

APLICACIÓN DEL MERCADEO SOCIAL AL COMPORTAMIENTO DE LOS
MOTOCICLISTAS JÓVENES DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA



JAMES ANGULO VALENCIA
EDWIN ANDRÉS DÍAZ VILLOTA

UNIVERSIDAD DEL VALLE, SEDE PACÍFICO
FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BUENAVENTURA
2012

APLICACIÓN DEL MERCADEO SOCIAL AL COMPORTAMIENTO DE LOS
MOTOCICLISTAS JÓVENES DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA

JAMES ANGULO VALENCIA
EDWIN ANDRÉS DÍAZ VILLOTA

Monografía de investigación presentada como requisito parcial para optar al
título de Administrador de Empresas

Director:
GEORGE GARCÉS RIVAS
Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD DEL VALLE, SEDE PACÍFICO
FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BUENAVENTURA
2012

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Buenaventura, 26 de Marzo de 2012

AGRADECIMIENTOS

Gracias a DIOS por habernos regalado el don de la vida y por permitir que hoy culminemos una etapa importante, gracias Señor, porque nos colmaste de paciencia, sabiduría e iluminaste el camino que en ocasiones se mantuvo oscuro por las adversidades, gracias por hacer realidad este sueño que es el reflejo de nuestro esfuerzo, dedicación y entrega, gracias por vivir en nuestros corazones y hacerlo todo posible.

Gracias a nuestras familias por brindarnos su apoyo incondicional, por estar presente en cada una de nuestras alegrías y tristezas, porque siempre estuvieron allí aconsejándonos en los momentos difíciles, gracias por la formación y el amor que nos ofrecen y por ser la razón que nos motiva a ser mejores personas y excelentes profesionales.

Gracias a nuestros compañeros por habernos permitido entrar en sus vidas y formar un lazo tan fuerte como el de una gran familia, gracias porque siempre nos apoyamos como hermanos y aunque durante estos 6 años compartidos se presentaron dificultades, logramos superarlas por el cariño y la unión que creamos, ustedes son una pieza importante en este camino de aprendizaje, sin su amistad y apoyo no hubiese sido posible este triunfo.

Gracias a nuestros docentes porque sin escatimar esfuerzos, procuraron entregar lo mejor para enseñarnos, para orientarnos en lo que de ahora en adelante será un reto más difícil, gracias por estar allí corrigiendo nuestros errores para que fuésemos unos profesionales dignos de representar a la Universidad del Valle, de igual manera, agradecemos a todas las personas que depositaron su confianza en nosotros y contribuyeron con la consecución de esta meta.

Muchas gracias.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	12
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	14
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	16
2.1 OBJETIVO GENERAL	16
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
3. JUSTIFICACIÓN	17
4. MARCOS DE REFERENCIA	19
4.1 MARCO CONTEXTUAL	19
4.1.1 Distrito de Buenaventura	19
4.1.2 Subsector de tránsito	20
4.1.3 Población de motos en Colombia	22
4.2 MARCOL LEGAL	23
4.3 MARCO TEÓRICO	24
4.4 MARCO CONCEPTUAL	29
4.5 MARCO DE ANTECEDENTES	31
5. ASPECTOS METODOLÓGICOS	33
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	33
5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	33
5.3 FUENTE DE DATOS	33
5.3.1 Fuentes de información primaria	33
5.3.2 Fuentes de información secundaria	33
5.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	33
5.4.1 Técnicas de recolección de datos	33
5.4.1. La entrevista	33
1	
5.4.2 Instrumentos de recolección de datos	34
5.4.2.1 Cuestionario	34

Pág.

5.5	POBLACIÓN Y MUESTRA	34
5.5.1	Marco muestral	34
5.5.2	Método de muestreo	34
5.5.3	Técnica de muestreo	34
5.5.4	Población y muestra	34
5.6	PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS	35
6.	PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	36
6.1	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	36
6.1.1	Características socio-demográficas de los jóvenes del Distrito de Buenaventura.	36
6.1.2	Características del comportamiento de los jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura.	47
6.1.3	Plan de mercadeo social que permita cambiar el comportamiento de los actuales jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura.	61
6.2	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	66
7.	LIMITACIONES	69
8.	CONCLUSIONES	70
9.	RECOMENDACIONES	73
	BIBLIOGRAFÍA	74

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Definiciones de Marketing Social	25

Tabla 2	Sexo	36
Tabla 3	Edad	37
Tabla 4	Estrato Social	38
Tabla 5	Ubicación/Dirección	39
Tabla 6	Nivel Educativo	40
Tabla 7	¿Conduce motocicleta en la actualidad?	41
Tabla 8	¿La motocicleta es de su propiedad?	41
Tabla 9	¿Cómo adquirió la moto?	42
Tabla 10	¿Por qué utiliza la motocicleta?	43
Tabla 11	¿Tiene licencia para conducir?	44
Tabla 12	¿Hizo algún curso para conducir motocicleta?	45
Tabla 13	¿Le exigieron licencia de conducción en el concesionario donde compro la motocicleta?	46
Tabla 14	¿A qué velocidad conduce normalmente la motocicleta?	47
Tabla 15	¿Conduce usted en estado de embriaguez?	48
Tabla 16	¿Quién asume los gastos de la motocicleta?	49

Pág.

Tabla 17	¿Cuáles elementos utiliza para conducir la motocicleta?	50
Tabla 18	¿Suele evadir los retenes de tránsito?	51
Tabla 19	Si la respuesta anterior fue SI, seleccione las opciones con las que se identifica	52

Tabla 20	¿Participa en las caravanas sabiendo que son prohibidas por las autoridades?	53
Tabla 21	¿Por qué participa en las caravanas?	54
Tabla 22	¿Cree que afecta en algo a la sociedad el participar en las caravanas?	55
Tabla 23	¿Cómo creen que son vistos por la sociedad cuando participan en las caravanas?	56
Tabla 24	¿Cuál es su opinión acerca de los otros motociclistas?	57
Tabla 25	¿Cree que el estado de las vías tiene algo que ver con el nivel de accidentalidad?	58
Tabla 26	¿Cree que los reductores de velocidad van en contra del motociclista?	59
Tabla 27	¿Piensa que las autoridades no han sabido manejar el comportamiento de los motociclistas?	60
Tabla 28	Presupuesto del plan de Marketing Social	66

LISTA DE FIGURAS

		Pág.
Figura 1	Mapa Valle del Cauca	19
Figura 2	Organigrama del Ministerio de Transporte	21
Figura 3	Retos y estrategias para desarrollar un comportamiento	27

Figura 4	Etapas del plan de Marketing Social	28
Figura 5	Sexo	36
Figura 6	Edad	37
Figura 7	Estrato Social	38
Figura 8	Ubicación/Dirección	39
Figura 9	Nivel Educativo	40
Figura 10	¿Conduce motocicleta en la actualidad?	41
Figura 11	¿La motocicleta es de su propiedad?	42
Figura 12	¿Cómo adquirió la moto?	43
Figura 13	¿Por qué utiliza la motocicleta?	44
Figura 14	¿Tiene licencia para conducir?	45
Figura 15	¿Hizo algún curso para conducir motocicleta?	46
Figura 16	¿Le exigieron licencia de conducción en el concesionario donde compro la motocicleta?	47
		Pág.
Figura 17	¿A qué velocidad conduce normalmente la motocicleta?	48
Figura 18	¿Conduce usted en estado de embriaguez?	49
Figura 19	¿Quién asume los gastos de la motocicleta?	50
Figura 20	¿Cuáles elementos utiliza para conducir la motocicleta?	51
Figura 21	¿Suele evadir los retenes de tránsito?	52

Figura 22	Si la respuesta anterior fue SI, seleccione las opciones con las que se identifica	53
Figura 23	¿Participa en las caravanas sabiendo que son prohibidas por las autoridades?	54
Figura 24	¿Por qué participa en las caravanas?	55
Figura 25	¿Cree que afecta en algo a la sociedad el participar en las caravanas?	56
Figura 26	¿Cómo creen que son vistos por la sociedad cuando participan en las caravanas?	57
Figura 27	¿Cuál es su opinión acerca de los otros motociclistas?	58
Figura 28	¿Cree que el estado de las vías tiene algo que ver con el nivel de accidentalidad?	59
Figura 29	¿Cree que los reductores de velocidad van en contra del motociclista?	60
Figura 30	¿Piensa que las autoridades no han sabido manejar el comportamiento de los motociclistas?	61

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A Modelo de encuesta	77

INTRODUCCIÓN

Un accidente de tránsito es un evento generalmente involuntario, generado al menos por un vehículo, que causa daños a personas y bienes involucrados en él, e igualmente afecta la normal circulación de los vehículos que se movilizan por la vía o las vías comprendidas en el lugar o dentro de la zona de influencia del hecho.

Los accidentes de tránsito son una de las principales causas de muerte en el Distrito de Buenaventura, de acuerdo a lo expresado por José Gómez Vanegas¹, Asistente Administrativo de la Fiscalía de Tránsito, en lo que va corrido del año se

¹ GOMEZ VANEGAS, José. Fiscalía de Tránsito. Valle del Cauca, Buenaventura. Observación inédita, 2011.

han reportado 384 accidentes de tránsito, representados en choques, atropellos, volcamientos, entre otros, es por ello, que la siguiente investigación describe la normatividad y los reglamentos que deben tener en cuenta los motociclistas al conducir, para lograr crear conciencia en la población bonaverense y así minimizar los niveles de accidentalidad que es una problemática que ha venido aumentando en la ciudad puerto, provocando traumas físicos que impiden el normal desempeño de una persona y en ocasiones llevándola hasta la muerte.

Teniendo en cuenta lo anterior, se considera que es fundamental para el óptimo desarrollo de este proyecto de investigación, mostrar las características sociales y culturales de la población bonaverense, especialmente la de los jóvenes entre 15 y 25 años de edad, que son los principales usuarios del medio de transporte en motocicleta, esto con el ánimo de identificar cuál es la razón por la que se presentan accidentes de tránsito, con mayor frecuencia en las personas pertenecientes a éste intervalo de edades; además de lo antes descrito, con la presente investigación, se busca presentar como está compuesta la estructura funcional de la Secretaria Regional de Tránsito, es decir, detallar las funciones y objetivos planteados por esta institución, que se encarga de mantener el orden en las vías públicas, velar por la seguridad de los ciudadanos y hacer cumplir las normas establecidas en materia de transportes.

El presente proyecto, además de tener como objetivo conocer los factores que inciden en el incumplimiento de las normas establecidas por la Secretaria Regional de Tránsito, también busca dar a conocer cuál ha sido y a qué se debe el crecimiento progresivo del parque automotor, especialmente el de los motociclistas.

Por las razones antes expuestas, en este proyecto de investigación se utiliza una metodología de tipo descriptiva, debido a que se especifican las características del mercadeo social.

El trabajo contiene un capítulo que abarca todo lo relacionado con los marcos de referencia; antecedentes, las teorías y conceptos existentes acerca del tema, las leyes que lo regulan y el contexto en el que se desarrolla. Contiene también un capítulo relacionado con la metodología; donde se describen aspectos como los métodos para recolectar y procesar la información y se determina la población y muestra. En el capítulo donde se presentan y discuten los resultados, se realiza una división en tres grupos de acuerdo a los objetivos específicos planteados en el trabajo de investigación. Posteriormente se presentan las conclusiones y la bibliografía.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

En la ciudad puerto más importante del país colombiano, se ha venido presentando una creciente en su parque automotor, específicamente el de motociclistas, de igual manera ha aumentado el número de accidentes de tránsito en las carreteras² pese al gran esfuerzo que hacen las autoridades para tratar de evitarlos y/o disminuirlos. Conducir en estado de embriaguez, transitar con tres o más personas, el exceso de velocidad, el mal estado en el que se encuentran las motocicletas y entre otras cosas el alto grado de irresponsabilidad de los

² GOMEZ VANEGAS, José. Fiscalía de Transito. Valle del Cauca, Buenaventura. Observación inédita, 2011.

conductores que en su mayoría son jóvenes de 15 a 25 años de edad, son la causa directa de este problema, ya que sin medir las consecuencias conducen motocicletas incumpliendo las normas establecidas por la Secretaría Regional de Tránsito, ocasionando graves accidentes, los cuales en muchos casos terminan en tragedia.

Al realizar una investigación exploratoria, se realizaron visitas a diversos concesionarios, tales como Motopacífico S.A., Costamotor Ltda. y Selvamotor S.A., en este último, su administradora Diana María Zapata³ señaló que para efectuar la venta de motocicletas sólo se debe contar con los recursos económicos suficientes para adquirirla o demostrar su capacidad de endeudamiento si desea llevarla a crédito y no se pide copia del documento de conducción; esta situación deja notar que el interés principal está sólo en entregar el artículo porque a la hora de formalizar una venta no brindan ninguna clase de asesoría en cuanto al modo de uso, las precauciones y mucho menos las normas que se deben acatar, solamente se limitan a ofrecer el vehículo, convencer al comprador y cerrar así la venta.

El desconocimiento y/o desatención a las normas de tránsito son el núcleo de este problema, el cual deja como consecuencias multas, traumas y accidentes que al parecer no hacen tomar conciencia a los jóvenes motociclistas; la multa más reincidente es no utilizar los implementos de seguridad al conducir una motocicleta, los cuales son: casco reglamentario y chaleco reflector.

A lo anteriormente mencionado, se le añade el grado de satisfacción que sienten los jóvenes al desacatar las normas, al parecer exponer la vida por no dejarse multar es la mejor opción cuando se encuentran con las autoridades. Este comportamiento es debido al vacío de conocimiento de algunos motociclistas; para evitar estas multas estos realizan maniobras como: devolverse a altas velocidades, subirse a los andenes etc., a esto se le suman las llamadas caravanas, los piques y sobre todo la irresponsabilidad al volante. Todas estas son causas directas de accidentes.

Los accidentes son una constante en la ciudad, muchos de estos en la mayoría de los casos son graves y terminan en tragedia o dejando lesiones y traumas psicológicos, a tal punto que se ha convertido en la tercera causa de muerte del Distrito, dejando en evidencia que no hay un plan óptimo que contrarreste esta

³ ZAPATA, Diana María. Selvamotor S.A. Valle del Cauca, Buenaventura. observación inédita, 2011.

problemática, lo que hace que este sea el primer estudio directo que se realiza en el Distrito enfocado en el comportamiento de los jóvenes motociclistas, utilizando un Plan de Mercadeo Social para combatir esta problemática desde su epicentro.

“Conducir en estado no óptimo es altamente peligroso y aumentan las probabilidades de accidentarse” tratar de convencer a los motoristas jóvenes del Distrito de Buenaventura de lo anterior es la tarea a desempeñar en este proyecto de investigación.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo aplicar el mercadeo social al comportamiento de los motociclistas jóvenes del Distrito de Buenaventura?

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar el comportamiento de los motociclistas jóvenes del Distrito de Buenaventura.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer las características socio demográficas de los jóvenes del Distrito de Buenaventura.

