



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL MARCO DEL COVID 19 DEL PLAN DE ACTIVIDADES DE LA UNIDAD DE EDUCACIÓN VIAL DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES PUNO 2021 - 2022

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. EZZIO ALEJANDRO INQUILLA DE LAS TORRES

Bach. EDWIN CALCINA CHARCA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**

PUNO – PERÚ

2023



NOMBRE DEL TRABAJO

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN E
L MARCO DEL COVID 19 DEL PLAN DE A
CTIVIDADES DE LA UNIDAD DE EDUCACI
ÓN VIAL DE LA DIRECCIÓN REGIONAL D
E TRANSPORTES Y COMUNICACIONES P
UNO 2021 - 2022**

AUTOR

**EZZIO ALEJANDRO INQUILLA DE LAS TO
RRES EDWIN CALCINA CHARCA**

RECuento DE PALABRAS

33428 Words

RECuento DE CARACTERES

188119 Characters

RECuento DE PÁGINAS

182 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.2MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 17, 2023 5:51 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 17, 2023 5:53 AM GMT-5

● 8% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)


.....
Dr. Javier Elías Mamani Gamarra
DOCENTE


.....
Dra. Yudit Mamani
COORDINADORA Investigación en UCCS-UNAP

Resumen



DEDICATORIA

A mis mejores mentores, a mi padre, Néstor Inquilla Calsín, a mis segundos padres, David Quilla Luque y Nieves Inquilla Calsín, por su apoyo incondicional e invaluable, finalmente dedico este logro a mis primos hermanos, Abel, Deyby y Lenin, y a mi novia Maricielo, quienes con sus acciones y logros académicos me han motivado a concluir mis estudios.

Ezzio Alejandro



DEDICATORIA

De manera especial a mis padres José Calcina Quizana y Melicia Charca Betancur, quienes contribuyeron en mi vida, dándome los mejores consejos, guiándome y haciéndome una persona de bien, en ellos tengo el espejo en el cual me quiero reflejar pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevaron a admirarlos cada día más. Con todo mi amor y afecto se los dedico a ellos.

Edwin



AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional del Altiplano por ser participe en la formación académica en sus prestigiosas instalaciones, a la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social, a los docentes de esta prestigiosa carrera profesional, y en especial consideración al Lic. Fermín Edgar Gómez Pineda, al Lic. Marco Alí Flores Chipana, a nuestro asesor, D.Sc. Javier Elías Mamani Gamarra, al D.Sc. Walker Ernesto Aragón Cruz, al Lic. Dulio Cesar Palomino Asqui, a la M.Sc. María Bobadilla Quispe, que a través de sus saberes y conocimientos impartidos hacia nuestra persona contribuyeron a nuestra formación académica y profesional.

Ezzio Alejandro y Edwin.



INDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

INDICE GENERAL

INDICE DE FIGURAS

INDICE DE TABLAS

RESUMEN 12

ABSTRACT..... 13

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 16

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 20

1.2.1. Problema general..... 20

1.2.2. Problemas específicos 20

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN 20

1.3.1. Hipótesis general 20

1.3.2. Hipótesis específica..... 21

1.4. JUSTIFICACIÓN 21

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 23

1.5.1. Objetivo general 23

1.5.2. Objetivos específicos..... 23

CAPITULO II

REVISIÓN LITERARIA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN..... 24

2.1.1. Nivel internacional 24



2.1.2. Nivel nacional	25
2.1.3. Nivel local	26
2.2. MARCO TEÓRICO	28
2.2.1. Comunicación.....	28
2.2.2. Comunicación para el desarrollo.....	29
2.2.3. Estrategias de comunicación	31
2.2.4. Estrategias de participación.....	32
2.2.5. La participación en diferentes contextos sociales	32
2.2.6. Estrategias de motivación	37
2.2.7. El proceso de la motivación	39
2.2.8. El lenguaje motivacional	41
2.2.9. Estrategias de capacitación.....	43
2.2.10. El proceso de capacitación	44
2.2.11. Planeación de la capacitación.....	45
2.2.12. Beneficios de la capacitación	48
2.2.13. Estrategias de información	49
2.2.14. Habilidades de información	52
2.2.15. Educación y seguridad vial	56
2.2.16. Importancia de la educación en seguridad vial	60
2.2.17. Elementos de la circulación vial.....	66
2.2.18. Pandemia	73
2.2.19. Comunicación y pandemia	76
2.3. MARCO CONCEPTUAL	78
2.3.1. Comunicación.....	78
2.3.2. Comunicación para el desarrollo.....	78



2.3.3. Comunicación para el cambio social.....	79
2.3.4. Estrategias de comunicación	80
2.3.5. Plan de comunicación.....	80
2.3.6. Plan de actividades	81
2.3.7. Pandemia	81
2.3.8. Covid 19	82
2.3.9. Crisis sanitaria en el Perú	82
2.3.10. Comunicación y pandemia	83
2.3.11. Estrategia de participación	83
2.3.12. Medios utilizados durante la estrategia de Participación:	84
2.3.13. Estrategia de motivación	85
2.3.14. Estrategia de capacitación	87
2.3.15. Estrategia de información.....	90
2.3.16. Redes sociales	93
2.3.17. Educación vial.....	93
2.3.18. Seguridad vial.....	94

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. AMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.....	96
3.2. RESEÑA HISTÓRICA	96
3.3. PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO	98
3.4. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	99
3.5. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN.....	99
3.6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	100
3.6.1. No experimental	100



3.7. DIMENSIONES DE LA INVESTIGACIÓN	100
3.7.1. Población.....	101
3.7.2. Muestra.....	101
3.8. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	102
3.8.1. Técnica	102
3.8.2. Análisis de documentos y contenido:.....	102
3.8.3. Instrumento.....	102
3.8.4. Ficha de análisis de contenido.....	103
3.8.5. Variables.....	103
CAPITULO IV	
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1. RESULTADOS	105
4.1.1. Análisis e interpretación de la estrategia de participación	106
4.1.2. Análisis e interpretación de la estrategia de motivación	115
4.1.3. Análisis e interpretación de la estrategia de capacitación	121
4.1.4. Análisis e interpretación de la estrategia de información	127
V. CONCLUSIONES.....	131
VI. RECOMENDACIONES	133
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	135
ANEXOS.....	149

Área : Comunicación Para el Desarrollo

Tema : Estrategias de comunicación en el marco del Covid 19 de Plan de Actividades de la Unidad de Educación Vial

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 20 de octubre del 2023



INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo simple del proceso de motivación.....	41
Figura 2. Técnicas y métodos de capacitación	47
Figura 3. La programación de la capacitación.....	47
Figura 4. Tipos de cambios del comportamiento en razón de la capacitación	48
Figura 5. Cultura Vial	60
Figura 6. Las normas de tránsito regulan los elementos de la circulación vial - elementos de la circulación vial.	67



INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Establecer actividades en el contexto del reordenamiento vehicular.	106
Tabla 2. Brindar instrucciones y lineamientos para Formular el Plan Regional de Seguridad Vial, como parte de las funciones de los Consejos Regionales de Seguridad Vial.	109
Tabla 3. Realizar marchas de concientización y sensibilización sobre la importancia de la seguridad vial.	111
Tabla 4. Conocer las funciones del Consejo Regional de Seguridad Vial.	113
Tabla 5. Reducir los puntos en contra de los conductores, además reeducar comportamientos y actitudes de los conductores hacia una cultura de seguridad vial.	115
Tabla 6. Fortalecimiento de las capacidades de conductores y peatones.	117
Tabla 7. Prevenir accidentes de tránsito, anular o disminuir los efectos de los mismos con el objetivo de proteger la vida de los usuarios.	119
Tabla 8. Determina el cambio de actitud de los operadores de transporte, conductores de vehículos particulares y de servicio público y público en general, para mejorar las condiciones de seguridad vial.	121
Tabla 9. Cambio de actitud de los operadores de transporte, conductores de vehículos particulares y de servicio público y público en general, para mejorar las condiciones de seguridad vial.	124
Tabla 10. Difundir, persuadir y Brindar información de la DRTC, concientizar a los conductores y peatones en educación y seguridad vial.	127
Tabla 11. Difundir, persuadir y brindar información de la DRTC, concientizar a los conductores y peatones en educación y seguridad vial.	129



RESUMEN

La presente tesis de investigación tiene como objetivo identificar el uso de estrategias de comunicación en el marco del Covid- 19 del plan de actividades de la Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno 2021 – 2022. La investigación corresponde a una metodología cualitativa con un diseño no experimental, del tipo descriptivo, las técnicas e instrumentos aplicados se emplearon de la siguiente manera: Se utilizó el método cualitativo a través de la recolección de datos y análisis documental. Los resultados de la investigación evidencian la siguiente conclusión: El plan de actividades de la Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones de Puno en el marco del Covid 19, a través de las estrategias de comunicación como son: Participación, Motivación, Capacitación e Información fueron efectivas y eficientes según los datos que se pudo obtener, además se cumplió los objetivos establecidos por la Unidad de Educación vial dentro del plan de actividades 2021- 2022.

Palabras clave: Actividades, Comunicación, Covid-19, Educación Vial, Estrategias.



ABSTRACT

The general objective was to identify the use of communication strategies in the framework of Covid 19 of the "Plan of activities of the Road Education Unit" of the Regional Directorate of Transport and Communications Puno 2021 - 2022. The following methodology was used, the type of research is descriptive in scope and a non-experimental design. The technique used is the data collection method and the instrument is the content analysis form. The study population is constituted by the head of the Road Education Unit office. The main conclusion was that the present thesis research identified the use of communication strategies in the framework of Covid 19 of the "Plan of activities of the Road Education Unit" of the Regional Directorate of Transport and Communications Puno 2021 - 2022, which consists of the following strategies; participation, motivation, training and information, during the period 2021-2022 during the stage of the Covid-19 pandemic, that despite the serious circumstances and health crisis that the country went through, he was able to manage and evade communication barriers and effectively meet the objectives outlined in the Regional Directorate of Transport and Communications Puno, through the office of Road Education Unit internally and externally to its target audience.

Key words: Activities, Communication, Covid-19, Road Education, Strategies.



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

La palabra estrategia se extrae del vocablo griego que significa “estratego” y hace relevancia al término general. Los orígenes de esta palabra se remontan en el campo militar, aportando con atino a la esfera económica y social, a su vez encontró propiedad en diferentes estratos y esferas de la sociedad. Existen extensas definiciones en la literatura, tratando de definir el término de referencia y su extensa diversidad.

Para Arellano, citado por López Viera (2003), señala que las estrategias de comunicación son una secuencia de acciones programadas y planificadas y se emplean a partir de determinados intereses y necesidades, dentro de un espacio de comunicación humana en diferentes tiempos, la estrategia tiene un principio de orden, de intervención, de selección, sobre un acontecimiento suscitado.

Por su parte, López Viera (2003), detalla que la estrategia de comunicación es un proceso que se conduce en un solo horizonte, la voluntad planificada del hombre hacia el posicionamiento de los objetivos generales planteados, lo que permite modificar la realidad del que se partió, sin extraviarse en el camino, sin perder la esencia de los propósitos.

En ese mismo orden de ideas, Berracoli (1998), señala que la estrategia de comunicación está basada en una sucesión de principios estratégicos que aporta y ayuda a mejorar a la organización en el ámbito interno y externo, donde ellos trabajadores realicen sus funciones con calidad, innovación, participación, respeto y desarrollo.

Finalmente, Martínez (2009), determina que una estrategia de comunicación es el camino por la que se prevé aspirar a un concepto comunicacional (mensaje principal)



entre los diversos públicos. Además, se expresa en diversos hechos específicos que definen una disyuntiva general, para obtener el fin y otras alternativas secundarias o alguna contingencia con el propósito de lograr metas.

La presente investigación tiene como propósito diagnosticar y analizar cómo se emplearon las estrategias de comunicación en el marco de la pandemia ocasionada por la crisis del Covid – 19 en el Plan de Actividades de la Oficina de Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno 2021 y 2022.

En el Capítulo I, Se ha orientado en la formulación y planteamiento del problema de la investigación, objetivos, hipótesis y justificación. En la etapa inicial de la investigación se abordó el problema del uso de las estrategias de comunicación en el contexto de la pandemia y la elaboración de los antecedentes como pilar fundamental para la formulación de los objetivos del proyecto.

En el Capítulo II, contiene la parte de la revisión literaria, donde se establecen y presentan antecedentes de investigaciones ligados a lo que se planteó en el proyecto, marco teórico y exposición de conceptos asociados.

En el Capítulo III, en este apartado se describe la aplicación de la metodología de la investigación, incluyendo la reseña histórica de creación de la institución tutelar del transporte, la población, tipo de investigación, método y el enfoque de la investigación, finalmente se detalla las técnicas e instrumentos adoptados.

En el Capítulo IV, en esta sección se muestra los principales resultados obtenidos de la investigación, exposición, análisis y discusión con sustento en base a la literatura, finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones.



1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial la estrategia de comunicación es un elemento clave y fundamental en todos los aspectos de la sociedad, es una herramienta de planificación que previamente ha sido identificado, ayuda a definir la información y el mensaje que se va a transmitir a un público objetivo a través de los canales de comunicación y lograr el impacto deseado. Sin embargo, ante el brote de coronavirus Covid-19 ocurrido a mediados de octubre del 2019 en la provincia de Wuhan en China, traería mayores desafíos a la comunicación. Al respecto, Valero (2022), sostiene que la enfermedad del coronavirus (COVID-19) causó diversos problemas en todo el mundo, el bienestar de los ciudadanos estuvo en grave riesgo, más allá de los desafíos sanitarios, económicos, políticos y sociales, existen desafíos adicionales relacionados con la gestión y distribución de la información.

