

CARACTERIZACIÓN DEL MOTOCICLISTA MENSAJERO EN MEDELLÍN Y SU ÁREA METROPOLITANA

MÓNICA LEÓN RÍOS¹
HERNÁN ALBERTO SALAZAR CASTRO²

Trabajo de grado para optar al título de
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN (MBA)

Asesor metodológico:
ULISES ORESTES CUÉLLAR BERMÚDEZ, Ph.D.

Asesor temático:
IVÁN DARÍO GARCÍA FRANCO, MBA

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN (MBA)
MEDELLÍN
2014

¹ Correo electrónico: monicaleonrios@hotmail.com

² Correo electrónico: hernansalazarcastro@gmail.com

Tabla de contenido

Lista de gráficas	4
Lista de ilustraciones	5
Lista de tablas	6
Introducción	8
1 Marco conceptual	10
1.1 Concepto de perfil y caracterización	11
1.1.1 Perfil demográfico.....	12
1.1.2 Perfil social	13
1.1.3 Perfil económico	14
1.1.4 Perfil de movilidad	15
1.2 El motociclista mensajero.....	15
1.2.1 La motocicleta como herramienta de trabajo	16
1.2.2 La mensajería y el domicilio	17
2 Método de solución	18
2.1 Definición de la muestra.....	19
2.2 Plan logístico y formulario de encuesta.....	23
2.2.1 Formulario de encuesta	24
2.2.2 Plan logístico y trabajo de campo	24
2.3 Descripción de la muestra encuestada	25
3 Presentación y análisis de resultados	28
3.1 Perfil demográfico	28
3.1.1 Características generales	30
3.2 Perfil social.....	31
3.2.1 Distribución territorial.....	32
3.2.2 Nivel socioeconómico	32
3.2.3 Dependencia económica	33
3.2.4 Actividad académica.....	35
3.3 Perfil económico.....	35
3.3.1 Propietario de la motocicleta.....	36
3.3.2 Tipo de contrato de trabajo.....	36
3.3.3 Ingresos y gastos.....	39
3.4 Perfil de movilidad.....	41

3.4.1	Uso de la motocicleta	41
3.4.2	Jornada de trabajo.....	42
3.4.3	Accidentalidad	43
4	Conclusiones	46
5	Referencias	49
Anexos	52

Lista de gráficas

Gráfica 1	Participación por edad	26
Gráfica 2	Estado civil del motociclista mensajero.....	27
Gráfica 3	Participación por nivel de escolaridad.....	28
Gráfica 4	Escolaridad según estado civil de los motociclistas mensajeros	31
Gráfica 5	Distribución de estratos socioeconómicos de la muestra por municipio	33
Gráfica 6	Número de personas a cargo según el estrato	34
Gráfica 7	Participación de los grupos definidos para agrupar las personas económicamente dependientes.....	34
Gráfica 8	Actividad académica actual y razones para no hacerlo	35
Gráfica 9	Propiedad de la motocicleta utilizada.....	36
Gráfica 10	Tipo de contratación.....	37
Gráfica 11	Tipo de contratación, propiedad de la motocicleta y su relación con el tipo de contrato de los motociclistas mensajeros de la ciudad de Medellín y su área metropolitana.....	39
Gráfica 12	Gasto vs. ingreso del motociclista mensajero de Medellín y su área metropolitana.....	40
Gráfica 13	Distribución según el ingreso mensual.....	41
Gráfica 14	Clasificación por rango de horas trabajadas en semana	42
Gráfica 15	Participación de los domiciliarios según la cantidad de domingos laborados al mes	43
Gráfica 16	Participación de los domiciliarios encuestados por tipo de accidentes	44
Gráfica 17	Causales de accidentalidad	45

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Uso de la moto en Colombia entre 2011 y 2012	19
Ilustración 2 Uso de la moto en el país entre 2005 y 2010	20
Ilustración 3 Uso de la moto en Medellín entre 2011 y 2012	21
Ilustración 4 Uso de la moto en Medellín en 2010	21
Ilustración 5 Distribución por municipios de los motociclistas mensajeros encuestados	29

Lista de tablas

Tabla 1 Cronograma del trabajo de campo y el análisis de datos.....	25
Tabla 2 Ficha técnica de la encuesta de caracterización.....	26
Tabla 3 Relación entre el tipo de accidente y la jornada de trabajo diaria	44

Resumen

Después de conocer el sector automotor, evidenciar el valioso aporte que la motocicleta hace a la economía de diversos sectores y pensar en cómo pasa cada vez más de ser un medio de transporte a convertirse en un medio para generar ingresos y mejorar la calidad de vida de los motociclistas, en especial los de bajos recursos, se planteó un estudio que permitiera conocer el perfil del motociclista mensajero de Medellín y su área metropolitana para, a partir de allí, identificar cómo usan la motocicleta como herramienta de trabajo y la han convertido en el medio de transporte que les permite atender sus necesidades y generar su sustento diario. Se decidió estudiar este grupo de personas pues, pese a que se encuentra mucha información demográfica sobre el motociclista en general, no se encuentra información sobre los motociclistas que se dedican a este oficio. Con lo anterior se busca entender cuáles son las principales características demográficas, sociales, económicas y de movilidad de este grupo e identificar cómo desde el gobierno o desde otras entidades se pudiera fortalecer o afectar el uso de la motocicleta y su normal circulación por las vías de la ciudad como medio de trabajo y sustento para un número importante de personas que están aportando a la sociedad y a la economía de un sector o ciudad.

Palabras clave

Motocicleta, domiciliario, mensajería, perfil, caracterización.

Abstract

In reviewing the automotive sector we identified the valuable contribution that the motorcycle makes to individuals in a diverse economy. The motorcycle enables individuals to generate income and improve their quality of life, especially to people who have low incomes. As a result, we decided to undertake a study that would provide us with a profile of messengers in Medellín and the Metropolitan Area who use the motorcycle as a tool to earn an income for their daily sustenance. In our initial review we found much more demographic information about motorcyclists in general and limited information on individual motorcyclists who works as messengers. Our goal is to identify the principal demographic, social, and economic and mobility characteristics of the group of people who are messengers and who use motorcycles. We also will identify how government and other entities can improve or affect the use of the motorcycle and its impact on the flow of traffic in the city and metropolitan area. Also we will address the advantage to society and the local economy and of particular sectors in having people who use motorcycles as a cost effective method to earn an income which provides for their daily sustenance.

Key words

Motorcycle, delivery, messenger service, profile, characterization.

Introducción

Si se revisa el crecimiento acelerado que han tenido en los últimos años las ventas de motocicletas en el país, hasta el punto de llegar el número de esos vehículos a superar el número de los restantes tipos de vehículos automotores; si se observa cómo la motocicleta pasa de ser para las personas de bajos recursos solo un medio de transporte a convertirse en un medio que le permite generar ingresos, acceder al mundo laboral y mejorar su calidad de vida; si se ve cómo la motocicleta y toda la cadena que se mueve a su alrededor en todo el país generan más de un millón de empleos directos e indirectos dentro de los que se encuentran 720 mil empleos en mensajería y domicilios (Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, 2012); al contrastar los sentimientos poco favorables que en algunas personas genera el aumento de las motos que circulan por las calles y la reducida información demográfica que se encuentra sobre el motociclista mensajero, los autores se propusieron llevar a cabo un estudio que permitiera conocer las características de las personas que usan la motocicleta como herramienta de trabajo y que ven en ella un factor diferencial, que les permite sentirse útiles y ofrecer sus servicios de una manera ágil y eficiente, tal como el mercado lo exige en la actualidad.

Se planteó, entonces, el objetivo de hacer un estudio sobre los motociclistas mensajeros en la ciudad de Medellín y su área metropolitana, para conocer las principales características de los individuos que han convertido la motocicleta en un medio de transporte que les permite atender sus necesidades y generar su sustento diario; se trata de personas que con su trabajo buscan satisfacer, en cuanto a tiempo y oportunidad, las entregas, diligencias, pedidos a domicilio y encomiendas de sus destinatarios, sin que estos factores se vean afectados por los problemas de movilidad que hoy aquejan a las grandes ciudades. Son personas que, como grupo, identifican la motocicleta como una alternativa de emprendimiento y trabajo independiente y reafirman a este vehículo como un agente de mejoramiento de calidad de vida.

Para lograr lo enunciado, los autores se propusieron identificar y agrupar las principales características del tema sometido a estudio en cuatro capítulos, que al final permitieran elaborar su perfil desde la perspectiva de cuatro aspectos: el demográfico, el social, el económico y el de movilidad, pensando siempre en que esta caracterización general será el primer acercamiento a un conocimiento más profundo de este grupo social, pues podrá servir de punto de partida de estudios que se realicen en períodos posteriores o que se repliquen en otras regiones del país o en otros sectores de la economía.

A lo largo de este documento se explicará la metodología utilizada para obtener la información que permitió un mejor conocimiento de este grupo de motociclistas mensajeros y se detallará lo relacionado con la definición de la muestra, del medio de recolección de datos y del trabajo de campo en general. Dicho trabajo de campo y el análisis de los datos permitieron elaborar la caracterización que planteada y de la cual se dará cuenta al final del estudio.

En términos generales, fue posible identificar que la mensajería en motocicleta es una actividad desarrollada, en lo primordial, por hombres que tienen baja posibilidad de seguir estudiando por falta de tiempo o porque sus ingresos no les alcanzan para otro tipo de actividades, debido a que tienen responsabilidades y personas que dependen de ellos. En el estudio se llegó a seres humanos que laboran jornadas extensas en su motocicleta cada día, expuestos a sufrir accidentes y a soportar las inclemencias del clima en el desarrollo de su trabajo. El uso de entrevistas individuales cara a cara dejó ver, además, el lado humano de este grupo social y sacar algunas conclusiones que se considera que serán un aporte importante, no solo en cuanto al conocimiento de este grupo, sino en buscar reivindicarlos frente a la imagen que para algunos en la sociedad tiene el motociclista en general.

Los autores consideran, además, que los resultados de este estudio no solo serán interesantes para las ensambladoras y comercializadoras de motocicletas, pues les permitirá conocer su aporte social a personas de bajos recursos y el acceso que la motocicleta les da al mundo laboral y a la economía, sino que, también, será interesante para las entidades gubernamentales y la sociedad en general dado que les permitirá conocer el impacto que podrían tener sus reglamentaciones, prohibiciones y limitaciones en el uso de la motocicleta en el contexto de una labor que no solo aporta bienestar al empresario sino también a la calidad de vida del motociclista y a la economía en general.

A lo largo de este trabajo investigativo, el lector podrá encontrar información relevante relacionada con los motociclistas mensajeros, como un grupo de trabajadores colombianos de una región específica del país, que conforman un conjunto representativo cuando se habla del uso de la motocicleta como herramienta de trabajo, pues son aquellos que identifican este vehículo como una alternativa de emprendimiento y trabajo independiente y lo reafirman como un agente de mejoramiento de calidad de vida. Se identificará cómo dicha actividad es importante no solo desde el punto de vista de la calidad de vida que puede ofrecer a ese motociclista que trabaja en el sector laboral motorista, sino también como motor de la economía del país, acerca del cual poco se ha estudiado y reducida información se tiene registrada, todo ello con el único objetivo de dejar planteado el inicio de lo que puede convertirse en un importante sector social,

económico y de progreso para el país y al cual se le debe poner atención, no solo desde la perspectiva de la empresa privada cuya actividad económica ofrece productos y servicios relacionados con entregas a domicilio y mensajería, sino también desde la del gobierno y los diversos entes del estado para lograr que esta actividad aporte al país y mejore la calidad de vida, no únicamente de los colombianos que participan en ella sino también de la sociedad en general.

1 Marco conceptual

El individuo desde hace mucho tiempo atrás ha sido observado por los investigadores científicos de diferentes disciplinas científicas: antropólogos, demógrafos, sociólogos, economistas, etc. Todos ellos han dedicado el desarrollo de sus respectivas disciplinas a la observación y comprensión del hombre, ya sea de forma aislada o en su conjunto como sociedad (Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, 2012).

A medida que cada individuo se relaciona con la sociedad que lo rodea, adquiere características naturales de acuerdo con el grupo social al que pertenece, sus gustos y preferencias, su actividad económica y la situación geográfica de su país, entre otros factores. Esta agrupación es natural en el ser humano, gracias a lo cual los científicos sociales pueden caracterizarlos, identificarlos y estudiarlos, de conformidad con la misma fuente.

En este orden de ideas, y si se intenta identificar y comprender las singularidades que, como objeto de estudio, pueda tener un grupo, termina por construirse un perfil socioeconómico de los componentes de tal grupo, todavía según la fuente referida.

Los estudios de perfiles sociales o de caracterización tienen como intención principal entonces, la identificación de esos elementos que determinan o diferencian cada grupo dentro de la sociedad en general; es decir, busca identificar sus rasgos demográficos, sociales, económicos y de costumbres. (Jaramillo & Ruiz, 2001)

Desde el punto de vista de la sociología podrían definirse los grupos sociales como:

...Agrupaciones reales de individuos que constituyen sistemas sociales parciales, con sus propios sistemas social y cultural y sus propias metas, y cuyos miembros están vinculados por la conciencia de pertenencia y por un cierto «sentimiento de nosotros». En cuanto agrupaciones reales, se distinguen de los meros agregados o clases estadísticas (p. ej.: los mayores de edad, los solteros, los propietarios de fincas urbanas, etc.) porque éstos

son clasificaciones de la población y no constituyen, de suyo, sistemas de interacción. (López, 1991),

Puede afirmarse, entonces, que el grupo de motociclistas mensajeros, que son objeto del presente estudio, puede denominarse un grupo social a luz de la mencionada teoría.

Dichas agrupaciones reales de individuos encierran, a su vez, dos tipos de datos: objetivos y subjetivos, según señaló Merton³, citado por López (1991), quien, a su vez, menciona el uso que de dichos criterios hacen dos corrientes doctrinales que tienen como fin caracterizar los grupos sociales: Homans⁴, citado por López (1991), que utiliza los rasgos objetivos para definir el grupo en términos de su conducta y von Wiese⁵, citado por López (1991), que hace uso de los subjetivos y destaca mejor la conciencia que tenga el individuo de la unidad y actividad común que lo hace ser parte de un grupo.

Con base en lo anterior se presentarán a continuación aquellos conceptos que permitirán fundamentar, desde la perspectiva de la teoría sociológica, la caracterización a la cual se llegará del grupo social real denominado “los motociclistas mensajeros en Medellín y su área metropolitana”.

En primera instancia se resumirá lo que el concepto de perfil y caracterización encierra, para después explicar los cuatro aspectos que se ha decidido resaltar dentro de esta caracterización a la luz de la sociología para, por último, dejar sentados con claridad algunos conceptos relacionados con el motociclista y la actividad de la mensajería a la que se dedica el grupo objetivo, que es, precisamente, la que lo diferencia de los demás individuos de la sociedad.

1.1 Concepto de perfil y caracterización

Cuando se usa la palabra “perfil” el presente documento ello se hace para designar aquellos rasgos o características particulares que caracterizan a una persona y que sirven para diferenciarla de otras. En este caso, la cuestión física tendrá poco o nada que ver, pues para el mencionado sentido del término serán aquellas cuestiones que no se ven, y que son invisibles a los ojos, las que determinen su perfil (WordPress, 2014).

Si en vez de perfil se menciona palabra “caracterización” no es otra cosa diferente que determinar los atributos peculiares de alguien, de modo que con nitidez se distinga de los demás, lo que significa que usar la palabra perfil o caracterización

³ Robert King Merton: sociólogo estadounidense conocido por los avances en el campo de la sociología y padre del premio Nobel de Economía Robert C. Merton.

