



**APOYO
OPINION Y MERCADO**

**Conocimiento, Actitudes y
Prácticas (CAP) sobre la bicicleta**
Resumen Ejecutivo General
Focus Groups
Lima, Julio del 2002

Resumen ejecutivo

El **Fonam** solicitó a **Apoyo Opinión y Mercado S.A.**, un estudio de tipo cualitativo con la finalidad de identificar los conocimientos, prácticas y actitudes existentes con respecto a la bicicleta en los distritos aledaños a las ciclovías de la Av. Universitaria, Av. Tomás Valle y Av. Colonial. Con este objetivo se realizaron 24 focus groups a vendedores minoristas de bicicletas, chóferes de transporte público, estudiantes, trabajadores, ciclistas y personas que vivan por las zonas de estudio. Los focus groups se llevaron a cabo entre el 23 de mayo y el 18 de junio del 2002, en la ciudad de Lima. Los principales resultados del estudio son los siguientes:

Conclusiones generales

1. La bicicleta es considerada por la mayoría como un sustituto para los desplazamientos que se hacen a pie, pero difícilmente sustituto al transporte público.
2. Se apreciaría su uso para diversión y deporte, pero no para transporte laboral.
3. En cuanto a su uso, sería más adecuada para niños, jóvenes varones y eventualmente algunos hombres mayores; pero difícilmente para las mujeres, sobre todo para las jóvenes.
4. Para transporte laboral no parece adecuada para empleados de oficina ni profesionales, tampoco para las escolares, ni para los estudiantes. Su uso se restringe a los repartidores, pequeños comerciantes y eventualmente, obreros.

-
5. Las mujeres la podrían usar dentro del barrio para sus quehaceres: compras, visitas a postas médicas, llevar niños a la escuela.
 6. Los principales frenos para el uso de la bicicleta serían la falta de seguridad tanto de robos como de accidentes de tránsito, la necesidad de una presentación formal e impecable (terno para los hombres, falda y tacos para las mujeres) que no permite la bicicleta, las excesivas distancias que los participantes necesitan recorrer para trasladarse a sus centros laborales y, en el caso de las mujeres, serían frenos específicos el uso de la falda (sobre todo en escolares y empleadas de oficina) y la falta de respeto a la que se pueden ver expuestas.
 7. Las principales ventajas que se perciben en el uso de la bicicleta son la rapidez y comodidad para desplazarse en distancias cortas, el ahorro significativo, que contribuye con la salud física y mental, así como con la conservación del medio ambiente.

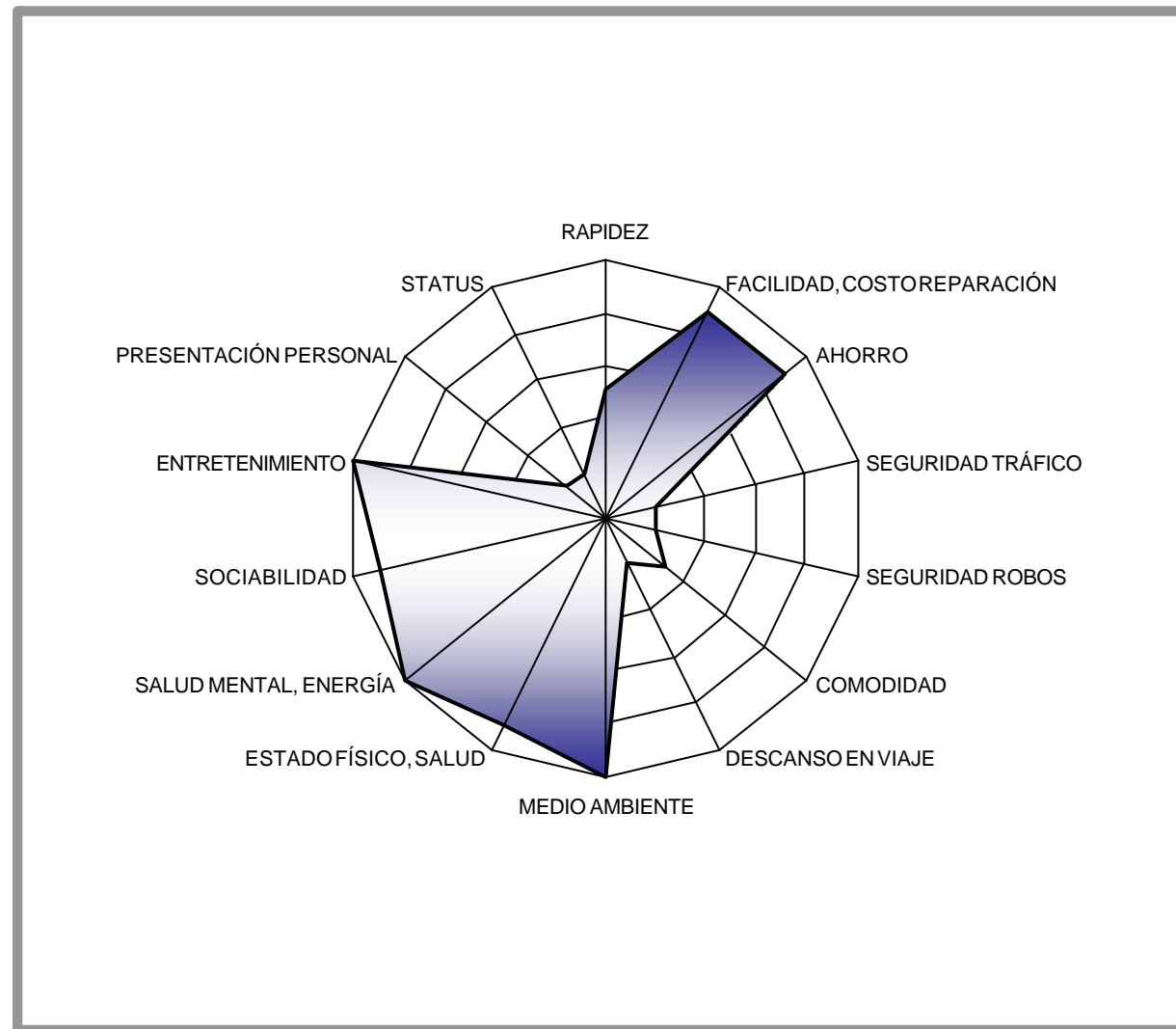
El siguiente cuadro resume los frenos más importantes para el uso de la bicicleta, así como sus principales ventajas:

Cuadro 1: Frenos y beneficios del uso de la bicicleta

FRENOS	BENEFICIOS
Falta de seguridad ante tráfico	Bueno para la salud
Falta de seguridad ante robos	
Presentación personal	Ahorro
Trato obsceno hacia las mujeres	
Comodidad	Bueno para el medio ambiente
Tiempo	

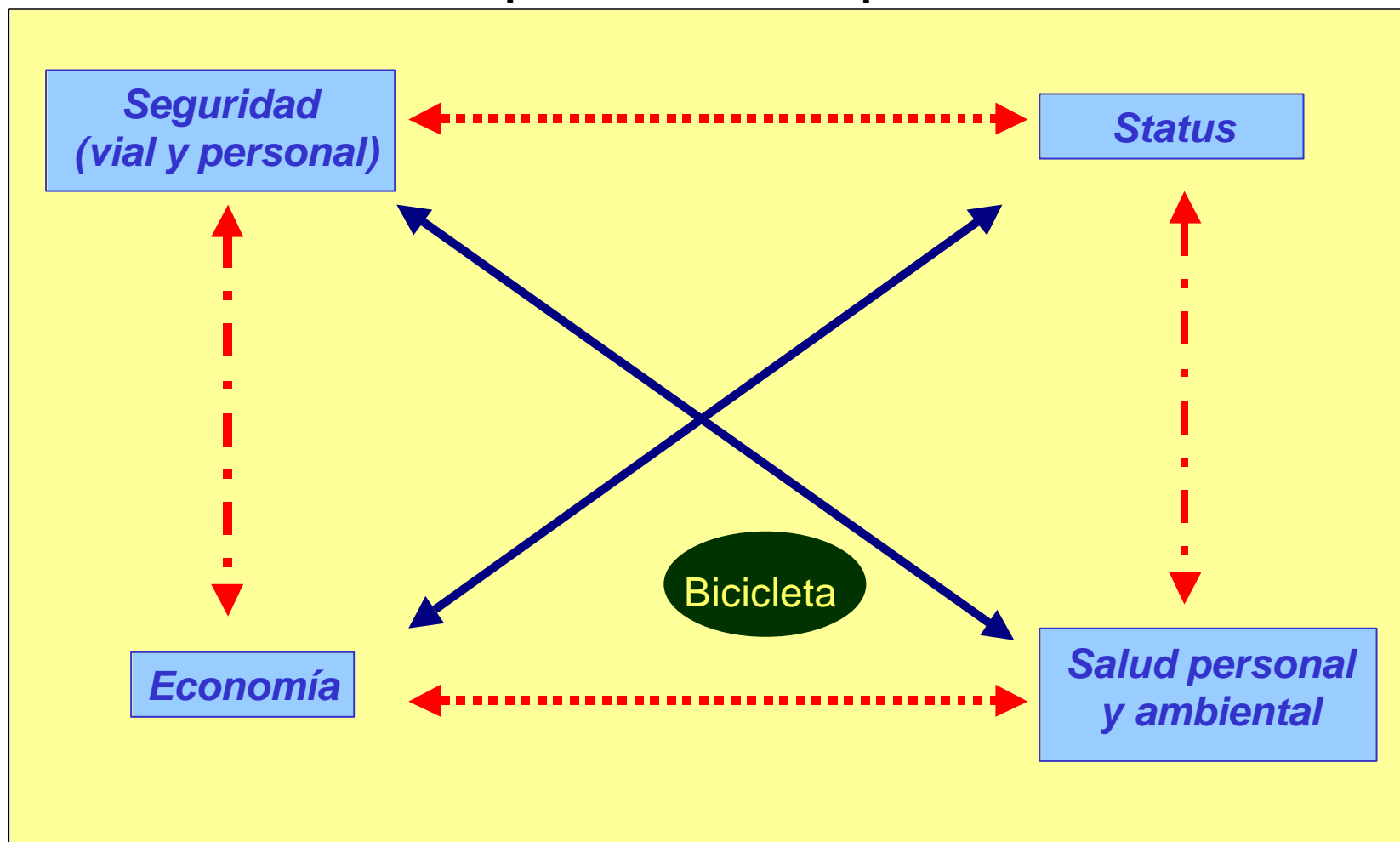
El siguiente gráfico resume los principales atributos que utilizan los participantes para evaluar el uso de la bicicleta. Los atributos que ubican su marca más cerca del borde son los más positivos; en cambio, lo que se ubican más cerca del centro, son los más negativos:

Gráfico 1: Valoración de los atributos de la bicicleta



El siguiente gráfico refleja los valores que orientan la aceptación de las bicicletas.

Gráfico 2: Valores que orientan la aceptación de las bicicletas



Para que en Lima se pueda generalizar el uso de la bicicleta se necesitarían muchos cambios. Estos cambios consistirían en garantizar la seguridad (contra robos y tránsito), tener espacios seguros para la guardianía de bicicletas, tener ciclovías seguras y bien mantenidas, y, en general, lograr un cambio de mentalidad entre la gente.

8. Las ciclovías son conocidas por la mayoría de participantes. Se identifican las ciclovías de la Av. Tomás Valle, Colonial y Universitaria. También mayoritariamente, la de la Av. Arequipa.

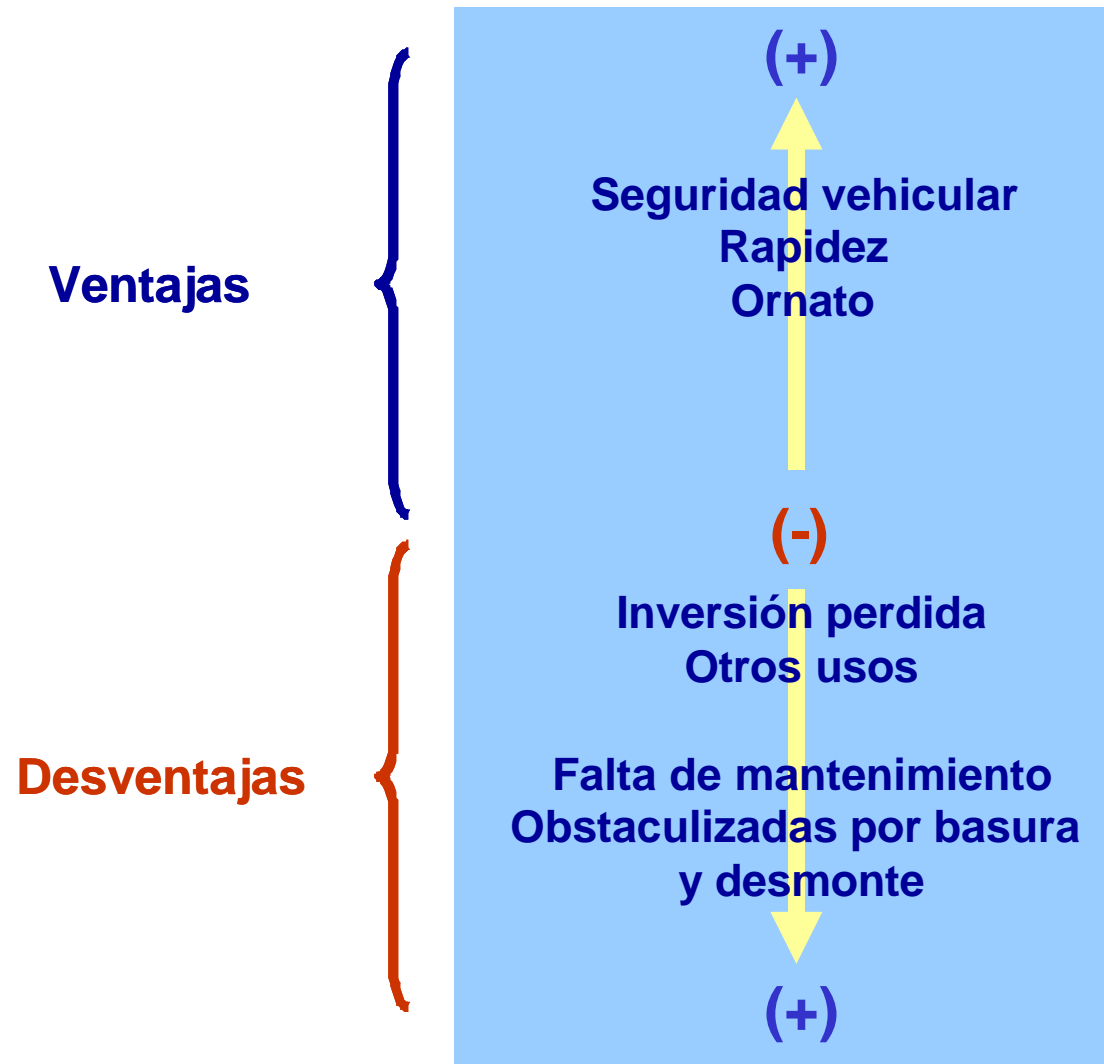
10. Las ciclovías se consideran en mal estado (pistas y sardineles destruidos, falta de señalización, amontonamiento de desmonte y basura). Son utilizadas para otros fines: paso de mototaxis y motos, instalación de vendedores ambulantes, reparación de autos, paso de peatones.

