

Cuarto panel ciudadano sobre movilidad sostenible PE4Trans

Miércoles, 16 de diciembre de 2020, de 10:00 a 13:30h

(EVENTO ONLINE, Zoom)

Resumen:

El cuarto panel ciudadano se ha centrado en los resultados del anterior panel, por tal de darle continuidad a la investigación, y en el análisis del comportamiento conductual, identificado como uno de los aspectos fundamentales de la anterior jornada. Este cuarto panel ha tenido como objetivo definir una serie de acciones políticas con el fin de fomentar la movilidad sostenible en Valladolid. Los resultados esperados de la jornada han sido alcanzados según lo previsto: validación del grupo objetivo según situación COVID-19, definición de barreras y facilitadores para cada grupo objetivo, establecimiento de objetivos para cada grupo específico y diseño de acciones por tal de lograr dichos objetivos.

Los y las participantes fueron divididos en tres grupos. Cada uno de ellos eligió un perfil para trabajar. En el siguiente documento se muestran los principales resultados obtenidos a lo largo de la sesión, así como el programa y la metodología seguida.

RESUMEN RESULTADOS CUARTO PANEL

La participación ciudadana, un proceso clave en la mejora de la movilidad urbana sostenible

La participación ciudadana, uno de los pilares de la gestión pública, es un ingrediente esencial de muchos de los proyectos que impulsa la Unión Europea. Se trata de integrar la visión de la sociedad en el diseño de las políticas públicas para fomentar un crecimiento sostenible centrado en las personas. Y en este

contexto, se ha celebrado el Cuarto Panel Ciudadano del proyecto PE4Trans, que aborda la movilidad urbana sostenible.

PE4Trans -“Public Engagement for Sustainable Public Transport”- (“Participación Pública para el Transporte Público Sostenible”), cuenta con el Ayuntamiento de Valladolid como socio, a través de la Concejalía de Innovación, Desarrollo Económico, Empleo y Comercio, y con la colaboración de AUVASA y el Centro de Movilidad municipal.

Programa de la sesión

A continuación se muestra el programa de la sesión establecido a partir de la metodología basada en la propuesta del proyecto PE4TRANS, adaptada por el Ayuntamiento de Valladolid y la empresa valenciana Kveloce I+D+i. La sesión se llevó a cabo utilizando la herramienta Zoom. Para los grupos de trabajo se utilizó Zoom y *Jamboard*.

Antes de empezar con el trabajo en grupo, se presentaron los objetivos del taller y la situación del proyecto, así como la importancia de la participación ciudadana en el marco del proyecto PE4TRANS. Esta sección fue presentada por Ángela Rivada Rodríguez del Ayuntamiento de Valladolid. Seguidamente, la Doctora Maite Ferrando, CEO de la empresa valenciana Kveloce I+D+i, realizó una breve introducción teórica sobre cómo cambiar los comportamientos y los hábitos, analizando los principios básicos de los cambios conductuales.

Seguidamente se dividió a los asistentes en tres grupos para que trabajaran sobre los resultados del tercer panel, realizado el 19 de noviembre de 2019.

Por último, las conclusiones de la sesión fueron presentadas por las dinamizadoras de cada grupo de trabajo.

TABLA 1 PROGRAMA DE LA SESIÓN

SESIÓN PLENARIA	09:50 a 10:00h	<u>Recepción de asistentes y charla introductoria informal</u>
		<ul style="list-style-type: none"> Charla informal en la plataforma online habilitada para el evento
	10:00 a 10:10h	<u>Bienvenida del organizador</u>
		<ul style="list-style-type: none"> Objetivos del taller y situación del proyecto Importancia de la participación ciudadana en PE4Trans Perspectivas de implementación de las acciones discutidas durante el taller
	10:10 a 10:25h	<u>Presentación teórica sobre cómo cambiar los comportamientos y hábitos</u>
		<ul style="list-style-type: none"> Principios básicos en los cambios conductuales
	10:25 a 10:30h	<u>División de los panelistas en 3 grupos de trabajo</u>
	Los panelistas se distribuirán en 3 grupos de trabajo online, cada uno de ellos trabajará sobre un grupo objetivo	

GRUPOS DE TRABAJO PARALELO	10:30h a 10:40h	<u>Actividad para romper el hielo entre los panelistas</u>
		<ul style="list-style-type: none"> Reflexión sobre la diferencia entre los comportamientos o conductas automáticas y las decisiones racionales
	10:40 a 11:30h	<u>Diseño de líneas de acción para diversos perfiles “persona”</u>
		<ul style="list-style-type: none"> Selección de una de las “persona” resultantes del taller anterior para focalizar las líneas de acción Validación de del perfil o “persona” resultado del trabajo anterior Identificación de barreras y facilitadores del cambio de conducta en el perfil o “personas” de trabajo
	11:30 a 11:45h	<u>PAUSA CAFÉ</u>
	11:45 a 12:45h	<u>Diseño de líneas de acción para los grupos identificados</u>
		<ul style="list-style-type: none"> Diseño de acciones para promover la movilidad sostenible en Valladolid
	12:45 a 12:50h	<u>Recolocación de los panelistas a la sesión plenaria</u>
SESIÓN PLENARIA	12:50 a 13:30h	<u>Conclusiones del taller y siguientes pasos</u> Puesta en común de resultados de los diversos grupos (10 minutos cada uno) Resumen y conclusiones de la jornada

METODOLOGÍA

El trabajo en grupo se dividió en diversas actividades:

- A1. Reflexión sobre la diferencia entre los comportamientos o conductas automáticas y las decisiones racionales.**

Objetivo: invitar a los participantes a pensar, en forma de lluvia de ideas, la diferencia entre estos comportamientos.

NOTA: esta actividad no se llevó a cabo debido a la falta de tiempo por el retraso en la recepción de los asistentes.

- A2. Selección de “persona” resultante del taller anterior para focalizar las líneas de acción.**

Cada grupo eligió una “persona” de las 3 opciones presentadas sobre la que trabajar. Las dinamizadoras presentaron a los grupos destinatarios desarrollados y los caracterizaron brevemente. A continuación las dinamizadoras enviaron por el chat el link de votación (diferente para cada grupo) con el que cada grupo eligió la opción que más le gustó. Se recordó a los y las

participantes que para la elección debían pensar en el perfil más representativo, además debían tener en mente el objetivo de la sesión (diseñar acciones políticas para cambiar el comportamiento del grupo elegido).

Una vez realizada la votación, se presentó por parte de las dinamizadoras la “persona” seleccionada.

Las personas propuestas, derivadas de la anterior sesión, por grupos fueron:

TABLA 2 PERSONAS PROPUESTAS A ELEGIR POR GRUPO DE TRABAJO

Grupo1	
1.	<p>SILVIA: Mujer con pareja e hijos, 35-40 años. Trabaja en el centro y vive en el Alfoz en una vivienda unifamiliar. Económicamente acomodada. Lucha por el éxito profesional y en su vida. Para ella tener un buen coche es un símbolo de reconocimiento social. Tiene escasa concienciación por el medio ambiente. Consumista.</p> <p><i>Reto: Queremos cambiar la manera en que Silvia llega a sus lugares de ocio, dejando el coche en casa, a fin de que consiga tener una imagen más moderna y sus hijos la vean como un ejemplo a seguir.</i></p>
2.	<p>FAMILIA GARCÍA GARCÍA: Viven en el Alfoz en una vivienda adosada. 35-50 años. 2 hijos de 8 y 10 años que estudian en la ciudad donde también hacen actividades extraescolares. Trabajan ambos. Comparten tareas en casa. Familiares fuera de su entorno más cercano. Nivel económico medio-alto. 2 coches de alta gama.</p> <p><i>Reto: Queremos cambiar el comportamiento de la familia García García en cuanto a utilizar un solo coche junto a otros medios de transporte, a pesar del esfuerzo que supone renunciar a la pérdida de independencia y la necesidad de conseguir una mayor organización en sus viajes.</i></p>
3.	<p>LUCÍA: Vive en Covaresa. Trabaja. Con hijos en edad escolar. Tienen un coche. Pocos ingresos. Procede de una familia numerosa</p> <p><i>Reto: Queremos que Lucía cambie su comportamiento a través de la educación de los hijos, empezando por ir al cole andando o en bici, compartiendo coche o utilizando caminos escolares seguros.</i></p>
Grupo2	
1.	<p>GENARO: Agricultor, 60 años, estudios básicos, vive con su mujer en un pueblo de Valladolid y sus hijos trabajan y viven en la ciudad. Tiene nietos. Pertenece a una Cooperativa.</p> <p><i>Reto: Queremos cambiar el comportamiento de Genaro para que haga un esfuerzo y deje de utilizar su vehículo propio ante la independencia que le proporciona. Le haremos ver que ahorrará respecto a los costes inherentes del vehículo, dará tranquilidad a sus familiares, disfrutará más en los desplazamientos, reducirá la contaminación....</i></p>
2.	<p>LUIS CARLOS: Prejubilado, incapacidad laboral permanente, 50 años. Vive en la ciudad. Nivel adquisitivo alto. Necesita desplazarse diariamente a fisioterapia y rehabilitación. Vive con su hijo estudiante que le ayuda en las tareas diarias. No es totalmente autónomo. Tiene coche adaptado.</p> <p><i>Reto: Queremos que Luis Carlos cambie su comportamiento hacia una vida más positiva y social, participando en foros interesados en mejorar la movilidad en su ciudad y así conseguir que la gente se conciencie en igualdad y movilidad, consiguiendo aumentar la autoestima y una buena salud mental.</i></p>
3.	<p>FELIPE: Trabajador de lunes a viernes. 45-55 años. Con alto poder adquisitivo. Tiene un coche de alta gama. Es moderno y usa la tecnología. Es independiente, triunfador y egoísta.</p>

Reto: Queremos cambiar el comportamiento de Felipe convenciéndole de la importancia del reconocimiento social por el esfuerzo de dejar de usar vehículo privado (ser ecologista está de moda).

Grupo 3

1. MILLI: Edad entre 21 -26 años. Está haciendo las prácticas como profesor de Enseñanza Secundaria en un Instituto Público del centro de Valladolid. Vive con sus padres en la Overuela (Alfoz). Tiene un coche propio de segunda mano. Es deportista y le gusta la bicicleta de montaña y los deportes al aire libre. Tiene pocos ingresos. Su novia (Pili) es estudiante de 2º de Químicas.
Reto: Queremos cambiar el comportamiento de Pili y Mili para que no utilicen tanto el coche privado en los viajes de ocio nocturno (con el esfuerzo de renunciar a su falta de autonomía, su pérdida de imagen) y utilizar otros medios de transporte (transporte público, cabify, vamos ya, etc).
2. MARCOS: Repartidor multicliente, autónomo. 33 años. Vive en pareja en la Rondilla. Universitario. Emprendedor. Todo pendiente de pagar. Vive de alquiler.
Reto: Queremos cambiar el comportamiento de Marcos para que haga un esfuerzo en modificar su modo de trabajo (aunque pierda en autonomía) e impulsar el cambio normativo que permita la intermodalidad en el tipo de transporte a la hora de repartir sus mercancías.

▪ **A3. Validación del perfil o “persona” en la situación actual de COVID-19**

Las dinamizadoras copiaron en esta diapositiva (Jamboard) la información de la persona seleccionada en A2, y se introdujo a los y las participantes a la actividad *¿Cómo ha cambiado la persona en situación de COVID-19 y lo que se puede esperar de él/ella?*, Los participantes desarrollaron sus ideas y las dinamizadoras las fueron anotando a la vez que iban surgiendo.

▪ **A4. Identificación de barreras y facilitadores del cambio de conducta en la “persona” de trabajo.**

Las dinamizadoras explicaron que se debía pensar sobre los elementos de la conducta del grupo objetivo para conseguir el cambio esperado pero también, que pensaran en los elementos de su conducta a superar para conseguirlo. Se recordó por parte de las dinamizadoras que para hacer algo con la “persona” elegida, se debe comprender su situación y se trató de pensar en quienes eran. En el caso que fuera necesario, se volvió a la descripción de la “persona” para analizar los elementos de comportamiento relevantes para el grupo objetivo.

