



# **Orientaciones para una movilidad más sostenible en las zonas rurales regiones turísticas**

Contrato: MOVE/2022/OP/0008

Escrito por: NIT  
Septiembre – 2024



## **COMISIÓN EUROPEA**

Dirección General de Transporte y Movilidad  
Dirección B - Inversión, Transporte Innovador y Sostenible Unidad B3 -  
Innovación e Investigación

*Contacto:* Isabelle VANDOORNE

*Correo electrónico:* MOVE-B3-secretariat@ec.europa.eu

*Comisión Europea  
B-1049 Bruselas*

**Orientaciones para una movilidad  
más sostenible en las zonas rurales  
regiones turísticas**

Contrato: MOVE/2022/OP/0008

***Europe Direct es un servicio que le ayudará a encontrar respuestas  
a sus preguntas sobre la Unión Europea.***

**Número de teléfono gratuito(\*):**

**00 800 6 7 8 9 10 11**

(\*) La información proporcionada es gratuita, como la mayoría de las llamadas (aunque algunos operadores, cabinas telefónicas u hoteles pueden cobrarle).

#### **AVISO LEGAL**

Este documento ha sido preparado para la Comisión Europea, pero refleja únicamente las opiniones de sus autores y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.

Más información sobre la Unión Europea está disponible en Internet (<http://www.europa.eu>).

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2025

ISBN: 978-92-68-27129-2 doi:  
10.2832/8860953

© Unión Europea, 2025  
Se autoriza la reproducción siempre que se cite la fuente.

## Tabla de contenido

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| INTRODUCCIÓN.....                                                               | 6  |
| 1. OBJETIVO Y ANTECEDENTES DE ESTA GUÍA.....                                    | 7  |
| 2. OBJETIVOS Y RETOS .....                                                      | 9  |
| 3. JUNTOS Y COMENZAR .....                                                      | 12 |
| 4. INSPIRAR E INFORMAR SOBRE LAS OPCIONES DE MOVILIDAD.....                     | 18 |
| 5. MEJORAR LA LLEGADA SOSTENIBLE Y LA ÚLTIMA MILLA EN LAS REGIONES RURALES..... | 24 |
| 6. MEJORAR LAS OPCIONES DE MOVILIDAD SOSTENIBLE EN EL SITIO .....               | 28 |
| 7. EVALÚA TUS ESFUERZOS Y DÉ EL EJEMPLO .....                                   | 36 |

## Índice de cifras

|                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1: Cómo hacer más sostenible la movilidad turística en las regiones rurales .....                            | 8  |
| Figura 2: Viajes por modo de transporte principal (UE 27) de cuatro noches o más .....                              | 9  |
| Figura 3: Criterios de movilidad turística sostenible .....                                                         | 10 |
| Figura 4: Factores de éxito de la cooperación .....                                                                 | 13 |
| Figura 5: Ejemplos de patrones de movilidad turística en regiones rurales .....                                     | 15 |
| Figura 6: Regiones de turismo rural y sus ofertas de movilidad.....                                                 | 15 |
| Figura 7: Cambios en los hábitos de viaje y turismo .....                                                           | 18 |
| Figura 8: Información confiable para la planificación de viajes.....                                                | 19 |
| Figura 9: Emisiones por modo de transporte - Libras de CO <sub>2</sub> e emitidas por pasajero por milla .....      | 24 |
| Figura 10: Adecuación de los tipos de movilidad compartida según la densidad de población y asentamiento tipo ..... | 32 |
| Figura 11: El navegador del modelo de negocio.....                                                                  | 37 |
| Figura 12: Documentos de orientación de SMARTA-NET.....                                                             | 38 |

## INTRODUCCIÓN

### ***El proyecto SMARTA-NET***

SMARTA-NET es una iniciativa de la Comisión Europea, gestionada por la DG-MOVE con el apoyo de la DG AGRI, que busca promover conexiones de movilidad sostenibles y resilientes entre zonas rurales, dentro de zonas remotas como islas, y entre zonas rurales remotas (incluidas regiones aisladas) y zonas urbanas, considerando la necesidad de apoyar el ecoturismo. SMARTA-NET es la continuación del proyecto SMARTA (2018-2020), que abordó la movilidad rural compartida (incluido el TAD) y su conexión con el transporte público.

La movilidad es lo que permite a las personas acceder a todo lo relacionado con su vida diaria, sea lo que sea. Si no puedes llegar a donde necesitas o deseas ir, tu vida se ve limitada. Hoy en día, en toda Europa, la mayoría de las personas que viven en zonas rurales tienen pocas opciones aparte del coche; demasiadas personas no tienen ninguna opción.

SMARTA-NET busca ayudar a romper este ciclo, mostrando lo que se puede hacer y desarrollando capacidades entre las autoridades locales y otros implementadores.

SMARTA-NET tiene tres ejes principales:

- Establecer una Red Europea de Movilidad Rural (ERMN) para proporcionar un foro y una voz para quienes trabajan en la movilidad rural.  
Elaborar directrices sobre diversos temas, incluidos (i) buenas prácticas en movilidad rural; (ii) movilidad que apoye al turismo rural; (iii) ampliación de los PMUS para incorporar aspectos de la movilidad rural; y (iv) estructuras de financiación para la movilidad rural.
- Implementar capacitación sobre las Directrices en los países miembros objetivo, en su propio idioma, para los miembros de ERMN y otras partes interesadas.

SMARTA-NET está liderado por MemEx de Italia, en colaboración con TIS (Portugal), E40 (Hungría), NIT (Alemania) y Panteia (Países Bajos). Esto aúna excelentes conocimientos en movilidad, desarrollo local, turismo, PMUS y evaluación, con una amplia experiencia en zonas rurales y sus necesidades.

## 1. OBJETIVO Y ANTECEDENTES DE ESTA GUÍA

En toda Europa, las zonas rurales son inaccesibles en tren o autobús, y a veces existen opciones sostenibles, pero son difíciles de encontrar. La escasez de opciones alternativas al coche tiene una fuerte influencia en la movilidad de los habitantes, pero también en los desplazamientos de los huéspedes y los turistas.

Hacia un desarrollo sostenible y resiliente de las regiones rurales<sup>1</sup>

<sup>1</sup>, allá

Hay cuatro aspectos distintos relacionados con el turismo:

1) Perspectiva del usuario: ¿Cómo pueden los visitantes que no tienen coche, o que prefieren no utilizarlo, acceder a diversos servicios turísticos y a los servicios ordinarios o esenciales cuando están en la zona que visitan?

2) Perspectiva de los servicios turísticos: ¿Cómo los servicios e instalaciones turísticos en las zonas turísticas permiten el acceso a sus servicios, ya sea para hacer crecer o conservar su negocio o para servir a su propósito social?

3) Perspectiva del área/producto turístico: ¿Cómo minimizar el impacto de la movilidad, especialmente de los vehículos particulares, en la propia zona turística y evitar degradar el producto que busca el visitante? En particular, esto se refiere a la intrusión del aparcamiento, el tráfico, el ruido y las emisiones nocivas en zonas sensibles.

4) Perspectiva global: Cómo minimizar las emisiones de GEI asociadas a la movilidad.

Esta guía se centra en la movilidad turística, pero también tiene en cuenta las necesidades de la población local. Está dirigida a organizaciones turísticas, operadores de movilidad y autoridades de gestión de la Europa rural, así como a regiones interesadas en la movilidad sostenible en el turismo (ambiental, pero también sostenible y viable) y que deseen implementar y promover medidas concretas. Su objetivo es ayudar a las regiones a diseñar su propia oferta de forma que facilite y agrade a residentes y visitantes el uso de medios de transporte alternativos, contribuyendo así a que las propias comunidades sean sostenibles y sostenibles.

Para comenzar, esta guía ofrece información general sobre la situación general, los desafíos y los objetivos de la movilidad turística en zonas rurales (capítulo 2). A continuación, se identifican las partes interesadas relevantes y se analiza su cooperación (capítulo 3). En la práctica, se describe qué información deben recibir los huéspedes antes y durante su viaje (capítulo 4) y qué medidas pueden adoptarse para una llegada y salida más sostenibles (capítulo 5), así como para la movilidad in situ de los huéspedes (capítulo 6). Dado que es importante evaluar el progreso y la satisfacción de los usuarios de forma sólida, también se describen las oportunidades de evaluación y recopilación de datos (capítulo 7). En algunos puntos, se han integrado ejemplos concretos de servicios y productos que buscan combinar el turismo y la movilidad rural sostenible.

El siguiente gráfico ofrece una visión general de los múltiples pasos necesarios para lograr una movilidad más sostenible en las regiones turísticas rurales. Dependiendo de la

<sup>1</sup>Poltimäe, H., Rehema, M., Raun, J. et al. En busca de soluciones de movilidad sostenibles e inclusivas para las zonas rurales. Eur. Transp. Res. Rev. 14, 13 (2022). <https://doi.org/10.1186/s12544-022-00536-3>; Comisión Europea, Dirección General de Política Regional y Urbana, Brons, M., Poelman, H., Ackermans, L. et al., Rendimiento del ferrocarril de pasajeros en Europa: Indicadores de accesibilidad regional y territorial para el ferrocarril de pasajeros, Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2021, <https://data.europa.eu/doi/10.2776/576280>; Dirección General de Política Regional y Urbana, Dijkstra, L., Poelman, H., Ackermans, L., Rendimiento del transporte por carretera en Europa: introducción de un nuevo marco de accesibilidad, Publicaciones de la Unión Europea, 2018,

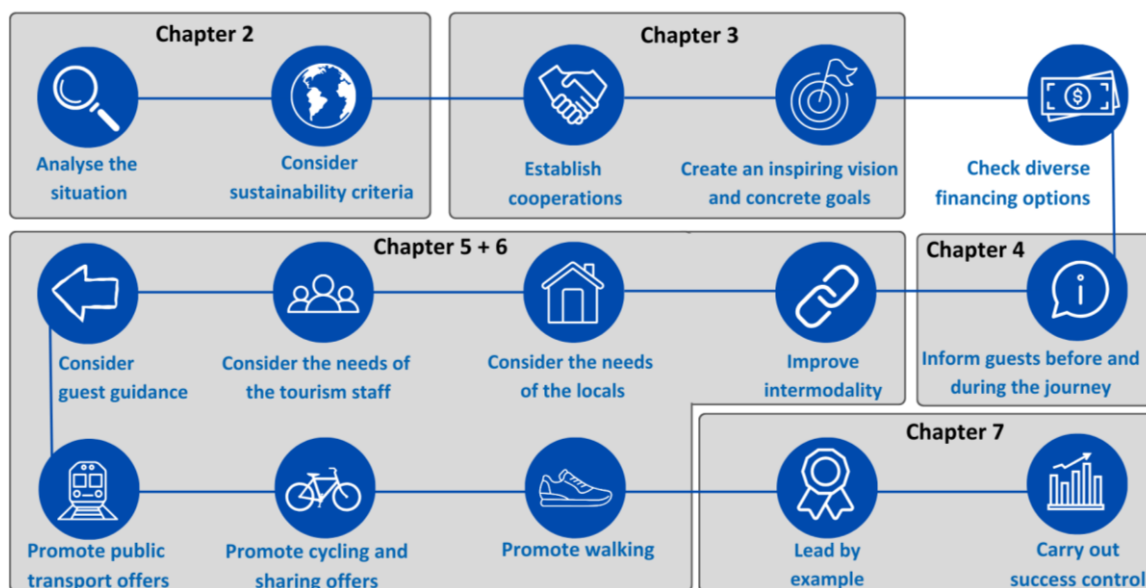
[https://ec.europa.eu/regional\\_policy/en/information/publications/](https://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/publications/)

documentos de trabajo/2019/carretera-

Rendimiento del transporte en Europa.

En cada situación específica, cada comunidad tendrá diferentes áreas de enfoque, pero conviene tenerlas todas en cuenta. Las opciones de financiamiento no se abordarán en esta guía, pero sí habrá una guía específica de SMARTA-NET sobre este tema.

