

Bike Happening

2011



Universidad

Universidad Tecnológica de Cracovia

País

Polonia

Ubicación

Centro urbano



Tamaño

10,000-20,000



Estructura Organizativa de Movilidad



Resumen

El "Bike Happening" fue organizado como un medio de promoción del uso de la bicicleta entre los empleados y estudiantes de la Universidad. La segunda cuestión importante abordada por el evento hacía referencia a la sensibilización sobre las emisiones de CO2 y a las formas de reducirlas. Se llevó a cabo un estudio mediante un cuestionario durante el evento, con el fin de valorar la buena disposición de la gente para cambiar su modo de transporte actual por la bicicleta. El Bike Happening fue organizado en el marco del programa POWER y el proyecto TraCit.



Objetivos

- Cambiar la percepción de los empleados y estudiantes de la Universidad a la hora de desplazarse en bicicleta y promoverla como una opción de movilidad moderna y respetuosa con el medio ambiente.
- Concienciar a los empleados y estudiantes de la Universidad sobre las emisiones de CO2 derivadas del transporte, su impacto negativo y su posibilidad de reducción.
- Aprender más sobre los factores que podrían influir en el cambio de modo de transporte actual por la bicicleta.



Actores locales

- Los estudiantes y empleados de la Universidad.
- Kraków Miastem Rowerów (organización relacionada con las bicicletas) – actividades de información y promoción, participación en el debate.
- Bike One, el operador de alquiler de bicicletas de la ciudad: actividades de promoción, pases gratuitos para participantes y ganadores de las competiciones.
- TWR - punto de mantenimiento gratuito para reparar bicicletas.
- Policía de Cracovia - marcado de bicicletas para protegerlas de posibles robos.



Antecedentes

Los Campus universitarios están ubicados en diferentes barrios de la ciudad y, el más grande, el campus de la calle Warszawska, está situado en el centro de la ciudad. Los desplazamientos hacia y desde casa y trabajo de la comunidad académica generan una cantidad considerable de tráfico de coches. Por este motivo, las autoridades universitarias se han centrado durante varios años en actividades destinadas a disminuir los desplazamientos en coche y a incrementar el uso del transporte público, de la bicicleta o caminar.

Como una forma de promover la bicicleta, la Universidad ha organizado dos "Bike Happenings" (2007 y 2008) en el marco del plan de movilidad integrada implementado por la institución dentro del proyecto CIVITAS CARAVEL (2005-2009). El "Happening" se ha llevado a cabo en el marco del proyecto TraCit, que continuó este tipo de eventos que había sido muy popular entre estudiantes y empleados. Además, tuvo una mayor importancia que antes, en el sentido de que no se centró únicamente en la promoción de la bicicleta, sino también en la distribución de información sobre transporte relacionada con las emisiones de CO2 y la necesidad de reducirlas.



Descripción

Actividades preparatorias:

- Las actividades relacionadas con la preparación de artículos promocionales: licitación pública, elección del proveedor del artículo, los detalles de apariencia del artículo, etc.
- Organización de la ubicación del evento: procedimientos relacionados con el alquiler del escenario y sistema de sonido, etc.
- Contactar con entidades relacionadas con el Bike Happening (organizaciones relacionadas con la bicicleta en Cracovia, el operador de alquiler de bicicletas de la ciudad, unidades de la Universidad), acordando los detalles de cooperación.
- Contactar con el encargado de prensa, el editor del periódico de la Universidad y el fotógrafo de la Universidad, para hablar de la promoción del Bike Happening.
- Preparación del plan del Bike Happening; preparación de las competiciones y las atracciones relacionadas.
- Impresión de carteles con información sobre el Bike Happening y pegado en puntos en Cracovia, así como en todos los campus universitarios.
- Impresión de folletos y cuestionarios para los participantes en el Bike Happening, preparación de la urna para depositar los cuestionarios, etc.

Canales de información:

- Carteles en la zona de la Universidad.
- Prensa local.
- Información sobre sitios web relacionados con las bicicletas en la ciudad.
- Enviar información por correo electrónico e invitaciones a los empleados y estudiantes que tengan contacto y/o clases con los organizadores del evento.

Ubicación del Happening:

La ubicación fue el patio principal de la Universidad, bien conocido por todos los empleados y estudiantes como el lugar principal para celebrar reuniones. Todo el evento fue muy visible (se colocó una carpa TraCit en el patio) y gracias a la enérgica música relacionada con la bicicleta todo el mundo pudo oír lo que estaba sucediendo. Se erigió un escenario especial para el maestro de ceremonias, para los participantes de la competición y otras personas involucradas. La ceremonia de inauguración del Happening fue conducida por el Rector de la Universidad. Los participantes en el Happening pudieron hacer uso de un punto de mantenimiento gratuito para reparar sus bicicletas y la policía marcó bicicletas para protegerlas de posibles robos.

