

Hoja informativa de la campaña #2

El objetivo del proyecto SWITCH es implementar sus campañas a gran escala en cinco ciudades europeas. El principal objetivo de las campañas SWITCH es reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y el consumo de energía primaria mediante la sustitución de los viajes en coche por modos activos (a pie y en bicicleta) en los cortos desplazamientos urbanos. Combinan elementos de planificación personalizada de viaje, información sobre salud y uso de las TIC orientadas a la movilidad activa.

Esta hojas informativas ofrecen una visión general sobre la implementación de las campañas en las cinco ciudades de implementación: Amberes (Bélgica), Donostia / San Sebastián (España), Viena (Austria), distrito londinense de Hounslow (Reino Unido) y Gdansk (Polonia). La segunda publicación de la hoja informativa se centra en la participación de la ciudadanía.

Amberes

3.700 empleados en 4 centros de trabajo

En la ciudad de Amberes, donde el proyecto SWITCH se está implementado en el contexto de enormes obras viales, la campaña consta de cuatro centros de trabajo.

Casi 3.700 empleados de los cuatro lugares de trabajo han sido contactados por el equipo SWITCH de Amberes.

Todos ellos fueron invitados para participar en un roadshow en su propio lugar de trabajo, se les invitó a completar un cuestionario y una hoja de servicio y todos recibieron un "paquete de marketing personal" hecho a medida. Algunos de ellos también recibieron una planificación personal de viajes.

Las encuestas facilitaron datos cuantitativos útiles mientras que las discusiones de las dinámicas de grupo llevadas a cabo reportaron más información cualitativa sobre la campaña.

Esta información ayudará al equipo SWITCH de Amberes a la hora de mejorar futuras campañas sobre los cambios en los comportamientos de viaje. Precisamente éstas campañas serán necesarias ya que la ciudad está teniendo enormes problemas de movilidad debido principalmente a las obras que la ciudad está experimentando hoy en día y que también se enfrentará en los próximos años.

Donostia / San Sebastián

¡Bienvenidos a los recién llegados! ¡Pongámonos en forma!

Más de 3.000 personas que recientemente se trasladaron a Donostia / San Sebastián o recibieron consejo médico para realizar más actividad física fueron contactados durante la primera etapa de la campaña SWITCH en Donostia / San Sebastián.

Todos los participantes que completaron la primera encuesta fueron invitados a seleccionar los paquetes/folleto SWITCH que les gustaría recibir en una hoja de servicio. Se ofrecieron diversos Planes de Transporte Personalizado (PTP) y herramientas TIC.

Se han entregado casi 450 paquetes y más de 3.000 folletos impresos que cubren todos los aspectos que ofrece la ciudad en términos de movilidad activa y de la salud. Además, el servicio de consultoría PTP (Planes de Transporte Personalizado) ha demostrado el firme compromiso de los participantes para la búsqueda de soluciones para una movilidad personal.

Durante la campaña, se ha recogido tanto información cuantitativa como cualitativa.

La información cualitativa se ha recogido en su mayoría a través de una dinámica de grupo durante el cual los participantes en Donostia / San Sebastián compartieron sus sentimientos sobre el proyecto SWITCH y sus puntos de vista personales sobre la movilidad en la ciudad.

Viena

La campaña muestra los primeros resultados

La campaña SWITCH de Viena ha ido conjuntamente con el "Year of Walking". La campaña SWITCH se anunció en varios eventos, a través de las redes sociales y boletines. Se repartieron cerca de 20.000 postales. Como resultado cerca de 1.539 participantes se unieron a la campaña SWITCH, de los cuales 957 pidieron más información y material, incluyendo:

- Información y links para apps navegadoras
- Mapas y rutas de ciclismo y senderismo
- Información sobre los beneficios para la salud del turismo activo
- Información sobre la seguridad de los viajes activos
- Información adaptada a pie y en bicicleta.



Los servicios como talleres de reparación de bicicletas, charlas PTP (Planes de Transporte Personalizado), y planes de viaje personalizados para caminar y montar en bicicleta agregan valor a los paquetes de información.