El 11 de marzo del 2020 se declaró la pandemia mundial por el director de la Organización Mundial de Salud, Tedros Adhanom Ghebreyesus. En consecuencia, a ello, Toda América Latina de manera inmediata tomó sus precauciones, cada país de la región optó por cerrar todas sus fronteras limitando la participación y la comunicación interpersonal tales como: foros internacionales, reuniones, charlas y congresos, y demás trabajos que fueron suspendidos de manera temporal, con el objetivo de frenar el avance del covid-19.

En el Perú el corona virus se hizo presente el 6 de marzo del 2020, procedente de un viajero que llegó de España, dándose así el inicio de los problemas sanitarios del Covid-19, posterior a ello el estado peruano adecuó medidas preventivas para poder frenar y mitigar la enfermedad respiratoria, estableciendo medidas de manera inmediata, el estado de emergencia a nivel nacional se dictó el 15 de marzo del 2020, bajo el Decreto Supremo N° 044-2020-PCM, dispositivo que declara el Estado de Emergencia Nacional



por las graves circunstancias que afectan la vida de la nación. Acontecimiento declarado por el entonces presidente Martín Vizcarra Cornejo. Desde el punto de vista de Maguiña (2020), el Perú no tenía la capacidad de enfrentar una pandemia mundial, sostiene que el sistema hospitalario es deficiente y fragmentado. En esa misma línea y ligado a la comunicación, Arana (2020), menciona que desde la perspectiva de la comunicación en pandemia han surgido muchos aspectos con relación al consumo de la información y comunicación.

A partir de la fecha mencionada la enfermedad respiratoria se extiende por todo el Perú. El COVID-19 se hizo presente en la región de Puno el 7 de abril del 2020, proveniente de un ciudadano procedente de la Región Lima que arribó a la ciudad de Juliaca, tras ello la comunicación interpersonal y actividades presenciales de las instituciones del estado peruano se vieron interrumpidos por la inamovilidad social, tal es el caso de la Oficina de Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno, quienes cumplen un rol importante en la educación y seguridad vial, donde se realizan actividades de sensibilización, información, motivación e insta la ciudadanía a la participación para la prevención de accidentes de tránsito y preservar la vida, actividades que se realizan de manera presencial se vieron suspendidas y afectadas.

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones es el órgano del Poder Ejecutivo que a través de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno, tiene como finalidad responsable del desarrollo de los sistemas de transporte y el bienestar de los ciudadanos, amparados en el Decreto Supremo N° 012-2022-MTC que considera en el artículo 3 de la Ley N° 27181, Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre, prescribe que la acción estatal en materia de transporte y tránsito terrestre se orienta a la satisfacción de necesidades de usuarios y al resguardo de sus condiciones de seguridad y salud, así



como también a la protección del ambiente y la comunidad en conjunto; así mismo el artículo 16 de la Ley, del literal a, manifiesta que el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, es el órgano rector a nivel nacional en materia de transporte y tránsito terrestre.

En ese órgano se encuentra la Oficina de la Unidad de Educación y Seguridad Vial, es una unidad funcional estructurada de la Sub Dirección de Licencias de Conducir que conforma la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno (DRCT-P) encargada de las acciones relacionadas con la educación y seguridad vial para coadyuvar a prevenir los accidentes de tránsito y siniestros vehiculares y tomar medidas preventivas, para ello se emplearon estrategias de comunicación en las actividades de capacitación, información, sensibilización, participación y motivación pese al estado de emergencia sanitario.

En consecuencia, Gutiérrez (2015) menciona que una estrategia de comunicación es una serie continua de actividades planificadas que emplean diferentes técnicas y enfoques de la comunicación. Así mismo, Alguacil (2008) indica que la verdadera estrategia para una participación es a consecuencia de una necesidad, donde estén implicados la mayor cantidad de grupos de personas y que deben estar sujetos para transformar y mejorar sus condiciones de vida y existencia. Mientras que Miralles, Cebollada & Requena (2010), sostienen que la estrategia de participación es crucial para el desarrollo de la humanidad. Existen diversos medios de participación: reuniones, mesas de trabajo, marchas, caminatas entre otros, cuyo propósito es resolver problemas y tomar decisiones correctamente.

En cuanto a estrategia de motivación Maslow (1943), detalla que son necesidades fisiológicas, de pertenencia, de seguridad, de reconocimiento y autorregulación. En esa



misma línea, Lucano (2023), relata que la motivación determina un aspecto esencial en la vida de los seres humanos, es responsable de garantizar que todos tengan objetivos, a través del empleo de diversos canales comunicacionales.

A continuación, Gambetta (2015) detalla que las estrategias de capacitación son un entorno organizado y diseñado cuyo propósito es facilitar el fomento al debate para adquirir nuevos conocimientos que normalmente no son posible adquirirlos y conocerlos en el aula cotidiano. Agregando a lo anterior, López (2011), sostiene que la capacitación es aquel proceso continuo porque, por más capacitado que este un individuo a menudo necesitará de nuevas capacitaciones para mantenerse informado y mejorar su desempeño en sus labores o empleo, a través de recursos y medios de información. Por otro lado, en relación la estrategia de información, Zorrilla (2006), menciona que la información en forma general es un puente entre el individuo y la base de datos, su uso podrá aumentar el conocimiento y habilidades tanto personales como organizacionales.

En conclusión, el empleo de las estrategias de comunicación en proyectos sociales, públicos y privados cumplen un rol activo e indispensable para la toma de decisiones para el desarrollo de las personas, una correcta aplicación de estrategias conlleva al logro de objetivos planteados, para ello la presente investigación fijó la necesidad de establecer e identificar el uso de estrategias de comunicación social, que a pesar de las graves circunstancias ocasionados por la pandemia del COVID-19 el Plan de Actividades del año 2021 – 2022 de la Oficina de Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno, continuó con el uso de estrategias comunicacionales para la ejecución de las actividades en educación y seguridad vial con el objetivo de informar, motivar, sensibilizar, y capacitar, para minimizar los accidentes de tránsito y siniestros vehiculares.



1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cuáles son las estrategias de comunicación en el marco del Covid 19 del “Plan de actividades de la Unidad de Educación Vial” de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno 2021 – 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo se utilizó la estrategia de comunicación de participación en las actividades de educación y seguridad vial?
- ¿Cómo se empleó la estrategia de comunicación de motivación para generar el cambio de actitud de los conductores?
- ¿Cómo se utilizó la estrategia de comunicación de capacitación en peatones y pasajeros?
- ¿Cómo se empleó la estrategia de comunicación de información para minimizar el incremento de los accidentes de tránsito?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis general

Las estrategias de comunicación en el marco del Covid 19 del “Plan de actividades de la unidad de educación vial” de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno 2021 - 2022 se emplearon para realizar actividades en participación, motivación, capacitación e información en educación y seguridad vial, logrando los objetivos y metas planteados.



1.3.2. Hipótesis específica

- La estrategia de comunicación de participación se empleó para informar y educar en las actividades de educación y seguridad vial del plan de trabajo, y fue eficiente, debido a que se tenían reuniones presenciales y virtuales donde hubo interacción y se logró una activa participación de la población meta.
- La estrategia de comunicación de motivación se empleó para sensibilizar e informar en las actividades de educación y seguridad vial del plan de actividades y sirvió para el cambio de actitud de conductores, debido a que se utilizó campañas comunicacionales.
- La estrategia de comunicación de capacitación se adoptó para informar y educar en las actividades de educación y seguridad vial del plan de trabajo en conductores, peatones y pasajeros, fue eficaz porque se recurrió a capacitaciones, charlas, cursos, logrando capacitar a los actores involucrados.
- La estrategia de comunicación de información se empleó para informar, educar y minimizar el incremento de los accidentes de tránsito el cual fue eficaz porque se utilizaron diferentes medios de comunicación como televisivo, radial, escrito y medios virtuales, y se logró educar, orientar de manera oportuna a los participantes.

1.4. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, el uso de las estrategias de comunicación tiene un alto grado de importancia y es un pilar fundamental para las instituciones públicas, privadas y



organizaciones sociales. El uso adecuado de este recurso comunicacional será determinante para el logro de los objetivos comunicacionales planteados. Por lo tanto, resulta de especial interés realizar un estudio que permita examinar y conocer a detalle la aplicación correcta de las estrategias de la comunicación, de participación, motivación, capacitación e información, para contribuir en el desarrollo educativo de la ciudadanía en el plan de actividades 2021 – 2022 de la Oficina de Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno.

La comunicación es imprescindible a nivel global, es el cambio de la información entre las relaciones humanas, es de carácter social que interpreta actitudes, interpreta el comportamiento del ser humano y la organización, para ello las estrategias de comunicación cumplen un rol muy activo en las relaciones interpersonales de la comunidad, Según Rodríguez (2018), significa determinar objetivos e identificar los mecanismos para alcanzar las metas trazadas que establezca prioridades donde la participación sea más activa como mecanismo de táctica y lograr consensos y exista un cambio social para el desarrollo.

Agregando a lo anterior, la comunicación para el desarrollo cumple un rol activo en el ámbito de la comunicación, debe ser comprendida como agente de creación incluyente que permita una participación grupal y subjetiva entre la población, que aceptan ser parte del cambio, además la comunicación para el desarrollo se orienta en los sentimientos de la persona para fortalecer su identidad a través de las estrategias de información, participación, motivación y capacitación, estrategias de comunicación que fueron tratados e incluidos en este proyecto de tesis.



Finalmente, desde una perspectiva académica se espera que esta investigación de grado aporte a nuevas investigaciones cuantitativas experimentales en estrategias de comunicación tomando en cuenta este proyecto como referencia.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

Identificar el uso de las estrategias de comunicación en el marco del Covid 19 del “Plan de actividades de la Unidad de Educación Vial” de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno 2021 – 2022.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar cómo se utilizó la estrategia de comunicación de participación en las actividades de educación y seguridad vial del plan de trabajo.
- Determinar cómo se empleó la estrategia de comunicación de motivación para generar el cambio de actitud de los conductores.
- Identificar cómo se usó la estrategia de comunicación de capacitación en peatones y pasajeros.
- Identificar cómo se empleó la estrategia de comunicación de información para minimizar el incremento de los accidentes de tránsito.



CAPITULO II

REVISIÓN LITERARIA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Nivel internacional

Según Casino (2022), Señala en su investigación, Comunicación en tiempos de la pandemia: información, desinformación y lecciones provisionales de la crisis del coronavirus, se consideró como objetivo caracterizar la infodemia que está ligada a la pandemia del Covid-19 y el análisis se realiza en España, donde el consumo y acceso a las fuentes de información, la credibilidad en sus fuentes de información, el papel de los medios de comunicación y la comunicación de estado de España, así como discutir las diferentes lecciones de comunicación provisionales y que a partir de los análisis de esta pandemia y otras acaecidas en el mundo.

Cuyo método utilizado fue recabar información bibliográfica en pubMet y Scopus lo cuales fueron revisados con estrictos criterios u objetivos en español. obteniendo los siguientes resultados la siguiente información: el coronavirus trajo caos y debilidad en la información real y verídica que afectó a gran parte de la población. en España la información se trasladó a los medios tradicionales y las redes sociales de comunicación de mensajería instantánea como es el WhatsApp, esos medios ayudaron a entender a la enfermedad mediante la información, y estas fueron valoradas relativamente, así estas inspiran incredulidad en países occidentales para ello el autor analizó la comunicación que existe en el gobierno español y esta mostró deficiencias tras la masificación de mensajes al inicio de la



pandemia, que fueron muy sedativos, el autor menciona que a ello se sumó la falta de transparencia y exceso de información y como conclusión que la dificultad de la información ligado al coronavirus es incompleto e insignificativo, no obstante el riesgo a la salud está extenso a diferentes evaluaciones, es posible obtener más lecciones. Entonces las dificultades de la manifestación de la desinformación exhortan tener en cuenta la infodemiología como parte de la disciplina científica y homologar la propagación de la desinformación como si se tratara de la enfermedad del coronavirus.

Para Crespo y Garrido (2020), en su artículo de investigación denominado, estrategias de Comunicación de crisis, afirman que el coronavirus es catalogado como una total crisis de salud pública de gran escala, que sumió a toda la población mundial. La investigación tiene como objetivo aproximarse a la comunicación de crisis del Covid-19 y busca características de cada una de las fases para llegar a un consenso para lo cual es importante lo que se va a comunicar y cómo se va a comunicar, para ello considera importante la portavocía de gobierno y opositores.

2.1.2. Nivel nacional

En tanto Ruiz (2020), menciona en su trabajo de investigación denominado, estrategias de comunicación para el programa “Justicia terapéutica con enfoque restaurativo” en tiempos de COVID-19. Afirma que el coronavirus y el encierro de la cuarentena generaron grandes cambios en cómo se encamina la sociedad. en ese contexto actual de grandes desafíos cómo se adaptan las personas y organizaciones, para enfrentar los cambios que ha propiciado el Covid-19, considerando a esto un ejemplo de tenacidad para promover el bien común de la



sociedad, y este documento trata y presenta el caso de una implementación a un programa titulado “Justicia Terapéutica con Enfoque Restaurativo”. el cual propone distintas estrategias de comunicación para impulsar en los procesos de injerencia de los beneficiarios del programa.

Según Collan, Risco (2021), en el estudio “estrategias de comunicación y gestión pública en tiempos de cOvid-19 durante el periodo de marzo-junio 2020” aseveran que la meta inicial de la realización del proyecto de estudio fue aclarar qué relación existe entre las estrategias de comunicación política y la estrategia de comunicación de gestión pública en el marco de la emergencia sanitaria, esclarecer diligentemente el efecto de las estrategias de comunicación en materia de económica y sanitaria, además de determinar el grado de aceptación de las estrategias comunicacionales de la población de las medidas adoptadas por el gobierno del presidente Martín Vizcarra Cornejo en el periodo inicial de la pandemia en el Perú.

