



ENTREGABLE 2.4

SISTEMAS DE BICICLETA PARA DISTINTOS GRUPOS OBJETIVO

WP 2: Organización de la Comunicación y
el Conocimiento

Publicado en noviembre 2016
www.velo-citta.eu

Project duration: 1/3/2014 - 28/02/2017
Authors: Janett Kalina (choice, Germany)
Project coordinator: DTV Consultants (The Netherlands)



Co-funded by the Intelligent Energy Europe
Programme of the European Union

The sole responsibility for the content of this document lies with the authors. It does not necessarily reflect the opinion of the European Union. Neither the EASME nor the European Commission are responsible for any use that may be made of the information contained therein.



Índice

Introducción	1
1 Requisitos del grupo objetivo	1
2 Cómo se benefician los sistemas de bicicletas de los grupos objetivos	4
3 Desafíos que vienen aparejados a cada grupo objetivo.....	7
4 Cómo abordar.....	9
5 Las actividades de VeloCittà.....	11



Introducción

Los sistemas de intercambio de bicicletas ofrecen un tipo de movilidad más sostenible para una amplia gama de usuarios (potenciales). Dependiendo del diseño organizacional y operacional, los sistemas sirven para la movilidad del ocio, negocios, desplazamientos y cualquier viaje diario en la ciudad.

VeloCittà distingue cinco grupos principales: residentes, estudiantes, ciudadanía que vive lejos de la ciudad, empleados y turistas. Los usuarios pueden encontrarse en más de uno de estos grupos objetivo, pero esta perspectiva ayuda a evaluar las necesidades y beneficios de los grupos de usuarios objetivos.

En el siguiente informe se evalúan los requisitos de cada grupo objetivo, los beneficios que aportan al programa, los desafíos que pueden provocar y una variedad de medidas de comunicación llevadas a cabo en el proyecto.

1 Requisitos del grupo objetivo

Los diferentes grupos objetivos tienen diferentes requisitos para un sistema de bicicletas que se adapte a sus necesidades de movilidad. Estos requisitos se refieren a la disposición espacial (por ejemplo, ubicación de la estación), la tecnología, las tarifas, la información y las condiciones marco tales como la situación general en términos de seguridad de la bici en la ciudad. En los capítulos siguientes se enumeran los principales requisitos que pueden tener los cinco grupos objetivo.

1.1 Residentes

Los residentes forman un grupo objetivo principal pero diverso en todas las ciudades. Adaptar sus necesidades de transporte y fomentar el cambio de comportamiento hacia una movilidad más sostenible son los principales motivos para la implementación de sistemas de bicicletas compartidas. Para satisfacer sus necesidades y lograr una aceptación duradera de la bicicleta compartida, algunos requisitos básicos deben ser cumplidos. Los principales aspectos a ser considerados y mejorados son:

- # Ubicación de los puntos de bicicleta: es muy importante que los puntos de bicicletas estén ubicados cerca de los centros de transporte público, cerca de zonas residenciales y destinos como los principales centros comerciales o grandes lugares de ocio.
- # Precio: la conveniencia económica de este modo de transporte es uno de los factores clave para motivar a los habitantes a cambiar su forma diaria de viajar dentro de la ciudad. Otras medidas importantes son tasas mensuales o anuales para hacer el servicio más accesible y la introducción de esquemas de “lealtad” del usuario.
- # Disponibilidad: es necesaria una alta disponibilidad de bicicletas y servicio de redistribución de bicicletas bien equilibrado. El uso masivo de los residentes suele



ser durante los fines de semana y después de las horas de trabajo, ya que la mayoría de este grupo objetivo utiliza las bicicletas para fines de ocio.

- # Seguridad: los residentes necesitan percibir todo el sistema - el registro, las bicicletas en sí y la infraestructura de la bici - como seguro. A pesar de que un sistema de bicicletas puede ser ampliamente conocido, como en Londres, si la percepción común es que el ciclismo en la ciudad es peligroso, puede minar completamente su uso.

1.2 Estudiantes

Los estudiantes a menudo utilizan modos sostenibles de transporte y gran parte de ellos la bicicleta. Por lo tanto, son un grupo objetivo importante para los sistemas de bicicletas compartidas. Para satisfacer sus necesidades y lograr una aceptación duradera del uso compartido de bicicletas, se deben cumplir los siguientes requisitos básicos.