Para ello, el grupo utilizó los pólitos y se propusieron tantos facilitadores o barreras como consideraron debajo de la columna que correspondía. Finalmente, las dinamizadoras leyeron las ideas y fueron preguntando cuales eran similares para ir las agrupando. Esta diapositiva terminó con dos columnas de pólitos y agrupaciones de pólitos dentro de cada columna.

▪ **A5. Diseño de acciones para promover la movilidad sostenible en Valladolid.**

Las dinamizadoras durante el café escribieron la descripción y reto de “persona seleccionada en la tabla”. Cuando el grupo se incorporó se explicó la actividad al completo.

- La dinamizadora pidió al grupo que formulase los objetivos para alcanzar el cambio esperado en el comportamiento de la “persona” con el que se estaba trabajando. El grupo



escribió un objetivo por pósito, la dinamizadora los enumeró y agrupó aquellos que eran similares. El grupo escribió las acciones (1 por pósito), y la dinamizadora las agrupó

- Posteriormente, se les pidió que pensaran sobre una acción política que pudiera hacer que se alcancen los objetivos y que por ende se contribuya al cambio deseado en el comportamiento de la “persona”. Para ello se basaron en los conocimientos definidos entre BARRERAS Y CONDUCTORES. Una acción sólo cubre un objetivo o varios objetivos.

Las dinamizadoras se aseguraron de que cada acción permita el cambio deseado en el comportamiento del grupo objetivo, y se basó en los conocimientos definidos entre BARRERAS y FACILITADORES.

Principales conclusiones

A continuación se muestran los resultados del Jamboard por grupo y por actividad.

GRUPO 1

Dinamizadora: Belén Costa (Kveloce I+D+i)

Ayudante técnico: Alba Matamoros (Kveloce I+D+i)

ILUSTRACIÓN 1 RESULTADOS GRUPO1. A3: VALIDACIÓN DEL PERFIL O "PERSONA" EN LA SITUACIÓN ACTUAL DE COVID-19

A3. VALIDACIÓN EN LA SITUACIÓN ACTUAL DE COVID-19

AJUSTE COVID-19	
¿Cómo ha cambiado la "persona" y lo que se puede esperar de ella?	
PERSONA MÁS VOTADO:	(depende de A2)
<p>Como ha cambiado la "persona" en situación de Covid-19:</p> <p>2. FAMILIA GARCÍA GARCÍA: Viven en el Alfoz en una vivienda adosada. 35-50 años. 2 hijos de 8 y 10 años que estudian en la ciudad donde también hacen actividades extraescolares. Trabajan ambos. Comparten tareas en casa. Familiares fuera de su entorno más cercano. Nivel económico medio-alto. 2 coches de alta gama.</p> <p>Ambos progenitores teletrabajan y los hijos/as no tienen extraescolares. Todos disponen de mayor tiempo libre .Ahora utilizan solamente un coche</p>	
<p>¿Qué cambio podemos esperar? (RETO)</p> <p>Retos: Queremos cambiar el comportamiento de la familia García García en cuanto a utilizar un solo coche junto a otros medios de transporte, a pesar del esfuerzo que supone renunciar a la pérdida de independencia y la necesidad de conseguir una mayor organización en sus viajes.</p> <p>Queremos que la familia disfrute del tiempo libre con los hijos/as motivándoles al uso de la bicicleta. Caminar e ir en bicicleta para actividades cotidianas como comprar. Inculcar a los hijos/as el uso del transporte público, fomentándolo para su uso a futuro.</p>	

ILUSTRACIÓN 2 RESULTADOS GRUPO1. A4: IDENTIFICACIÓN DE BARRERAS Y FACILITADORES DEL CAMBIO DE CONDUCTA EN LA “PERSONA” DE TRABAJO

A4. BARRERAS Y FACILITADORES PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

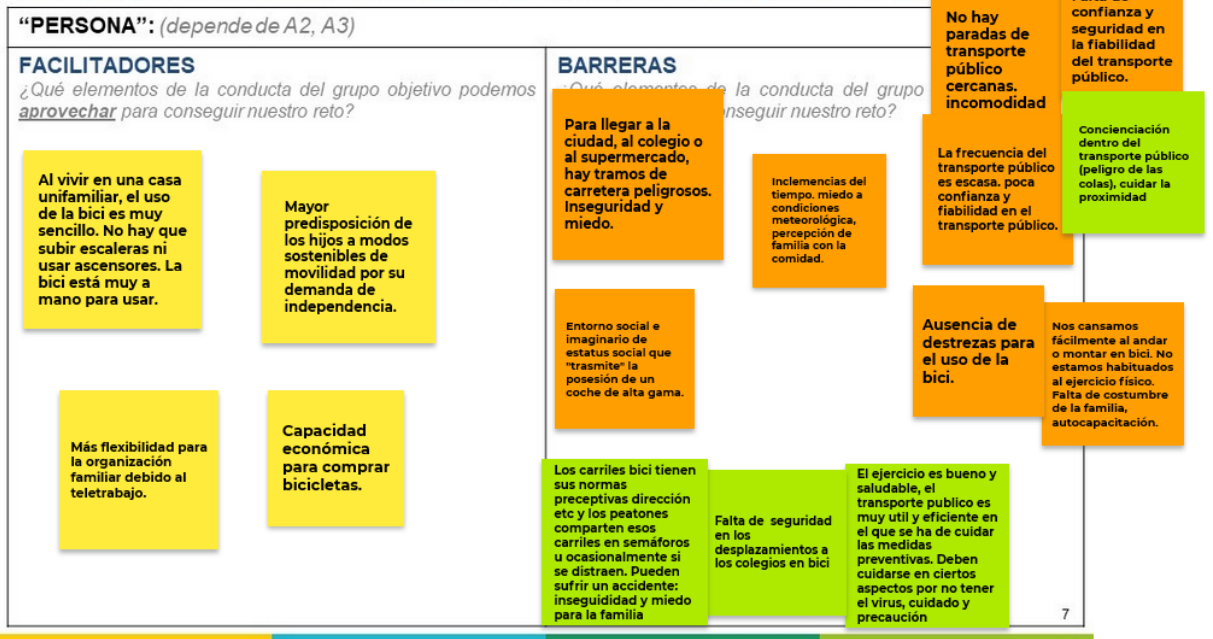


ILUSTRACIÓN 3 RESULTADOS GRUPO1. A5: DISEÑO DE ACCIONES PARA PROMOVER LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN VALLADOLID

A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

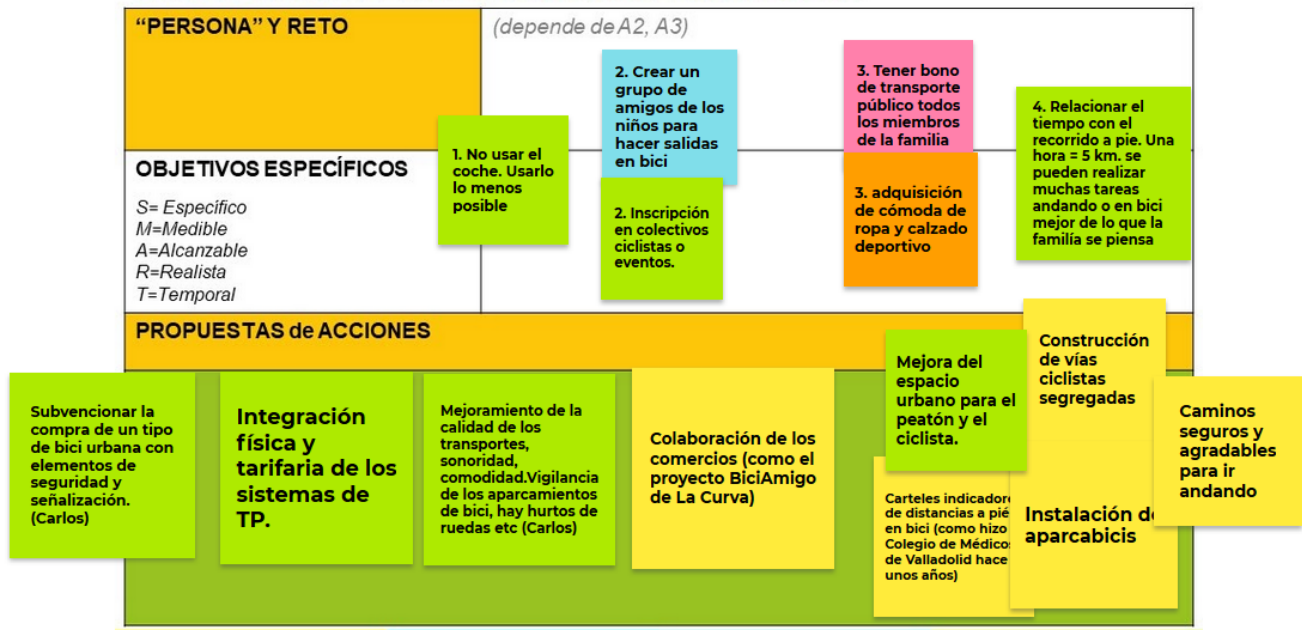


ILUSTRACIÓN 4 RESULTADOS GRUPO1. A5: DISEÑO DE ACCIONES PARA PROMOVER LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN VALLADOLID

A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

"PERSONA" Y RETO	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Objetivo 1. No usar el coche. Usarlo lo menos posible</p> <p>Objetivo 4. Relacionar el tiempo con el recorrido a pie. Una hora = 5 km. se pueden realizar muchas tareas andando o en bici mejor de lo que la familia se piensa</p>
DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
OE:	
<i>(qué se pretende hacer)</i>	
Mejora del espacio urbano para el peatón y el ciclista.	Mejora del espacio urbano tanto para peatón como para ciclista, creando ciudades más amigables y menos contaminadas. Si la familia tiene un mayor entorno amigable, con menos tráfico les ayudará a que usen menos el coche y se motiven a andar y usar la bicilceta. También se sentirán más seguro.
<i>(quién hace qué)</i>	
Caminos seguros y agradables para ir andando	Ayuntamientos, empresas (fomentar uso de transporte público o bicicletas para su trabajadores/as y colegios.
<i>(cómo)</i>	
Instalación de aparcabicis	Las empresas deben fomentar el uso del TP y bicicletas de sus trabajadores/as (aportando con el bono metro, compra bicis, aparcamiento para bicis). También la educación en los colegios. Empresas de reparto usen coches eléctricos/ o bicicletas eléctricos de carga.
	9

ILUSTRACIÓN 5 RESULTADOS GRUPO1. A5: DISEÑO DE ACCIONES PARA PROMOVER LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN VALLADOLID

A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

"PERSONA" Y RETO	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Objetivo 1. No usar el coche. Usarlo lo menos posible</p> <p>Objetivo 3. Tener bono de transporte público todos los miembros de la familia</p>
DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
OE:	
<i>(qué se pretende hacer)</i>	
Integración física y tarifaria de los sistemas de TP.	Integración de los diferentes agentes involucrados con el TP en la ciudad de Valladolid, Dputación, Ayuntamiento y Comunidad. Ofrecer un servición de TP de mayor calidad, eliminado las barreras actual. Lograr la integración del TP, unidades de transportes. La tarifa es fundamental también, por el número de billetes distintots de transportes que necesita nuestra familia para trasladarse de un lugar a otro.
<i>(quién hace qué)</i>	
	Colaboracióentre ayuntamientos Alfoz y Valladolid. Mancomunidad de la Alfoz
<i>(cómo)</i>	
	Integración física y tarifaria de los sistema de TP a través de desarrollo tecnológico, ej, planificador de ruta, soporte de pago sin tener obligación de tener tiquet si no que poder usarlo desde móvil y/o tarjeta de crédito. Tener un sistema inteligente que haga un registro de uso del usuario de manera que pueda aplicarse la tarifa más ventajosa para cada trayecto.
	9

ILUSTRACIÓN 6 RESULTADOS GRUPO1. A5: DISEÑO DE ACCIONES PARA PROMOVER LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN VALLADOLID