**Figura 1: Cómo hacer más sostenible la movilidad turística en las regiones rurales**



Fuente: Ilustración propia

### Comencemos con algunas definiciones.

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Áreas rurales</b> | <p>Según la definición oficial de Eurostat, las zonas rurales son todas las áreas fuera de los conglomerados urbanos. Los conglomerados urbanos son conglomerados de celdas de cuadrícula contiguas de 1 km<sup>2</sup> con una densidad de al menos 300 habitantes por km<sup>2</sup> y una población mínima de 5000 habitantes.</p> <p>Esto significa que la ruralidad sólo se define por la densidad de población y la periferia de una región y no por otros factores.</p>                                                                                      |
| <b>Turismo</b>       | <p>El turismo se define como el movimiento de personas a lugares fuera de su entorno habitual de trabajo y de vida.</p> <p>El propósito puede ser personal o comercial, por lo que tanto los viajes de ocio como los de negocios cuentan como turismo, a excepción del desplazamiento diario hacia y desde el trabajo.</p> <p>Un turista es una persona que permanece en el destino por un período no superior a un año. Puede tratarse de huéspedes que pernoctan (escapadas cortas de 2 a 4 días o viajes vacacionales de 5 días o más) o turistas de un día.</p> |
| <b>Movilidad</b>     | <p>El término movilidad abarca la movilidad de personas y objetos en un espacio físico, así como la accesibilidad a ofertas y oportunidades para satisfacer necesidades. Existe una estrecha interrelación entre movilidad y turismo, ya que se pueden utilizar diversos modos de transporte para desplazar a los turistas entre su lugar de origen y su destino, o entre diferentes destinos durante un viaje, así como a nivel local para llegar a las instalaciones turísticas. También garantiza la accesibilidad a ciertos destinos.</p>                       |

## 2. OBJETIVOS Y RETOS

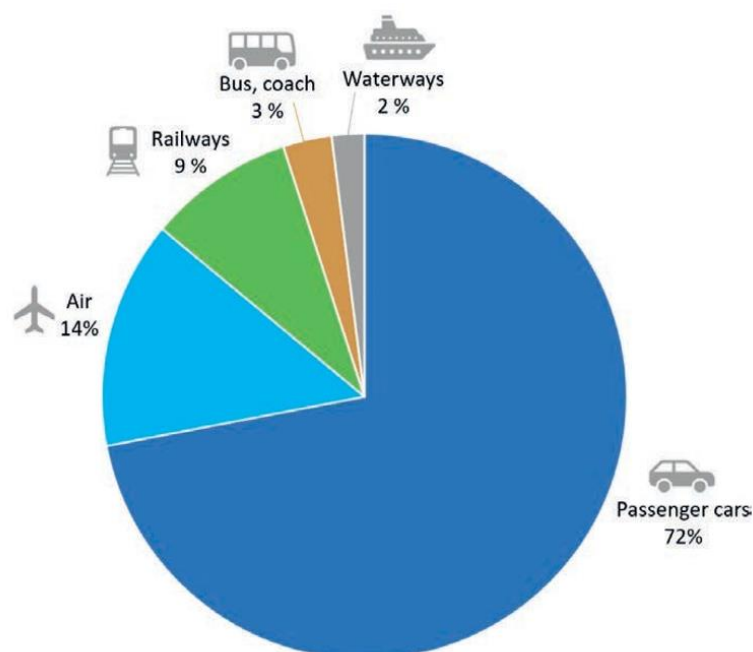
### Mensajes clave para las partes interesadas en las regiones rurales

- Una gran proporción de turistas en las regiones rurales llegan en coche
- En términos de sostenibilidad, el objetivo es aumentar la proporción de turistas en las zonas rurales que caminan, usan la bicicleta, el tren y el autobús.
- Las regiones rurales son bastante heterogéneas y las soluciones de movilidad urbana a menudo no encajan

### Uso del transporte en el turismo

Según las cifras de Eurostat, para viajes privados dentro de la UE de cuatro noches o más (incluidos los viajes dentro del propio país), el coche se elige como el principal medio de transporte - por lo general, esto se refiere al vehículo que se utiliza para el viaje al destino - en el 72% de los casos, y el avión en el 14%. Solo el 12% de los viajeros utiliza el tren o el autobús como su principal medio de transporte. Hay grandes diferencias entre los distintos Estados miembros de la Unión Europea. Los porcentajes más altos de viajes en coche fueron realizados por turistas de Eslovenia (85%), Croacia (82%) y Portugal (82%). Alrededor del 14% de los viajes privados de residentes de Alemania y Francia se realizaron en tren, mientras que los viajes en avión son utilizados con mayor frecuencia por turistas de Malta (60%), Chipre (57%) e Irlanda (46%). En cuanto al barco, los porcentajes más altos se observaron en Malta (40%) y Grecia (20%).

**Figura 2: Viajes por modo de transporte principal (UE 27) de cuatro noches o más**



Fuente: Ilustración propia, datos de Eurostat, 2023

La movilidad en el lugar depende en gran medida del destino y del modo de transporte utilizado para la llegada, pero también de las actitudes del viajero.<sup>2</sup>

<sup>2</sup>Groß, Sven & Grimm, Bente (2018): Opciones de modos de transporte sostenibles en el destino: transporte público en destinos alemanes, TourismReview

Los destinos rurales son generalmente menos transitados en autobús y tren que los destinos urbanos o suburbanos.<sup>3</sup> Esto conduce al CO<sub>2</sub> emisiones y otros contaminantes, ruido y congestión del tráfico en muchos lugares, lo que tiene un impacto negativo en el medio ambiente, en la calidad de la estancia de los huéspedes y en la calidad de vida de los locales.<sup>4</sup> Para reducir los impactos, es fundamental analizar la oferta de movilidad en las regiones rurales europeas y hacerla más sostenible. Unos servicios de movilidad innovadores, asequibles, accesibles y respetuosos con el medio ambiente que satisfagan las necesidades de los huéspedes y residentes contribuyen al turismo sostenible y pueden representar una importante ventaja competitiva para una región, ya que son más accesibles para los visitantes potenciales interesados en unas vacaciones sin coche y también más atractivos para los profesionales del sector turístico.

Las regiones rurales difieren en su ubicación topográfica y geográfica. El paisaje puede variar según si el destino es una isla, la costa o el interior. Los tipos de paisaje difieren en cuanto a la movilidad de acceso; por ejemplo, a una isla solo se puede llegar en avión o ferry, y el huésped no tiene opción de llegar en autobús o tren. Las regiones también difieren en su topografía. Mientras que algunas se ubican en tierras bajas, otras se encuentran en cordilleras bajas o en regiones alpinas. En este caso, por ejemplo, hay que tener en cuenta que el ciclismo es más difícil en las regiones montañosas, por lo que las ofertas deben adaptarse en consecuencia.

Las zonas periféricas, a menudo con baja densidad de población y asentamientos, suelen contar con un servicio de transporte público deficiente y ofrecen un gran potencial para el establecimiento de servicios de movilidad sostenible. Las regiones rurales son heterogéneas, pero se enfrentan a problemas comunes (como largas distancias y malas conexiones por la noche y los fines de semana), por lo que los conceptos de movilidad urbana a menudo no encajan.

### ***Objetivos y criterios de movilidad sostenible y suficiente en las regiones rurales***

En cuanto a la sostenibilidad, el objetivo debe ser reducir los vuelos y los viajes en coche, y aumentar la proporción de huéspedes que caminan, andan en bicicleta o utilizan el transporte público. Otros objetivos importantes son aumentar la tasa de utilización de vehículos, el uso de energías renovables y mejorar la movilidad laboral.

Según la Estrategia de Movilidad Sostenible e Inteligente de la Unión Europea, la movilidad no solo debe ser sostenible, sino también inteligente y resiliente. Esto significa: conectada y multimodal, innovadora, moderna, justa y equitativa para todos, segura y protegida.<sup>5</sup> Teniendo en cuenta la situación específica de las regiones rurales, debe haber suficiente cobertura, disponibilidad y cantidad de servicios para lograr una movilidad adecuada. De lo contrario, habrá algunos escaparates "sostenibles" que transporten a unas pocas personas a unos pocos lugares, mientras que el resto seguirá viajando en coche (o no llegará).

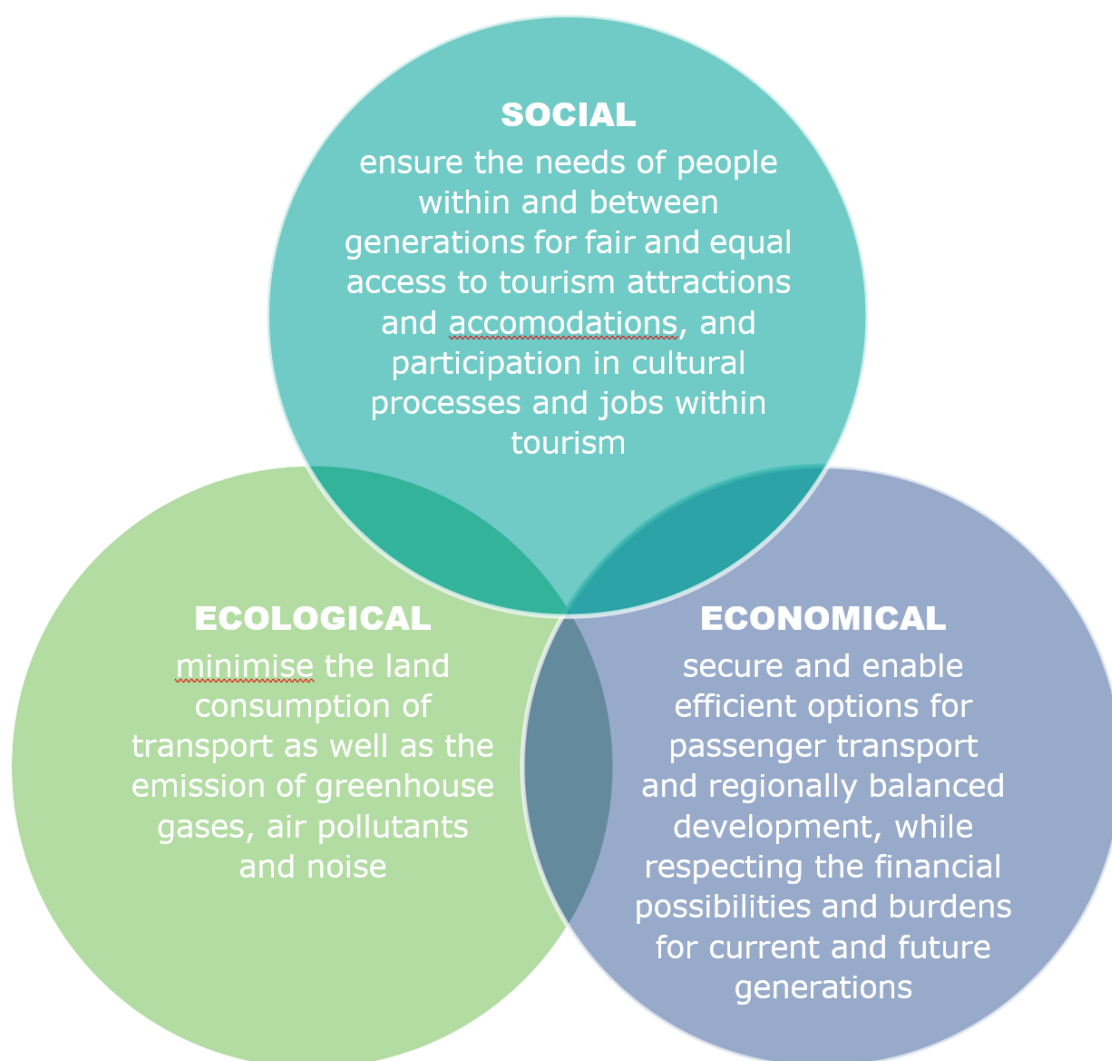
### **Figura 3: Criterios de movilidad turística sostenible**

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-11-2017-0177/full/html>; PELO (Escritor): Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren. Monitoringbericht auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2023, <https://reiseanalyse.de/en/ra-satellites/rasustainability/>

<sup>3</sup>Umweltbundesamt (Ed.) (2020): Touristische Mobilität im ländlichen Raum. Themenpapier, TEXTO 78/2020, <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/touristische-mobilitaet-im-laendlichen-raum>; Ágora Verkehrswende (2020): Baustellen der Verkehrswende

<sup>4</sup>Fundación Heinrich Böll (2021): Atlas Europeo de la Movilidad. Datos y cifras sobre el transporte y la movilidad en Europa.

<sup>5</sup>[https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/mobility-strategy\\_es](https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/mobility-strategy_es)



Fuente: Ilustración propia según Perschon, J. (2012). Nachhaltige Mobilität. Handlungsempfehlungen für eine zukunftsfähige Verkehrsgestaltung

Existe una estrecha relación entre el turismo y la movilidad, y el turismo sostenible no se apoya plenamente si no se aborda también la movilidad sostenible, y viceversa. La revisión de los indicadores clave de desempeño muestra que ambos sectores se apoyan mutuamente en diferentes dimensiones de sostenibilidad y que las mejoras impulsarán el desarrollo económico, mejorarán la calidad de vida de residentes y visitantes, y crearán comunidades más sostenibles y habitables.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Hussain, S., Ahonen, V., Karasu, T., Leviäkangas, P., Sostenibilidad de la movilidad rural inteligente y el turismo: un enfoque basado en indicadores clave de rendimiento, *Technology in Society*, 2023, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X23000921>

### 3. JUNTOS Y COMENZAR

#### Mensajes clave para las partes interesadas en las regiones rurales

- Reunir a todos los actores relevantes del turismo, la movilidad y la política.
- Aclarar las ventajas que trae consigo la cooperación
- Definir objetivos concretos y una visión y continuar el proceso.

La cooperación de todos los actores es fundamental para la implementación exitosa de conceptos de movilidad sostenible en las regiones rurales, ya que permite la implementación de ofertas que responden con precisión a la demanda turística. La comunicación temprana y la participación de todos los actores contribuyen a evitar conflictos y facilitan soluciones integrales. Mediante la cooperación entre todos los actores, se puede lograr una orientación integral hacia la sostenibilidad y superar los desafíos en materia de turismo, medio ambiente y transporte.