⁴ George C. Homans: sociólogo estadounidense, fundador de la sociología del comportamiento y la teoría del intercambio.

⁵ Leopold von Wiese: sociólogo y economista alemán.

tendrá el mismo significado para el presente estudio (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2009)

En la definición del perfil de una persona o cuando se busca su caracterización, un aspecto que suele ser estudiado y tenido en cuenta con amplitud es el de tipo demográfico y socioeconómico, aunque no por ello es menos importante identificar otras características que permitan diferenciarlo de los demás, desde otros ángulos, y que estén estrechamente ligados con la actividad que realice, con el grupo de personas al que pertenezca, con sus costumbres o con el lugar en el que vive, por mencionar solo algunos ejemplos.

Las características demográficas se tienen en cuenta en los estudios de perfiles socioeconómicos de una población, debido a que en la conformación de un grupo social inciden algunos aspectos ajenos a la voluntad de sus miembros, y que constituyen elementos diferenciadores y sirven para distinguir grupos generacionales. Entre estos aspectos, se encuentran las distribuciones porcentuales del grupo en términos de edades, sexo religión y estado civil y sus continuas variaciones. Lograr identificar rasgos demográficos es útil para “formular juicios generales con el valor de explicaciones causales, acerca de principios o de leyes referentes al comportamiento de los fenómenos (Pinto Vieira, 1973).

1.1.1 Perfil demográfico

La demografía es el estudio estadístico de una colectividad humana según su composición y estado en un determinado momento o según su evolución histórica; de esta manera, factores como la estructura, los movimientos y la dinámica de la población entran en juego en el estudio de la misma (Jaramillo & Ruiz, 2001).

Por otro lado, la demografía ha sido definida por la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2014), más allá de su significado etimológico, como la “ciencia cuyo objeto es el estudio de las poblaciones humanas y que trata de su dimensión, estructura, evolución y caracteres generales, considerados principalmente desde un punto de vista cuantitativo” (Cardona Arango, 2008). La ciencia de la demografía no se limita a la medición sino que incluye de necesidad la interpretación y el análisis de los datos, así como las proyecciones y las previsiones con base en supuestos que incluyen variables no demográficas. Sin embargo, la demografía estadística es el punto de partida del análisis de la población en el que se trata de medir con precisión las magnitudes demográficas (Universidad de Zulia, 2014).

La demografía "se refiere a las estadísticas vitales y medibles de una población", según Schiffman y Kanuk (Schiffman & Kanuk, 2005). Entre las características demográficas más utilizadas figuran la edad, el sexo, el estado civil, la ocupación y el nivel de escolaridad. Las variables demográficas son muy utilizadas, pues son las más sencillas de identificar. También estas características por lo general son

las que se encuentran más relacionadas con el uso de productos específicos y las preferencias de los individuos.

La demografía hace uso de dos métodos de estudio para la medición y el análisis de la población. Por un lado, está el método compuesto, mediante el cual trata de combinar diferentes técnicas de estudio que permiten arribar a una conclusión aproximada de las condiciones en las que se encuentra la población estudiada. Una de estas técnicas puede ser, por ejemplo, la matrícula escolar. Los investigadores pueden tener una noción aproximada de los cambios que ha sufrido la población de un año a otro en el sector del grupo que se encuentra en edad escolar; de este modo, podrían conocer la cantidad de habitantes menores que hay y comprobar las migraciones que ha sufrido la población en el último año en el grupo de los jóvenes en edad escolar.

Por otra parte, la demografía usa los métodos estadísticos, que son herramientas más exactas, porque se realizan a partir de la obtención de datos específicos, recogidos de los censos. A través de teorías estadísticas se pueden relacionar los cambios que se indican en los resultados de los censos y obtener información sobre las condiciones en las que se encuentra la población al momento de realizar dicho análisis (WordPress, 2014).

Un perfil demográfico es un conjunto de estimadores, tablas y representaciones graficas que permite de manera sucinta presentar el estado de una población o estructura poblacional características de sus integrantes distribución espacial para el momento evaluado los procesos de crecimiento o decrecimiento que está sufriendo o dinámica poblacional fenómenos de natalidad, mortalidad, crecimiento global, migraciones, etc.). La información que puede proporcionar es aplicable a múltiples propósitos y componentes de una planeación estratégica: permite dirigir intervenciones a sectores poblacionales específicos, estimar la expectativa de vida de las personas o dar una idea aproximada de los cambios sociales que se gestan al interior de una población (UNISALUD, 2004).

Las variables demográficas y el perfil demográfico serán la base para establecer el perfil socioeconómico del motociclista mensajero en Medellín y su área metropolitana, en cuanto permitirán establecer los rangos de edades en los cuales se encuentran, cuál es su nivel de escolaridad, cuál es el género predominante y cómo estas variables tienen alguna correlación o son determinantes en el perfil socioeconómico.

1.1.2 Perfil social

El perfil social se puede definir a partir de las variables que caracterizan los grupos sociales en los que se desenvuelve un individuo y que definen el estado del mismo en términos del relacionamiento y de la participación en los grupos sociales. El perfil social es determinante y tiene una alta dependencia respecto de las características demográficas y económicas de la población, por lo que no debe

analizarse de manera independiente para propósitos de caracterización de la misma. Por esta razón, la variable estrato o nivel socioeconómico (Hernández Martínez & Tello Cadena, 2002) se incluye dentro de este perfil; se define así: la variable que permite establecer la ordenación social y el comportamiento de la población según esta ordenación, la cual está, a su vez, determinada por la capacidad económica de los individuos.

Dicho en otras palabras y según el Departamento Nacional de Estadística (DANE, 2014), la estratificación socioeconómica colombiana es un mecanismo que permite clasificar la población en seis grupos o estratos que tienen características sociales y económicas similares, a través de la clasificación de sus domicilios o viviendas y partiendo de sus características físicas y de su entorno “Esta herramienta de focalización del gasto se emplea para cobrar los servicios públicos domiciliarios con tarifas diferenciales por estrato y para asignar subsidios y contribuciones a los hogares en esta área. De esta manera, quienes tienen más capacidad económica pagan más por los servicios públicos y contribuyen para que los hogares de estratos bajos puedan pagar sus tarifas” (Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., 2014).

1.1.3 Perfil económico

La economía, como su nombre lo indica, se refiere a la administración de los bienes de un individuo, familia, corporación, etc.; en el presente caso hace referencia al uso de los recursos que posee un individuo y que busca administrarlos de la mejor manera posible, para hacer frente a los gastos necesarios, tanto para vivir el día a día como para salir adelante y atender todas sus necesidades.

Sin embargo, en el caso sometido a estudio se desea hacer referencia a un perfil económico a la luz de la sociología, pues con enorme dificultad tal vez podría separarse la parte económica de la parte social, por lo cual la mayoría de las veces se habla de un perfil socioeconómico, en el que aparecen los estratos o niveles socioeconómicos que, como forma de estratificación social basada en las remuneraciones que reciben o los impuestos que pagan las personas, muestra no solo la desigualdad económica sino también el resultado del desarrollo económico que puede marcar la pauta en el desempeño de un país (Natt, 2014).

El nivel socioeconómico se refiere, entonces, a una medida económica y sociológica que combina la preparación laboral de una persona y su posición económica y social en relación con otras personas, con base en sus ingresos, educación y empleo y en la que también se puede ver la capacidad que tiene para atender sus necesidades, en el sentido de la jerarquía de las mismas formulada por Abraham Maslow, en especial aquellas que requieren recursos económicos para ser satisfechas (Asociación Argentina de Marketing, 2014).

Dicho nivel combina dos dimensiones, la social y la económica, y se clasifica, por lo general, en tres categorías, alto, medio y bajo, en las cuales una familia o individuo pueden ser ubicados mediante el análisis de una o todas las siguientes tres variables: ingreso, educación y ocupación; si se quisiera, podrían aparecer la riqueza y el patrimonio como cuarta variable para dicho análisis, según la última fuente mencionada.

En el presente estudio se ha querido conocer, como parte sustancial del perfil económico de la persona, no solo el nivel de ingresos y gastos sino también qué tan estable es su permanencia laboral y conocer si la motocicleta hace parte de su patrimonio, pues, según Baqueiro Rojas y Buenrostro Báez (Baqueriro Rojas & Buenrostro Baez, 1999), cada elemento del patrimonio representa un beneficio económico, no solo para el individuo sino también para su familia.

1.1.4 Perfil de movilidad

Se entiende por movilidad un conjunto de desplazamientos, de personas y mercancías que se producen en un entorno físico; si se habla de movilidad urbana, se hace referencia a la totalidad de desplazamientos que se realizan en la ciudad (Ecologistas en acción, 2013).

Estos desplazamientos se realizan en diferentes medios o sistemas de transporte pero en el presente caso se hará referencia específica a la motocicleta como medio que permite al usuario salvar la distancia que lo separa de los lugares en los que puede satisfacer sus deseos o necesidades.

Dichas necesidades pueden referirse a transporte, trabajo o diversión, entre otras.

Por último, cuando se habla de movilidad en la ciudad se debe hacer mención también de accidentes de tránsito, que son aquellos que ocurren sobre la vía y se presentan de manera súbita e inesperada, determinados por condiciones y actos irresponsables y potencialmente previsibles, atribuidos a factores humanos, vehículos –en esencia automotores–, condiciones climatológicas, señalización y caminos, los cuales ocasionan pérdidas prematuras de vidas humanas o lesiones, así como secuelas físicas o psicológicas, perjuicios materiales y daños a terceros (Contraloría Panamá, 2014).

En términos de lesiones, es posible hablar de las graves (en algunos textos se habla de lesiones graves y lesiones menos graves), que son aquellas que producen alguna enfermedad o incapacidad para laborar sin importar el número de días, o de las leves, que se entenderá que son aquellas que no impiden el trabajo habitual o no necesitan asistencia médica.

1.2 El motociclista mensajero

Para entender claramente quiénes conforman el grupo social constituido por los motociclistas mensajeros, se considera importante conocer la relevancia que a la fecha tiene el uso de la motocicleta (vehículo de motor de dos ruedas) como herramienta de trabajo, además de conocer en qué consiste el trabajo que los integrantes de dicho grupo en particular desempeñan dentro de la sociedad en la que viven.

1.2.1 La motocicleta como herramienta de trabajo

En 2011 el 29% de nuevos compradores adquirió la motocicleta para aumentar ingresos y, aunque en 2012 los colombianos que adquirieron este vehículo como alternativa de transporte diario encabezaron la razón de compra, lo que representó un incremento del 24,1%, el adquirirla para aumentar ingresos y como herramienta de trabajo no se quedó atrás y el 21,6% de los usuarios que compraron moto en 2012 lo hicieron para este fin, todo lo cual deja en evidencia la importancia de este vehículo para los estratos 2 y 3, en especial en dichos años (Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, 2013). Parte de este interesante fenómeno se explica por la amplia oferta que las diferentes marcas de motocicletas presentes en el mercado han puesto a disposición de los usuarios. En la medida en que aumenta la oferta de motocicletas de bajo y mediano cilindraje, hasta 180 cc, es razonable que los colombianos de menores ingresos identifiquen en este vehículo una alternativa de emprendimiento y trabajo independiente. Esta situación es fiel reflejo de la manera en la que la industria de motocicletas ha logrado convertirse en motor de transformación social para los colombianos de bajos recursos como opción de transporte y movilidad, así como de fuente de ingresos (Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, 2012).

Los datos nacionales mencionados presentan coherencia con el comportamiento registrado en las principales ciudades capitales del país, lo que confirma así que, para aquellos colombianos que han decidido comprar una motocicleta nueva, la posibilidad de aumentar ingresos es una causa cada vez más frecuente para tomar la decisión. De esta forma, la motocicleta se reafirma como un agente de mejoramiento de calidad de vida y de alternativa para conseguir empleo y generar ingresos.

De Medellín se puede decir, con respecto a 2010, que registra un aumento significativo de 25 puntos porcentuales en el segmento de compradores que adquirieron la motocicleta para aumentar sus ingresos, pasando del 1% en 2010 a 26% en 2011 año importante en esta razón de compra (Comité de Ensambladoras Japonesas, Séptimo estudio sociodemográfico del usuario de la moto en Colombia, 2012). Sin embargo, en 2012 el adquirirla como elemento de trabajo solo fue la razón del 6% de los antioqueños que compraron motocicleta nueva. Lo anterior solo reconfirma cómo en las ciudades grandes el adquirir la motocicleta como medio de transporte cobra gran importancia, pues permite hacer a un lado trancones, congestiones y restricciones de movilidad como el pico y placa, no sin

por ello desconocer que se tiene un número importante de motociclistas trabajando en dichos vehículos.

El séptimo estudio sociodemográfico del Comité de Ensambladoras Japonesas (Comité de Ensambladoras Japonesas, Séptimo estudio sociodemográfico del usuario de la moto en Colombia, 2012) muestra cómo el 87% de las motocicletas se emplean, como vehículos de trabajo y transporte, por personas de bajos recursos, mientras que tan sólo el 11% se usa para recreación o deporte, mientras que las cifras correspondientes en el octavo estudio sociodemográfico de la mencionada entidad (Comité de Ensambladoras Japonesas, Octavo estudio sociodemográfico del usuario de la moto en Colombia, 2013) están en 94% y 2%, en su orden. De acuerdo con el último estudio, el 77% de los usuarios de moto pertenece a los estratos 1, 2 y 3, que utilizan este vehículo para actividades de mensajería, repartición de correo, periódicos, domicilios, mototaxismo y otros oficios de importancia para la vida diaria, con los cuales estos motociclistas sostienen a sus familias.

Por otro lado, la contribución al número de empleos que genera la motocicleta como instrumento de trabajo, mediante oficios tales como domicilios (si se entiende como tales no solo la entrega de mercancías sino también de servicios especializados), repartición de correo, repartición de periódicos; esto es, todas las actividades que por lo común se conocen como “mensajería”, se calcula en aproximadamente 720.000 personas (Comité de Ensambladoras Japonesas, 2012).

1.2.2 La mensajería y el domicilio

Como mensajero puede entenderse la “persona que se dedica a llevar cartas paquetes urgentes a su destino, generalmente dentro de una misma ciudad” (Farlex. Inc., 2014), o, según la Real Academia Española (2014), es aquel “que lleva un mensaje, recado, despacho o noticia a alguien” (RAE, 2014).

Por otro lado, domicilio, reparto o entrega se refieren a una función logística que tiene como último fin llevar bienes, servicios o información hasta el sitio de consumo o cliente final.

Por tal razón, cuando se mencione en este estudio el “motociclista mensajero”, se hace referencia a aquella persona que realiza la función de mensajero o domiciliario y que utiliza como medio de transporte una motocicleta. Se deja

constancia acerca de lo siguiente: en el presente estudio, las palabras “mensajero” y “domiciliario” aluden al mismo individuo.

2 Método de solución

La metodología de esta investigación fue de tipo exploratorio y descriptivo y con su empleo se buscó recoger y analizar datos de diferentes variables, con el fin de definir el perfil de los motociclistas mensajeros en Medellín y su área Metropolitana desde diferentes puntos de vista.

Giró en torno a varias actividades: identificación, búsqueda y revisión de trabajos alusivos a un perfil socioeconómico, desarrollo de una encuesta semiestructurada (aquella en la que el entrevistador despliega una estrategia mixta, alternando preguntas estructuradas con preguntas espontáneas), tipo entrevista de aplicación personal, plan logístico para la búsqueda de la población afectada, aplicación y tabulación de la información recolectada, elaboración de informes y entrega final del estudio a los interesados.