A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

"PERSONA" Y RETO	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%; background-color: #90EE90; padding: 5px;"> Objetivo 1. No usar el coche. Usarlo lo menos posible </div> <div style="width: 30%; background-color: #ADD8E6; padding: 5px;"> Objetivo 2. Crear un grupo de amigos de los niños/niñas para hacer salidas en bici </div> <div style="width: 30%; background-color: #90EE90; padding: 5px;"> Objetivo 4. Relacionar el tiempo con el recorrido a pie. Una hora = 5 km: se pueden realizar muchas tareas andando, en bici mejor. </div> </div>
DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
Colaboración de los comercios (como el proyecto BiciAmigo de La Curva)	OE: <i>(qué se pretende hacer)</i> Fomentar el uso del comercio local y de la bicileta para ir a comprar. Win-win para comercios y movilidad
	<i>(quién hace qué)</i> Establecimientos, ayuntamiento
	<i>(cómo)</i> El ayuntamiento tiene que favorecer que el entorno de los establecimientos sea amistoso con el uso de la bici.
	9

GRUPO 2

Dinamizadora: Barbara Branchini (Kveloce I+D+i)

Ayudante técnico: Victoria Ibars (Kveloce I+D+i)

ILUSTRACIÓN 7 RESULTADOS GRUPO2. A3: VALIDACIÓN DEL PERFIL O “PERSONA” EN LA SITUACIÓN ACTUAL DE COVID-19

A3. VALIDACIÓN EN LA SITUACIÓN ACTUAL DE COVID-19

AJUSTE COVID-19	
¿Cómo ha cambiado la “persona” y lo que se puede esperar de ella?	
PERSONA MÁS VOTADO:	(depende de A2)
Como ha cambiado la “persona” en situación de Covid-19: Felipe	
<p>Felipe post-Covid</p> <ul style="list-style-type: none"> - teletrabaja probablemente - no puede lucir su coche de alta gama (por trabajo u ocio) - viaja menos (reducción drástica) en fines de semana, verano, etc.; ocio más local 	
¿Qué cambio podemos esperar? (RETO)	
Cambiar su percepción de reconocimiento social, asociar status a alternativas de movilidad más sostenible	
<p>Reto en COVID-19:</p> <ul style="list-style-type: none"> - miedo al contagio - es fundamental el convencimiento/ concienciación y la educación (herramientas vinculadas a tecnología, que le gusta, es importante para él)... - Está más concienciado respecto a la importancia de la salud, (contaminantes, enfermedades respiratorias),,(trigger) - contaminación se ha reducido drásticamente 	

ILUSTRACIÓN 8 RESULTADOS GRUPO2. A4: IDENTIFICACIÓN DE BARRERAS Y FACILITADORES DEL CAMBIO DE CONDUCTA EN LA “PERSONA” DE TRABAJO

A4. BARRERAS Y FACILITADORES PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

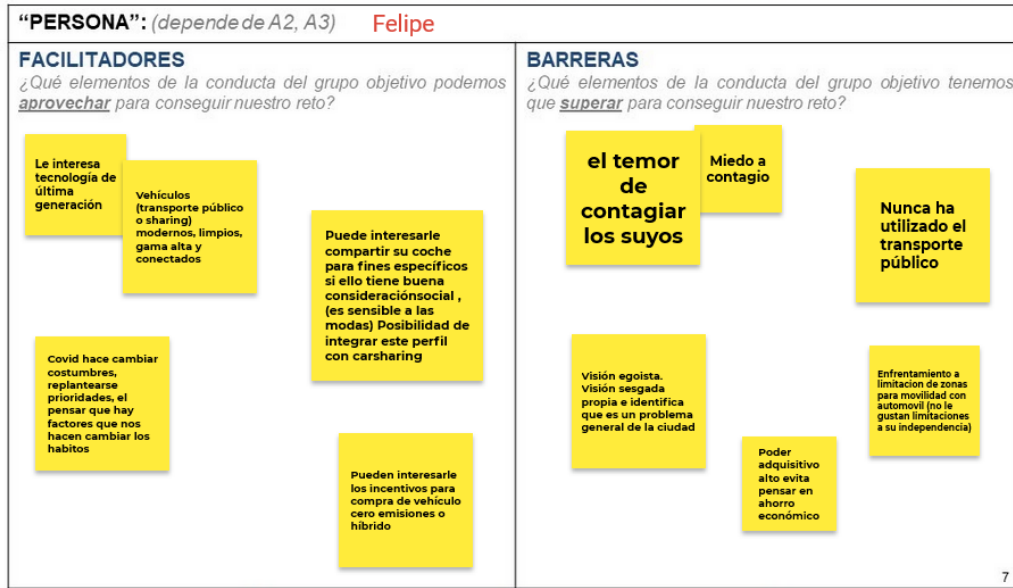


ILUSTRACIÓN 9 RESULTADOS GRUPO2. A5: DISEÑO DE ACCIONES PARA PROMOVER LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN VALLADOLID

A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

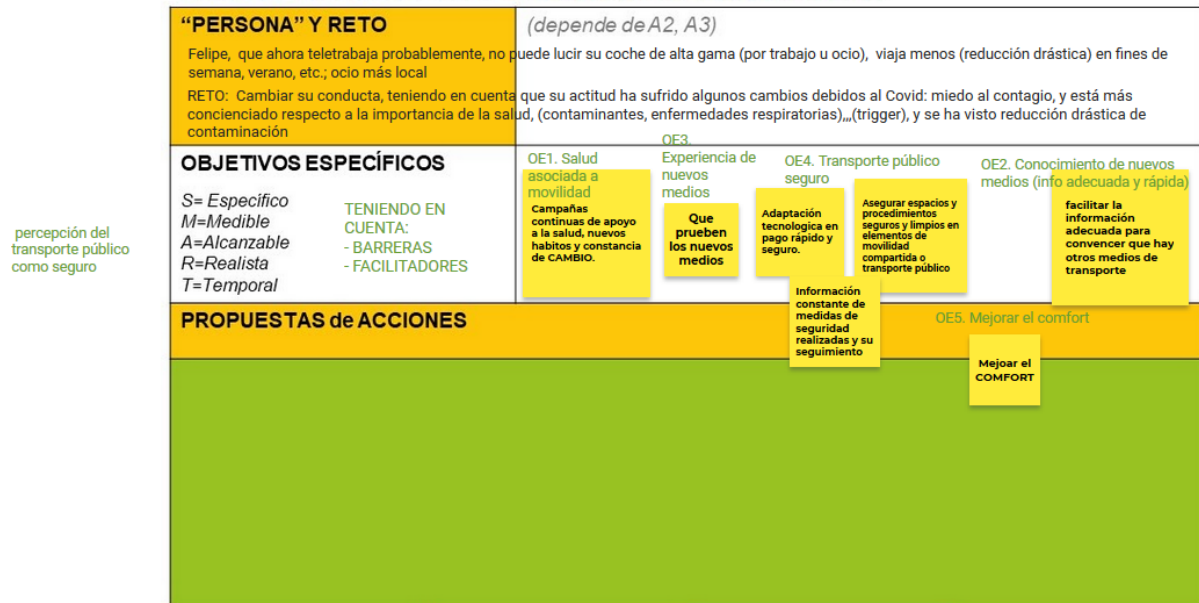


ILUSTRACIÓN 10 RESULTADOS GRUPO2. A5: DISEÑO DE ACCIONES PARA PROMOVER LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN VALLADOLID

A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

"PERSONA" Y RETO	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	OE1 Salud asociada a movilidad, OE4 Transporte público seguro
DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN
OE:	
<i>(qué se pretende hacer)</i> 1. Campaña de comunicación sobre efectos de contaminación CO2 sobre la salud, a través de : - redes sociales (+++) - medios de comunicación "tradicionales" (prensa, radio) - (Felipe no las sigue mucho) 2. Campaña de comunicación sobre la seguridad del transporte público (qué se hace para dar a conocer las medidas de seguridad)	
<i>(quién hace qué)</i> - Ayuntamiento + operadores de movilidad sostenible compartida como VallaBici, car sharing (Kiwi)	
<i>(cómo)</i> - Campaña centralizada por el Ayuntamiento - A través de redes sociales (+++), cuñas de radio, en la calle	
9	

ILUSTRACIÓN 11 RESULTADOS GRUPO2. A5: DISEÑO DE ACCIONES PARA PROMOVER LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN VALLADOLID

A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

"PERSONA" Y RETO	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	OE4 Transporte público seguro
DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	REGULACIÓN NORMATIVA Y SEGUIMIENTO
OE:	
<i>(qué se pretende hacer)</i> - Generación normativa respecto a conducta y circulación de medios de transporte (bicis, patinetes, etc) - Vigilancia/ seguimiento en el cumplimiento de normas de seguridad para todos los medios de transportes (conductas inapropiadas en coche, sancionables que hay que monitorizar; y conductas y circulación de nuevos medios) - Seguimiento visible - Infraestructura urbana y normativa urbana que impida infracciones	
<i>(quién hace qué)</i> Ayuntamiento	
<i>(cómo)</i>	
9	

GRUPO 3

Dinamizadora: Maite Ferrando (Kveloce I+D+i)

Ayudante técnico: Beatriz Vallina (Kveloce I+D+i)

ILUSTRACIÓN 12 RESULTADOS GRUPO3. A3: VALIDACIÓN DEL PERFIL O “PERSONA” EN LA SITUACIÓN ACTUAL DE COVID-19

A3. VALIDACIÓN EN LA SITUACIÓN ACTUAL DE COVID-19

AJUSTE COVID-19 ¿Cómo ha cambiado la “persona” y lo que se puede esperar de ella?	
PERSONA MÁS VOTADO:	(depende de A2) MARCOS
Como ha cambiado la “persona” en situación de Covid-19: MARCOS: Repartidor multicliente, autónomo. 33 años. Vive en pareja en la Rondilla. Universitario. Emprendedor. Todo pendiente de pagar. Vive de alquiler. COVID cambios: con el aumento de compras tendrá mas trayectos y tardará mas en repartir cada paquete. Cambio de caracter en negativo	
¿Qué cambio podemos esperar? (RETO) Queremos cambiar el comportamiento de Marcos para que haga un esfuerzo en modificar su modo de trabajo (aunque pierda en autonomía) e impulsar el cambio normativo que permita la intermodalidad en el tipo de transporte a la hora de repartir sus mercancías. COVID cambios: Ninguno	

ILUSTRACIÓN 13 RESULTADOS GRUPO3. A4: IDENTIFICACIÓN DE BARRERAS Y FACILITADORES DEL CAMBIO DE CONDUCTA EN LA “PERSONA” DE TRABAJO

A4. BARRERAS Y FACILITADORES PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

“PERSONA”: (depende de A2, A3)	
FACILITADORES ¿Qué elementos de la conducta del grupo objetivo podemos <u>aprovechar</u> para conseguir nuestro reto?	BARRERAS ¿Qué elementos de la conducta del grupo objetivo tenemos que <u>superar</u> para conseguir nuestro reto?
<p>Discurso conjunto y simultaneo sobre el uso del transporte publico y medios alternativos al vehiculo privado</p> <p>habilitar infraestructuras y opciones para que el transporte publico sirva para el reparto</p> <p>Acondicionar la ciudad para una movilidad mas sostenible (carriles con velocidad limitada, seguridad en circulacion de alternativas mas sostenibles)</p>	<p>Limitacion de peso y tamaño de la mercancía. Acondicionar las características de las entregas para adaptar los medios de transporte a las mismas, fomentando las alternativas sostenibles en la medida de los posible.</p> <p>Dificultad para parar y/o enganchar el método de transporte (espacio), para que se utilicen otras alternativas de transporte (bici o patinete) suponga un mecanismo transporte .</p> <p>Percepcion de perdida de tiempo con transportes alternativos</p> <p>Limitaciones debidas a las distancias de reparto.</p>
7	

ILUSTRACIÓN 14 RESULTADOS GRUPO3. A5: DISEÑO DE ACCIONES PARA PROMOVER LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN VALLADOLID

