

# C-Force: Cocreación de Campaña de Bicicletas

2016

 **Universidad**  
Universidad de Gante

**País**  
Bélgica

**Ubicación**   
Centro urbano

**Tamaño**   
40,000-50,000

**Estructura Organizativa de Movilidad**   
*Equipo de movilidad o gestor de movilidad*

## Resumen

La campaña C-Force es una iniciativa de y para estudiantes, para animarlos a desplazarse en bicicleta y promover la movilidad sostenible hasta y desde el campus de la universidad. En primer lugar, se quiere alcanzar esta meta a través de la estimulación de la motivación extrínseca de los estudiantes mediante la creación de competiciones, vinculando la campaña a objetivos altruistas o a posibles recompensas, etc. En segundo lugar, se trata de desencadenar una motivación intrínseca, centrándose en los beneficios socioeconómicos y para la salud.

La campaña se lanzará en abril de 2017, en el mismo momento en que el gobierno local presente su nuevo plan de circulación y movilidad en el que el estacionamiento será más caro (siendo solo una de las medidas que se tomarán). Con el lanzamiento simultáneo de esta campaña positiva, se intentará combinar el método del "palo y la zanahoria". Esta campaña sería el resultado de un intenso proyecto de participación que comenzó en 2016 y que continuará hasta su evaluación a finales de 2017.

## Objetivos

- Cambio modal.
- Reducir el número de coches que se desplazan al campus.
- Informar a los estudiantes y sensibilizar.
- Optimizar la gestión de la movilidad de la comunidad universitaria.
- Mejorar la accesibilidad en bicicleta y el transporte público.
- Crear un sistema multimodal eficiente.
- Mejorar la seguridad.

## Actores locales

- Universidad de Gante.
- Gobierno local de Gante.
- TreinTramBus (organización no gubernamental).
- Distribuidores locales de bicicletas.
- Estudiantes.
- Organizaciones estudiantiles.
- Organizaciones benéficas.
- Open Knowledge Belgium.

## Antecedentes

It is the intention to create a modal shift, to change the behaviour of the students and to reduce the number of cars travelling to the campuses. This has a number of obvious ecological advantages. In doing so this reduces traffic problems for residents, there is less need for parking space... We want to achieve this by informing students about the various alternative travel options and by launching an attractive campaign made by students for their peers.

In addition, we also want to support the Ghent University in optimising their mobility management and in taking accompanying measures to make the accessibility of the campus by bicycle and public transport safer and more attractive. With this campaign we want to contribute to improving the accessibility of Ghent in general.

This project also has a social goal: A better and more efficient multimodal system also ensures that students who do not have a car (eg. Because they do not have the financial resources) get to their destination without too much loss of time.



## C-Force: Cocreación de Campaña de Bicicletas

2016



### Descripción

Vamos a poner en marcha una "competición de bicicletas": tres estudiantes crearon una aplicación que realiza el seguimiento de los estudiantes al ir en bicicleta. La aplicación mide el número de kilómetros pedaleados, de manera que los estudiantes de Gante pueden competir juntos. Se ha contactado con diferentes empresas para el patrocinio. Cuantos más kilómetros pedaleen los estudiantes, más dinero podrán conseguir. Este dinero se destina a obras de beneficencia.

Se invitará a las organizaciones estudiantiles a participar. Los equipos ganadores recibirán atractivos premios (billetes de tren, entradas de cine, una bicicleta nueva, etc.)

También queremos mejorar la seguridad: en primer lugar, a través de las nuevas tecnologías y el intercambio de información. Queremos que los estudiantes utilicen las rutas más seguras de sus campus, es decir, mostrando las rutas para bicicletas más seguras y más cómodas en la app y en el sitio web de la Universidad de Gante. En segundo lugar, mediante un taller para estudiantes, se identificarán los puntos más peligrosos para

bicicletas en Gante. Estos "puntos negros" se documentarán y entregarán al gobierno local y a los diferentes actores locales para tratar de mejorarlos. En tercer lugar, se animará a que los estudiantes se hagan "visibles" cuando vayan en bicicleta y se aseguren de que circulan con sus luces encendidas, etc.

Las acciones concretas realizadas en 2016 fueron:

- En 2016 se llevaron a cabo dos talleres interactivos con estudiantes. Uno que se centró en los puntos más peligrosos para las bicicletas en Gante y otro en desarrollar una atractiva campaña y actividades de promoción llevadas a cabo por y para los estudiantes.
- Búsqueda de patrocinadores.
- Reunión con todos los actores locales.
- Tres estudiantes crearon una aplicación para hacer un seguimiento de los ciclistas.
- 25 alumnos de comunicación desarrollaron una estrategia de comunicación y realizaron entrevistas con los estudiantes.



### Indicadores

Para llevar a cabo la evaluación de este proyecto utilizamos indicadores de resultados mensurables. Estos son concretamente:

1. El proyecto se crea en cocreación con diferentes actores locales y con los estudiantes asumiendo el papel principal.
2. Los estudiantes de Marketing realizan una encuesta que correlaciona el comportamiento de movilidad de los estudiantes en Gante. Como mínimo se entrevistan a 150 estudiantes.
3. Se calcula la distribución modal del campus.
4. Al menos 50 estudiantes participan activamente en la elaboración de la campaña y un mínimo de 50 forma parte del proceso de cocreación.
5. Se ha configurado una campaña de comunicación para informar a los alumnos acerca de las posibles alternativas al coche y promover la app de ciclismo y la competición de bicicletas.
6. Un mínimo de 1.000 estudiantes participan en las acciones del punto 4.
7. Toda la información sobre las rutas más seguras para bicicletas se recoge e integra en el sitio web de la universidad y en la app de ciclismo.
8. Un mínimo de 2.000 estudiantes ha consultado el sitio web o utilizado la aplicación.
9. Durante el control de bicicletas anual realizado por la policía (donde se comprueban las luces), se constató una disminución del 10% (en comparación con el año 2016) de las personas que circulaban sin ellas.
10. Se ha registrado una disminución de al menos un 7% del uso del coche. Antes y después de la campaña se contabilizó el número de automóviles en los diferentes aparcamientos de la Universidad.

Una vez finalizado, el proyecto se evalúa junto con los distintos socios. Algunas de las preguntas que se incluyen en la evaluación son:

- ¿Cuál ha sido el impacto de estas medidas en la distribución modal entre los estudiantes y la accesibilidad del campus?
- ¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de la campaña? ¿Existen oportunidades/amenazas que debemos tener en cuenta en futuros proyectos?
- ¿Están satisfechos los socios con la cooperación y aprecian el valor de una campaña de cocreación?
- Basándose en esta evaluación, se examinará cómo puede ser optimizada la campaña y dónde hay oportunidades para el futuro.

### Resultados

En este momento es demasiado pronto para correlacionar los resultados: aún nos encontramos en la fase de preparación de la campaña. En abril de 2017 se lanzará y la evaluación tendrá lugar en la segunda parte de dicho año.

### Gastos

De 10.000 a 25.000 €.

### Financiación

- La ciudad de Gante aportó 10.000 euros para este proyecto.
- Se obtuvieron 14.000 del patrocinio y de las inversiones de Open Knowledge Belgium (guiando a los estudiantes para crear una aplicación para las bicicletas) y TreinTramBus VZW (una organización sin ánimos de lucro que lideró el proceso de cocreación con los estudiantes).

### Hallazgos

Demasiado pronto para saberlas (véase "RESULTADOS")

### Fotografías



Fig 1. Taller interactivo con estudiantes de la Universidad de Gante

### Enlaces

<https://goegefietst.gent/>  
<https://stad.gent/mobiliteitsplan>

### Persona de contacto

Marlier Evelien  
 Gestora de proyectos en TreinTramBus VZW y la Federación Europea de Pasajeros  
[evelien.marlier@epf.eu](mailto:evelien.marlier@epf.eu)