2.1.3. Nivel local

Reyes, J. (2022), en su proyecto de investigación de tesis, titulado “Estrategias comunicacionales en la selección de participantes del Programa Lurawi Perú en la Municipalidad Distrital de Pucará en el año 2022”. Indica que la investigación inicia con el objetivo de determinar las estrategias comunicacionales utilizadas en la selección de participantes del programa Lurawi Perú en la Municipalidad Distrital de Pucará en el año 2022, la metodología aplicada es de diseño descriptivo de tipo no experimental de corte transversal, la unidad de análisis fueron los participantes del programa Lurawi Perú, la muestra estuvo conformada por 128 trabajadores, para la recolección de datos se utilizó la



encuesta la cual constó de 16 ítems validados por jurados expertos en el tema, la investigación presentó una confiabilidad según alfa de Cronbach de 0.701 la cual recae en una confiabilidad moderada, los principales resultados muestran que las estrategias de comunicación gráficas son las usadas por la municipalidad de Pucará la cual tiene un nivel de uso alto con una frecuencia de 91 que representa el 71.1%, por lo que se concluye que, la municipalidad de Pucará utiliza tres modalidades como estrategias comunicacionales, pero es la estrategia de comunicación gráfica como son los afiches y volantes lo que más resalta, según los participantes de dicho programa resaltan que este medio de comunicación es una fortaleza para la comuna local.

Para Sosa Gutiérrez, G. (2015) en su investigación de tesis, titulada "Diseño de estrategias comunicacionales que utiliza la oficina de educación y de seguridad vial, de la dirección de circulación terrestre de la DRTC-Puno 2014", menciona que el planteamiento del problema es el diseño estratégico comunicacional, en la elaboración de materiales gráficos, trípticos y afiches, cuyo objetivo es educar a los peatones y conductores de vehículos motorizados y público en general de la región de Puno, el objetivo de la investigación es identificar los diseños de estrategia de comunicación que se empleó en la Oficina de Educación y Seguridad Vial, así mismo analizar de manera específica, el uso de las estrategias de comunicación en los materiales gráficos como, mensajes descriptivos, mensajes informativos y el uso de fotos y dibujos diseñados en los materiales gráficos. En cuanto a la hipótesis planteada del diseño del material gráfico de afiche con relación a las señales de tránsito; los colores empleados en diferentes ilustraciones de dibujo, analizar su uso, el diseño y la cantidad de uso de colores en los diferentes dibujos, el diseño de estrategias de comunicación



empleados en los materiales gráficos de; trípticos y sus tipos de diseño iconográfico cuyo propósito es concientizar a los transeúntes y conductores, basándose en el contenido del material gráfico y no en la forma y fondo de los colores que se aplicaron el cual los convierte en un material no llamativo, además las estrategia que se aplicó en el diseño de cada material iconográfico que fue aplicado de manera uniforme en el material a examinar con diversos contenidos, fotos, color, dibujo, contorno y texto, cuyo resultado que se determinó es poco atractivo. Por lo tanto, el diseño de las estrategias comunicacionales en educación y seguridad vial, de la Oficina de Educación y Seguridad vial, de la Dirección de Circulación Terrestre, no buscó un soporte para generar conciencia en los usuarios, y en el recurso informativo de tríptico solo se empleó el uso de texto.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Comunicación

La comunicación es imprescindible para las relaciones humanas, es el cambio de la información entre uno o más personas en donde puedan entenderse, según Chiavenato (2006), la comunicación es el intercambio de la información entre la colectividad o personas, significa hacer común un mensaje o información. Constituye uno de los procesos de mayor relevancia en lo cotidiano de la humanidad y grupos sociales.

En ese contexto Lomonosov (1989), menciona que: La comunicación es todo un desarrollo de la interrelación social por empleo de símbolos y códigos de mensajes que involucra ampliamente la conducta de un individuo y esta se estimula por la conducta de otro individuo. La comunicación puede ser verbal, no verbal, grupal o intergrupala.



Para Lamb, Hair y McDaniel (2006), sostienen que: “La Comunicación es “el método por el cual las personas intercambian, comparten e interpretan significados a través de un conjunto de símbolos”

Shannon y Weaver (1949), señalan a la comunicación como un proceso lineal, la comunicación consiste reproducir en un determinado lugar, sea precisa o aproximadamente, un mensaje seleccionado en otro lugar o punto. Con frecuencia el mensaje tiene una interpretación, un significado lo cual consideran que está relacionado a un sistema, con determinadas entidades físicas o conceptuales cuyo aporte es a la Teoría Matemática de la Comunicación.

Por su parte Hervás (1998), señala que la comunicación es como un proceso donde las personas transmiten un mensaje a otra u otras, mensajes diversos cuyo signo es empleado de manera intencional que es entendido por ambas partes y que puede producir efectos.

2.2.2. Comunicación para el desarrollo

Según Salazar (2006), en relación a la comunicación para el desarrollo, sostiene que para que exista un cambio social, un comunicador tiene que ser parte de la reflexión perseverante respecto a nuevos usos de medios y el manejo de códigos con el propósito de llegar a un consenso con las demás identidades que en algunos casos algunos grupos no tienen participación porque son excluidas.

Para Alfaro (1993), indica que la comunicación para el desarrollo debe ser entendida como creación incluyente con una participación grupal y subjetiva entre la población que aceptan la construcción de orientación en la sociedad, que va más allá de lo que se podría considerar, el uso masivo de medios tecnológicos para emitir información. Entonces la comunicación para el desarrollo se basa en los



sentimientos de la persona que fortalece su identidad a causa de los usos de estrategias de información y participación.

En esa línea, Sáenz (2010), manifiestan que la comunicación para el desarrollo, analiza, planea modelos y políticas de la comunicación pública, es denominado una investigación aplicada, cuyo objetivo es el cambio social a través de sistemas de información y comunicación. Además de recursos tecnológicos, las culturas locales populares, socializan e identifican grupos y colectivos.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, s.f) afirma que la comunicación para el desarrollo es un proceso comunicativo que va orientado a lograr metas en base al diálogo y una activa participación, además facilita el intercambio de dogmas y puede maximizar el impacto y la toma de decisiones será sólida. En ese sentido la Communication for Rural Development (2014), también señala que la comunicación para el desarrollo se basa en métodos y herramientas de la comunicación para dar soporte a las necesidades de información y conocimiento de los agentes rurales y facilitando su activa participación para su desarrollo.

Finalmente, Schutz (1946), manifiesta que el comunicador social tiene una gran responsabilidad de participar en la formación e información verídica a las personas, bajo una participación responsable para que las personas tengan un mayor control sobre sus propias decisiones y empoderar su participación en el ámbito público y social. Manifiesta también que es la acción de una gestión comunitaria del lugar que también se apoyan.



2.2.3. Estrategias de comunicación

Según Arellano (1998), es una combinación de conocimientos filosóficos y de la actitud o comportamiento humano tanto personales como profesionales cuya importancia para la cultura de las organizaciones en el presente y futuro. Además, señala que la estrategia de comunicación es coordinar de manera íntegra los recursos para lograr algún objetivo planteado, pero una planificación no solo debe verse como un conjunto de métodos y conceptos que pueden ser adoctrinados y adquiridos a través de la habilidad de los individuos.

Para Rodríguez (2018), Estrategias de comunicación, Significa determinar objetivos e identificar los medios para alcanzar el objetivo planificado. Lo cual implica acoger una aproximación que tenga aceptable evidencia, con visión notable, estableciendo prioridades, objetivos, dirección y tácticas para lograr un consenso. Dicha forma de comunicación estratégica es mucho más que esparcir información; es más bien la participación activa de los grupos y actores de interés con idea propia. Estos aseguran dos flujos de la comunicación dirigidos a factores humanos tales como el sociológico, psicológico, cultura, política y del comportamiento, con el propósito de construir aprobación del tema.

Además, López (2003), indica que la estrategia lleva un principio de orden, selección e intervención sobre algún acontecimiento suscitado, por lo tanto, una estrategia de comunicación es todo un mecanismo de acciones que previamente fueron programadas y planeadas que se llevará a cabo sobre alguna necesidad.

En ese sentido, Scheinsohn y Saroka (2009), comprende a la comunicación estratégica como la interactividad en grupo cuya tarea es abordar una situación o proyección, además de ser una tarea multidisciplinaria cuyo objetivo es trabajar



con una empresa bajo una proyección específica con nivel: estratégico, logístico, táctico y técnico.

Finalmente, Pérez (2008), aduce que la comunicación estratégica es un pilar para alcanzar a su máximo esplendor la comunicación y de esa manera repercutir en los resultados, además hace referencia a una cualidad muy particular de otras comunicaciones que distinguen unas de otras, que aun siendo comunicacionales carecen de distintivo que puedan ser denominadas como estratégicas. Además, Pérez señala que la interacción simbólica de la comunicación se puede denominar estratégica cuando participan varios jugadores que toman decisiones y hay un objetivo o intencionalidad.

2.2.4. Estrategias de participación

Para García (1980), en su artículo “Las estrategias de participación en América Latina. Nueva sociedad” manifiesta que la participación es entendida como una mediación entre el proceso de decisión y el poder, que tiene la capacidad de intervenir directamente y participar en las tomas de decisiones que orienta el camino de una población. La participación se encuentra en diferentes situaciones sociales, tanto en discurso y práctica de organizaciones de distintas dimensiones como el de los sucesos históricos: políticos, administrativos, instituciones religiosas, económicos, tecnología, ciencia y familiares.

2.2.5. La participación en diferentes contextos sociales

García (1980), en la plática y práctica de grupos a fines políticos, masas sociales, el término participación hace referencia a todo un mecanismo de pasos y procedimientos de toma de decisiones, en la actualidad en América Latina en gran parte de la sociedad existe desigualdad en aspectos como el desarrollo técnico,



bajo desarrollo científico, niveles de industrialización inferiores, y una brecha enorme y diferente en la composición de la estructura social, entonces no sería posible pensar que la aplicación de la participación en toma de decisiones tenga el mismo efecto que la teoría.

Rovirosa, Cardelli y Antonio (1990), sostienen que la participación es todo un proceso de desarrollo de la conciencia crítica, la participación no es automática, es necesario un aprendizaje para incrementar la aptitud de los partícipes para posteriormente analizarlas e influir en otros. En esa línea, Werthein y Argumedo (1984), indican que la participación implica participar en las decisiones que ocurren o afectan en la vida diaria y que es todo un proceso de cambio para mejorar la calidad de vida de las personas siendo ellos los mismos protagonistas del cambio. Finalmente, Díaz (1982), indica que la participación es una necesidad humana y un derecho inalienable de las personas.

- La participación puede resolver problemas, pero también los podría ocasionar, puesto que no es ajena a la oposición, a una estructura de poder.
- La participación no es de carácter indispensable en algunas situaciones, no es una solución a todo.

Además, Rovirosa, Cardelli y Antonio (1990) agregan que existen otras necesidades asociadas a la participación, y son de carácter importante para que la sociedad pueda desarrollarse correctamente con responsabilidad, conciencia y libertad.

- Autovaloración de uno mismo y al grupo al cual pertenece



- Capacidad reflexiva acerca de todas las características de los acontecimientos suscitados, tales como hechos, causas, consecuencias.
- Capacidad de crear y recrear, convivencia social, organización social para coadyuvar a mejorar obstáculos.

En la realidad la participación no es algo inamovible o fijo: es todo un procedimiento en donde el participante puede aspirar a tener grados de injerencia en el transcurso de desarrollo, bajo ese criterio Geilfus (2000), da a conocer a lo que él denomina la “escalera de la participación” de cómo una persona, grupo o colectivo puede aspirar gradualmente de beneficiario a ser partícipe de su propio autodesarrollo.

- **Pasividad:** las personas solo son partícipes cuando se les informa, no tienen injerencia en cambios o toma de decisiones.
- **Suministro de información:** Los asistentes al evento aportan respondiendo encuestas o entrevistas, pero no tiene influencia en la distribución de estos resultados de información.
- **Participación por consulta:** Las personas son interrogadas por involucrados externos que recaban sus opiniones, pero no tienen incidencia en las decisiones obtenidas a consecuencia de la consulta.
- **Participación por incentivos:** en este aspecto de la misma manera que las anteriores los participantes no tienen incidencia en la toma de decisiones sin embargo pueden participar proveyendo trabajo a cambio de beneficios tangibles e intangibles como las capacitaciones.



- **Participación Funcional:** en este aspecto a las personas se les considera, se les monitorea en el ajuste de actividades, pero no tienen participación sobre la formulación del trabajo, pero pueden ser miembros de grupos de trabajos cuya finalidad será responder a objetivos del proyecto.
- **Participación interactiva:** los participantes organizados en grupo tienen injerencia en la formulación, implementación y evaluación de proyectos, ello implica acceso a la enseñanza y aprendizaje de manera sistemática y estructurada y que posteriormente podrá tomar control de manera escalonada el proyecto.
- **Autodesarrollo:** Las organizaciones toman medidas de manera inmediata sin intervención de agentes externos a ellos, la ejecución de proyectos y toma de decisiones lo realizan como socios.

2.2.5.1. La participación tiene 3 aspectos

- Formar parte, ser integrante
- Tener parte, asumir un papel
- Tomar parte, influir e interferir en el proceso.

La participación tiene 3 niveles

Según Burín, Karl, Luis (1998), afirman que la participación es todo un proceso social que depende de ejercicios continuos de derechos y responsabilidades, por lo tanto, cada uno debe asumir en función del propio interés de los involucrados, además siendo la participación algo



complejo y que debe ser minuciosamente analizada teniendo en cuenta a los participantes y distinguiéndolos según grados y niveles.

Información: debe ser clasificada y de calidad, quien asuma ese rol deberá evaluar la información que maneja. La comunicación debe ser elocuente, entendible debe existir un correcto feedback de experiencias y conocimientos y evitar conflictos.