A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

“PERSONA” Y RETO	<p>(MARCOS) A2, A3) MARCOS: Repartidor multiciente, autónomo. 33 años. Vive en pareja en la Rondilla. Universitario. Emprendedor. Todo pendiente de pagar. Vive de alquiler. Queremos cambiar el comportamiento de Marcos para que haga un esfuerzo en modificar su modo de trabajo (aunque pierda en autonomía) e impulsar el cambio normativo que permita la intermodalidad en el tipo de transporte a la hora de repartir sus mercancías.</p>	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS <i>S= Especifico</i> <i>M=Medible</i> <i>A=Alcanzable</i> <i>R=Realista</i> <i>T=Temporal</i>	<p>Conseguir transmitir un mensaje conjunto simultaneo y continuo que refuerce el uso de medios de transporte sostenible OE1</p> <p>Facilitar espacios publicos e infraestructura para el reparto "sostenible" de mercancía OE2</p> <p>Acondicionar la ciudad para reducir los tiempos de trayecto usando metodos de movilidad sostenible (mas km de carril bici) OE3</p>	
PROPUESTAS de ACCIONES		
<p>Sincronizar las campañas de comunicacion para generar un mensaje conjunto y simultaneo sobre el uso del transporte publico y medios alternativos al vehiculo privado (incluyendo referentes, casos de éxito e influencers)</p>	<p>Mapa de cobertura de espacios de paqueteria (logistica ultima milla)</p> <p>Espacios y horarios/ servicios en el transporte publico para mercancías (intercambio logistico de mercancías)</p>	<p>Generar espacios y puntos de aparcamiento limitados a vehiculos de carga y descarga SOLO de vehiculos y/o modos de transporte sostenible</p>

ILUSTRACIÓN 15 RESULTADOS GRUPO3. A5: DISEÑO DE ACCIONES PARA PROMOVER LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN VALLADOLID

A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

“PERSONA” Y RETO	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
<p>Conseguir transmitir un mensaje conjunto simultaneo y continuo que refuerce el uso de medios de transporte sostenible OE1</p>	
DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
OE:	
<i>(qué se pretende hacer)</i>	
<p>Sincronizar las campañas de comunicacion para generar un mensaje conjunto y simultaneo sobre el uso del transporte publico y medios alternativos al vehiculo privado (incluyendo referentes, casos de éxito e influencers)</p>	
<i>(quién hace qué)</i>	Liderazgo Mancomunidad y participacion de diversas Instituciones, entes publicos y empresas, con interes en movilidad, innovacion, sostenibilidad, reparto y logística, etc
<i>(cómo)</i>	Firmando acuerdos de colaboracion entre las entidades. Estableciendo como prioridad política/estratégica esta accion y su liderazgo

9

ILUSTRACIÓN 16 RESULTADOS GRUPO3. A5: DISEÑO DE ACCIONES PARA PROMOVER LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN VALLADOLID

A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

"PERSONA" Y RETO	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
Facilitar espacios publicos e infraestructura para el reparto "sostenible" de mercancia OE2	
DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
OE: Accion coordinada de espacios habilitados (
<i>(qué se pretende hacer)</i>	Generar espacios y puntos de aparcamiento espejo (asociados a aparcamiento para personas diversidad funcional) limitados y dedicados a vehiculos de carga y descarga de transporte sostenible Mapa de cobertura de espacios de paqueteria (logistica ultima milla)
<i>(quién hace qué)</i>	Vía publica: administracion local regula y establece usos. Espacios para paqueteria deben surgir de la colaboracion entre entidades publicias y privadas, simulando Citypack, Amazon locker, etc
<i>(cómo)</i>	Ordenanza y normativa municipal. Convenios y acuerdos comerciales.

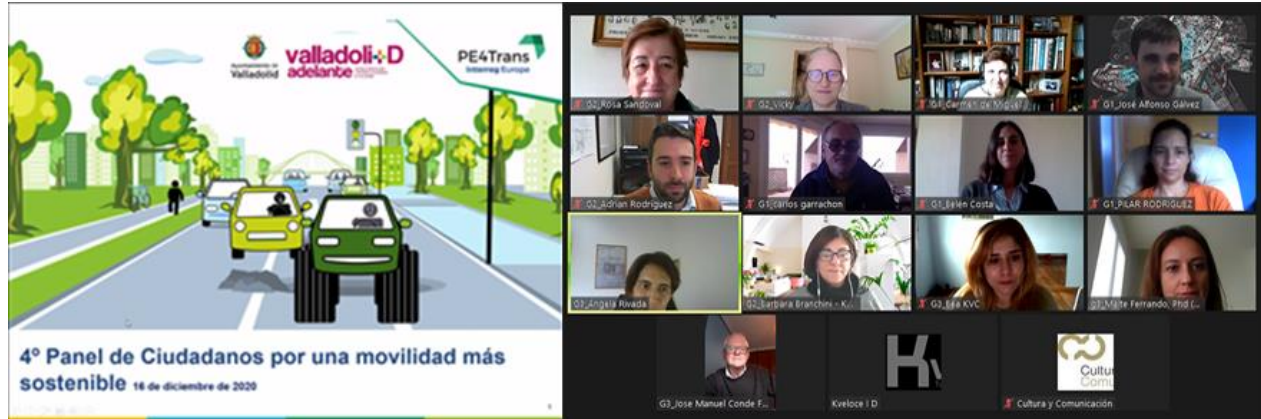
ILUSTRACIÓN 17 RESULTADOS GRUPO3. A5: DISEÑO DE ACCIONES PARA PROMOVER LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN VALLADOLID

A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

"PERSONA" Y RETO	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
Acondicionar la ciudad para reducir los tiempos de trayecto usando metodos de movilidad sostenible (mas km de carril bici) OE3	
DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
OE:	
<i>(qué se pretende hacer)</i>	Mas disponibilidad de rutas e itinerarios para uso de la bicicleta y metodos de transporte similares (patinete eléctrico) Espacios y opciones establecidas (horarios/servicios) para que el transporte publico (autobus) sirva para el reparto mercancias (ultima milla)
<i>(quién hace qué)</i>	
<i>(cómo)</i>	

IMAGEN FINAL Y PARTICIPANTES

ILUSTRACIÓN 18 IMAGEN DE LA SESIÓN



Hubo un total de 21 participantes, que fueron variado a lo largo de la sesión:

- Pilar Rodríguez
- Adrián Rodríguez
- José Alfonso Gálvez
- Rosa Sandoval
- Carlos Garrachón Arias
- Carmen Miguel Murado
- Elisabeth Duque
- Isaac Nebot
- José Manuel Conde Guerra
- Jesús Vega
- Carmen Blanco

ANNEXES

ANNEX 1, GROUP1. TEMPLATE FOR TARGET GROUP DEFINITION:

Target group:	e.g. Family (35-50 years old) with 2 children
Challenge	<p>Change the behaviour of the “Family García-García” regarding the use of a single car combined with other types of public transport, despite the effort involved in renouncing the loss of independence and the need to achieve greater organization in their trips.</p> <p><i>The challenge has changed due to the COVID-19 situation: We want the family to enjoy more of their free time with their children, encouraging them to use the bicycle. Walking and biking for everyday activities like shopping. Instil children in the use of public transport, encouraging its use also for the future when the pandemic has finished.</i></p>
Personas	<p>FAMILY GARCÍA-GARCÍA: They live in El Alfoz in a semi-detached house. 35-50 years. 2 children of 8 and 10 years old who study in the city where they also carry out extracurricular activities. They both work. They share household chores. They have relatives outside of their closest environment. Medium-high economic level. 2 high-end cars.</p> <p><i>How the "person" has changed in the COVID-19 situation: GARCÍA GARCÍA FAMILY. They live in Alfoz in a semi-detached house. 35-50 years old. 2 children of 8 and 10 years old who study in the city but no longer have extracurricular activities. They both work from home. They share household chores. They have relatives outside of their closest environment. Medium-high economic level. 2 high-end cars, but due to more free time from teleworking, now they only use one car.</i></p>
Important behavioural features (attitudes, beliefs, emotions etc.)	<p>Drivers of the desired behavioural change</p> <ul style="list-style-type: none"> • The use of the bicycle living in a single-family house is very easy. There are no stairs to climb and there are no elevators to use. • Increased capacity of their children to sustainable modes of mobility due to their demand for independence. • More flexibility for family organization thanks to teleworking. • Economic ability to buy bicycles. • Barriers of the desired behavioural change • Social and imaginary environment of social status that "transmits" the possession of a high-end car. • There are dangerous stretches of road to get to the city, to school or to the supermarket. They feel insecure and afraid. • Fear of bad weather conditions, family perception of the discomfort of cycling in bad weather day. • There are no public transport stops nearby. They feel discomfort.



	<ul style="list-style-type: none"> • They have little confidence and reliability in public transport. The public transport frequency is scarce. • Awareness within public transport (danger of queues during COVID-19). They are afraid and have poor information. • Lack of skills to use the bicycle. • They feel tired easily when walking or riding a bike. They are not used to physical exercise. Lack of family habit, little self-training. • Bike lanes have their prescriptive rules such as the directions where pedestrians share those lanes at traffic lights or occasionally if they are distracted. They feel that they may have an accident. The family feels insecurity and fear. Lack of security when traveling to school by bicycle.
--	--

ANNEX 2, GROUP1. TEMPLATE FOR POLICY ACTION DESCRIPTION

Action 1:	Title
Objective(s) of the policy action	<p>Be SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) in defining the objective(s)</p> <ul style="list-style-type: none"> • SO1: Reduce car use. • SO4. Awareness of travel times using alternatives to the car such as cycling or walking
Describe action	<p>How does it work? Improvement of urban space for both pedestrians and cyclists, creating friendlier and less polluted cities. If the family has a friendlier environment with less traffic, it will help them to reduce the car use and motivate themselves to walk and bike. They will also feel more secure.</p> <p>Who does what? Municipalities, companies (encourage the use of public transport or bicycles for their workers) and schools through education with children.</p> <p>How? Companies must encourage their workers to use public transport and bicycles (eg, contributing with; giving them the metro tickets, buying or helping them buy bicycles, enabling spaces to park bicycles). Also delivery companies can use electric cars / or electric cargo bikes. For their part, schools can educate students in sustainable mobility. Finally, the city council has to be in charge of improving the urban spaces.</p>

Action 2:	Title
-----------	-------



Objective(s) of the policy action	<p>Be SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) in defining the objective(s)</p> <ul style="list-style-type: none"> • SO1: Reduce car use. • SO3: Obtaining public transport tickets.
Describe action	<p>How does it work? Offer a higher quality public transport service, eliminating current barriers. Achieve the integration of public transport among all its transport units (metro, bus, etc.). The change must also be made at the fare level, that is, integrate all fares in the same ticket so that anyone can travel to all points of the public transport network.</p> <p>Who does what? Collaboration between the municipalities of Alfoz and Valladolid.</p> <p>How? With the collaboration of the different agents involved in public transport in the city of Valladolid (Provincial Council, City Council and Community). Physical and fare integration of the public transport system through technological development. For example, creating a technological application that has; i) route planner, ii) payment support by mobile phone or bank card, and iii) intelligent system with registration of the user's public transport use to be able to apply the most advantageous rate (in time and price) for each trip to be made .</p>

Action 3:	Title
Objective(s) of the policy action	<p>Be SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) in defining the objective(s)</p> <ul style="list-style-type: none"> • SO1: Reduce car use. • SO2: Motivation to use alternative trips (creation of a group to go on bike rides). • SO4. Awareness of travel times using alternatives to the car such as cycling or walking
Describe action	<p>How does it work? Encourage the use of local businesses and the bicycle to go shopping. Win-win both for small local business and for mobility in a more sustainable way.</p> <p>Who does what? Collaboration between local shops and the City Council.</p> <p>How?</p>



The City Council has to ensure that the environment of local businesses is friendly for those who go shopping by bicycle, for example by installing bicycle parking.

