

Análisis del comportamiento del consumidor de moda motera en Cúcuta como base para la generación de propuestas de valor en el sector.

Attention Deficit Hyperactivity Disorder in Adults

1. Anderson R. Granados
2. Valentina Ospino

Recibido: 12-01-2026
Aprobado: 05-05-2026

Resumen

El crecimiento del uso de motocicletas en Cúcuta ha impulsado cambios en la movilidad y en el consumo de productos relacionados con la moda biker. Actualmente, la indumentaria motera no solo cumple una función de protección, sino que también representa identidad, estilo y sentido de pertenencia dentro de la cultura motociclista. La investigación analizó factores como seguridad, estética, comodidad, precio y funcionalidad, identificando que elementos como cascos certificados, chaquetas y prendas reflectivas son fundamentales para los motociclistas. Además, se evidenció que la moda motera ha evolucionado hacia un estilo más urbano y funcional, combinando protección y expresión personal. Mediante el uso de Microsoft Power BI y el análisis de datos de ventas, se identificaron patrones de consumo, productos con mayor demanda y preferencias de compra entre canales físicos y online. Los resultados permitieron obtener información estratégica para el desarrollo de propuestas de valor enfocadas en las necesidades y hábitos del consumidor biker.

Palabras clave: moto, moda, seguridad, identidad, datos.

Abstract

The growth in motorcycle use in Cúcuta has driven changes in mobility and in the consumption of products related to biker fashion. Currently, motorcycle clothing not only serves a protective function, but also represents identity, style, and a sense of belonging within motorcycle culture. The research analyzed factors such as safety, aesthetics, comfort, price, and functionality, identifying that elements like certified helmets, jackets, and reflective garments are essential for motorcyclists. In addition, the study showed that biker fashion has evolved into a more urban and functional style that combines protection with personal expression. Through the use of Microsoft Power BI and sales data analysis, consumption patterns, best-selling products, and purchasing preferences between physical and online channels were identified. The results provided strategic information for the development of value propositions focused on the needs and habits of biker consumers.

Keywords: motorcycle, fashion, safety, identity, data.

Ingeniería de Software Correo electrónico: est_a_granados@fesc.edu.co. ORCID: 0009-0001-0556-7618. Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC), Cúcuta, Colombia.

Ingeniería de Software Correo electrónico: est_v_espino@fesc.edu.co. ORCID: 0009-0009-9995-7315. Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC), Cúcuta, Colombia.

***Autor de correspondencia:** est_a_granados@fesc.edu.co.

© 2026. Editada por la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte.

Introducción

En los últimos años, el aumento del uso de motocicletas en Cúcuta ha generado cambios en la movilidad y en las tendencias de consumo relacionadas con el sector motero. Este crecimiento ha impulsado la moda biker, que actualmente no solo cumple una función de protección, sino que también representa identidad, estilo y sentido de pertenencia dentro de la cultura motociclista.

El crecimiento del mercado motero ha tenido efectos positivos en la economía, especialmente en el comercio y el empleo. Además, la seguridad se ha convertido en un factor clave en la elección de prendas y accesorios, destacándose productos como cascos certificados, chaquetas reforzadas y elementos reflectivos. Sin embargo, aspectos como la estética, la comodidad, el precio y la funcionalidad también influyen en las decisiones de compra de los consumidores.

Por ello, la investigación busca analizar los patrones de consumo de moda motera en la ciudad de Cúcuta mediante el uso de analítica de datos, con el fin de identificar preferencias y aportar información estratégica para el desarrollo de propuestas de valor dentro del sector biker.

Marco teórico

Según el autor Ruiz Domínguez, L. F. (2006) del artículo DISEÑO DE UN LABORATORIO DE PRUEBAS PARA CASCO DE MOTOCICLETA, informa que la finalidad principal del casco es cuidar y proteger la cabeza de lesiones craneoencefálicas en caso de que el conductor tenga un accidente a altas velocidades, por ende, su uso es obligatorio. El casco puede dividirse en diferentes categorías, como abierto, modular, integral y de motocross. Además de cumplir una función de protección, este elemento se ha convertido en un símbolo representativo de identidad y estilo dentro de la cultura motera. Aspectos como el color, el diseño, la forma y el tipo de casco reflejan diferentes personalidades y permiten a cada motociclista identificarse con estilos como el clásico, urbano o deportivo.

Por otra parte, en Colombia, la chaqueta (especialmente la reflectiva) no es solo una prenda opcional, sino un elemento regulado por la ley dentro del sistema de seguridad vial. Según el código nacional de tránsito (ley 769 de 2002) y su actualización (ley 2251 de 2022), el uso de prendas reflectivas como chaquetas o chalecos es obligatorio para motociclistas, especialmente en condiciones de baja visibilidad. “la prenda que los motociclistas lleven puesta juega un papel vital respecto a la visibilidad” (infobae – Johan largo/ 2024)

No cumplir con esta norma puede generar una multa cercana a los \$750.000. Además, tanto el conductor como el pasajero deben llevar correctamente el chaleco en los horarios establecidos.