- Caracterizar el comportamiento de los jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura.
- Formular un plan de mercadeo social que permita cambiar el comportamiento de los actuales jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura.

3. JUSTIFICACIÓN

La ejecución de este proyecto de investigación se lleva a cabo por que es fundamental para instituciones como la **UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PACÍFICO**, ya que permite conocer y dar apertura a las investigaciones de mercadeo social dentro de la universidad, teniendo en cuenta que las investigaciones antes realizadas han estado enfocadas a otro tipo de sectores, sin tener la oportunidad de ampliar los conocimientos que se tienen acerca de esta importante temática, es por ello, que por medio de esta investigación se busca realizar estudios que apunten a diseñar propuestas de tipo social que causen un impacto positivo a la comunidad, en este caso la de los Motociclistas jóvenes que es el objeto de estudio.

Otra de las instituciones que se beneficia con los resultados de esta investigación es la **SECRETARIA REGIONAL DE TRÁNSITO**, debido a que es de suma importancia porque servirá como apoyo a los estudios que se llevan a cabo para conocer estadísticas de accidentalidad en la ciudad y para diseñar programas o campañas educativas que apunten a mejorar el comportamiento de los jóvenes que hacen parte del presente estudio.

De igual manera, esta investigación le genera un aporte importante a **LA POLICÍA NACIONAL**, porque a partir de los resultados que se obtengan, esta institución puede contar con una información base para hacer seguimientos, regular y controlar a los jóvenes objeto de la investigación.

Al **DISTRITO**, al igual que las entidades antes mencionadas le sirven los resultados de esta investigación porque contribuye con información que permite al distrito realizar campañas preventivas que ayudan a reducir el índice de accidentalidad de los motociclistas en la ciudad.

Este proyecto contribuye al bienestar de la **COMUNIDAD EN GENERAL**, porque permitirá que se realicen estudios que influyan en la población joven, hasta lograr disminuir el nivel de accidentalidad en la ciudad y generar conciencia a la hora de conducir una motocicleta.

Esta investigación se realiza con el objetivo de proyectarse como trabajo de grado, lo que facilitará acceder al título de Administrador de Empresas, además de brindar la satisfacción de llevar a cabo un trabajo que beneficia a tres (3) instituciones que persiguen objetivos diferentes, también cabe resaltar que desde el punto de vista profesional esta investigación brinda la posibilidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, y de alguna manera aplicar técnicas y estudios que arrojan resultados óptimos al final del proceso investigativo, que en últimas busca incluirse en una problemática de tipo social que afecta a la población joven del Distrito de Buenaventura.

La investigación se enfatiza en la búsqueda de soluciones a un problema que se debe atacar desde adentro. Es por eso que se realizará un estudio muy completo, el cual involucrará a todos los entes que hacen parte de esta problemática.

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1 MARCO CONTEXTUAL

La presente investigación se realizará en la Costa Pacífica colombiana, desde el ámbito macro, más específicamente en el Distrito de Buenaventura.

4.1.1 Distrito de Buenaventura⁴. Está ubicado en el departamento del Valle del Cauca, tiene aproximadamente 324.207 habitantes. Es el puerto marítimo más

⁴ Disponible en Internet: <[http://es.wikipedia.org/wiki/Buenaventura:__\(Colombia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Buenaventura:__(Colombia))>/Consultado el día 18 de Noviembre de 2010.

importante sobre el Océano Pacífico Colombiano por el volumen de carga que mueve (más del 60% del comercio del país). Se ubica en las coordenadas $3^{\circ}53'35''\text{N}$ $77^{\circ}4'10''\text{O}$. Dista 115 km por carretera de Cali y está separada de ella por la Cordillera Occidental de los Andes. Aparte de esto, es la ciudad más grande en toda la región del Pacífico y el distrito de mayor extensión del departamento del Valle del Cauca.

Figura 1. Mapa de Valle del Cauca



Fuente: [http://www.google.com.co/imgres?q=mapa+valle+del+cauca&num=10&um=1&hl=es&client=firefox-](http://www.google.com.co/imgres?q=mapa+valle+del+cauca&num=10&um=1&hl=es&client=firefox-a&rls=org.mozilla.es-)

[a&rls=org.mozilla.es-MX:official&channel=np&biw=1360&bih=664&tbn=isch&tbnid=3cuXK2WaLMgCsM:&imgrefurl=http://flip.org.co/alert_display/0/1846.html&docid=-9U0KpNvH-ICeM&imgurl=http://flip.org.co/resources/images/925486116c79b5f2320ff6c9a98267f8.jpg&w=420&h=348&ei=sVwT_POK8X3ggeo0omdDw&zoom=1&iact=hc&vpx=1072&vpy=329&dur=304&hovh=204&hovw=247&tx=156&ty=129&sig=104577642103237275643&sqi=2&page=1&tbnh=127&tbnw=153&start=0&ndsp=23&ved=1t:429,r:14,s:0](http://www.google.com.co/imgres?q=mapa+valle+del+cauca&num=10&um=1&hl=es&client=firefox-a&rls=org.mozilla.es-MX:official&channel=np&biw=1360&bih=664&tbn=isch&tbnid=3cuXK2WaLMgCsM:&imgrefurl=http://flip.org.co/alert_display/0/1846.html&docid=-9U0KpNvH-ICeM&imgurl=http://flip.org.co/resources/images/925486116c79b5f2320ff6c9a98267f8.jpg&w=420&h=348&ei=sVwT_POK8X3ggeo0omdDw&zoom=1&iact=hc&vpx=1072&vpy=329&dur=304&hovh=204&hovw=247&tx=156&ty=129&sig=104577642103237275643&sqi=2&page=1&tbnh=127&tbnw=153&start=0&ndsp=23&ved=1t:429,r:14,s:0)

La ciudad se encuentra dividida en dos (2) sectores, la isla y el continente, los cuales se encuentran unidos por el puente del piñal, siendo el primer sector el más antiguo, las comunas más importantes en lo relacionado con la economía, son las localizadas en la isla de Cascajal; la de mayor población es la comuna doce (12) ubicada en la zona de acceso a la ciudad. Buenaventura se comunica por una carretera pavimentada, pero que presenta problemas ya sea de orden público o por los continuos deslizamientos de tierra que obstruyen la vía. Esta carretera sale hacia el sector de Loboguerrero donde se fragmenta para ir a Cali ó a Buga.

A través del puerto de Buenaventura, el país envía al exterior el 80% del café y el 60% de todo el comercio internacional marítimo de Colombia. Buenaventura, por su importancia geoestratégica económica y sus complejidades de tipo social, ha

sido propuesto como Distrito Especial Portuario y Biodiverso en la primera legislatura de 2007. Existen otras actividades económicas alternas a las actividades portuarias. Las más destacadas son la pesca, la extracción y procesamiento de la madera. Por ello, el comercio es muy activo, además de que el Distrito de Buenaventura es el más importante centro de abastecimiento de todas las poblaciones de la Costa pacífica de Colombia. La minería ocupa un lugar importante, sobre todo con la extracción del oro, aunque éste se obtiene todavía de forma artesanal. El turismo es un importante generador de empleo e ingresos, pues cuenta con playas y ríos de excepcional belleza natural.

4.1.2 Subsector de tránsito⁵. De acuerdo la Constitución Política Nacional, la Ley 489 de 1998, la Ley 790 de 2002 y demás normas vigentes, los ministerios son, junto con la presidencia de la república y los departamentos administrativos, los organismos principales de la administración pública nacional y hacen parte del sector central de la rama ejecutiva del poder público.

Los ministerios tienen como objetivos primordiales la formulación y adopción de las políticas, planes generales, programas y proyectos del sector administrativo que dirigen.

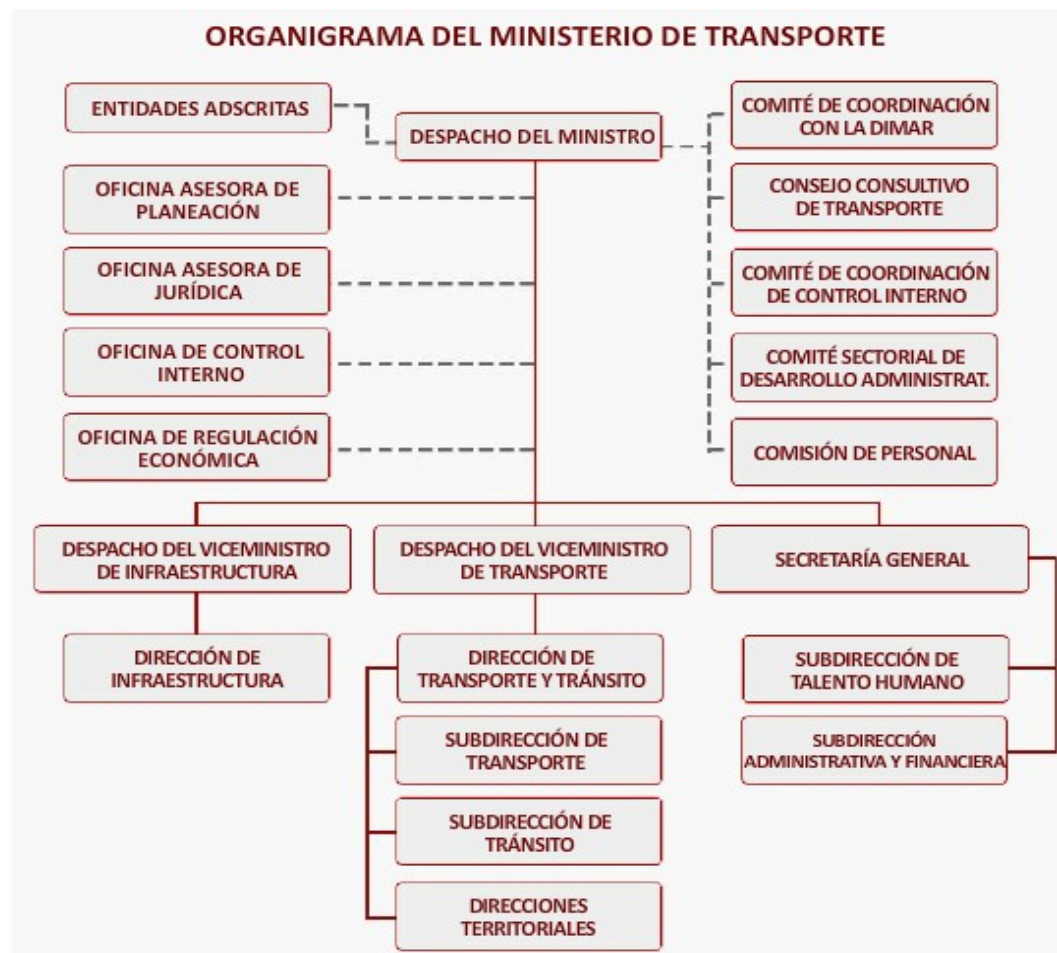
Así las cosas, el ministerio de transporte, como lo establece el Decreto 087 de 2011, es el organismo del gobierno nacional encargado de formular y adoptar las políticas, planes, programas, proyectos y regulación económica del transporte, el tránsito y la infraestructura, en los modos carretero, marítimo, fluvial, férreo y aéreo del país.

El ministerio de transporte es la cabeza del sector transporte, el cual está constituido por el Ministerio, El Instituto Nacional de Vías (INVIAS), el Instituto Nacional de Concesiones (INCO), la Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil (AEROCIVIL) y la Superintendencia de Puertos y Transporte (SUPERTRANSPORTE).

La misión del ministerio de transporte es garantizar el desarrollo y mejoramiento del transporte, tránsito y su infraestructura, de manera integral, competitiva y segura.

Figura 2. Organigrama del Ministerio de Transporte⁶

⁵ Disponible en Internet: <<http://www.mintransporte.gov.co/publicaciones.php?id=33>>/ Consultado el día 16 de marzo de 2011.



Fuente: <http://www.mintransporte.gov.co/publicaciones.php?id=37>

4.1.3 Población de motos en Colombia⁷. Un reciente estudio (El mototaxismo: causas y posibles soluciones) hecho por Arturo Ardila, muestra que con la actual infraestructura vial, el país infartará en menos de 10 años. El mototaxismo acabará con el transporte público en varias ciudades.

Es un problema social porque de esta actividad informal de transporte público cientos de miles de personas derivan su sustento diario. Al mismo tiempo, el mototaxismo moviliza en todo el país a millones de pasajeros cada día, a un precio inferior al de su principal competidor, el transporte público colectivo y del taxi.⁸

⁶ Disponible en Internet: <<http://www.mintransporte.gov.co/publicaciones.php?id=37>>/ Consultado el día 15 de Septiembre de 2011.

⁷ Disponible en Internet: < <http://www.semana.com/nacion/colombia-borde-del-colapso/117506-3.aspx>>/ Consultado el día 15 de Septiembre de 2011.

⁸ Disponible en Internet: < <http://www.voltairenet.org/El-mototaxismo-causas-y-posibles>>/ Consultado el día 15 de Septiembre de 2011.

Según el estudio, hoy la tasa de motorización vehicular (carros y motos por habitante) está creciendo fuertemente y seguirá haciéndolo en las próximas décadas. Actualmente, Colombia tiene menos de siete carros y cinco motos por cada 100 habitantes, una tasa baja en comparación con países de desarrollo similar. Mala noticia porque significa que pueden llegar más vehículos.

Un modelo utilizado por los autores del estudio muestra que en Colombia quien gana un millón de pesos está en capacidad de comprar moto y a partir de dos millones adquiere carro. Un umbral tan bajo para costear un vehículo particular explica por qué el número de carros se triplicará en los próximos 30 años, al pasar de tres millones a 10,4 millones. Entre tanto, el número de motos se multiplicará por 5,5 veces, de 2,3 millones actuales pasará a casi 13 millones.

Pero el mayor dolor de cabeza, que vendrá por cuenta del número de motos, se alcanzará en corto tiempo. El número de motos está creciendo más rápidamente que el de carros. Colombia es el segundo país de la región, después de Brasil, en ensamblaje de motos. Se producen cerca de 450.000 unidades y se exporta el 7 por ciento. Hay ciudades que tendrán una situación crítica. Barranquilla tendrá 300.000 motos en 30 años. El protagonismo de la moto en las ciudades intermedias está acabando con el transporte público. Por ejemplo, en Sucre, en 2003 había 260 vehículos de transporte público, en 2004 bajó a 241 y en 2007 a 180. En contraste, las motos crecen a pasos gigantes. En 2003 había 1.724 y en 2007 subió a 9.705. No es un secreto que la moto es más contaminante por personas transportadas que un vehículo. El mototaxismo es un peligro en materia de seguridad y, además, es excluyente con los niños, ancianos y discapacitados. "La moto es una opción viable si se usa para una persona, no como un transporte público".

En el caso de Buenaventura, su parque automotor asciende a 15.460 motos aproximadamente, según lo informó José Gómez Vanegas⁹, Asistente Administrativo de la Fiscalía de Transito.