ANNEX 3, GROUP2. TEMPLATE FOR TARGET GROUP DEFINITION

Target group:	Middle age car dependents (+50 years)
<p>Challenge</p>	<p>To change Felipe's behaviour by convincing him that to stop using a private vehicle is socially desirable (social recognition, being environmentalist is fashionable).</p> <p><i>How the challenge has changed due to Covid-19:</i></p> <p><i>Covid-19 makes people change habits, rethink priorities. Felipe is now more aware about the importance of health, the threat of respiratory diseases, the effect of pollutants on health, and he has observed how air pollution can drastically decrease (it can be done, it happened during the lockdown). A change in Felipe's behaviour seems more realistic than before, although his concern about the possibility of a Covid-19 contagion in the public transport could prevent him from changing his mobility habits.</i></p> <p><i>Persuasion, awareness, and education are essential to change his behaviour (e.g., through tools related to technology, which he likes and are important to him).</i></p>
<p>Personas</p>	<p>Felipe is a Monday-Friday worker. He is 45-55 years with high purchasing power. He owns a high-end car. He is modern and a technology user. He is successful and selfish.</p> <p><i>How the Persona has changed due to Covid-19:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Felipe is working at home and he is not using the car to go to the work place.</i> - <i>Due to the restrictions on circulation and to smartworking, he is not showing his high-end car as much as he'd like to (nor for work, nor for leisure).</i> - <i>He travels much less than usual for leisure (weekends, summer, etc.); he travels locally.</i>
<p>Important behavioural features (attitudes, beliefs, emotions etc.)</p>	<p>Drivers of the desired behavioural change</p> <p><u>Interest in technology</u></p> <p>Felipe is interested in cutting-edge technology, and therefore he can be willing to use public transport if modern, clean, high-end and connected (public transport or sharing).</p>

Moreover, he may be interested in incentives to purchase a zero-emission or hybrid vehicle; however, due to his high purchase power (see above and below) he could be more interested in zero-emission / hybrid technology than incentives.

Sensitive to fashion

Felipe cares about the social consideration and reputation, he is sensitive to fashion, and therefore he could be interested in car sharing offers for specific use, social use, etc.

Change in life priorities and awareness due to Covid-19

Covid-19 makes people change habits, rethink priorities, enhances awareness about health and environment.

Barriers of the desired behavioural change

Felipe has never used the public transport, he is not familiar with it, he does not know it. Moreover, under the pandemic threat, the fear of Covid-19 contagion for him and loved ones prevents him from using PT even more.

Selfish, biased vision: he considers his point of view as general interest. He dislikes limitation to his freedom and reacts negatively to traffic restrictions, pedestrian zones, etc.

His high purchase power reduces his interest in money savings

ANNEX 4, GROUP2. TEMPLATE FOR POLICY ACTION DESCRIPTION

The following and interrelated Specific Objectives were identified:

- SO1. TO RAISE AWARENESS ABOUT EFFECTS OF MOBILITY ON HEALTH
- SO2. TO PROVIDE ADEQUATE AND REAL-TIME INFORMATION ABOUT PUBLIC TRANSPORT OPTIONS
- SO3. TARGET GROUP EXPERIENCE PUBLIC TRANSPORT
- SO4. TO PROVIDE SAFE PUBLIC TRANSPORT OPTIONS
 - *SO4.1 Updated information about security measures deployment, monitoring and follow up*
 - *SO4.2 Spaces and procedures clean and safe*
 - *SO4.3 Quick and safe payment options*
- SO5. TO IMPROVE COMFORT OF PUBLIC TRANSPORT

Action 1: COMMUNICATION CAMPAIGN

Objective(s) of the policy action	<p>Be SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) in defining the objective(s)</p> <p>SO1. TO RAISE AWARENESS ABOUT EFFECTS OF MOBILITY ON HEALTH SO4. TO PROVIDE SAFE PUBLIC TRANSPORT OPTIONS</p>
Describe action	<p>How it works?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Communication campaign <u>on the effects of CO2 pollution on health</u>, through: <ul style="list-style-type: none"> - social networks (+++) - "traditional" media (press, radio) (Felipe doesn't follow them much) 2. Communication campaign on the <u>safety of public transport</u> (incl. information about safety measures put in place). <p>Who does what? The leading entity is the Municipality and relevant sustainable mobility operators are involved (VallaBici, car sharing entities such as Kiwi).</p> <p>How? The campaign is centralized and it is led by the Municipality. Means: the media used for the campaign are targeted to middle-age car dependents (<i>Felipe</i>). Social networks should be used, campaign at street level, and radio advertisement to a lesser extent.</p>

Action 2: REGULATION AND MONITORING	
Objective(s) of the policy action	<p>Be SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) in defining the objective(s)</p> <p>SO4. TO PROVIDE SAFE PUBLIC TRANSPORT OPTIONS</p>
Describe action	<p>How it works?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Normative generation regarding conduct and circulation of means of transport (bikes, scooters, etc.) - Surveillance / monitoring in compliance with safety regulations for all means of transport (inappropriate behavior in a car, punishable that must be monitored; and behavior and circulation of new means of transport) - Visible monitoring - Urban infrastructure and urban regulations that prevent infractions <p>Who does what? The Municipality.</p>

ANNEX 5, GROUP3. TEMPLATE FOR TARGET GROUP DEFINITION

Target group:	Car users (young adults) limited by professional demands
Challenge	We would like to change the way delivery services are made in the territory, by increasing the use of intramodality and sustainable transport modes for entrepreneurs and workers of delivery services.
Personas	MARCOS: Multiclient Delivery freelance. He has 33 years old. He lives with his couple in La Rondilla, rented home. University student. Lots of debts.
Important behavioural features (attitudes, beliefs, emotions etc.)	<p><u>Drivers of the desired behavioural change</u> Common and unique message from all institutions about the need to support sustainable mobility modes, even in delivery services Infrastructures and options to make the public transport (buses) a real alternative for delivery transport To adapt the city mobility to support cycling and sustainable transport modes event for the delivery transport (speed limitation, secure routes for alternative mobility modes)</p> <p><u>Barriers of the desired behavioural change</u> High weight and size of the delivery products limit the use of some sustainable transport options. Difficulties for stopping/parking for picking the products leaving sustainable vehicles (bikes, scooters); no appropriate security measures to protect the vehicles. Perception of time lost using alternative modes Limitations due to long distances for delivery targets.</p>

ANNEX 6, GROUP3. TEMPLATE FOR POLICY ACTION DESCRIPTION

Action 1:	Joint Communication campaign
Objective(s) of the policy action	SO1. To transmit a common, joint and continuous message to empower and reinforce the use of the sustainable transport modes in all areas, including delivery services.
Describe action	<p>How it works? Who does what? How? The proposed action will bring together and synchronise existing efforts on communicating the need of increasing the use of public transport and sustainable and alternative transport means, different to the private car. This joint communication campaign should involve referent stakeholders, influencers, success cases, etc.</p>



The main leadership of this action lays on the Mancomunidad, while different public institutions at local, regional level, but also private organizations with interests and skills to support mobility, innovation and sustainability, logistics & delivery representatives, etc.

By leading key communication campaigns but also collaboration agreements between the stakeholders, while putting sustainable mobility at the top of the policy and strategy agenda this action could be successfully implemented.

Action 2:	Title: Sustainable delivery facilities and “mirror” parking sites
Objective(s) of the policy action	SO2. To enable spaces and infrastructure to make possible a sustainable delivery service
Describe action	<p>How it works? Who does what? How?</p> <p>By creating spaces and parking places to make easier the parking and pick up of the delivery products along the city, by limiting the use of specific parking sites for sustainable vehicles dedicated to the delivery. Ideally, these places/spaces will be located next to the disabled parking sites (mirror parking spaces).</p> <p>In addition, along different public and private buildings, specific places to lock and keep the delivery services should be promoted and make accessible for the delivery companies to facilitate the use of alternative transport modes others than private cars. A specific map including all available lockers for those delivery companies using sustainable transport should be disseminated and shared.</p> <p>Concretely, the local public administration should regulate and define the use of the public spaces, in particular parking places.</p> <p>Concerning the spaces enabled for locking and keeping the delivery products if needed, agreements (including commercial agreements) between private and public entities can be done (and promoted), using existing examples (e.g Citypack, Amazon locker, etc).</p> <p>It is essential for the public administration to lead these action to make them a priority within the strategic and policy agenda.</p>
Action 3:	Title: Making transport time “shorter” for sustainable vehicles and enabling public transport for delivery
Objective(s) of the policy action	SO3. To adapt the city to reduce the time to reach the different places for delivery workers who use sustainable mobility and/or public transport. Among other measures, it is expected to increase the number of kilometres for cycling pathways.

Describe action

How it works? Who does what? How?

To increase the mobility infrastructure for bikes (and e-scooters), providing more dedicated cycling pathways.

To provide specific services and spaces in public transport (buses) for delivery service workers to enable them to bring the products within the time estimated.

NOTE: this action was not completed due to time limitations during the workshop implementation.

ANNEX 7, MATERIAL DE LA SESIÓN

- “Como fomentar conductas de movilidad sostenible”, presentación Dr. Maite Ferrando
- WORKSHOP 4 (STAGE 4 DECISION ON ACTIONS) METHODOLOGY V.2
- Presentación Jamboard



PE4Trans

Interreg Europe



European Union
European Regional
Development Fund

“Como fomentar conductas de movilidad sostenible”

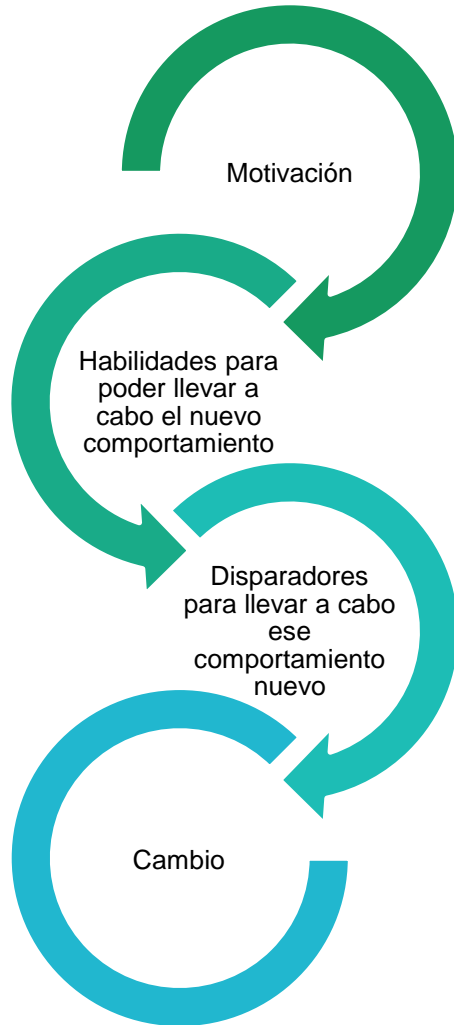
Maite Ferrando, PhD.

Managing Director
mferrando@kveloce.com



16 Diciembre, Valladolid

Cambio comportamental



Conductismo clásico (B. F. Skinner; 1953, Science and human behaviour).

Las conductas complejas se aprenden gradualmente a través de modificar conductas más simples a través de:

- *Imitación y refuerzo*: replicamos lo que observamos en otros
- *Refuerzos positivos* (dar algo agradable) y *negativos* (evitar algo desagradable)
- *Castigo*, que siendo una opción capaz de disminuir comportamientos indeseados debe ser muy limitado, proporcionado y limitado a conductas muy excepcionales.

Aproximaciones persuasivas (FBM; 2002, Persuasive technology)

El comportamiento se compone de motivación, habilidad y disparadores:

- *Motivación*: placer, dolor, aceptación social...
- *Habilidad*: autoeficacia percibida para ser capaz de llevar a cabo un comportamiento determinado y que puede estar determinada por el esfuerzo que requiere, tiempo, costes...
- *Disparadores (o recordatorios)*: alarmas, textos, anuncios... Los intermitentes (es decir, no constantes, sino de vez en cuando) parecen ser más efectivos.

Teoría del “nudge” (empuje)

Nudging: enfoque económico basado en las ciencias del comportamiento que asume que la irracionalidad es una parte muy importante del ser y actuar como humano.