El punto de partida es la formulación de o cuestionamientos sobre los perfiles sociodemográficos, económicos y de movilidad de este grupo social y se describe después cada uno de ellos de manera analítica; en el desarrollo del proceso se dejan espacios abiertos para futuros estudios o investigaciones.

El plan logístico, así como la aplicación y tabulación de la encuesta, se realizaron en la segunda semana del mes de enero del 2014. Entre los días 13 y 17 de enero se elaboraron los informes de lo encontrado y en los mismos se definió, como último paso del proceso, el perfil del motociclista mensajero que labora en Medellín y su área metropolitana.

Aunque se evidenció reducida información relacionada con el perfil de motociclistas mensajeros que laboran de manera formal o informal, se lograron identificar algunos trabajos similares, relacionados con el uso de la motocicleta como elemento de trabajo, como la investigación por parte del Ministerio de Transporte de Perú sobre el mototaxismo en el Área Metropolitana de Lima y Callao (Ministerio de Transporte y Comunicaciones Perú, 2014).

En Colombia, por su parte, se logró identificar el estudio realizado por la Universidad EAFIT entre sus estudiantes en 2001 (Jaramillo & Ruiz, 2001), el cual

se usó como guía metodológica, mientras que como fuente de información secundaria se aprovecharon los estudios sociodemográficos de los usuarios de motos en Colombia realizados por el Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas (2012; 2013), que reúne a los principales fabricantes de motos en Colombia (Suzuki Motor de Colombia, Auteco-Kawasaki, Incolmotos-Yamaha y Fanalca-Honda).

2.1 Definición de la muestra

La población objeto de este estudio se refiere a los motociclistas mensajeros (hombres y mujeres) en edad de trabajar (mayores de 18 años) que desempeñan su trabajo en Medellín y su área metropolitana.

Tomando como base los estudios sociodemográficos que acaban de citarse, se encuentra que en Colombia el porcentaje de motos vendidas para trabajo se ha comportado de la siguiente manera:

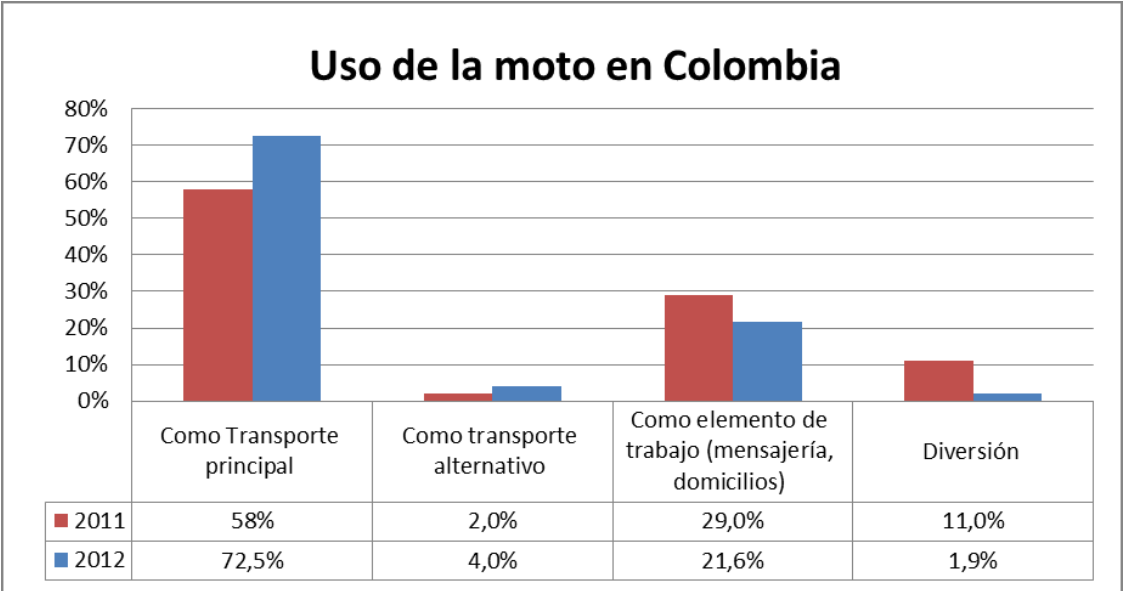


Ilustración 1 Uso de la moto en Colombia entre 2011 y 2012

Fuente: Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, 2013

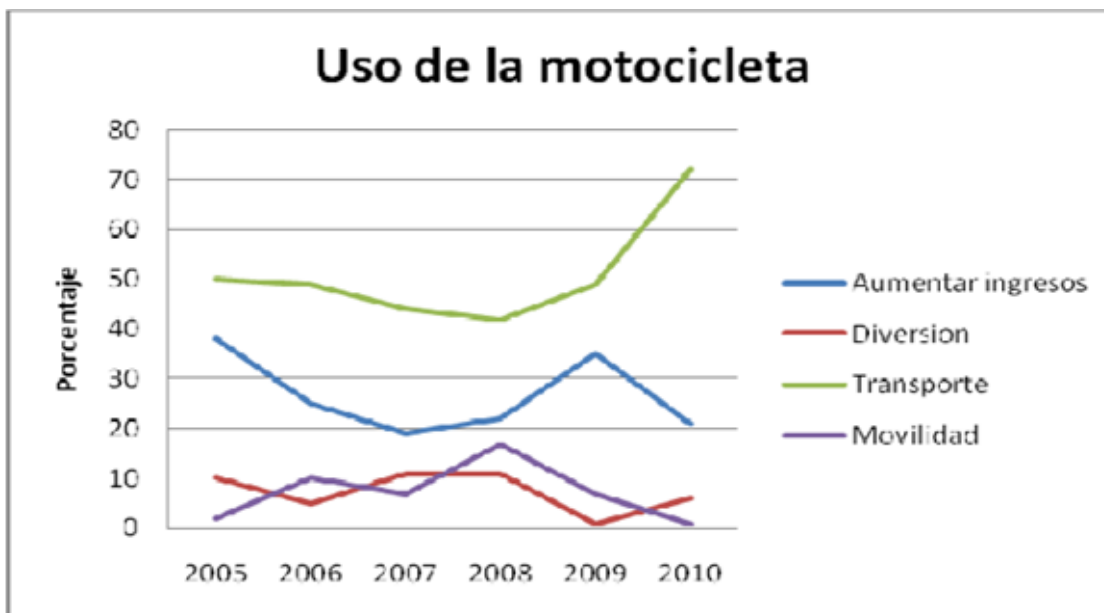


Ilustración 2 Uso de la moto en el país entre 2005 y 2010

Fuente: Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, 2011 (Comité de Ensambladoras Japonesas, Sexto estudio sociodemográfico de los usuarios de motos en Colombia, 2011)...

Para conocer la población que hoy se dedica a la mensajería y el domicilio en Medellín y su área metropolitana, infortunadamente no se tiene esta misma información y solo se dispone de la referente a los años 2010, 2011 y 2012, y apenas para Medellín. Es más: si se observa la información de Colombia hasta el año 2010, en ella no se detalla si la motocicleta se destinaba a mensajería y domicilios o a otros usos, puesto que simplemente se hablaba de aumentar ingresos.

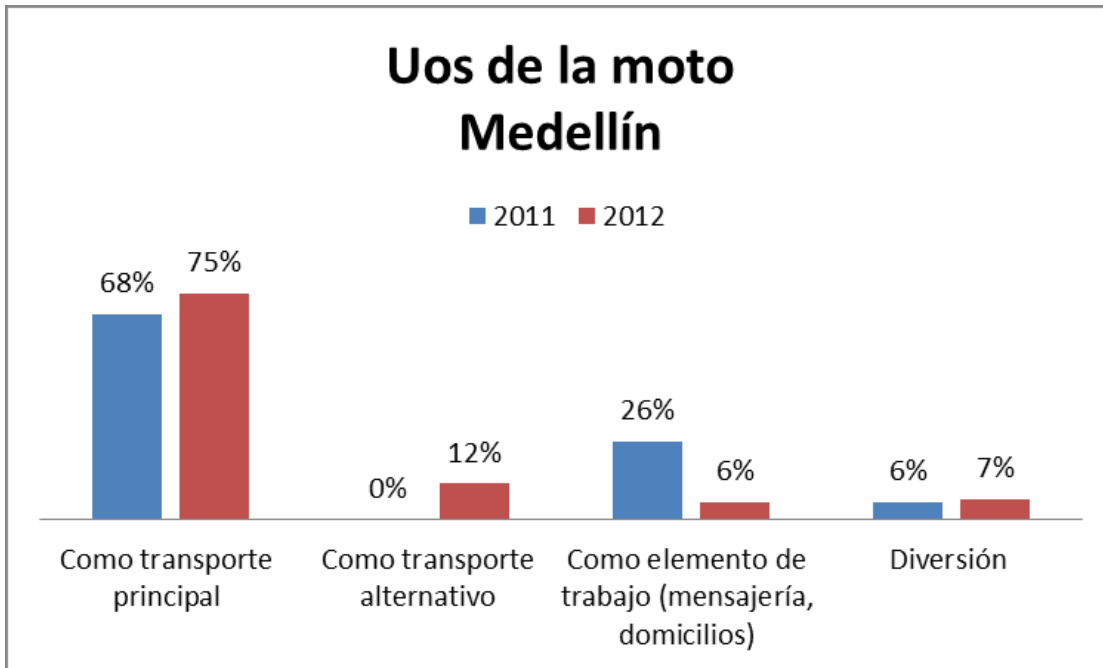


Ilustración 3 Uso de la moto en Medellín entre 2011 y 2012⁶
 Fuente: Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, 2013

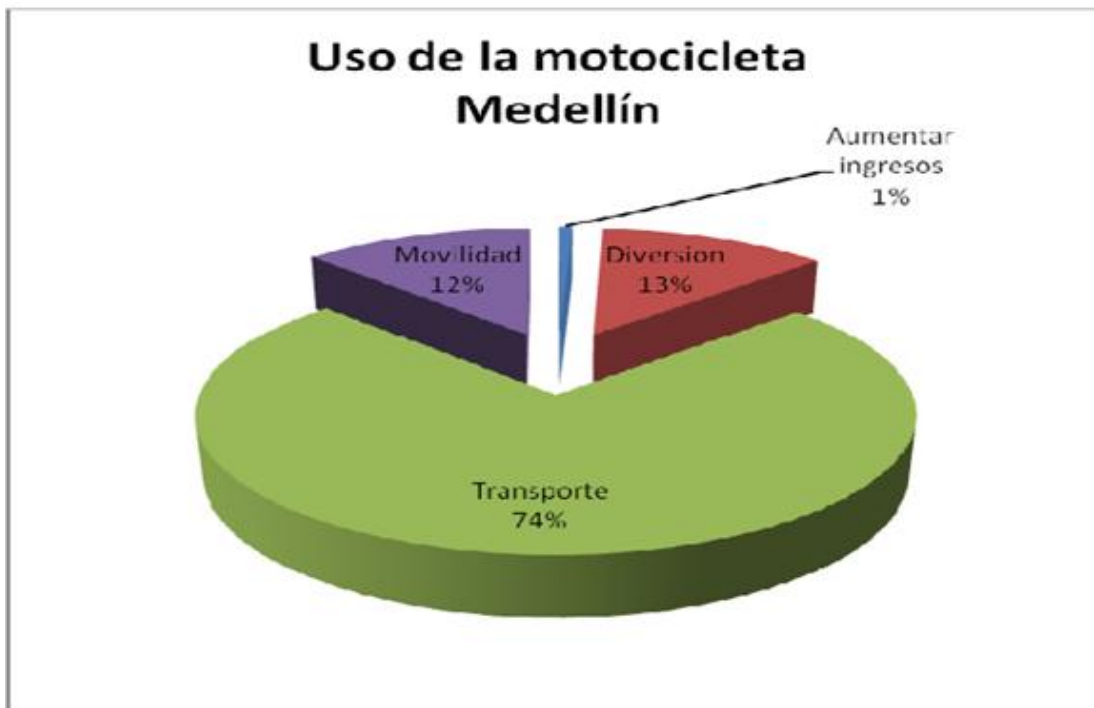


Ilustración 4 Uso de la moto en Medellín en 2010
 Fuente: Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, 2011

⁶ El error en el título de esta ilustración viene desde la fuente.

Debido, entonces, a esta escasa información de población acerca de personas que laboran como mensajeros de manera formal e informal en la zona objetivo, se adoptó un diseño muestral no probabilístico, de carácter casual o accidental.

Este muestreo, según Vivanco (Vivanco, 2005), se define como el procedimiento de selección que se caracteriza porque los elementos de la población no tienen una probabilidad conocida de selección y busca que directamente el investigador pueda seleccionar en forma intencionada los individuos de la muestra. Su conveniencia en este caso se debe a la posibilidad de acceso a las personas mensajeras, con el fin de obtener como resultado un acercamiento importante a la hora de recoger la información directa.

Pese a lo anterior, se quiso fundamentar la selección de la muestra no probabilística a partir de un ejercicio tipo probabilístico que, con algunas inferencias y estimaciones, permitió determinar una muestra representativa para el trabajo que se quería realizar.

Al inicio de 2013, la cantidad de motocicletas que circulaban en Medellín y su área metropolitana equivalía al 51% del parque automotor que en ese momento se encontraba en 1.100.148 vehículos (El Colombiano, 2013). Lo anterior significa que circulaban aproximadamente 561 mil motos al cierre de 2012 en dicha zona, más las cerca de 70 mil motos nuevas, según el informe sobre el RUNT (Registro Único Nacional de Tránsito)⁷ de 2013 (Ministerio de Transporte de Colombia, 2014), de lo cual se desprende que, al cierre de ese año, algo más de 600 mil motos circulaban en Medellín y su área metropolitana.

Si se obtiene un promedio del porcentaje de motos que se compraron en Medellín y en Colombia como elemento de trabajo (mensajería y domicilio) en 2011 y 2012 (Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, 2013), se concluye que cerca de un 20% de las motos podrían estar dedicadas a dicha actividad.

⁷ “El RUNT es un sistema de información que permite registrar mantener actualizada, centralizada, autorizada y validada la misma sobre los registros de automotores, conductores, licencias de tránsito, empresas de transporte público, infractores, accidentes de tránsito, seguros, remolques y semirremolques, maquinaria agrícola y de construcción autopropulsada y de personas naturales o jurídicas que prestan servicio al sector”, de conformidad con la última fuente anotada.

Se aplica dicho porcentaje estimado al total de las motos calculado arriba (600 mil) y se puede inferir así que, para 2013, cerca de 120 mil motocicletas se utilizan para la mensajería y el domicilio en la zona en mención.

Si se conjetura entonces que la población es de 120 mil motociclistas mensajeros, la muestra probabilística con una confiabilidad del 95% y un margen de error del 10% sería de 96.

Por tal razón, y para un manejo más fácil de la información, se decidió que trabajar con 100 encuestas distribuidas en Medellín y su área metropolitana conducía a una muestra suficiente para realizar la caracterización planteada.

2.2 Plan logístico y formulario de encuesta

Para la ejecución de estas 100 encuestas, y con el propósito de buscar la mayor representatividad de la zona escogida (Medellín y su área metropolitana) se seleccionaron cuatro centros comerciales de alta afluencia de motociclistas mensajeros⁸, ubicados en cada uno de los puntos cardinales, en los que se realizó el mismo número de encuestas: 25 por cada centro comercial. Con el mismo número de encuestas por cada uno de los puntos de recolección se buscó obtener la misma participación de cada sector al momento de sacar conclusiones en relación con toda la zona.

