

TÍTULO DEL ESTUDIO:

“Estudio sobre perfiles ciclistas en la ciudad de Madrid”

ÓRGANO PROMOTOR:

COCA-COLA, con base en un Convenio de Colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y dicha empresa, cuyo fin es identificar medidas de promoción del uso de la bicicleta.

OBJETIVO DEL ESTUDIO:

- Definir los segmentos / targets potenciales de usuarios de la bicicleta en la ciudad
- Identificar barreras y drivers fundamentales de cada segmento prioritario con respecto al uso de la bicicleta
- Explorar potenciales líneas de acción para promocionar la bicicleta en los segmentos prioritarios, conociendo cuales son los mensajes que incentivan el uso de la bicicleta
- Extraer algunas claves para enfocar campañas de comunicación según público objetivo

UNIVERSO:

Población residente en Madrid capital entre 16 y 60 años.

TAMAÑO MUESTRAL:

Muestra aleatoria : 944 entrevistas
Muestra aleatoria + Muestra específica: 1.634 entrevistas, repartidas de la siguiente forma:

- Los que rechazan el uso de la bicicleta como medio de transporte: 274 entrevistas
- Potenciales: Los que actualmente no usan la bicicleta como medio de transporte, pero están dispuestos a usarla: 850 entrevistas
- Ciclistas urbanos: Los usuarios de la bicicleta como medio de transporte para moverse por Madrid: 510 entrevistas

MÉTODO DE RECOGIDA:

Encuesta online (CAWI)

TEMAS ANALIZADOS:

- Perfiles sociales de los ciudadanos de Madrid, respecto a los usos y actitudes de la bicicleta para desplazarse por la ciudad.
- Características socio-demográficas y análisis del uso (o no) de la bicicleta para desplazamientos cotidianos o de ocio, actitudes frente a su convivencia con el tráfico rodado y los peatones, valores asociados a su uso, así como percepción de seguridad y comodidad al usarla.

PERIODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN:

Dos primeras semanas de Diciembre de 2014