- El objetivo es dar fomento a los procesos deliberativos y conscientes del ciudadano que siempre puede oponerse al mensaje clave.
- Ayuda a encontrar la mejor manera de llegar al objetivo (al cambio de comportamiento deseado) y satisfacer las preferencias individuales a la vez.

La elección de la forma de viajar (coche, bici, bus...) está determinada en gran medida por una decisión razonada, que remite a actitudes y barreras percibidas, pero también influye:

- Los **elementos primarios más específicos** (disponibilidad de medios, de dinero, etc.) y las **necesidades básicas** (estrés, seguridad, etc.) conducen y determinan el comportamiento.
- Los **hábitos y costumbres** también tienen un rol importante.
- Otros **elementos “irracionales”** (emociones, atribuciones de estatus ligadas al coche, etc.) también son clave en muchas ocasiones nos hacen actuar instintivamente

Movilidad: cambio conductual

Para mejorar la sostenibilidad de la movilidad, dado que el coche es lo más usado, es necesario promover un cambio positivo, desde el coche hacia otros modos de transportarnos.

¿Cómo? Refuerzos, incentivos, imitación social, apelación a valores, apelación a emociones...

- Acciones inmediatas: incentivos, campañas, limitaciones...**
- Modelos de negocio** innovadores en la comunidad
- 'Presión' social** (hacia la aceptación, imitación)



¿Y qué barreras hay?

- ✓ Nuestras **rutinas**... Nuestras rutinas se llevan a cabo de forma poco consciente, lo que dificulta monitorizar nuestro propio comportamiento.
- ✓ También tenemos problema considerando otras **posibilidades diferentes** a nuestra rutina.
- ✓ Y comprender el **impacto real** de nuestro comportamiento en movilidad y de sus alternativas.

Hay formas instruccionales (dar instrucciones), motivaciones y de apoyo

Enfoque instruccional

- Educación
- Consejos
- Autocontrol
- Limitaciones y castigos

Enfoque motivacional

- Establecer metas
- Permitir la comparación
- Reforzar los compromisos públicos e individuales

Enfoque de apoyo

- Proporcionar a las personas herramientas comunicativas
- Formas de autocontrol del comportamiento
- Recompensas por el logro

En particular, una campaña debe esforzarse por ofrecer un alto número de disparadores motivacionales.

¿Cómo integrar la tecnología?

Impulsar la formación de intenciones, el establecimiento de objetivos específicos y la revisión de objetivos.

- Los usuarios establecen objetivos de comportamiento específicos relacionados con la movilidad que luego se revisan periódicamente determinando en qué medida se ha cumplido el objetivo y si es necesario ajustarlo.

Monitoreo, retroalimentación y recompensas.

- Se supervisa el comportamiento de los participantes en los viajes, se proporciona información sobre el comportamiento supervisado y se proporcionan recompensas, si procede. Las recompensas a utilizar (por ejemplo, tarifas reducidas de autobús, reconocimiento social) se determinarán en la recopilación de requisitos y el diseño participativo.

Comparación (social).

- Los datos comparativos muestran a los participantes cómo su comportamiento se compara con su propio comportamiento pasado, y el comportamiento de otros en la comunidad o su propio grupo de apoyo social.

Avisos y personalización.

- A los participantes se les pide en los momentos determinados (y adecuados) que cambien su comportamiento, por ejemplo, para proporcionar un ascensor o utilizar el transporte público. Las solicitudes se personalizan según las características y el contexto del usuario. Por ejemplo, los grupos focales mostraron que la adaptación es necesaria para el clima y la compañía de viajes.

Ayudar a la toma de decisiones.

- Se proporcionará a los usuarios información suficiente y adecuada para que puedan tomar decisiones informadas sobre su comportamiento de viaje.

Promoción del transporte a pie y la bicicleta

Las políticas para aumentar el caminar y el ciclismo necesitan cambios fundamentales en la sociedad y en la estructura urbana para permitir una mayor flexibilidad en cómo y cuándo viaja la gente, de modo que caminar y andar en bicicleta puedan integrarse en las rutinas diarias y familiares.

- más escuelas en barrios, y otras instalaciones para reducir las distancias de viaje (ciudades de 15 minutos)
- el desarrollo de políticas de bienestar más amigables con la familia que permitan a uno de los padres pasar más tiempo con los niños y así dar espacio y tiempo para caminar o andar en bicicleta en lugar de viajar en coche
- horarios de trabajo flexibles que permiten a los adultos adaptarse a los viajes para ir al trabajo, a la escuela...
- lugares donde aparcar bicicletas, patinetes...
- actividades educativas para promover el uso de la bicicleta por todos los miembros de la familia (juegos, aplicaciones, recompensas)
- entornos aptos para bicicletas
- campañas de comunicación y referencias (por ejemplo, *influencers*) promoviendo la imagen de los usuarios de bicicletas

Acciones prácticas:

- Invertir dinero en mejorar la **calidad del transporte público** en las ciudades medianas, así como en los carriles bici; se centran en la calidad y la imagen del transporte público para atraer también a las personas con poco tiempo.
- Hacer el transporte privado más **incómodo y caro** (reduciendo las plazas de aparcamiento, aumentando los costes de aparcamiento...)
- Estimular las **actitudes** de las personas a través de **información** adecuada y publicidad sobre los **efectos de comportamientos insostenibles (e.g. en salud)**, para **inducirlos** a cambiar sus hábitos, un paso preliminar hacia el cambio de comportamiento.
- La **información** y la **publicidad** podrían tomar la forma de un "**plan de educación y concienciación**", dirigido a la movilidad, que consideramos la cuestión clave para inducir el cambio, a partir de las **generaciones jóvenes**.

Iniciativas para “commuting” sostenible: cambiar el concepto para cambiar la conducta

El tiempo de viaje de camino al trabajo puede ser productivo

- Como tiempo de “recreo o distraccion
- Como actividad social
- Como actividad saludable

Si se percibe como fuente de estrés o perdida de tiempo, es mas possible que se utilice el coche para ese trayecto

Si el transporte publico se ofrece como “oficinas” moviles (fácil realizar llamadas, conexión a internet), su uso se incrementa

Facilitar el trabajo flexible contribuye al uso del transporte público (se evitan horas punta)

Hay que identificar qué hace comfortable el transporte público para ir al trabajo (espacio, música, mobiliario, colores, temperatura, etc).

Generar cultura positiva alrededor del transporte público (videos, canciones, narrativas, referentes y modelos, etc)

La predictibilidad, la frecuencia, la seguridad constituyen elementos clave.



PE4Trans

Interreg Europe



European Union
European Regional
Development Fund

Thank you!

Questions welcome



Project smedia

REGIONAL STAKEHOLDER GROUP

WORKSHOP 4 (STAGE 4 DECISION ON ACTIONS) METHODOLOGY V.2

OBJECTIVE

To design and agree on actions:

- Following the previous workshop results, good practice inspiration and using the knowledge on the change of behaviours
- To be elaborated further in Stage 5 and included in each territory's Action Plan (main project output)

OUTPUTS

At least 1 action draft description for each of the target group defined on previous workshop, that include:

- Definition of the target groups
- Analysis of their attitudes, beliefs, emotions and any relevant barriers and drivers of the desired behavioural change (using the personas of previous workshop and the knowledge gained at the Valladolid interregional workshop)
- Selected drivers and barriers of the change
- Specific objectives for the transport policy addressing the target group
- Action(s) that lead to the objectives: title and brief concept description which will be developed further in Stage 5 of PE4Trans

PREPARATIONS BEFORE THE WORKSHOP

- Definition of the target groups (if not done before) and matching with the relevant personas

NOTA BENE: some of the statements formulated during SGW3 require reformulation so that they were **focused on the target group and NOT on the persona**, e.g.

CORRECTLY formulated statement: *We want to change the daily car use of **parents with little kids** (Urania) so that they increase the use of public transport or bicycles due to environmental and health reasons aiming to set a good example for their children.*

Statement which REQUIRES CORRECTION: *We want to change **Genaro's** behaviour so that he makes an effort to stop using his own vehicle because of the independence that it gives him. We will show him that: he will save money on the costs of his vehicle, his family will worry less, he will enjoy moving around more and he will contribute to reducing pollution.*

In case you have statements from the last workshop focused on persona please revise them and reformulate applying a generalised description of the target group. **Expose the REFORMULATED STATEMENTS during the SGW4.**

- Preparation of table moderators to use the basic knowledge on the behaviour change to lead the table discussions. Nice to have also some good practices as inspiration for discussion. You may want to have main points with you translated to your language at hand for the workshop.
- Templates for work: A4 print-outs for drafts and large size (flipchart) for the results of each tables.

INSTRUCTIONS FOR THE WORKSHOP, TIMING

Plan 4,5 hours for the discussion, and relevant breaks in addition.

Participants work in groups since the beginning of the workshop. Make the personas and statements for the change visible at each table dedicated to specific target group. If possible, assign participants to the tables in such a way that each table group represents diversified social groups (age, gender, profession, etc.)

Optional: Make results of previous workshop visible in the room – e.g. displayed on a wall: visions, challenges etc.

STEP1: WELCOME FROM ORGANIZER – 10'

- Appreciation for coming
- Introduce the partner organization
- Importance of PE4Trans and citizens involvement

The most important thing about the PE4Trans is that citizens and stakeholders are invited to contribute with ideas about a sustainable public transport to help experts and policy makers to develop public transport solutions/ policies which are sustainable and contribute to reduction of the carbon footprint.

- Objectives of the meeting vs. where we are in the process

It is our 4th meeting. On last workshop we decided on the target groups for the policy actions and empathised with their work and life situation & motivations. Today we want to use it to make a rough design of policy actions that takes into account these target groups and their characteristics. Were we are in the process: (you can make very short reference or display a slide):



- Prospects of the implementation of the actions designed today
We can't promise that each and every action designed today will be implemented in next 1-2 years. But we will make all possible efforts to do so. We would like all to know the programmes and budgets that make the framework for the action. These are:

STEP 2: WARMING-UP EXERCISE – 15'

Ask participants following questions to demonstrate the practical difference between **automatized behaviours** and **rationalised decisions** which will be explained in PPT:

- *What did you have for breakfast today? How did you decide it?*
- *How did you come to the workshop? How did you decide it?*

Table moderator will encourage everyone at the table to answer these questions. After that will shortly summarise the results of 2 different behaviours – “as usual” and “one-off” decisions taken for specific case.

STEP 3, 1.5 H

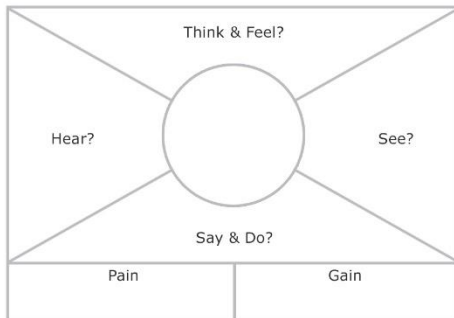
Objective: Validation of the target groups and the personas developed on previous workshop. Moderator presents target groups developed and shortly characterises them.