11. Sin embargo, se considera que una ciclovía en buen estado permitiría:

- Seguridad en relación al tránsito.
- Rapidez de desplazamiento.
- Contribuye a la reducción de la contaminación.
- Ahorro de dinero.

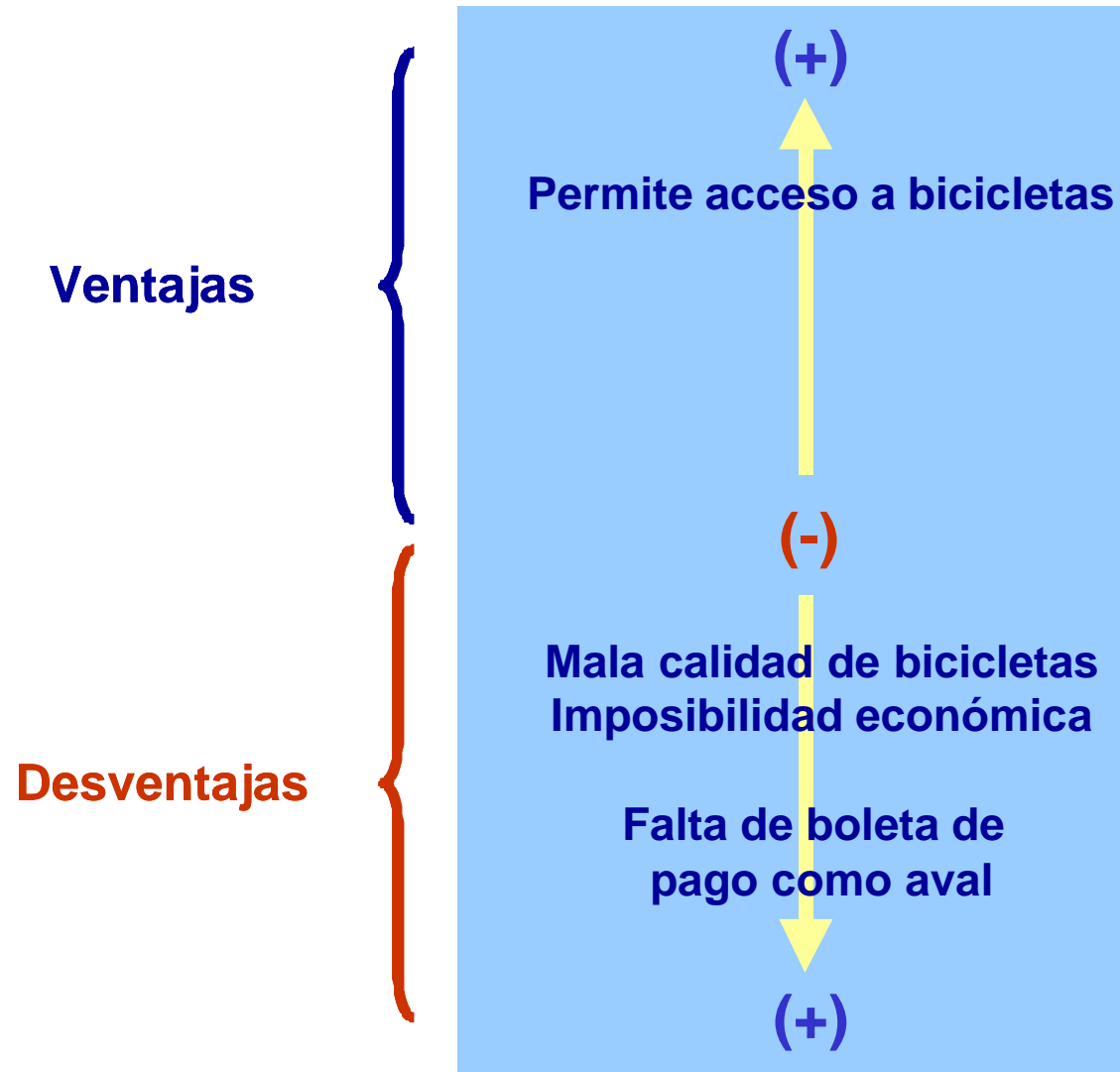
El siguiente gráfico resume las ventajas y desventajas de las ciclovías:

Gráfico 3: Ventajas y desventajas de las ciclovías



-
11. El “PLAN BICI” para otorgar créditos con el fin de adquirir una bicicleta parece una medida interesante porque la dificultad económica sería efectivamente un freno para contar con este vehículo en la familia. Para que este plan sea exitoso se debería:
- Ofrecer bicicletas de buena calidad.
 - No limitar el acceso a este plan a trabajadores formales.