Según datos de la Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV), los motociclistas representan el 62% de las víctimas mortales en accidente viales y, según el Ministerio de Transporte, el 33,2% de estas fatalidades se deben a traumatismos craneoencefálicos.

A pesar de que la norma no aclara cuáles son las características técnicas que deben tener estas prendas reflectivas, estas deben ser de alta visibilidad y calidad para que sean efectivas.

El “look motero” ya no es solo cuero y taches (valentina González-2025) el análisis que realiza la revista TURBO, mira tendencias donde las protecciones certificadas y materiales técnicos se fusionan y se

convierten en moda del día a día, refiriéndose al atuendo del motociclista urbano. Durante muchos años, la vestimenta de los motociclistas estuvo asociada a estereotipos relacionados con la rebeldía, especialmente por el uso de chaquetas de cuero. Sin embargo, en la actualidad, donde la motocicleta se utiliza tanto como medio de transporte como herramienta de trabajo, esa percepción ha cambiado, dando lugar a un estilo que combina comodidad, protección y expresión de la identidad personal.

Metodología

La investigación se desarrolló con un enfoque cualitativo orientado a comprender la relación entre identidad, estética y percepción de seguridad en la moda motera. El estudio estuvo dirigido a motociclistas activos de Cúcuta que utilizan la motocicleta como medio de transporte frecuente.

Para el análisis se utilizó un dataset con información de ventas de productos de moda motera, procesado mediante Microsoft Power BI. La base de datos incluyó variables como productos, temporadas, canales de venta, precios, descuentos y cantidades vendidas.

La información fue organizada y analizada a través de herramientas de visualización y estadística descriptiva, permitiendo identificar tendencias de consumo, productos con mayor demanda y diferencias entre ventas físicas y online.

Los resultados obtenidos aportaron información estratégica sobre el comportamiento del consumidor biker y sirvieron como base para el desarrollo de propuestas de valor enfocadas en sus necesidades y preferencias.

Dataset utilizado

ID Venta	ID Producto	Producto	Colección	Temporada	Canal	Precio	Descuentos	Costo	Cantidad	Fecha	Columna1
1	104	Chaqueta	CUERO STYLE	Verano	Online	200000	15000	120000	5	2025-03-25	2025-03-25
2	105	HOODIES	SUETER FRESCO	Verano	Online	90000	10000	50000	1	2025-01-22	2025-01-22
3	105	HOODIES	SUETER FRESCO	Verano	Online	90000	10000	50000	2	2025-02-27	2025-02-27
4	105	HOODIES	SUETER FRESCO	verano	Online	90000	10000	50000	2	2025-01-12	2025-01-12
5	105	HOODIES	SUETER FRESCO	Invierno	Tienda		10000	50000	4	2025-02-21	2025-02-21
6	103	CHALECO	PRIMAVERA URBAN	verano	Tienda	150000	8000	90000	5	2025-03-30	2025-03-30
7	105	HOODIES	SUETER FRESCO	Primavera	Online	90000	10000	50000	5	2025-01-04	2025-01-04
8	104	Chaqueta	CUERO STYLE	Invierno	Tienda	200000	15000	120000	2	2025-04-21	2025-04-21
9	102	Jeans	Urban Style	verano	Online	120000	0	70000	4	2025-01-10	2025-01-10
10	101	FRANELA	VERANO URBAN	Verano	Online	80000	0	50000	3	2025-03-19	2025-03-19
11	103	CHALECO	PRIMAVERA URBAN	verano	Online	150000	8000	90000	4	2025-04-11	2025-04-11
12	104	Chaqueta	CUERO STYLE	Verano	Online	200000	15000	120000	4	2025-02-14	2025-02-14

Resultados y discusión

Venta por temporada

El análisis muestra que la temporada de invierno registra el mayor porcentaje de ventas con aproximadamente el 32,6%, seguida de verano con 26,2%. Por otro lado, las temporadas de primavera y

“verano” presentan porcentajes menores y similares. Esto indica que los consumidores tienden a adquirir más productos moteros en temporadas relacionadas con climas fríos o cambios climáticos.

Ventas por canal

Las ventas realizadas por el canal online representan cerca del 57,2% del total, superando las ventas en tienda física con un 42,7%. Esto evidencia una mayor preferencia de los consumidores por las compras digitales debido a la comodidad y facilidad de acceso.

Productos más vendidos

Los productos con mayor participación en ventas son los chalecos y las chaquetas, seguidos por hoodies y franelas. Esto demuestra que los consumidores priorizan prendas relacionadas con protección y estilo dentro de la moda motera.

Ventas por temporada y canal

El análisis refleja que tanto el canal online como la tienda física aportan de manera positiva a las ventas totales. Sin embargo, el canal digital muestra un crecimiento más significativo, confirmando la tendencia del consumidor hacia las compras virtuales.

