAS ÚTILES

TOOLBOX http://www.mobilitymanagement.be/english/measures/meas9.htm
Se trata de un recurso de búsqueda para ayudar a las empresas a desarrollar su propio plan de movilidad y a promover eficazmente el uso del transporte público, el transporte colectivo en la empresa, el car-pooling, la bicicleta y el desplazamiento a pie entre el hogar y el trabajo. Esta herramienta está disponible en cinco idiomas: inglés, alemán, italiano, francés y holandés

ELTIS PORTAL SOBRE MOVILIDAD URBANA http://www.eltis.org
Eltis facilita el intercambio de información, conocimientos y experiencias en el campo de la movilidad urbana en Europa. Su sitio web incluye una sección con ejemplos prácticos de movilidad sostenible, incluyendo caminar.

DEPARTAMENTO DE TRANSPORTE DEL REINO UNIDO
http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20110130183933/http://www.dft.gov.uk/pgr/sustainable/travelplans/work/essentialguide.pdf
La "Guía esencial para la planificación de desplazamientos" del Departamento de Transporte del Reino Unido contiene información de utilidad para la promoción del transporte público.

ACT TRAVELWISE http://www.acttravelwise.org/plan
Una red británica que trabaja en la promoción del transporte sostenible. Su sitio web contiene información de utilidad sobre planes de movilidad.

IEE ELIBRARY http://www.iee-library.eu/
La sección sobre Gestión de la movilidad de la IEE eLibrary recopila una serie de herramientas y guías en torno a la gestión de la movilidad, como por ejemplo, "Gestión de la movilidad eAtomium: materiales de formación" y la guía "Tratado – Gestión de la Movilidad".

PORTAL SOBRE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD http://www.eu-portal.net/

El Portal pretende acelerar la adopción de los resultados de las investigaciones de la UE en el campo del transporte local y regional mediante el desarrollo de nuevos cursos y materiales de formación. Estos materiales pueden ser útiles para comprender la gestión de la movilidad en las empresas y los Planes de Movilidad.

EPOMM (EUROPEAN PLATFORM ON MOBILITY MANAGEMENT)
http://www.eu-portal.net/
Se trata de una red de gobiernos de países europeos implicados en la gestión de la movilidad. Su sitio web ofrece una recopilación de información sobre Gestión de la Movilidad, herramientas y ejemplos prácticos.