Se puede participar:

- Recopilando
- Suministrando
- Elaborando información
- Informándose
- Comunicando la información

Opinión: se asemeja a algo mucho más complejo y el nivel de la participación es mayor que la informativa. El propósito de la opinión podría modificar resultados o acciones, la opinión está asociada a la información y alimentará la certeza de los riesgos.

Se puede participar:

- Manifestando opiniones o sugerencias
- Ser partícipe en los debates
- Analizar las consecuencias de la decisión
- Evaluar a los representantes



- Planificar

Toma de decisiones: la recolección de la opinión es fundamental, en un grupo focal todos los participantes deben de dar su opinión y deben ser procesadas, caso contrario generaría problemas en cuanto a la toma de decisión, quienes no fueron partícipes se vuelven críticos, para ello es necesario una oportuna información y reconocimiento acuerdos, discrepancias y realizar una correcta toma de decisión, en ese sentido Burin, Karl, Luis (1998) mencionan lo siguiente:

Se puede participar:

- Eligiendo nuevos representantes o renovarlos cada cierto tiempo
- Permitir que otros asuman responsabilidades
- Conformar equipos de trabajo
- Delegar funciones
- Tomar decisiones con autonomía
- Cada nivel implica un grado diferente de compromiso.

2.2.6. Estrategias de motivación

La Real Academia Española (RAE), señala a la motivación como acción y efecto de motivar, así como grupo de factores internos y externos que establece las conductas y acciones de las personas. En ese sentido para Anders (2019), proviene del término latín *motivus* que significa movimiento y el sufijo *-ción* hace referencia a la causa y efecto, por lo tanto, se percibe como un movimiento que provoca impacto.



Para Beltrán (1993), Define a la motivación como el proceso de la conducta y que expresa la propia orientación de una actividad en base a sus objetivos. La motivación es un proceso personal que influirá en la toma de decisiones a través del aprendizaje.

En ese mismo orden de ideas, Chiavenato (2009), indica que la motivación es un proceso psicológico de carácter básico, que trabaja con la percepción, personalidad, actitudes y el proceso del aprendizaje, que es uno de los elementos indispensables para entender el comportamiento humano. La motivación es intangible.

Así mismo menciona una serie de conclusiones iniciales con relación a la motivación:

- Existen varias teorías que dan conocer y resaltan distintos aciertos acerca de la motivación.
- El comportamiento de las personas y su buen desempeño, está relacionado muy de cerca con la motivación.
- Las metas y objetivos dependen mucho de la motivación.
- Factores propios de las personas como fisiológicas, psicológicas y ambientales son determinantes para exponer acerca de la motivación.

Sampieri (2008), menciona que las estrategias de motivación podrían determinarse como acciones planificadas para que en el proceso de aprendizaje se logre objetivos, la enseñanza debe ser exitoso, con el propósito principal de motivar a los estudiantes.



En ese mismo contexto, Valenzuela, Muñoz, y Montoya (2018), en el siguiente artículo de investigación denominado, Estrategias motivacionales efectivas en profesores en formación, declaran que las estrategias de motivación son entendidas como un parte fundamental del aprendizaje que favorece al estudiante en cuestiones académicas y no solo en ello sino también a nivel personal y profesional para posteriormente tener una mejor calidad de vida.

Finalmente, Robbins y Judge (2009), aclaran que las motivaciones, la persistencia, dirección, intensidad, influyen en los procesos que realiza una persona para alcanzar sus objetivos. No es la intensidad la causa de lograr objetivos cuando se habla de intensidad, salvo que esa intensidad sea canalizada en una dirección el cual tenga por objeto beneficiar a la organización, las personas motivadas se sitúan en un campo de trabajo lo suficiente para obtener resultados en base a sus objetivos.

Es de considerar que, tras la revisión de los autores con relación a las estrategias de motivación como parte de las estrategias de la comunicación, son esenciales en la adquisición de nuevos conocimientos. Una actitud con preponderancia en uno mismo sostiene y emprende al sujeto a mantener sus ideales firmes, que lo conlleva a mantener ciertos hábitos de buena conducta, una conducta de motivación positiva supone un beneficio.

2.2.7. El proceso de la motivación

Padovan (2020), indica que la motivación es intuitiva y que se puede agregar en cualquier tema, la motivación es necesaria. Su importancia radica desde la perspectiva cíclica, tiene todo un orden de pasos que los compone y son esenciales, básicos y entendibles.



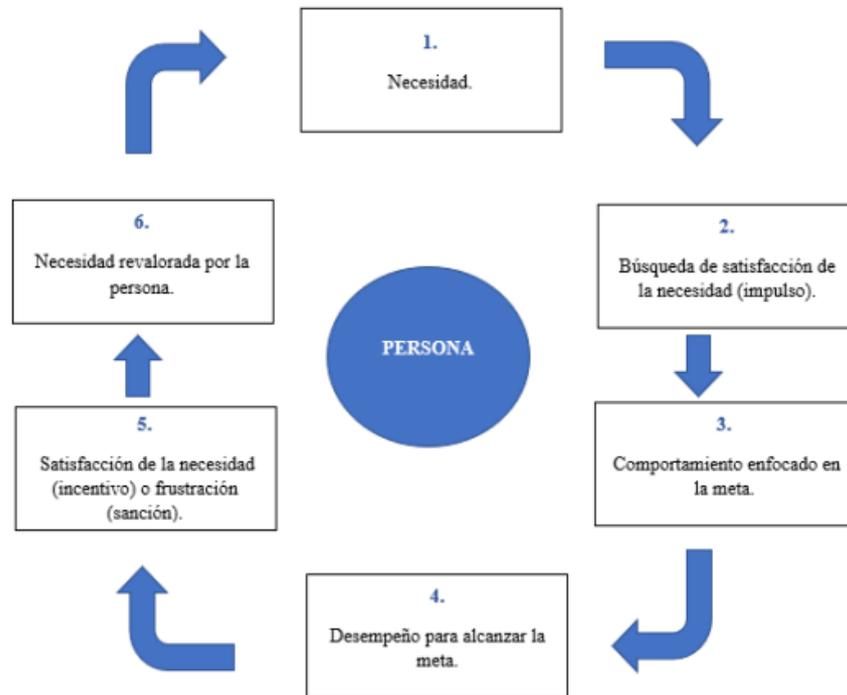
Menciona que es necesario aclarar que durante un escenario se comentan las necesidades y escasez hace mención a una amplia aparición de elementos, puede ser una necesidad de justicia, preocupación por expectativas altas o bajas de un resultado o el simple hecho de parecer hambre, partiendo desde cualquier deseo de un individuo o colectivo que le cause malestar.

Proceso de motivación desarrollado por Chiavenato (2012), explica lo siguiente:

- Las necesidades y carencias generan problemas en una persona, como la tensión e incomodidad, lo que genera que el individuo busque la forma de minimizar la presión.
- El impulso conlleva a un comportamiento enfocado para conseguir una meta para satisfacer una necesidad o carencia.
- La frustración y conflicto surge cuando una persona no logra alcanzar sus objetivos, y para evitar ese problema un individuo debe y alcanzará la motivación a través de un proceso de motivación y podrá lograr satisfactoriamente sus objetivos propuestos, la satisfacción elimina o reduce la falta.
- La evaluación del desempeño determina una recompensa en caso de ser exitoso o una sanción en caso contrario.
- Se inicia una nueva etapa, para un nuevo proceso de motivación a la persona involucrada.

Figura 1.

Modelo simple del proceso de motivación



Fuente: Chiavenato, “Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones”, 2009, p.239.

2.2.8. El lenguaje motivacional

Sullivan (1988), señala que toda relación interpersonal donde los partícipes son el líder y los subordinados se basa en principio al tipo de comunicación del que este líder emplea. El subordinado tendrá claro sus propósitos post motivación, su presencia y responsabilidad en relación al campo que ocupa en una organización. el subordinado percibe ser apoyado e identificado con el líder de grupo. Para ello es necesario conocer que el conocimiento, dirección y empatía son herramientas indispensables y valiosas que el líder debe tener en consideración y tener la disponibilidad de emplear esos recursos para



crear un ambiente con clima laboral armonioso para desarrollar las habilidades de subordinado y metas que la organización ha planteado.

Para Binyamin & Brender- Ilan (2017) una herramienta de comunicación y motivación de liderazgo es el lenguaje motivacional, el cual está emparentado con la psicología de manera directa o indirecta.

En consideración al lenguaje motivacional tiene 3 tipos de discurso, Sullivan (1988) explica los tipos:

- Locutivo; aporta en el empleado a construir en el trabajo una visión con coherencia y significado
- Ilocutivo; existe una visión común y esto sucede cuando el líder o encargado entabla una conversación mucho más profunda, donde da a conocer su vida interna y genera lazos más íntimos al mostrar consideración por todos.
- Perlocutivo; Significa cuando una persona aumenta el nivel de conocimiento de la otra persona, esto porque previamente la otra persona ha sido capacitada tras recibir información.
- En apoyo a lo anteriormente expuesto acerca de los 3 discursos Mayfield, Mayfield & Kopf (1995), definen su propia postura de 3 dimensiones para construir el lenguaje motivacional:
- Lenguaje locucionario o de significado; cuando la cultura organizacional, las reglas y funciones son explicadas por el encargado, puede ser el mismo jefe de la organización o un líder.



- Lenguaje ilocucionario; es una definición más empática, una expresión de humanidad cuando un líder está predispuesto a compartir sentimientos u emociones con los miembros de la organización, esto genera mayor confiabilidad entre los subordinados.
- Lenguaje perlocucionario; es cuando el líder hace remembranza de las promesas de la organización con la finalidad de motivar y reducir incertidumbre.

2.2.9. Estrategias de capacitación

Diversos autores definen el término “capacitación” desde distintos ángulos y posiciones, pero en gran mayoría coinciden que es un proceso de enseñanza y aprendizaje y es un elemento sustancial en los procesos que dan para propiciar un desempeño adecuado y que tienen importantes efectos sociales de los involucrados en una organización.

Aquino (1997), manifiesta que el objetivo de la capacitación es proporcionar herramientas al trabajador y perfeccionar sus competencias en su centro de trabajo. En ese sentido Gary (1998) admite que es un proceso de enseñanza que proporciona nuevos conocimientos y fortalece los conocimientos ya adquiridos, para desempeñar eficientemente su trabajo.

En tal sentido Chiavenato (2017), el fundamento teórico de capacitación es un proceso de educación sistemático y organizado y es de corto plazo por el cual un individuo aprende y en función a sus objetivos las personas desarrollan sus destrezas. La capacitación comprende temas específicos a un área en particular, desarrolla actitudes frente a las características de la organización de labores para el entendimiento en común, desarrollando destrezas y habilidades.



Finalmente, según Alles (2012), la capacitación debe ser un espacio de transmisión de conocimientos, habilidades planificadas, organizadas y que sean evaluables. Además, se entiende como la forma de un curso, que puede abordarse de manera virtual o presencial determinando horas y fechas.

Con fundamento de los autores citados anteriormente la capacitación se entiende como un proceso planificado y concretado bajo objetivos desarrollados por profesionales capacitados, con el propósito de dar soporte y mejora de habilidades para un desempeño acertado. Dessler (2015), añade que la capacitación significa otorgar nuevas o antiguas habilidades a los empleados para que puedan desempeñar con más esmero su trabajo.

2.2.10. El proceso de capacitación

Según Dessler (2015), la capacitación cuenta con 5 etapas y debe iniciar después de la inducción a la organización.

- Se debe analizar de manera minuciosa las necesidades existentes de capacitación.
- Crear un programa general de capacitación.
- Desarrollo de curso, mantener orden y crear los recursos necesarios para la capacitación.
- Ejecutar el programa al momento de capacitar a un grupo de personas o empleados, usando los recursos de comunicación de forma virtual o in situ.
- Analizar los resultados del curso.



Es importante considerar las características y etapas de análisis de necesidades de capacitación;

- Es necesario analizar que las capacitaciones necesitan estrategias, tales como la creatividad, desarrollo de los colaboradores.
- Evaluar constantemente las necesidades de la actualidad en el ámbito de la capacitación, el objetivo principal de la capacitación es siempre mejorar el trabajo y desempeño caso contrario deberán capacitar con mayor frecuencia a quienes tienen problemas y obstáculos en el ámbito de sus funciones.
- Es necesario capacitar de manera regular, periódica a los participantes de una organización, además de ello administrar el talento de cada individuo previa reclutamiento, selección, evaluación.
- Evaluar el desempeño, esta se realizará tras constatar si existe alguna debilidad en la persona o colaboradores y se corrige a través de la capacitación.

2.2.11. Planeación de la capacitación

Chiavenato (2017), menciona que para realizar la capacitación se necesita elaborar un plan y que trate los siguientes aspectos:

- Un acontecimiento es único y por lo tanto requiere ser tratada de manera específica.
- Identificar los propósitos u objetivos concisos para la capacitación.
- El trabajo se desarrollará a través de módulos, reuniones o cursos.



- Establecer e identificar el tema a tratar en la capacitación.
- Clasificar el método para la capacitación y establecer los recursos tecnológicos disponibles.
- Los recursos para la capacitación deben estar plenamente identificados.
- Definición del grupo de objetivo, es decir donde, cuando, como y quienes serán los partícipes de la capacitación, además de ello identificar sus habilidades y actitudes.
- Determinar la ubicación y lugar de la capacitación.
- Duración de la capacitación.
- Cálculo y costo del programa de capacitación.
- Controlar y evaluar el resultado post capacitación.