- # Ubicación: las estaciones de intercambio de bicicletas deben estar ubicadas en los campus y cerca de las áreas de viviendas de estudiantes. Es necesario un análisis en profundidad de los patrones de movilidad del estudiante para cubrir sus necesidades durante el día (campus a campus, campus a casa y campus a biblioteca).
- # Disponibilidad: un gran número de bicicletas deben estar disponible en las estaciones en los campus y en otros lugares donde un gran número de estudiantes tiene la misma necesidad de movilidad al mismo tiempo. Las estaciones frente a los edificios principales deben proporcionar por lo menos 20-50 bicicletas / punto. Esto es normalmente posible porque las áreas del campus están sujetas a menos regulaciones que caminos y áreas adyacentes. Se debe tener en cuenta que estas bicicletas se utilizan menos o nada en absoluto durante los fines de semana y los descansos semestrales.
- # Precio: los estudiantes, que a menudo tienen grandes descuentos en transporte público y, a menudo, usan bicicletas propias, no están dispuestos a pagar altos precios por uso o por año.
- # Acceso a Smartphone: la mayoría de los estudiantes poseen teléfonos inteligentes u otros dispositivos; están familiarizados con las tarjetas y por lo tanto no necesitan terminales sofisticados u otra infraestructura de alquiler. Una opción es juntar sus tarjetas de estudiante (ID de estudiante o tarjetas de transporte público) y darles a todos acceso al sistema a bajo coste.

1.3 Ciudadanía que vive lejos de la ciudad

Ciudadanía que vive lejos de la ciudad necesitan opciones para su transporte diario. Los sistemas de bicicletas ofrecen una solución para la última milla para los usuarios de transporte público. Para proporcionar un sistema de bicicletas compartidas que se adapte a sus necesidades, los siguientes aspectos principales deben ser considerados:

- # Precio: la conveniencia económica de este modo de transporte es uno de los factores clave para motivar a la ciudadanía a cambiar su forma diaria de viajar dentro de la ciudad. Deben tener tarifas para el uso regular, tales como bonos mensuales o anuales.



- # Ubicación de los puntos de bicicleta: las estaciones de bicicletas compartidas deben situarse cerca de estaciones de tren y metro y lugares de trabajo. Otra solución estratégica es la solución *park and ride* con la localización de puntos de bicicleta en la proximidad de áreas de estacionamiento.
- # Alta disponibilidad de bicicletas: las bicicletas y puntos de bicicletas deben estar disponibles durante las horas pico. Requiere de un sistema con equilibrio bien organizado.
- # Información sobre viajes: este tipo de viajeros requieren información en tiempo real integrada (por ejemplo, aplicaciones) para tener información sobre las bicicletas disponibles y puntos vacíos disponibles en cualquier momento.
- # Ticket integrado: un ticket integrado, preferiblemente con una tarjeta de transporte público, facilita el uso diario.

1.4 Empleados

Los empleados como usuarios de sistemas de bicicletas compartidas sólo tienen una prioridad: que no haya problemas. Para que un sistema de bicicleta pública pueda competir con el resto de transportes debería ser mejor o superior con respecto a:

- # Disponibilidad: las estaciones deben estar disponibles en las instalaciones de la empresa y en el punto de destino. Las bicicletas deben estar disponibles en cualquier momento. Unas bicicletas de reserva disponibles en empresas pueden aumentar la confiabilidad.
- # Confiabilidad: el trabajador debe poder confiar en el funcionamiento técnico de la bicicleta. Han de estar preparadas respecto a los pinchazos, las luces, la cadena o los engranajes y el mantenimiento debe ser impecable.
- # Precio y facturación: Los empleados requieren paquetes atractivos con tarifas reducidas y / o paquetes de minutos por empleado si hacen facturación a empresas. Además, dependiendo de los requisitos legales / fiscales locales, el operador debe disponer de fácil desglose de los costes de viaje, preferiblemente con soluciones comunes con el resto del transporte público. Para los empleados, los subsidios pagados por el empleador son un incentivo muy atractivo.

1.5 Turistas

Los turistas forman un grupo objetivo importante en casi todos los sistemas de intercambio de bicicletas. Para satisfacer sus necesidades y lograr una imagen positiva y duradera de la bicicleta compartida, algunos requisitos básicos deben ser cumplidos.

- # Alta visibilidad: en muchos sistemas de intercambio de bicicletas hay falta de visibilidad entre los turistas. Los turistas necesitan claramente estaciones visibles a lo largo de los principales lugares de interés turístico, cerca de la estación de tren o autobús y hoteles.



- # **Facilidad de uso:** el registro debe ser tan simple y sencillo como sea posible y la información sobre el registro debe estar disponible al menos en inglés y preferiblemente en idiomas adicionales basados en los principales orígenes turísticos.
- # **Seguridad:** los turistas necesitan percibir todo el sistema - registro, las bicicletas en sí y los carriles bici - como seguro. A pesar de que un sistema de bicicletas puede ser conocido, como en Londres, si la percepción común es que el ciclismo en el destino turístico es peligroso, esto puede minar completamente su uso.
- # **Ticket integrado:** una tarjeta única o un ticket para transporte público y bicicletas compartidas ofrece a los turistas un viaje multimodal sencillo y atractivo. Con la posibilidad de conectar el uso compartido de bicicletas con otros modos de transporte, se están creando nuevas opciones de movilidad.