4.2 MARCO LEGAL

Para la realización optima del trabajo se constituirá como base de legal la Ley 769 de 2002, que es donde se dictan las disposiciones que rigen la circulación de

⁹ GOMEZ VANEGAS, José. Fiscalía de Transito. Valle del Cauca, Buenaventura. Observación inédita, 2011.

peatones, conductores, motociclistas, entre otros. De ésta se resaltarán diversos apartados fundamentales para la ejecución de la investigación, tales como:

Artículo 94. Normas generales para bicicletas, triciclos, motocicletas, motociclos y mototriciclos¹⁰. Los conductores de bicicletas, triciclos, motocicletas, motociclos y mototriciclos, estarán sujetos a las siguientes normas:

Deben transitar por la derecha de las vías a distancia no mayor de un (1) metro de la acera u orilla y nunca utilizar las vías exclusivas para servicio público colectivo.

Los conductores de estos tipos de vehículos y sus acompañantes deben vestir chalecos o chaquetas reflectivas de identificación que deben ser visibles cuando se conduzca entre las 18:00 y las 6:00 horas del día siguiente, y siempre que la visibilidad sea escasa.

Los conductores que transiten en grupo lo harán uno detrás de otro.

No deben sujetarse de otro vehículo o viajar cerca de otro carruaje de mayor tamaño que lo oculte de la vista de los conductores que transiten en sentido contrario.

No deben transitar sobre las aceras, lugares destinados al tránsito de peatones y por aquellas vías en donde las autoridades competentes lo prohíban. Deben conducir en las vías públicas permitidas o, donde existan, en aquellas especialmente diseñadas para ello.

Deben respetar las señales, normas de tránsito y límites de velocidad.

No deben adelantar a otros vehículos por la derecha o entre vehículos que transiten por sus respectivos carriles. Siempre utilizarán el carril libre a la izquierda del vehículo a sobrepasar.

Deben usar las señales manuales detalladas en el artículo 69 de este código.

Los conductores y los acompañantes cuando hubieren, deberán utilizar casco de seguridad, de acuerdo como fije el Ministerio de Transporte.

¹⁰ CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 769. (6, agosto, 2002). Por la cual se expide el Código Nacional de Tránsito Terrestre y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C., 2002.

4.3 MARCO TEÓRICO

El presente proyecto debe apoyarse en teorías de diversos autores, sobre temas de gran relevancia que apuntan a brindar una solución al problema planteado en la investigación, para tal efecto se deben considerar los siguientes conceptos:

- Mercadeo
 - Mercadeo Social
 - Conducta o Comportamiento
-
- El **mercadeo** puede definirse como “todo lo que se haga para promocionar una actividad, desde el momento que se concibe la idea, hasta el momento que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en una base regular”¹¹.

Teniendo en cuenta la definición anterior y complementando con el significado de la palabra “social” se puede inferir que Mercadeo Social es la aplicación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la población objeto de estudio y así mejorar su bienestar.

- De acuerdo con el autor Kotler Philip¹² en su texto *Mercadotecnia Social*, al momento de realizar **mercadeo social** “el especialista planeará una campaña y establecerá sus objetivos en forma sistemática, global y deliberada, por escrito y con un propósito. Un plan de mercadotecnia establece normas para llevar a cabo una campaña y evaluar sus resultados”.

En el texto ***Publicidad Social***, del autor Jaime Alberto Orozco¹³, se encontraron diversas definiciones sobre el Mercadeo Social mencionadas a continuación:

Tabla 1. Definiciones de Marketing Social

AUTOR	DEFINICIÓN
-------	------------

¹¹ Disponible en internet: <<http://mercadeo-fusm.blogspot.com/>>/ Consultado el día 13 de Enero de 2011.

¹² KOTLER, Philip. *Mercadotecnia social*, 1ª ed., México., Diana, 1992. p. 271.

¹³ OROZCO TORO, Jaime Alberto. *Publicidad Social*, 1ª ed., Medellín., Universidad Pontificia Bolivariana, 2007. P. 25-26.

Mushkat, 1980	El marketing social es un complejo proceso que incluye la planificación, desarrollo, mantenimiento y/o regulación de relaciones de intercambio deseadas con relevancia pública.
Sirgy Morris y Samli, 1985	El marketing social es el marketing para la calidad de vida. Es un concepto que aplica el conocimiento de marketing a la comercialización de causas sociales.
Gómez y Quintanilla, 1988	El marketing social es el análisis, planificación, control y puesta en funcionamiento de programas diseñados para llevar a cabo intercambio de bienes, servicios o conductas para conseguir unos objetivos determinados.
Martín Armario, 1993	El marketing social con base a estrategias de cambio social voluntario, tiene por objeto la modificación de opiniones, actitudes, o comportamientos así como la adhesión a una idea por parte de ciertos públicos con el objeto de mejorar la situación de la población en su conjunto, o de cierto grupo de la misma.
Kotler, 1982	El marketing social es el diseño, implementación y control de programas que buscan incrementar la aceptación de una idea social o práctica en un grupo objetivo.

Fuente: Información tomada de Orozco Toro, 2007.

Cada una de estas definiciones tienen características uniformes que les confieren unidad conceptual, no sólo entre ellas sino sobre el mismo mercadeo tradicional, así:

- Es reiterativo considerar al mercadeo social como parte fundamental del mercadeo, como uno de sus pilares constitutivos.
- Los pasos y procesos mercadológicos son más o menos los mismos (planeación, ejecución, seguimiento y control).
- Su objetivo básico es lograr cambios en los comportamientos de los públicos a los que se dirige la comunicación realizada por los diferentes agentes de cambio.
- La mayoría de sus instrumentos son compartidas con las teorías clásicas del mercadeo tradicional.

- **Conducta o Comportamiento:** Según Watson¹⁴, la conducta es lo que el organismo hace o dice, incluyendo bajo esta denominación tanto la actividad externa como la interna, de acuerdo con su propia terminología. Moverse es una conducta, pero también lo es hablar, pensar o emocionarse. En contra de lo que se ha afirmado en numerosas ocasiones Watson no reducía el comportamiento únicamente a la actividad motora o movimientos, sino que admitía también la existencia de otros tipos de actividad del organismo, como la emocional. Además, consideraba que la actividad interna o implícita, como también la denominaba, era conducta, por lo que dedicó varios capítulos de su libro Behaviorism al pensamiento y la emoción.

En esta misma línea, aunque partiendo de planteamientos algo diferentes, señala Ardila¹⁵, que el comportamiento o acción es algo más que movimientos, son movimientos organizados o integrados a partir del aprendizaje. Por esta razón, la misma actividad biológica puede formar parte de comportamientos diferentes en la medida que esté relacionada con situaciones o contextos distintos. En resumen, se excluye del ámbito de lo psicológico toda actividad invariante y exclusivamente reactiva a factores fisicoquímicos, así como los estados del organismo biológico, y se niega la posibilidad de reducir todo el comportamiento a hechos exclusivamente biológicos. Al mismo tiempo, se considera que el comportamiento se construye, a través de la experiencia, a lo largo de la vida del individuo.

- **Actitud y Comportamiento¹⁶:**

Es un estado mental y neurológico de atención, organizado a través de la experiencia, capaz de ejercer una influencia directiva o dinámica sobre la respuesta del individuo a todos los objetos y situaciones con los que esta relacionado.

- **Retos para crear conciencia sobre el cambio de comportamiento¹⁷:**

¹⁴ WATSON, John. Behaviorism. 1ª ed., Nueva York: W.W. Norton, Transaction Publisher, 1924. p. 5.

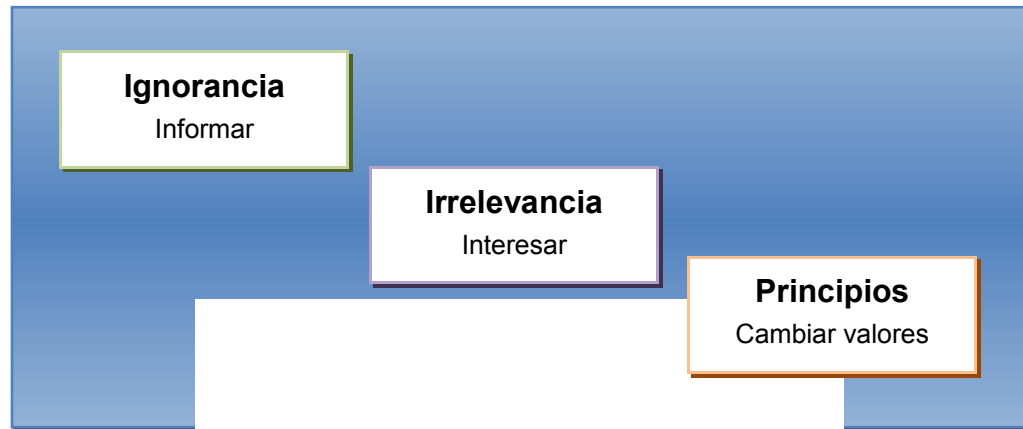
¹⁵ ARDILA, Rubén. Síntesis experimental del comportamiento. Madrid: Alhambra. 1988.

¹⁶ LEAL JIMENEZ, Antonio. Gestión del Marketing Social, 3ª ed., España., Mc GRAW HILL, 2000. p. 80.

¹⁷ Ibíd. p. 102.

Se conocen tres razones básicas por las que los individuos no desarrollan un nuevo comportamiento que indicamos en el grafico:

Figura 3. Retos y estrategias para desarrollar un comportamiento



Fuente: Información tomada de Leal Jiménez, 2000

Que de forma resumida significan:

- ✓ Ignorancia. Son sencillamente inconsistentes de cualquier necesidad de renunciar a sus costumbres habituales, *tal era el caso cuando nadie había oído hablar del SIDA.*
- ✓ Presunción de Irrelevancia. Aunque han oído hablar de la necesidad, no se incluyen entre esas personas, *como es el caso en la actualidad de muchos heterosexuales y no consumidores de drogas que ven el SIDA como un problemas de los demás.*
- ✓ Principios. Aunque sean conscientes de la necesidad potencial de que las personas como ellos adopten un nuevo comportamiento, sus valores básicos les alejan de considerar el emprenderlo, *como el caso de las personas que rechazan la utilización del preservativo para prevenir el contagio del SIDA, porque va en contra de sus creencias religiosas.*

Para llevar a cabo el presente proceso investigativo, se tomará como referencia la propuesta del autor Antonio Leal Jiménez, la cual indica que para realizar un plan de Marketing Social¹⁸ se deben tener en cuenta los siguientes pasos:

¹⁸ Ibíd. p. 189.

Figura 4. Etapas del plan de Marketing Social



Fuente: Información tomada de Leal Jiménez, 2000

Con los pasos anteriores se pretende desarrollar un plan de Marketing Social cuya combinación de elementos sea coherente y atractiva para los adoptantes objetivos; la campaña se planificará estableciendo los objetivos de un modo sistemático, global, intencionado y con una clara finalidad: conseguir el cambio de las conductas adversas en la población afectadas y la adopción de nuevas ideas. Como todo plan de marketing, el de Marketing Social establecerá las normas para poner en prácticas la campaña y evaluar sus resultados.

Su elaboración supone un proceso laborioso, participativo, reflexivo y estructurado en etapas, hecho que implica la necesidad de que entre las fases que lo componen tiene que existir una estrecha interrelación.

El desarrollo de la presente investigación se realizará teniendo en cuenta la teoría anteriormente mencionada, porque lleva una secuencia muy detallada y permite de forma sencilla hacer un diagnóstico de la situación actual de la población que se estudie, además de que se logra tener una perspectiva amplia del tema principal que se evalúa, que para este caso particular es el comportamiento de los motociclistas jóvenes del Distrito de Buenaventura, y lo más importante es que hay

una similitud entre uno de los pasos del autor Leal Jiménez para realizar un plan de mercadotecnia y el último objetivo específico planteado en ésta investigación que trata acerca de la formulación de programas de acción que influyan en el comportamiento de la población objeto de estudio.

De igual manera deben tenerse en cuenta todos los elementos externos que posiblemente influyen en la conducta de la población objeto de estudio, como lo son: los elementos socioculturales, económicos, ambientales, entre otros, para dar cumplimiento a los objetivos específicos de la investigación se tendrán en cuenta dichas apreciaciones que harán que se obtengan resultados óptimos al final del proceso investigativo.

4.4 MARCO CONCEPTUAL

- **Marketing Social:** Según el autor Antonio Leal Jiménez¹⁹, en su libro Gestión del Marketing Social, lo define como “La aplicación de las tecnologías del marketing comercial para el análisis, planificación, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento de los destinatarios específicos, para mejorar su bienestar personal así como el de la sociedad”
- **Motociclista**²⁰: Comúnmente conocida en castellano con la abreviatura moto, es un vehículo de dos ruedas, impulsado por un motor que acciona la rueda trasera, salvo raras excepciones. El cuadro o chasis y las ruedas constituyen la estructura fundamental del vehículo. La rueda directriz es la delantera. Pueden transportar hasta dos personas, y tres si están dotadas de sidecar.
- **Juventud**²¹: Puede ser definida como un estado o status, es decir como una posición social, a la que el joven se adscribe a partir de la edad. Esta posición en la estructura social se extiende a un modelo de comportamiento y una valoración, que parece convertirse en el comportamiento cultural de

¹⁹ Ibíd. p. 35.

²⁰ Disponible en Internet: < <http://es.wikipedia.org/wiki/Motocicleta> >/Consultado el día 4 de Enero de 2012.

²¹ SERRANO PASCUAL, Amparo. Procesos paradójicos de construcción de la juventud en un contexto de crisis del mercado de trabajo. EN REIS (Revista Española de Investigaciones Sociológicas). no. 71/72, p. 177-200.

la actual sociedad, en la que “ser joven” constituye un valor positivo. Desde esta perspectiva, no es la sociedad adulta la que opera como referente valorado al que tiende el joven, sino por el contrario, las características atribuidas al grupo juvenil actúan como modelo de comportamiento por parte de los componentes de la sociedad adulta. Con frecuencia este comportamiento es cuestionado, considerándolo la consecuencia de la manipulación para el consumo

- **Estrategia**²²: es el conjunto de misiones y objetivos principales o metas, así como políticas y planes esenciales para realizar esas metas, presentados en la forma de selección de actividades a que la empresa se consagra o va a consagrarse.
- **Investigación**²³: forma sistemática y técnica de pensar que emplea instrumentos y procedimientos especiales con miras a la resolución de problemas o adquisición de nuevos conocimientos.

4.5 MARCO DE ANTECEDENTES

Actualmente existen pocas investigaciones realizadas sobre estudios que se relacionen con el tema del mercadeo social y no los hay en relación con los jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura. Por tanto, dos investigaciones cuyo tema principal es el cambiar la conducta social de una comunidad, se fundamentan como base de los antecedentes de esta investigación, teniendo en cuenta que a través de ella se dará pasó al cumplimiento de los objetivos específicos.

A continuación se mencionarán las investigaciones que se tomaron como punto de referencia para el desarrollo del presente trabajo, donde se indicarán los objetivos perseguidos por las mismas.