For each persona he asks if there are any important changes because of COVID? Perhaps new target group has to be selected e.g. those who have discontinued using public transportation. The participants must decide, if it is worthwhile to intervene to bring it back to public transportation, remembering that before COVID target groups were selected among all the others because of the potential impact on CO2 emission. If yes, moderator carries out an empathy analysis of new target group. **If not, directly goes to step 4.**

EMPATHY ANALYSIS OF NEW TARGET GROUP (PLENARY)

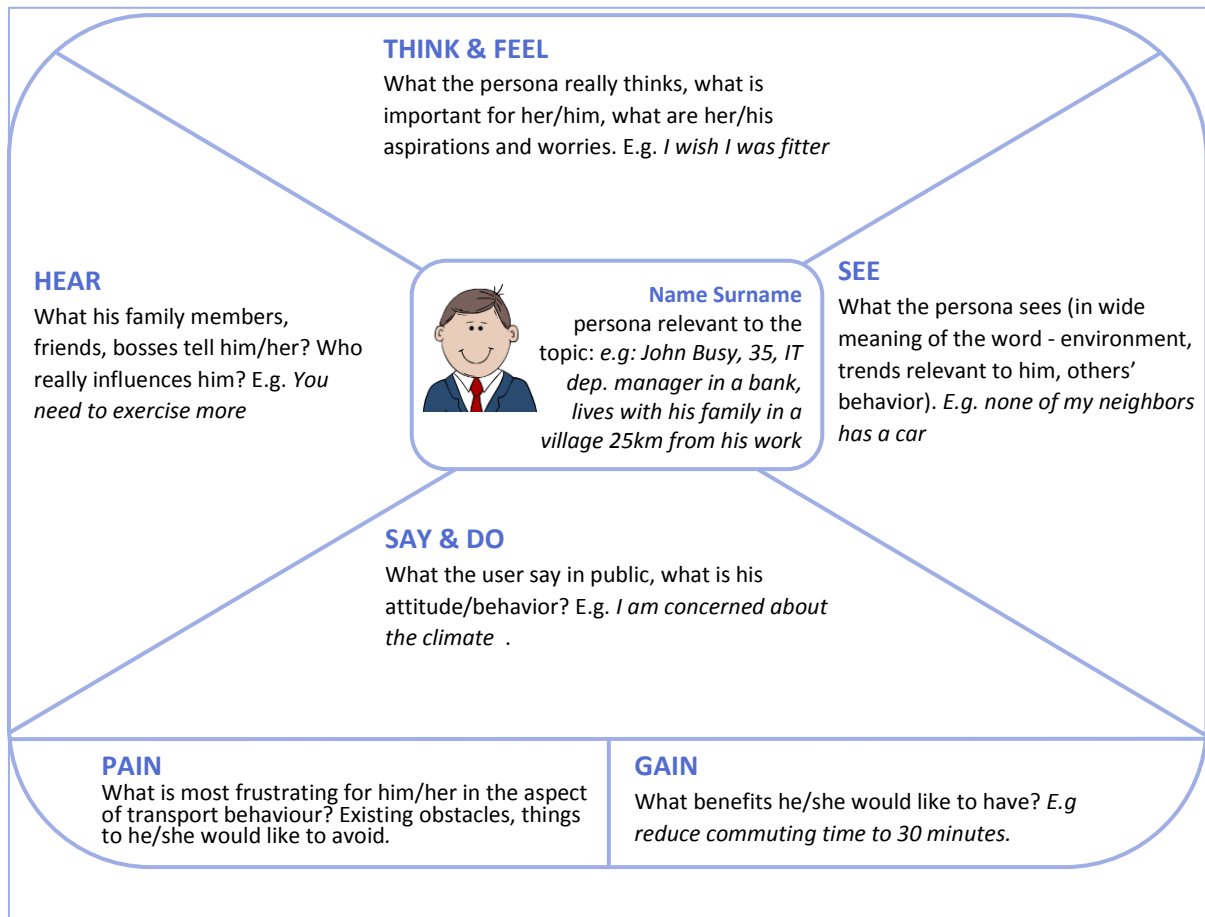
EMPATHY MAP/ PERSONA: TEMPLATE AND INSTRUCTION

Template to put on a flipchart:



Source: <http://agilecoffee.com/toolkit/empathy-map/> Empathy Map is ©2009 XPLANE, used with permission under a Creative Commons Attribution-Noncommercial-NoDerivs license.

Prepare one flipchart with sections as in template above for new target group (persona) to be empathised by all participants of the workshop. Template with questions to be answered by workshop participants with assistance of moderator:



The workshop moderator explains that personas/empathy maps are used in designing products services, but also policy intervention to understand users' or target group behaviour, needs, points of pain, challenges, goals and motivation. The persona/empathy map is a fictional, generalized representation of the ideal target group/client.

Moderator poses question to participants to cover following issues regarding new persona emerged because of COVID pandemics:

- Walking to transport distance;
- Time of journey;
- Frequency;
- Access;
- Accessibility;
- Price;
- Safety;
- Security;
- Reliability;
- Affordability;

- Flexibility.

Moderator during the discussion with participants fills-in each of the 4 upper spaces (see?, think&feel?, hear?, say&do?) in the template, e.g. using questions from the template above; *How accessibility works for this person? What the person situation looks like as for the car use and for the public transport during COVID pandemics?*

How...? – cover all factors from the list.

If the phrases are relevant to the 4 questions (hear, see, think/feel, do/say) they should be placed in relevant form in the empathy map (e.g. under “see”: *the buses are not safe*, under “think”: *wish not to wear a mask*).

Write outcomes of analysis in the template. After finalising the task moderator proposes generalised target group formulated based on characterises of new persona e.g. 60+ people who have discontinued using public transportation because of fear of getting infected.

New target group must be included in the next steps of the workshop.

STEP 4: PRESENTATION OF THEORETICAL BACKGROUND REGARDING HOW TO CHANGE BEHAVIOURS AND HABITS – 15’

Objective: To equip the participants with very basic principles on the change behaviour.

Presentation prepared by Maite, adapted by PSTP.

STEP 5: DESIGN OF POLICY ACTIONS FOR THE TARGET GROUPS - 195’

Participants will work in groups arranged at the tables in a World Café mode (changing table clockwise at each round). Each table will focus on 1 target group, best size of the group is 4-7 people + 1 table moderator). These instructions are shaped for 4 table groups. First round: each table could involve in the first round the most relevant profiles given the target group (stakeholders knowing the target group context), in order to provide an initial structure for the following contributions, a basis to build upon.

Participants should develop at least 1 action draft description for each of the target group defined on previous workshop, that include:

- Definition of the target groups
- Analysis of their attitudes, beliefs, emotions and any relevant barriers and drivers of the desired behavioural change (using the personas of previous workshop and the knowledge gained at the Valladolid interregional workshop)
- Selected drivers and barriers of the change
- Specific objectives for the transport policy addressing the target group
- Action(s) that lead to the objectives: title and brief concept description which will be developed further in Stage 5 of PE4Trans

Instructions in the plenary

The workshop moderator presents the mode of work.

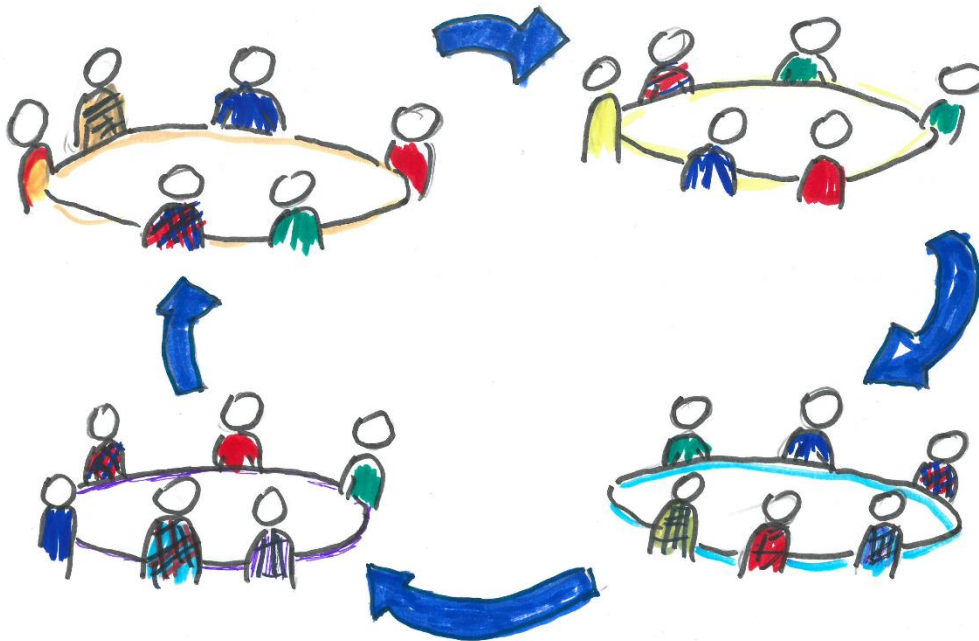
The empathy maps elaborated during SGW3 relevant to the target group analysed in this table are exposed so that participants sitting by this table could easily refer to them for inspiration.

The statements summarizing the whole analysis of the empathy map during the SGW3 are also exposed:
We want to change [behaviour] of [target group] so that they increase [behaviour] + quantification (if possible).

We will work in groups to design policy actions for changing the behaviour of the target groups we have identified at the last workshop. We are going to use the knowledge of the change behaviour and some good practices in order to formulate ideas for actions to reach the desired change formulated in the statements from the last workshop. The table moderators will guide you through your work.

We will work on 4 target groups. We will work in 4 rounds of about 40 to 50 minutes, changing the table at every round clockwise. This way everyone will contribute to the ideas for policy action dedicated to each target group. And the policy actions will be based on the wide pool of ideas. You will start the work with the target groups dedicated to your table and after changes you will end with the same table to summarise all the contribution in coherent concepts.

You can use the drawing below to illustrate your ppt:



Work in table groups

Each group of 3-7 people is assisted by table moderator who stays by the table dedicated to one target group. By the table materials from last workshop: empathy maps and statements are exposed.

Round I – 50'

Moderator asks 1 (or more) participant(s) for the assistance in writing down the conclusions in the templates.

*In order to do something about these target groups we need to try to understand that behind the categories there are people, and we need to understand their situation. Let's try to think who are they? Let's go back to the descriptions we have made during the last workshop and discuss on the behavioural elements relevant for the targeted group and the change we would like to introduce. Let's focus on the attitudes, beliefs, emotions and any relevant **barriers** and **drivers** of the desired behavioural change for the targeted group. Some examples: status recognition, self-esteem, social acceptance, success, independence, freedom, comfort; children safety, healthy lifestyle relevance, environmental attitudes & adoptions, specific motivations. – 3'*

The table moderator is asking each participant to think for 2 minutes (and not talk). Then each participant is writing elements characterising the target group relevant in two separate categories:

- *Barriers: Which elements of the target group characteristics can work in favour of the desired change?*
- *Drivers: Which elements of the target group characteristics can work against the desired change?*

Participants write relevant elements characterising the target group on post-its (one element of the characteristics on one post-it) – 5'

After that the table moderator elicits the ideas one by one, and puts the post its on the board [white board, posters] under each category: BARRIERS and DRIVERS. At each idea he/she asks if anyone has anything similar or comments. He/she puts similar post-its close to each other to form clusters. The participants decide how to include the clusters in the template (annex 1) – 10'

Next, the moderator asks participants to FORMULATE IDEAS OF ACTIONS focused on reaching the desired change in the target group behaviour.

Moderator makes sure that each action is contributing to the DESIRED CHANGE in behaviour of the TARGET GROUP and builds on insights defined among BARRIERS and DRIVERS

Then moderator ask the group to select the ideas that can make a single policy action and describe them as in the template (annex 2) – 30'

Groups change clockwise.

Round II – 30'

The moderator introduces the work done in the round I to the participants. And asks for more ideas on the action.

He uses the inspirations from Maite PPT, including the slides which were not presented to the participants before, in order to open the participants into alternative options, e.g. making sure that the discussion covered **instructional, motivational, and supportive** ways of encouraging a more sustainable mobility behaviour as well as **persuasive techniques**. (*What do you think about applying rewards for the accomplishment in a form of...?*). **Moderator makes sure that each action is contributing to the DESIRED CHANGE in behaviour of the TARGET GROUP and builds on insights defined among BARRIERS and DRIVERS.** The moderator asks for ideas. Participants may put them on pieces of paper. Then all the ideas are presented and discussed shortly. The group makes decision on which ideas to **integrate as an add on** to the described policy action and which to develop as **separate policy action**. Each group fills in at least 1 policy action template.

Groups change clockwise

Round III – 25'

The participants repeat the procedure of the Round II (less time may be needed because of this)

Groups change clockwise

Round IV – 20'

The participants repeat the procedure of the Round II (less time may be needed because of this)

Groups change clockwise

BREAK – 20'

Round V – 50'

The participants' task is to analyse all the contributions, sort them, synthetize and improve in order to develop a portfolio of actions.