2 Cómo se benefician los sistemas de bicicletas de los grupos objetivos

Conseguir nuevos usuarios potenciales no sólo aumenta el número de clientes, sino que cada grupo objetivo puede mejorar el funcionamiento del sistema con sus requisitos específicos y su comportamiento. Para una operación sólida y rentable, los operadores deberían dirigirse a más de uno de los principales grupos objetivo, ya que los diferentes lugares y tiempos de uso, los flujos de volumen de negocios y las necesidades de infraestructura equilibran el sistema.

2.1 Residentes

Involucrar activamente a los residentes y dirigirlos como usuarios del sistema local de bicicletas genera una serie de beneficios para el propio proyecto y para el municipio.

- # **Visibilidad y percepción:** los residentes pueden aumentar el volumen de usuarios, aumentando así la visibilidad general del sistema. Pueden tener una influencia positiva en otros usuarios con el boca a boca. Cuando se tienen residentes satisfechos con el sistema, suelen ser leales durante mucho tiempo.
- # **Tamaño y densidad del sistema:** estaciones nuevas o ampliadas en grandes destinos de ocio como estadios, centros comerciales, gimnasios, playas o piscinas contribuyen directamente al tamaño general del programa.
- # **Facturación:** a pesar de que los residentes no tienen una alta disposición a pagar, pueden contribuir al sistema colectivamente. También una demanda constante de la gente que vive dentro de la ciudad es buena para el negocio, puesto que proporciona unos ingresos significativos.
- # **Conducta respecto la movilidad:** un comportamiento respecto a la movilidad en los primeros años de una persona puede tener un impacto duradero en el comportamiento en la vida adulta. Familiarizar a los residentes desde una edad temprana con la movilidad compartida y con el ciclismo en general puede consolidar un estilo de vida independiente del coche. Por otra parte, la experiencia positiva de



la bici de los residentes puede traer un valor añadido y beneficios no sólo en los sistemas de bicicletas compartidas, sino en general a la movilidad en bicicleta.

2.2 Estudiantes

La decisión de involucrar activamente a los estudiantes y de dirigirlos como usuarios del sistema local de bicicletas, genera una serie de beneficios para el sistema, para la universidad y para el municipio.

- # Visibilidad y percepción: los estudiantes usan la bicicleta con frecuencia. Se puede aumentar la visibilidad global del sistema.
- # Tamaño y densidad del sistema: estaciones nuevas o ampliadas en las instalaciones de la universidad, cerca de los campus o cerca de las áreas de viviendas de estudiantes, contribuyen directamente al tamaño general del sistema.
- # Facturación: a pesar de que los estudiantes no tienen una alta disposición individual a pagar, pueden contribuir al sistema colectivamente. El sistema de uso compartido de bicicletas puede incluirse, por ejemplo, en la estructura universitaria de pagos para recibir una pequeña contribución de un gran número de personas.
- # Apertura del mercado: las universidades son un escaparate ideal de las ciudades donde los sistemas de bicicletas no existen (todavía). Los operadores pueden trazar un plan universitario para convencer al municipio de que el uso de bicicletas compartidas complementa el paisaje de movilidad de la ciudad.
- # Desarrollo de productos: los estudiantes son creativos y están dispuestos a dedicar mucho tiempo y pasión al desarrollo de conceptos y productos futuros. Los operadores pueden aprovechar este potencial para mejorar sus servicios con nuevas ideas.

2.3 Ciudadanía que vive lejos de la ciudad

La experiencia positiva y el uso regular de estos viajeros aportan un valor añadido y beneficios no sólo en los sistemas de uso compartido de la bicicleta, sino también en el transporte público y en la visión general de la movilidad.

- # Visibilidad: al igual que otros usuarios frecuentes, estos viajeros usan las bicicletas regularmente y hacen la bici en general y los sistemas de bicicletas visibles en las calles de la ciudad.
- # Tamaño del sistema y densidad: es necesario estaciones con gran capacidad en paradas de transporte público, instalaciones de *park and ride* y en lugares de trabajo, que contribuyen directamente al tamaño y a la disposición total del sistema.
- # Redistribución: estos viajeros son un grupo objetivo confiable en términos de tiempo de uso y ubicación. Por lo tanto, proporcionan al operador información confiable sobre la redistribución.
- # Facturación: estos viajeros, principalmente mediante suscripciones mensuales o anuales, aportan un flujo de ingresos constante y fiable.
- # Transporte público: dependiendo de la estrategia general, el uso compartido de bicicletas puede liberar presión de las líneas de transporte público muy frecuentadas



o incrementar la utilización, haciendo que el sistema general de transporte público sea más atractivo, con ofertas integradas y soluciones confiables de primera y última milla.