Atracciones:

- Promoción del alquiler de bicicletas en la ciudad por parte de BikeOne: el operador proporcionó pases gratuitos de una semana para los participantes del Happening.
- Concursos cortos: preguntas y respuestas para

comprobar los conocimientos básicos sobre los desplazamientos en bicicleta y la infraestructura de la ciudad. Todos los premios estuvieron relacionados con los desplazamientos en bicicleta como, por ejemplo: campanas, botellas de agua,

- Competición: "Dos ruedas son mejor que cuatro": todos los que mostraron un metro o indicaron el origen de su desplazamiento y el modo de transporte obtuvieron información sobre cuánto CO2 habían evitado (cálculo de distancia). El premio era un pase de 3 semanas de alquiler de bicicletas en la ciudad de Cracovia.
- Competición: "Pimp my bike" - la bicicleta más original. Premio: un pase de una semana de alquiler de bicicletas en Cracovia.
- Competición: "El ciclista más elegante" (masculino y femenino) - ciclistas vestidos de forma original, inusual o curiosa. Premio: sesión de fotos en el periódico de la Universidad.
- Debate: "¿Es Cracovia una ciudad apta para las bicicletas? ¿Cuánto CO2 puede evitarse con las bicicletas?". Durante el debate cada participante puede hablar sobre ir en bicicleta por la ciudad y compartir sus experiencias.

Los participantes recibieron elementos como pegatinas con el lema: "Universidad Tecnológica de Cracovia - una universidad para bicicletas", bandas de visibilidad fluorescente y globos.

Cuestionario sobre el cambio hacia la bicicleta:

Se repartió entre los participantes el cuestionario de investigación sobre la disposición para cambiar los modos de transporte actuales por la bicicleta. El cuestionario también contenía una evaluación del propio evento. Todos los que respondieron al cuestionario y lo depositaron en una urna especial obtuvieron una camiseta con el lema: "Dos ruedas son mejor que cuatro". En un primer momento, solo se imprimieron 300 cuestionarios, pero el interés fue tan grande que fue necesario imprimir más formularios... En total los participantes rellenaron 419 cuestionarios.

La voluntad de cambiar los modos de transporte actuales por la bicicleta y los factores que influyen en este cambio eran cuestiones muy importantes para los organizadores del Happening y, por ello se preguntó a los participantes con qué frecuencia se desplazaban en bicicleta (casi cada día, a menudo u ocasionalmente), ¿qué factores los animaban a montar en bici cada día o a menudo?, ¿cuáles fueron las razones de los desplazamientos ocasionales en bicicleta? También se recogió información sobre los factores que podrían animarlos a cambiar su modo de transporte habitual y desplazarse en bicicleta.

Apoyo por parte de las autoridades de la Universidad:

Las autoridades universitarias presentan una actitud

muy favorable hacia la organización de un evento de este tipo para empleados y estudiantes, y declaran estar dispuestas a promover modos de transporte proambientales. Con respecto a la implementación del evento, no es necesario cumplir con las regulaciones legales especiales excepto las normas derivadas de una licitación pública (en el caso de que una entidad pública sea un organizador del evento).

Transferencia y replicabilidad:

La transferencia de las mejores prácticas, relativas a la implementación del concepto Bike Happening, tuvo lugar entre los socios polacos y estonios. Se

preparó la información relativa al Bike Happening polaco, que incluía consejos sobre la organización del evento, así como una descripción de los resultados de happenings polacos y se entregó a los socios de Estonia: el municipio de Viimsi. Se tradujo del polaco al inglés un cuestionario para la evaluación del evento y para obtener datos sobre la disposición de las personas a cambiar de su modo actual de transporte a las bicicletas y los socios estonios lo usaron en su evento de bicicletas. La transferencia de las mejores prácticas fue todo un éxito: el evento de bicicletas estonio fue organizado el 4 de junio de 2011.



Indicadores

- Número de participantes.
- Número de personas con una mayor sensibilización de las emisiones de CO2 relacionadas con el transporte.
- Número de cuestionarios completados.
- Número (porcentaje) de personas que dejan el coche en casa y se desplazan en bicicleta gracias al Bike Happening.
- Kilos de CO2 evitados.