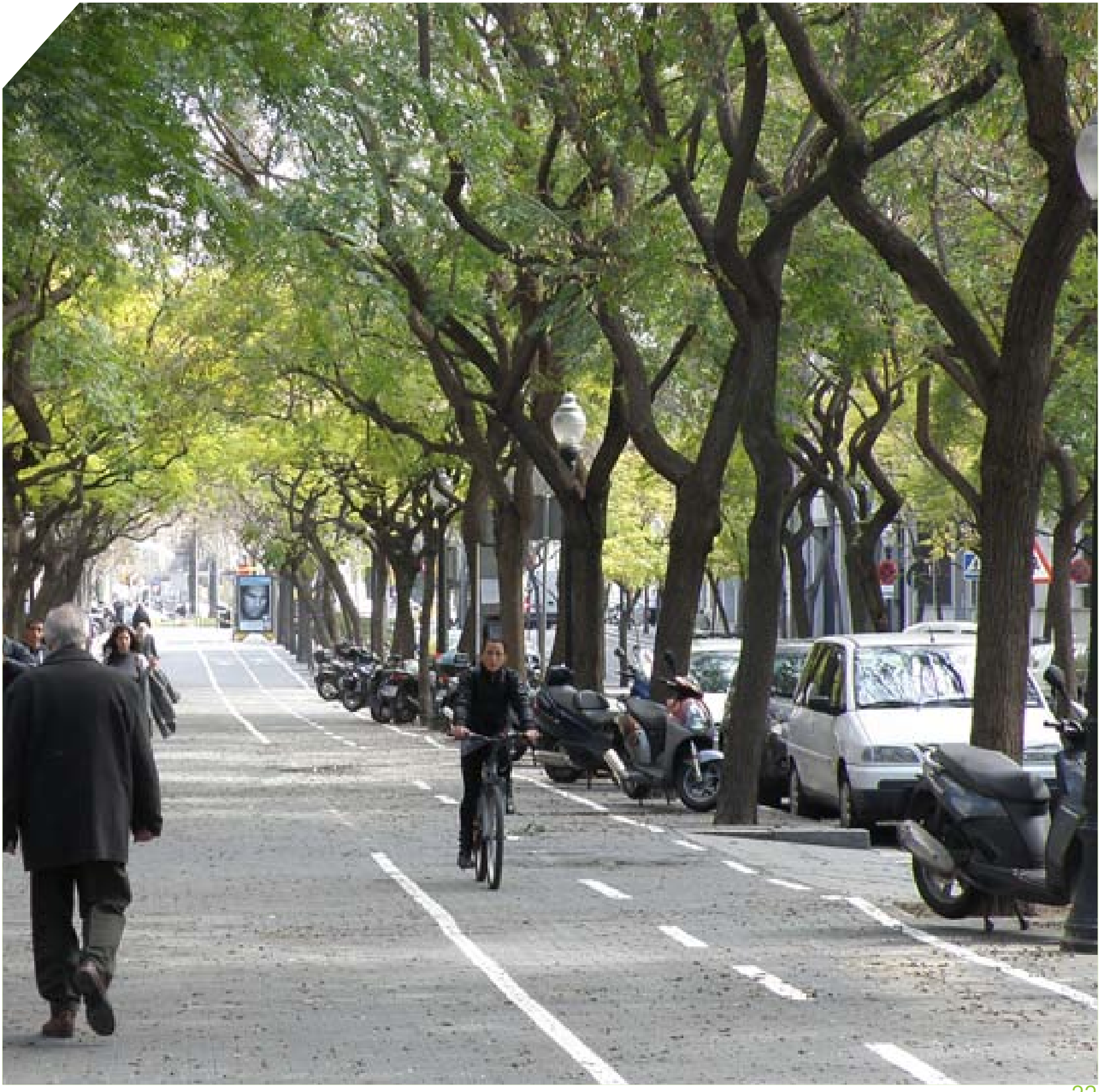
REFERENCIAS

[1] Eltis – Portal sobre movilidad urbana
http://www.eltis.org

[2] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2002. "Hacer que funcione la planificación de desplazamientos: lecciones procedentes de casos prácticos en el Reino Unido".

[3] CAJA DE HERRAMIENTAS para la Gestión de la Movilidad en Empresas

[4] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2006. "Un conjunto de recursos para la planificación de desplazamientos en empresas".



Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

El contenido de esta publicación sólo compromete a su autor y no refleja necesariamente la opinión de las Comunidades Europeas. Ni la Comisión Europea ni la EACI son responsables de la utilización que se podrá dar a la información que figura en la misma.

MARKETING Y PROMOCIÓN DEL PLAN DE MOVILIDAD

MARKETING Y PROMOCIÓN DEL PLAN DE MOVILIDAD

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY EUROPE

AUTORES
Liyana Adjarova, Ina Karova, Energy Agency of Plovdiv
Ioanna Lepinioti, iMpronta di Massimo Infunti
Billy Carslaw, Birmingham Chamber of Commerce Group

EDICIÓN
Massimo Infunti
Domenico De Leonardis

AGRADECIMIENTOS
Agradecimento a Domenico De Leonardis, experto en Gestión de la Movilidad por su contribución como especialista en esta guía.

MoMa.Biz website: http://moma.biz
Image source: www.eltis.org

Partner del Proyecto
Ente Regional de la Energía de Castilla y León
Junta de Castilla y León

CAJA 9: MARKETING Y PROMOCIÓN DEL PLAN DE MOVILIDAD

El marketing y la promoción son elementos clave para el éxito en de la implementación del Plan de movilidad. Por tanto, la comunicación no debe limitarse a dar a conocer las alternativas disponibles para los desplazamientos de los trabajadores entre su domicilio y el trabajo, sino que deberían formar parte del proceso total de desarrollo del Plan de movilidad.