Las encuestas realizadas fueron de tipo semiestructurado y contaron con 16 preguntas, divididas en cuatro secciones, que correspondían a los cuatro perfiles que componen la caracterización final.

Esta actividad se desarrolló en diferentes momentos del día, durante la segunda semana de enero del año 2014, procurando obtener, con la selección de diferentes lugares lejanos entre sí y la ejecución de la encuesta en distintas horas del día, una mayor aleatoriedad y una menor probabilidad de error y de sesgo en la muestra.

⁸ Es razonable suponer que los mensajeros encontrados en cada centro comercial trabajan en la zona de influencia de dicho establecimiento, sin que ello signifique que vivan en la misma zona.

2.2.1 Formulario de encuesta

Para formular y diseñar el instrumento para la aplicación de la encuesta se realizaron pruebas piloto y se tomaron en cuenta referencias de encuestas según las recomendaciones derivadas de la revisión bibliográfica.

De esta manera se llegó a la definición de un formulario de encuesta que se presenta en el anexo 1, en el que el encuestado debió no solo responder las preguntas tal como estaban formuladas y por medio de entrevista cara a cara, sino que también dio respuesta a algunas preguntas espontáneas del entrevistador.

El cuestionario estaba conformado por 16 preguntas entre cerradas y abiertas, con posibilidad de múltiple respuesta, que iban de lo general a lo específico, agrupadas así:

- Perfil demográfico: esta sección buscó identificar las características generales de la población de mensajeros motociclistas, en cuanto a los rangos de edades, género, estado civil y nivel de escolaridad.
- Perfil social: esta sección buscó identificar el estrato socioeconómico y las condiciones familiares y educativas en las que se encuentran los mensajeros motociclistas encuestados.
- Perfil económico: esta sección buscó recoger información de la actividad económica y las condiciones laborales y de ingresos y gastos de este grupo social.
- Perfil de movilidad: esta sección indagó sobre los hábitos, condiciones y afectaciones del uso de la motocicleta.

2.2.2 Plan logístico y trabajo de campo

Para la realización del trabajo se tomaron los meses de diciembre de 2013 y enero de 2014 para el desarrollo de la encuesta, así como para su ejecución y la interpretación y el análisis de los datos recolectados en ella.

Cronograma de trabajo		
Actividad	Duración en días	Fecha final
Diseño de instrumentos (cuestionarios)	4	18 de diciembre de 2013
Pruebas piloto y entrenamiento y producción de material	2	3 de enero de 2014
Trabajo de campo	5	Enero 11 de 2014
Tabulaciones, crítica, procesamiento y preanálisis de la información	3	Enero 13 de 2014
Análisis e interpretación de la información	5	Enero 17 de 2014

Tabla 1 Cronograma del trabajo de campo y el análisis de datos

Fuente: elaboración de los autores

- **Análisis de la información.** Para la interpretación de los datos obtenidos se procedió de manera manual, con ayuda de una manta o página de tabulación.
- **Consideraciones sobre el trabajo de campo.** La herramienta se aplicó en los parqueaderos de motocicletas así: de martes a sábado de 11:00 a. m. a 2:00 p. m. y de 5:00 p. m. a 8 p. m., en cuatro centros comerciales de Medellín y su área metropolitana, seleccionados por su ubicación, alta afluencia de mensajeros motociclistas y parqueo gratuito.
 - Centro Comercial Mayorca⁹
 - Centro Comercial Puerta del Norte¹⁰
 - Centro Comercial Premium Plaza¹¹
 - Centro Comercial Los Molinos¹²

La ejecución de la muestra se realizó de manera equitativa en los cuatro puntos de contacto, por lo que en cada uno se ejecutaron 25 encuestas.

2.3 Descripción de la muestra encuestada

⁹ Ubicado en Sabaneta; dirección: calle 51 sur N° 48 – 57.

¹⁰ Ubicado en Bello; dirección: diagonal 55 N° 34 – 67.

¹¹ Ubicado en Medellín; dirección: carrera 43 A N° 30 – 25.

¹² Ubicado en Medellín; dirección: calle 30 A N° 82 A – 26.

La ficha técnica de la encuesta se presenta en el siguiente cuadro:

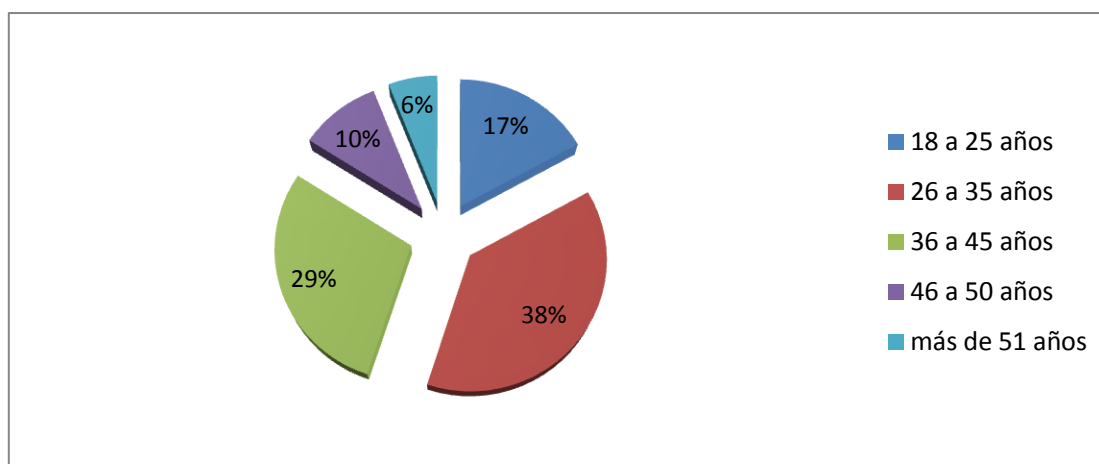
Grupo objetivo	Motociclistas mensajeros de Medellín y su área metropolitana
Período	Diciembre de 2013 a enero de 2014
Tamaño	100
Instrumento	Encuesta semiestructurada de aplicación personal e individual
Recolección y procesamiento de información	Mónica León Ríos y Hernán Alberto Salazar Castro
Nivel de confianza	95%
Nivel de error	10%

Tabla 2 Ficha técnica de la encuesta de caracterización

Fuente: elaboración de los autores

De los 100 motociclistas mensajeros encuestados, 99 fueron hombres y la única mujer encuestada se encontró en el centro comercial Mayorca: bachiller, soltera y con edad entre 26 y 35 años.

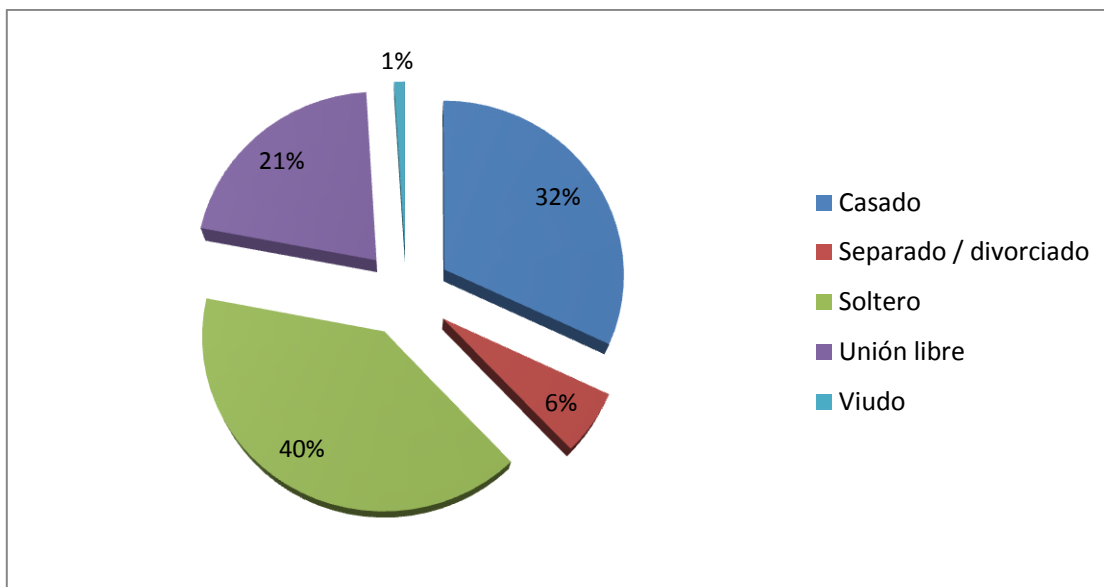
La muestra contó con un 55% de domiciliarios con edades menores a los 35 años pero un 16% con edad superior a los 46.



Gráfica 1 Participación por edad

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

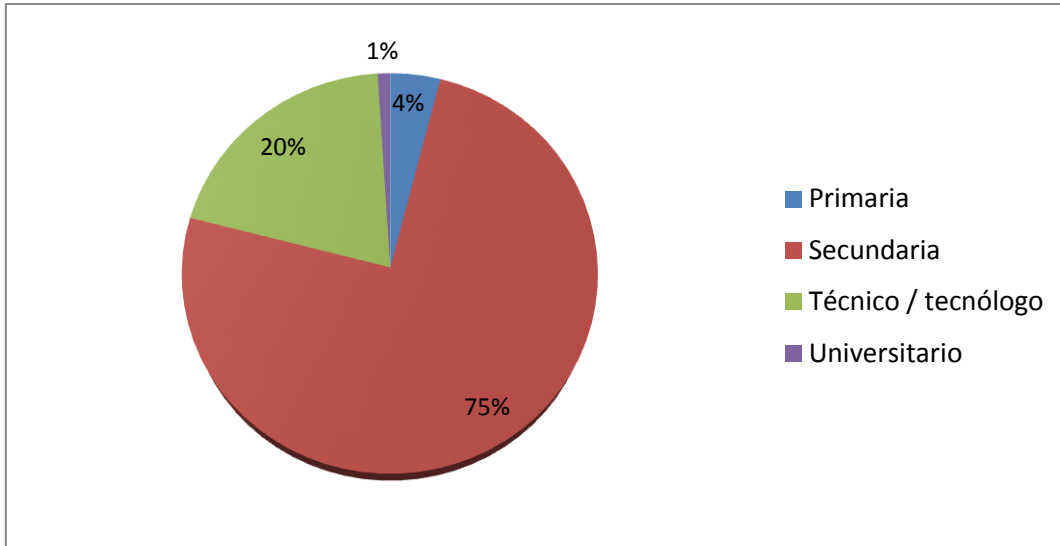
Pese a que el 40% de los encuestados eran solteros, más del 50% estaban comprometidos en una relación de pareja, ya fuese como casados o en unión libre.



Gráfica 2 Estado civil del motociclista mensajero

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

Por último, y en relación con la escolaridad, se obtuvo que el 95% de los encuestados había estudiado el bachillerato y el 21% de ellos había tenido estudios de tipo técnico o había estudiado alguna tecnología.



Gráfica 3 Participación por nivel de escolaridad

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

3 Presentación y análisis de resultados

Con base en el análisis de la muestra encuestada se presentarán los resultados en los cuatro perfiles previamente planteados, con el fin de obtener al final las características comunes que definen al motociclista mensajero de Medellín y su área metropolitana y lo diferencian como grupo dentro de la sociedad.

3.1 Perfil demográfico

En esta sección se busca analizar de manera detallada algunas de las variables de la población de mensajeros motociclistas en Medellín y su área metropolitana, tales como género, edad, estado civil y nivel de escolaridad.



Ilustración 5 Distribución por municipios de los motociclistas mensajeros encuestados

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

En este apartado podrán identificarse la distribución territorial por municipios, la distribución por edades, por géneros y por estado civil, en cuáles de ellos está concentrada dicha población y cómo están repartidos en comparación con el resto de la población. De igual manera se podrá determinar el grado de calificación de los mensajeros motociclistas y la distribución por niveles de escolaridad.

La población encuestada fue de 100 mensajeros motociclistas, los cuales corresponden al 0,083% de la población estimada de mensajeros motociclistas en Medellín y su área metropolitana para el año 2013¹³.

¹³ En el capítulo de metodología se estimó una población cercana a los 600.000 motociclistas mensajeros.

3.1.1 Características generales

Las características demográficas estudiadas en la población de mensajeros motociclistas muestran que noventa y nueve de cada cien mensajeros que realizan su actividad en motocicleta en Medellín y su área metropolitana son hombres, lo que de alguna manera contrasta con lo hallado por una de las fuentes consultadas (Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, 2013), en el se afirma que cuatro de cada diez de los usuarios en general de motos son mujeres.

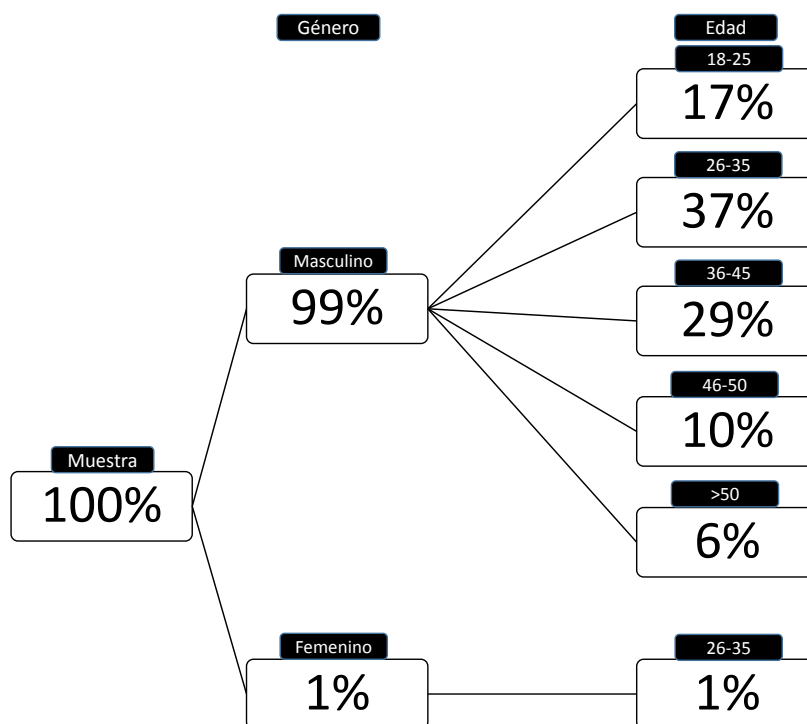


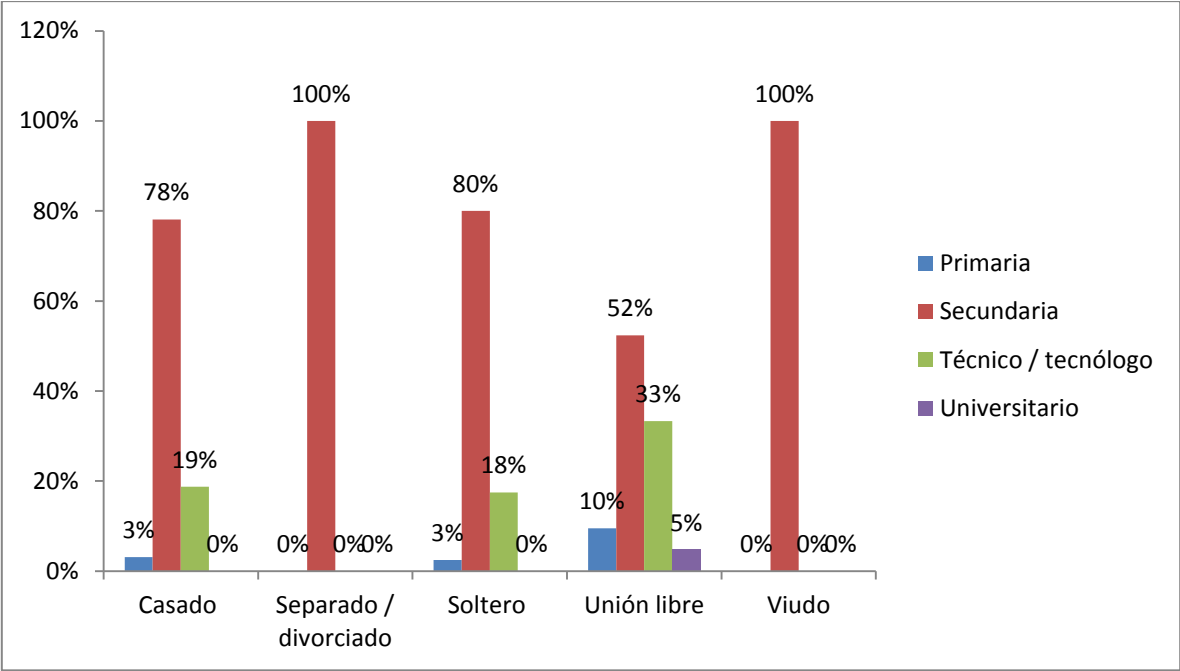
Figura 5. Distribución por edad y género