En primer lugar, conviene crear una lista con los posibles miembros de su Red Regional de Movilidad Rural. El segundo paso sería invitarlos a un taller colaborativo donde se conozcan y puedan debatir temas relevantes. Todas las partes interesadas deben participar en el proceso de programación, ya que cada grupo está al tanto de otros eventos o periodos en los que resulta difícil reunirse, por ejemplo, la temporada de verano para los interesados en turismo. Es importante y motivador comunicar el valor añadido desde el principio, lo cual también puede hacerse mediante un enfoque personalizado. Se puede comunicar que todas las partes interesadas pueden aprender unas de otras y establecer objetivos comunes.

#### Partes interesadas relevantes

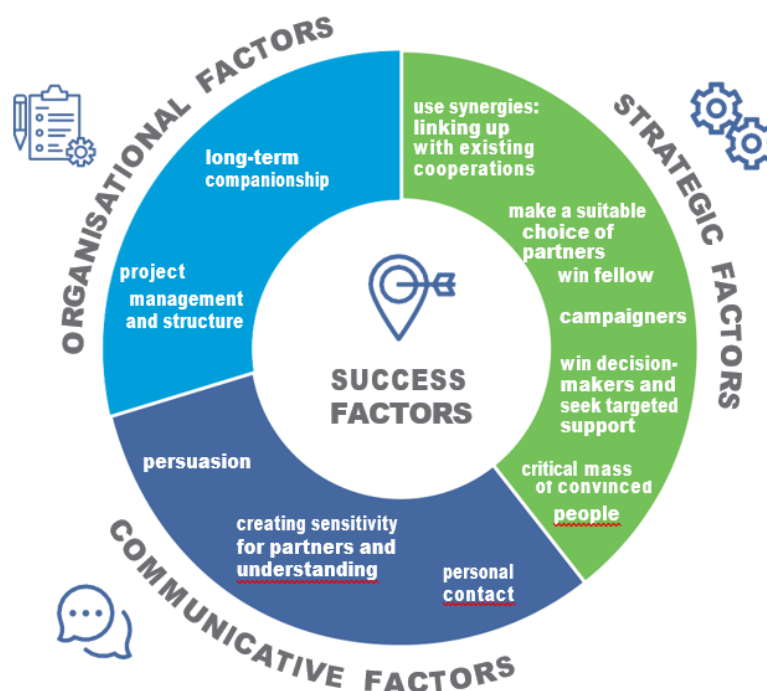
|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Turismo</b>           | Organizaciones turísticas y de marketing locales, regionales y nacionales, asociaciones turísticas, oficinas de turismo, empresas turísticas (alojamientos, parques de ocio, restaurantes, ...), agencias de turismo                                                                                     |
| <b>Transporte</b>        | Empresas de movilidad y transporte, asociaciones de transporte, tiendas de bicicletas, alquiler/compartir bicicletas, organizaciones de coches compartidos, clubes de movilidad, empresas de scooters, empresas de ferry, proveedores de barcos de excursiones, empresas de taxis, empresas de autobuses |
| <b>Política/economía</b> | Municipios, autoridades regionales, gestores de protección del clima, agencias de desarrollo empresarial, asociaciones comerciales                                                                                                                                                                       |
| <b>Otros</b>             | Administraciones de áreas protegidas, organizaciones medioambientales, asociaciones de ocio y cultura, Grupos de Acción Local (GAL), clubes de senderismo, iniciativas de sostenibilidad, asociaciones de personas con discapacidad                                                                      |

#### *Reunir a las partes interesadas y crear conciencia*

Es importante que las partes interesadas de diferentes sectores colaboren estrechamente, especialmente en turismo y movilidad. Colaborar implica un intercambio constante, por ejemplo, mediante talleres o plataformas digitales, sobre temas relacionados con el turismo y la movilidad, intercambiar ideas y planes, e invitarnos mutuamente a reuniones relevantes. Al principio...

A simple vista, reunir a un grupo tan heterogéneo de actores puede no ser fácil. Sin embargo, esto ayuda a demostrar que ambos sectores se benefician de la cooperación, ya que los planes y sistemas de movilidad contribuyen al desarrollo del sector turístico, mejoran la experiencia de los visitantes y permiten una movilidad más limpia. Crear conciencia y comprensión sobre la movilidad sostenible entre los actores puede ayudarles a ver los beneficios y a identificarse mejor con el tema.

**Figura 4: Factores de éxito para la cooperación**



Fuente: Ilustración propia según Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, (2023). Móvil en ländlichen Räumen - Erfolgsfaktor Kooperative

#### Ventajas de las cooperaciones para los destinos rurales

- Aumento de la calidad de vida y de la estancia en el destino mediante la reducción de emisiones, ruido y consumo de suelo y la mejora de la seguridad.
- Mejora de la accesibilidad al destino mediante alternativas de movilidad sostenible
- El posicionamiento como región turística sostenible atrae a nuevos grupos objetivo
- Nueva ventaja competitiva para un sitio o región
- Beneficios económicos y valor añadido local de un entorno intacto

#### *Definir una visión común y objetivos concretos*

Garantizar la colaboración entre los diferentes actores para desarrollar una visión estratégica del destino. La presencia conjunta de los sectores turístico y de la movilidad contribuye a impulsar la consolidación estratégica a nivel local y regional como marco para el desarrollo coordinado de la oferta turística y de movilidad. La planificación estratégica debe incluir la modernización de los modos e infraestructuras de movilidad sostenible.

Es importante tener en cuenta a la población local, ya que ciertas ofertas de movilidad también pueden contribuir significativamente a la movilidad básica de los residentes. Por lo tanto, es fundamental coordinar con antelación a todas las partes interesadas.

***Buen ejemplo: Red sobre movilidad sostenible en las regiones vacacionales de Schleswig-Holstein (Alemania)***

Tipo de región: Costa/interior, tierras bajas

En el marco del proyecto "Movilidad sostenible en las regiones vacacionales de Schleswig-Holstein", iniciado por la Asociación de Turismo de Schleswig-Holstein (TVSH) y financiado significativamente por la Gesellschaft für Energie und Klimaschutz Schleswig-Holstein GmbH (EKSH), entre octubre de 2019 y septiembre de 2021 se apoyó a diez regiones piloto del norte de Alemania (la mayoría de ellas costeras) para que la movilidad turística fuera más sostenible, respetuosa con el clima y atractiva.

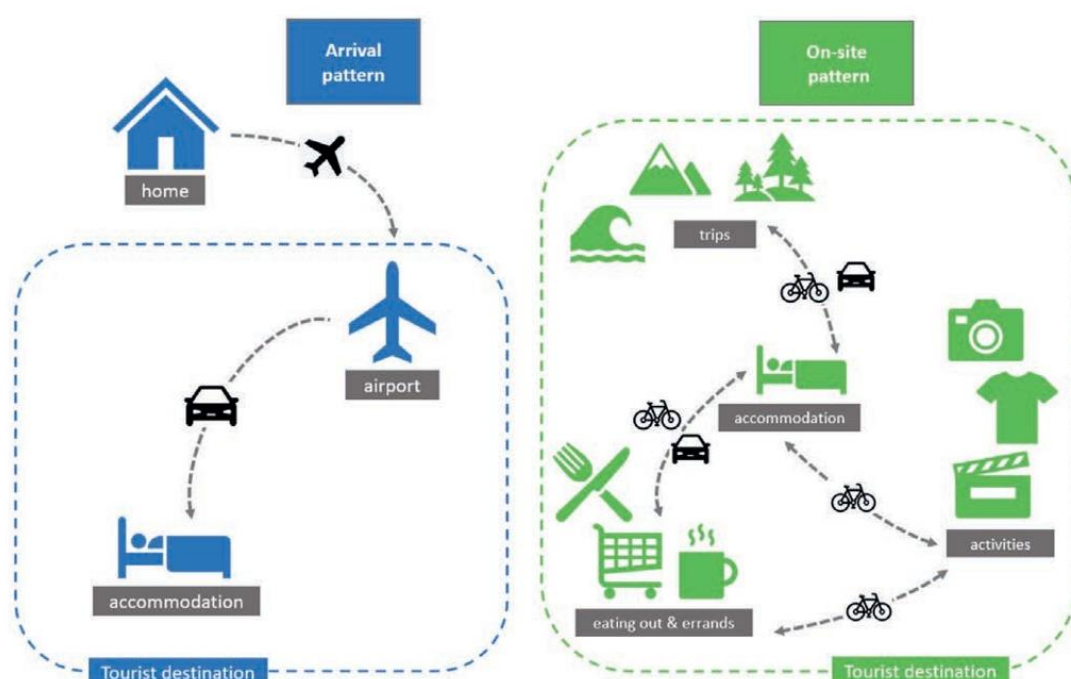
Uno de los primeros pasos fue definir una visión común para la región. Además, se creó una guía en formato híbrido. Consiste en un documento con información básica, que se profundiza y actualiza periódicamente mediante una caja de herramientas digital. Esta caja de herramientas contiene información sobre ideas y proyectos seleccionados desarrollados en el marco del proyecto, ejemplos prácticos y empresas modelo, listas de verificación e información sobre estructuras organizativas, así como bibliografía y enlaces adicionales.

***Definir grupos objetivo y comprobar sus patrones de movilidad***

Las ofertas de movilidad sostenible en las regiones rurales se dirigen a diferentes grupos objetivo. En cuanto a los turistas, se puede distinguir entre huéspedes que pernoctan y visitantes de un día, cuya proporción puede variar según la región. Ambos grupos tienen diferentes necesidades de movilidad, ya que la duración de sus viajes varía. Si bien algunos huéspedes conocen bien la región, otros podrían desconocer el idioma o la zona.

Algunos huéspedes solo vienen por un día, otros se quedan en el destino por más tiempo (con más equipaje). Tenga en cuenta que también hay huéspedes habituales, turistas de larga duración o personas con segundas residencias. Algunos conocen muy bien la región y la oferta de movilidad, pero no todos. Otras características distintivas importantes son la etapa de la vida, el número de acompañantes que viajan juntos y su constitución física. Además, están las actividades de ocio de los lugareños y las necesidades específicas de movilidad de quienes trabajan en el sector turístico, que suelen trabajar fines de semana, festivos o en temporada alta.

En general, los turistas presentan diferentes patrones de movilidad al viajar hacia y desde el destino, así como al desplazarse localmente. Estos varían en función del grado de movilidad y del número de lugares visitados dentro del destino. No todos los patrones de movilidad se dan en todas las regiones, pero cada una presenta más de uno, ya que los turistas llegan y se desplazan de diferentes maneras. Por lo tanto, conviene que cada región identifique los patrones de movilidad más comunes para poder derivar medidas específicas que permitan un diseño más sostenible de la oferta de movilidad. Las siguientes imágenes ilustran dos ejemplos de patrones de llegada y de estancia en el lugar.

**Figura 5: Ejemplos de patrones de movilidad turística en regiones rurales**

Fuente: Ilustración propia

**Clasifica tu región y analiza la situación**

En el marco del proyecto SMARTA-NET, se desarrolló una clasificación de entornos turísticos rurales según la topografía, el paisaje, la intensidad turística, la accesibilidad y la oferta de movilidad de un municipio o región. Esta tipología permite a los municipios rurales clasificar su región. Resulta útil para quienes desean comparar la situación de diferentes regiones o comprobar si las medidas podrían ser aplicables en su región.

**Figura 6: Regiones de turismo rural y sus ofertas de movilidad**

*Manual: Find the right field in the table and colour the star, circle and square green, yellow or orange.*

|            |                    | Landscape |           |        |
|------------|--------------------|-----------|-----------|--------|
|            |                    | Island    | Coastline | Inland |
| Topography | Lowland or hilly   | ☆ ○ □     | ☆ ○ □     | ☆ ○ □  |
|            | Low mountain range | ☆ ○ □     | ☆ ○ □     | ☆ ○ □  |
|            | Alpine             | ☆ ○ □     | ☆ ○ □     | ☆ ○ □  |

Tourism intensity:

- ★ High (overnights/inhabitants = 8 and more)
- ★ Medium (overnights/inhabitants = 2 to 8)
- ★ Low (overnights/inhabitants = Lower than 2)

Car-free accessibility

of tourism accommodations:

- (Very) Good
- Medium
- (Very) Poor

Car-free accessibility

of tourism places:

- (Very) Good
- Medium
- (Very) Poor

Fuente: Ilustración propia

Para dar un ejemplo de cómo se puede utilizar la tabla anterior para describir regiones rurales:

- Madeira es una isla montañosa con una alta intensidad turística y una accesibilidad media sin coches a las ofertas turísticas y a los alojamientos turísticos.
- Mientras que el Tirol Oriental es una zona alpina en el interior de Austria, tiene una alta intensidad turística y una accesibilidad media sin coches a los lugares turísticos y alojamientos.

La tipología ofrece una primera impresión, pero no una visión completa de la situación. Por lo tanto, desarrollamos una autoevaluación para ayudar a las zonas rurales a adquirir conocimientos y una visión realista de las características y la movilidad turística en su propia región.