2.4 Empleados

Los empleados son un grupo objetivo difícil de alcanzar porque sólo pueden ser abordados a veces indirectamente a través de su empleador. El cliente pagador del operador es la empresa, que necesita tomar conciencia de los beneficios del sistema de uso compartido de bicicletas. Sin embargo, la participación de las empresas y sus empleados trae una serie de beneficios para el sistema de bicicletas:

- # Tamaño y densidad del sistema: las estaciones nuevas o ampliadas en zonas industriales o cerca de grandes edificios de oficinas contribuyen directamente al tamaño general del sistema. Las empresas pueden participar en la inversión de la estación y "ordenar" sus propias estaciones en sus instalaciones.
- # Facturación: los contratos marco con grandes empresas ofrecen un flujo de ingresos considerable al sistema. A pesar de las tarifas reducidas, puede crear un volumen de facturación fiable y significativo.
- # Imagen: asociarse con grandes empresas puede traer mejor imagen para ambas partes. Las empresas fortalecen su imagen sostenible, mientras que el operador de bicicletas es percibido como socio de la industria local.

2.5 Turistas

No todos los sistemas de bicicletas permiten a los turistas registrarse y competir con los servicios privados de alquiler de bicicletas ya que a menudo se considera una influencia inapropiada del mercado con el dinero público. En los sistemas que sí se permite que los turistas se registren, forman un grupo objetivo muy beneficiado.

- # Visibilidad y percepción: para muchas ciudades, los turistas vienen en un número tan grande que son un gran potencial para aumentar la visibilidad general del sistema. Sus experiencias positivas con la bicicleta consiguen valor añadido y beneficia no sólo a los sistemas de bicicleta sino en general a la movilidad en bicicleta de la ciudad.
- # Marca de ciudad: como las ciudades están compitiendo por los turistas, invierten un gran esfuerzo en la presentación de su ciudad como moderna e innovadora. En este contexto, el sistema de bicicletas compartida puede ser visto como un servicio respetuoso con el medio ambiente para apoyar la modernidad y la individualidad de una ciudad. Conocer la ciudad en bicicleta se puede promover como una experiencia única. Los sistemas de intercambio de bicicletas y la comercialización de la ciudad deben ir de la mano y pueden abrir nuevas áreas de turistas.
- # Tamaño del sistema y densidad: estaciones nuevas o ampliadas en los principales destinos turísticos, cerca de los hoteles o de los centros de conferencias o congresos, contribuyen directamente al tamaño general del sistema.



- # Facturación: los turistas generalmente tienen una alta disposición individual a pagar y, por lo tanto, pueden contribuir a un volumen de negocios adicional considerable al sistema.

3 Desafíos que vienen aparejados a cada grupo objetivo

La participación de diferentes grupos objetivo trae consigo diferentes desafíos. Estos desafíos deben considerarse desde las perspectivas operacionales y de costes. Estudiar los beneficios y desafíos, así como los efectos potenciales que los grupos objetivo tienen unos sobre otros - a veces los efectos se neutralizan entre sí, a veces se amplifican mutuamente - es esencial para un funcionamiento correcto y sostenible del sistema de bicicletas.

3.1 Residentes

Los residentes no sólo traen beneficios para el sistema local de intercambio de bicicletas, sino que también pueden poner el sistema a prueba.

- # Costes operativos: la construcción de infraestructura en una amplia gama de áreas residenciales y asegurar una redistribución adecuada es costosa. Las ciudades a menudo eligen empezar por una escala más pequeña y en el centro de la ciudad.
- # Localización de las estaciones: los residentes están obviamente dispersos por toda la ciudad, mientras que la mayoría de las estaciones están en la mayoría de los casos en el centro de la ciudad, cerca de sitios turísticos o en las principales áreas industriales / oficinas. Los vecindarios más remotos suelen tener una menor densidad de clientes potenciales y, por lo tanto, menos bicicletas, si es que hay, disponibles. Esto podría disuadir a los residentes a probar el sistema y conduce a un grupo potencial mucho menor de clientes. Un municipio debe centrarse en las acciones de marketing en un sub-segmento de los residentes que viven en el centro de la ciudad o cerca de otras estaciones por lo tanto.
- # Oposición local: los residentes pueden rechazar el uso compartido de la bicicleta debido, por ejemplo, al lugar que ocupan las bicicletas en sus aceras, al peligro potencial de tener ciclistas cerca de patios de recreo o áreas frecuentadas por personas mayores o niños, o perder aparcamientos para automóviles a favor de estaciones de bicicletas. Los residentes son más propensos que otros segmentos de población a organizar oposición contra el sistema juntando asociaciones de vecinos o grupos locales y coordinando las quejas contra el municipio.

3.2 Estudiantes

Los estudiantes traen no sólo beneficios para el sistema local de bicicletas, sino que pueden poner el sistema a prueba.

- # Disponibilidad del sistema: cuando se ofrece el sistema a bajo coste, es muy utilizado por los estudiantes. Los alquileres largos y muy frecuentes en algunas estaciones, reducen, sin embargo, la disponibilidad total de bicicletas para otros usuarios.



- # Costes operacionales: los patrones de movimiento colectivo de los estudiantes desafían al sistema de redistribución del operador. Las bicicletas tienen que ser movidas desde puntos centrales a las estaciones circundantes, p.e. cuando se usan todas las bicicletas alrededor del campus al mismo tiempo. Además, los costes de mantenimiento aumentan cuando las bicicletas son muy usadas.
- # Lealtad temporal del cliente: una vez que los estudiantes se gradúan, tienden a alejarse de su ciudad de educación. Por lo tanto, la fidelidad del cliente a menudo termina, es limitada.