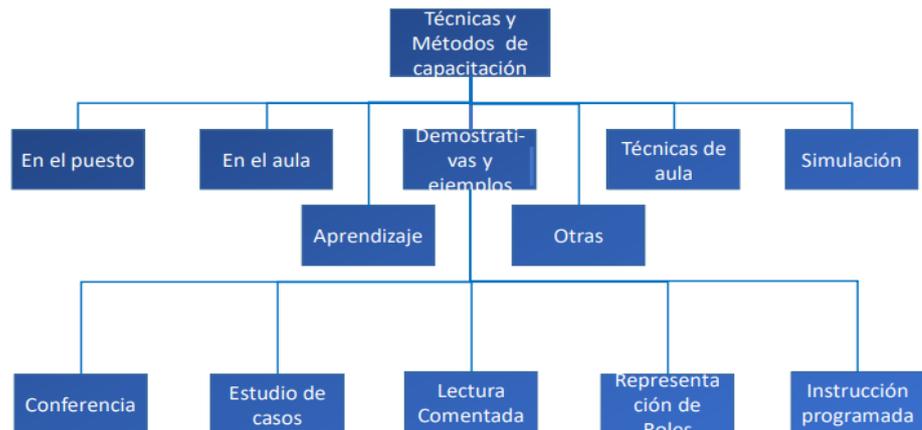
La capacitación debe ser considerada una inversión a mediano y largo plazo, mas no debe entenderse como un gasto, para que los colaboradores de una organización se desempeñen de manera eficiente y productiva, es indispensable tener en cuenta que la planeación es muy importante y se alcanzará los objetivos planeados.

Finalmente, Mondy y Noe (2005), Resaltan que, en las organizaciones, los administradores deben de capacitar, evaluar constantemente al personal con la finalidad de alcanzar objetivos de la organización. ya que existe un fuerte vínculo entre las estrategias y los objetivos en un programa de desarrollo y capacitación, es necesario examinar y renovar los objetivos de la organización.

El proceso de la capacitación se puede realizar de corto o largo plazo, según la detección y necesidades de las organizaciones, es un proceso de toma de decisiones.

Figura 2.

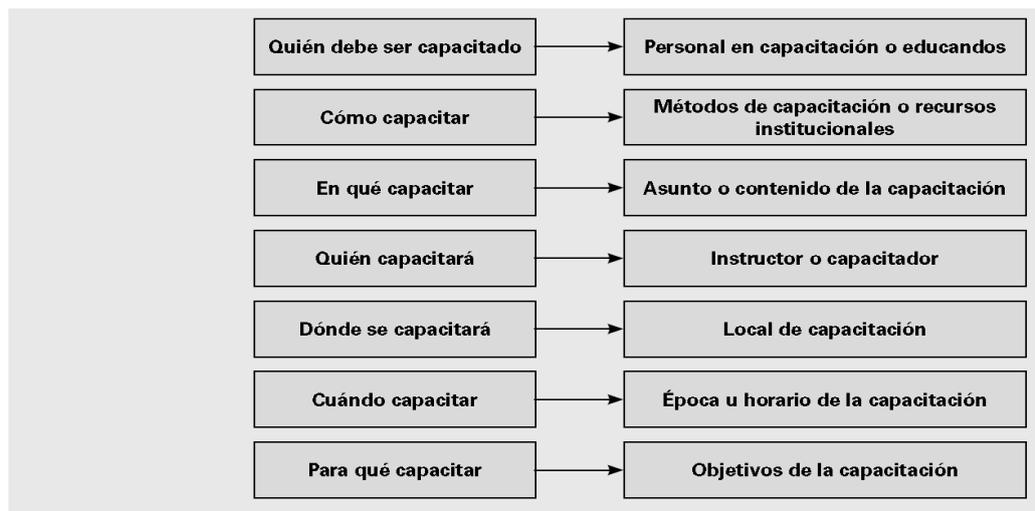
Técnicas y métodos de capacitación



Fuente: Chiavenato, (2015)

Figura 3.

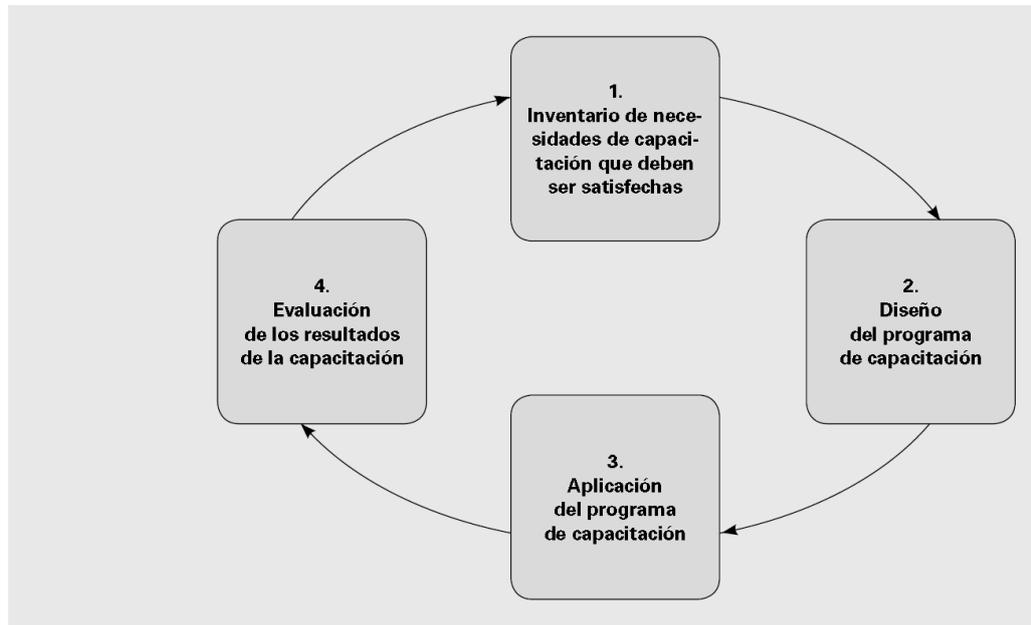
La programación de la capacitación.



Fuente: Gestión del talento humano, 3ra Edición – Idalberto Chiavenato.

Figura 4.

Tipos de cambios del comportamiento en razón de la capacitación



Fuente: Gestión del talento humano, 3ra Edición – Idalberto Chiavenato.

2.2.12. Beneficios de la capacitación

Chiavenato (2007), Menciona que los involucrados de una organización deben ser capacitados para adquirir conocimientos, hace mención de los siguientes beneficios en el ámbito de la organización:

- Eleva la moral del personal.
- Mejora el conocimiento y desempeño.
- Mejora la relación en la organización.
- Ayuda a dar solución a los problemas.
- Incrementa la productividad.
- Fomenta la comunicación dentro de las organizaciones.

Beneficios de la capacitación para el personal:



- Ayuda a la persona a tomar mejores decisiones para solucionar sus problemas
- Formas líderes.
- Mejora las relaciones comunicacionales.
- Tiene control sobre los conflictos.
- Mitiga incompetencias.
- El trabajador siente que tiene mayor capacidad y mejora en el desempeño de sus funciones.

Beneficios en las relaciones humanas, internas y externas:

- La comunicación grupal es mejor.
- Ayuda a orientar a los nuevos integrantes.
- Genera un clima satisfactorio para el aprendizaje
- La organización se convierte en un lugar de calidad para desempeñar funciones.

2.2.13. Estrategias de información

Chiavenato (2007), en su libro *Teoría General de la Administración*, menciona que la información es vista desde dos puntos de vista popular y científico en el lenguaje diario, información es conocimiento, pero no cualquier tipo de información, el cual permite orientar y salir del escollo de la incertidumbre, la disponibilidad de la información es importante para la sociedad actual, es



variada y amplia, es a veces compleja, pero va de manera proporcional de la propia sociedad.

Según Chiavenato, la información requiere de otros dos términos de datos y comunicación.

- Dato: es un medio para almacenar información, un conjunto de datos que luego podrán ser procesados.
- Información: es un mensaje con significado de algún suceso, el cual proporciona orientación y reduce el margen de la incertidumbre.
- Comunicación: para que exista comunicación, es necesario que la información debe ser entendida y procesada por el destinatario.

Por su parte Ferrell y Hird (2004), mencionan que los datos que se usan en la toma de decisiones, están emparentados a mejorar la toma de decisiones de las personas, si un sujeto está completamente informado el proceso de toma de sus decisiones será más acertada que uno que esté completamente desinformado.

2.2.13.1. Tipos de información

Figuroa & De la moral (s.f), en su artículo Características de la Información menciona los siguientes tipos de la información:

- Información hablada
- Información escrita
- Información empírica
- Información religiosa



- Información técnica
- Información científica
- Información Cultural
- Información humanista

Ahora bien, para Ferry (2006), en las estrategias de información existen un sin fin usos de la estrategia de información, según Ferry aún no se acuñó el término, pero es posible conceptualizarlos como el medio que proporciona y facilita la información entre personas o grupos. La información debe adecuarse a cada persona, es decir de acuerdo a sus propias capacidades.

Clasificación de las estrategias de información

- **Las estrategias de información-comunicación:** Actúan al momento de la transferencia de la información construidas a base de conceptos y modelos teóricos de comunicación.
- **Las estrategias de información discursivas:** Son elaboradas a partir de modelos teóricos de la lingüística y la comunicación y son empleadas en distintos tipos de discursos que tienen que ser intencionales y coherentes desde establecer contacto con el espectador o audiencia además compartir opiniones.
- **Las estrategias de información cognitivas:** Este recurso actúa en el campo de la cognición para la percepción de la información por las personas capacitadas, los esquemas mentales y los órganos de los



sentidos cumplen un papel importante pues son quienes procesan los datos obtenidos.

- **Las estrategias de información sociocultural:** Son construidas de datos extraídos del campo de la sociología y antropología, esta estrategia parte del conocimiento de la vida cotidiana que actúa por medio del campo sociocultural.
- **Las estrategias de información de poder:** Se constituye por medio del discurso, a través del contexto social en un tiempo y espacio histórico, actúa en la legitimación o imposición de una nueva información.
- **Las estrategias de información educativas:** La población debe poseer un nivel educativo considerable y aceptable para procesar correctamente la información la información actúa como fuente de formación de las personas y que estas puedan ser capaces de tener sentido crítico y humano para resolver conflictos, además la información está fuertemente asociada a la comunicación.
- **Las estrategias de información técnicas:** Se construyen a partir de recursos tecnológicos, que actúan en la distribución de la información mediante imágenes y cognición.

2.2.14. Habilidades de información

2.2.14.1. El poder y el problema de la información:

Hernández, Morales, Días & Martínez (2000), en su libro “Estrategias y modelos para enseñar la información” aseveran que la



información es tan importante para la supervivencia como lo fuera los elementos naturales como el agua, los alimentos, pero la información abarca mucha más allá de ello. A través de la información la persona alcanza niveles máximos de imaginación, rompiendo barreras de la desinformación y prejuicios y proporciona y encamina al éxito personal.

Australian (1993), la información es la causa de la toma de decisiones a través del procesamiento de la información, La necesidad de ser autosuficiente para usar la información de manera eficaz es tal vez más importante que la adquisición de la información de sí misma. La información crece día tras día y la respuesta a una incógnita de ayer, hoy puede ser errónea. quienes aprenden algún determinado tema en la etapa básica de educación, más adelante sería obsoleto, una persona es eficaz cuando está alfabetizado en información que es sinónimo de entender y saber cómo se aprende.

Hernández, Morales, Días & Martínez (2000), manifiestan que la industria de la información está constantemente evolucionando y que también es causante de separación y exclusión social. El poder y la influencia de la información es ya conocido y aceptado como un tópico que define a la humanidad. La información tiene nuevas propiedades: se produce y se transmite de manera inmediata, se va alejando de sus materiales tradicionales, hay una globalización y es instantáneo e inmaterial, además tiene valor económico.

A lo largo del tiempo los sistemas de la comunicación, la información obtenida por las personas, grupos sociales, es procesada,



almacenada y finalmente se reproduce a través de las redes de la comunicación moderna y antigua que multiplican la información, cuya potencia se multiplica a ritmo vertiginoso, la información se acumula y no se consume al darle uso, transmitir el mensaje va en aumento y mejora al obtener nueva información tras acumular otras.

Los autores mencionan que todo ello lleva al problema de exceso de información que es como una enfermedad que desborda, la superabundancia de la información que uno puede encontrar en el internet no puede ser comprendido ni entendido, la sobrecarga de la información es incapaz de extraer conocimiento tras existir bastante información:

- No existe ningún conocimiento de la información
- Hay un superávit de información el cual lo convierte en agobiante
- Localizar información se hace tedioso
- Se sabe la localización de la información, pero se desconoce cómo ingresar a la base de datos.
- No puede evaluar y extraer información existente.

En tal sentido para Gazpio (1998), el exceso de información es:

- Usuarios pasivos: Son aquellas que reciben información al azar, el receptor no buscó la información, sino que le llega a tal punto que se considera como bombardeo de información, por lo tanto, es un problema que causará dificultad al momento de que la persona quiera



procesarla y tomar sus propias decisiones y no podrá vincularlas fácilmente a sus particularidades y necesidades propias.

- Los usuarios incapaces e insuficientes para analizar la información: Sucede que cuando una persona busca información respecto algún tema, encuentra tanta información que no sabe cuál adaptar a sus necesidades al punto de llegar a un estado de confusión y que lo limita para adecuarse a una información.
- Usuarios paralizados: Al existir abundante información, la persona se siente desamparada cuando busca información y no obtiene resultados, esto dificulta e imposibilita verificar y ajustar las propias estrategias de información.

La información por su abundancia no podría llevar a la incertidumbre, puesto que el cambiante medio tecnológico e informativo hace que no estemos preparados para afrontarla. obtener bastante información no aumentará nuestra seguridad, sucede lo contrario, reduce y exige más refuerzos de comprensión, análisis y evaluación, para ello exige tener mayor especialización para manejar los datos. Existe dificultad para anexar la información de manera coherente y establecer los nexos causales para tener en claro el mensaje, la humanidad tiene mayor necesidad de información, pero no desarrolla sus capacidades.