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

En cuanto a la edad, el 66% de los encuestados se encuentra entre los 26 y 35 años, lo cual es consistente con el estudio mencionado en el párrafo anterior, del cual se podría permitir inferir que la edad apropiada para ejercer esta actividad económica es la que tienen los motociclistas en la fase superior de la adultez temprana, que es la etapa de desarrollo del ser humano que va de los 18 a los 35 años, en la cual suceden los eventos más importantes de la vida de las personas (Berger, 2009). Esto se corresponde con el estado civil, pues en un 53% los mensajeros viven en pareja, bien sea en matrimonio o en unión libre. Aun así, la

población de solteros, con un 40%, es también bastante representativa. Este comportamiento es muy similar al presentado en una de las fuentes consultadas (Comité de Ensambladoras de Motos Japonesas, 2013), en el que 52% están casados o en unión libre.

El nivel escolar más alto alcanzado por el 75% de la población es el secundario (bachiller), seguido por un 20% con estudios técnicos o tecnológicos y solo un 1% universitarios, lo que, en contraste con lo afirmado en la última referencia, según la cual el 18% de los motociclistas tienen título universitario, indica que la población de mensajeros en Medellín y su área metropolitana tienen un nivel de escolaridad mucho menor que el de los motociclistas en Colombia en general. Así mismo, los resultados indican que del 75% que alcanzaron un nivel educativo de secundaria, el 36% está casado o en unión libre, es decir, que tienen una responsabilidad económica, pero que, por su grado de capacitación, es posible que no puedan acceder a un empleo que les permita tener una mejor condición económica.



Gráfica 4 Escolaridad según estado civil de los motociclistas mensajeros
 Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

3.2 Perfil social

Los datos obtenidos en este apartado de la encuesta buscan caracterizar la población de mensajeros motociclistas en Medellín y su área metropolitana, en términos de nivel socioeconómico, con el fin de determinar cómo están distribuidos por estratos y cuáles son los predominantes, para así poder inferir el nivel y tipo de consumo de esta población.

Con la información obtenida podrá determinarse si los mensajeros motociclistas son en su mayoría jefes de hogar y cuántas personas dependen económicamente de su actividad.

De manera adicional, con los datos obtenidos será posible especificar si el grado de calificación o escolaridad y el acceso a la educación tienen alguna relación con la labor desempeñada y con la tenencia de personas a cargo.

3.2.1 Distribución territorial

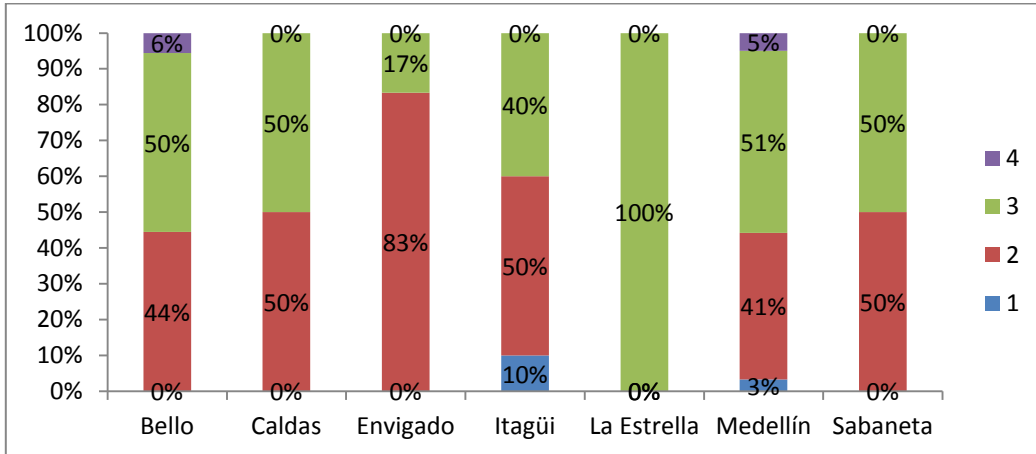
Si bien el estudio se llevó a cabo en puntos geográficos extremos y opuestos de Medellín y su área metropolitana, esta distribución no representa el origen de la población analizada, pues dichos lugares buscaban un punto de contacto pero no de necesidad una coincidencia con su lugar de residencia.

Se encuentra, entonces, que los mensajeros motociclistas residen en su mayoría en el municipio de Medellín, con un 61% de la población, seguido por los que habitan en el municipio de Bello, con un 18%, y por los que viven en el municipio de Itagüí, con un 10%, lo que se aproxima a la distribución de la población por municipios, que, según la estimación de la población para 2011 realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2014), presenta una distribución poblacional del 66% para Medellín, del 12% para Bello y 7% para Itagüí; en estos tres municipios los se concentra la mayor población de la zona estudiada y, en consecuencia, en ellos se encuentra el mayor número de mensajeros motociclistas.

3.2.2 Nivel socioeconómico

En cuanto a la clasificación socioeconómica,, la población de mensajeros motociclistas en Medellín y su área metropolitana está caracterizada por estar

clasificada en los estratos 2 y 3, que representan el 93 % de dicha población, de lo que se desprende que la mayoría de los mensajeros se encuentran en un nivel económico bajo.

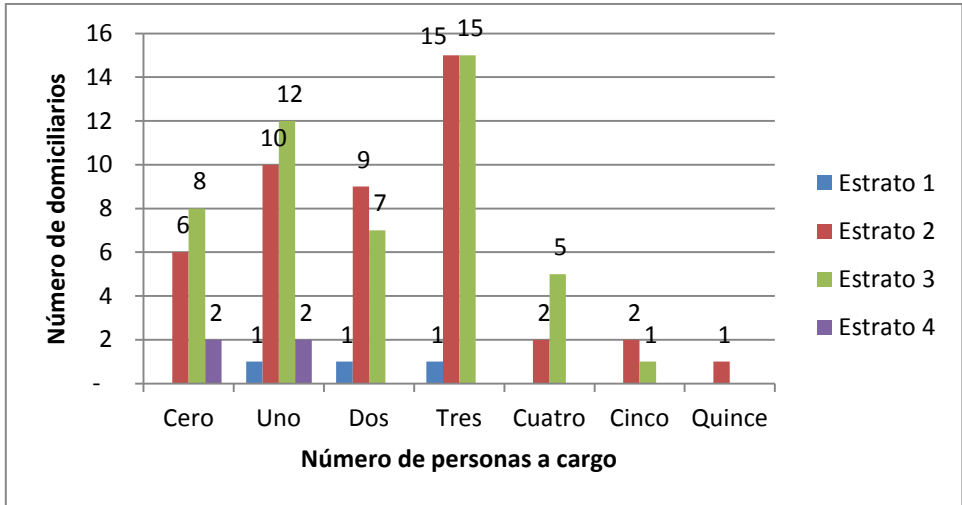


Gráfica 5 Distribución de estratos socioeconómicos de la muestra por municipio
 Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

3.2.3 Dependencia económica

Al indagar sobre el número de personas sobre las que tienen una responsabilidad económica y su grado de parentesco o afinidad, se encuentra que un 82% de los mensajeros motociclistas tienen a cargo de por lo menos una persona; para el 58%, están representados en esposa e hijos, lo que de alguna manera da indicios de cómo es la composición familiar de esta población.

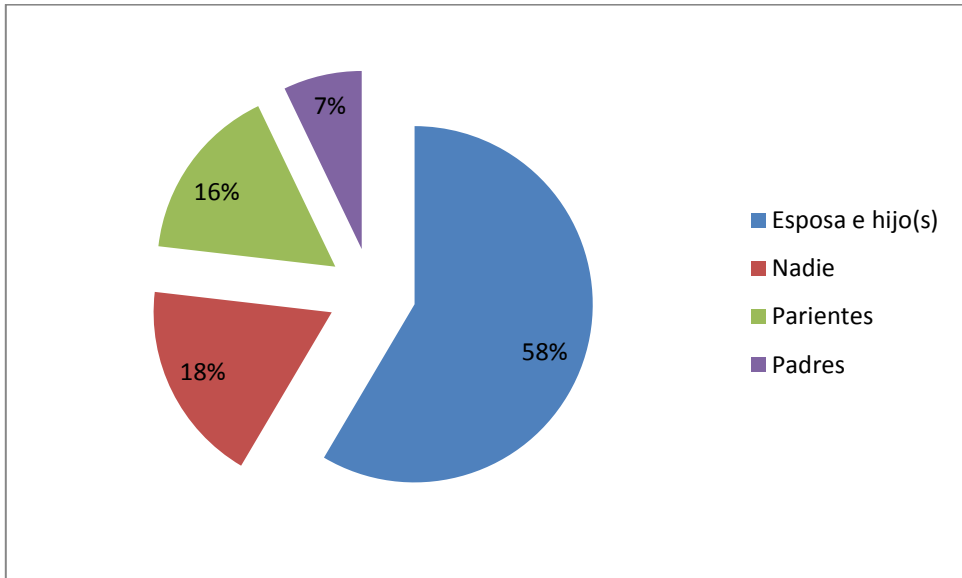
De igual manera, se encuentra que lo más frecuente que en los estratos 2 y 3 se tengan hasta tres personas a cargo, mientras que, en el caso de los motociclistas del estrato 1, los que tienen personas a cargo son muy pocos.



Gráfica 6 Número de personas a cargo según el estrato

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

Con el fin de poder presentar un análisis relacionado con las personas que tienen a cargo, se establecieron cuatro categorías, que ayudaron a poder tener una mejor comprensión de esta variable. Dichas categorías son: esposa e hijo(s), padres (incluye respuesta de solo madre, solo padre o ambos), parientes (agrupa aquellas respuestas que mencionan alguna persona diferente a esposa, padres o hijos) y nadie (para aquellos casos que no tienen personas a cargo en el sentido económico).



Gráfica 7 Participación de los grupos definidos para agrupar las personas económicamente dependientes

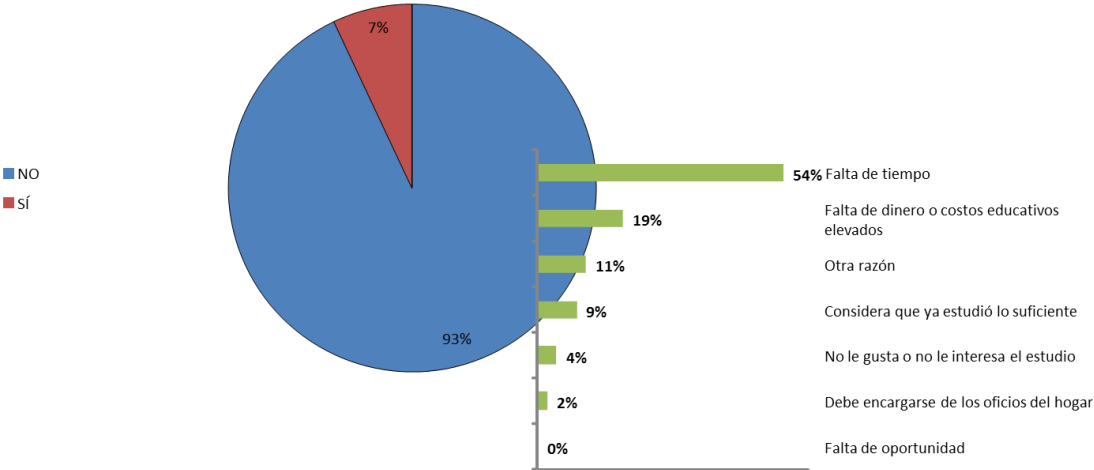
Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

El hecho de que el motociclista mensajero tenga a cargo personas diferentes a su esposa e hijos indica que, desde el punto de vista económico, su familia funciona como una familia extendida¹⁴ (ehow en español, 2014) y puede dar indicios de que su aporte es vital para atender las necesidades básicas de dicho grupo familiar.

3.2.4 Actividad académica

De manera adicional al máximo nivel educativo alcanzado, se quiso indagar si en la actualidad está desarrollando alguna actividad académica; se encontró que solo el 7% está estudiando. Las razones que aducen los mensajeros motociclistas para no continuar con su formación académica están, en su mayoría, asociadas a su compromiso laboral y económico. De esta manera, el 54% indica no tener tiempo y el 19% no contar con los recursos disponibles para destinarlos a dicha actividad.

Adelanta algún tipo de estudio



Gráfica 8 Actividad académica actual y razones para no hacerlo

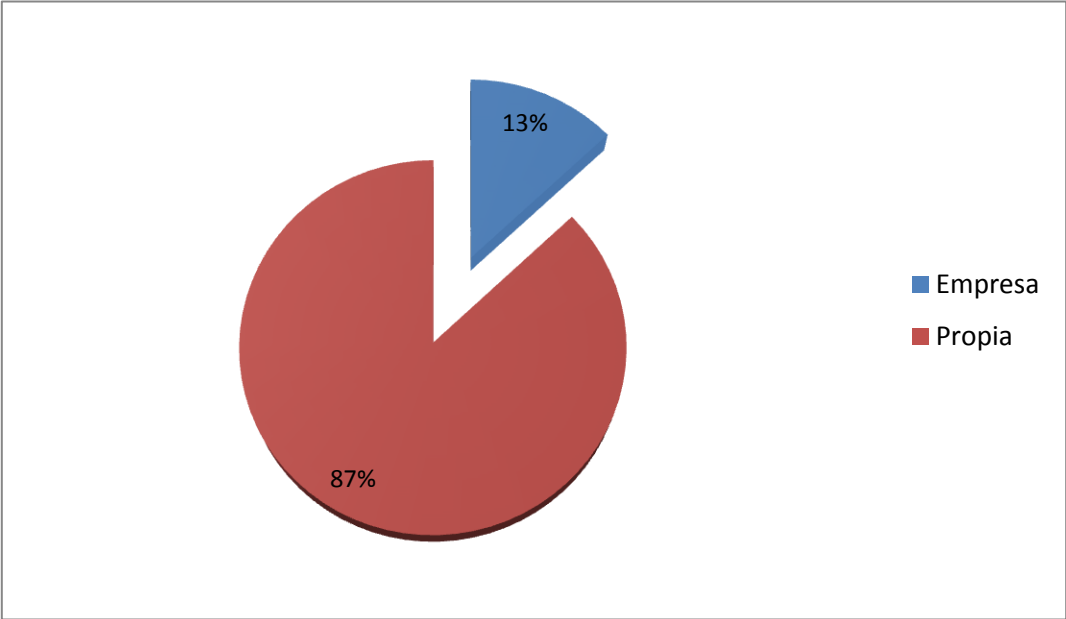
Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

3.3 Perfil económico

¹⁴ Es la familia que se suele definir por algún lazo genético en común que queda fuera de padre, madre y cualquier número de hijos. Está compuesta por tías, tíos, primos y abuelos.