3.3 Ciudadanía que vive lejos de la ciudad

- # Disponibilidad de la bicicleta: los viajeros utilizan las bicicletas en gran medida durante las horas pico en días laborables desde y hasta las paradas de transporte público y lugares de trabajo. Hace que se concentre el sistema en ciertos puntos y es un gran desafío para la redistribución.
- # Volumen de negocio: una vez que los viajeros adoptan la bicicleta compartida en su comportamiento diario de movilidad, lo utilizan con frecuencia, a menudo más de 100 veces al año. Si se proporcionan suscripciones anuales o mensuales, la facturación por viaje es pequeña. Como los viajeros casi nunca usan las bicicletas más de 30 min, que es el tiempo incluido gratuito, no se genera grandes volúmenes de negocio.

3.4 Empleados

Los empleados plantean algunos retos que difieren de otros grupos objetivo:

- # Lealtad del usuario: los empleados que no encuentran ninguna bicicleta disponible apenas unas pocas veces, podrían volver a sus medios habituales de movilidad. Como no están directamente vinculados al operador, el desarrollo de la lealtad del cliente puede ser difícil.
- # Volumen de negocio: cuando las empresas terminan el contrato, el operador del sistema pierde una cantidad considerable volumen de negocio.
- # Localización: siempre que una empresa decide dejar de ofrecer este sistema para los empleados, la infraestructura específica en las instalaciones de la empresa se vuelven inútiles.

3.5 Turistas

No todos los sistemas permiten a los turistas registrarse. Algunos de los siguientes puntos podrían ser las razones:

- # Disponibilidad del sistema: Los alquileres largos y muy frecuentes en los puntos de atracción turística reducen la disponibilidad total de las bicis para otros usuarios. La redistribución puede ser logísticamente compleja para el centro de la ciudad, posiblemente libre de automóviles (acceso restringido).
- # Costes operativos: la construcción de infraestructura del sistema en el centro turístico o cerca de lugares de interés a menudo es difícil debido a la protección



especial o la falta de espacio. Además, los costes de mantenimiento aumentan cuando las bicicletas son muy usadas.

- # Bajo nivel de fidelidad del cliente: los turistas por definición sólo visitan la ciudad y por lo tanto no forman una base de clientes fiable y fija.
- # Seguridad: Los turistas no siempre están familiarizados con el ciclismo, lo que puede ofrecer desafíos relacionados con la seguridad y la infraestructura.
- # Alquiler de bicicletas privadas: las empresas de alquiler de bicicletas privadas suelen considerar la posibilidad de cofinanciar con fondos públicos su servicio al ser un servicio de interés para la ciudad.

4 Cómo abordar...

El siguiente capítulo incluye sugerencias y consejos para abordar los cinco grupos objetivo principales y satisfacer sus requisitos que debe cumplir el sistema.

4.1 Residentes

Se recomiendan las siguientes acciones:

- # Incluir a los residentes cuando sea posible en el proceso de planificación al implementar o expandir un sistema de bicicletas. Hay que dar la oportunidad de escuchar sus deseos, temores o quejas y responder adecuadamente.
- # Utilice una gran variedad de ocasiones dentro y alrededor de la ciudad para que los residentes conozcan y se sientan cómodos con el sistema de uso compartido de bicicletas. Por ejemplo, la apertura de un nuevo centro comercial o una piscina, un gran festival de música, noticias sobre el aumento de la congestión, etc. El sistema debe convertir estas ocasiones en (primeros) paseos y una experiencia positiva del cliente.
- # Utilizar una variedad de departamentos dentro del municipio para promover y explicar el sistema de bicicletas, como por ejemplo, departamentos relacionados con el registro de nuevos residentes, educación, transporte, seguridad, etc. Como ejemplo, los nuevos residentes podrían recibir folletos y vales para el uso del sistema con sus documentos de registro.
- # Utilizar canales locales de comunicación como la radio local, periódicos, revistas locales... para ofrecer campañas informativas sobre el sistema y las oportunidades, aspectos de salud, conveniencia, etc.
- # Hacer hincapié en que el aumento de la disponibilidad del sistema de bicicletas probablemente dará como resultado la mejora de la salud del vecindario y un entorno urbano más vibrante, mejorando así el entorno urbano local y beneficiándose al mismo tiempo de ganancias económicas.



4.2 Estudiantes

Los operadores del Sistema de intercambio de bicicletas que quieran orientar a los estudiantes deben considerar que hay que abordar dos grupos diferentes: los propios estudiantes como usuarios y las universidades u organizaciones de estudiantes como posibles pagadores.