Resultados

Más de 500 personas participaron en el Bike Happening (por desgracia, el día no estuvo libre de clases) y se completaron 419 cuestionarios sobre la disposición de las personas a la hora de cambiar sus hábitos de transporte. El 24% de los encuestados admitió que no utilizaron su coche y que se desplazaron en bicicleta el día del evento.

Los ciclistas del Happening (solo los encuestados que completaron los formularios del cuestionario) emitieron 47 kg de CO2 en el día anterior, como resultado de desplazarse con diferentes modos de transporte, por lo que se pudo evaluar que, debido al Bike Happening, se evitó aproximadamente el mismo valor de CO2 en el día del evento.

Si todos los encuestados que usaron bicicletas durante el Happening cambiasen sus modos de movilidad actuales y fuesen en bicicleta a la Universidad en el futuro, durante la temporada apta para ir en bicicleta (abril-junio, octubre-noviembre), la cantidad total de CO2 evitada por temporada gracias a todas estas personas podría alcanzar hasta 5 toneladas.



Gastos

Todo el evento, incluyendo actividades informativas anteriores y los gastos relacionado con:

- Alquiler del escenario.
- Alquiler del sistema de sonido.
- Publicidad, por ejemplo, en periódicos locales, televisión o radio.
- Preparación e impresión de carteles, folletos y cuestionarios.
- Compra de los premios para los ganadores de los concursos.
- El coste del Bike Happening en la Universidad Tecnológica de Cracovia fue de 5.500 Euros.



Financiación

Todos los gastos fueron sufragados por el proyecto TraCit.

Hallazgos

- La información previa a la organización de un Bike Happening es muy importante: utilizar tantas fuentes de información como sea posible para publicitar el evento entre el grupo objetivo.
- Es esencial invitar a personas de organizaciones relacionadas con la bicicleta, pues cuentan con un conocimiento considerable sobre desplazamientos en bicicleta por la ciudad. Estas personas pueden dar consejos prácticos y moderar los debates a lo largo de todo el evento.
- Proporcionar información práctica sobre los posibles resultados del cambio climático (ej.: el deshielo de los glaciares, el aumento de lluvias, inundaciones y huracanes, así como la ausencia de nieve, temperaturas extremadamente altas, malas condiciones para ir de vacaciones, sin posibilidad de esquiar y las malas condiciones de vida en general, como resultado de los cambios climáticos en el futuro) es muy útil porque muestra los efectos que podían afectar en la vida de todos los ciudadanos.
- Los artículos promocionales pueden atraer a muchos participantes y aumentar la efectividad de la encuesta (en ocasiones, si se desea obtener información de los participantes se debe ofrecer algo a cambio).
- El cuestionario utilizado para la investigación llevada a cabo durante dichos eventos ha de ser breve, 2 páginas como máximo, debido al riesgo de que no se contesten preguntas u obtener respuestas mal consideradas hechas al azar por los encuestados.
- Organizar un montón de actividades tales como competiciones o debates donde todo el mundo puede decir algo basándose en su experiencia puede atraer gente al evento.
- Concursos sencillos, con una serie de preguntas relativas a los conocimientos básicos sobre la bicicleta en la ciudad (por ejemplo, el número aproximado de kilómetros de carriles bici) para elevar los conocimientos de todos los participantes. Los premios de los concursos deben estar relacionados con las bicicletas y el ciclismo, como por ejemplo, botellas de agua, timbres, etc.
- Una muy buena idea es organizar un punto de mantenimiento gratuito para bicicletas y el marcado de protección antirrobo que realiza la policía. Por lo general, las personas tienen pocas oportunidades o tiempo para ello y durante el evento estas actividades atraen a muchas personas. También es una oportunidad de promoción para las compañías que hacen accesorios de mantenimiento para bicicletas.
- La música hace que el evento sea más atractivo, mientras que los elementos informativos y promocionales como carteles, pancartas y carpas lo hacen más visible. Ambos elementos atraen a la gente que pasa, haciendo que el evento se haga notar en las inmediaciones.
- La distribución de cuestionarios durante los eventos proporciona datos esenciales relacionados con los desplazamientos en bicicleta, así como una gran oportunidad para sensibilizar sobre cuestiones importantes.

Fotografías



Fig.1. Los ganadores de una de las competiciones del evento.



Fig.2. Policía realizando marcados antirrobo de bicicletas.

 Fotografías



Fig.3. Uno de los ciclistas contando una historia sobre su bicicleta.



Fig.4. Los participantes recibieron artículos relacionados con las bicicletas.



Fig.5. Participantes rellorando los cuestionarios.

 Enlaces

No disponible.

 Persona de contacto

Katarzyna Nosal
Universidad Tecnológica de Cracovia
knosal@pk.edu.pl