“Mercadeo social de los planes de desinfección casera del agua”, Uno de los objetivos que planteó fue el siguiente: “Diseño e implementación de una campaña de información, educación y comunicación, al igual que una campaña promocional, que incremente el conocimiento, la demanda, la compra y el uso

²² KENNETH, Andrews, The Concept of Corporate Strategy, McGraw HILL, 1971, caps 2 y 3.

²³ TAMAYO Y TAMAYO, Mario. Metodología Formal de la Investigación Científica, 2ª ed., México., Editorial Limusa, 2005. p. 113.

adecuado de recipientes apropiados para almacenar el agua y la solución desinfectante por parte de la población objetivo²⁴.

“Marketing social para el entorno sanitario: Una aplicación para los servicios de urgencias de los hospitales públicos” El propósito de esta investigación es: “Este trabajo propone el uso del marketing social para tratar de mejorar una situación a la que se ha intentado dar solución desde diferentes ámbitos. Para ello se aportan posibles estrategias y soluciones basadas en el cambio de comportamiento, tanto de los usuarios finales como del personal del servicio, así como de otras estructuras de salud pública implicadas en el problema²⁵”.

En las investigaciones antes mencionadas, dejan notar que la idea principal es ejecutar programas o planes que influyan positivamente en el comportamiento de las personas, en ambas investigaciones a pesar de perseguir objetivos diferentes, porque abarcan distintas situaciones coinciden en que lo importante es brindar soluciones que notoriamente afecten a la sociedad en aras de mejorar sus condiciones, bien sea de tipo socio-cultural, ambiental, entre otros.

Por los argumentos anteriormente expuestos, se infiere que, al comparar la presente investigación con las que se tomaron como base para el marco de antecedentes, los fines perseguidos son similares en cuanto se refiere al tema de caracterizar a la población para formular planes de acción que den solución a los diversos conflictos encontrados, que en este caso particular es el de tratar de intervenir en el comportamiento de los actuales jóvenes motociclistas pertenecientes al Distrito de Buenaventura.

²⁴ Disponible en internet: < <http://www.bvsde.ops-oms.org/bvsacg/e/fulltext/simposio/ponen5.pdf>>/ Consultado el día 18 de Febrero de 2011.

²⁵ Disponible en internet: < <http://www.springerlink.com/content/170727x87g475286>>/ Consultado el día 18 de Febrero de 2011.

5. ASPECTOS METODOLÓGICOS

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación que se llevó a cabo es de tipo ***descriptiva***, debido a que se especificaron las características del mercadeo social, y así darle una aplicación sobre comportamiento de los motociclistas jóvenes del distrito de Buenaventura como punto de referencia para conseguir los objetivos de la investigación.

5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se realizó de acuerdo al método cuantitativo, porque las técnicas a utilizar permitieron obtener información medible y verificable que surge como resultado del estudio de datos estadísticos útiles para el desarrollo de la investigación.

5.3 FUENTES DE DATOS

5.3.1 Fuentes de información primaria. Este tipo de información se recopiló interactuando directamente con la población objeto de estudio, que en este caso particular fueron los jóvenes motociclistas de Buenaventura, y así se logró llegar a conclusiones pertinentes que soporten la investigación.

5.3.2 Fuentes de información secundaria. Se obtuvo información de tipo secundaria, por medio de investigaciones previas realizadas acerca del tema, de igual manera se consultaron documentos sobre metodología de la investigación, con el fin de afianzar conocimientos afines para la presentación estructurada de la investigación.

5.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el desarrollo óptimo de la presente investigación se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos que hacen parte de la recolección de datos primarios:

5.4.1 Técnica de recolección de datos

5.4.1.1 La entrevista. Esta técnica permitió interactuar con los jóvenes motociclistas de Buenaventura, con el fin de confirmar los datos suministrados por los textos e investigaciones previas realizadas acerca de este tema, lo que a su vez logró caracterizar la información obtenida.

El tipo de entrevista empleada fue la “Estandarizada”, puesto a que hace referencia a una investigación que pretende recoger información precisa, a través de un cuestionario que se aplica de forma oral, esta técnica se le aplicó a los 80 jóvenes que conforman el objeto de estudio.

5.4.2 Instrumento de recolección de datos

5.4.2.1 Cuestionario. El cuestionario fue diseñado con el ánimo de que contribuyera al cumplimiento de los objetivos específicos planteados en esta investigación, de acuerdo a ello el cuestionario consta de 3 secciones, en donde la primera identifica a la persona encuestada, la segunda suministra la información de quienes realizan la encuesta y finalmente la última sección contiene 21 preguntas que pretenden determinar con exactitud todo lo concerniente al comportamiento de los motociclistas jóvenes del Distrito de Buenaventura.

5.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

5.5.1 Marco muestral. La presente investigación no cuenta con una lista que sirva de base para tomar una muestra representativa de la población objeto de estudio.

5.5.2 Método de muestreo. La población que integra el presente trabajo de investigación es muy grande, lo cual hace que se utilice un muestreo no probabilístico, que permite escoger la población objeto de estudio de forma deliberada.

5.5.3 Técnica de muestreo. La técnica que se implementó en esta investigación es la bola de nieve, debido a que consiste en identificar individuos que cumplen los requisitos necesarios para contribuir con la investigación y que además sirvan como localizadores de otros individuos con características similares.

5.5.4 Población y muestra. Está integrada por las personas que habitan en las 12 comunas de la ciudad, de cada comuna se escogieron entre 6 y 7 personas aproximadamente, porque se notó que al llegar a esta cantidad de encuestados por comuna no había una evolución en las respuestas, lo anterior contribuyó con un total de 80 motociclistas encuestados pertenecientes al Distrito de Buenaventura, que oscilan entre los 15 y 25 años de edad.

5.6 PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS

La información adquirida a través de las técnicas empleadas fue clasificada y procesada de acuerdo con la escala de medición de cada una de las preguntas contenidas en la encuesta, por medio del Paquete Estadístico SPSS versión 15.0, donde se ingresaron los resultados de las mismas, con el objetivo de hacer un análisis concienzudo, se logró aplicar el mercadeo social al comportamiento de los jóvenes motociclistas de Buenaventura y así se cumplió con los objetivos específicos de la investigación.

6. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

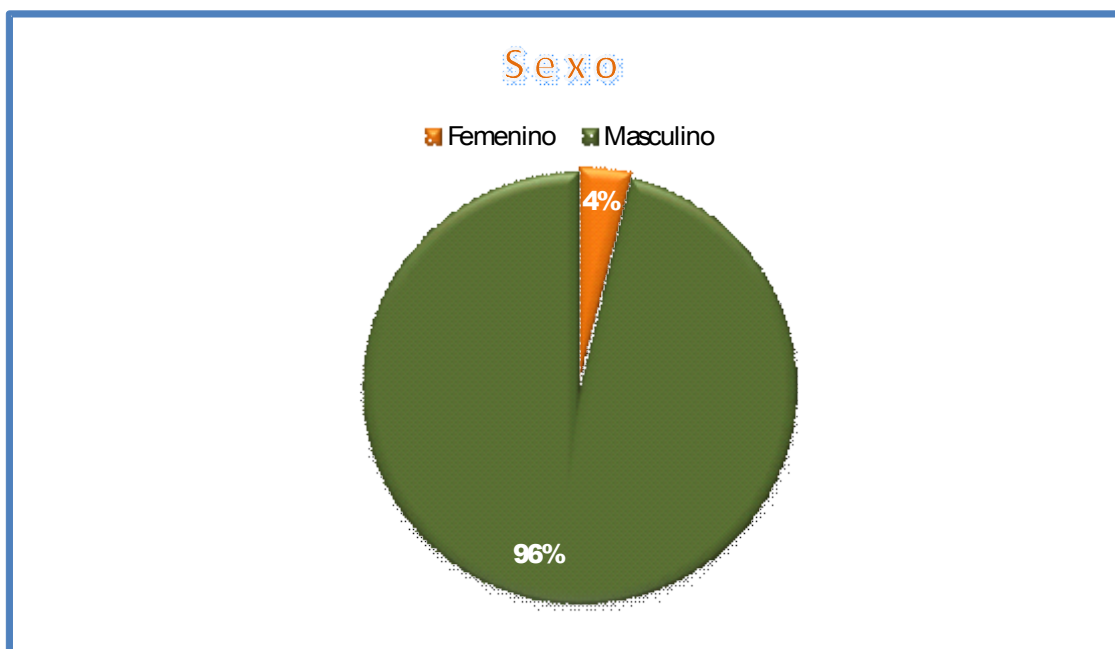
6.1.1 Características socio-demográficas de los jóvenes del Distrito de Buenaventura.

Tabla 2. Sexo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	3	4
Masculino	77	96
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Sexo



Fuente: Elaboración propia

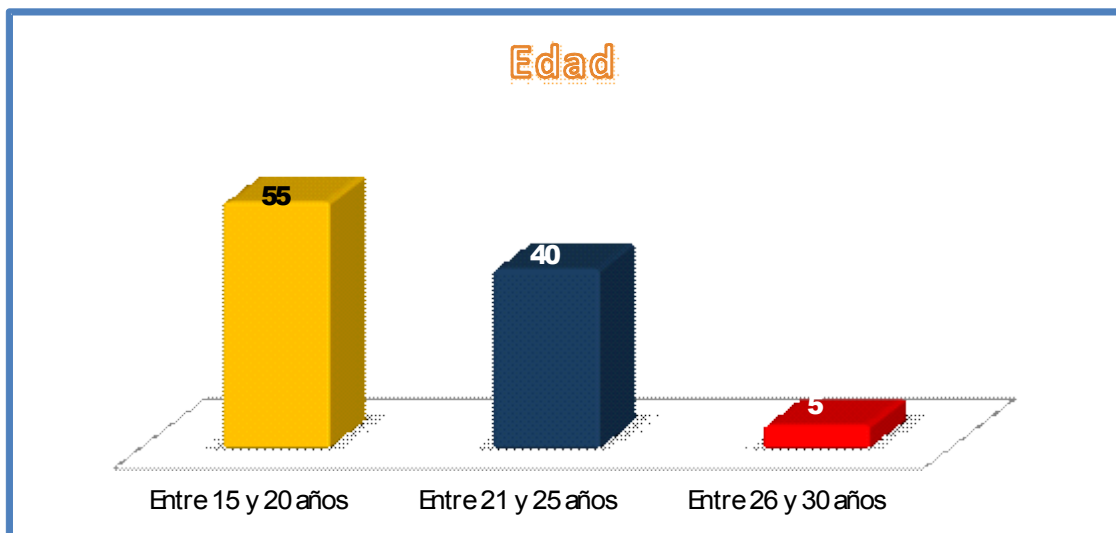
Del total de la población objeto de estudio, el 96% corresponden al sexo Masculino y el 4% restante al sexo Femenino.

Tabla 3. Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre 15 y 20 años	44	55
Entre 21 y 25 años	32	40
Entre 26 y 30 años	4	5
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Edad

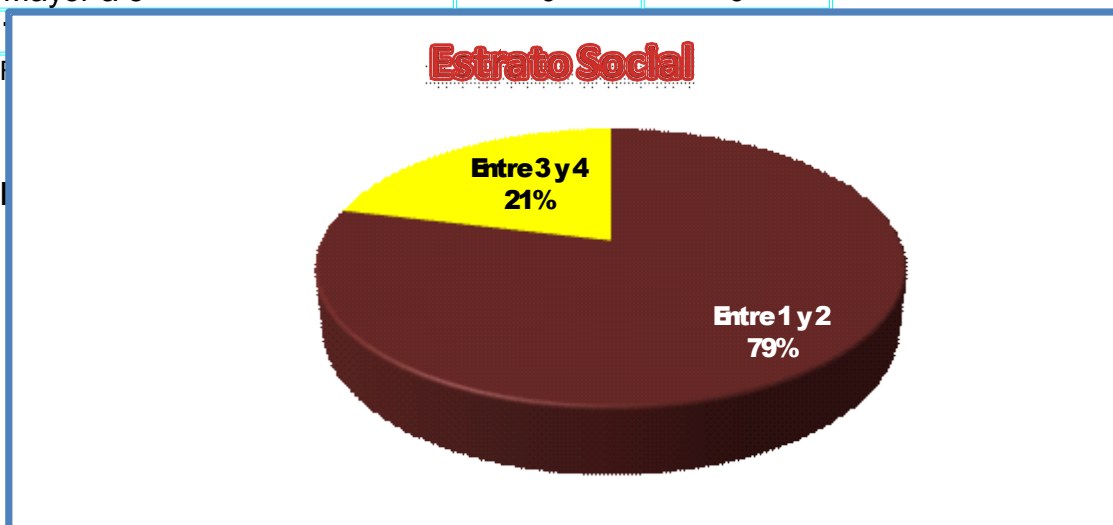


Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, el 55% de la población oscila entre los 15 y 20 años de edad, el 40% entre los 21 y 25 años y el 5% entre los 26 y 30 años.

Tabla 4. Estrato Social

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 y 2	63	79
Entre 3 y 4	17	21
Mayor a 5	0	0



Fuente: Elaboración propia

El 79% de los jóvenes motociclistas encuestados hacen parte de una población vulnerable, la cual se encuentra entre los estratos 1 y 2 y el 21% restante en los estratos 3 y 4.

Tabla 5. Ubicación/Dirección

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sector Continente	77	77
Sector Isla	23	23
Zona Rural	0	0
Total	100	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 8. Ubicación/Dirección



Fuente: Elaboración propia

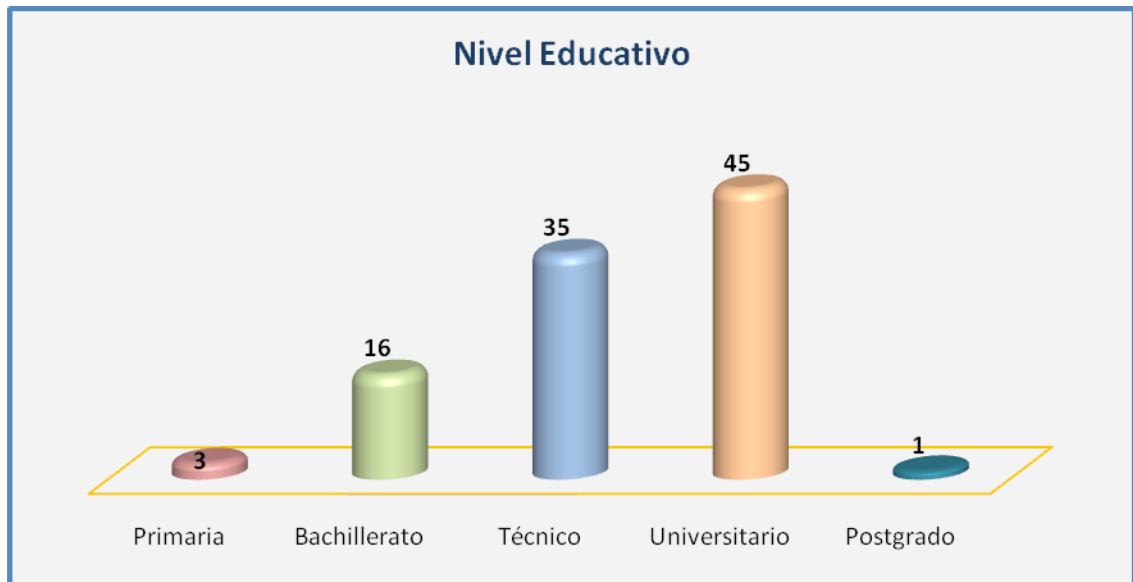
La mayoría de los jóvenes que hicieron parte de esta investigación se encuentran ubicados en el sector continente, es decir el 77%, mientras que el 23% de los jóvenes se encuentran ubicados en el sector isla.