A través de la tecnología se accede al mundo de la información que a su vez es algo complejo pero que produce respeto. El progreso de las técnicas y habilidades de información tiene que ver con otras disciplinas como el pensamiento crítico, la comprensión lectora, la solución a los



problemas, la habilidad de analizar y sintetizar, las destrezas comunicacionales, cuya misión es de los profesionales que intermedian en la información.

2.2.15. Educación y seguridad vial

La educación vial es toda acción educativa orientada al desarrollo de conocimientos, habilidades, valores y actitudes para mejorar el comportamiento de los diferentes usuarios de las vías de tránsito, peatones, ciclistas, pasajeros y conductores de vehículos motorizados.

El Consejo Nacional de Seguridad Vial (2013), resalta que en el marco de la Política Nacional de Seguridad Vial, la educación en seguridad vial es el desarrollo y consolidación de la cultura ciudadana, además promueve el aprendizaje y acato a las normas y reglamentos del tránsito que está vinculado al desarrollo de autoestima de las personas, a los principios de convivencia y respeto por los otros, que darán respuesta segura a distintas situaciones de tránsito en las que se ven inmersas los operadores de transporte.

La educación en seguridad vial, contribuye a la formación integral del educando, fortalece el desarrollo de carácter físico, afectivo y cognitivo el cual promoverá valores y actitudes que le permitirán saber más y proteger su integridad, además ser partícipe en sus derechos y responsabilidades como ciudadano.

2.2.15.1. Seguridad vial:

Migorance (2017), manifiesta que la seguridad vial es un tema muy importante y con bastante relevancia de carácter político y social, tras la



aparición de los automóviles y los nuevos riesgos para la vida, hay preocupación por parte de los poderes públicos que, para mitigar los efectos negativos de los siniestros, accidentes de tránsito se creó un bien jurídico.

Agregando a lo anterior, Merchán, Gonzales, Noreña (2011), en su investigación Seguridad Vial y Peatonal manifiestan que la seguridad vial debe ser concebida como un sistema social que debe caracterizarse como holístico. Teniendo en cuenta que la finalidad de este concepto es la prevalencia de la vida de las personas, transeúntes es necesario comprender que la seguridad vial es un proceso en el que participan diferentes actores que interaccionan unos con otros mediante el uso de medios de transporte motorizados y no motorizados.

En ese contexto, la Organización Panamericana de la Salud (2015), indica que la seguridad vial, son aquellas medidas que se adoptan para reducir el riesgo de siniestros y fallecimientos a consecuencia de accidentes de tránsito. Las altas velocidades y excesivas son factores determinantes y que contribuyen en las muertes por los accidentes.

Según El Consejo Nacional de Seguridad vial (2013), se clasifica en 3:

- Primaria
- Secundaria
- Terciaria



2.2.15.2. Objetivos de la educación en seguridad vial

Los miembros de una comunidad deben estar completamente capacitados en educación y seguridad vial a través del desarrollo y fortalecimiento de sus actitudes, minimizando los riesgos de transitabilidad.

Fomentar el pleno respeto a las normas de tránsito y asumir actitudes y responsabilidades frente a la seguridad vial, por una convivencia en armonía y sin accidentes de tránsito.

Cooperar en el desarrollo de las personas para una convivencia ciudadana que les permita compartir un espacio público, donde prime el respeto a la seguridad vial como un bien común.

2.2.15.3. Seguridad peatonal

Merchán, Gonzales, Noreña (2011), sostienen que la seguridad peatonal involucra a la seguridad vial que es entendida como un hábito que permite a todas las personas a regirse y acomodar su comportamiento y respeto a las normas del tránsito y seguridad vial, este concepto también parte de la educación social, que está muy emparentado a la educación, la población responsable adopta estos criterios de seguridad a través de la creación de hábitos de cultura ciudadana para que los mismos tengan una mejor calidad de vida.

2.2.15.4. Cultura vial

Para Camacho (2009), desde el campo antropológico es cuando la humanidad vive, piensa, siente y actúa cotidianamente en los espacios



donde se moviliza y desplaza a un determinado lugar. Desde el punto de vista de la antropología Camacho manifiesta que es imposible afirmar que la población carece de cultura vial.

- Todas las personas tienen diferentes formas de vivir y pensar en los espacios donde se moviliza.
- La cultura vial considera que no es mala ni buena, simplemente existe, lo correcto sería hablar de las culturas viales teniendo como preferencia que las personas son diferentes. La educación es distinta en cada persona, pero ello no exime de responsabilidades.
- La cultura vial es la expresión de las personas cómo se relacionan en las vías.
- La cultura vial es el respeto hacia la vida misma y el respeto hacia los demás.

Por otra parte, la cultura vial es:

- Una respuesta a aumento masivo de vehículos de transporte que ocasiona tráfico e inseguridad vial.
- Mejorar las condiciones de vida de los peatones a través del empleo y uso de políticas de seguridad vial.
- Disminuir los siniestros vehiculares.
- Conducir con responsabilidad.
- Caminar precavidos en la vía pública.
- Proteger la integridad física de los transeúntes.

- Considerar a la educación y cultura vial como agente informativo importante.
- Ser partícipes en la educación y prevención.
- Usar, respetar correcta y responsablemente las normas de tránsito.

Figura 5.
Cultura Vial



Fuente: Guillermo Camacho Cabrera/cultura vial

2.2.16. Importancia de la educación en seguridad vial

El Consejo Nacional de Seguridad Vial (2013), asevera que la educación en seguridad vial es indispensable y fundamental para la educación y formación ciudadana, una cultura es el respeto y valoración por la vida de las demás personas, la tasa creciente de mortalidad a consecuencia de los accidentes, a nivel nacional, en el Perú se han registrado 176 accidentes por cada cien mil habitantes y es la



causante de que la educación vial cobra mayor relevancia, con relación a los accidentes se menciona los siguientes.

- Las principales causas de muertes humanas son las consecuencias de los accidentes de tránsito.
- Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), alrededor del mundo miles de personas han fallecido a consecuencia de los accidentes de tránsito, entre ellos niños y adolescentes, quienes también sufren de secuelas y traumatismos en vías urbanas.
- Un problema creciente de salud pública son los accidentes ocasionados por diferentes medios de transporte y que afecta a los usuarios de las vías públicas, los más afectados son adultos mayores.
- La Organización Mundial de la Salud (OMS), prevé que la tercera causa de muertes a nivel mundial será ocasionada por los accidentes de tránsito en caso de no tener mejores políticas de seguridad contra accidentes de tránsito.
- En Perú, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones reportó en 10 años un total de 32.044 fallecidos y más de 350.000 heridos de un total de 763.000 accidentes de tránsito.

2.2.16.1. Principales causas de accidentes de tránsito

En ese sentido según el Consejo Nacional de Seguridad Vial (2013), menciona los siguientes;

- Exceso de velocidad



- Imprudencia del conductor

- Imprudencia del peatón

- Ebriedad del conductor

- Imprudencia de los pasajeros

- Excedente de carga

- Desacato y desobediencia las señales de tránsito

- Falla y problemas mecánicos

- Falta de luces, mal estado de las vías, mala señalización en la vía.

En consecuencia, el CNSV (2005), acota que las causas de los accidentes de tránsito es el factor humano, ya sea desde el conductor, pasajero, peatón, ciclista. Pero hace hincapié en relación a los conductores de vehículos, se puede mencionar a la fatiga, sueño, alcohol y drogas. En el Perú los conductores en algún momento cometen acciones de imprudencia y negligencia sobre las vías como exceder los límites de velocidad, no respetar las señales de tránsito, no realizan mantenimiento adecuado a sus unidades vehiculares y no portan documentos. a continuación, se menciona factores causantes;

- La fatiga

- El sueño

- El alcohol

- Otras drogas

- Agresividad



Otros autores señalan otras causas que influyen en la concentración al conducir.

1. Fatiga.

Oken & Salinsky (2007), se produce a consecuencia y distintas variedades de factores fisiológicos y psicológicos que actúan directamente sobre el ser humano ya sea de manera conjunta o aislada que va deteriorando la calidad y precisión en el momento de la conducción que genera retardo en la capacidad de reacción a los estímulos que el ser humano percibe.

2. Alcohol en el organismo.

El consumo de bebidas alcohólicas es la causante de los principales accidentes de tránsito que a su vez producen más víctimas mortales y lesionados. La perfecta sincronización de los órganos sensoriales y motrices se ve afectada por el consumo de alcohol, además disminuye la capacidad psicomotora, la visión y el comportamiento.

3. Las distracciones

Villalobos & Hernández (2008), las distracciones también son las que ocasionan los accidentes de tránsito, lo que ocasiona que el conductor recorre varios metros sin percatarse de lo que ocurre a su alrededor.

- Uso de teléfono
- Volumen alto del radio
- Realizar varias acciones a la vez mientras conduce.



Agregando a lo anterior, Vázquez (2004), menciona en su artículo “causas de los accidentes de tránsito desde una visión de la medicina social” menciona las siguientes causalidades:

- Factor humano
- Factor mecánico
- Factor ambiental

Factor humano

Vázquez (2004), afirma que la principal causa de accidentes de tránsito es el factor humano que está por encima de factores como el mal estado de la carretera o la señalización, en un estudio ejecutado en Uruguay menciona que el 91% de las causas de accidentes de tránsito ha sido a causa del factor humano. Lo que destaca de esta es la imprudencia que también es a consecuencia de la ingesta del alcohol que es agente causal de errores de ejecución del vehículo y está dentro de los más implicados en accidentes con consecuencias de muerte.

Factor mecánico

Por otra parte, Cabrera & Collahuazo (2012), un vehículo se complementa al conductor, el vehículo está diseñado para evitar los accidentes o siniestros de tránsito cuyo propósito es cuidar la integridad y la salud de quienes lo ocupan o reducir el impacto en caso sucede un accidente vehicular, una falla del vehículo o conductor será determinante en la otra.



Factor ambiental

En ese mismo contexto, además Villalobos & Hernández (2008), en su investigación “Accidentes de tránsito” mencionan que no todas las zonas poseen un mismo clima, existe variedad de ellas y es la causa de tasas de accidentalidad, en una zona más alta habrá mayor presencia de niebla densa que dificulta la visibilidad de la vía.

Añaden que otro factor determinante son la presencia de las lluvias, puesto que la tracción de las ruedas y la pista disminuye considerablemente, produciendo que el vehículo no pueda frenar adecuadamente o pueda perder estabilidad, a ello se suma que las lunas de los vehículos se empañan o se condensan que disminuye la visión del conductor. En el caso de un clima más cálido el conductor podría padecer de un cambio de estado de ánimo que podría desencadenar una pérdida de los reflejos y pericia en la conducción teniendo mayor probabilidad de accidentes.

Asimismo; Alonso, Esteban, Calatayud, Sanmartín, Montoro, Tortoza, Toledo, Egido, Sanfeliu (2002), señalan en su investigación “La agresividad en la conducción” se da a pesar de que actualmente el nivel cognitivo es más avanzado y se podría superar y comprender de la acción del otro conductor, el nivel de tolerancia de cometer errores es más bajo y la respuesta más agresiva, sobre todo una agresión verbal. En el Perú muchos conductores asumen la responsabilidad de que son agresivos por factores que ocurren de momento.

Finalmente, Goehring (1997), señala que la conducción agresiva es una acción insegura, que demuestra desinterés por la seguridad vial. Un vehículo en posesión de un agresor es como un delincuente con pistola en mano. En ese sentido



el agresor podría tomar decisiones equivocadas y que podría desencadenar un problema mayor que va en contra de la integridad física de los demás.

Así mismo la mayoría de los conductores omiten y niegan que son agresivos otros la asumen, pero lo cierto es que la agresividad en conductores va en crecimiento, es dependiente al estado de ánimo. En el Perú se considera que existen diversos factores como puede ser el tipo de vehículo, cansancio, estrés, conductores que no respetan las normas del tránsito y problemas del tráfico, para ello los especialistas en la materia sugieren aumento a la tolerancia y tomarse un tiempo antes de tomar una decisión, de lo contrario habrá consecuencias negativas.

2.2.17. Elementos de la circulación vial

El Consejo Nacional de Seguridad Vial (2013), describe que existen tres elementos de la circulación vial: las personas, los vehículos motorizados pesados y ligeros y finalmente la vía pública, en el caso de que uno de estos tres elementos falle, lo más probable es que ocurrirá un accidente de tránsito o siniestro vehicular, que según su magnitud podría existir pérdidas materiales y humanas.

Figura 6.

Las normas de tránsito regulan los elementos de la circulación vial - elementos de la circulación vial.



Fuente: Consejo Nacional de Seguridad Vial (2013) Guía de la Educación en Seguridad Vial

2.2.17.1. Las personas

Todas las personas son denominadas usuarios de las vías de tránsito, cada persona es considerado como un elemento muy importante que interviene en forma directa en el tránsito y de acuerdo al rol que desempeñan son los ciclistas, pasajeros, peatones, así como los



conductores que transitan por la vía pública en vehículos, sea cual sea la forma en que se transportan de manera individual.

Las actitudes de los peatones siempre deben ser las siguientes:

- El peatón debe cruzar por las esquinas, en vista de que los vehículos circulan con menor velocidad, el peatón también debe cruzar por las cebras peatonales.
- El peatón solamente debe cruzar cuando el semáforo indique que debe cruzar.
- El peatón únicamente debe cruzar cuando los vehículos deben estar totalmente detenidos.
- En vías de acceso rápido restringido, el peatón debe cruzar la vía únicamente por los puentes peatonales.
- En el caso de que no haya puentes peatonales el peatón debe localizar cruzar por lugares que brinden seguridad como tramos rectos y que los vehículos se encuentren más lejos.