- # Definir los objetivos exactos que se quieren alcanzar mediante la participación de los estudiantes (por ejemplo, aumentar el número de bicicletas y estaciones, aumentar el volumen de negocio, aumentar la visibilidad, fortalecer la red local) y supervisar los resultados.
- # Incorporar la identidad visual de la institución respectiva, p.e. utilizando los colores de la universidad y el logotipo de las estaciones en sus instalaciones, con una aplicación en el móvil o con otros medios de acceso.
- # Al dirigirse a los estudiantes, la comunicación ha de ser sencilla, subrayando aspectos como flexibilidad, sostenibilidad, diversión, conveniencia, modernidad e identificación con la ciudad y la universidad.
- # Al dirigirse a las universidades y las organizaciones de estudiantes, hay que ilustrar aspectos como sostenibilidad, imagen, estrategia de movilidad y redes de actores locales.
- # El marketing y la comunicación a varios grupos a la vez está bien desarrollado en universidades e instituciones similares. Utilizar la infraestructura de comunicación existente: revistas, información semestral, aplicaciones o grupos de noticias. Además, hay que estar presentes en eventos y aprovechar la oportunidad de contribuir al trabajo académico con conferencias o seminarios.

4.3 Ciudadanía que vive lejos de la ciudad

Recomendaciones:

- # Asociarse con el (los) operador (es) local (es) de transporte público para proporcionar a los viajeros una información integrada con soluciones fáciles y accesibles y con campañas de comunicación.
- # Trabajar junto con las empresas. Empresas y en concreto los agentes de movilidad de las empresas pueden ser actores de colaboración y pueden contribuir a alentar a los empleados a experimentar el sistema (p.e. campañas de tickets con descuento, comunicación y marketing dentro de los edificios de las empresas ...)
- # Proporcionar más capacidad en las paradas centrales de transporte público y en los lugares de trabajo.
- # Utilizar las campañas existentes, como el *European Cycling Challenge*, para promover viajes en bicicleta al trabajo.

4.4 Empleados

Los operadores de sistemas de bicicletas que deseen dirigir a los empleados deben tener en cuenta que hay que abordar dos grupos diferentes: los propios empleados como usuarios del



sistema y los empleadores o empresas como posibles contribuyentes. Se recomiendan las siguientes acciones:

- # Contactar a las empresas en el área industrial o en áreas con grandes edificios de oficinas y dejarlas pagar o patrocinar (adicionales) estaciones cerca de sus instalaciones.
- # Hacer un acuerdo para las empresas que podrían incluir una suscripción por adelantado para los empleados, una suscripción por adelantado para los clientes, con un programa de fidelización o patrocinando estaciones. También se puede incluir un seguro o provisión de cascos.
- # Hacer más estaciones disponibles en el área industrial para que los empleados utilicen el sistema en combinación con el transporte público.

4.5 Turistas

Los turistas, que están en la ciudad sólo por un tiempo muy limitado, deben ser abordados de la siguiente manera:

- # Hacer el sistema lo más accesible posible para los turistas. Proporcionar sitios web e información in situ en diferentes idiomas y proporcionar un fácil registro y servicio de pago.
- # Asociarse con los hoteles para ofrecer la bicicleta como opción de movilidad flexible durante su estancia. Los sistemas con procedimientos de registro complejos pueden proporcionar a los hoteles tarjetas de acceso y software de facturación que permitirían a los turistas utilizar el servicio sin necesidad de registro adicional.
- # Incluir el uso compartido de la bicicleta en la tarjeta de turista que la ciudad ofrece.
- # Dar a los turistas un sentido de seguridad dando instrucciones de lo que se espera de ellos en términos de comportamiento, reglas y regulaciones en las calles.
- # Crear rutas para la bici simples dentro y fuera de la ciudad con información sobre las atracciones y lugares de interés que pueden encontrar en el camino. Hacer por ejemplo una Ruta de la Arquitectura, Ruta de la Comida, Ruta de Parques, Ruta Histórica, Ruta de Canales y Ríos, etc.

5 Las actividades de VeloCittà

Durante VeloCittà, seis socios en cinco ciudades llevaron a cabo una serie de medidas para conseguir usuarios existentes o potenciales. Algunas de estas medidas se describen brevemente en los siguientes capítulos. Para una revisión más detallada, consulte el "Informe sobre actividades de comunicación y operación" (entregable del proyecto número 3.5).

5.1 Burgos

El sistema Bicibur local fue optimizado de muchas maneras durante VeloCittà. El sistema fue actualizado con 100 nuevas bicicletas y una nueva web. A medida que el número de inscripciones cayó tras la introducción de una cuota de suscripción anual de 15 €, el objetivo



principal de la campaña en Burgos fue aumentar el número total de inscripciones. Bicibur duplicó el número de usuarios activos de menos de 500 en 2014 a alrededor de 1.000 en 2016.

Se hizo principalmente centrándose en residentes, estudiantes y trabajadores. Una campaña en 2016 informó ampliamente sobre las opciones de registro y se llevó a cabo un sorteo para los nuevos usuarios.



Figura 1: Poster informativo sobre el concurso a los nuevos usuarios

Bicibur desarrolló promociones en la universidad y en eventos estudiantiles para hacer conocer la oferta entre los estudiantes. El estudiante podía además utilizar la web para inscribirse al sistema Bicibur después de un proceso de registro simplificado.