Analizar la situación en su zona les permitirá avanzar hacia una movilidad turística más sostenible, ya que es más fácil avanzar en la dirección correcta si se conoce el contexto. Tras completar la autoevaluación, los actores también verán sus áreas de acción para definir medidas que conduzcan a una movilidad turística más sostenible.<sup>7</sup>

Para los ejemplos de esta guía, la topografía y el paisaje se extraen de la tipología para facilitar la comprensión y clasificación de la región. Sin embargo, los ejemplos también pueden implementarse en otras regiones.

#### **Buen ejemplo: Mapa que muestra la accesibilidad de los destinos turísticos (Austria)**

Tipo de región: Interior, alpina

El VCÖ (Verkehrsclub Österreich / Club de Tráfico de Austria) ha utilizado un método similar para describir la accesibilidad de los destinos austriacos, incluyendo información sobre el número de visitantes al año. El mapa forma parte de una ficha informativa sobre movilidad turística sostenible y existe otra que aborda la accesibilidad de los lugares de interés turístico austriacos.

#### **Implementar medidas y mantener el proceso**

También es importante colaborar con todos los actores relevantes en el diseño de las ofertas de movilidad, así como en la estrategia de marketing. La implementación de las ofertas debe iniciarse a nivel local y, idealmente, coordinarse con los municipios. El siguiente resumen ofrece una visión general de las diferentes medidas para los actores rurales.

|                                                                  |                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Recopilar datos de transporte y turismo                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Combínalo y analízalo</li> <li>• Ponerlo a disposición en una ventanilla única o herramienta de comunicación</li> </ul>                                    |
| Mejorar los servicios de transporte público en las zonas rurales | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar a los operadores de transporte público a mejorar sus servicios</li> <li>• Promover las necesidades específicas del mercado turístico</li> </ul> |

<sup>7</sup>Enlace a la autoevaluación: <https://www.smarita-net.eu/tools/>

|                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Involucrar a los actores del turismo para ofrecer soluciones de movilidad sostenible | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar la formación del personal turístico</li> <li>• Ofrecer soluciones sostenibles ante todo y responder a preguntas y necesidades.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Combinar modos de transporte                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concientizar a las partes interesadas de que los modos de movilidad se pueden combinar sin competir entre sí (por ejemplo, descuentos para otros modos de transporte en las respectivas tarjetas)</li> <li>• Promocionar las opciones combinadas para crear un incentivo entre los clientes potenciales</li> <li>• Facilitar el cambio de un modo a otro (coincidencia de horarios, zona de aparcamiento para coches y bicis, ...)</li> </ul> |
| Compartir datos entre empresas de turismo y movilidad                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se podría recopilar información que sea relevante para conocer el comportamiento de los turistas y poder ofrecer soluciones y servicios personalizados.</li> <li>• A partir de los datos recopilados, se pueden monitorear los cambios de comportamiento.</li> </ul>                                                                                                                                                                          |
| Recompensar a las empresas que promueven soluciones de movilidad sostenible          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar y utilizar sistemas de recompensas que puedan utilizarse como herramienta de promoción y ventas para las empresas turísticas.</li> <li>• Ayudar a los actores de la movilidad a promover ofertas de turismo sostenible</li> </ul>                                                                                                                                                                                                     |
| Comunica tus objetivos y progreso                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Involucre activamente a sus empleados en el proceso de sostenibilidad desde el principio</li> <li>• Comunicarse abierta y transparentemente sobre el progreso, los fracasos y cómo abordar objetivos conflictivos.</li> <li>• Ofrecer a los invitados la oportunidad de compartir su opinión sobre su proceso de movilidad sostenible (por ejemplo, redes sociales, encuesta, contacto directo)</li> </ul>                                    |

### **Buen ejemplo: Curso online masivo y abierto**

Tipo de región: Interior, alpina

En Francia, Atout France ha creado un curso online masivo y abierto (MOOC) sobre movilidad para el turismo en el campo: este MOOC tiene como objetivo concienciar a los profesionales del turismo sobre el transporte de sus visitantes y cómo pueden animarles a elegir formas de transporte más sostenibles.

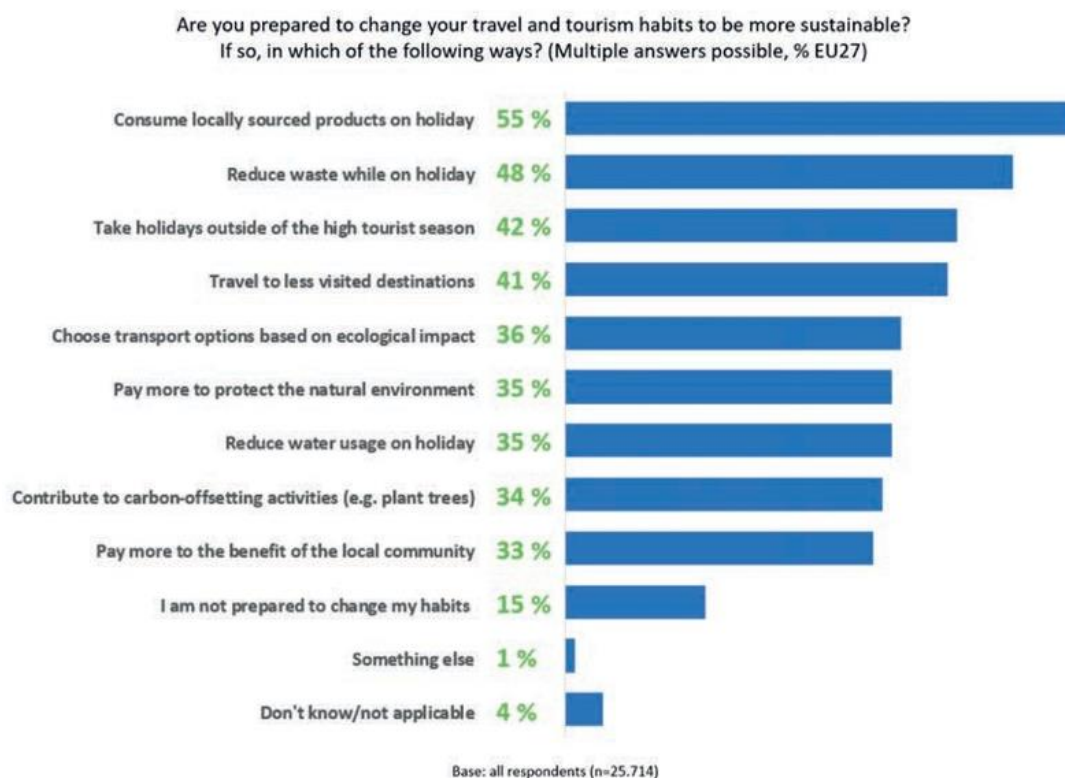
#### 4. INSPIRAR E INFORMAR SOBRE LAS OPCIONES DE MOVILIDAD

##### Mensajes clave para las partes interesadas en las regiones rurales

|                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ...con abierto comunicación canales dirigidos hacia los turistas | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar a los visitantes de forma activa y completa sobre las ofertas de movilidad hacia y dentro del destino.</li> <li>• Proporcionar información antes del viaje para animar a los visitantes a llegar en tren o autobús (o incluso en bicicleta)</li> <li>• Brindar información durante el viaje para que el huésped se sienta bien informado y pueda moverse por el destino sin ninguna dificultad.</li> </ul> |
| ...sin abrir comunicación canales dirigidos hacia los turistas   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar asistencia y entregar toda la información necesaria a las agencias de información turística, atracciones turísticas y alojamientos turísticos (proactivo)</li> <li>• Identificar a una persona responsable de atender las solicitudes de los actores turísticos y comunicar el nombre y los datos de contacto de esta persona</li> </ul>                                                                    |

El Eurobarómetro Flash 2021 afirma que el 36 % de los encuestados de la UE-27 están dispuestos a cambiar su elección de transporte debido a su impacto ecológico, pero casi todos los demás afirman que es bastante difícil encontrar información sobre la huella de carbono de las opciones de transporte a la hora de organizar un viaje.

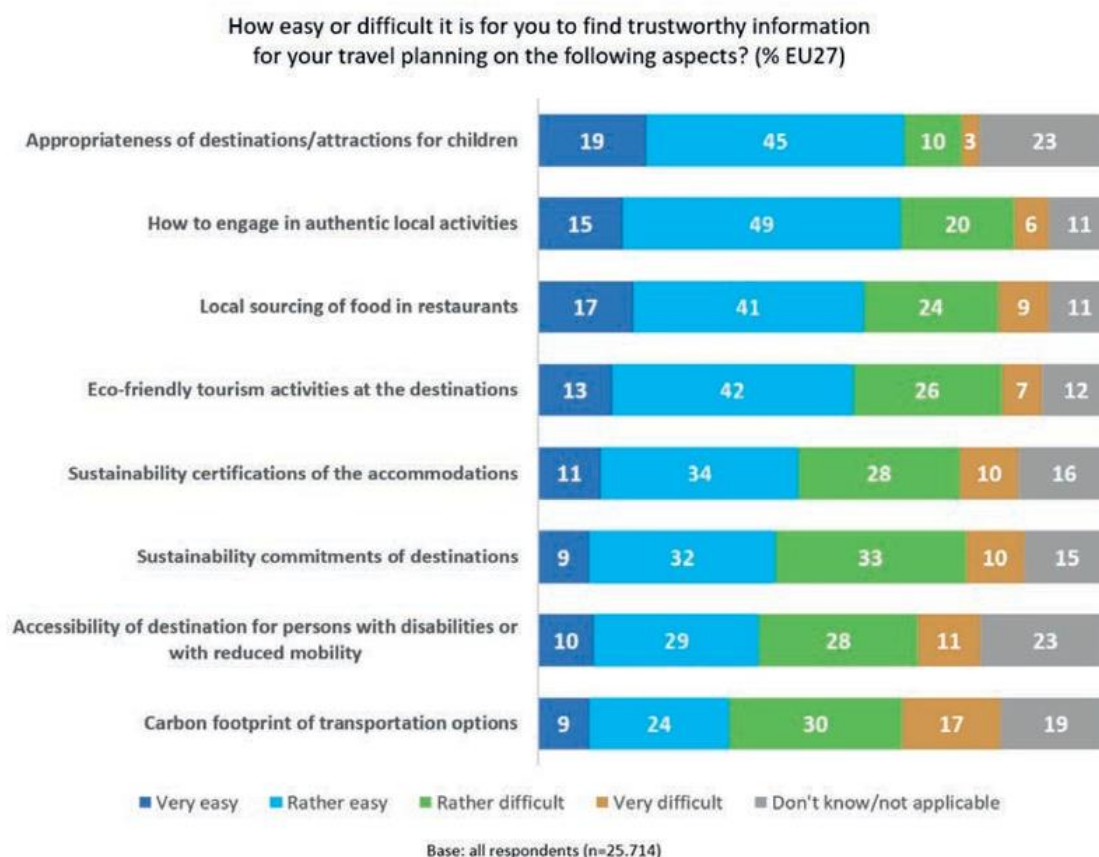
**Figura 7: Cambios en los hábitos de viajes y turismo**



Fuente: Ilustración propia según Comisión Europea (2021), Flash Eurobarómetro 499 – Actitudes de los europeos hacia el turismo

En este punto, conviene mencionar que los Servicios de Información de Viajes Multimodales (MMTIS)<sup>8</sup> y el CountEmissions de la UE<sup>9</sup>La Comisión está adoptando varias medidas que, en conjunto, buscan abordar esta cuestión.

**Figura 8: Información confiable para la planificación de viajes**



Fuente: Ilustración propia según Comisión Europea (2021), Flash Eurobarómetro 499 – Actitudes de los europeos hacia el turismo

En el mejor de los casos, los visitantes de una región rural reciben información activa y completa sobre las opciones de movilidad disponibles, ya que una información sencilla y de fácil acceso puede influir en la decisión de los turistas de elegir un destino con una red de movilidad sostenible bien desarrollada. Para garantizar un acceso a la información lo más accesible posible, idealmente debería estar disponible en varios idiomas, tanto en formato electrónico como impreso, tanto antes como durante el viaje. Es importante que los huéspedes se informen antes de reservar, y también durante el viaje, sobre la posibilidad de desplazarse sin coche. La mejor manera de hacerlo es agrupar toda la información relevante sobre la oferta de movilidad y colocarla donde el huésped la busque.

<sup>8</sup> [https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/intelligent-transport-systems/road/action-plan-anddirective/multimodal-travel-information\\_es](https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/intelligent-transport-systems/road/action-plan-anddirective/multimodal-travel-information_es)

<sup>9</sup> [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13217-Count-your-transportemissions-CountEmissions-EU\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13217-Count-your-transportemissions-CountEmissions-EU_en)

**Buen ejemplo: Recomendación de viajes sin coche utilizando el ejemplo del Tirol Oriental**

Tipo de región: Interior, alpina

Destino Tirol Oriental muestra cómo se hace: su propio sitio web recomienda viajar sin coche y una CO<sub>2</sub>. También hay disponible una calculadora para que los huéspedes puedan comparar las diferentes opciones de viaje en términos de emisiones. Además, se ofrece más información sobre los diferentes medios de transporte, especialmente el autobús o el tren. La página adicional sobre viajes en tren ofrece información sobre conexiones, billetes, compañías de transporte, servicio de equipaje, tiempos de viaje y reserva de asientos. También hay enlaces útiles e información adicional sobre cómo llegar desde la estación a su alojamiento. De esta manera, el huésped está bien informado y es más probable que elija un medio de transporte ecológico.