Gráfico 4: Ventajas y desventajas del Plan Bici



Aspectos culturales

No es posible concluir que los participantes que comparten una cultura provinciana estarían más dispuestos para usar la bicicleta como medio de transporte. Si bien es cierto que los participantes reconocen que en provincias el uso de la bicicleta encuentra menos obstáculos, esto se debería a que se trata de ciudades chicas o de pueblos, a que las condiciones de seguridad son mejores y también, a que la actividad generalizada es de tipo manual, obrera, campesina. Al trasladarse los provincianos a la capital, su cultura no parece transferirse a los aspectos públicos de la vida en Lima.

En lo que se refiere a la influencia que puede tener la concepción de género en el uso de la bicicleta; observamos que hay consenso entre los participantes de que en la ciudad impera un machismo bastante agresivo que se manifiesta sobre todo en la actitud de los hombres en las vías públicas; especialmente, de los chóferes, cobradores y jóvenes que no muestran respeto por las mujeres en general, pero especialmente por aquéllas que al utilizar la bicicleta utilizan ropas apretadas y toman posiciones que se consideran provocativas. La respuesta es un comportamiento grosero y hasta obsceno y agresivo hacia ellas.

Por otro lado, el comportamiento de las mujeres – especialmente de las jóvenes – está siempre en la mira de sus familiares y vecinos; por ello encontramos que estas jóvenes se muestran muy sensibles a las críticas y buscan tener comportamientos socialmente aceptables, y ante el temor de equivocarse prefieren comportarse como lo hace la mayoría. En este aspecto el uso de la bicicleta, para otros usos que el deporte o el entretenimiento - sería visto como una transgresión a los comportamientos usuales y aceptados.

La conciencia de que existe la necesidad de proteger el medio ambiente parece tener cierta vigencia entre los grupos de participantes. Sin embargo, la problemática de la contaminación se entiende sobre todo en

términos de daño a la salud de las personas, en términos de consecuencias inmediatas. En este sentido, para la mayoría de participantes – especialmente para los ciclistas, los minoristas y los niños - la necesidad de reducir la contaminación parece ser un argumento válido para promocionar la bicicleta. En cambio, algunos jóvenes estudiantes de 20 a 25 años consideran que la contaminación en Lima no es tan grave como en otras grandes ciudades y por lo tanto no amerita medidas especialmente drásticas.

Oportunidades

A pesar de los obstáculos culturales que aparecen consistentemente en todos los grupos de participantes, si se cumplen algunas condiciones básicas y si se elabora un plan de promoción de sus uso, se pueden observar ciertas oportunidades de que este plan pueda tener éxito.

El siguiente cuadro resume las principales fortalezas y frenos que tiene para los participantes el uso de la bicicleta, así como las oportunidades y riesgos que se podrían presentar en una campaña que incentive este uso:

Cuadro 2: Análisis FODA del uso de la bicicleta

FORTALEZAS	DEBILIDADES O FRENOS
Ahorro de dinero y tiempo	Inseguridad.
Contribución a la salud y buen estado físico.	Incompatibilidad con una presentación y status adecuados.
Ejemplo atractivo de los países desarrollados	Frenos específicos para las mujeres
	Fatalismo respecto a la idiosincracia nacional)
OPORTUNIDADES	AMENAZAS O RIESGOS
Deseo y necesidad de ahorro.	Una segunda campaña de ciclovías sin éxito restaría toda credibilidad al proyecto.
Conciencia de la importancia del ornato y la calidad de vida.	Asociar cualquier campaña con intereses electorales.
Conciencia de la importancia de la salud personal.	No lograr el compromiso de los chóferes y de las autoridades.

Opiniones acerca de un plan para incentivar el uso de la bicicleta

La mayoría de participantes a los distintos focus considera que para que el uso de la bicicleta se generalice sería necesario un plan promocional. Además, la mayoría opina que valdría la pena desarrollar un plan de este tipo, dados los beneficios que se le reconocen a este medio de transporte.

Los vendedores minoristas, especialmente los que también son ciclistas, mencionan la necesidad de este plan espontáneamente; de igual manera, los estudiantes más jóvenes y los vecinos de la zona, consideran que para que Lima se beneficie con el uso de la bicicleta se necesita contar con apoyo y promoción porque esta práctica no puede extenderse en las actuales condiciones de la ciudad, sólo por la voluntad de los usuarios.

Objetivos de un plan de promoción de la bicicleta

Dos son los objetivos que se consideran importantes y relativamente factibles a través de un plan de este tipo:

- Promover el uso de la bicicleta como actividad deportiva y recreacional
- Promover del uso de la bicicleta como transporte para trayectos cortos; esencialmente dentro del ámbito del barrio, del distrito o de los distritos colindantes. Donde no haya necesidad de enfrentar el intenso tránsito de las grandes avenidas.