Tabla 6. Nivel Educativo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	2	3
Bachillerato	13	16
Técnico	28	35
Universitario	36	45
Postgrado	1	1
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 9. Nivel Educativo



Fuente: Elaboración propia

Según la información analizada, el 45% de los motociclistas son universitarios, el 35% son técnicos, el 16% son bachilleres, el 3% sólo hicieron la primaria y el 1% pertenece al nivel de postgrado.

Tabla 7. Conduce motocicleta en la actualidad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	100
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Conduce motocicleta en la actualidad



Fuente: Elaboración propia

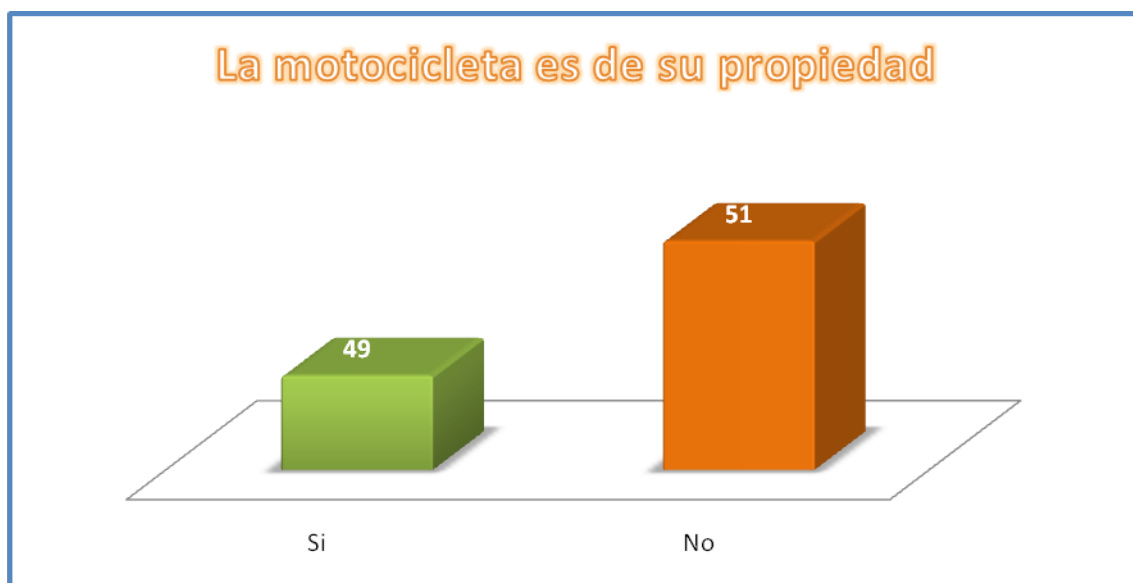
El 100% de la población encuestada manifestó que en la actualidad conducen motocicleta.

Tabla 8. La motocicleta es de su propiedad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	49
No	41	51
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 11. La motocicleta es de su propiedad



Fuente: Elaboración propia

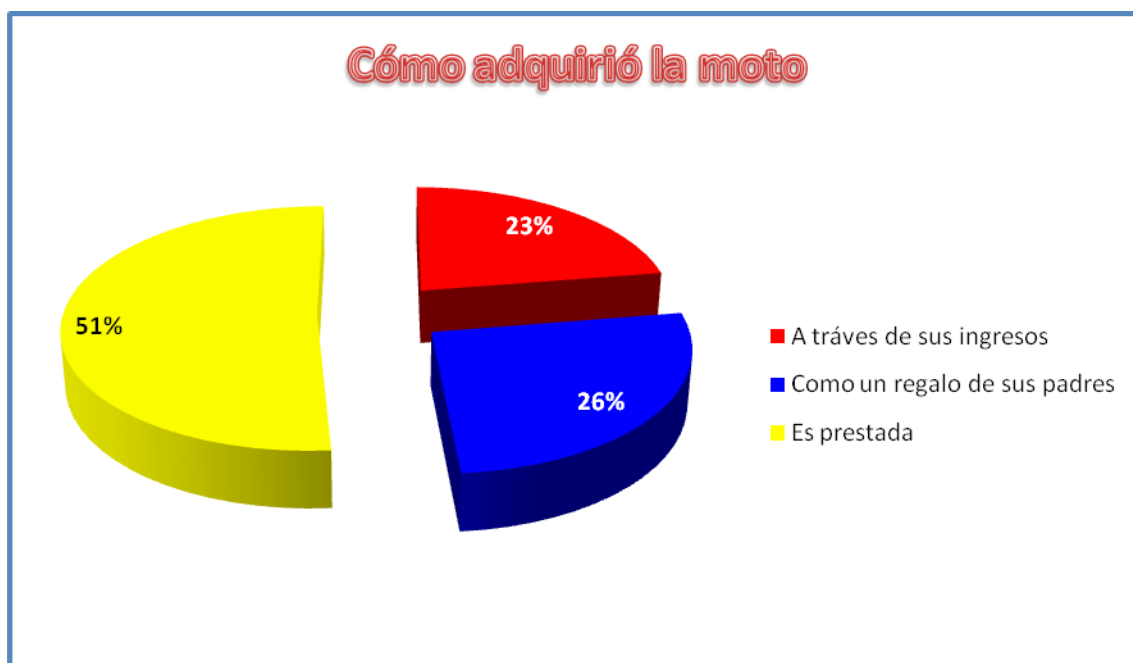
Según los resultados, el 49% de las motocicletas son propiedad de los jóvenes encuestados y el 51% de las motocicletas no son propiedad de los jóvenes encuestados.

Tabla 9. Cómo adquirió la moto

Variable	Frecuencia	Porcentaje
A través de sus ingresos	18	23
Como un regalo de sus padres	21	26
Es prestada	41	51
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 12. Cómo adquirió la moto



Fuente: Elaboración propia

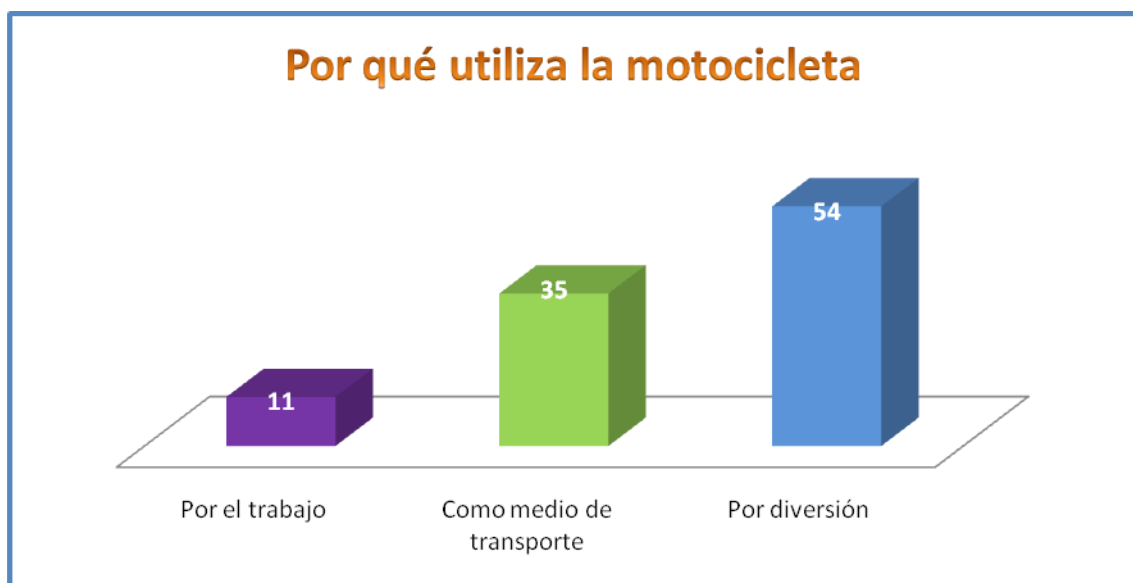
El 23% de la población objeto de estudio adquirió la motocicleta a través de sus ingresos, el 26% como un regalo de sus padres y el 51% la adquieren prestada.

Tabla 10. Por qué utiliza la motocicleta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Por el trabajo	9	11
Como medio de transporte	28	35
Por diversión	44	54
Total	81	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 13. Por qué utiliza la motocicleta



Fuente: Elaboración propia

El 54% de los jóvenes utilizan la motocicleta por diversión, el 35% como medio de transporte y el 11% por el trabajo.

Tabla 11. Tiene licencia para conducir

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	43
No	46	58
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 14. Tiene licencia para conducir



Fuente: Elaboración propia

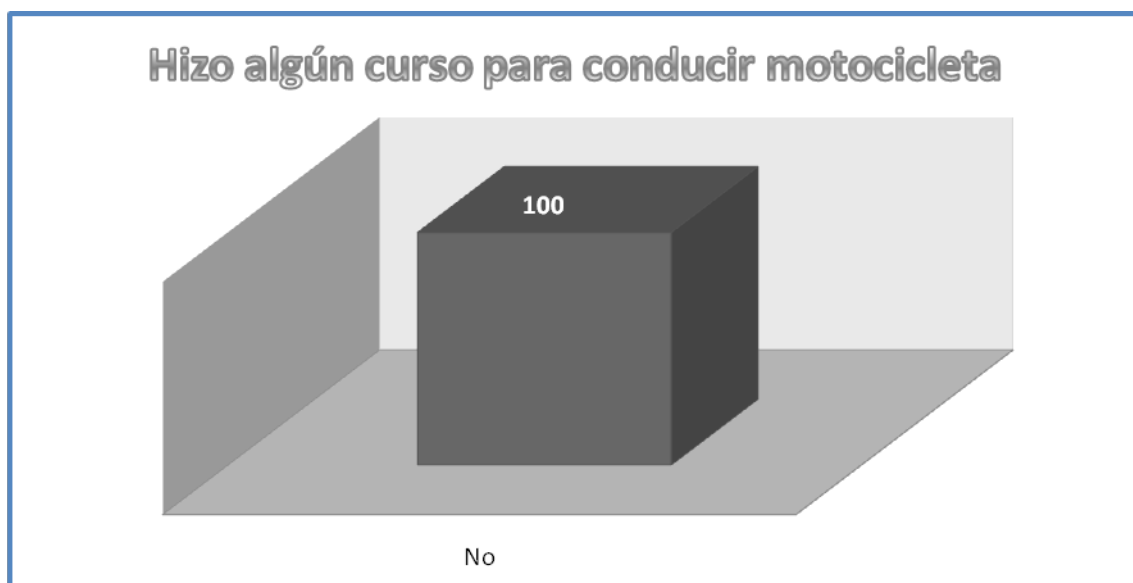
Un 58% de los jóvenes motociclistas tienen licencia para conducir y el 43% no tienen licencia de conducción.

Tabla 12. Hizo algún curso para conducir motocicleta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No	80	100
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 15. Hizo algún curso para conducir motocicleta



Fuente: Elaboración propia

El 100% de los actuales jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura no hicieron curso de conducción.

Tabla 13. Le exigieron licencia de conducción en el concesionario donde compró la motocicleta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No	80	100
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 16. Le exigieron licencia de conducción en el concesionario donde compró la motocicleta



Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, el 100% de la población objeto de estudio admite que no les exigieron licencia de conducción en el concesionario donde compraron las motocicletas.

6.1.2 Características del comportamiento de los jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura.

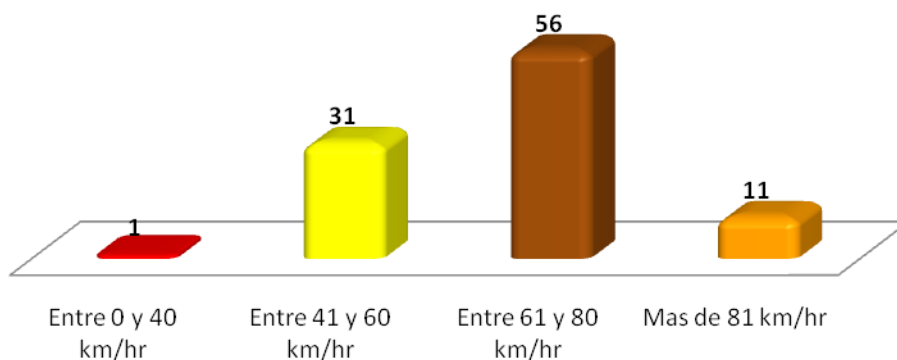
Tabla 14. A qué velocidad conduce normalmente la motocicleta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre 0 y 40 km/hr	1	1
Entre 41 y 60 km/hr	25	31
Entre 61 y 80 km/hr	45	56
Más de 81 km/hr	9	11
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 17. A qué velocidad conduce normalmente la motocicleta

A qué velocidad conduce normalmente la motocicleta



Fuente: Elaboración propia

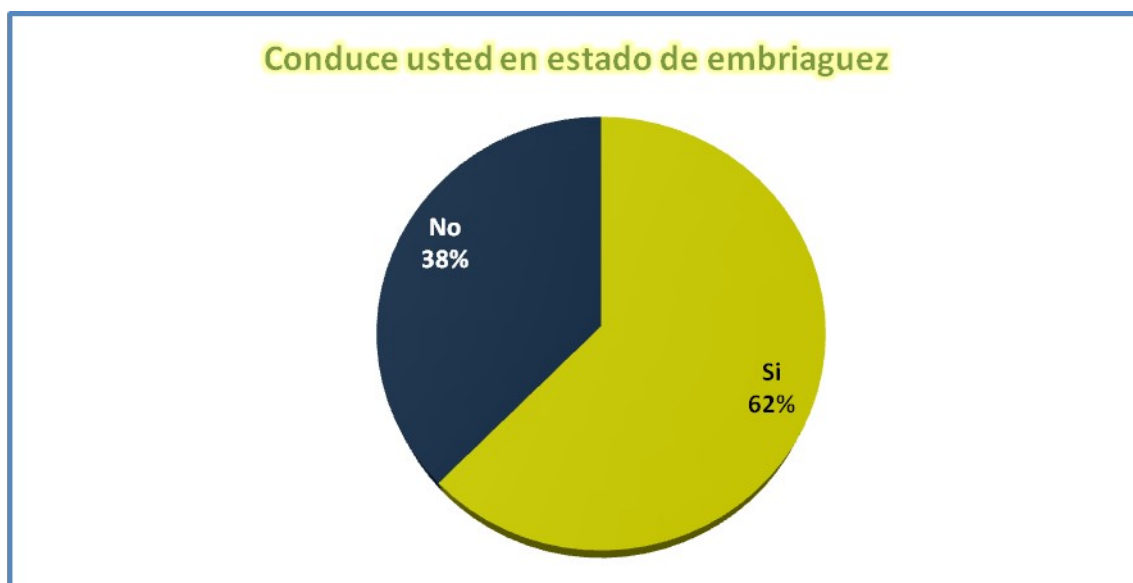
El 1% de los jóvenes conducen entre 0 y 40 km/hr, el 31% entre 41 y 60 km/hr, el 56% entre 61 y 80 km/hr y el 11% conducen a más de 81 km/hr.