En este apartado se mostrarán no solo el nivel de ingresos y los gastos promedios a los que se enfrenta el motociclista mensajero, sino también el grado de estabilidad laboral que tiene y la propiedad de la motocicleta, como parte de su patrimonio y como elemento que le beneficia económicamente.

3.3.1 Propietario de la motocicleta

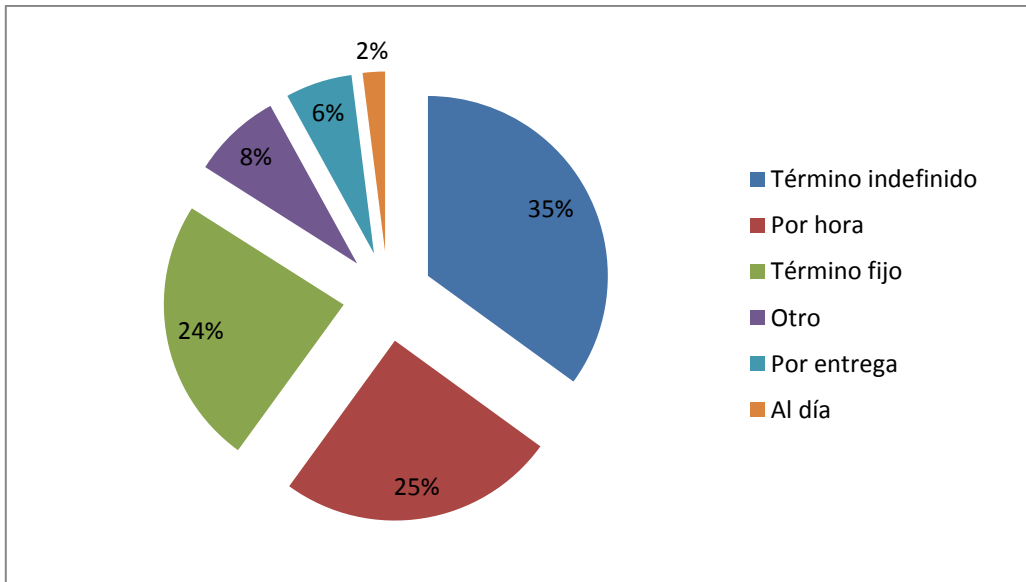


Gráfica 9 Propiedad de la motocicleta utilizada

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

A diferencia de estudios hechos en otros países sobre el mototaxismo y el uso de la motocicleta como elemento de trabajo, se constata el hecho de que ninguno de los encuestados trabaja en una moto ni prestada ni alquilada y solo el 13% trabaja en una moto que es propiedad de la empresa para la cual labora. De lo anterior se puede mencionar como positivo el hecho de que la moto, en efecto, es un medio de transporte que les permite a muchos individuos de estratos bajos (2 y 3, como se mencionó en el perfil social) su inclusión en el mundo laboral.

3.3.2 Tipo de contrato de trabajo



Gráfica 10 Tipo de contratación

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

El estudio permite evidenciar un tema positivo para más del 50% de los domiciliarios y es el de estar contratados a término fijo o a término indefinido, tipos de contrato mediante los cuales el trabajador tiene derecho a todas las prestaciones sociales de ley: cesantías, intereses sobre las mismas, vacaciones, prima y pago de seguridad social y los parafiscales. A estos tipos de contrato los rige el código laboral. Trabaja jornadas de ocho horas diarias y si estas se realizan después de las 10 p. m. generan recargo nocturno. Las horas que superen las ocho horas se toman como horas extras diurnas o nocturnas, dominicales o festivas, según sea el caso. De conformidad con esta modalidad, el domiciliario tiene la connotación de trabajador y para poder dar por terminado su contrato se debe dar cumplimiento al código sustantivo de trabajo, lo que implica que un despido sin justa causa genera una indemnización.

Por otro lado, cerca del 33% de los domiciliarios son contratados por hora, por entrega o al día, lo que significa que tienen un contrato de prestación de servicios que es aquel en el cual se genera una relación comercial conforme a la necesidad que se tenga y debido a ello puede ser para trabajar por día, por hora o por un período determinado, el cual siempre debe constar por escrito. Según esta modalidad, el domiciliario tiene la connotación de contratista y este tipo de contrato es de carácter civil y regido por el código de comercio. En el contrato debe constar quién actúa como conciliador ante alguna divergencia que exista; en algunos casos es la cámara de comercio correspondiente.

En esta modalidad, como ya se dijo arriba, se puede contratar para pagar al contratista (mensajero domiciliario) por pedido, por horas, por día o por mensualidad, pero debe existir, para efectuar dicho pago, la presentación de una cuenta de cobro por parte del contratista quien debe estar registrado ante la DIAN¹⁵ y presentar copia del respectivo RUT¹⁶. En dichos documentos debe estar registrada la actividad económica de la empresa con la cual se contrata, que en este caso sería transporte.

Por otro lado, el contratante deberá descontar del pago de los servicios los impuestos Ica (industria y comercio), Reteica¹⁷ o retención en la fuente, de acuerdo con el porcentaje que aplique para cada ciudad del país, y deben ser cancelados cada mes.

Este tipo de contrato se puede dar por terminado en cualquier momento, de acuerdo con lo pactado en él. En algunos casos se pacta que debe existir un aviso con ocho días de antelación para el retiro.

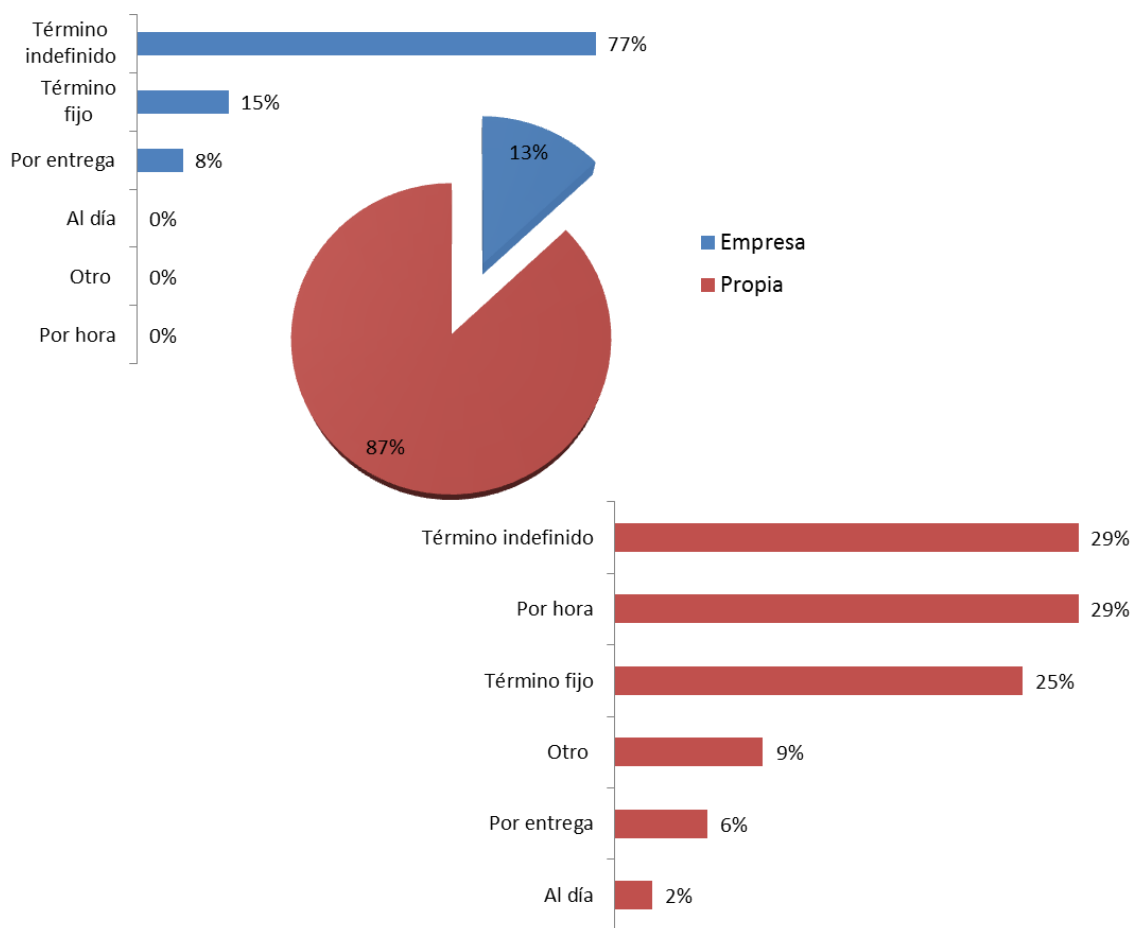
Según la legislación colombiana, los contratistas, en este caso los domiciliarios, son responsables de pagar su propia seguridad social como trabajadores independientes y deben presentar el respectivo soporte de dicho pago para el momento que se les vaya a cancelar la cuenta de prestación de los servicios. Si el contratista (mensajero domiciliario) no cumple con esto, la ley autoriza al contratante a hacer el descuento y realizar el pago, lo que significa que, bajo este contrato, el domiciliario debe sacar la seguridad social del valor que le pagan. En algunos casos, las empresas contratantes, para evitar el seguimiento permanente del pago de la seguridad social de los contratistas, pacta con ellos que autoricen descontar el valor de la seguridad del valor de sus servicios, con el fin de efectuar el pago por ellos directamente como independientes (Gerencie.com Colombia, 2014).

El 8% que señaló en tipo de contrato la opción “otro” mencionó trabajar como independiente, lo que significa que la seguridad social está por entero bajo su responsabilidad.

¹⁵ DIAN: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia. Es el ente estatal que garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias en Colombia.

¹⁶ El Registro Único Tributario, RUT, constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas naturales y jurídicas que tienen obligación legal de pagar impuestos en Colombia.

¹⁷ Reteica: Es un método de recaudo anticipado del impuesto de industria y comercio que deben pagar cada una de las personas que desarrollen actividades comerciales, industriales o de servicios en el respectivo municipio.



Gráfica 11 Tipo de contratación, propiedad de la motocicleta y su relación con el tipo de contrato de los motociclistas mensajeros de la ciudad de Medellín y su área metropolitana

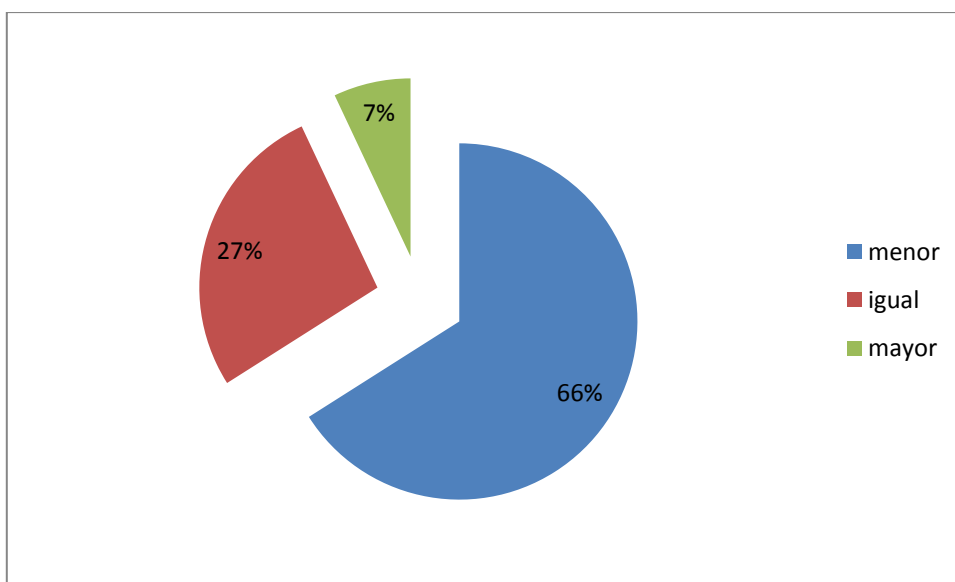
Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

Por último, se puede mencionar que solo el 35% de los encuestados presentan una estabilidad mayor en su trabajo con un contrato a término indefinido, pues tanto el contrato a término fijo como el contrato de prestación de servicios tienen una fecha de terminación cercana latente, lo que implica que a muchos de ellos se les dificulta la posibilidad de acceder a préstamos o beneficios financieros. Lo anterior obedece, infortunadamente, a que las compañías que demandan los servicios de un domiciliario buscan flexibilidad en horas y número de personas, lo que va en detrimento del bienestar y la estabilidad de muchos de ellos.

3.3.3 Ingresos y gastos

Para el grupo de personas encuestadas, cuando se habla de ingresos se incluye todo lo recibido como salario y fuera del mismo (propinas).

Se encuentra que es una muestra que en promedio devenga \$1.020.040 al mes y tiene unos gastos promedio de \$817.760 en el mismo período. Sin embargo, pese a estos promedios cuando se llega al análisis de los datos se constata que solo el 66% gasta menos de lo que gana, un 27% se gasta todos sus ingresos y un 7% indica mantenerse en déficit, pues sus gastos mensuales superan sus ingresos reales en igual período.



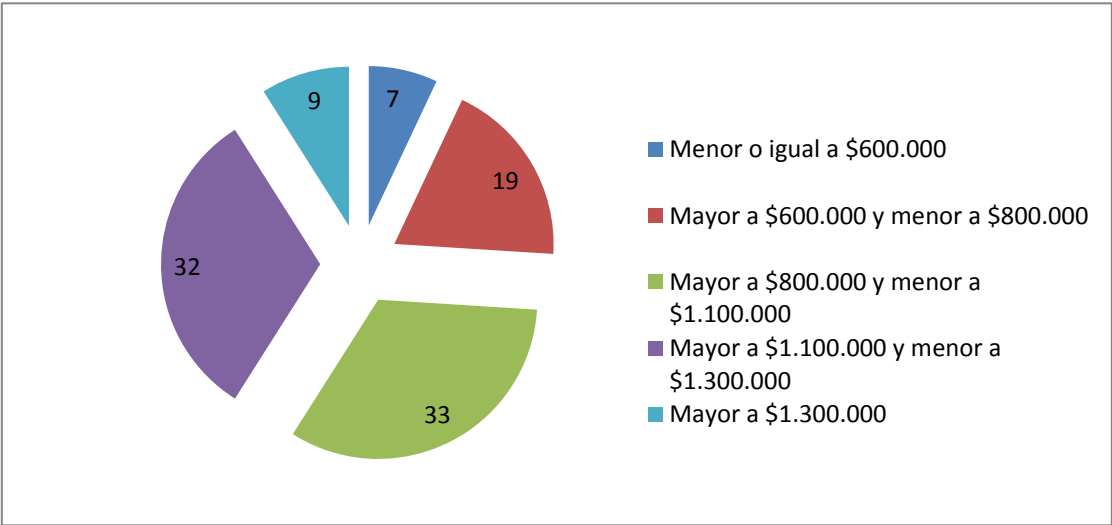
Gráfica 12 Gasto vs. ingreso del motociclista mensajero de Medellín y su área metropolitana

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

Dado que estos datos se recolectaron mediante una pregunta abierta según la encuesta de caracterización del motociclista mensajero en la pregunta N° 11 (ver anexo 1), las respuestas se llevaron a intervalos para una mejor lectura de la variable y poder identificar en realidad cómo están ubicados, en cuanto a las variables en mención, la mayoría de los encuestados. De este análisis resultó que el 65% de la muestra tiene ingresos mensuales entre \$800.000 y \$1.300.000 cada mes; sin embargo, se evidenció también que el 17% devenga menos de \$600.000 en el referido período, valor inferior al salario mínimo mensual legal vigente en Colombia para 2013¹⁸, con el agravante de que el 71% de ellos trabajan ocho o más horas diarias según la encuesta, lo que evidencia que se trata de un grupo

¹⁸ El salario mínimo legal mensual vigente para Colombia para 2013 fue de \$589.500.

vulnerable al que su trabajo no le es remunerado de acuerdo con lo prescrito por las normas legales para otros oficios similares.