Participación de ventas por temporada

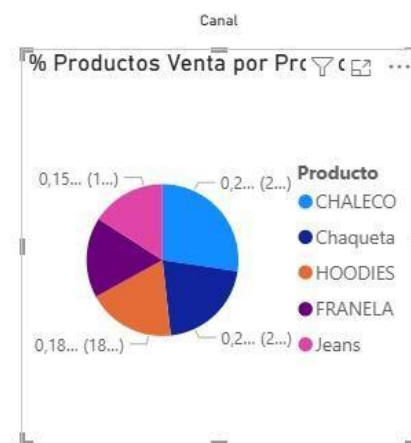
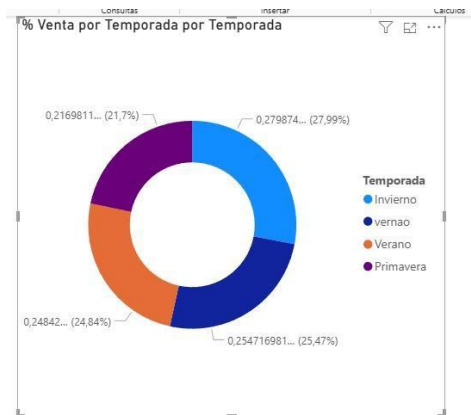
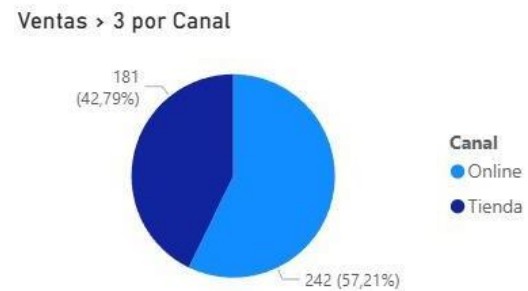
La distribución de ventas entre temporadas es relativamente equilibrada, aunque invierno mantiene una ligera ventaja frente a las demás. Esto indica que la demanda de moda motera se mantiene constante durante diferentes épocas del año, con variaciones moderadas según la temporada.

KPIs del dashboard

En el dashboard desarrollado en Microsoft Power BI se incluyeron los siguientes indicadores clave:

- Ventas totales por temporada
- Canal de venta con mayor participación
- Producto más vendido
- Cantidad total de productos vendidos
- Impacto de descuentos en las ventas
- Participación de ventas online y tienda física
- Temporada con mayor demanda
- Distribución porcentual de ventas por producto

Gráficos de datos estadísticos



Conclusión

Los resultados obtenidos evidencian que el comportamiento del consumidor de moda motera en Cúcuta está influenciado por diferentes factores relacionados con la seguridad, la funcionalidad, el precio y la estética. A partir del análisis realizado en Microsoft Power BI, se identificó que los productos con mayor demanda son aquellos que combinan protección y estilo, como chaquetas y chalecos, reflejando la importancia de la seguridad en la decisión de compra.

Asimismo, los resultados muestran una mayor preferencia por las compras online, lo que indica un cambio en los hábitos de consumo hacia canales digitales por su facilidad y accesibilidad. También se evidenció que las ventas se mantienen relativamente equilibradas entre temporadas, aunque invierno presenta una ligera ventaja debido a la necesidad de prendas más funcionales y protectoras.

Finalmente, se concluye que la moda motera no solo cumple una función práctica, sino que también representa identidad y sentido de pertenencia dentro de la cultura biker. Los motociclistas buscan prendas que les permitan expresar su estilo personal sin dejar de lado la comodidad y la protección, consolidando así la moda motera como parte importante de su estilo de vida.

Referencias

- FENALCO. (2025). Informe del crecimiento en cifras. <https://www.fenalco.com.co/blog/gremial-4/informe-de-motocicletas-a-noviembre-de-2025-8568>
- ATLAS.ti. (s. f.). Revisión narrativa. <https://atlasti.com/es/guias/revisiones-bibliograficas/revision-narrativa>
<https://www.revistaautocrash.com/informe-motocicletas-fenalco-andi/>
- Carrasco Chaparro, X. (2022). Sobre el trastorno por déficit de atención e hiperactividad: consolidaciones, actualizaciones y perspectivas. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 440-449. <https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2022.08.001>
- <https://www.elespectador.com/autos/que-estan-haciendo-las-marcas-de-motos-por-la-seguridad-de-los-motociclistas/>
- <https://www.revistaturbo.com/motero-seguridad-nuevo-estilo-motociclista/>
- <https://www.infobae.com/colombia/2024/08/23/chaleco-chaqueta-cinta-o-maleta-reflectiva-cual-es-el-correcto-para-que-no-lo-multen/>
- <https://www.revistaturbo.com/motero-seguridad-nuevo-estilo-motociclista>