Tabla 15. Conduce usted en estado de embriaguez

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	62
No	30	38
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 18. Conduce usted en estado de embriaguez



Fuente: Elaboración propia

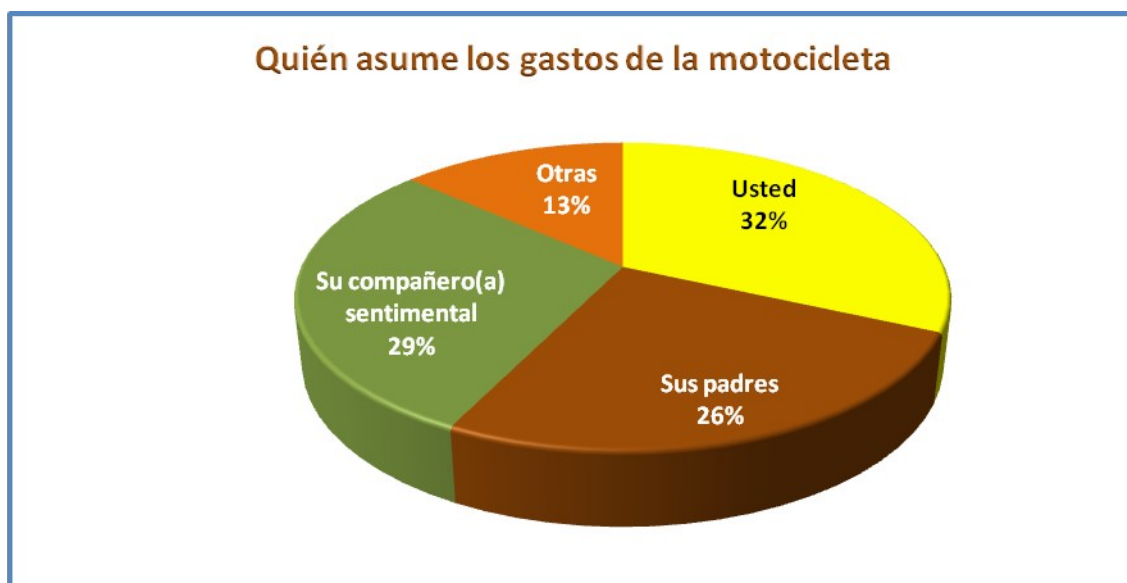
Según la información analizada el 62% de los motociclistas conducen en estado de embriaguez y el 38% no conducen en estado de embriaguez.

Tabla 16. Quién asume los gastos de la motocicleta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Usted	26	32
Sus padres	21	26
Su compañero(a) sentimental	24	29
Otras	11	13
Total	82	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 19. Quién asume los gastos de la motocicleta



Fuente: Elaboración propia

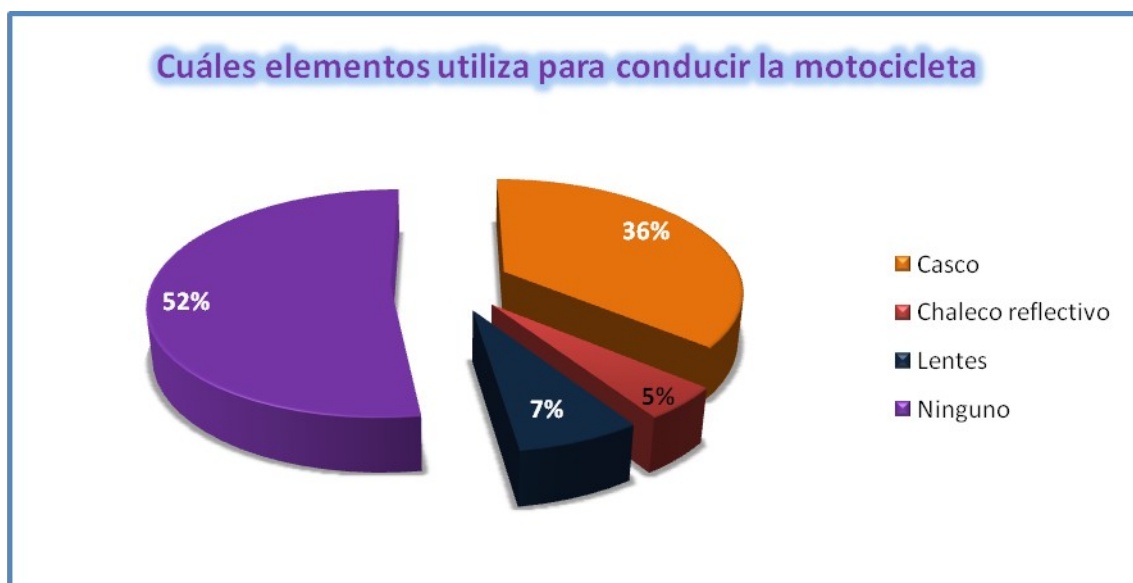
El 32% de los gastos de la motocicleta los asume el propietario, el 26% los padres, el 29% el compañero(a) sentimental y el 13% de los gastos los asumen otras personas tales como los amigos y los propietarios de las motocicletas.

Tabla 17. Cuáles elementos utiliza para conducir la motocicleta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Casco	31	36
Chaleco reflectivo	4	5
Lentes	6	7
Ninguno	45	52
Total	86	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 20. Cuáles elementos utiliza para conducir la motocicleta



Fuente: Elaboración propia

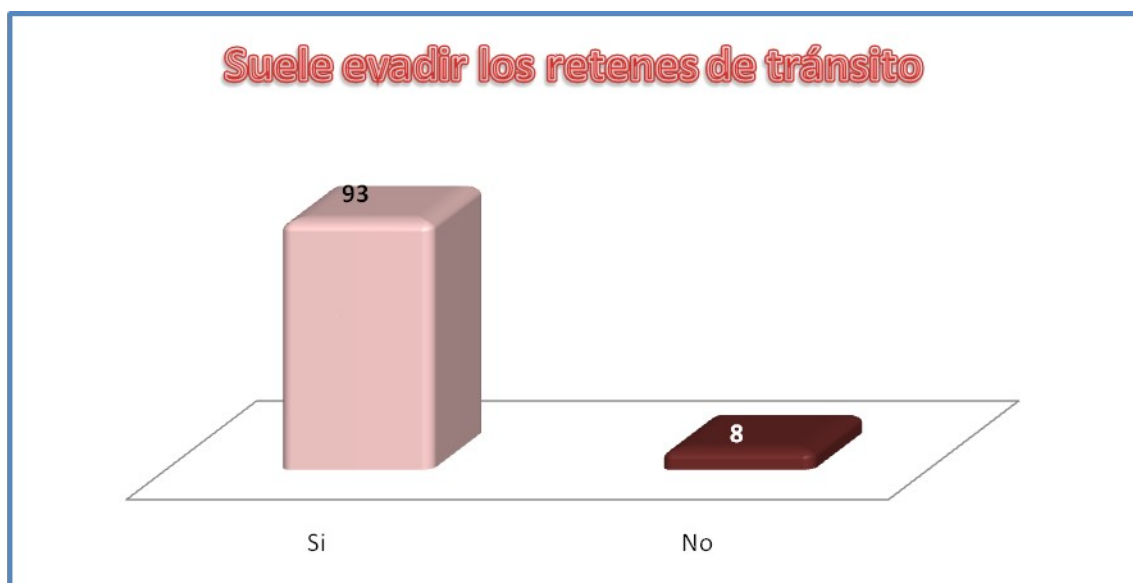
De la población encuestada el 36% utiliza el casco para conducir, el 5% el chaleco reflectivo, el 7% los lentes y el 52% de la población no utiliza ningún elemento para conducir.

Tabla 18. Suele evadir los retenes de tránsito

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	93
No	6	8
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 21. Suele evadir los retenes de tránsito



Fuente: Elaboración propia

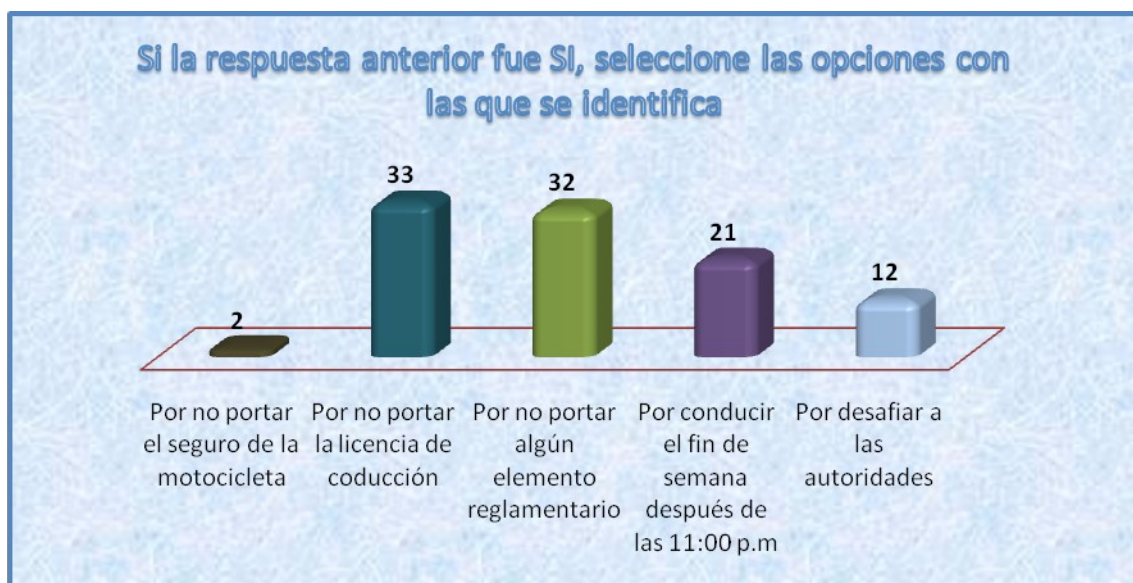
El 93% de los jóvenes motociclistas evaden los retenes de tránsito y el 8% no los evaden.

Tabla 19. Si la respuesta anterior fue **SI**, seleccione las opciones con las que se identifica.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Por no portar el seguro de la motocicleta	2	2
Por no portar la licencia de conducción	38	33
Por no portar algún elemento reglamentario	36	32
Por conducir el fin de semana después de las 11:00 p.m.	24	21
Por desafiar a las autoridades	14	12
Total	114	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 22. Si la respuesta anterior fue **SI**, seleccione las opciones con las que se identifica.



Fuente: Elaboración propia

El 2% de los jóvenes motociclistas evaden los retenes de tránsito porque no portan el seguro de la motocicleta, el 33% porque no portan la licencia de conducción, el 32% porque no portan algún elemento reglamentario, el 21% por conducir el fin de semana después de las 11:00 p.m. y el 12% porque desafían a las autoridades.

Tabla 20. Participa en las caravanas sabiendo que son prohibidas por las autoridades.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	69	86
No	11	14
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 23. Participa en las caravanas sabiendo que son prohibidas por las autoridades.



Fuente: Elaboración propia

Según los resultados, el 86% de la población participa en las caravanas sabiendo que son prohibidas por las autoridades y el 14% no participa en las caravanas.

Tabla 21. Por qué participa en las caravanas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Por diversión	66	96
Por influencia de sus amigos	3	4
Total	69	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 24. Por qué participa en las caravanas



Fuente: Elaboración propia

Los jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura, participan en las caravanas en un 96% por diversión y un 4% por influencia de sus amigos.

Tabla 22. Cree que afecta en algo a la sociedad el participar en las caravanas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	60
No	32	40
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 25. Cree que afecta en algo a la sociedad el participar en las caravanas



Fuente: Elaboración propia

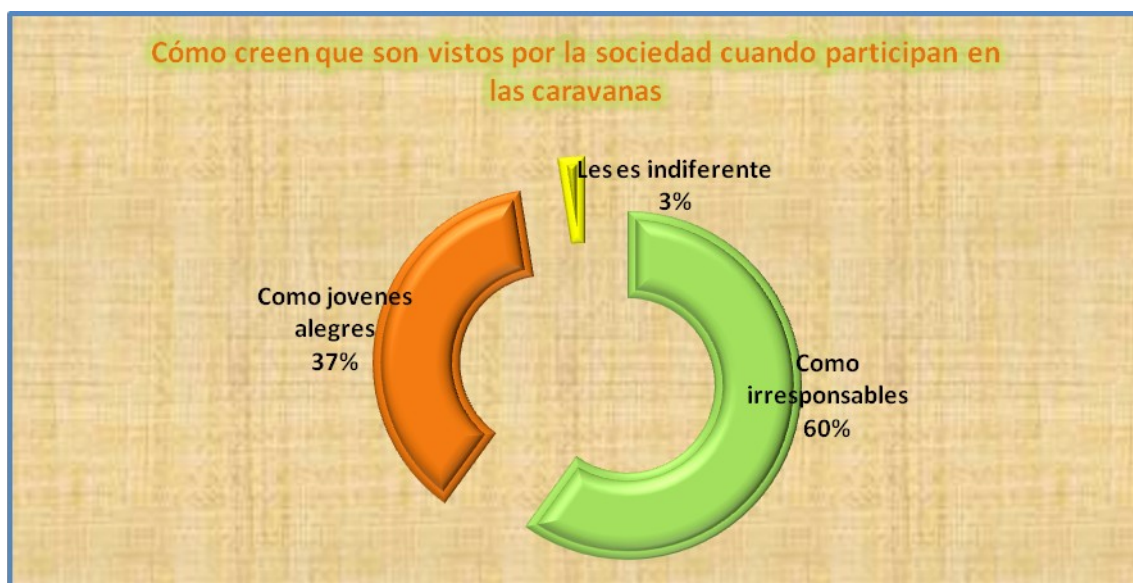
El 60% de la población cree que afecta en algo a la sociedad el participar en las caravanas y el 40% no cree que afecte.