Elementos de la estrategia

Habría bastante consenso en los distintos elementos que deberían conformar la estrategia de este plan:

- Desarrollar una campaña EDUCATIVA a través de los medios de comunicación, escuelas y otros agentes comunicativos que difunda las bondades del uso de la bicicleta pero también que propugne un cambio de mentalidad para lograr el respeto a los ciclistas, y en general el respeto entre los ciudadanos.
- Garantizar la SEGURIDAD CIUDADANA, a través de sistemas de serenazgo más adecuados y efectivos, así como a través de una organización policial cuyo principal objetivo sea el bienestar de los ciudadanos.
- Realizar EVENTOS PROMOCIONALES que generen interés por el uso deportivo y recreacional de la bicicleta como competencias de velocidad y acrobacias, bicicleteadas, centros recreativos para su uso.
- Implementar un PLAN CREDITICIO que permita adquirir bicicletas de buena calidad y al que puedan acceder no sólo los trabajadores formales.
- Promover la creación de ESTACIONAMIENTO VIGILADOS que permitan dejar la bicicleta de manera segura, especialmente en centros de estudio y mercados.

Actores involucrados

Para que un plan de este tipo éxito, los participantes serían bastante consensuales en considerar que no debe imponerse desde las autoridades sino involucrar a una gama muy amplia de actores:

- Los principales interesados serían los ciclistas y los minoristas que son los que sufren más en la actualidad la falta de condiciones para el uso de la bicicleta.

-
- Los vecinos de las zonas consideradas pueden también mostrar un compromiso activo porque perciben que el uso de la bicicleta a través de ciclovías contribuiría con el ornato de su zona, con la seguridad de sus hijos y con la protección del medio ambiente; todo lo cual influye en la calidad de vida de su distrito.
 - Las organizaciones vecinales – juntas vecinales, Vaso de Leche, Comedores - pueden ser motores del compromiso de los vecinos. Tanto para el mantenimiento de la infraestructura como para participar en programas crediticios. Los dirigentes de estas organizaciones necesitan desplazarse dentro del área barrial o distrital y la bicicleta podría facilitar estas responsabilidades.
 - La mayoría de participantes identifica a los MUNICIPIOS como las autoridades que tendrían la mayor responsabilidad en la promoción de un plan de este tipo, de la implementación de la infraestructura, de su mantenimiento; así como de cumplir ciertas tareas de seguridad, especialmente a través de los serenazgos. Sin embargo, se debe tener en cuenta que la relación entre vecinos y municipios está bastante deteriorada y que toda acción municipal genera desconfianza porque es percibida como “promesa electoral”.
 - Las instituciones de la zona deberían también asumir un compromiso activo con un plan de este tipo. Especialmente, colegios y mercados deberían garantizar estacionamientos seguros para los estudiantes y los usuarios.
 - Algunos participantes, consideran necesario incluir en este tipo de plan a otras organizaciones para garantizar aspectos específicos. Así, los minoristas creen que INDECOPI debería garantizar la calidad de las bicicletas que se ofrezcan a través del plan crediticio.
 - Para muchos es indispensable la concientización y participación activa de los chóferes del transporte público y de la policía para que el respeto al ciclista esté garantizado.
 - No faltan participantes que opinan que faltaría una legislación que precise normas estrictas de comportamiento urbano, pero sobre todo sanciones efectivas a todos los que no respeten estas normas y pongan en peligro la integridad física de los ciclistas.
 - Finalmente, los MEDIOS DE COMUNICACIÓN deberían jugar un rol fundamental difundiendo los atractivos del uso de la bicicleta para generar interés entre los receptores y participar activamente en la

campaña educativa que haga que las relaciones entre ciudadanos sean más respetuosas y se basen en el bien común.

Grupos más comprometidos

Entre los distintos grupos que participaron en las dinámicas grupales no se observó el mismo interés por la promoción del uso de la bicicleta.

Los grupos que se muestran más interesados y comprometidos en un plan de este tipo serían: por un lado, los minoristas y los ciclistas, que consideran que el desarrollo de la bicicleta favorecerá su práctica y su negocio. Pero también los vecinos adultos, que se muestran muy interesados por el ornato y la calidad de vida, y que se encuentran muy comprometidos en actividades en su propio barrio.

También muestran interés, aunque más general, los escolares y estudiantes hasta los 19 años, a quienes agradaría una práctica segura del ciclismo. Finalmente, los trabajadores, consideran que el incentivo al uso de la bicicleta les puede permitir ahorro al usarla como transporte, así como un mejor ornato en sus barrios.

En cambio, los menos interesados y cuya participación parece más difícil de lograr serían: en primer lugar, los chóferes que limitan su esfuerzo a lograr el monto de dinero necesario para sus necesidades en una dura competencia, y que muestran una actitud agresiva hacia los ciclistas que les parece bastante justificada. Ellos manifiestan que les es imposible mantener sus vehículos en estado de no contaminar el medio ambiente por el costo que esto implicaría. Además, consideran además la intervención de la policía como un atentado contra su derecho al trabajo, motivado por el interés de lucro y no por el bien público.

Finalmente, a pesar de la asociación entre la bicicleta y la juventud, los resultados de los grupos focales muestran que los jóvenes (especialmente los estudiantes de 20 a 25 años) se sentirían menos libres frente

a los tabúes sociales y frente a las críticas de su entorno. Además, estarían menos interesados por el desarrollo de su propio barrio y más bien volcados a actividades e intereses fuera del barrio. Por otro lado, los niños dependen fuertemente del temor que tienen los padres de las inseguridades de la ciudad. En cambio, los adultos – tanto mujeres como varones – muestran mayor voluntad de progreso en la calidad de vida de su familia, serían menos sensibles a las críticas y tabúes sociales (que más bien pueden considerar frenos al progreso) y estarían fuertemente comprometidos con el desarrollo de su comunidad.