Deberá fomentarse la aportación de los empleados en las fases de consulta, planificación y desarrollo:
- identificación de los desafíos de la movilidad;
- identificación de posibles soluciones para los problemas que plantea la movilidad;
- adopción de soluciones;
- evaluación de la implementación de las soluciones de movilidad y su impacto para reducir las emisiones de CO_2.

Esto garantizará que los empleados sean conocedores de los desafíos de la movilidad para la zona industrial o área empresarial, desde ahora referido en el documento como BIZ y de cómo sus acciones contribuyen a superarlos. En consecuencia, las soluciones implementadas serán más adecuadas para las necesidades de los empleados y justificarán la introducción de medidas menos populares, como el aparcamiento de pago.

Un objetivo de comunicación claro es garantizar que el Plan de movilidad tenga como metas ofrecer una mayor diversidad de opciones de transporte y fomentar la conciencia ecológica en el uso del coche para reducir el número de coches con un solo ocupante. Es esencial la comunicación con la BIZ, sus empresas y empleados sobre el avance y resultados de la implementación de las medidas de movilidad. Hay varios tipos de herramientas de comunicación que es posible utilizar (Internet/intranet, materiales impresos, eventos, etc.) tanto para aumentar el conocimiento como para promocionar el Plan de movilidad. La Caja Marketing y promoción ofrece una relación de actividades de comunicación que podrían implementarse, incluyendo también una sección de herramientas y recursos de utilidad orientados a campañas de concienciación sobre movilidad sostenible, que le ayudarán a diseñar e implementar las suyas propias.

9.1 LA MARCA DEL PLAN DE MOVILIDAD

La creación de una marca de movilidad para la BIZ es parte de la estrategia general de marketing y promoción que sostiene la implementación del plan. La creación de una marca (logotipo, directrices de marca y eslogan) contribuirá a garantizar la cohesión y una identidad única, al margen de quién produzca la información.

Implementar una estrategia de marca ofrece las siguientes ventajas:
identificar rápida y claramente las actividades y medidas relacionadas con el Plan de movilidad;
- aumentar la visibilidad del Plan de movilidad;
- ayudar a los empleados a familiarizarse mejor con la idea de movilidad sostenible y, con el tiempo, a cambiar su comportamiento en relación con la movilidad.

Para la creación de la marca posiblemente convenga recurrir a expertos. También es posible implicar a las empresas de la BIZ y a sus empleados: por ejemplo, las empresas de la BIZ podrían organizar una competición para idear el eslogan del Plan de movilidad.

Buena práctica:
- Next (Reino Unido) hizo uso de su fuerte identidad de marca para las comunicaciones sobre su Plan de movilidad. Se utilizó la estrategia de marca para las comunicaciones del Plan de movilidad, de modo que los empleados pudieran ver que todas las iniciativas, información y mensajes

estaban relacionados con el Plan de movilidad, que, aunque tenía su estilo propio, era reconocible como parte de la imagen corporativa de Next.[1]

- AstraZeneca (Reino Unido) anuncia todas las medidas del plan de movilidad bajo la marca 'Conductores del cambio'. Esta marca se ha utilizado en un vídeo que se presenta con regularidad en las ferias de viajes.[2]
- La Fábrica de metales no ferrosos situada cerca de Plovdiv (Bulgaria) ha introducido su primer Plan de mejora del transporte y la movilidad de los empleados. El Plan establece un marco para la gestión de plazas de aparcamiento para empleados, introducir bicicletas de carga para reparto interno, mejorar los sistemas de transporte público y las instalaciones y llevar a cabo actividades de información y promoción.

9.2 LANZAMIENTO Y EVENTOS ESPECIALES

Los eventos de lanzamiento son importantes porque su capacidad para atraer atención, especialmente de los medios de comunicación y de los principales agentes implicados en el Plan de movilidad y para demostrar públicamente el compromiso de la BIZ con su implementación. También es importante tener una serie de eventos especializados continuados, lo que garantizará una constante comunicación del plan, permitirá dar a conocer los mensajes clave y mantendrá la visibilidad del plan en los medios de comunicación. Pueden organizarse en distintos momentos del Plan de movilidad, al entrar en funcionamiento nuevos elementos del plan o al alcanzarse hitos clave:

- en el estadio inicial, para informar a la comunidad en general, agentes clave, empresas y empleados sobre las metas y objetivos del proceso y conseguir que se impliquen;
- inmediatamente antes de la encuesta sobre movilidad, para aumentar el conocimiento de los objetivos de la encuesta y la importancia de la participación de los empleados;
- en el momento de implementar el Plan de movilidad, para informar a los empleados sobre las actuaciones previstas;
- al implementarse una medida sobre movilidad;
- al alcanzarse un hito importante.