Tabla 23. Cómo creen que son vistos por la sociedad cuando participan en las caravanas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Como irresponsables	48	60
Como jóvenes alegres	30	38
Les es indiferente	2	3
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 26. Cómo creen que son vistos por la sociedad cuando participan en las caravanas



Fuente: Elaboración propia

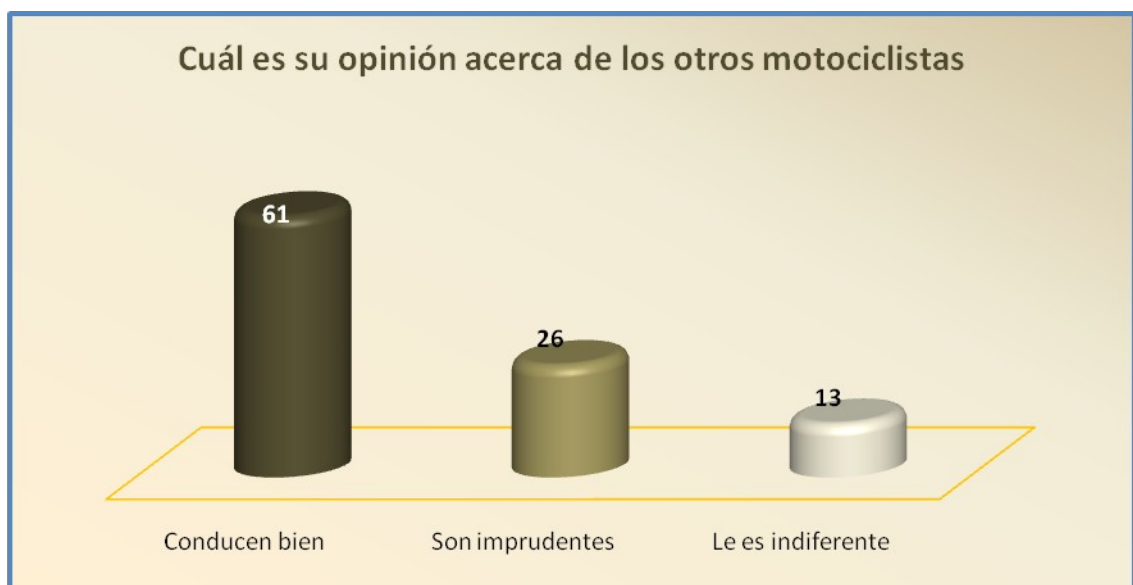
Los resultados indican que el 60% de los jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura, creen que son vistos como irresponsables cuando participan en las caravanas, el 37% como jóvenes alegres y al 3% restante les es indiferente la opinión de la sociedad.

Tabla 24.Cuál es su opinión acerca de los otros motociclistas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Conducen bien	49	61
Son imprudentes	21	26
Le es indiferente	10	13
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 27.Cuál es su opinión acerca de los otros motociclistas



Fuente: Elaboración propia

El 61% de la población opina que los otros motociclistas conducen bien, el 26% que son imprudentes y al 11% restante de la población no tienen ninguna opinión.

Tabla 25. Cree que el estado de las vías tiene algo que ver con el nivel de accidentalidad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	100
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 28. Cree que el estado de las vías tiene algo que ver con el nivel de accidentalidad



Fuente: Elaboración propia

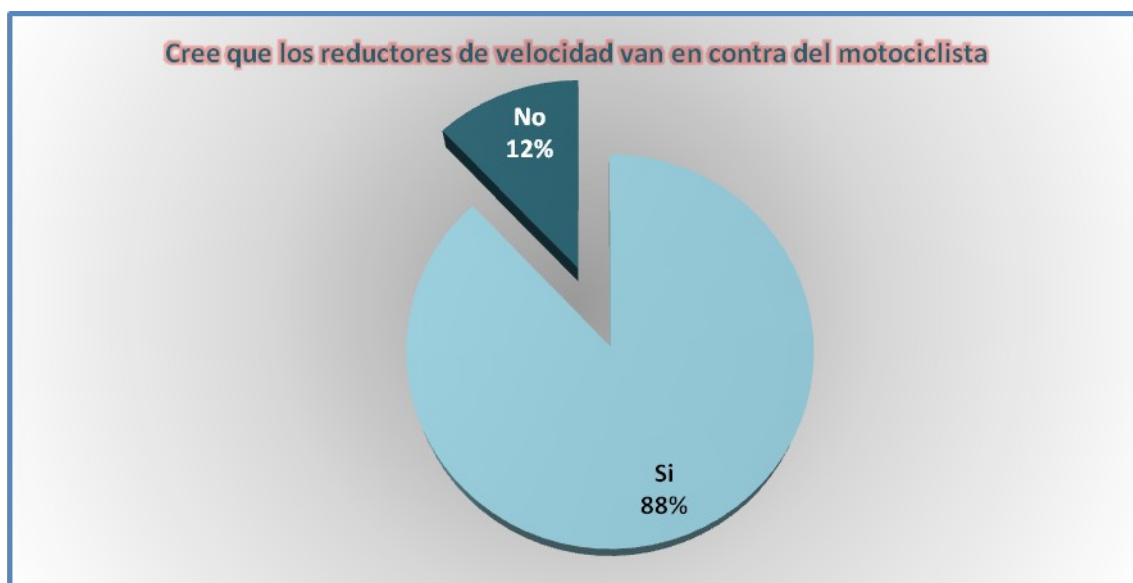
Todos los jóvenes motociclistas encuestados coincidieron en que el estado de las vías tiene algo que ver con el nivel de accidentalidad.

Tabla 26. Cree que los reductores de velocidad van en contra del motociclista

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	88
No	10	12
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 29. Cree que los reductores de velocidad van en contra del motociclista



Fuente: Elaboración propia

El 88% de los jóvenes creen que los reductores de velocidad van en contra del motociclista y el 12% cree lo contrario.

Tabla 27. Piensa que las autoridades no han sabido manejar el comportamiento de los motociclistas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	54
No	37	46
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 30. Piensa que las autoridades no han sabido manejar el comportamiento de los motociclistas



Fuente: Elaboración propia

Según la información obtenida el 46% de la población objeto de estudio piensa que las autoridades no han sabido manejar el comportamiento de los motociclistas y el 54% de la población opina que si lo han sabido manejar.

6.1.3 Plan de mercadeo social que permita cambiar el comportamiento de los actuales jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura.

Para cumplir con el tercer objetivo planteado en el presente proyecto de investigación, se tomó como referencia la propuesta del autor Antonio Leal Jiménez, que fue mencionada en el capítulo referente al Marco Teórico-Conceptual y consiste en realizar lo siguiente:

1. Análisis de la situación actual del Marketing Social
2. Definición de los elementos claves
3. Identificación de oportunidades y retos
4. Definición de los objetivos del producto social
5. Diseño de las estrategias
6. Indicación de los programas de acción

7. Elaboración de presupuestos y sistemas de control

Sin embargo, antes de iniciar con los pasos expuestos anteriormente, se planteará la **Misión** y **Visión** del plan de mercadeo social dirigido a los jóvenes de Distrito de Buenaventura.

Misión

El presente proyecto de investigación busca realizar un plan de mercadeo social enfocado a los jóvenes que oscilan entre los 15 y 25 años y conducen motocicletas en el distrito de Buenaventura, esto con el fin de influir en su comportamiento, debido a que se necesita crear conciencia y un nivel de responsabilidad en los jóvenes motociclistas para que disminuyan los accidentes de tránsito.

Visión

Lograr en el 2013 crear conciencia en los jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura, de tal forma que se evidencie un cambio positivo en su comportamiento, alcanzando que la población objeto de estudio sea más responsable y comprometida con su bienestar, el de los otros motociclistas y el resto de la población bonaverense.

1. Análisis de la situación actual del Marketing Social

En la ciudad puerto más importante del país colombiano, se ha venido presentando una creciente en su parque automotor, específicamente el de motociclistas, de igual manera ha aumentado el número de accidentes de tránsito en las carreteras pese al gran esfuerzo que hacen las autoridades para tratar de evitarlos y/o disminuirlos. Conducir en estado de embriaguez, transitar con tres o más personas, el exceso de velocidad, el mal estado en el que se encuentran las motocicletas y entre otras cosas el alto grado de irresponsabilidad de los conductores que en su mayoría son jóvenes de 15 a 25 años de edad, son la causa directa de este problema, ya que sin medir las consecuencias conducen motocicletas incumpliendo las normas establecidas por la Secretaria Regional de Tránsito, ocasionando graves accidentes, los cuales en muchos casos terminan en tragedia.

2. Definición de los elementos claves

CAUSA

Provocar un cambio en el comportamiento actual de los jóvenes motociclistas de Buenaventura, para lograr en el futuro una disminución considerable de los accidentes de tránsito y evitar pérdidas humanas.

SUJETOS DE CAMBIO

Para el cambio de conducta de los jóvenes motociclistas de Buenaventura, se necesita de la colaboración de personas e instituciones que puedan influir de forma positiva en el proceso, tales como:

- Secretaría de Tránsito y Transporte
- Policía Nacional
- Padres y familiares de los motociclistas implicados en el estudio
- Profesionales en el campo de cambio de conducta

ADOPTANTES OBJETIVO

Después de haber realizado una investigación exploratoria, se llegó a la conclusión de que la población adoptante del objetivo de estudio, serían los jóvenes motociclistas que oscilan entre los 15 y 25 años, los cuales se han seleccionado en un sólo grupo ya que presentan el mismo grado de comportamiento en las vías.

CANALES

Se llegará a la población objetivo de estudio a través de un conjunto de canales de comunicación como la radio, televisión, prensa y redes sociales, de igual forma se exhibirán vallas en puntos estratégicos de la ciudad, dando a conocer la problemática y cuáles son los objetivos de esta campaña, permitiendo así la sensibilización de toda la población bonaerense.

ESTRATEGIAS DE CAMBIO

- Se trabajará con rigor el tema de cambio de conducta a través de charlas con expertos.
- Se realizarán actividades prácticas de concientización a los jóvenes motociclistas de Buenaventura.

3. Identificación de oportunidades y retos

Oportunidades

- Contar con el apoyo de las autoridades competentes en el proceso de fomentación al cambio en el comportamiento de los jóvenes motociclistas del distrito de Buenaventura.
- En el futuro se podrá crear conciencia en los motociclistas del peligro que corren al conducir de forma inadecuada

Retos

- Conducen tomando una postura inadecuada
- Huyen de las autoridades con frecuencia
- No usan los elementos reglamentarios para conducir
- No tienen los documentos en regla

4. Definición de los objetivos del producto social

- Crear conciencia en los jóvenes de los riesgos que corren al no conducir las motocicletas con rige la ley.
- Disminuir el índice de accidentalidad en las vías.

5. Diseño de las estrategias

- Análisis de textos referentes al Marketing Social y al cambio de conducta en los jóvenes.
- Investigación de estudios similares realizados en la ciudad, para conocer las conclusiones a las que llegaron y trabajar con base en ellas.
- Entrevistas con expertos en el tema de accidentalidad que determinen las causas y efectos del comportamiento actual de los jóvenes motociclistas de Buenaventura y ayuden a mejorar esa imagen.

6. Indicación de los programas de acción

En la primera etapa del programa se invitarán a las entidades que tienen que ver con la problemática (Alcaldía Distrital, Policía Nacional, Secretaría de Tránsito), para exponerles de forma detallada lo que se persigue con la campaña.

Según la amplia cobertura del tema a tratar, se considera establecer un comité o equipo de trabajo, el cual está constituido con el fin de coordinar y organizar el desarrollo de las actividades planificadas como: charlas que serán dictadas por expertos en temas de accidentalidad, causas y efectos.

7. Elaboración de presupuestos y sistemas de control

Presupuesto

Para llevar a cabo esta campaña por el periodo de un año es lo siguiente:

Tabla 28. Presupuesto del plan de Marketing Social

CONCEPTOS	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Contratación de Expertos	2	\$48.000.000
Alquiler de salón para dictar charlas	1	\$36.000.000
Publicidad	3	\$24.000.000
Comité de logística	4	\$38.400.000
TOTAL		\$146.400.000

Fuente: Elaboración propia

Sistemas de control

- Se monitorearán diariamente las actividades programadas.
- Se evaluarán los procesos ejecutados para corregir en caso de haber fallas.
- Se exigirá semanalmente un reporte a los expertos para determinar el grado de avance en los jóvenes motociclistas.

6.2 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados que se obtuvieron de la investigación realizada a los motociclistas jóvenes del Distrito de Buenaventura fueron las siguientes:

En general, la mayoría de la población corresponde al género masculino, son universitarios, entre las edades de 15 y 25 años, pertenecientes a los estratos 1 y 2, todos los jóvenes encuestados conducen motocicleta en la actualidad, pero no todas las motocicletas pertenecen a quienes la conducen, es por ello que los resultados indican que de los 80 jóvenes tenidos en cuenta para la investigación, 41 adquieren la moto prestada y de allí se debe a que alrededor de la mitad de los motociclistas no sean los propietarios.

En la investigación realizada, se encontró que las opciones más representativas por las cuales los jóvenes utilizan las motocicletas son; por diversión y como medio de transporte, además se evidenció que en los concesionarios donde se adquieren las motos no están exigiendo la licencia de conducción como requisito primordial para venderla, esta situación repercute directamente en la tendencia que existe para conducir o no con licencia, debido a que más la mitad de los motociclistas encuestados no tienen el documento para transitar en las calles.

Todos los jóvenes del distrito de Buenaventura tenidos en cuenta para la investigación conducen motocicletas sin haber realizado algún curso de conducción y la velocidad más frecuente en la que conducen oscila entre los 61 y 80 km/hr.

Uno de los objetivos primordiales de esta investigación fue determinar las características en el comportamiento de los motociclistas jóvenes del distrito de Buenaventura, en relación a esto se llegaron a varias conclusiones, entre ellas que 50 de los 80 jóvenes encuestados conducen en estado de embriaguez.

Otra situación importante que se debe resaltar en los hallazgos de la investigación, es el hecho de que más del 50% de los motociclistas no utilicen ninguno de los elementos reglamentarios pertinentes para conducir motocicletas, mientras que un grupo relativamente importante sólo utiliza el casco.

Es notable también, el hecho de que la mayoría de los motociclistas evadan los retenes de tránsito, algunos por no tener el seguro de la motocicleta, otros por conducir el fin de semana después de las 11:00p.m., pero las razones más significativas fueron por no portar la licencia de conducción y los elementos reglamentarios.

A pesar de que las autoridades del Distrito de Buenaventura prohibieron las caravanas, a los motociclistas parece no interesarles esta situación porque de acuerdo a los resultados 69 personas son participantes de dicho evento y la razón más frecuente por la que lo hacen es por diversión.

Los jóvenes encuestados opinaron con mayor frecuencia que creen que son vistos por la sociedad como irresponsables al participar en las caravanas, además de pensar que esta situación afecta directamente a la sociedad; también coincidieron todos en decir que consideran que el estado de las vías influye con el nivel de accidentalidad, al igual que los reductores de velocidad van en contra de los motociclistas.

Del 100% de la población encuestada el 46% piensa que las autoridades no han sabido manejar el comportamiento de los motociclistas en el Distrito de Buenaventura.

Analizando la información obtenida se determina en términos generales que los motociclistas jóvenes del Distrito de Buenaventura se comportan de forma

irresponsable por el hecho de que no tengan la licencia de conducción que es primordial para conducir, al igual que no utilicen los elementos reglamentarios, que no sólo implican multas para quienes no los porten sino que se convierten en elementos que protegen al motociclista en caso de accidentes.