El siguiente cuadro muestra cuáles son los actores más y menos interesados en un plan que incentive el uso de la bicicleta, y en colaborar con el mismo:

Gráfico 5: Interés por grupos en el plan de promoción



Principales resultados

Opiniones generales Estudiantes y vecinos

1. La mayoría de participantes utiliza las “combis” para acudir a su centro laboral o de estudios. Lo que más se valora de este medio de transporte es su velocidad; en cambio, se reconoce que es bastante inseguro por la imprudencia de los chóferes. Una minoría de trabajadores y estudiantes se desplaza a pie. Sólo unos pocos trabajadores utilizan la bicicleta.
2. La mayoría cuenta con una bicicleta en su hogar, generalmente de uso compartido incluso en el caso de los ciclistas. Se trataría sobre todo de regalos a los niños, como un medio de diversión.
3. Algunos participantes la usan para ir de compras a lugares cercanos y sobre todo para pasear y hacer deporte. Muchos niños aprenden a montar bicicleta y luego hacen paseos con los amigos, alquilándolas en talleres cercanos.
4. Las mujeres que usan bicicleta se perciben como deportistas, y por lo tanto, alegres y dinámicas. Si la usaran para trabajar serían obreras o amas de casa cumpliendo con sus quehaceres. Para montar usarían ropa de deporte, sino serían criticadas como provocadoras o machonas. No parece posible que escolares – obligadas a usar falda – o empleadas de oficina utilicen la bicicleta vestidas formalmente.
5. Los hombres serían también obreros o trabajadores manuales. La bicicleta no parece adecuada para empleados de oficina o profesionales que requieren una presentación impecable.

-
6. En general, la persona que maneja bicicleta sería más sociable y amigüera, porque en opinión de muchos la bicicleta se disfruta más en grupo y permite hacer amigos.
 7. Muchos participantes conocen el uso intensivo de la bicicleta en otros países, que en su opinión respondería a motivaciones de salud y de protección del medio ambiente más que de ahorro. Sin embargo, la mayoría considera que nuestra cultura no permitiría que este sistema se difunda masivamente; unos pocos (entre los estudiantes de 20 a 25 años) piensan que en Lima no tenemos problemas de tránsito tan graves que amerite su uso intensivo.
 8. Las ciclovías son conocidas y se consideran una propuesta interesante; sin embargo, todos los participantes constatan que las de su zona (Avenidas Tomás Valle, Colonial y Universitaria) no reciben el mantenimiento adecuado y no se respeta la finalidad para la que han sido construidas. Eso llevaría a un círculo vicioso: como están en mal estado los ciclistas no las usan y como los ciclistas no las usan, son ocupadas por otros. Al punto que algunos chóferes las consideran una inversión perdida.
 9. Más que construir nuevas ciclovías se considera importante garantizar el mantenimiento de las existentes y que éstas sean continuas. Deberían contar con sardineles y espacios verdes a modo de bermas que las aíslen de la circulación.
 10. La mayoría de participantes considera indispensable el apoyo de las autoridades para garantizar un nivel de seguridad que incentive el uso de la bicicleta. Una campaña de promoción de este medio de transporte debería apelar a argumentos relacionados con la salud, el buen estado físico, el ahorro y la protección del medio ambiente.

Niños

11. Los niños y niñas expresan fuertes temores sobre los riesgos que se corre en la ciudad. No sólo en bicicleta, pero el valor que tiene ésta para los delincuentes puede acrecentar su temor. Los padres y maestros incentivan este temor para que los niños sean prudentes.
12. En general, los colegios no permiten que se utilice la bicicleta y no cuentan con estacionamiento. Todos consideran imposible el uso de la bicicleta para las escolares porque usan un uniforme con falda.

Ciclistas

12. La mayoría de los ciclistas han recibido su bicicleta como un obsequio siendo niños, pero luego han ido cambiando de modelo y perfeccionándolo. Según su experiencia, una bicicleta nueva requiere de muy poco mantenimiento; con el tiempo se va necesitando la sustitución de algunas piezas que no siempre son de un precio a su alcance.
13. Incluso los ciclistas usan la bicicleta en primer lugar como deporte y recreación; en segundo lugar, para recados en lugares cercanos; y sólo una minoría la utiliza para movilizarse a su centro laboral o de estudios. La usarían más en verano y durante las vacaciones.
14. Ellos también resaltan los beneficios para la salud y la contribución de esta práctica para estrechar vínculos amicales. También mencionan el ahorro.
15. Las mujeres ciclistas diferencian su uso de la bicicleta del de los varones, que mostrarían un comportamiento exhibicionista, competitivo y muchas veces temerario, para impresionar al público femenino.