La magnitud y estilo del evento dependerán del mensaje que se va a comunicar y el público al que se dirige. Pueden ser organizados por las

empresas de la BIZ solas o en colaboración con las autoridades locales, operadores de transporte público, etc. Pueden adoptar forma de reunión informal o de evento muy publicitado, con carteles, regalos, comida y bebida, con la intervención a altos cargos de la empresa y de los organismos correspondientes (p.ej., organizaciones de ciclistas).
Si el motivo del evento es la presentación del Plan de movilidad, es aconsejable que coincida con la introducción de una medida de movilidad "visible" de la que se beneficien los empleados (p.ej., parque de bicicletas.
Los eventos especiales, por su parte, pueden incluir días sin coche, ferias, concursos, etc., que pueden organizarse en eventos aislados para fomentar un modo de transporte concreto, o en conjunción con campañas locales, nacionales o internacionales (Semana Europea de la Movilidad, Día Sin Coches del Reino Unido, etc.).

Buena práctica:

- El consejo del Condado de Buckinghamshire (Reino Unido) utilizó frisbis, tazas, alfombrillas para ratón, bolas antiestrés, yo-yós y un hinchable gigante bloqueando la entrada al edificio para dar a conocer el mensaje de los medios de transporte verdes.[2]
- Computer Associates (Reino Unido) presentó su sistema de carpooling en el restaurante de empleados. Se realizó una demostración del software de carsharing en una pantalla de plasma gigante y se invitó al personal a introducir su código postal y encontrar posibles compañeros de viaje en el momento.[2]
- En Austria, la empresa de seguros sanitarios Styrian organizó, dentro de sus esfuerzos por conseguir que los empleados utilicen medios de

transporte sostenibles para ir al trabajo, una fiesta-bicicleta para los empleados y sus familias, con la posibilidad de probar distintos modelos y tipos de bicicleta. Los niños tuvieron oportunidad de asistir a un cursillo para dominar distintos obstáculos y pruebas. [3]

- La Fábrica de metales no ferrosos situada cerca de Plovdiv (Bulgaria) ha organizado una jornada informativa para presentar a los empleados las ideas contenidas en su Plan de Movilidad. El plan incluyó una presentación de las medidas, así como sus ventajas y las necesidades que tratan de satisfacer. Se distribuyeron materiales promocionales sobre las ventajas de la movilidad sostenible (vehículo compartido y transporte público), con el objetivo de iniciar un sistema de vehículo compartido en la BIZ.

9.3 INFORMACIÓN Y MARKETING EN LAS INTRANETS DE LAS EMPRESAS Y DE LA BIZ

Las intranets de la BIZ y/o de sus empresas pueden jugar un papel central en la distribución de información y promoción del Plan de movilidad. Pueden incluir páginas web dedicadas al Plan de movilidad con información general sobre el plan, servicios específicos de movilidad (p.ej., servicio de agrupamiento para carpooling), concursos continuados sobre movilidad sostenible para los empleados, información sobre horarios y rutas de los transportes públicos, enlaces a servicios de e-shopping y reparto a domicilio, noticas sobre el Plan de movilidad, etc. Pueden utilizarse con la misma finalidad los correos electrónicos internos. También es importante considerar el caso de los empleados que no tienen acceso a un ordenador (p.ej., trabajadores de fábrica, personal de almacén) y asegurarse de que los materiales de información y promoción profesional se produzcan en distintos soportes.