Como muestran los datos de un estudio de mercado del Reiseanalyse alemán, los turistas prefieren obtener información sobre movilidad a través de su alojamiento o de una organización turística local o regional. Además, la información sobre la oferta de movilidad sostenible siempre debe figurar en la parte superior. Resulta útil disponer de información sobre ofertas alternativas para todos los grupos objetivo y edades de forma legible, motivadora y fácilmente accesible.

**Buen ejemplo: Normandie sans ma voiture (Normandía, Francia)**

Tipo de región: Interior/costa, tierras bajas

Turismo de Normandía ha elaborado sugerencias para

a) viajes de fin de semana sin coche y

b) Excursiones en bicicleta o senderismo de estación de tren a estación de tren.

Se recomiendan alojamientos cercanos a la estación de tren, restaurantes y visitas/actividades fácilmente accesibles a pie o en bicicleta. La oferta también incluye un mapa e información sobre movilidad, así como información sobre la duración, las distancias y el nivel de dificultad. Las excursiones son promocionadas por empresas turísticas comprometidas con un turismo más sostenible.

**Buen ejemplo: Biosphere Safari, un producto de marketing de movilidad (Bliesgau, Alemania)**

Tipo de región: Interior, tierras bajas

En colaboración con Saarpfalz-Touristik, se diseñaron rutas de safari que conectan de forma óptima los atractivos turísticos de la biosfera de Bliesgau con las conexiones de transporte público existentes. Saarpfalz-Touristik organizó y diseñó las paradas intermedias, que incluyeron visitas guiadas sobre naturaleza y cultura, así como paradas para refrescarse. Las excursiones se integraron posteriormente en la promoción de la oferta de ocio y turismo de la biosfera de Bliesgau. Además, se desarrollaron otros safaris como excursiones flexibles de un día sin guía de naturaleza y paisajes para que los visitantes y los residentes locales pudieran disfrutar del transporte público y las instalaciones de ocio de forma independiente.

## Antes del viaje

### ¿Qué información?

- Opciones de llegada en transporte público (tren, autobuses de larga distancia, ferrys)
- Información sobre toda la cadena de viajes
- Una visión general de las ofertas de movilidad en el lugar (incluido alquiler de bicicletas, coches compartidos, teleféricos y scooters)
- Ofertas reservables (globales)
- Ventajas para los huéspedes (comodidad, flexibilidad, tiempo, tranquilidad, carácter de experiencia)
- Información sobre ahorros de costes, por ejemplo, para billetes combinados o como bonificación al viajar en transporte público.
- Proporcionar un mapa de la ciudad y sus alrededores que incluya servicios de movilidad.
- Información sobre instalaciones turísticas accesibles sin coche
- Información de horarios incorporada
- Enlaces a puntos de reserva o venta de billetes de las asociaciones de transporte
- Opciones de reserva externa y ventajas, es decir, qué descuentos puede tener en museos y otros puntos de interés que un titular de una tarjeta de transporte público puede tener

### ¿Dónde encontrarlo?

- Sitio web de alojamientos
- Sitio web de información turística y atracciones turísticas
- Sitios web de operadores de transporte (información específica sobre líneas turísticas, billetes, ...)
- Plataformas de reserva, redes sociales (TikTok, Instagram, Facebook), chatbots para complementar las líneas telefónicas de atención
- En catálogos de agencias de viajes y otros materiales impresos
- Personas de contacto personalmente capacitadas en el lugar (por ejemplo, línea telefónica directa para preguntas sobre movilidad)

## Durante el viaje

### ¿Qué información?

- Información completa sobre opciones de viajes multimodales en la localidad (más allá de Google Maps)
  - o estaciones más cercanas, distancias
  - o la llegada/salida de los autobuses/trenes (incluidos los números de línea y el nombre del destino final)
  - o información de horarios
  - o información de servicio
  - o posibilidades de pago
  - o números de teléfono/opciones de pedido
- Información sobre ofertas de excursiones, rutas guiadas en bicicleta o senderismo con transporte público y/o empresas de alquiler de bicicletas en las inmediaciones.
- Información sobre posibles tarjetas de huésped y servicios inclusivos para la movilidad sostenible

## ¿Dónde encontrarlo?

- En alojamientos y atracciones turísticas
- En la estación, aeropuerto, parada de autobús y puerto.
- Presencialmente en la oficina de información turística, en el centro de movilidad.
- A través de la línea telefónica directa
- Avisos y paneles electrónicos en paradas de autobús y estaciones de tren
- Folletos/listas de contactos en formato compacto para insertar, por ejemplo, para llamar a autobuses, taxis, autobuses de senderismo.
- Aplicación multimodal con información de los servicios más importantes, incluyendo mapas turísticos, información en tiempo real o realidad aumentada (información virtual adicional del entorno)
- Aplicaciones móviles y otras herramientas electrónicas para ayudar a los turistas a encontrar información y recorrer estas rutas por su cuenta.
- Códigos QR (por ejemplo, para acceder a información o funciones virtuales)
- Sistema de guía y orientación in situ para caminantes, ciclistas y usuarios del transporte público
- Información en línea disponible fuera del horario de apertura

***Ideas específicas...***

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ...para destinos de vuelo   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contactar a las aerolíneas para publicar algunas noticias sobre las opciones de transporte sustentable que los turistas podrían encontrar al aterrizar.</li> <li>• En el aeropuerto, asegúrese de que la información sobre el transporte público se pueda ver antes de que los viajeros lleguen a las oficinas de alquiler de vehículos.</li> <li>• Publicitar el transporte público en el aeropuerto (por ejemplo, con información en la cinta transportadora de equipaje para que la gente pueda leerla mientras espera su equipaje).</li> </ul>                                                                                                                                          |
| ...para destinos de montaña | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporcionar información sobre autobuses para esquí y senderismo.</li> <li>• Informar sobre la posibilidad de alquilar material de esquí y bastones de senderismo.</li> <li>• Hable sobre las ventajas de los viajes circulares y triangulares con diferentes medios de transporte (no es necesario volver al coche). El teleférico, por ejemplo, se puede combinar con un recorrido a pie y un viaje en autobús o barco.</li> <li>• Proporcionar información de movilidad en plataformas específicas para personas interesadas en la bicicleta, el senderismo y el turismo de montaña.</li> </ul>                                                                                          |
| ...para destinos insulares  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar sobre la posibilidad de llevar bicicletas a bordo y sobre las opciones de alquiler en la isla. Al reservar el ferry, debería haber información directa sobre la movilidad en el lugar. A bordo, los turistas podrían recibir información en línea (pantallas) y fuera de línea (folletos, folletos, horarios).</li> <li>• Las islas también pueden facilitar la movilidad local, ya sea parcial o totalmente, sin coche, como ocurre actualmente en algunas islas del Mar del Norte en Alemania o los Países Bajos, por ejemplo. En este caso, es especialmente importante que los huéspedes reciban toda la información pertinente con antelación y de forma completa.</li> </ul> |

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              | Esto incluye, por ejemplo, información sobre las posibilidades de movilidad en el lugar, conexiones de tren con el ferry (billetes combinados), plazas de aparcamiento y servicio de equipaje.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ...para regiones fronterizas | <ul style="list-style-type: none"> <li>• En las regiones fronterizas, se debe prestar especial atención a las barreras lingüísticas. En estos casos, es recomendable proporcionar información in situ y en internet en ambos idiomas. La información también debe estar disponible en el país de destino.</li> <li>• Proporcionar información sobre vacaciones escolares y festivos nacionales (con diferentes horarios).</li> <li>• Brindar información sobre opciones tarifarias específicas que no sean válidas o no se conozcan al otro lado de la frontera.</li> </ul> |

Pero seamos realistas: al pensar en el próximo viaje de vacaciones a una región rural, la movilidad sostenible no suele ser lo primero que viene a la mente del potencial viajero. En cambio, la relajación y el ocio suelen ser los principales motivos de sus vacaciones. En algunas zonas rurales de Europa, la escasez de opciones alternativas al coche es tal que esto es lo que impulsa las decisiones, no si un medio de transporte es sostenible. Además, hay más que la simple existencia de opciones en el destino rural. Estas deben ser aceptables según los diversos criterios de los potenciales usuarios. El horario, la programación, las rutas, la comodidad, la facilidad para llevar equipaje/niños, etc., pueden ser un problema incluso para quienes usan el transporte público. Incluso las opciones de movilidad en casa pueden influir en la elección. Si la estación de tren más cercana es difícil de alcanzar sin coche, no solo el trayecto hasta la estación, sino todo el trayecto se hará en coche. Por lo tanto, mejorar la inspiración y la información no atraerá a todos los turistas, ni siquiera a la mayoría. También hay que mejorar la oferta de movilidad y en los próximos capítulos se darán diversas ideas sobre cómo hacerlo.

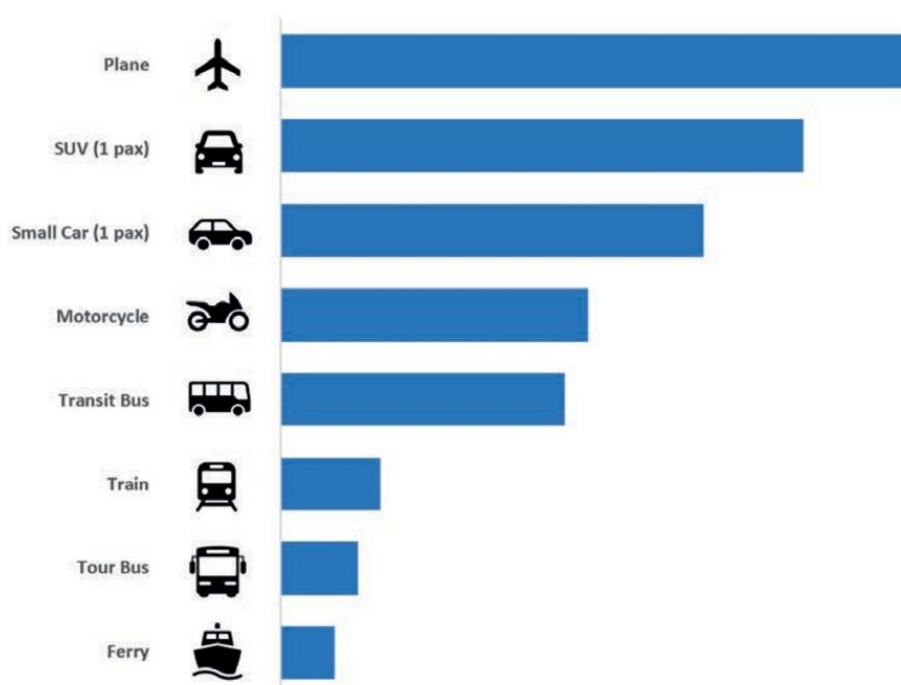
## 5. MEJORAR LA LLEGADA SOSTENIBLE Y LA ÚLTIMA MILLA EN LAS REGIONES RURALES

### Mensajes clave para las partes interesadas en las regiones rurales

- Identificar los mercados emisores de turistas
- Aspirar a un cambio en la elección de medios de transporte hacia medios de transporte respetuosos con el medio ambiente a la hora de viajar al destino.
- Crear ofertas, infraestructura y cooperación adecuadas

Los visitantes de las regiones rurales muestran diferentes patrones de movilidad según el tipo de región. Estos dependen de numerosos factores: el tipo de región, las características sociodemográficas, la actitud personal hacia la sostenibilidad, el lugar de residencia, los compañeros de viaje, la movilidad diaria y el tipo de vacaciones.<sup>10</sup> Los patrones de movilidad consisten en la elección de los medios de transporte para la llegada y la salida, así como para el último tramo, aunque no necesariamente tienen que ser dos modos diferentes. Debido principalmente a las altas emisiones, pero también al ruido y la contaminación, y también a la intrusión y degradación del ambiente, los viajes en avión y coche se consideran los más perjudiciales, mientras que los viajes en autobús, tren o bicicleta tienen un impacto menos perjudicial en la ecología y la sociedad. Si una región se caracteriza por una alta proporción de usuarios de avión y coche, es recomendable modificar los patrones turísticos mediante diversas medidas.