-
16. Pero incluso los ciclistas consideran que la bicicleta no es adecuada como medio de transporte cuando la actividad laboral requiere un tipo de ropa formal y una excelente presentación. Estos participantes no consideran viable la solución de contar con duchas en el centro laboral porque no confiarían en la higiene de éstas y no las usarían.
 17. Concuerdan en las opiniones de los demás grupos sobre las ciclovías. Además, en su opinión no se deberían construir ciclovías en avenidas de mucha delincuencia, tránsito y contaminación como Tacna, Abancay o La Colmena porque los ciclistas no las usarían. En cambio, sí insisten en la necesidad de estacionamientos seguros.

Vendedores minoristas

18. En estos grupos, los participantes espontáneamente sugieren la necesidad de un plan que incentive el uso de la bicicleta. Muchos están ligados al ciclismo y son aficionados a la bicicleta; en ese sentido, tienen bastante conciencia sobre la importancia de proteger el medio ambiente, y conocen el uso incentivo de la bicicleta en otras partes del mundo.
19. El trabajo de estos minoristas incluye la venta de bicicletas, de repuestos, el mantenimiento y las reparaciones. Muchos llevan largos años en este negocio, incluso se trata de un tipo de negocio en el que ya trabajaban sus padres. Otros han incursionado en él al ser despedidos de un empleo formal.
20. La mayoría está de acuerdo en que el negocio ha empeorado en los últimos años porque habría mucha competencia. Sobre todo los minoristas formales se quejan de la competencia desleal de los informales. Todos están de acuerdo que la mala calidad de los repuestos es un problema para su actividad.

-
21. Las marcas preferidas son las llamadas “hechizas”, ensambladas localmente con piezas de distinta procedencia y sin una marca registrada formalmente. Los clientes buscarían esencialmente precios cómodos, novedades y bicicletas de moda. Los modelos más buscados son las montañeras y para los niños y jóvenes éstas se modifican con aditamentos para acrobacia.
 22. Aunque algunos temen que un “Plan bici” pueda perjudicar su negocio; la mayoría considera que a largo plazo, la existencia de un mayor número de bicicletas los beneficiaría.

Trabajadores

23. Los trabajadores son los que más insisten en el ahorro que puede significar el uso de la bicicleta como transporte, porque en sus propios presupuestos este rubro ocupa un porcentaje importante, de alrededor del 25% del ingreso familiar.
24. Son ellos también los que más resaltan el estado de ánimo positivo que proporciona la bicicleta frente al cansancio mental que produce la monotonía de los viajes en transporte público, que anula o disminuye el deseo de acometer las tareas cotidianas.
25. Además, en su opinión, el uso de la bicicleta impediría las limitaciones de tiempo y dinero que genera el transporte público, y además permitiría liberarse del maltrato de los transportistas. Sin embargo, esto sólo sería posible para trayectos relativamente cortos y no para los largos viajes que ellos tienen que hacer para llegar a su centro laboral. Entre las ventajas de la bicicleta ellos resaltan lo fácil y barata que resulta su reparación en comparación a la de otros vehículos.
26. En estos grupos se enfatizó el poco uso que hacen los ciclistas de los ciclovías, pero esto no sólo se ve como consecuencia del mal estado de éstas sino también como causa, haciéndose una analogía con

la situación de los puentes peatonales que los transeúntes prefieren no usar. Se insistió en su falta de mantenimiento y de señalización adecuada.

Chóferes

27. La mayoría de chóferes no son propietarios de su vehículo y como tal trabajan en fuertes condiciones de presión para garantizar el pago al propietario que se los alquila. Este alquiler se hace esencialmente bajo dos modalidades: el pago de un porcentaje del ingreso diario o de un monto fijo.
28. Los chóferes se describen sometidos a ritmos que ocasionan un gran cansancio físico y mucho stress debido al bajo margen de utilidad que les proporciona este trabajo. Las causas de ello serían la excesiva competencia, el alto precio del combustible y los repuestos, la extorsión que sufren de parte de la policía y de los municipios.
29. En esta situación consideran que las bicicletas son muchas veces un obstáculo en el tipo de manejo que ellos tienen que desarrollar sobre todo en las horas punta, para ganarle a la competencia. Perciben a las bicicletas como lentas, los conductores realizan virajes súbitos que muchas veces ocasionan los accidentes y muchos utilizan la derecha de las pistas dificultando las maniobras de los chóferes que se tienen que pegar bruscamente a la vereda para ganarles los pasajeros a otras unidades.
30. Ante esta situación, los chóferes reconocen que muchas veces toman represalias contra los ciclistas, pegándoles el carro y haciendo que el cobrador les quite la gorra o les dé un golpe.
31. Igualmente reconocen que la ropa deportiva y la posición de las ciclistas mujeres son una provocación para los hombres que trae como consecuencia un comportamiento a veces obsceno de los cobradores.

-
32. La mayoría de chóferes reconoce que la contaminación es un problema importante de la ciudad y que ellos contribuyen con él, pero no tienen los recursos suficientes para mantener en buen estado sus unidades, ni para reemplazarlas cuando es necesario. Se ven a sí mismos empeñados en una lucha difícil por la supervivencia cotidiana que les impide toda otra consideración o respeto de las leyes y de los demás.
33. Estos participantes conocen las ciclovías pero opinan que los mismos ciclistas no las utilizan porque están en mal estado y en ese sentido, las perciben como una inversión perdida.