Buena práctica:

- La oficina gubernamental de East Midlands (Reino Unido) tiene un enlace con el sitio web Nottingham TravelWise, con información sobre tráfico y desplazamientos. [2]
- Al relanzar su plan de movilidad, AstraZeneca (Reino Unido) destacó el plan en los titulares de la primera página de la intranet, en la que los empleados abren sesión prácticamente a diario.[1]

9.4 DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO

Los materiales de información y comunicación deberán producirse en distintos soportes para llegar a los distintos colectivos de la BIZ. Pueden dividirse en tres grupos (basándonos en una lista preparada por el Departamento de Transporte del Reino Unido), según el medio utilizado:

1. Medios escritos:
    - Folletos sobre aspectos concretos del plan de desplazamientos
    - Información y notas informativas para directivos
    - Información contenida en los dossiers de introducción para nuevos empleados
    - Campañas de carteles (con temas concretos)
    - Manual de orientación sobre viajes de trabajo
    - Expositores y tableros de anuncios en la cafetería y otras zonas para uso de los empleados
    - Boletín del plan de movilidad
    - Artículos/noticias regulares en los boletines para los empleados
    - Periódicos locales

2. Medios hablados:
    - Grupos de trabajo, p.ej., grupos de ciclistas
    - Reuniones informales, p.ej., durante la comida
    - Sesiones informativas con empleados / representantes sindicales
    - Anuncios radiofónicos y entrevistas en emisoras de radio locales

3. Otros Medios:

- Noticias en la intranet/tablero de anuncios
- Sitios web
- Alfombrillas de ratón, bolígrafos, etc., con mensajes verdes
- Mensajes verdes en papel con membrete, pases para empleados, notas, etc.

(Fuente: Departamento de Transporte británico, Un conjunto de recursos para la planificación de desplazamientos en empresas)

Al producir materiales de comunicación, es útil incluir algunos datos y cifras clave sobre las ventajas de los medios de transporte sostenibles, que atraerán la atención de los empleados y le ayudarán a presentar sus argumentos.

Buena práctica:

- Stockley Park (Reino Unido) ha creado un sitio web que incluye una sección sobre cómo llegar a las instalaciones con los distintos medios de transporte http://www.stockleypark.co.uk/travel
- En los Países Bajos, "Veilig Verkeer Nederland" ha preparado una serie de tarjetas postales cómicas promocionando el carpooling. [3]
- En Bélgica, los gobiernos flamenco y central han desarrollado un manual de carpooling para los empleados de las empresas participantes en una campaña de promoción del carpooling. El manual contiene toda la información que precisan los empleados. Dentro de esta misma campaña de promoción, las empresas organizan sesiones informativas en las que

consultores especializados en desplazamientos explican en qué consiste la práctica del carpooling. [3]

9.5 MARKETING INDIVIDUALIZADO

Las actividades de marketing también pueden orientarse a colectivos concretos para llegar mejor a ellos y transmitir información más adecuada a sus necesidades e intereses. La encuesta sobre movilidad identificará los distintos grupos que existen entre los empleados (p.ej., personas dispuestas a cambiar a otro medio de transporte, entusiastas del coche particular, empleados que viven cerca de las rutas de autobús, interesados en hacer carpooling, etc.
En algunos casos es posible dividir a los empleados en grupos según el trabajo que desempeñan, que define sus horarios y las posibilidades de utilizar medios de transporte alternativos (cargos directivos, personal de oficina, trabajadores de planta de fabricación, etc.).

Buena práctica:

- Los hospitales públicos de Plymouth (Reino Unido) utilizaron software de información geográfica para los empleados que viven cerca de las rutas de autobús y para los que podrían compartir coche. Se enviaron cartas a los distintos empleados sobre las opciones disponibles para cada uno. [2]
- En Bluewater, los empleados que solicitan permiso para aparcar deben inscribirse en el sistema TravelSense® de la empresa, lo que les permite optar a descuentos en el transporte público y recibir noticias sobre ofertas promocionales e información sobre desplazamientos. [2]

9.6 LOTES DE BIENVENIDA PARA NUEVOS EMPLEADOS

Se ha documentado abundantemente que los periodos de cambio constituyen una buena oportunidad para influir en el comportamiento de movilidad de las personas. Por ello, es muy posible que proporcionar a los nuevos empleados información sobre distintas opciones de movilidad para ir al centro de trabajo influya en el medio de transporte que elija para sus desplazamientos diarios. El lote de bienvenida que entregan las empresas a los nuevos empleados deberá incluir información sobre el Plan de movilidad de la BIZ. Esta información deberá complementarse en el programa de introducción para nuevos empleados.