Figura 2: Promociones en la Universidad

Para potenciar la integración de Bicibur y el transporte público (bus), durante el proyecto se promovió la opción de utilizar el sistema de bicicletas compartidas con el BonoBur (abono de autobuses).



5.2 Cracovia

Cracovia estaba atravesando el proceso de licitación e implementación de un nuevo sistema de reparto de bicicletas durante el proyecto. Por lo tanto, las actividades se centraron en una promoción general del ciclismo en la ciudad y en información sobre el próximo plan.

En el verano de 2016, las bicicletas para el nuevo sistema fueron presentadas al público. El departamento de infraestructura y transporte (ZIKiT) llevó a cabo una encuesta para permitir a los ciudadanos decidir el nuevo nombre para el sistema. Entre las cuatro opciones, WAVELO fue elegida para ser la nueva oferta local de bicicletas compartidas.



Figura 3: El nuevo WAVELO



Figura 4: Excursión en Bicicleta en la ciudad

La ciudad ofreció dos tipos diferentes de excursiones, una dirigiéndose a los residentes y centrándose en la seguridad de la bicicleta y ciclismo de todos los días en Cracovia, y una que ofrece diferentes tours temáticos de bicicleta para los turistas.

Para aumentar el ciclismo en general y el uso compartido de bicicletas específicamente entre los estudiantes, la ciudad patrocinó a los estudiantes la bicicleta en eventos universitarios.



Figura 5: Estudiantes patrocinados. Rally de Endorfinas de la Universidad Tecnológica de Cracovia

5.3 Londres

Santander Bikes en Londres al ser promovida por TfL y por el Banco Santander, ellos son los que realizan campañas en la ciudad. Esto deja poco espacio para las actividades individualizadas, pero TfL apoya a los municipios con eventos proporcionando personal que explica el sistema a los asistentes.

Lambeth se centró en los residentes en vecindarios específicos y en los estudiantes que viven en la ciudad.



COME AND DISCOVER

THE SECRETS TO THE CYCLES

Saturday 5th March from 12-3pm
at the Ashmole Tenants Hall,
next to the Santander Cycles docking station.
There will be a pop-up playground for the littluns
and a free hot dog for the first 100 people.

Bring this voucher for a **FREE** hot dog (first come first served).
When it's gone, it's gone. One dog per voucher

Lambeth VC Santander Cycles

Figura 6: Poster dirigido a los residentes de Lambeth

FREE EVENT

ON VAUXHALL PLEASURE GARDENS
NR TEA HOUSE THEATRE

Sunday 8th March from 2-5pm
Learn how to use Santander Cycles.
Instructors from Cycle Confident show you how to use the bike.
Chunt Riders.

Twitter Competition
Take a pic of you or your
friends on one of the bikes
and tweet
@LambethResidents and
@SantanderCycles
to be in with a chance
of winning a year's free
membership

Use promo code enclosed for **FREE** 24 hour bike access
on Santander Cycles. ride charges may apply

Lambeth VC Santander Cycles

Figura 7: Posters en Lambeth



Figura 8: Patios de recreo para residents en Lambeth



Figura 9:Trucos para la Bicicleta en Lambeth



Figura 10: Información a los residentes en Lambeth



Figura 11: Promoción del Sistema en Lambeth

Londres Southwark decidió, como parte de la amplia campaña de marketing, utilizar métodos más tradicionales y para que la instalación del punto de bicicletas de Harper Road probaría una técnica de comercialización más experimental, literalmente llevando el mensaje a la vida.

Inicialmente, Light Follows Behavior fue contratada para trabajar en una instalación de iluminación. Los problemas se encontraron a través del proceso de diseño con las columnas de luz existentes incapaces de sostener el peso de las estructuras de iluminación adicionales. Debido a esto, la comisión no continuó con las fases de construcción e instalación.

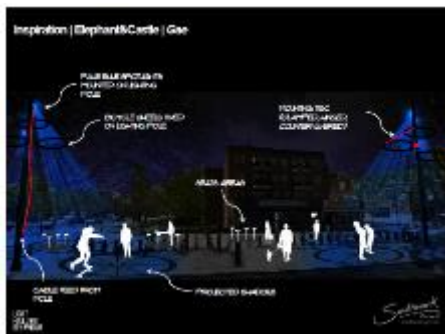


Figura 12: Concepto de instalación de la luz

El Colegio de Comunicaciones de Londres fue el encargado finalmente de desarrollar la idea para Harper Road. El pliego para el producto final se dejó intencionalmente abierto para permitir a los diseñadores responder a la comunidad local y desarrollar un concepto que efectivamente promovería el sistema de bicicletas Santander. Los expertos entrevistaron a personas en la calle antes de desarrollar un concepto. El diseño de *Superdigitos* fue concebido como una respuesta a los comentarios de los residentes locales y las empresas que no sabían cuán lejos están los sitios en bicicleta. (La mayoría de las respuestas acerca de por qué no había más bici o se usaba poco el sistema de alquiler se debió a la percepción de ciclismo como inseguro.) *Superdigitos* claramente define lo lejos que están los puntos de referencia en bici - con números enormes que muestran la distancia.