Actitudes inadecuadas que no deben poseer los peatones:

- Caminar por el borde de la vía
- Cruzar en lugares prohibidos
- Detenerse en la vereda sin causa alguna que justifique su accionar
- Cruzar sin comprobar de que los vehículos se han detenido
- Atravesar óvalos o plazas



- Dar uso inadecuado a la vía.

Conductas adecuadas de los pasajeros, en la ciudad en las vías lejanas deben tener en cuenta lo siguiente:

- Esperar a los vehículos de transporte situados los paraderos correspondientes
- Ser recíprocos y ceder el asiento a las personas más vulnerables
- Usar debidamente el cinturón de seguridad
- Conductas inadecuadas del pasajero:
 - ascender y descender del vehículo de manera apresurada sin que el vehículo haya estacionado correctamente.
 - Tener un comportamiento atípico dentro del vehículo
 - Distraer al conductor.

2.2.17.2. Los vehículos de transporte terrestre

El Consejo Nacional de Seguridad Vial (2013), señala que son aquellos medios donde se trasladan personas o materiales, se diferencian entre transporte motorizado y no motorizados, los no motorizados son vehículos que transitan con fuerza de propulsión no proveniente de un motor, sin embargo, los motorizados son autos, camiones, etc.

El transporte terrestre se considera el medio de transporte y comunicación más utilizado por los seres humanos, sobre todo en la urbe de las ciudades presenta varias características que lo hacen particulares:



- Congestión vehicular.
- El más estado de las vías y la deficiente calidad de combustibles son causales.
- El desconocimiento de las normas y señales de tránsito son factores determinantes.

2.2.17.3. La vía pública

El término hace referencia a vía urbana o camino rural abierto a la circulación pública de vehículos, peatones, animales y público en general.

Vía urbana:

- Vía expresa
- Autopista
- Avenida
- Vía local

Vía rural:

- Camino
- Sendero
- Carretera
- Camino de herradura
- Vía de evitamiento
- Senda



2.2.17.4. Reglamento nacional de tránsito – código de tránsito

Desde la perspectiva del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2001), el Reglamento Nacional de Tránsito - Código de Tránsito, contiene normativas que regulan el uso de las vías terrestres públicas y es aplicable al desplazamiento de las personas, vehículos y a toda actividad ligada al transporte que rige en todo el territorio nacional, toda esta información es emitida por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

Derechos de las personas: EL artículo 186° del Reglamento Nacional de Tránsito Código de Tránsito menciona lo siguiente: todos los conductores de vehículos de transporte motorizados deberán dar prioridad y preferencia de paso a los peatones que iniciaron su paso por la vía, calzada en las intersecciones, estén o no estén debidamente señalizados.

Normas de circulación de pasajeros: Las normas para la circulación de los peatones se encuentran estipuladas en el Título IV, del Capítulo I con relación a los peatones y el uso de las vías públicas de tránsito, los artículos para la circulación de peatones es desde el Artículo 61° al Artículo 81°, el uso y respeto a las normas son indispensable.

2.2.17.5. Dispositivos de control de tránsito

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2000), señala que según el Reglamento Nacional de Tránsito - Código de Tránsito, los dispositivos que intervienen en la regulación, administración o



fiscalización del tránsito son los dispositivos de control del tránsito que se componen por:

Las señales de tránsito: Las señales de tránsito son dispositivos se encuentran instaladas a nivel nacional en las vías que están destinadas para normar su uso, estos dispositivos ayudarán al conductor a distinguir el peligro que podría presentarse o le informará acerca de direcciones, rutas, caminos.

- Señales verticales
- Señales reguladoras
- Señales preventivas
- Señales informativas

Los semáforos: Está diseñado con tres colores, rojo, ámbar, verde, que son operados por una unidad de control, este dispositivo de control del tránsito tiene como objetivo regular el paso vehicular y peatonal en las calles, sus funciones son las siguientes:

- Interrumpir periódicamente el tránsito de una corriente vehicular o peatonal para dar paso a otra corriente vehicular.
- Regula la velocidad de los vehículos.
- Controla la dirección de los vehículos.
- Apoyan a reducir los índices de accidentes y siniestralidades vehiculares a causa del exceso de velocidad.



- Facilita el ordenamiento vehicular.

2.2.17.6. Prohibiciones en el uso de la vía pública

El Consejo Nacional de Seguridad Vial (2013), señala que además de los dispositivos y señales de tránsito, también existen una serie de prohibiciones que están diseñados para prevenir accidentes de tránsito vehicular y peatonal en las vías. A continuación, señala las prohibiciones en las vías de tránsito vehicular:

- Dar un uso diferente a las vías, pistas.
- Ejercer el comercio ambulatorio.
- Efectuar trabajos de mecánica u otros.
- Depositar elementos de obstrucción que impida circular libremente a los vehículos y peatones.
- Caminar, patinar, jugar o realizar otra actividad en la vía de tránsito vehicular.
- Invadir, construir y alterar la vía de tránsito.

2.2.18. Pandemia

Etimológicamente el término pandemia es una acepción de procedencia griega cuya expresión significa “enfermedad del pueblo entero” hace referencia que el contagio es a gran escala, que no tiene fronteras y que afecta a todo el mundo a través del contagio de persona a persona.



Para la Organización Mundial de la Salud (OMS), la pandemia no es una palabra para usar de manera deliberada y sin cuidados. Es un término que, si se emplea de manera incorrecta, podría causar el temor sin medida o puede ser aceptada de manera injustificada, menciona también que la epidemia se ha extendido a varios países en su totalidad a continentes y que afectó a un gran número de personas.

A lo anteriormente expuesto, para Asale (2021) en su libro “Definición de la pandemia” menciona que la pandemia atraviesa cualquier frontera por el movimiento de masas que transitan de un determinado lugar a otro y es por ello que la pandemia se distribuye a nivel global, la pandemia es causada por un nuevo virus o enfermedad existente denominados también como patologías infecciosas.

En ese sentido, Dumar (2009), afirma que la pandemia es una enfermedad de tipo patológico que infecta y se propaga hasta poder causar la muerte, menciona también que la pandemia es un virus nuevo o con antecedentes de su existencia, es imposible controlar su propagación.

2.2.18.1. Covid-19

Desde el punto de vista de Cuero (2020), manifiesta que el SARS-CoV-2 pertenece al grupo de coronavirus denominado género beta que está muy ligado con el SARS-CoV, y que tiene diferentes denominaciones COVID-19, 2019-CoV, Virus Wuhan y Nuevo coronavirus de Wuhan (WN-CoV). Este nuevo coronavirus que fue identificado por primera vez en el año 2019 en Wuhan, provincia de Hubei en China y que se ha propagado por todo el mundo causando una grave enfermedad respiratoria que afecta principalmente la respiración, el autor



manifiesta que el brote inició en el año 2019 y posterior a ello la OMS lo declaró como pandemia el 11 de marzo de 2020, los principales síntomas de esta enfermedad son la fiebre, dificultad de respiración, tos y dolores musculares.

En esa misma línea, Rodríguez, Ortiz, Quirós, & Parrales (2020), manifiestan que una pandemia mundial marcó una nueva historia de la humanidad desde el año 2019 que surgió en China, el brote del Síndrome Respiratorio Agudo Severo SARS-COV-2, que es la causante de la enfermedad. Para la Organización Mundial de la Salud (OMS) es un virus que se aloja en un animal y se contagia de persona a persona por medio de partículas, secreciones nasales o por el esputo. Y que la realidad que se vivía en el mundo cambió de manera drástica, el problema de salud mundial marcó un punto de inflexión que llevó a un enorme desafío a toda la humanidad, las actividades cotidianas de las personas e instituciones dieron un vuelco de 360° pasando a la virtualidad de manera intempestiva y dominante.

En cuanto a la Organización Mundial de la Salud (2020), expresó que la masiva expansión del Covid-19 conminó a dicha institución a declarar la emergencia sanitaria a nivel mundial decisión que se tomó en la última semana de enero de 2020, porque ya se había reportado la presencia del virus en más de 15 países y para marzo del año en curso la enfermedad se había propagado casi en todos los continentes y se denominó como pandemia a nivel global.



2.2.18.2. Covid-19 en el Perú

Desde la perspectiva de Maguiña (2020), manifiesta que en el Perú el primer caso confirmado de coronavirus fue el 6 de marzo del 2020, de un paciente masculino proveniente de Europa, posterior a ello el 15 de marzo el gobierno de turno tomo medidas inmediatas bajo Decreto Supremo se daba una cuarentena total que incluyó toque de queda en todo el territorio nacional, dicha orden fue dado por el presidente transitorio Martin Vizcarra Cornejo, en la etapa inicial la orden fue acatada paulatinamente, pasado 4 semanas el encierro se volvió insostenible que conlleva a que la tasa de contagios aumente de manera alarmante.

2.2.18.3. Crisis sanitaria en el Perú

De la evidencia anteriormente expuesto, Maguiña (2020), menciona que el Perú atraviesa por más de 40 años una grave crisis en el sector salud a consecuencia de la pandemia. Los hospitales en Perú carecían de camas en las unidades de cuidados intensivos y solo había un laboratorio para realizar muestras de análisis de COVID-19, a raíz de que el presupuesto para este sector era insignificante, con un sistema de salud y falta de logística y equipos, algunos equipos tecnológicos estaban completamente inoperantes a ello se suma que el personal de salud no está debidamente capacitado y especializado.

2.2.19. Comunicación y pandemia

Valle & Chavarría (2021), detallan que el surgimiento de la pandemia ha conminado a tomar acciones drásticas a todo el mundo, medidas como el aislamiento social, interacción personal fueron sustituidos por reuniones virtuales



para evitar la masificación de Covid-19. Casi todas las actividades estuvieron alrededor del internet, tales como la comunicación, trabajo, estudio entre otros. sin embargo mencionan que solo es la punta del iceberg de eventualidades mucho más profundas, desde una perspectiva epistemológica solo se habría acelerado los hábitos de la comunicación digital que surgieron en el siglo anterior, en cambio desde la epistemología interaccionista manifiesta que en las nuevas formas de comunicación el rol más activo en el proceso de la producción de signos es el denominado tipo cognitivo que actúa de manera destacada que detecta nuevos estados en la realidad y padece de un etapa evolutiva. Menciona que los seres humanos necesitan interactuar, socializar a través de la comunicación, es importante que se mantengan conectadas, por lo tanto, los medios de comunicación pueden ser un soporte indispensable para las instituciones, pero tendrán que autorizar que la información sea en vivo o tiempo real, ante situaciones adversas como la pandemia del Coronavirus COVID-19.

Por otra parte, Auza, Condori y Jiménez (2020), mencionan que también existe una pandemia de la información de Covid-19 llamado infodemia y de este término se desprende que la información está emparentada con el temor, los rumores se propagan de inmediato por todos los medios de comunicación contemporáneos y medios offline que podría ser un problema para el ámbito político y económico por no ser equitativo con la realidad.

Por su parte Molina & Montoya (2022), manifiestan que en el transcurso de la pandemia la comunicación dio un giro inesperado y todo lo que tenía su curso en la normalidad se tuvo que adaptar a las necesidades que son prioridad de mantener lazos de comunicación entre autoridades de instituciones, organizaciones, gobiernos y la población que fueron adaptándose a los usos



emergentes del proceso de la comunicación. en las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, los departamentos de comunicaciones y la prioridad de sus públicos.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Comunicación

Azcárate (2000), señala que la comunicación es esencialmente la transferencia de información de una persona o grupo a otro, lo que requiere la presencia de la voluntad de ambas partes para interactuar, y crea un proceso de influencia mutua a través del intercambio de ideas, sentimientos y reacciones expresados en retroalimentación (feed-back) entre comunicadores.

Mientras que Larrauri (2005), menciona que el concepto de comunicación puede estar asociado a varios términos que contribuyen a su definición, algunos investigadores no están exentos de diferencias, como reciprocidad, comunicación, comunidad que tiene algo en común, participación, distribución, información, expresión, codificación, accesibilidad, decodificación, similitud, procesamiento, extensión, sociabilidad, afectividad, regulación y empatía. Etimológicamente, proviene del latín "communicatio", que a su vez proviene de la palabra "communis", común.

2.3.2. Comunicación para el desarrollo

De acuerdo a Salazar (2006), los comunicadores del cambio social también deben pensar continuamente en “nuevas formas de gestionar los medios y códigos que permiten el diálogo con otras identidades e incluir a los grupos marginados por situaciones de exclusión sin voz”



Por su parte, Alfaro (1993), menciona que se extraen algunas normas relacionadas con la comunicación y sus métodos más allá de lo que se considera el uso de medios masivos y tecnológicos para transmitir información. Más bien, la comunicación debe ser entendida como la creación de un diálogo participativo y subjetivo entre las personas que permita la construcción de sentido en la sociedad; de ahí el surgimiento de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, entendida para beneficiar a la democracia y la participación a través de su uso. en medios educativos para fortalecer la ciudadanía en los sujetos.

Refiriendo de acuerdo a la percepción de los autores citados la comunicación para el desarrollo tiene como fin establecer políticas, planificar modelos de comunicación para generar cambio social dentro de un grupo, además debe ser entendida como el motivo para la creación de diálogo participativo, incluyendo diferentes sectores excluidos.

En esa misma línea, Cosude (2016), da a conocer cuatro funciones de la comunicación para el desarrollo:

- Facilitar el acceso a la información y al conocimiento
- Promover la participación
- Empoderar: dar voz a las personas excluidas
- Compartir y aprender

2.3.3. Comunicación para el cambio social

Gumucio (2000), refiere que la comunicación para el cambio social surge como contestación a la apatía y el descuido, preservando los aspectos más valiosos



del pensamiento humanista que fortalece la teoría de la comunicación: la propuesta del diálogo, la suma de experiencias participativas y el deseo de influir en todos los niveles de la sociedad. Factores que hacen que esta propuesta sea desafiante.