Gráfica 13 Distribución según el ingreso mensual

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

3.4 Perfil de movilidad

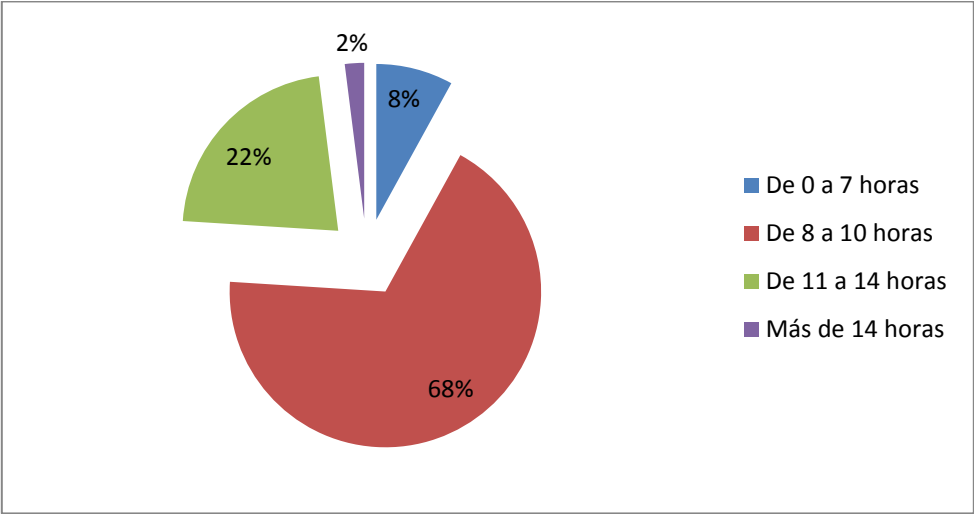
La movilidad puede expresarse como los trayectos hechos para realizar diferentes actividades no solo transporte sino también trabajo y diversión y el nivel de utilización de la motocicleta en estas y otras posibles actividades. Encontrar el tiempo que cada uno de los individuos dedica a su trabajo mediante el uso de la motocicleta permitió también determinar las características del domiciliario motociclista en términos de carga de trabajo y tiempo extra laborado por encima de las horas máximas recomendadas.

De lo anterior irá también de la mano hablar de los accidentes que ha sufrido el motociclista mensajero en el desempeño de su labor, pues el cansancio físico, sumado a los peligros que puede traerle no solo la vía y los demás actores que están en ella, sino también sus propias imprudencias, permitirán identificar las principales causales que impidieron su movilidad y afectaron su seguridad y su salud en diferentes casos.

3.4.1 Uso de la motocicleta

Se encontró que el 30% de los encuestados utilizan la moto solo como herramienta de trabajo, pese a que para el 63% de ellos la moto es propia. Por otro lado, se observa que, del 85% de los encuestados, ocho de cada diez veces que utilizan la moto lo hacen para trabajar. Lo anterior implica que el hecho de no usar la motocicleta para diversión o transporte obedece, en lo primordial, a la falta de tiempo o a la saturación en el uso de ella y no a la propiedad de la motocicleta.

3.4.2 Jornada de trabajo



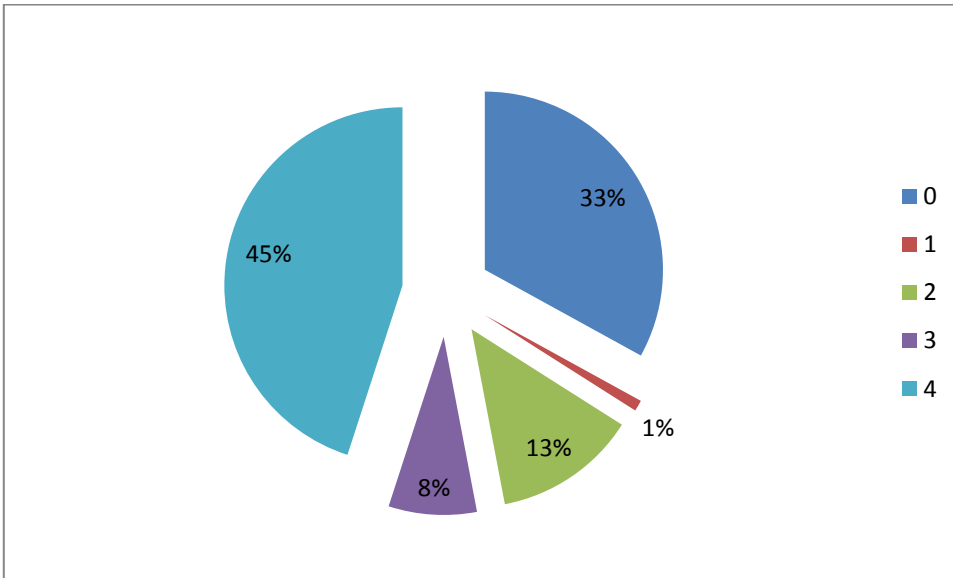
Gráfica 14 Clasificación por rango de horas trabajadas en semana

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

Como característica principal del grupo de domiciliarios mensajeros se encuentra que su jornada de trabajo es variable y en algunos casos se habla de turnos partidos. En el primer caso, pueden ir de jornadas diarias en semana (con inclusión de sábado) desde seis horas hasta días en los que trabajan 16 y hasta 18 horas, como mencionó uno de los encuestados. Cuando hablan de turnos partidos se quiere significar que las horas que laboran al día no son continuas y que parte de ellas las hacen en la mañana y el resto en la tarde o en la noche, lo que hace que el poder estudiar se les dificulte, con lo cual se corrobora lo dicho por ellos en la pregunta N° 8 de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero, cuando se habla en el perfil social de la principal razón para no estudiar y se encuentra que la falta de tiempo encabezaba la lista, según la gráfica 8.

En cuanto a los domingos, se constata que solo el 33% no trabaja este día pero el 45% trabaja todos los domingos del mes, lo que confirma la falta de tiempo, no

solo para estudiar sino también para la diversión en fines de semana con la motocicleta o sin ella.

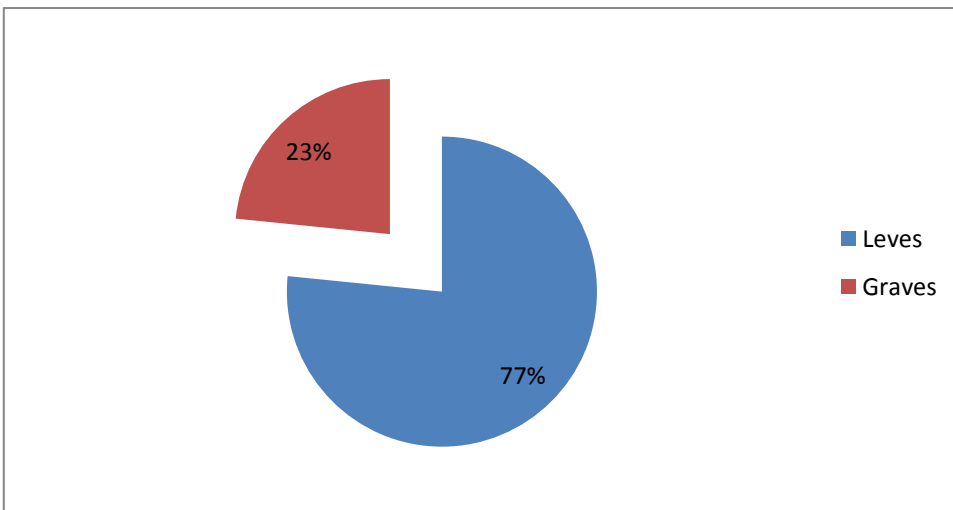


Gráfica 15 Participación de los domiciliarios según la cantidad de domingos laborados al mes

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

3.4.3 Accidentalidad

En la muestra, 47% de los encuestados han sufrido 94 accidentes en total, de lo que se puede deducir que, en promedio, cada motociclista mensajero de la muestra ha tenido un accidente.



Gráfica 16 Participación de los domiciliarios encuestados por tipo de accidentes¹⁹

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

Por otro lado, cuando se observa la composición del total de accidentes entre graves y leves, se encuentra que dos de cada diez accidentes que han sufrido los motociclistas domiciliarios han sido graves, pese a la vulnerabilidad que tienen frente a los demás actores de la vía y al alto número de horas que diariamente están expuestos a ellos.

Si se busca la relación que pueda existir entre el número de horas laboradas y el nivel de accidentalidad, se encuentra que, en efecto, el 90% de los accidentes les han ocurrido cuando laboran más de ocho horas diarias.

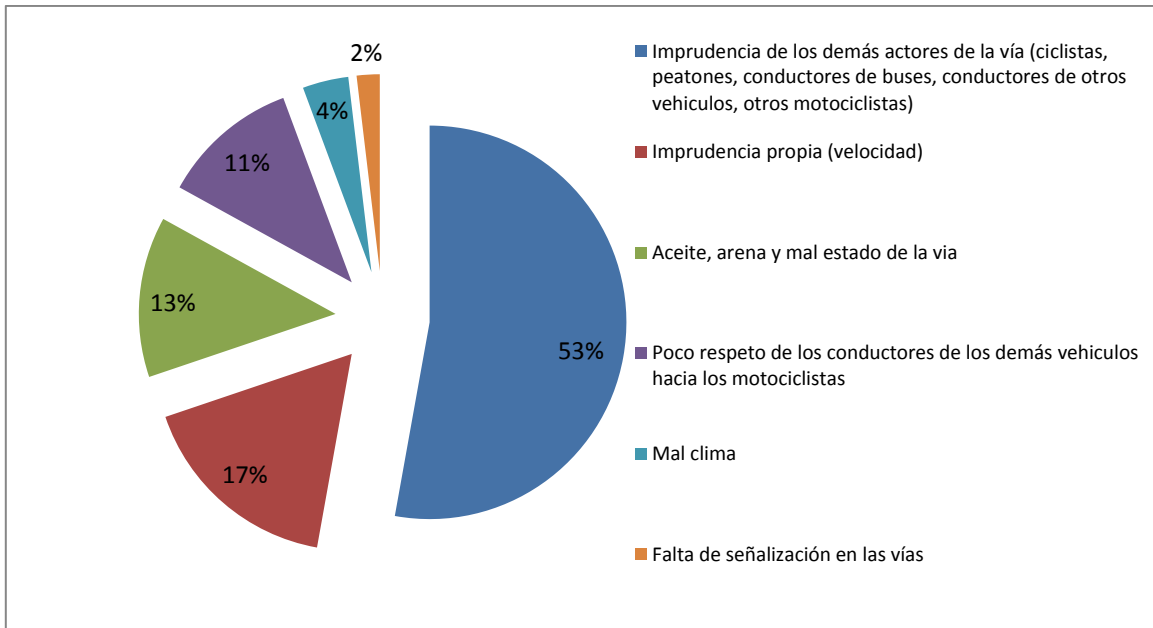
Horas diarias laboradas	Número de accidentes	Participación		
		Total	Leves	Graves
De 0 a 7 horas	9	10%	89%	11%
De 8 a 10 horas	73	78%	78%	22%
De 11 a 14 horas	10	11%	50%	50%
Más de 14 horas	2	2%	100%	0%
Total	94	100%	77%	23%

Tabla 3 Relación entre el tipo de accidente y la jornada de trabajo diaria

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

En relación con las principales causales de accidentalidad, se encuentra que el 70% tiene que ver con imprudencia al momento de manejar, tanto la propia como la de los demás actores de la vía, y, de manera positiva, solo el 11% mencionó que el accidente había sido causado por reducido respeto de los conductores de los demás vehículos hacia el motociclista.

¹⁹ Tamaño de la muestra: 94 accidentes.



Gráfica 17 Causales de accidentalidad

Fuente: elaboración de los autores a partir de la encuesta de caracterización del motociclista mensajero

4 Conclusiones

Después de revisar de manera detallada la información recolectada en cada una de las 100 encuestas de los cuatro puntos cardinales específicos cubiertos por la investigación, con la ayuda de los motociclistas mensajeros que de manera espontánea e individual respondieron las 16 preguntas de esta tarea investigativa de tipo exploratoria, se pudo llevar a cabo el análisis y la caracterización del motociclista mensajero en Medellín y su área metropolitana y se concluyó lo siguiente:

- El motociclista mensajero de la zona objeto de estudio presentó rasgos similares, sin importar el lugar en el cual fue entrevistado, pues en cada una de las entrevistas realizadas en los diferentes centros comerciales se fue posible identificar rasgos que, de manera natural, son transversales a la mayoría de los encuestados.
- El haber aplicado una encuesta semiestructurada, personal e individual permitió conocer otros rasgos e indagar sobre otros aspectos del motociclista mensajero, que se dieron de manera espontánea dentro de la conversación o entrevista y ayudaron a entender mejor algunos de los resultados obtenidos cuantitativamente a partir de los datos de la encuesta. Sin embargo, se considera que, en algunos interrogantes, la lectura, en vez de la escucha, le dio al encuestado una mayor comprensión de la pregunta y le ayudó a dar una mejor y más completa respuesta.
- La combinación de preguntas abiertas y de opción múltiple, con posibilidad de ampliar dichas opciones, permitió tener un panorama más amplio de los temas tratados y obtener, a partir de respuestas abiertas, una mejor información que reflejara la realidad del entrevistado.
- El motociclista mensajero típico o representativo, en el sentido demográfico, es un hombre en edad entre los 25 y 35 años, con una relación estable (casado o en unión libre) y con un nivel de educación media (bachiller).
- Es un individuo que reside, en la mayoría de los casos, en la ciudad de Medellín, en un barrio de estrato 2 o 3, con dificultades para estudiar, en especial por falta de tiempo o dinero y con una carga económica entre dos y tres personas, representadas, en lo primordial, esposa e hijo(s).
- Tiene su propia moto y por ella ha podido acceder a este trabajo, tiene vínculo laboral, en su mayoría mediante contrato a término fijo o de prestación de servicios, lo que le representa baja estabilidad laboral, con ingresos mensuales entre \$800.000 y \$1.300.000, aunque, en la mayor parte de los casos, los gastos son iguales o superiores a este monto, lo que implica que esta población tiene muy baja capacidad de ahorro.
- Este grupo la mayor parte del tiempo usa su motocicleta para trabajo y el uso de la misma ocurre entre ocho y diez horas diarias. Los domingos y festivos son, en su mayoría, días de trabajo, lo que deja poco espacio para la diversión y la familia. En temas de accidentalidad se identifican como un

grupo vulnerable a sufrir accidentes leves durante la ejecución de su actividad laboral.

