

## LOS CICLISTAS TAMBIÉN COMPRAN EN SERRANO

Tras el anuncio por parte del Ayuntamiento de la remodelación de la calle Serrano, algún sector de los comerciantes de dicha calle (concretamente el Presidente de la Cámara de Comercio, don Salvador Campos Campano) consideró por aquel entonces como “*inapropiado*” hacer una vía ciclista al ejecutar dicha remodelación, con el argumento de que Serrano es una calle comercial y por ello no es un lugar adecuado para promocionar la bicicleta, pues esta medida restringe el tráfico.

Estas consideraciones sí que nos parecen “inapropiadas”. En primer lugar, **las bicicletas son parte del tráfico y colaboran a mejorar la movilidad de las ciudades**, como se está demostrando en muchas de ellas. En segundo lugar, es un error muy habitual el pensar que quienes más compran son los automovilistas. **Los ciclistas también compramos**, e incluso más que los automovilistas, dado el carácter de cercanía que imprime la bicicleta y la facilidad para el aparcamiento.

También decía el señor Campos que las aceras son ahora suficientemente anchas en Serrano, que no es necesario ampliarlas. Consideramos que esa aseveración es un grave error desde el punto de vista empresarial. ¿Alguien se imagina Preciados con coches? ¿Algún vecino o comerciante de Arenal quiere volver al diseño anterior a la actual mejora peatonal? ¿Alguien realmente cree que la gente que mayoritariamente va a comprar a Serrano va en coche? Dada la lógica carencia de espacio público y con lo que los coches ocupan, **si los comerciantes dependieran de la gente que viene en coche para sus ventas, estarían hace tiempo arruinados.**

Por todo ello, hemos venido **en bicicleta por la calle Serrano** demostrando que compramos igual que el resto de la ciudadanía. Los ciclistas urbanos no somos de una escala financiera inferior, todo lo contrario, **el uso de la bicicleta** está considerado hoy en día como **un indicador de la calidad de vida de un país o ciudad**. De hecho, **los ciclistas tenemos más dinero** para gastar que los automovilistas, debido a todo lo que nos **ahorramos en combustible**.

Vamos vestidos de forma elegante no sólo por esto último, sino porque **somos más ricos en valores medioambientales**.

Una calle donde se circula en bicicleta es una calle menos contaminada, con menos ruido, con más espacio público para circular y para aparcar. En el espacio de un coche (donde habitualmente suele ir además una sola persona) caben diez bicicletas aparcadas (diez potenciales compradores). La bicicleta, en definitiva, **mejora el entorno por donde pasa**.

Al ir con traje en verano también queremos demostrar que **el mito de que se suda yendo en bicicleta está sobredimensionado**. No se suda, a menos que pedalees rápido. De hecho, pedalear a un ritmo normal no es más extenuante que andar.

## MOVILIDAD SOSTENIBLE Y COMERCIO

Extracto del artículo “Movilidad sostenible y comercio”, de Edorta Bergua, publicado en 2001.

El pequeño comercio ha sido uno de los sectores sociales que tradicionalmente ha mostrado una mayor oposición a todo tipo de actuaciones favorables a los desplazamientos peatonales, en bicicleta y en transporte público, siendo esto lesivo para sus comercios.

Sin embargo, la experiencia acumulada de distintas localidades en las que se han ido implantando actuaciones favorables a los medios de transporte sostenibles (peatonalizaciones, habilitación de vías ciclistas, carriles-bus, etc.) muestran que es necesario y posible establecer alianzas entre el pequeño comercio y la mayoría de sus clientes, los peatones, ciclistas y usuarios/as de los transportes colectivos.

- **¿Más coches = más ventas?**

Los niveles de saturación del tráfico en la ciudad constituyen un elemento que contribuye a que ésta pierda atractivo comercial.

Así, un estudio realizado en 37 ciudades alemanas por el organismo de investigación de la Unión de Ciudades Alemanas (Deutsches Institut für Urbanistik) demostró que la prosperidad comercial era mayor en aquellas ciudades en las que predominaban los desplazamientos peatonales, en bicicleta y en transporte público.

- **¿Limitaciones a los coches = menor movilidad = menos compras?**

Es habitual entre los/as comerciantes la opinión de que este tipo de medidas traen consigo una reducción de la movilidad general y, en consecuencia, un descenso del volumen de ventas. Pues bien, distintas investigaciones realizadas en Berlín, Lucerna (Suiza) y Estrasburgo (Francia) reflejan unos resultados totalmente opuestos a esta idea.

- **¿Los/as clientes van en coche?**

Frente a la imagen estereotipada y muy arraigada en el sector comercial de que la mayor parte de los clientes del comercio acuden a realizar sus compras en coche, los estudios empíricos realizados indican que en muchas ocasiones ocurre justamente lo contrario. Los clientes peatones, ciclistas y usuarios del transporte público superan en número a los clientes en coche.

- **¿Automovilista = buen cliente?**

Una encuesta llevada a cabo en Berna (Suiza) demostró que la mejor relación entre el valor de las compras y la superficie de aparcamiento utilizada por cada cliente era en el caso de los ciclistas de 7.500 euros/m<sup>2</sup> al año, siendo la de los automovilistas de 6.625 euros/m<sup>2</sup> al año.

Por tanto, la percepción de que el automovilista es mejor cliente que peatón o ciclista no concuerda con la realidad.

- **Comerciantes, peatones y ciclistas, a favor de una accesibilidad sostenible**

Los modos no motorizados (a pie y en bicicleta) y los transportes públicos permiten un acceso fácil y directo al centro urbano, moverse rápidamente de un punto a otro, y transportar cómodamente pequeños paquetes.

Más concretamente, la bicicleta tiene una capacidad de carga considerable. En trayectos cortos, una carga de 8 kilogramos de peso puede ser transportada con facilidad.

Optar por favorecer al peatón, al ciclista y al usuario de los transportes públicos significa asimismo revitalizar el pequeño comercio. Cuanto menos se utilice el coche más compras se realizarán en los comercios de los barrios, y la ciudadanía dispondrá de más capacidad de gasto o de ahorro.

Por último, hay que resaltar una opción estratégica que también han comprendido en otros muchos países europeos: potenciar aún más el uso del automóvil en el centro significa perjudicar la baza de calidad urbana que puede ofrecer frente a las grandes superficies de la periferia urbana. Ese lamento que escuchamos frecuentemente acerca de la difícil supervivencia del comercio tradicional tiene sus raíces en las decisiones sobre la movilidad que han apoyado los propios comerciantes durante años lanzando literalmente piedras contra su propio tejado.

Asociación Pedalibre. [www.pedalibre.org](http://www.pedalibre.org) (info@pedalibre.org)