La población encuestada en su mayoría conduce en estado de embriaguez, a altas horas de la noche, sin documentos pertinentes, evadiendo los controles de tránsito y todo por diversión, esto lleva a que se concluya en esta investigación que existe una falta de responsabilidad y concientización por parte de los motociclistas, ellos no respetan el derecho a la vida y a su bienestar porque con todas estas actuaciones atentan contra su integridad física y afectan a la sociedad.

7. LIMITACIONES

- El obstáculo que se encontró al iniciar el proceso de trabajo de campo, fue obtener información por parte de entidades como la Secretaria de Tránsito y la Fiscalía, sobre la cantidad de motocicletas existentes en Buenaventura, o la cantidad de accidentes reportados en lo que va corrido del año; para dar solución a esta limitante se recurrió a la perseverancia, es decir, se comenzó a insistir a estas instituciones hasta que se logró obtener la información requerida para continuar con el proyecto de investigación.

8. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los objetivos específicos planteados y los resultados obtenidos en la presente investigación, se concluye lo siguiente:

OBJETIVO 1 Establecer las características socio-demográficas de los jóvenes del Distrito de Buenaventura.

Teniendo en cuenta el primer objetivo específico de la investigación, se concluye que de los 80 jóvenes encuestados, 77 pertenecen al género masculino, un poco más de la mitad oscilan entre los 15 y 20 años de edad, la mayoría pertenecen a los estratos 1 y 2 y todos conducen motocicleta sin haber realizado un curso.

Otras conclusiones que se hallaron, indican que los jóvenes utilizan las motocicletas por diversión, menos de la mitad de ellos tienen licencia para conducir y que el 80% de los encuestados se encuentra conformado por Universitarios y Técnicos.

Las particularidades anteriores, caracterizan la población tenida en cuenta para la investigación y dejan notar a unos jóvenes arriesgados al conducir sin licencia, lo que va en contra de las normas establecidas y tal vez del nivel educativo que reflejan, es decir, los jóvenes encuestados han obtenido un grado de formación académica, lo cual es sinónimo de responsabilidad y al presentar estas características se desligan del compromiso que han adquirido con ellos y con la sociedad.

OBJETIVO 2 Caracterizar el comportamiento de los jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura.

De acuerdo al segundo objetivo específico planteado en la investigación, se encontró que el 62% de los jóvenes conducen en estado de embriaguez, más de la mitad de los encuestados no utilizan ningún elemento reglamentario para conducir, se encontró que la mayoría de los motociclistas evaden los retenes de tránsito y participan en caravanas aún sabiendo que están prohibidas por las autoridades.

Los resultados obtenidos también manifestaron que la mitad de la población encuestada piensa que las autoridades no han sabido manejar el comportamiento de los motociclistas, de igual manera ellos consideran que los reductores de velocidad están en su contra y que el estado de las vías tiene que ver con el nivel de accidentalidad que se presenta en la ciudad.

Este tipo de comportamiento encontrado en los jóvenes encuestados, lleva a pensar que ellos no toman conciencia de la forma en que deben actuar ante la sociedad, no alcanzan a percibir las diversas situaciones a las que pueden enfrentarse por no ser responsables con su vida y con la de los demás, los motociclistas de esta investigación, muestran a una población rebelde que no está interesada en actuar como dictan las normas de tránsito, ni ninguna otra norma sobre el buen comportamiento, ya que están convencidos de que lo único que importa es la diversión.

Esta situación es complicada, quizás por la falta de madurez, de responsabilidad o simplemente por la corta edad que tienen los jóvenes y lo que finalmente se busca en esta investigación es atacar ese problema, lograr persuadir a esta población para que retomen el carril correcto y comiencen a actuar diferente por el bien de ellos, de sus familias y de la comunidad en general.

OBJETIVO 3 Formular un plan de mercadeo social que permita cambiar el comportamiento de los actuales jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura.

Finalmente, sobre el tercer objetivo específico de la investigación, se concluye que el plan de mercadeo social cumple con las exigencias actuales de la población de motociclistas jóvenes del Distrito de Buenaventura, en el sentido de que su estructura apunta a generar un cambio radical en el comportamiento de los mismos, otra conclusión bajo un punto de vista profesional, es que con el desarrollo de este proyecto se aplicaron conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera académica.

De todas las conclusiones anteriores se puede analizar, que hace falta una campaña fuerte e impactante hacia los jóvenes que conducen motocicletas entre las edades de 15 y 25 años en el Distrito de Buenaventura, porque a pesar de que la mayoría tienen un nivel educativo Universitario y Técnico, reflejan un comportamiento incorrecto frente a las normas establecidas para conducir, afectando no sólo su integridad física sino también la de las demás personas.

El hecho de que participen en caravanas, sabiendo que se prohíben, de que conduzcan el fin de semana después de las 11:00 p.m. y sin los respectivos elementos que deben usarse, son señales de que los jóvenes muestran un grado

de rebeldía y esto podría asociarse con su edad o con la falta de responsabilidad de ellos frente a sus familias y la sociedad.

9. RECOMENDACIONES

OBJETIVO 1 Establecer las características socio demográficas de los jóvenes del

Distrito de Buenaventura.

- Todos los jóvenes deben tener licencia para conducir motocicletas y preferiblemente que sea producto de un curso de conducción.

OBJETIVO 2 Caracterizar el comportamiento de los jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura.

- Todos los jóvenes deben portar los elementos reglamentarios para protegerse en caso de accidentes y evitar sanciones por desacatar la ley.
- La recomendación anterior también es sugerida para que los jóvenes no evadan los controles de tránsito.
- Ningún motociclista debe conducir ebrio ni mucho menos participar en las caravanas, porque podría así dañar su integridad física.
- Se les sugiere a los jóvenes motociclistas, respetar la ley que establece que no puede conducirse motocicleta después de las 11:00 p.m. los fines de semana para evitar las multas.

OBJETIVO 3 Formular un plan de mercadeo social que permita cambiar el comportamiento de los actuales jóvenes motociclistas del Distrito de Buenaventura.

- Ejecutar el plan de mercadeo social con cautela, de tal forma que los resultados causen un impacto ante la población de los motociclistas jóvenes del Distrito de Buenaventura.

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación y las recomendaciones anteriores, se sugiere adicionalmente que se implementen normas que obliguen a los concesionarios a solicitar al cliente la documentación pertinente para hacer la entrega de una motocicleta, es decir, que exijan la licencia de conducción, a su vez debería considerarse la posibilidad de entregar dichas licencias sólo en escuelas de conducción para asegurarse de que la persona es apta para manejar la moto y que ésta sea mayor de edad, porque con la presente investigación se comprueba que los jóvenes aún son irresponsables, no tienen en cuenta las normas mínimas para conducir y la idea es que la sociedad y en especial los jóvenes tomen conciencia de esta acción.

De igual forma, es importante sugerirle a las entidades encargadas de vigilar el buen comportamiento de los conductores, que realicen un trabajo en conjunto, es decir, que formen una alianza que apunte a cambiar radicalmente la situación que hoy se vive con los jóvenes motociclistas de Buenaventura, en esta alianza deben integrarse también los concesionarios para que el trabajo comience desde que el joven desea adquirir la motocicleta.

Uno de los resultados más impactantes de esta investigación, arrojo que el 45% de los jóvenes son Universitarios, esto deja una inquietud de ¿Por qué se comportan de esa forma, aun cuando asisten a una universidad y se forman como personas?, este interrogante nos hace proponer que se trate de cambiar esa conducta no desde los jóvenes que ya manejan sino desde los niños que asisten al colegio, retomando la asignatura de Urbanidad que se encargaba de orientar acerca de los comportamientos que se adoptan frente a cualquier situación ó incluir alguna otra asignatura que se enfoque en hacer conciencia de las normas de tránsito y de la buena conducta de un individuo.

BIBLIOGRAFÍA

ARDILA, Rubén. Síntesis experimental del comportamiento. Madrid: Alhambra. 1988.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 769. (6, agosto, 2002). Por la cual se expide el Código Nacional de Tránsito Terrestre y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C., 2002.

GOMEZ VANEGAS, José. Fiscalía de Transito. Valle del Cauca, Buenaventura. Observación inédita, 2011.

KENNETH, Andrews, The Concept of Corporate Strategy, McGraw HILL, 1971, caps 2 y 3.

KOTLER, Philip. Mercadotecnia social, 1ª ed., México., Diana, 1992. p. 271.

LEAL JIMENEZ, Antonio. Gestión del Marketing Social, 3ª ed., España., McGRAW HILL, 2000. p. 80.

OROZCO TORO, Jaime Alberto. Publicidad Social, 1ª ed., Medellín., Universidad Pontificia Bolivariana, 2007. P. 25-26.

SERRANO PASCUAL, Amparo. Procesos paradójicos de construcción de la juventud en un contexto de crisis del mercado de trabajo. EN REIS (Revista Española de Investigaciones Sociológicas). no. 71/72, p. 177-200.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. Metodología Formal de la Investigación Científica, 2ª ed., México., Editorial Limusa, 2005. p. 113.

WATSON, John. Behaviorism. 1ª ed., Nueva York: W.W. Norton, Transaction Publisher, 1924. p. 5.

ZAPATA, Diana María. Selvamotor S.A. Valle del Cauca, Buenaventura. Observación inédita, 2011.

CIBERGRAFÍA

- Disponible en Internet: <[http://es.wikipedia.org/wiki/Buenaventura:_\(Colombia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Buenaventura:_(Colombia))>/Consultado el día 18 de Noviembre de 2010.
- Disponible en Internet: <<http://www.mintransporte.gov.co/publicaciones.php?id=33>>/ Consultado el día 16 de marzo de 2011.
- Disponible en Internet: <<http://www.mintransporte.gov.co/publicaciones.php?id=37>>/ Consultado el día 15 de Septiembre de 2011.
- Disponible en Internet: < <http://www.semana.com/nacion/colombia-borde-del-colapso/117506-3.aspx>>/ Consultado el día 15 de Septiembre de 2011.
- Disponible en Internet: < <http://www.voltairenet.org/El-mototaxismo-causas-y-posibles>>/ Consultado el día 15 de Septiembre de 2011.
- Disponible en internet: <<http://mercadeo-fusm.blogspot.com/>>/ Consultado el día 13 de Enero de 2011.
- Disponible en Internet: < <http://es.wikipedia.org/wiki/Motocicleta> >/Consultado el día 4 de Enero de 2012.
- Disponible en internet: < <http://www.bvsde.ops-oms.org/bvsacg/e/fulltext/simposio/ponen5.pdf>>/ Consultado el día 18 de Febrero de 2011.
- Disponible en internet: < <http://www.springerlink.com/content/170727x87g475286>>/ Consultado el día 18 de Febrero de 2011.

ANEXOS

Anexo A Modelo de encuesta



ENCUESTA PARA REALIZAR UN MERCADEO SOCIAL
A LOS MOTOCICLISTAS JÓVENES DEL

DISTRITO DE BUENAVENTURA

SECCIÓN I. IDENTIFICACIÓN DEL ENCUESTADO

Nombre del Encuestado: _____
Edad: _____
Dirección: _____
Estrato Social: _____
Nivel Educativo: _____
Teléfono: _____
Encuestador: _____

SECCIÓN II. INFORMACIÓN

Buenas tardes, nosotros **JAMES ANGULO VALENCIA** Y **EDWIN ANDRES DÍAZ VILLOTA**, estudiantes de Administración de Empresas, estamos desarrollando una investigación como trabajo de grado que busca realizar un mercadeo social de los motociclistas jóvenes del Distrito de Buenaventura.

Todas las respuestas serán manejadas en estricta confidencialidad y serán analizadas de manera agregada sin especificar el nombre del encuestado.

SECCIÓN III. INFORMACIÓN DEL ENCUESTADO

Marque con una X según corresponda.

1. ¿Conduce Motocicleta en la actualidad?

A. Si

B. No

2. ¿La Motocicleta es de su propiedad?

A. Si

B. No

3. ¿Cómo adquirió la Motocicleta?

A. A través de sus ingresos	_____
B. Como un regalo de sus padres	_____
C. Es prestada	_____
D. Otras	
¿Cuáles?	_____
4. ¿Por qué utiliza la Motocicleta?	
A. Por el trabajo	_____
B. Como medio de transporte	_____
C. Por diversión	_____
D. Otras	
¿Cuáles?	_____
5. ¿Tiene licencia para conducir Motocicleta?	
A. Si	_____
B. No	_____
6. ¿Hizo algún curso para conducir Motocicleta?	
A. Si	_____
B. No	_____
7. ¿En el concesionario donde compró la Motocicleta, le exigieron su licencia de conducción?	
A. Si	_____
B. No	_____
8. ¿A qué velocidad conduce normalmente la Motocicleta?	
A. Entre 0 y 40 Km/hr	_____
B. Entre 41 y 60 Km/hr	_____
C. Entre 61 y 80 Km/hr	_____
D. Más de 81 Km/hr	_____
9. ¿Conduce usted en estado de embriaguez?	
A. Si	_____
B. No	_____

10. ¿Quién asume los gastos de la Motocicleta?

A. Usted

B. Sus padres

C. Su compañero (a)

D. Otras

¿Cuáles? _____

11. ¿Cuáles de los siguientes elementos utiliza para conducir la Motocicleta?

A. Casco

B. Chaleco reflectivo

C. Lentes

D. Otras

¿Cuáles? _____

E. Ninguna

12. ¿Suele evadir los retenes de tránsito?

A. Si

B. No

13. Si la respuesta anterior fue **SI**, seleccione las opciones con las que se identifica:

A. Por no portar el seguro de la Motocicleta

B. Por no portar la licencia de conducción

C. Por no portar algún elemento reglamentario

D. Por conducir el fin de semana después de las 11:00 p.m.

E. Por desafiar a las autoridades

F. Otras

¿Cuáles? _____

14. ¿Participa en las caravanas, sabiendo que son prohibidas por las autoridades?

A. Si

B. No

15. ¿Por qué participa en las caravanas?

A. Por diversión

B. Por infringir las normas

C. Por influencia de sus amistades

D. Otras

¿Cuáles? _____

16. ¿Cree usted que afecta en algo a la sociedad el participar en las caravanas?

A. Si

B. No

¿Por qué? _____

17. ¿Cómo creen que son vistos por la sociedad cuando participan en las caravanas?

A. Como irresponsables

B. Como jóvenes alegres

C. Le es indiferente

D. Otras

¿Cuáles? _____

18. ¿Cuál es su opinión acerca de los otros motociclistas?

A. Conducen bien

B. Son imprudentes

C. Le es indiferente

D. Otras

¿Cuáles? _____

19. ¿Cree usted que el estado de las vías tiene algo que ver con el alto índice de accidentalidad?

A. Si

B. No

20. ¿Cree usted que los reductores de velocidad van en contra del motociclista?

A. Si

B. No

21. ¿Piensa usted que las autoridades no han sabido manejar el tema del comportamiento de los motociclistas?

A. Si

B. No

¿Por qué? _____