Moderators ask another person for support assistance in writing down the conclusions in the large templates. He presents all the contributions of the previous rounds. - 3'

Then moderator asks first for reflective coping of the text of template 1 to a large version. While reading the text asks the participants if it should be changed, improved. - 10'

Next he/she asks for analysing the policy actions developed and ask for ideas to cluster/synthetize actions. When the decision is made the participants are asked to check whether the actions are in line

with the barriers and drivers of the target group. If they use an integrated approach of different techniques (fields to tick in the template 4). Moderators make sure that these discussion should lead to conclusions in not more than **15 minutes**, so that at **least 20 minutes** are used for filling in the large size template 2. If not, the discussion can be continued in filling in the templates.

STEP 6: SUMMING UP – 25

6A: POLICY ACTIONS EXHIBITION – 15'

All participants take notepads and pens to visit the exhibition and take notes of important or new features they have learnt. (Optional: participants receive 4 stickers to vote – 1 per action they like most for each target group).

Then the facilitators ask the participants an open question for reflections on the workshop and the results *How did you like the work today? Who would like to share their reflection?*

6B: NEXT STEPS AND THANKING FOR THE CONTRIBUTIONS – 10'

- Appreciation for working hard and the importance of the results
- Information about the next steps

The results of the workshop will be analysed by the relevant professionals from: [give names of institution(s)] in order to check the feasibility and design the technical issues. They will also use inspiration from good practices and support of international partners and experts. We will come back to you with a mature plan in February next year to hear your feedback.

ANNEXES

ANNEX 1. TEMPLATE FOR TARGET GROUP DEFINITION:

Target group:	e.g. Parents (25-45) with little children
Challenge	e.g. We would like to change the way children are accompanied to school and kindergarten by their working mums so that they used public transport and day-care at least once a week.
Personas	e.g.
Important behavioural features (attitudes, beliefs, emotions etc.)	<p>Drivers of the desired behavioural change</p> <p>Barriers of the desired behavioural change</p>

ANNEX 2. TEMPLATE FOR POLICY ACTION DESCRIPTION

Action 1:	Title	
Objective(s) of the policy action	Be SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) in defining the objective(s)	
Describe action	How it works? Who does what? How?	
Integration of approaches Only for the round 4: Which approaches have you included?:	<input type="checkbox"/> Direct strategies <ul style="list-style-type: none"> • <input type="checkbox"/> <i>Imitation and reinforcement</i> • <input type="checkbox"/> <i>Rewards (positive & negative)</i> • <input type="checkbox"/> <i>Punishment</i> <input type="checkbox"/> Persuasive strategies affecting: <ul style="list-style-type: none"> • <input type="checkbox"/> <i>Drivers or motivators:</i> • <input type="checkbox"/> <i>Control perception</i> • <input type="checkbox"/> <i>Ability perception</i> 	<input type="checkbox"/> Instructional approaches <ul style="list-style-type: none"> • <input type="checkbox"/> <i>Education</i> • <input type="checkbox"/> <i>Advice</i> • <input type="checkbox"/> <i>Self-monitoring</i> • <input type="checkbox"/> <i>Limitations & punishment</i> <input type="checkbox"/> Motivational approaches <ul style="list-style-type: none"> • <input type="checkbox"/> <i>Setting goals</i> • <input type="checkbox"/> <i>Allowing for comparison</i> • <input type="checkbox"/> <i>Keeping one engaged</i>

	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> IT technologies:<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> technical assistance (tickets, route&timetable guidance)<input type="checkbox"/> Personalisation<input type="checkbox"/> Prompting<input type="checkbox"/> Comparison<input type="checkbox"/> Gamification<input type="checkbox"/> Integration with other institutions and policies:<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> <i>Public services (schools, health care, culture institutions)</i><input type="checkbox"/> <i>Business: tourist, gastronomy, retail</i><input type="checkbox"/> <i>NGOs</i><input type="checkbox"/> <i>Employers</i><input type="checkbox"/> <i>Other</i>	<p>Supportive approaches</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> <i>Providing people with communicative tools</i><input type="checkbox"/> <i>Ways to selfcontrol behaviour</i><input type="checkbox"/> <i>Rewards for the accomplishment</i>
--	--	--



10'

A1. Lluvia de ideas

¿Podrías indicar la diferencia entre conductas automáticas y decisiones racionales? ¿Y algunos ejemplos?





10'



A1. Lluvia de ideas

¿Podrías indicar la diferencia entre conductas automáticas y decisiones racionales?
¿Y algunos ejemplos?

Decisiones racionales - reflexivas, conscientes, razonadas. Requieren mayor esfuerzo cognitivo.

1. Si vienen X invitados a casa a comer, debemos decidir qué hacer para la cantidad de comensales, qué comida sería la más adecuada...
2. Si queremos dejar el trabajo o cambiar de trabajo, la persona tiene que tomar una decisión y pensar en la mejora de condiciones laborales: horario, flexibilidad, distancia, teletrabajo, beneficios, etc. crecimiento profesional.
3. Si salimos a comer a un restaurante y elegimos un menú de la carta de comidas estamos tomando una decisión.

Conductas automáticas: inconscientes, rápidas. «Si repites algo cada día en la misma situación, se convierte en una reacción automática ante dicha situación» - Hábitos.



¡¡Las decisiones de movilidad son en muchos casos CONDUCTAS AUTOMÁTICAS!! Y se pueden hacer conscientes....vamos allá 😊



10'



A2. SELECCIÓN DE “PERSONA” (GRUPO 1)

1. SILVIA: Mujer con pareja e hijos, 35-40 años. Trabaja en el centro y vive en el Alfoz en una vivienda unifamiliar. Económicamente acomodada. Lucha por el éxito profesional y en su vida. Para ella tener un buen coche es un símbolo de reconocimiento social. Tiene escasa concienciación por el medio ambiente. Consumista.

Reto: Queremos cambiar la manera en que Silvia llega a sus lugares de ocio, dejando el coche en casa, a fin de que consiga tener una imagen más moderna y sus hijos la vean como un ejemplo a seguir.

2. FAMILIA GARCÍA GARCÍA: Viven en el Alfoz en una vivienda adosada. 35-50 años. 2 hijos de 8 y 10 años que estudian en la ciudad donde también hacen actividades extraescolares. Trabajan ambos. Comparten tareas en casa. Familiares fuera de su entorno más cercano. Nivel económico medio-alto. 2 coches de alta gama.

Reto: Queremos cambiar el comportamiento de la familia García García en cuanto a utilizar un solo coche junto a otros medios de transporte, a pesar del esfuerzo que supone renunciar a la pérdida de independencia y la necesidad de conseguir una mayor organización en sus viajes.

3. LUCÍA: Vive en Covaresa. Trabaja. Con hijos en edad escolar. Tienen un coche. Pocos ingresos. Procede de una familia numerosa.

Reto: Queremos que Lucía cambie su comportamiento a través de la educación de los hijos, empezando por ir al cole andando o en bici, compartiendo coche o utilizando caminos escolares seguros.

¡VOTA LA “PERSONA” CON MÁS IMPACTO! El objetivo del trabajo por grupos es diseñar acciones políticas para cambiar el comportamiento de la “persona” que elijamos ahora. Vamos a utilizar el conocimiento del cambio de comportamiento con el fin de formular ideas de acciones para alcanzar el cambio deseado de la persona que se va a elegir.



10'



A2. SELECCIÓN DE “PERSONA” (GRUPO 2)

1. GENARO: Agricultor, 60 años, estudios básicos, vive con su mujer en un pueblo de Valladolid y sus hijos trabajan y viven en la ciudad. Tiene nietos. Pertenece a una Cooperativa.

Reto: Queremos cambiar el comportamiento de Genaro para que haga un esfuerzo y deje de utilizar su vehículo propio ante la independencia que le proporciona. Le haremos ver que ahorrará respecto a los costes inherentes del vehículo, dará tranquilidad a sus familiares, disfrutará más en los desplazamientos, reducirá la contaminación....

2. LUIS CARLOS: Prejubilado, incapacidad laboral permanente, 50 años. Vive en la ciudad. Nivel adquisitivo alto. Necesita desplazarse diariamente a fisioterapia y rehabilitación. Vive con su hijo estudiante que le ayuda en las tareas diarias. No es totalmente autónomo. Tiene coche adaptado.

Reto: Queremos que Luis Carlos cambie su comportamiento hacia una vida más positiva y social, participando en foros interesados en mejorar la movilidad en su ciudad y así conseguir que la gente se conciencie en igualdad y movilidad, consiguiendo aumentar la autoestima y una buena salud mental.

3. FELIPE: Trabajador de lunes a viernes. 45-55 años. Con alto poder adquisitivo. Tiene un coche de alta gama. Es moderno y usa la tecnología. Es independiente, triunfador y egoísta.

Reto: Queremos cambiar el comportamiento de Felipe convenciéndole de la importancia del reconocimiento social por el esfuerzo de dejar de usar vehículo privado (ser ecologista está de moda).

¡VOTA LA “PERSONA” CON MÁS IMPACTO! El objetivo del trabajo por grupos es diseñar acciones políticas para cambiar el comportamiento de la “persona” que elijamos ahora. Vamos a utilizar el conocimiento del cambio de comportamiento con el fin de formular ideas de acciones para alcanzar el cambio deseado de la persona que se va a elegir.



10'



A2. SELECCIÓN DE “PERSONA” (GRUPO 3)

1. MILI: Edad entre 21 -26 años. Está haciendo las prácticas como profesor de Enseñanza Secundaria en un Instituto Público del centro de Valladolid. Vive con sus padres en la Overuela (Alfoz). Tiene un coche propio de segunda mano. Es deportista y le gusta la bicicleta de montaña y los deportes al aire libre. Tiene pocos ingresos. Su novia (Pili) es estudiante de 2º de Químicas.

Reto: Queremos cambiar el comportamiento de Pili y Mili para que no utilicen tanto el coche privado en los viajes de ocio nocturno (con el esfuerzo de renunciar a su falta de autonomía, su pérdida de imagen) y utilizar otros medios de transporte (transporte público, cabify, vamos ya, etc).

2. MARCOS: Repartidor multicliente, autónomo. 33 años. Vive en pareja en la Rondilla. Universitario. Emprendedor. Todo pendiente de pagar. Vive de alquiler.

Reto: Queremos cambiar el comportamiento de Marcos para que haga un esfuerzo en modificar su modo de trabajo (aunque pierda en autonomía) e impulsar el cambio normativo que permita la intermodalidad en el tipo de transporte a la hora de repartir sus mercancías.

¡VOTA LA “PERSONA” CON MÁS IMPACTO! El objetivo del trabajo por grupos es diseñar acciones políticas para cambiar el comportamiento de la “persona” que elijamos ahora. Vamos a utilizar el conocimiento del cambio de comportamiento con el fin de formular ideas de acciones para alcanzar el cambio deseado de la persona que se va a elegir.

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=fKvI8kCpwU2HLIyqfTSGk4486CvyqupGobdM8g4I73ZUQVU1N0tQWUXIOUFTOUpVWEXGRE9OQzZZMy4u>



20'



A3. VALIDACIÓN EN LA SITUACIÓN ACTUAL DE COVID-19

AJUSTE COVID-19

¿Cómo ha cambiado la “persona” y lo que se puede esperar de ella?

PERSONA MÁS VOTADO:

(depende de A2)

Como ha cambiado la “persona” en situación de Covid-19:

¿Qué cambio podemos esperar? (RETO)



20'



A4. BARRERAS Y FACILITADORES PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

“PERSONA”: *(depende de A2, A3)*

FACILITADORES

¿Qué elementos de la conducta del grupo objetivo podemos aprovechar para conseguir nuestro reto?

BARRERAS

¿Qué elementos de la conducta del grupo objetivo tenemos que superar para conseguir nuestro reto?



60'



A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

“PERSONA” Y RETO

(depende de A2, A3)

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

*S= Específico
M=Medible
A=Alcanzable
R=Realista
T=Temporal*

PROPUESTAS de ACCIONES

Large empty green box for proposals and actions.



60'



A5. POLÍTICAS PARA EL CAMBIO DE CONDUCTA

“PERSONA” Y RETO

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

OE:

(qué se pretende hacer)

(quién hace qué)

(cómo)