- No estudia actualmente debido, entre otras causas, a los extensos horarios de trabajo y a lo que él denomina falta de tiempo y dinero, situación que lo lleva a estar imposibilitado para mejorar su educación, lo que implica que ha de renunciar a aspirar a otro tipo de trabajo o labor.
- Los horarios de trabajo extensos, que incluyen domingos y festivos, hacen que tenga poco espacio para la diversión y para la familia, situación que puede generar desintegración familiar y reducida vida social.
- Por la falta de tiempo a la que cada día están expuestos y a la velocidad a la que se deben hacer las actividades del día a día, se espera que la mensajería tome cada vez más relevancia en la sociedad, pues no solo las compañías sino también las personas del común hacen cada vez mayor uso de los servicios domiciliarios; por tal razón se considera importante regularizar esta actividad, de tal manera que se mejoren las condiciones laborales del motociclista sin afectar los resultados de las compañías involucradas en el sector.
- Mejorar los ingresos (fijos: salario, y variables: propinas) para este grupo de personas puede ser un factor importante, ya que la unión de este gremio, por medio de una cooperativa o como asociación, lograría la búsqueda de mejores incentivos, no solo económicos sino sociales, con el fin de generar más empleos en este sector de la economía.
- Dado que son personas que la mayor parte del tiempo conducen su motocicleta y circulan por las vías de la ciudad, sería muy importante que las motos utilizadas estuvieran de acuerdo con sus necesidades: bajo consumo de gasolina, reducidos gastos de mantenimiento, alta seguridad de conducción, cómoda y con accesorios especiales para el manejo de canastillas o cajones. Además de lo anterior, son personas para quienes el gobierno y las ensambladoras de motocicletas deberían generar planes de capacitación en temas de inteligencia vial, que les permita enseñar a los demás actores de la vía con el ejemplo.
- Pese a la connotación negativa que en algunos casos pueda darse al motociclista, ya sea desde el punto de vista de seguridad (delincuencia común) o como conductor, se hace necesario comprender que los integrantes de este grupo de motociclistas mensajeros son personas trabajadoras que usan la motocicleta como generadora de ingresos y con ella busca sostener a su familia y aportar a la sociedad.

Por otro lado, dentro del proceso de investigación se evidenciaron espacios de profundización o ampliación, que podrían ser abordados en estudios futuros, dado que estaban fuera de los objetivos planteados en el presente proyecto, en tres aspectos fundamentales: realización personal, necesidades sociales y seguridad.

Frente al primer asunto, sería importante indagar por el espacio que el motociclista mensajero ocupa en la sociedad, visto no solo desde su propia óptica sino también

desde la de la sociedad en general, ahondar acerca de cómo se siente percibido por ella e identificar acciones que puedan ayudar a dignificar su trabajo, conocer su nivel de satisfacción, la aceptación que tiene de su trabajo y cómo ve su futuro en dicha labor. En general, como lo describe Maslow (Castañeda, 2014), conocer su equilibrio emocional como punto de partida para lograr ser exitoso.

En cuanto a las necesidades sociales, se considera importante indagar cómo sus turnos de trabajo y las labores en los fines de semana, con inclusión de domingos y festivos, puede afectar sus relaciones interpersonales y las que tenga con su familia. En este sentido, es preciso conocer la aceptación que su familia tiene de su labor, no solo desde la óptica económica sino también desde la de la unión familiar.

En lo tocante con la seguridad, es importante profundizar acerca de sus necesidades no cubiertas, preguntando, en especial, por aquellas necesidades relacionadas con su salud, así como por los factores que, desde el punto de vista de su trabajo, pueden afectarla, conocer cuáles alternativas tiene para ser atendido en caso de enfermedad o accidente y cuáles coberturas o seguros tiene o debería tener; de igual manera, es necesario identificar alternativas que pudieran darle acceso a educación y ahondar en conocer si su trabajo le ha permitido conseguir un patrimonio adicional a la motocicleta, como, por ejemplo, casa propia.

En resumen, como resultado de este estudio se puede afirmar lo siguiente: **el motociclista mensajero de Medellín y su área metropolitana se caracteriza por** ser, como tendencia, un hombre entre 26 y 35 años de edad, bachiller, con responsabilidades y personas a cargo, que vive en estrato 2 o 3, con dificultades para acceder a educación superior, con ingresos por debajo de \$1.300.000 y unos gastos iguales o superiores a dicho valor. La mayoría de ellos tienen como patrimonio su motocicleta, la cual usan para desempeñar su actividad laboral. Por el número de horas laboradas son propensos a tener accidentes en la vía.

Por último, y con base en todo lo anterior, los autores consideran que este trabajo abre la puerta para que diferentes entidades, tanto las estatales como las empresas del sector, la industria automotriz, la banca, los innovadores, los emprendedores o el público en general se convenzan de que este sector de la economía tiene un futuro promisorio, por medio del cual se puede construir país y se puede buscar progreso y eficiencia para un mayor bienestar de los usuarios y del cual se puede partir para lograr bases firmes en la construcción de un empleo formal, con reglas claras para laborar y con bienestar para este grupo de colombianos y sus familias.

5 Referencias

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2009). *Plan de Desarrollo Distrital. Bogotá positiva para vivir mejor*. Bogotá.
- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (15 de enero de 2014). *Secretaría de Planeación*. Obtenido de <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/Informaci%F3nTomaDeDecisiones/Estratificaci%F3n%20Socioecon%F3mica/QueEs>
- Asociación Argentina de Marketing. (10 de Enero de 2014). *Indice de Nivel socio económico Argentino*. Obtenido de http://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1194899212562_2140868026_3967/DEFINICION%20DEL%20INDICE%20DE%20NIVEL%20SOCIO.pdf
- Baqueri-rojas, E., & Buenrostro Baez, R. (1999). *Derecho de Familia y Sucesiones*. México: Harla.
- Berger, K. (2009). *Psicología del desarrollo: Adultez y Vejez*. En B. K. Stassen. Madrid: Medica Panamericana.
- Cardona Arango, D. (Junio-Julio-Agosto de 2008). *Qué es la demografía?* Medellín, Antioquia, Colombia: Universidad de Antioquia.
- Castañeda, B. (15 de enero de 2014). *lareserva.com*. Obtenido de http://www.lareserva.com/home/piramide_de_maslow
- Comité de Ensambladoras Japonesas. (2011). *Sexto estudio sociodemográfico de los usuarios de motos en Colombia*. Medellín.
- Comité de Ensambladoras Japonesas. (2012). *Séptimo estudio sociodemográfico del usuario de la moto en Colombia*. Medellín. Obtenido de www.comitedemotosjaponesas.com: <http://www.comitedemotosjaponesas.com/upload/septimoestudio.pdf>
- Comité de Ensambladoras Japonesas. (2013). *Octavo estudio sociodemográfico del usuario de la moto en Colombia*. Medellín. Obtenido de <http://www.comitedemotosjaponesas.com/upload/noti/Octavo%20Estudio%20Sociedemografico%20-%202013.pdf>
- Contraloría Panamá. (10 de enero de 2014). *Contraloría Panamá*. Obtenido de <http://www.contraloria.gob.pa/inec/archivos/P4361CONCEPTOS.pdf>
- DANE. (08 de febrero de 2014). *DANE*. Obtenido de <http://www.dane.gov.co/index.php/estratificacion-socioeconomica/metodologia>
- Ecologistas en acción. (20 de diciembre de 2013). *Ecologistas en Accion*. Obtenido de <http://www.ecologistasenaccion.org/article9844.html>

- ehow en español. (08 de febrero de 2014). *ehow en español*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/diferencias-familia-nuclear-familia-extendida-info_48442/
- El Colombiano. (29 de Octubre de 2013). Motos son 51% del parque automotor de Medellín. *El Colombiano*, pág. 1.
- Farlex. Inc. (8 de enero de 2014). *the Free Dictionary*. Obtenido de <http://es.thefreedictionary.com/mensajero>
- Gerencie.com Colombia. (08 de febrero de 2014). *Gerencie.com*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/conceptos-basicos-en-una-relacion-laboral.html>
- Hernández Martínez, M., & Tello Cadena, M. (11 de diciembre de 2002). *www.conevyt.org.mx*. Obtenido de http://www.conevyt.org.mx/bachillerato/material_bachilleres/cb6/5sempdf/sociologia1pdf/sociol1_503.pdf
- Jaramillo, A., & Ruiz, I. (2001). *Perfil socioeconómico del estudiantado de EAFIT*. Medellín: Centro de Publicaciones de la Universidad EAFIT.
- López, M. (1991). *Grupos Sociales*. Gran Enciclopedia Rialp.
- Ministerio de Transporte de Colombia. (10 de enero de 2014). *RUNT*. Obtenido de <http://www.runt.com.co/portel/libreria/php/01.0215.html?dif=ebae088ba7b5f2e65a57850e473d9bba>
- Ministerio de Transporte y Comunicaciones Perú. (12 de enero de 2014). <http://www.ctlc-st.gob.pe/>. Obtenido de <http://www.ctlc-st.gob.pe/pdf/Informe%20N%C2%BA%20008%20Perfil%20Socioecon%C3%B3mico%20de%20Conductores%20de%20Mototaxi%20en%20el%20C3%81rea%20Metropolitana%20de%20Lima%20y%20Callao.pdf>
- Natt. (10 de enero de 2014). *Definicionesde*. Obtenido de www.definicionesde.com: <http://www.definicionesde.com/e/estrato-socioeconomico/>
- ONU. (10 de enero de 2014). *Naciones Unidas*. Obtenido de <http://www.un.org/>
- Pinto Vieira, A. (1973). *El pensamiento crítico en demografía*. Santiago de Chile: Centro latinoamericano de demografía.
- RAE. (2014). *Real academia española*. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/?val=mensajero>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. Mexico: Prentice Hall.
- UNISALUD. (2004). *Anexo 1. Perfil demográfico y expectativa de vida*. Bogotá.

Universidad de Zulia. (09 de enero de 2014). *Sistema de Servicios Bibliotecarios y de Información*. Obtenido de <http://catalogo.luz.edu.ve/cgi-bin/koha/opac-search.pl?q=su:%7BDemograf%C3%ADa%7D>

Vivanco, M. (2005). *Muestreo estadístico. Diseño y aplicaciones*. Santiago de Chile: Universitaria.

WordPress. (10 de enero de 2014). *Definición.de*. Obtenido de <http://definicion.de/demografia/#ixzz2pBzvTTAJ>

Anexos

Anexo 1. Encuesta de caracterización del motociclista mensajero en Medellín y su área metropolitana en enero de 2014.

¿Trabaja actualmente como mensajero? _____ (Llave de entrada para la encuesta)

CAPÍTULO 1: PERFIL DEMOGRÁFICO

Género **1** Masculino _____ Femenino _____

Edad **2** Menor de 18 años _____
 18 a 25 años _____
 26 a 35 años _____
 36 a 45 años _____
 46 a 50 años _____
 más de 51 años _____

Estado civil **3** Soltero _____
 Casado _____
 Unión libre _____
 Separado / divorciado _____
 Viudo _____

Nivel de escolaridad **4**
 a. Primaria _____
 b. Secundaria _____
 c. Técnico / tecnólogo _____
 d. Universitario _____
 e. Especialista / Magíster _____

CAPÍTULO 2: PERFIL SOCIAL

Según el recibo del agua que le llega cada mes, en cuál estrato vive usted? **5** _____

¿Cuántas personas dependen económicamente de usted? **6** Quienes? _____

¿Estudia actualmente? **7** Asiste al colegio _____
 instituto técnico _____
 universidad _____
 otro _____ ¿cuál? _____

¿Cuál es la razón por la cual no estudia? **8**
 a. Considera que ya estudió lo suficiente _____
 b. Falta de dinero o costos educativos elevados _____
 c. Debe encargarse de los oficios del hogar _____
 d. Falta de tiempo _____
 e. No le gusta o no le interesa el estudio _____
 f. Otra razón _____ ¿cuál? _____

CAPÍTULO 3: PERFIL ECONOMICO

¿La moto en la que ejerce la actividad es? **9**
 a. De la empresa donde trabaja _____
 b. Propia _____
 c. Prestada por un tercero _____
 d. Alquilada _____

¿Que tipo de contrato laboral tiene con la empresa con la que labora como mensajero? **10**
 a. Término fijo _____
 b. Término indefinido _____
 c. Por hora _____
 d. Al día _____
 e. Por entrega _____
 f. Otro _____ ¿cuál? _____

¿A cuánto ascienden sus ingresos mensuales, con inclusión de propinas? **11** _____

¿A cuánto ascienden sus gastos mensuales? **12** _____

CAPÍTULO 4: PERFIL DE MOVILIDAD

Porcentaje de uso de la motocicleta en cada una de las siguientes actividades **13**
 a. Para trabajo _____
 b. Para transporte _____
 c. Para diversión _____
 d. Otro _____ Cual? _____

¿Cuál es el número de horas que labora diariamente como mensajero? **14**
 Trabaja los domingos? _____ ¿Cuántos al mes? _____

Accidentalidad con la motocicleta **15**
 a. Nunca ha sufrido un accidente de tránsito _____
 b. Ha sufrido accidentes de tránsito leves _____ ¿Cuántos? _____
 c. Ha sufrido accidentes de tránsito graves _____ ¿Cuántos? _____

¿Cuál es la principal causa de la accidentalidad que ha sufrido? **16**
 a. Poco respeto de los demás vehículos hacia las motos _____
 b. Imprudencia de los demás actores de la vía _____
 (ciclistas, peatones, conductores de buses, conductores de otros vehículos, otros motociclistas)
 c. Imprudencia propia (velocidad) _____
 d. Falta de señalización en las vías _____
 e. Mal clima _____
 f. Otro _____ ¿Cuál? _____

Anexo 2. Nueva motocicletas años del 2010 al 2013 según RUNT para Medellín y su área metropolitana

INFORMACION RUNT 2010 - 2013

Año	Municipio	TOTAL.
2010	BARBOSA	22
	BELLO	102
	CALDAS	43
	ENVIGADO	29.848
	GIRARDOTA	356
	ITAGÜI	9.614
	LA ESTRELLA	26
	MEDELLÍN	188
	SABANETA	10.062
Total en 2010		50.261
2011	BARBOSA	18
	BELLO	211
	CALDAS	193
	ENVIGADO	36.270
	GIRARDOTA	499
	ITAGÜI	11.963
	LA ESTRELLA	22
	MEDELLÍN	109
	SABANETA	17.856
Total en 2011		67.141
2012	BARBOSA	77
	BELLO	133
	CALDAS	251
	ENVIGADO	37.285
	GIRARDOTA	194
	ITAGÜI	11.425
	LA ESTRELLA	569
	MEDELLÍN	140
	SABANETA	23.686
Total en 2012		73.760
2013	BARBOSA	19
	BELLO	83
	CALDAS	266
	ENVIGADO	35.586
	GIRARDOTA	430
	ITAGÜI	11.656
	LA ESTRELLA	1.037
	MEDELLÍN	133
	SABANETA	27.719
Total en 2013		76.929
Total general		268.091