"El feedback" de los participantes y los resultados de una dinámica de grupo mostraron la alta aceptación de la campaña y su influencia positiva en el comportamiento de los viajes diarios. El impacto cuantitativo en términos de transferencia modal y la reducción en el uso del automóvil se mide en una evaluación continua.



Londres, distrito de Hounslow SWITCH más allá de expectativas

La campaña SWITCH superó los índices de participación de los ciudadanos locales. El equipo SWITCH trabajó con 36 escuelas de Educación Primaria, se puso en contacto con más de 1.000 padres de niños que comenzaron el colegio por primera vez y entregó 400 sesiones PTP (Planes de Transporte Personalizado) a los usuarios de automóviles.

Los organizadores entregaron el "Traffic Snake Game" en 20 escuelas y "Beat the Street" en 16 escuelas de Primaria (y 5 escuelas infantiles). Más de 11.000 personas participaron en la campaña denominada "Beat the Street" y colectivamente caminaron y pedalearon más de 39.000 millas (63.000 km).

Los principales beneficios más comúnmente reportados de la campaña "Beat the Street" fueron los siguientes: sentirse en forma y saludable, divertirse y explorar la zona local. Ocho de cada diez personas opinaron que "Beat the Street" les ayudó a ser más activos y sentirse más saludables. La mitad dijo que "Beat the Street" les ayudó a viajar en coche con menos frecuencia.



Arriba: Beat the Street en Hounslow (Reino Unido)

Derecha: Bitwa na Kilometry en Gdansk (Polonia)

Contacto:

Coordinación del Proyecto

DI Wiebke Unbehaun

Universidad de Recursos Naturales y Ciencias de la vida

Viena - Instituto para Estudios de Transporte

Peter-Jordan-Straße 82 - 1190 Viena - Austria

E-Mail: wiebke.unbehaun@boku.ac.at

Teléfono: +43 1 47654 5304

Gdansk

Una experiencia inolvidable

30 días de otoño fueron suficientes para la campaña SWITCH, para hacer que los corazones de más de 2.000 familias de Gdansk latieran más rápido. "Bitwa na kilometry" basado en caminar y un modelo de juego de ciclismo "Golpe-TheStreet" británica para fomentar con éxito familias enteras, generaciones, escuelas y barrios, a la hora de elegir las opciones de transporte más saludables y sostenibles, sobre todo cuando se trata de viajes de corta distancia.

El uso de la tecnología RFID, los participantes de la campaña registraron 171,383.5 kilómetros activos, la distancia es igual a más de 4,3 viajes por todo el mundo.

Las 3 escuelas involucradas tomaron el desafío muy en serio; tuvieron especial sensibilidad en elevar las clases y la organización de eventos adicionales como el fin de semana especial y caminatas nocturnas, dietas y estilo de vida saludables y un grupo de "jogging" en clases de educación física.

De los 4.269 participantes activos 53.8% fueron niños de la escuela y 46,2% adultos - maestros y padres. Estadísticamente todos ellos hicieron 5.700 km de recorridos activos por día y un promedio de 40 km por participante activo. Si tal distancia se hiciera en coche, el aire en Gdansk recibiría una dosis adicional de 46.450 kg de CO₂, lo que sería equivalente a lo que 25.340 árboles son capaces de absorber en 30 días.

La evaluación aún no está finalizada, aunque las estadísticas suenan muy prometedoras. En resumen, la campaña SWITCH fue una gran victoria en cada paso y las emociones que Bitwa ofreció a sus participantes se quedarán en su memoria durante mucho tiempo!

Comunicación del Proyecto

Florinda Boschetti & Thomas Mourey
Polis

Rue du Trône,98 – 1050 Bruselas - Bélgica

Email: FBoschetti@polisnetwork.eu
TMourey@polisnetwork.eu

Teléfono: +32 2 500 56 70

Para más información, visite por favor: www.switchtravel.eu



Cofinanciado por el Programa "Energía Inteligente para Europa" de la Unión Europea