**Figura 9: Emisiones por modo de transporte - Libras de CO<sub>2</sub>e emitidas por pasajero por milla**



<sup>10</sup>Groß, Sven & Grimm, Bente (2018): Opciones de modos de transporte sostenibles en el destino: transporte público en destinos alemanes, TourismReview <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-11-2017-0177/full/html>

Fuente: Ilustración propia según Sustainable Travel International, 2020, ver <https://sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/>

**Marketing: Dirigirse a los mercados de origen cercanos y a los grupos objetivo con alta afinidad hacia la sostenibilidad.**

Se puede llegar a diferentes grupos objetivo mediante marketing dirigido. Es especialmente recomendable dirigirse a huéspedes de mercados emisores cercanos, que tienen menos probabilidades de viajar en avión debido a la menor distancia. Además, se puede llegar a grupos objetivo con enfoque sostenible destacando las opciones de viaje sostenibles y las ofertas de movilidad en la región. También es posible identificar qué mercados emisores cuentan con conexiones ferroviarias atractivas y realizar marketing dirigido a la propia región. Las regiones con una buena oferta de transporte público pueden colaborar con influencers para realizar marketing dirigido. Incentivos específicos, como promocionar las ventajas del transporte público o incentivos, como el préstamo gratuito de una bicicleta, pueden ayudar a que los huéspedes conozcan las ofertas y las hagan atractivas. Un marketing de movilidad integral que conecte a los actores turísticos con los proveedores de servicios de transporte puede generar un posicionamiento claro de un destino.

**Servicio: Ofrecemos traslado y pequeños extras.**

**Asegurar la cadena de movilidad suprarregional desde el punto de partida hasta el destino vacacional**

|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Turismo<br>partes interesadas    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer recorridos con todo incluido (RIT) que incluyan un viaje en tren además de alojamiento.</li> <li>• Ofertas especiales/extras para huéspedes que viajan sin coche</li> <li>• Descuentos especiales en atracciones turísticas para quienes viajan en bicicleta (u otros modos de actividad)</li> <li>• Recomendar alojamientos cerca de la estación o con buenas conexiones</li> <li>• Hacer una recomendación para viajar en medios de transporte respetuosos con el medio ambiente</li> <li>• Proporcionar información sobre los horarios de servicio del transporte público y hacer sugerencias para la mejor hora de llegada.</li> <li>• Consultar y ofrecer atracciones y lugares en la zona de destino turístico a los que se pueda llegar sin coche</li> <li>• Enlace a un planificador de viajes con un CO<sub>2</sub>Calculadora para que los huéspedes puedan comparar diferentes modos de transporte</li> <li>• Las organizaciones turísticas de las regiones ecuestres podrían animar a los proveedores de servicios turísticos pertinentes a organizar recogidas en carruajes tirados por caballos.</li> </ul> |
| Transporte<br>partes interesadas | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer servicio de shuttle y/o traslado de equipaje desde la estación hasta el alojamiento.</li> <li>• Coordinación de conexiones (por ejemplo, tren, autobús, lanzadera tren-aeropuerto)</li> <li>• Ampliar la oferta de larga distancia (tren y autobús de larga distancia)</li> <li>• Asegúrese de reservar fácilmente ofertas de movilidad (para la llegada y en el lugar)</li> <li>• Considere espacio para equipos de ocio y transporte de bicicletas en trenes y autobuses</li> <li>• Ofrecer medios de transporte sin barreras</li> <li>• Proporcionar una línea directa de ayuda en caso de problemas durante el viaje.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Municipios rurales               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener los servicios ferroviarios y de autobús regionales y de larga distancia con intervalos regulares, incluidos los fines de semana.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

- Aspectos de control del tráfico (reducir el número de llegadas al número de salidas) y gestión del aparcamiento (utilizando los ingresos para ofertas de movilidad alternativa)
- Gestión anticipada del tráfico (por ejemplo, comprobar el estado de registro para eventos importantes)

### ***Buen ejemplo: Paquete de viaje en tren y alojamiento en el Parque Astrid Lindgren (Kalmar, Suecia)***

Tipo de región: Costa, tierras bajas

La oferta combina el billete de tren y el alojamiento para los visitantes del popular Parque Astrid Lindgren, ofreciendo así una ventaja en el precio. El proyecto es una colaboración entre Astrid Lindgren's World y SJ (Ferrocarriles Suecos). Astrid Lindgren's World ha llevado a cabo una campaña dirigida a los viajeros de SJ-prio durante dos temporadas. Al registrarse como SJ-prio (clientes de SJ con membresía), el visitante podía obtener un descuento en viajes y alojamiento en Astrid Lindgren's World. La oferta se desarrolló durante el proyecto, abarcando desde temporada alta y vacaciones de otoño hasta la temporada completa. Las experiencias de Astrid Lindgren's World llevaron al Reino de Cristal a iniciar también una colaboración con SJ y a desarrollar un paquete similar para el otoño de 2021. Se eligió el otoño en parte para mostrar que los eventos también tienen lugar durante esa temporada, pero también para extenderla. Los viajeros de SJ-prio podían reservar viajes en tren a Nybro, Lessebo y Emmaboda, con conexiones con Hertz y alojamiento en tres destinos turísticos: Kosta, el campamento de pesca de Ödevata y la finca Grimsnäs. Las campañas se promocionaron a través de SJ-prio y en las redes sociales de los colaboradores.

### ***Infraestructura: Las alternativas sostenibles necesitan equipos específicos***

- Sala de espera con Wi-Fi y posibilidad de carga para dispositivos móviles.
- Almacenamiento y alquiler de bicicletas, estación de reparación
- Alquiler de coches de mano
- Consignas de equipaje (para visitantes de un día)
- Bancos para sentarse y descansar
- Instalaciones comerciales para las necesidades diarias
- Estación de coche compartido (quizás en cooperación con organizaciones públicas que solo necesitan sus coches de lunes a viernes durante el día)

### ***Cooperaciones: Esté atento a los socios en su propio sector y en otros sectores.***

Las ofertas intermodales son esenciales para la buena accesibilidad de una región. En particular, la transición en la cadena de transporte entre el primer y el último tramo debe ser fluida y sencilla para que las ofertas sostenibles se perciban como una alternativa atractiva. Es importante contar con modos de transporte coordinados, buenas opciones de traslado y un transporte de equipaje sencillo. Los viajeros están dispuestos a utilizar varios medios de transporte, como el autobús, la bicicleta, los servicios de coche compartido, etc., siempre que estén coordinados. Por ejemplo, se requieren aparcamientos o instalaciones de alquiler de bicicletas en las estaciones de tren, o horarios coordinados de autobús y tren. Muchas excursiones de un día se realizan dentro de la Unión Europea. En 2021, se realizaron más de 96.

millones de visitas en el mismo día desde países miembros de la UE a países extranjeros<sup>11</sup>. Los turistas que pasan el día pueden tener necesidades de movilidad diferentes a las de los huéspedes que pasan la noche, por lo que es necesario tener en cuenta algunos puntos adicionales.

### ***Buen ejemplo: Guía de soluciones de movilidad colaborativa en zonas rurales (producto del proyecto Interreg MAMBA)***

Esta guía tiene como objetivo inspirarte a ti y a otras personas de tu entorno, y demostrar que el desarrollo y la implementación de soluciones de movilidad colaborativa en zonas rurales no requieren magia, sino una planificación exhaustiva, ideas creativas, socios comprometidos, una buena dosis de habilidades de gestión, el conocimiento de ciertos requisitos legales, una comprensión de los aspectos financieros, etc. La guía te guía a través de estos aspectos página por página, o paso a paso, para que no se te escape ningún aspecto importante.

### ***Llegada sostenible de turistas de un día***

- Aumentar el precio del estacionamiento (con los precios más caros más cerca de la atracción)
- Billetes combinados para viajes y actividades en el destino turístico
- Integración del transporte público en las entradas de eventos
- Ofertas especiales de bajo coste para familias y grupos
- Para eventos especiales, el transporte público regional y local debe adaptarse al volumen de visitantes esperados (vehículos más grandes, más vehículos, más salidas).
- Trenes/autobuses especiales para turismo de un día a determinados lugares los fines de semana, días festivos (nacionales) y eventos con muchos visitantes.
- Trenes y autobuses especiales para bicicletas, adicionales y regulares, con horarios adecuados durante la temporada para rutas con mucho tráfico de bicicletas.

---

<sup>11</sup>Eurostat: Visitas en el mismo día - datos anuales [TOUR\_DEM\_SDVA\$DEFAULTVIEW], excepto Italia y Hungría debido a números confidenciales

## 6. MEJORAR LAS OPCIONES DE MOVILIDAD SOSTENIBLE EN EL SITIO

### Mensajes clave para las partes interesadas en las regiones rurales

- Crear ofertas de movilidad para turistas, locales y personas que trabajan en el sector turístico.
- Crear ofertas sostenibles y promover la movilidad activa, como ir en bicicleta o caminar.
- Considere la intermodalidad y la accesibilidad

### *Servicio de Transporte Público con valor añadido*

Una buena estructura de transporte público para zonas rurales considera no solo a la población local, sino también a los visitantes y trabajadores de la zona. Unas buenas soluciones de movilidad harán que la zona rural sea más atractiva y facilitarán la búsqueda y retención de personal cualificado. La movilidad in situ debe abarcar servicios de movilidad dirigidos a turistas, servicios de movilidad dirigidos principalmente a residentes y una opción híbrida, donde el servicio está diseñado específicamente para las necesidades tanto de los residentes como de los turistas. También es necesario reflexionar sobre la estacionalidad. Por ejemplo, cabe preguntarse: ¿Qué ocurre en temporada baja, cuando los turistas se van, o qué ocurre en verano, cuando las escuelas cierran, el transporte público regular se desploma y llegan los turistas?

### ***Buen ejemplo: Visita la península de Dingle sin coche. ¿Por qué no coges el autobús? (Península de Dingle, Irlanda)***

Tipo de región: Costa, tierras bajas

Dingle se encuentra en la costa suroeste de Irlanda y ofrece a los turistas una amplia gama de experiencias culturales y naturales. Los agentes locales reconocieron que la experiencia turística en Dingle se veía afectada por el alto nivel de tráfico vehicular. Se han establecido varias rutas de autobús a la península de Dingle a través de los proveedores Bus Eireann y Local Link Kerry. Esto permite a los visitantes visitar Dingle sin necesidad de coche propio y sin barreras arquitectónicas. Las rutas de autobús se promocionan activamente y el sitio web ofrece información para que los usuarios planifiquen su viaje con antelación.

### ***Buen ejemplo: Autobuses de ocio con remolques para bicicletas (distrito de Harburg, Alemania)***

Tipo de región: Interior, tierras bajas

Los autobuses lanzadera Heide-Elb y Regionalpark recorren el distrito de Harburg. Entre 65.000 y 70.000 pasajeros utilizan anualmente estos servicios gratuitos de subida y bajada entre Heide y Elba. Cada autobús está equipado con un remolque para bicicletas y circula con rutas y horarios fijos durante los meses de verano. El servicio de autobús es gratuito para que todos organicen su tiempo libre o su vida diaria. El Heide-Shuttle consta de cinco anillos con más de 100 paradas y opera cinco veces al día. Los autobuses lanzadera Elba-Regionalpark actualmente constan de un solo anillo y solo operan de tres a cinco veces al día los fines de semana. Inicialmente, el proyecto fue financiado en parte por LEADER y, desde 2023, por los municipios.

**Mejorar la oferta de movilidad local**

- Fomentar el uso compartido del vehículo (minivan colectivo, no solo para eventos o reservas de grupo)
- Desarrollar billetes combinados (con empresas de transporte)
- Reactivar las líneas ferroviarias regionales e invertir en vías verdes (ver <https://www.aevv-egwa.org/greenways/>)
- Desarrollar ofertas propias de excursiones para viajes a pie y/o en transporte público o bicicleta.
- Tener en cuenta las necesidades de los turistas en la ubicación, designación y disposición de horarios, estaciones y paradas (destinos, horarios, frecuencias, transbordos, etc.)
- Ofrece viajes de ida y vuelta con diferentes modos de transporte.
- Crear paradas de autobús atractivas (junto con actores del turismo, artistas locales, estudiantes y alumnos)

**Destino turístico sin coches o con pocos coches**

Si se desea que la movilidad turística en un lugar sea más sostenible, se podría considerar la posibilidad de dificultar el uso del coche e introducir o potenciar la comercialización de ofertas de movilidad alternativa. Al mismo tiempo, se reduce el impacto ambiental del tráfico y se mejora la calidad de la estancia de turistas y residentes. Las islas o lugares con condiciones topográficas adecuadas que, de por sí, dificultan el tráfico rodado son especialmente adecuados para zonas completamente libres de coches.

**Las restricciones al uso del transporte privado motorizado pueden implementarse de diversas formas**

- Límites de velocidad (por ejemplo, 30 km en lugar de 50 km)
- Cierres de calles, plazas o regiones enteras
- Zonas o periodos sin coches (horas, días, semanas, meses)
- Restricciones al tráfico en parado (estacionamientos cortos, estacionamiento exclusivo para residentes, ...)

**Perlas Alpinas – Escapadas ecológicas - Vacaciones con movilidad garantizada (Alemania, Eslovenia, Austria, Italia)**

Tipo de región: Interior, alpina

19 comunidades turísticas de los Alpes en Alemania, Austria, Eslovenia e Italia unieron fuerzas para promover la movilidad sostenible y ofrecer a sus huéspedes una experiencia vacacional respetuosa con el medio ambiente. Si viaja sin coche, se le ofrece una garantía total de movilidad, lo que le permite llegar en autobús y tren, utilizar el transporte público local y aprovechar otras ofertas respetuosas con el medio ambiente. En cada Perla, numerosos servicios de transporte, autobuses para senderistas y esquiadores, taxis, coches eléctricos, bicicletas y bicis eléctricas garantizan un desplazamiento cómodo y sin perjudicar el medio ambiente. Para completar este énfasis en la movilidad respetuosa con el medio ambiente, las Perlas ofrecen Tarjetas de Huésped y Movilidad, que permiten el acceso gratuito al transporte público local.

### **Red de ofertas de movilidad turística**

Tarjeta de huésped con uso integrado del transporte público

Al integrar el uso gratuito o con descuento del transporte público en las tarjetas de huésped, los visitantes pueden acceder fácilmente a la oferta de movilidad local. Esto genera un valor añadido para el huésped, aumenta el atractivo de la región y garantiza su movilidad durante su estancia. Además, mejora la calidad de la ubicación y los servicios de transporte público se vuelven más atractivos para los residentes locales, ya que la mayor demanda permite aumentar la frecuencia.

Ofertas de movilidad turística con valor experiencial

Los turistas pueden experimentar con ofertas de movilidad para las que no disponen de tiempo ni oportunidades en la vida cotidiana. Se puede crear valor añadido, por ejemplo, utilizando medios de transporte con tecnologías de propulsión modernas o con un carácter experiencial, ya que la disposición a probar cosas nuevas suele ser mayor durante las vacaciones. Por ejemplo, se pueden realizar visitas guiadas en patinetes eléctricos en combinación con productos ya existentes, como monumentos arquitectónicos o religiosos.

#### **Buen ejemplo: Kit turístico Madeira (Portugal)**

Tipo de región: Isla, cordillera baja

En resumen, el kit turístico consiste en la venta de billetes diarios en las recepciones de los hoteles. El precio del billete es el mismo para los turistas, pero se ofrece un pequeño descuento al recepcionista. El valor añadido para el turista reside en obtener información adicional que se proporciona junto con el billete. Para el hotel, el operador de transporte público ofrece la posibilidad de personalizar la tarjeta de transporte personal con una imagen del hotel.

### **Senderos de calidad, rutas de senderismo y ciclismo con ofertas de servicios adicionales**

Dado que caminar y andar en bicicleta reducen el impacto sobre el medio ambiente y el clima, el objetivo debería ser mejorar la calidad de la estancia en las carreteras y caminos para ciclistas y peatones.

#### **Hacer atractivos los caminos**

- Diseño atractivo del paisaje urbano y paisajístico, caminos y paseos (por ejemplo, bancos, plantaciones, zonas de juegos para niños, aparatos de gimnasia para adultos)
- Proporcionar información sobre la red de caminos en Internet.
- Proporcionar información en el sitio a través de paneles de descripción general, señalización y marcas de ruta.
- Coloque carteles informativos sobre productos locales/regionales, eventos y características especiales.
- Considere la accesibilidad (por ejemplo, bordillos bajos, rampas, barreras con suficiente espacio libre para sillas de ruedas y cochecitos)
- Mantener rutas de senderismo

**Fomento del uso de la bicicleta**

- Paradas de avituallamiento a lo largo de las rutas
- Numerosos caminos y rutas bien mantenidos y señalizados.
- Buenos mapas (en línea y fuera de línea)
- Alquiler de bicicletas, bicicletas de carrera, sillas o remolques para niños, remolques de carga
- Ampliar el alquiler de bicicletas y animar a las empresas a cambiar la mentalidad de la gente
- El alojamiento puede proporcionar bicicletas.
- Aparcamiento de bicicletas cubierto y seguro
- Bombas de aire y kit de reparación de bicicletas con las herramientas más importantes
- Sugerencias concretas para excursiones en bicicleta, consulte las rutas ciclistas regionales.
- Tengo repuestos importantes para bicicletas en venta
- Señale las estaciones de intercambio y carga de bicicletas eléctricas
- Financiar bicicletas especiales (por ejemplo, bicicletas de carga, triciclos, tándem) a través de publicidad de empresas locales.
- Colaboración regional/interlocal (por ejemplo, alquilar bicicletas en un destino y partir hacia otro, facilitado por la colaboración entre los actores)
- Apoyo regional al programa de bicicletas compartidas entre localidades

**Buen ejemplo: la aplicación Cycle Pin (Hildesheim, Alemania)**

Tipo de región: Interior, tierras bajas

La aplicación es tu compañera móvil en todas las rutas ciclistas. Reconoce cuándo te acercas al punto de sellado digital al final de cada ruta y, como recompensa, recibes una pegatina digital e información interesante para escuchar, que puedes consultar en cualquier momento. Una vez que hayas reunido todas las pegatinas, recibirás el pin ciclista de Hildesheim como trofeo. Además, los centros de información turística de Hildesheim, Lamspringe y Bad Salzdetfurth ofrecen un folleto gratuito para colorear y resolver pasatiempos especialmente para niños. Los más pequeños pueden responder preguntas de preguntas en 8 rutas seleccionadas, acompañados por Hilde, el búho real. Una vez resueltos todos los pasatiempos, los pequeños exploradores recibirán una pequeña sorpresa en los centros de información turística al presentar el folleto completo. El Pin Ciclista de Hildesheim es un proyecto de cooperación entre el ADFC Hildesheim (club ciclista), el distrito de Hildesheim y Hildesheim Marketing GmbH.

**Activos y viajes compartidos**

Las ofertas de carsharing local son cada vez más demandadas y pueden ser utilizadas tanto por residentes locales (particulares y organizaciones) como por turistas. El carsharing garantiza flexibilidad en regiones con baja densidad de transporte público. Al mismo tiempo, aumenta la capacidad de utilización de cada vehículo y, por lo tanto, se puede reducir el número total de vehículos. Funciona mejor si la oferta de carsharing se organiza como un negocio con vocación social que involucra a organizaciones sin ánimo de lucro y asociaciones locales. Una forma especial de carsharing, frecuente en zonas rurales, consiste en que organizaciones públicas o privadas compartan sus vehículos o flotas con residentes locales y turistas fuera del horario laboral o del horario de uso de la organización. Los municipios pueden colaborar poniendo sus flotas a disposición de los usuarios de carsharing y designando plazas de aparcamiento para los vehículos, a ser posible cerca de estaciones de tren o de autobús. Si los alcaldes u otros políticos del ayuntamiento utilizan el servicio, dan un buen ejemplo. Puede encontrar un resumen de las empresas que ofrecen software para carsharing en: [https://www.mobil-am-land.at/content/Software\\_f%C3%BCr\\_Compartir\\_coche](https://www.mobil-am-land.at/content/Software_f%C3%BCr_Compartir_coche)

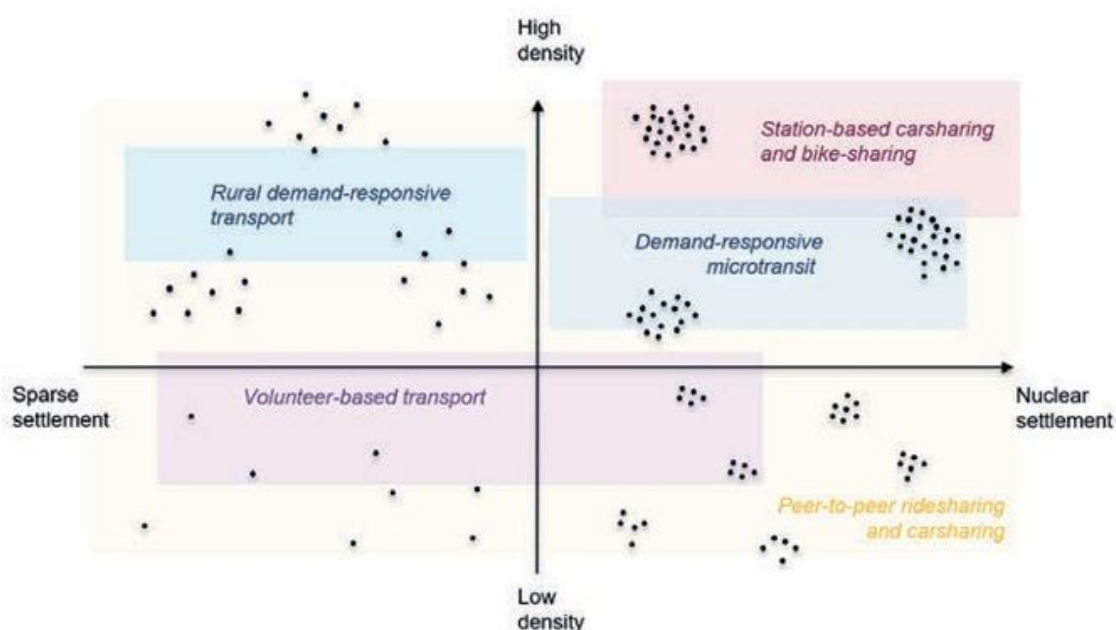
**Buen ejemplo: Flugs E-Carsharing (Tirol Oriental, Austria)**

Tipo de región: Interior, alpina

El servicio se inició en 2015 con un coche eléctrico compartido en la ciudad de Lienz y se integró a lo largo de los años, llegando a nueve ubicaciones en 2018. Los municipios o empresas privadas actúan como socios locales de coches compartidos electrónicos con diferentes formas de asociación. Desde 2019, se han puesto a disposición la venta integrada de billetes y la planificación de viajes multimodales de coches compartidos electrónicos con autobuses de transporte público. Entre 2019 y 2021, el servicio se ha ampliado con cuatro estaciones y cuatro coches eléctricos adicionales. El sistema de coches compartidos se puede reservar y pagar a través del sitio web y la aplicación. El objetivo principal del sistema Flugs es reducir el número de viajes realizados en coches privados por personas y familias y proponer una solución alternativa a la posesión del primer, segundo o tercer coche. El servicio también se incluye en una visión sostenible más amplia que consiste en proporcionar un entorno abierto, conectado, multimodal y rural donde se pueda promover la movilidad inteligente y sostenible para la población local, así como para los turistas.

El uso compartido de bicicletas es bastante popular en las zonas urbanas, pero también puede tener éxito en las zonas rurales. Si no hay alquiler de bicicletas local, la forma más sencilla es contactar con una de las grandes empresas urbanas y convencerla de que amplíe su negocio. No olvide mencionar el número de turistas que visitan la región. Un buen ejemplo es la UsedomRad en la costa del mar Báltico, en el norte de Alemania. El informe de investigación del ITF «Innovaciones para una mejor movilidad rural» ofrece una buena visión general del panorama de la movilidad rural innovadora y la idoneidad de los tipos de movilidad compartida según la población, la densidad y el tipo de asentamiento.<sup>12</sup> Información útil: Las ofertas innovadoras pueden ayudar a atraer a nuevos grupos objetivo de turistas. Además, un destino puede diferenciarse de otros con nuevas ofertas.

**Figura 10: Adecuación de los tipos de movilidad compartida según la densidad de población y el tipo de asentamiento**



<sup>12</sup>Nota: Las áreas sombreadas muestran dónde ciertos modelos de provisión son generalmente más adecuados. Algunas estructuras de asentamiento se prestan a más de un modelo.

Fuente: ITF (2021), Innovaciones para una mejor movilidad rural, Informes de investigación del ITF, OECD Publishing, París (pp. 18).

<https://www.itf-oecd.org/sites/default/files/docs/innovacion-movilidad-rural.pdf>

### ***Buen ejemplo: EMMI-MOBIL (sin emisiones, juntos, individual) (Bad Hindelang, Alemania)***

Tipo de región: Interior, alpina

EMMI-MOBIL es un proyecto de la comunidad turística de Bad Hindelang, en los Alpes de Algovia (Baviera). EMMI-MOBIL se financia principalmente con los ingresos de la contribución al impuesto turístico (tarjeta de huésped), una parte menor con los ingresos de la tarjeta de residente local y también con las tarifas de aparcamiento. No incluye subvenciones. EMMI-MOBIL sigue la filosofía de servicio bajo demanda y de última milla, y está completamente optimizado según la demanda y las rutas, lo que lo convierte en la solución ideal para las zonas rurales alpinas. Con innumerables paradas virtuales, residentes y turistas se desplazan virtualmente desde la puerta de casa, justo cuando la necesitan. Se agrupan solicitudes de viaje similares y los pasajeros son llevados a la siguiente parada de autobús o, si no hay autobús en ese momento, directamente a su destino. EMMI-MOBIL se solicita fácilmente a través de la aplicación EMMI-MOBIL. El factor decisivo es la intermodalidad. El pasajero siempre obtiene la mejor alternativa entre EMMI-MOBIL y el transporte público a través de la aplicación. Con la tarjeta electrónica de huésped o residente local de Bad Hindelang, tanto EMMI-MOBIL como el transporte público son gratuitos.

### ***Buen ejemplo: lanzadera autónoma (Bad Birnbach, Alemania)***

Tipo de región: Interior, sierra baja

Bad Birnbach es un pequeño municipio situado a unos 43 km al suroeste de Passau, en el distrito de Rottal-Inn. El servicio se puso en marcha como proyecto piloto en octubre de 2017 con un minibús eléctrico de la startup EasyMile, que cubría una ruta de 700 metros desde la plaza del mercado local hasta Rottal Terme. Tras el primer año, el servicio se amplió con una parada más y un vehículo eléctrico adicional. Los servicios con los dos vehículos autónomos funcionan como enlace entre la estación de tren y los principales puntos de interés de Bad Birnbach. Desde mayo de 2022, dos lanzaderas autónomas operan en 20 paradas adicionales bajo demanda. El proyecto se desarrolló en colaboración con Deutsche Bahn y DB Regio Bus Ostbayern, el distrito de Rottal-Inn y el municipio de Bad Birnbach. El objetivo práctico de esta buena práctica es ofrecer un servicio de transporte seguro, asequible e innovador entre la estación de tren, los baños termales y la plaza del mercado local, y cubrir la última milla. El objetivo de alto nivel consiste en probar el potencial de un servicio de transporte autónomo para la operación de primera/última milla en una pequeña zona rural.

### ***Centros de movilidad***

Resulta lógico convertir las estaciones de tren y autobús en centros de movilidad que incluyan transporte público, ciclismo y soluciones de movilidad compartida. Los centros de movilidad conectan diferentes modos de transporte y ofertas de movilidad en un espacio reducido, facilitando el cambio y la combinación de modos.

**Buen ejemplo: SMART Hub (Groningen-Drenthe, Países Bajos)**

Tipo de región: Costa, interior, tierras bajas

Los Centros SMART se implementan en los Países Bajos, con una red colectiva de más de 57 centros (34 en la provincia de Groningen y 23 en la provincia de Drenthe). Estos centros son nodos de la red de transporte público, ubicados principalmente en estaciones de tren y autobús, puntos de estacionamiento y similares, que conectan al menos un tren o servicio de autobús de alta calidad con una solución de transporte a demanda. Cada habitante de estas provincias cuenta con un centro de este tipo a una distancia máxima de 15 km de su domicilio. El objetivo principal de los centros inteligentes es facilitar el transporte multimodal para todos. Las personas deberían poder llegar a cualquier destino con su medio de transporte preferido. Además, estos centros de movilidad facilitan una movilidad más sostenible e inclusiva.

**Considere la accesibilidad**

Para las personas con discapacidad, especialmente aquellas con dificultades de movilidad, es fundamental que sepan con antelación qué esperar en el lugar. Les encantará ver una indicación de la accesibilidad de los servicios de movilidad en un lugar destacado de su sitio web. Además, también es posible garantizar que las personas con discapacidad auditiva, visual o de aprendizaje puedan utilizar las ofertas de movilidad existentes con la mayor comodidad posible. Por último, muchos otros grupos de población también se benefician de las ofertas sin barreras, por ejemplo, padres de niños pequeños o viajeros con mucho equipaje.

**Lista de verificación para los actores clave del turismo**

- Designar personas responsables de movilidad sostenible
- Introducir cuestiones de movilidad turística a nivel político
- Establecer infraestructuras en los centros de información turística y destinos turísticos
- Ofrecer excursiones/visitas guiadas
- Comercializar la movilidad sostenible de forma específica
- Iniciar proyectos con interfaces entre el turismo y la movilidad sostenible
- Alquilar bicicletas
- Ofrecer activamente recogida en la estación/parada y otros servicios
- Desarrollar paquetes con ofertas de movilidad para huéspedes que lleguen sin coche.
- Ofrecer un servicio de entrega o un viaje conjunto al supermercado local.
- Involucrar a los turistas y a los actores locales en la gamificación
- Participar en eventos regionales/locales sobre movilidad sostenible
- Esté atento a las necesidades de movilidad de su personal y cómo puede ayudar (por ejemplo, adaptación de los horarios de trabajo, bicicletas de empresa, alquiler de bicicletas, duchas, posibilidad de guardar ropa/casco, presupuesto de movilidad en lugar de coche de empresa).

**Lista de verificación para las partes interesadas en el transporte**

- Desarrollar servicios de transporte público orientados al turismo con prestaciones (por ejemplo, autobuses de senderismo con audioguía)
- Ofrecer servicios para cicloturistas
- Permitir que los autobuses y trenes transporten bicicletas
- Ofrecer tarifas combinadas para el uso del transporte más actividades turísticas
- Desarrollar billetes específicos para turistas (por ejemplo, billetes de 3 días, billetes de grupo)
- Participar en eventos turísticos regionales/locales
- Considerar la movilidad turística en todas las actividades de planificación

### ***Lista de verificación para MUNICIPIOS RURALES***

- Designar responsables de movilidad turística
- Instalar estaciones de carga públicas y otras infraestructuras para la movilidad sostenible
- Organizar instalaciones de transporte sin barreras
- Centrarse en la movilidad sostenible y considerar las cuestiones turísticas en los conceptos de transporte
- Promover el ciclismo, incluyendo rutas premium, señalización e instalaciones de estacionamiento de alta calidad.
- Promover la multimodalidad, por ejemplo, con la construcción de estaciones de movilidad
- Optimizar el transporte público regional y local para las necesidades del turismo y cerrar las brechas de servicio
  
- Organizar o participar en campañas/eventos como la Semana Europea de la Movilidad
- Apoyar y promover servicios y proyectos de movilidad innovadores
- Establecer y utilizar programas de financiación para la movilidad (turística) sostenible

## 7. EVALÚA TUS ESFUERZOS Y DÉ EL EJEMPLO

### Mensajes clave para las partes interesadas en las regiones rurales

- Revise periódicamente su propia oferta
- Descubra si sus esfuerzos tienen un efecto positivo
- Apoyar modelos de negocio innovadores y considerar cómo se puede ganar dinero con la movilidad sostenible

### Recopilar datos

Para todos los actores de los ámbitos político, administrativo, turístico y de la movilidad, es fundamental contar con un conocimiento preciso sobre la movilidad turística a lo largo de toda la cadena de viajes. Este es un requisito previo para una planificación, financiación y comercialización adecuadas de ofertas de movilidad turística sostenible. Es fundamental revisar periódicamente las propias actividades para comprobar si las medidas tienen los efectos deseados. Por lo tanto, recomendamos animar a los colegas a utilizar las ofertas de movilidad disponibles y ofrecer comentarios constructivos sobre la movilidad turística. ¿Qué tal un precio para la mejor idea? Además, una encuesta periódica y exhaustiva sobre movilidad turística sentaría las bases para que los planificadores de transporte integraran las necesidades del turismo y concienciaran a los proveedores de servicios turísticos sobre la relevancia del tema de la movilidad. También se podría preguntar a los gestores turísticos sobre sus necesidades en cuanto a la movilidad de los huéspedes y de los empleados. Se pueden utilizar encuestas existentes, recuentos de visitantes, datos de redes móviles y datos estadísticos, complementándolos con preguntas adicionales sobre movilidad en viajes o realizando encuestas propias. Se pueden realizar encuestas cualitativas o grupos focales con turistas sobre preferencias, disposición, déficits y obstáculos, o bien realizar cálculos cuantitativos basados en datos de viajes. Idealmente, los estudios de mercado se realizan en todos los modos de transporte y, para obtener información adicional específica sobre el destino, el entorno local también debería ser un factor importante. Además del modo de transporte a la llegada y en el lugar, se deben considerar los factores contextuales.

- la temporada,
- la organización y duración del viaje,
- el tipo de alojamiento,
- el número de viajeros,
- el tipo de viaje (sol y playa, activo, cultural, ...),
- Actividades y atracciones visitadas.

Como las necesidades de movilidad a menudo se basan en factores individuales, la información sobre la edad, el género, el estilo de vida, el nivel socioeconómico y el origen del participante también debe integrarse en el análisis.

### Crear y capturar valor

Por último, pero no menos importante: Ofrecer soluciones de movilidad adaptadas en zonas rurales representa también una excelente oportunidad para generar ingresos con el turismo y el transporte. Lo que se necesita es un modelo de negocio bien desarrollado, adaptado e innovador. Ser innovador no significa reinventar la rueda con cada proyecto y cada desafío. Basta con inspirarse en soluciones existentes y recombinar elementos de las mejores prácticas exitosas u otros modelos de negocio. Intente analizar otros segmentos/mercados y transferir las ideas al sector de la movilidad y el turismo. Aprenda de otros y, de este modo, reinvente o recombine su propio modelo de negocio.

**Figura 11: El navegador del modelo de negocio**



Fuente: Ilustración propia según Gassmann, Oliver; Frankenberger, Karolin & Csik, Michaela (2014): El navegador del modelo de negocio.

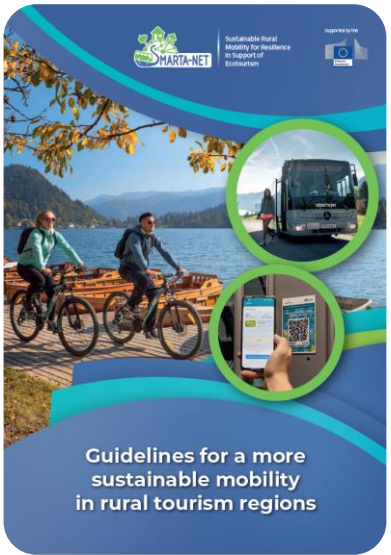
Los ingredientes esenciales para dar un gran paso hacia nuevos modelos de negocio innovadores son los siguientes:

- referirse a los desafíos específicos de la región,
- convencer a los municipios/políticos para que moderen el proceso,
- Encuentra personas a las que les guste tu idea y anímalas y da el ejemplo: camina, ve en bicicleta, comparte viajes y
- Utilice modos de transporte alternativos ¡tan a menudo como sea posible!

**Utilice listas de verificación**

Esta guía incluye listas de verificación para la movilidad turística. Estas listas han sido desarrolladas por el programa austriaco de consultoría y financiación Klimaktiv mobil y adaptadas a las necesidades de SMARTA-NET. Son claras y concisas, y permiten un análisis sistemático de su región. Además, pueden utilizarse para identificar áreas de acción que quizás aún no sean evidentes. Descubra qué ofertas de movilidad respetuosas con el medio ambiente aún faltan en su región y dónde aún hay potencial de optimización. Con la lista de verificación, tendrá la seguridad de tener todos los puntos en mente. Todas las listas de verificación y otros documentos de orientación se pueden encontrar en <https://www.smarta-net.eu/herramientas-guidas/>

**Figura 12. SMARTA-NET Documentos de orientación**

|                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>¿Quieres saber más?<br/>sobre ejemplos de<br/>movilidad sostenible<br/>¿Soluciones para las zonas rurales?</p> <p>Por favor, eche un vistazo al<br/>catálogo SMARTA-NET en<br/>“Movilidad rural compartida<br/>soluciones”.</p> | <p>¿Quieres?<br/>Entender cómo se hace<br/>Es más fácil y agradable<br/>para los locales y los<br/>visitantes utilizar alternativas.<br/>¿Modos de transporte?</p> <p>Consulte la Guía SMARTA-<br/>NET para una “movilidad más<br/>sostenible”<br/>en regiones de turismo rural”</p> | <p>¿Quieres saber más sobre<br/>la integración de la dimensión<br/>rural en<br/>existente Sostenible<br/>¿Planes de Movilidad Sostenible (PMUS)?</p> <p>Te gustan nuestras ideas,<br/>pero no sabes cómo financiarlas<br/>¿a ellos?</p> |
|                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                    |

Fuente: Elaboración propia

## PONERSE EN CONTACTO CON LA UE

### En persona

Hay cientos de centros de información Europe Direct en toda la Unión Europea. Puede encontrar la dirección del centro más cercano en: [https://europa.eu/european-union/contact\\_es](https://europa.eu/european-union/contact_es)

### Por teléfono o por correo electrónico

Europe Direct es un servicio que responde a tus preguntas sobre la Unión Europea. Puedes contactar con este servicio:

- por teléfono gratuito: 00 800 6 7 8 9 10 11 (algunos operadores pueden cobrar por estas llamadas),
- al siguiente número estándar: +32 22999696, o
- por correo electrónico a través de: [https://europa.eu/european-union/contact\\_en](https://europa.eu/european-union/contact_en)

## BUSCAR INFORMACIÓN SOBRE LA UE

### En línea

La información sobre la Unión Europea en todos los idiomas oficiales de la UE está disponible en el sitio web Europa en: [https://europa.eu/europeanunion/index\\_es](https://europa.eu/europeanunion/index_es)

### Publicaciones de la UE

Puede descargar o solicitar publicaciones gratuitas y de pago de la UE en: <https://publications.europa.eu/en/publications>. Puede obtener varios ejemplares de publicaciones gratuitas contactando con Europe Direct o con su centro de información local (consulte [https://europa.eu/european-union/contact\\_es](https://europa.eu/european-union/contact_es) ).

### Derecho de la UE y documentos relacionados

Para acceder a la información jurídica de la UE, incluida toda la legislación de la UE desde 1952 en todas las versiones lingüísticas oficiales, visite EUR-Lex en: <http://eur-lex.europa.eu>

### Datos abiertos de la UE

El Portal de Datos Abiertos de la UE (<http://data.europa.eu/euodp/es> ) proporciona acceso a conjuntos de datos de la UE. Los datos pueden descargarse y reutilizarse gratuitamente, tanto para fines comerciales como no comerciales.