Figura 13: Concepto de "SuperDigitos"



Figura 14: "SuperDigitos" en las calles

La campaña #cyclehappy del municipio combinó elementos en la calle y comunicación en línea para promover el uso compartido de bicicletas y la bici en general a residentes y empleados.



Figura 15: Campaña #cyclehappy en el verano de 2016



Figura 16: #cyclehappy para empleados

Además de estos enfoques, Southwark también se asoció con *Transports for London* para llegar a residentes, estudiantes de la Universidad de South Bank y las empresas. *TfL* apoyó las campañas con bonos gratuitos, personal para informar a los usuarios potenciales y materiales de marketing.



Figura 17: Santander apoyó el Día del Trabajo en Bicicleta

Los esfuerzos de comunicación y la estrecha cooperación con TfL y los operadores del sistema han demostrado ser exitosos. En 2015, cerca de 3.300 residentes eran miembros del sistema de alquiler de bicicletas de Barclays y usaban las bicicletas más de 300.000 veces.

5.4 Padua

Ambos actores, el operador del sistema GoodBike, Bicincitta, y la administración de la ciudad, son socios de VeloCittà. Durante el proyecto, trabajaron conjuntamente en la mejora del sistema.

El foco principal se puso en los residentes: con nuevos materiales de comercialización, p.e. Folletos y carteles. La campaña fue acompañada de actividades en redes sociales y spots de radio. En la primavera de 2016 un total de 360 anuncios de radio fueron emitidos por las estaciones de radio locales para promover el sistema.

Al mismo tiempo, se introdujo una nueva aplicación en GoodBike para facilitar los procesos de registro y uso.



Figura 18: Poster de la Campaña

Figura 19: Folleto de GoodBike



Figura 20: Evento sobre la Bicicleta con el Concejal

La administración de la ciudad incorporó GoodBike en la promoción del ciclismo en general y llevó a cabo varios eventos, dirigidos principalmente a residentes y estudiantes. Los políticos como el Concejal de movilidad participaron y ayudaron a conseguir la cobertura de los medios como un asunto vital para la ciudad.

GoodBike y la ciudad estuvieron presentes en los eventos de la Semana de la Movilidad Sostenible, la Expobici, la feria M'illumino di meno y muchos más.



Figura 21: Festival de la Bicicleta en 2015

Además, se ofrecieron descuentos para estudiantes y viajeros que se registraron durante el período de la campaña. Asimismo, 30 gestores de movilidad de empresas locales recibieron información sobre el servicio y soporte para informar a sus empleados sobre la oferta.



Figura 22: Folleto para estudiantes

5.5 Szeged

CityBike Szeged es operado por una empresa privada (Sund) y sin apoyo financiero del municipio. Durante VeloCittà, Sund mejoró la identidad corporativa, mejoró la web y desarrolló una serie de productos de merchandising, como camisetas, pegatinas, etc.



Figura 23: Merchandasing CityBike

La clave para el operador era hacer que CityBike fuera ampliamente conocido y establecer la oferta en la ciudad. El recientemente desarrollado CityBike Pass fue desarrollado y comercializado.



Sund también trabajó en el fortalecimiento de la cooperación con la ciudad. Un folleto, incluyendo también la oferta de CityBike, fue producido y distribuido a 75,000 hogares por la administración de la ciudad.



Figura 24: Promoción en el Festival organizado



Figura 25: Paseos en Bicicleta en el Festival Rose

Además, CityBike Szeged estuvo presente en diferentes eventos con enfoque en residentes, estudiantes y turistas. Los cupones gratuitos, que fueron entregados en estas y otras ocasiones, provocaron que los usuarios potenciales se registraran. De octubre de 2014 a octubre de 2016, el número de usuarios aumentó de 1.600 a 3.900.

Figura 26: Cupones para prueba gratuita



About VeloCittà:

The European VeloCittà project brought together five cities that seek to improve their existing bike sharing schemes. In London (UK), Krakow (PL), Burgos (SP), Padua (IT) and Szeged (HU) the performance of the bike sharing system was enhanced through two complementary approaches. On the one hand marketing campaigns tailored to certain target groups, like students or commuters. And on the other hand adoption of the most effective available operational solutions with regard to organisational and financial aspects as well as political involvement. The ultimate benefit of VeloCittà is that it provides inspiration and builds capacity and knowledge in local authorities and bike sharing stakeholders to boost the uptake of bike sharing.

VeloCittà is a demonstration project co-funded by the Intelligent Energy Europe Programme of the European Commission. It had 11 project partners. It ran from March 2014 – February 2017.

For more information, questions, project outputs and reports, please visit www.velo-citta.eu or send an email to info@dtvconsultants.nl

Partners:

