



Caminar e ir en bici a comprar



La gente que camina o va en bici al comercio local, van más a menudo, gastan más tiempo y dinero, favorecen la economía local y la vitalidad social de su comunidad.

Factores Clave

Es esencial construir relaciones con los comerciantes locales para implementar, promover y continuar los proyectos. Antes de encontrarse con los comerciantes y los actores clave se debe estar bien informado. Se debe escuchar sus necesidades y expectativas e identificar cómo se van a abordar en el programa.

Organizar actividades de difusión y proporcionar incentivos para animar y premiar a aquellos que caminan y van en bici a las tiendas. Informar y además organizar eventos lúdicos animando a participar, atraer a la prensa local o llegar a un público más amplio.

Cambiar la percepción del espacio de forma que la gente piense que no es tan lejos o peligroso ir en bici o caminar. Poner aparcamientos para bicis y mejorar los cruces. Resaltar lo cerca que están los servicios y lo rápido que se puede ir andando.

Nuestras Actividades

En el Proyecto Active Access algunas ideas animaron a caminar o ir en bici a comprar.

- Mapas de Caminar con el tiempo entre las distancias a pie entre sitios clave en Aveiro, Portugal.
- Programa de fidelidad y actividades en la calle difundidos a través de los medios en Budapest, Hungría.
- Campaña activa del comercio con una red de aparca-bicis en Koprivnica, Croacia.
- Campaña 'De compras a pie o en bici' con premios y actividades en Murska Sobota, Eslovenia.
- Prueba de carritos de la compra por gente mayor en Graz, Austria.



Los **Mapas de Caminar** son una gran fuente de información local. La gente de la zona no utiliza los mapas para sus actividades diarias, pero éstos pueden favorecer el debate entre familias y amigos sobre distancias y tiempos a pie en las actividades diarias. Puede ser una idea para atraer el interés de la prensa. Distribuir el mapa en la zona y en los comercios.

Los programas de premios recompensan a los clientes que caminen o vayan en bici a comprar. Los clientes recogen cupones o sellos ganando premios o descuentos de las tiendas. El comercio puede publicitarse a través de la campaña o la ceremonia de premios. Los políticos pueden ser invitados a lanzar la iniciativa y a dar premios. Estas ideas necesitan una masa crítica tanto de tiendas como de participantes para perdurar y tener éxito.

Pasos para el éxito

Asegurarse de que todos los actores implicados están bien informados.

Reunir datos locales y ejemplos de mejores prácticas de otros países que refuercen tus ideas. Establece un plan de actividades de acuerdo con los actores implicados.

Aproxímate a los comerciantes de forma individual o a través de sus asociaciones para informarles de los beneficios de apoyar los desplazamientos activos y cómo puede funcionar la idea. Puede resultar de utilidad hacer un encuentro con comerciantes y partes interesadas para percibir una idea de comunidad y que todos recibieran la misma información de la campaña.

Es también de ayuda entrevistar a comerciantes para comprender sus perspectivas y necesidades e identificar posibles contribuciones al proyecto. Proporcionar a los comerciantes y a su personal información de cómo funciona el proyecto, premiar a los clientes y promover la campaña en las tiendas.

La información es importante, pero la gente necesita estar motivada

Ejecutar una serie de actividades de difusión creativas para vender el mensaje y atraer a los clientes a unirse

al proyecto. Incentivos o material de promoción, por ejemplo, bolsas de la compra que difundan la marca y promuevan el ir a pie o en bici. Realizar mercadillos para promover el proyecto e invitar a la prensa para que cubran los eventos y llegar a más público.

Facilitar a la gente que pruebe cómo utilizar un carrito de la compra, lo que les da una experiencia directa para sentirse seguros de que pueden caminar y ser capaces de traer la compra a casa.

Recompensar a comerciantes y clientes

Certificar tiendas amigas del transporte activo y organizar una Ceremonia de premios con políticos y medios. Promover las tiendas a través de internet y los medios. Asegurar una participación suficiente de tiendas con una amplia gama de productos para atraer a los clientes, especialmente en los centros vecinales o centros de ciudades pequeñas.

Dirigir las infraestructuras y la seguridad para que la gente se sienta segura al ir en bici o a pie.

Trabajar con el municipio y los comerciantes para ofrecer aparcamiento para bicicletas, rutas en bici y puntos de cruce seguros, para poder acceder a las tiendas locales.

Diferentes formas de implicar a los actores locales

Si las partes interesadas, especialmente los comerciantes son reacios a participar, encontrar otras formas de acercarse a ellos:

- Preparar un folleto que resalte las razones y beneficios de comprar en bici, desde el lado del cliente y del lado del comerciante.
- Ofrecer oportunidades para apoyar el caminar o ir en bici en otras áreas, por ejemplo, los comerciantes pueden ser 'amigos de las rutas escolares' patrocinando el camino al cole.
- Implicar a las tiendas con conexión directa con la campaña, por ejemplo, tiendas de ciclismo y proporcionar recurso para promover la bici a través de ellas.



La responsabilidad por el contenido de este documento corresponde a los autores. No se refleja necesariamente la opinión de la Unión Europea. Ni la EACI ni la Comisión Europea son responsables de cualquier uso realizado con la información que aquí figura.