Los lotes de bienvenida pueden incluir:

- información exhaustiva sobre las opciones de transporte disponibles para ir a la BIZ, (autobuses, trenes, caminar, bicicleta, vehículos compartidos, etc.);
- mapas con rutas para llegar a la BIZ a pie y en bicicleta;
- información sobre la política de aparcamiento de la BIZ;
- Incentivos para nuevos empleados (p.ej., abono semanal gratuito para el transporte público);
- información sobre incentivos adicionales (p.ej., descuentos, préstamos sin interés para comprar bicicletas);
- los objetivos de la BIZ/empresa en relación con el transporte.

Esta medida puede servir también para atraer a nuevos empleados, ya que ofrece información actualizada sobre las opciones disponibles para futuros empleados, e influir en su elección de lugar de residencia.

Buena práctica:

- Los nuevos empleados de Argent Group (Londres, Reino Unido) reciben información sobre las políticas de transporte en un 'documento sobre actitud' de la empresa, que expone el apoyo a la bicicleta, caminar y transporte público entre los objetivos de la empresa.[2]

RECURSOS Y HERRAMIENTAS ÚTILES

ELTIS http://www.eltis.org/
Eltis facilita el intercambio de información, conocimientos y experiencias en el campo de la movilidad urbana en Europa. Su sitio web incluye una sección con ejemplos prácticos de movilidad sostenible, incluyendo caminar.

IEE E-LIBRARY http://www.iee-library.eu/
La sección sobre Gestión de la movilidad de la IEE eLibrary recopila una serie de herramientas y guías procedentes de proyectos financiados por la IEE en torno a la gestión de la movilidad, como por ejemplo, "Gestión de la movilidad eAtomium: campañas de concienciación y comunicación".

PORTAL SOBRE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD http://www.eu-portal.net/
El Portal pretende acelerar la adopción de los resultados de las investigaciones de la UE en el campo del transporte local y regional mediante el desarrollo de nuevos cursos y materiales de formación. Estos materiales de formación pueden ser útiles para comprender la gestión de la movilidad y las actividades de concienciación.

HACER QUE FUNCIONE LA PLANIFICACIÓN DE DESPLAZAMIENTOS: LECCIONES PROCEDENTES DE CASOS PRÁCTICOS EN EL REINO UNIDO
Departamento de Transporte del Reino Unido, 2002
http://eu-added-value.eu/docs/makingtravelplansworklessons5783.pdf

RECURSOS PARA PLANIFICACIÓN DE PLANES DE DESPLAZAMIENTO EN EMPRESAS
UK Department for Transport, 2006
http://travl.org/downloads/Publications//Useful%20Documents/Travel%20Plan%20Resource%20Pack%20for%20Employers.pdf

GUÍA ESENCIAL PARA LA PLANIFICACIÓN DE VIAJES
Departamento de Transporte del Reino Unido, 2008
http://ways2work.bitc.org.uk/pool/resources/essential-guide-to-travel-planning-final-mar-08.pdf

REFERENCIAS

[1] Departamento de Transporte (Reino Unido), 2008;" Guía esencial para la planificación de viajes".

[2] Departamento de Transporte, 2002; "Hacer que funcionen los Planes de Movilidad: lecciones aprendidas de ejemplos prácticos en el Reino Unido".

[3] CAJA DE HERRAMIENTAS para la Gestión de la Movilidad en Empresas http://www.mobilitymanagement.be/english/index.htm

Münchener Stadtrundfahrten
Express & Grand
EBE OS 85

Apoyado por
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

El contenido de esta publicación sólo compromete a su autor y no refleja necesariamente la opinión de las Comunidades Europeas. Ni la Comisión Europea ni la EACI son responsables de la utilización que se podrá dar a la información que figura en la misma.