Desde la perspectiva de Cadavid (2006), en su investigación sobre comunicación para el cambio social, aporta y afirma que: “Este cambió el concepto de la comunicación y su lugar en la transición de la sociedad, hacia modelos más acordes con los sueños de las personas ha provocado un replanteamiento del campo ahora conocido como comunicación para el cambio social

2.3.4. Estrategias de comunicación

Gutiérrez (2015), afirma que una estrategia de comunicación es una serie de actividades cuidadosamente planificadas destinadas a lograr objetivos específicos utilizando métodos, técnicas y enfoques de comunicación.

Del texto anterior expuesto se puede decir que, para una estrategia de comunicación se deben tener en cuenta los objetivos, que deben ser claros, además estos deben ayudar a determinar a enfrentar a solucionar el problema. Los objetivos son el principio de una estrategia.

2.3.5. Plan de comunicación

Desde el punto de vista de Thierry (2000), indica que los documentos estratégicos más ambiciosos suelen constar de tres partes: un estudio de situación, un objetivo estratégico y los medios de acción correspondientes a este objetivo. Es un documento operativo que no pretende movilizar o sensibilizar, sino crear un



marco de referencia para todas las actividades de comunicación. También, para realizar un plan de comunicación se debe identificar plenamente el mensaje a difundir.

2.3.6. Plan de actividades

Para lograr comprender sobre un plan de actividades López (2019), enfatiza que es un documento que contiene un conjunto de tareas necesarias para lograr una acción u objetivo específico. Antes de planificar un proyecto, es práctico crear un plan de acción. Identificar cada tarea que debe realizarse para lograr los objetivos del proyecto es muy importante y, a menudo, necesitamos la ayuda de consultores técnicos.

En cuanto a Rosero (2018), define que la planificación de actividades es el primer paso en la fase inicial de la gestión de proyectos. Este documento es requerido antes de programar actividades en la aplicación del administrador. Al mismo tiempo y en relación a lo sustenta el autor un plan también ayuda a proponer nuevas ideas.

2.3.7. Pandemia

Según el director general de la Organización Mundial de la Salud, (2020) Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus menciona que la palabra "pandemia" no debe usarse a la ligera o sin cuidado. La palabra, cuando se usa incorrectamente, puede causar sufrimiento y muerte innecesarios, lo que genera un miedo infundado o una creencia infundada de que la lucha ha terminado. Entonces se define a la pandemia como un brote de una epidemia, que en lo general afecta a todo el mundo.



Para el director digital de National Geographic, Flores (2020), enfatiza que para que una enfermedad se llame pandemia, debe extenderse por todo el mundo, llegar a varios países de distintos continentes y haber afectado a un gran número de personas. Esto significa que el término no significa que la enfermedad sea más o menos grave, sino que la enfermedad se está propagando rápida e indiscriminadamente por todos los continentes del mundo.

2.3.8. Covid 19

En su publicación Cuero (2020), hace referencia a un nuevo coronavirus que se identificó por primera vez en Wuhan, provincia de Hubei, China, en diciembre de 2019 y se ha propagado por todo el mundo, causando enfermedades respiratorias agudas. El SARS-CoV-2 pertenece al género Beta coronavirus, que está estrechamente relacionado con el SARS-CoV, conocido como COVID-19, 2019-CoV, virus de Wuhan y el nuevo coronavirus de Wuhan (WN-CoV). El brote comenzó en China en diciembre de 2019 y se declaró pandemia mundial el 11 de marzo de 2020 (Informe de situación de la OMS 2020 11 de marzo PD). Los síntomas más comunes del COVID-19 son fiebre, tos y dificultad para respirar

2.3.9. Crisis sanitaria en el Perú

Desde el punto de vista de Maguiña (2020), la crisis sanitaria, que lleva más de 40 años, nos está golpeando fuerte en esta pandemia. En consecuencia, tras el desenlace del coronavirus del brote del coronavirus, antes de ello el Perú destina un pequeño presupuesto al departamento de salud, que tiene un sistema de atención médica fragmentado, falta de equipos y personal de atención médica profesional, los antiguos hospitales tenían solo cien camas en la unidad de



cuidados intensivos en todo el país, así como un laboratorio en el Instituto Nacional de Salud para recolectar y analizar muestras de COVID-19.

2.3.10. Comunicación y pandemia

Arana, Mimenza & Narbaiza (2020), nos menciona que, desde la perspectiva de la comunicación, han surgido muchos aspectos en esta pandemia mundial, como la estructura de poder que opera en Internet; creación, transmisión y consumo de contenido digital, que incluye la creación, transmisión y consumo de información; la relevancia de los medios audiovisuales en la cultura moderna y la importancia de la ficción en la práctica y uso social, etc.

Por otra parte, Valero (2022), la enfermedad por coronavirus (COVID-19) está causando problemas en todo el mundo y amenazando el bienestar de los ciudadanos. Además de los desafíos sanitarios, económicos, políticos y sociales, existen desafíos adicionales relacionados con la gestión y distribución de la información, principalmente debido al crecimiento exponencial, la precisión y la distribución de la información. Los medios de comunicación y las redes sociales han jugado y juegan un papel clave para informar a la ciudadanía sobre el desarrollo de la epidemia y los avances hacia su erradicación.

2.3.11. Estrategia de participación

Según Alguacil (2008), la verdadera estrategia para una participación es una necesidad previamente identificada y que esta debe satisfacerse y durante la ejecución de la actividad debe ser correcto en todo el proceso (no momentos) son repetitivos e inagotables, capaces de: Transformar (cambiar para mejorar condiciones de existencia), reflexión (pensar en los efectos e impactos a largo plazo términos) implicar (la mayor cantidad de grupos y sujetos, especialmente la



mayoría grupos vulnerables), expresarse (reunir a diferentes participantes, colectivos y territorio), comprensión (realidad, recursos y sus potencial), aprendizaje (educación en el diálogo, el consenso y la solidaridad), comunicar y comunicarse (con igual y con los diferentes), activar (cualquier sujeto puede aprender habilidades políticas), satisfacción (da un sentimiento satisfacción y utilidad) y exigir (la participación en el proceso como derecho). De la misma forma una estrategia de participación permite a las personas a involucrarse activamente en la toma de decisiones en el ámbito político, económico y social, además, lograr desarrollar sus capacidades y habilidades cognitivas.

Mientras que, para Miralles, Cebollada & Requena (2010), sostienen que la estrategia de participación en la ciudadanía es crucial e importante para formular una política de movilidad, que dirigida generen consenso y empatía en áreas que son difíciles de planificar y administrar.

2.3.12. Medios utilizados durante la estrategia de Participación:

- Mesa de trabajo

Giraldo, gallego, Gonzáles & Betancur (2011), señalan que las mesas de trabajo en general son espacios de consulta, concertación y acuerdo para resolver diferentes problemas, tomar decisiones, establecer prioridades, crear sistemas de información, conocimiento y confianza que en un conjunto traten de resolver los problemas que originan ciertos conflictos y la búsqueda de soluciones.



- **Reunión**

En ese sentido, Pérez (2016), indica que una reunión de trabajo se define como la congregación de una cantidad determinada de personas que intercambian ideas y conocimientos bajo el liderazgo de una persona durante un periodo de tiempo definido para lograr un objetivo en común: tomar una decisión o buscar una solución.

- **Caminata / Marchas**

Una caminata o marcha es un acontecimiento de manifestación en donde se agrupan varias personas de diferentes instituciones, grupos de personas con diferentes propósitos como; la promoción, concientización, educación y difusión de mensajes, durante este proceso se distribuyen materiales a los transeúntes.

- **Simposio / foro**

Según la Real Academia Española (RAE), el término simposio es una conferencia o reunión en que se examina y discute determinado tema, además se informa de manera específica sobre alguna tema o eventualidad, estos espacios de cooperación y charla son impartidos por personajes altamente capacitados, tras su culminación podría surgir acuerdos, su propósito es informativo.

2.3.13. Estrategia de motivación

Para la teoría de la motivación de Maslow (1943), dividió las principales teorías de la motivación en: Necesidades relacionadas con la fisiología, la seguridad, la pertenencia, el reconocimiento y la autorregulación (pirámide de



Maslow). En el entorno educativo, los docentes deben cooperar con todos los asistentes en la motivación, no la fisiología o la seguridad. Es innegable cuando estos últimos están presentes, ignoran todos los motivos sociales.

Por consiguiente, Lucano (2023), llega a la conclusión, que la motivación determina un aspecto esencial en todo ser humano, pues obliga a un individuo a realizar o no realizar determinados patrones de conducta. La motivación es responsable de garantizar que todos tengan algunos objetivos finales en la vida y puedan alcanzarlos, o al menos intentarlo.

Por tanto, motivar es sinónimo de estimular para generar y construir nuevos aprendizajes.

Medios utilizados durante la estrategia de Motivación:

- Cursos

Según Vázquez (2020), hace referencia quién está a cargo del curso tiene una variedad de funciones a lo largo del proceso: desarrolla estrategias iniciales para romper el hielo; promueve la participación, responde preguntas y orienta ante consultas. A partir de las consignas de trabajo, establece un nexo entre la teoría y la producción de los cursantes, pone en valor las intervenciones, realiza síntesis de lo producido y las presenta a modo de devoluciones.

- Charlas

Salaverria, & Cores (2005), hace referencia que la charla o chat supone una comunicación entre dos o más personas de forma síncrona y mediante mensajes textuales que van apareciendo de forma sucesiva. Al



tratarse de un diálogo simultáneo, la charla es un medio mucho más inmediato que el foro, pero también más efímero, ya que las ‘conversaciones’ de los diferentes géneros en los que participan los usuarios, sin duda es en la charla donde encontramos un lenguaje más alejado del tradicional.

- **Talleres**

Según Ramírez (2018), señala que al taller de comunicación como aquel espacio educativo, informativo, destinado al desarrollo de actividades que permitan fortalecer sus capacidades para una comunicación más efectiva, en la que defienda su postura, creencia u opinión sin faltar el respeto ni denigrar las ideas de los demás, tanto directivos, colegas y estudiantes.

2.3.14. Estrategia de capacitación

Para Gambetta (2015), la capacitación es un entorno organizativo diseñado para facilitar fomentar el debate y adquirir conocimientos que normalmente no son posibles en el aula, lugares de trabajo individuales. El objetivo es hacer que los conocimientos adquiridos sean transferibles. tareas, esto no sucede en todos los casos. La capacidad de aplicar el conocimiento adquirido en el entorno dado está relacionada con la calidad del conocimiento adquirido, las características específicas de cada tarea y la relación entre estos dos contextos.

La capacitación está diseñada para realizar una serie de actividades previamente planificadas y buscan suplir las necesidades de información existentes de una población, que a través de ella busca generar un cambio en las habilidades y conocimientos de la persona.



En cuanto a, López (2011), se puede decir que la capacitación es un proceso continuo porque incluso cuando los nuevos empleados están completamente capacitados, a menudo necesitan ser entrenados o capacitados en las tareas para las que fueron contratados y/o proporcionarles los nuevos conocimientos necesarios para mejorar el desempeño. Un empleado nuevo en un puesto, como un empleado con experiencia que se transfiera a un nuevo puesto, puede necesitar capacitación para realizar su trabajo correctamente.

Medios utilizados durante la estrategia de Capacitación.

- Tríptico:

Es una pieza gráfica que transmite un mensaje de manera ágil e inmediata, está diseñado sobre una página por ambas caras y dobladas en tres partes y la conforman varios pliegues de 6 caras. También es denominado como un folleto informativo, la información que se va a publicitar debe responder una serie de interrogantes y suplir dudas de quien lo lea, además en los trípticos debe contener letras e ilustraciones, su duración en el tiempo es media.

- Díptico:

Es un material doblado en dos partes, muy utilizado en la publicidad, este producto impreso suele ofrecer una gran efectividad e impacto para diferentes circunstancias como: anunciar, promocionar campañas, promocionar productos o servicios de cualquier institución, cuya información debe estar seleccionada.



- **Folleto:**

Es un material plegable donde se puede incluir información explicativa, ofrecer información especial sobre algún tema, además se debe situar quien es el emisor responsable, dirección, teléfono, correo electrónico y horario de atención.

- **Banner:**

Es un elemento visual que se incorpora dentro de una página para promocionar, publicitar una marca, producto o servicio, además el banner suele estar combinado con una imagen atractiva, este recurso grafico es de carácter informativo, el contenido de imágenes e información debe ser cuidadosamente seleccionada.

- **Volante:**

El volante es un recurso y herramienta de la comunicación que favorece transmitir un mensaje más conciso, inmediato e indirecto, se reduce a una página con diferentes formatos, puede ser ilustrado, y para tener alcance a la población el volante debe ser claro, preciso y completo, de preferencia redactado con lengua simple, con poca información, pero detallado, su uso se da mayormente para promocionar.

- **Manual:**

Es un documento que posee, en forma organizada y sistemática, información o instrucciones sobre datos relevantes como historia, política, procedimientos organizacionales de una organización, que se consideran necesarios para el mejor desempeño del trabajo.



- **Cartilla:**

Es un documento que comprende información de gran importancia social, político, económico, el propósito de la cartilla es orientar, guiar a los interesados en la información.

- **Sticker:**

Son expresiones espontáneas del menester de transmitir de forma inmediata diversos aspectos de la realidad, mientras que en el texto escrito requiere mucho tiempo y espacio.

- **Gigantografía:**

Son impresiones de voluminoso tamaño que obtienen captar con facilidad la atención de las personas, debido a que generalmente se instalan en la vía pública con mayor transitabilidad.

2.3.15. Estrategia de información

Zorrilla (2006), concluye que la información en forma general es un vehículo para aumentar el conocimiento y difundir noticias. Porque nos recuerda eventos importantes del pasado, nos dice dónde estamos. