

DONOSTIA –  
SAN SEBASTIÁN

KRAKÓW

MUNICH

ODENSE

SALZBURGO



aeneas

RESUMEN

# Mantenerse en marcha

Una guía para la gestión de la movilidad  
en las sociedades que envejecen

## Sobre AENEAS

Por una Movilidad Energéticamente Eficiente en una Sociedad que Envejece (AENEAS), un proyecto de la UE que se desarrolló entre agosto de 2008 y mayo de 2011, fue co-financiado por la Agencia Ejecutiva de Competitividad e Innovación (AECI) en el marco del programa Energía Inteligente para Europa ([ec.europa.eu/energy/intelligent](http://ec.europa.eu/energy/intelligent)).

El mandato de AENEAS consistió en aplicar medidas “blandas” (por ejemplo, la formación, el marketing individualizado de viajes, la sensibilización y la organización de eventos) en cinco ciudades europeas para animar y permitir a las personas mayores a utilizar alternativas al coche personal.

En el proyecto también se transfirió el conocimiento a otras ciudades, forjando vínculos entre las personas que trabajan en este campo en Europa y más allá. Se pueden descargar guías de talleres de formación y casos de buenas prácticas en inglés, vasco, danés, francés, alemán, polaco y español desde el sitio web de AENEAS: [www.aeneas-project.eu](http://www.aeneas-project.eu).

Este folleto es un resumen de la publicación de AENEAS titulado “Mantenerse en marcha:” Guía para la gestión de la movilidad en sociedades que envejecen”, que fue producido para resaltar programas ejemplares y proyectos que ayudan a los ciudadanos mayores a permanecer activos y móviles. La guía está dirigida a los profesionales y las partes interesadas que están pensando en la aplicación de medidas similares y puede ser descargada desde <http://www.aeneas-project.eu/?page=download>.

## ¿A quién se le considera mayor?

En cuanto a los hábitos de movilidad, hay una diferencia clara entre la población activa y los jubilados. AENEAS se centró en este último grupo, usando como punto de referencia la edad de 50, momento en el que la proporción de jubilados en Europa más o menos es igual a la proporción de los que aún trabajan. Una segunda línea fue trazada en 75 años, la edad en que la movilidad de las personas tiende a volverse restringida. Así, el grupo objetivo de AENEAS se dividió en los “mayores jóvenes” (50-75 años) y los “mayores viejos” (mayores de 75). La edad física, sin embargo, se utilizó principalmente para fines orientativos, los factores decisivos fueron las habilidades personales y preferencias en hábitos de movilidad.

## Tendencias y Desafíos Generales

Los impactos de las sociedades que envejecen y de los cambios demográficos en el transporte urbano y la movilidad, han sido discutidos por algún tiempo en toda Europa. La mayoría de las autoridades locales y los proveedores de transporte son conscientes de los retos. Sin embargo, debido a la heterogeneidad del grupo objetivo, muchos técnicos y políticos dudan a la hora de

dar con la solución más acertada.

La generación de los “babyboomers” ahora envejeciendo, claramente, no se puede comparar con sus padres. Su esperanza de vida y su condición física general son mejores. Muchas personas mayores hoy en día siguen en activo, con visión de futuro y ganas de participar en la sociedad. La posesión de automóviles ha aumentado entre las personas mayores — especialmente mujeres — en Europa.

Las personas mayores de hoy adquirieron su permiso de conducir a la edad de 18 años y la mayoría nunca han utilizado el transporte público, un servicio que tiene especialmente mala imagen en este grupo. Hoy en día, el envejecimiento a menudo significa envejecer en los suburbios, pero los patrones urbanos también están cambiando: en las zonas suburbanas muchos pequeños comercios y servicios se están cerrando o trasladándose a los nuevos centros comerciales, por lo cual, la obtención de bienes primarios se complica si no se hace uso del coche para ello. Todo esto hace que hoy en día, la generación de los más mayores sea muy diferente y eso les convierte en un público objetivo exigente.

## Accesibilidad y Gestión de Movilidad

La accesibilidad es un concepto mucho más amplio que el acceso físico a los servicios de transporte, ya que implica al mismo tiempo un nivel básico de confianza y seguridad. El sistema de transporte — incluido el andar, el montar en bicicleta y conceptos innovadores como el uso compartido del coche — tiene que ser de fácil acceso, fácil de usar y atractivo para todos: mayores y jóvenes, con y sin discapacidad.

Las empresas de transporte público deben atender los deseos y las necesidades de las personas mayores como un legítimo segmento de mercado. La mayoría de cambios hasta la fecha se han centrado en la accesibilidad física, con la introducción de vehículos de piso bajo y otras características técnicas. En este sentido, las personas mayores simplemente se han incluido en el grupo de pasajeros con discapacidad física.

La gestión de la movilidad emplea medidas blandas, tales como el marketing, comunicación, formación y la coordinación de las actividades para cambiar las actitudes de los viajeros, para influir en su comportamiento, para fomentar el transporte sostenible, y para hacer frente a la demanda para el uso del automóvil.

Como estas medidas relacionadas con el comportamiento, por lo general, no requieren de grandes inversiones financieras, son una alternativa rentable para llevar a cabo cambios en la infraestructura.

**LAS MEJORES NOTAS:** Los graduados de un programa de formación en Manchester (Reino Unido) recogen sus certificados de finalización. Foto: CTC

Hasta la fecha, las personas mayores no han sido un foco de la gestión de la movilidad, en gran parte porque, hasta hace poco, su comportamiento de movilidad se mantuvo relativamente estable y menos centrado en el uso de coches, siendo un “público cautivo”. Sin embargo, este grupo ha demostrado ser difícilmente accesible a través de los métodos tradicionales de marketing. Los productores de los anuncios de televisión, por ejemplo, consideran los 49 como límite de edad para alcanzar máxima eficacia. Asimismo, promover la movilidad sostenible entre las personas mayores requiere de habilidades de comunicación muy desarrolladas, además de un producto atractivo. El objetivo de AENEAS es crear pasajeros de edad avanzada multi-modales: nos referimos a aquellos que son independientes y flexibles en sus opciones de movilidad y quienes tienen alternativas sostenibles para el uso del coche privado.

## Necesidades y Expectativas de las Personas Mayores

Las necesidades y las expectativas de las personas mayores no pueden ser satisfechas solamente con cambios en la infraestructura. Las personas mayores desean vivir independientemente, envejecer de manera activa y saludable, participar en la sociedad y disponer de un sistema de transporte de uso fácil que proporcione buena calidad de servicio, seguridad, protección y apoyo cuando lo que necesiten. Al mismo tiempo, no les gusta sentirse menospreciados

y asociados con imágenes negativas del envejecimiento. Se han ido desarrollando en toda Europa proyectos innovadores de enfoque blando dirigidos a las personas mayores. Estos proyectos reconocieron la heterogeneidad y la relevancia de este público objetivo. Incorporan organizaciones que ya trabajan con personas mayores y no hablan de los ciudadanos jubilados usando el término “personas mayores”.

## Aplicación de Buenas Prácticas

En esta sección se describe brevemente los siete capítulos de la guía de AENEAS “Mantenerse en marcha”, que pone de relieve muchos de los proyectos innovadores que se realizan en Europa, sobre personas de tercera edad y la movilidad.

### Permitir los viajes en transporte público

La educación de las personas mayores en el uso del transporte ayuda a los pasajeros de edad avanzada a usar el transporte público de manera independiente, con confianza, seguridad y sin miedo. Les introduce a las nuevas tecnologías como el e-ticketing, o herramientas menos conocidas como las chapas identificativas (prambuttons). La mayoría de los proyectos se centran en los desplazamientos en autobús, ya que las personas mayores tienen problemas específicos al subir o bajar de los vehículos o caminar en el interior de estos. La introducción de máquinas expendedoras de billetes, o de billetes electrónicos, y





el creciente número de accidentes sufridos por personas mayores en el transporte público, son los motivos principales que impulsan el inicio de un programa de educación en cuanto al transporte público.

**Beneficios:**

- Las personas mayores se sienten más seguras, protegidas y confiadas cuando utilizan el transporte público.
- Se les ayuda a las personas a mantenerse de forma independiente durante el mayor tiempo posible.
- Se reduce el número de accidentes vinculados con las personas mayores en vehículos de transporte público.
- La imagen del operador de transporte público se mejora, y el número de pasajeros aumenta.

**Dirigido a:** Personas mayores que siguen siendo capaces de viajar independientemente, pero que no saben cómo utilizar el transporte público y/o no se sienten seguros.

**Socios colaboradores principales:** Los operadores y las asociaciones de transporte público, autoridades locales y de transporte público, además de los grupos de interés de personas mayores.

**Otros actores:** Los políticos locales, los medios de comunicación, los servicios de salud y las autoridades públicas.

## Hacer posible el uso de bicicletas

Las personas mayores montan en bicicleta menos, y en algunos países europeos no existía la cultura de ciclismo cuando los jubilados de hoy eran jóvenes. Si bien hay límites físicos para montar en bicicleta, el entrenamiento puede contribuir a la prolongación de las habilidades, y, en un círculo virtuoso, el

ciclismo ayudará a las personas mayores a mantenerse saludables. En el análisis específico por edad, se ha demostrado que los beneficios relativos de montar en bicicleta son más altos en los grupos de edad avanzada.

**Beneficios:**

- Las personas mayores ganan confianza montando en bicicleta y disfrutan de una mayor flexibilidad e independencia.
- Se crean oportunidades para actividades de grupo, superando el aislamiento social.
- Las sesiones de educación — sobre las normas de tráfico, ropa adecuada y habilidades de montar en bici — contribuyen a la seguridad vial, así como a la seguridad de los ciclistas individuales.
- Montar en bicicleta regularmente mejora la salud, incluso de aquellos con enfermedades crónicas.
- Un estudio de CyclingEngland reveló que los beneficios económicos de fomentar el ciclismo entre las personas de 45-64 años, son aproximadamente 270 euros por año por cada ciclista.

**Dirigido a:** Personas mayores que son todavía activas pero tienen problemas para utilizar las bicicletas estándar, jubilados que se sienten retados por el tráfico de hoy; personas de edad avanzada más jóvenes que sufren de enfermedades crónicas

**A BORDO:** la educación de pasajeros de autobuses es una buena manera de orientar a personas mayores a los nuevos sistemas de venta de billetes y otras tecnologías a bordo. Foto: Salzburg AG

**UNA MANO DE APOYO:** Un programa de París ofrece el servicio de acompañantes personales para los viajes en transporte público. Foto: Compagnons du Voyage

debido a los bajos niveles de actividad física, y los que nunca aprendieron a montar en bici.

**Socios colaboradores principales:** ONGs u organizaciones especializadas para implementar la educación de ciclismo, grupos de ciclismo, grupos medioambientales o agencias especializadas en el deporte y salud para participar así, con el equipo organizador, y el municipio local y los profesionales en el trabajo con personas mayores.

**Otros actores:** Centros sociales o de diferentes colectivos, clubes locales de ciclismo, centros de salud, comercios que venden, alquilan o fabrican bicicletas, la policía, fisioterapeutas, talleres de bicicletas, y los medios de comunicación locales.

## Eventos y Campañas de Movilidad

Muchas enfermedades relacionadas con el estilo de vida se pueden prevenir simplemente mediante la incorporación de actividad física regular en la vida de las personas mayores.

Las campañas y programas pueden fomentar el uso de modos de transporte activos y sostenibles en las actividades de tiempo libre. Más que la formación de personas en una habilidad, esas campañas motivan a las personas ofreciendo programas que son interesantes y de carácter social, y al mismo tiempo, incorporan la actividad física.

### Beneficios:

- Las campañas de seguridad vial conciencian a los conductores de las personas mayores como peatones y de sus necesidades específicas. A las personas de edad avanzada se les da consejos sobre la seguridad vial, animándoles a caminar y explorar su vecindario.
- Los días de Movilidad ofrecen la posibilidad a los actores de transporte público de demostrar que se preocupan por sus clientes más fieles y promover el transporte público como una forma de movilidad energéticamente eficiente.
- Las campañas para fomentar el caminar pueden conducir a la aparición de nuevos clubes de marcha en los que se pueden llevar a cabo los entrenamientos de esta disciplina deportiva.
- Los mapas hechos para personas mayores son mucho más útiles si son creados con la colaboración de participantes de la tercera edad.

**Dirigido a:** Determinados eventos o viajes pueden ser dirigidos a grupos específicos. Incluso los que tienen problemas de movilidad pueden beneficiarse de las actividades físicas (y sociales) organizadas a medida. Las campañas de ciclismo deberían centrarse en los que montaban en bicicleta regularmente en el pasado y que aún se sienten relativamente seguros en bicicleta. Campañas de seguridad vial deberían ser dirigidas a conductores de todas las edades. Se puede dirigir a planificadores urbanos si mediante la mejora de las instalaciones en las zonas urbanas se estimula el caminar.





**Socios colaboradores principales:** Las actividades pueden ser encabezadas por los diferentes estamentos de la ciudad, organizaciones de la tercera edad, organizaciones de la seguridad vial, organizaciones dedicadas a la salud o las ONGs.

**Otros actores:** Médicos o fisioterapeutas; organizaciones de seguridad vial o las unidades de seguridad vial de la policía; los líderes (voluntarios) de los grupos de marcha o ciclismo; sociedades de historia, naturaleza u otros grupos que pueden crear paseos temáticos; organizaciones que proporcionan información o servicios relacionados con la movilidad; y por último, las autoescuelas.

### Formación de conductores de autobús

El número de personas mayores que tienen permiso de conducir es más alto que nunca. Las empresas de transporte público, por lo tanto, deben hacer sus servicios atractivos para aquellos que tienen la opción de conducir. Si los pasajeros mayores de edad tienen a menudo malas experiencias en los autobuses, irán dejando de viajar en autobús y como resultado, pueden perder movilidad e independencia lo que provocará el aumento del número de coches en la carretera. En cualquier caso, la compañía de transporte pierde un cliente. A la inversa, los conductores de autobús que causan una buena impresión, mejoran la imagen de toda la empresa.

#### Beneficios:

- Las empresas de autobuses reciben menos denuncias (y más reconocimiento) de los pasajeros que viajan con los conductores de autobús bien formados.

- Los índices de accidentes bajan cuando los conductores comprenden y se adaptan a los desafíos que enfrentan los pasajeros mayores de edad (por ejemplo, dando tiempo a las personas mayores para encontrar un asiento antes de salir de una parada).
- La imagen de una empresa de transporte público se puede mejorar significativamente, mejorando los servicios a los ciudadanos de la tercera edad.

**Dirigido a:** Los conductores de autobús.

**Socios colaboradores principales:** Los programas de formación pueden ser iniciados por el municipio, las organizaciones de ciudadanos mayores, las sociedades sin ánimo de lucro o la empresa de transporte público en sí mismo. Sea quien sea el que inicie el programa, la empresa de transporte público debe apoyarlo si quiere tener éxito.

### Servicios de Apoyo a los Pasajeros en el Transporte Público

El uso del transporte público puede ser un reto para los pasajeros de cualquier edad sin experiencia, y la preocupación por la seguridad personal también ahuyenta a la gente a la hora de utilizar los autobuses o tranvías. Sin embargo, con el

**GENERACIÓN CONECTADA:** cursos de Internet en Munich (arriba) muestran cómo los pasajeros pueden obtener información de viaje. Foto: Green City



incremento de la proporción de mayores, las empresas que ofrecen transporte público, deben reconocer la necesidad de prestar los servicios que les permitan viajar con seguridad y con confianza. Esto incluye ayudarles a subir y bajar en los vehículos; asegurarles que tengan asientos; que les acompañen en un viaje de práctica, ofreciéndoles información y consejos sobre horarios, transbordos y billetes, y, por último, enseñarles el uso de máquinas expendedoras de billetes. Si los pasajeros mayores saben que los vehículos están limpios, que el apoyo está disponible, y que pueden tener la certeza de encontrarse con gente amable y servicial, serán, con más probabilidad, usuarios del transporte público.

#### **Beneficios:**

- La imagen del proveedor de transporte público se puede mejorar de manera significativa, lo que conduce a un incremento de ingresos.
- A través de su experiencia sobre el terreno, los asistentes pueden ayudar a los proveedores de transporte público a identificar las lagunas en los servicios.
- Los jóvenes que proporcionan ayuda a las personas mayores son un ejemplo para los demás.

**PLATAFORMA PARA EL CAMBIO:** En el sistema de PatentTicket en Colonia (arriba), los titulares de los abonos de transporte público están animados a introducir a sus amigos al uso de servicio de transporte público. Foto: Birgit Kasper

- Los consejos personalizados sobre cómo optimizar el uso del sistema, aumentan considerablemente la satisfacción de las personas mayores con el servicio de transporte público.
- Educar y sensibilizar a los jóvenes sobre las necesidades de las personas mayores es un aprendizaje para toda la vida.

**Dirigido a:** Personas mayores que están en condiciones físicas de moverse por su cuenta, pero que rara vez utilizan el transporte público, tienen dificultades para hacerlo, o simplemente necesitan un poco de ayuda. Un programa único está dirigido a los niños quienes, a menudo, ignoran las necesidades de quienes les rodean.

**Socios colaboradores principales:** Los programas pueden ser iniciados por un municipio, una organización de jubilados, una ONG, o voluntarios de la comunidad. Sin embargo, sin el apoyo del proveedor de transporte público, estos proyectos tienen pocas probabilidades de éxito. Las escuelas y los centros de la juventud son socios importantes en los programas de sensibilización dirigidos a los jóvenes pasajeros de autobús.

**Otros actores:** Los medios de comunicación son importantes en la difusión de la información y en la sensibilización.

### **Marketing de Viajes Hecho a Medida**

Los materiales de marketing de viajes hechos a medida proporcionan información sobre las opciones de transporte. La creación de tales materiales no (necesariamente) requieren el desarrollo de nuevos programas de movilidad: la tarea principal es recoger información sobre los servicios activos de

movilidad existentes, formación, seminarios, o actividades pertinentes para personas mayores, así como facilitar el contacto personal, información y la educación (donde hace falta) sobre las opciones adecuadas para cada individuo.

#### Beneficios:

- Promueve los programas, proyectos y servicios de valor ya existentes, antes de crear otros nuevos, que podrían competir con los anteriores.
- La gente habla sobre el proyecto y comparte el manual con amigos y familiares.
- Se crea una imagen positiva de la ciudad como comunicador de noticias a sus ciudadanos.
- Aunque el manual está dirigido a personas mayores, la información puede resultar útil para otros grupos de la sociedad.
- Aumenta la base de clientes para el transporte público.
- Construye relaciones entre los proveedores de servicios existentes, de esta manera, fortalecen las redes locales.

**Dirigido a:** Los que se acercan a la edad de jubilación y/o jubilados relativamente activos (entre 60 y 75 años de edad).

**Socios colaboradores principales:** ONGs, grupos jubilados o el Ayuntamiento. El apoyo de la ciudad aumenta, en gran medida, la credibilidad del programa para el público objetivo.

**Otros actores:** Grupos medioambientales, proveedores del transporte público, la policía y las organizaciones de ciclismo.

### Enfoque de “Entre Iguales” en el Transporte Público

Las personas de edad avanzada se consideran un grupo objetivo difícil de alcanzar cuando se trata de gestión de movilidad. A algunas personas mayores les resulta extraño recibir formación de una persona joven debido a sus diferencias en cuanto a la edad y la movilidad. Por ello, se sienten más identificados recibiendo consejos de personas de su misma generación. El enfoque de “entre iguales” aprovecha, por tanto, el hecho de que estas personas de tercera edad comprendan las necesidades

de su propia quinta. Una recomendación sobre un abono de autobús mensual o sobre el uso compartido de coches puede ser mejor recibido de un amigo de una misma generación, que de un mero folleto publicitario.

#### Beneficios:

- Un aumento en el número de pasajeros y titulares de abonos, incluidos los “jóvenes mayores”.
- Los proveedores de transporte público se benefician de las habilidades de sus pasajeros con experiencia, y ellos como formadores de su misma generación, valoran la posibilidad de ver el funcionamiento del sistema de transporte público local desde dentro.
- Las personas mayores tienen un idioma común y pueden beneficiarse de la experiencia propia de otra persona.
- A la mayoría de los formadores les resulta gratificante compartir sus conocimientos con sus compañeros para ayudarles así, a mejorar su movilidad.

**Dirigido a:** El enfoque de “entre iguales” tiene dos principales grupos objetivo: personas mayores que pueden explicar y promover el transporte público a otros ciudadanos de la tercera edad (formadores), y jubilados que reciben la información, recomendaciones y de apoyo (alumnos).

**Socios colaboradores principales:** La autoridad local de transporte público, (posiblemente) las autoridades locales o regionales, un moderador o consultor que facilita el proceso, y personas mayores actuando como formadores voluntarios o embajadores.

**Otros actores:** Estos podrían incluir los medios de comunicación y posiblemente las ONGs que se ocupan del transporte sostenible.

### Contacto

Rupprecht Consult — Coordinador de Proyecto

Matthias Fiedler

Tel: +49 221 60 60 55 22

E-mail: [m.fiedler@rupprecht-consult.eu](mailto:m.fiedler@rupprecht-consult.eu)

Con el apoyo de:



INTELLIGENT ENERGY  
EUROPE 

El contenido de este folleto es responsabilidad exclusiva de sus autores. No refleja necesariamente la opinión de las Comunidades Europeas. La Comisión Europea no se responsabiliza de las consecuencias cualesquiera deriven del uso de la información contenida en dicho folleto.

Szentendre ● marzo de 2011 ● Publicado por: The Regional Environmental Center for Central and Eastern Europe

Foto de portada: Green City

[www.aeneas-project.eu](http://www.aeneas-project.eu)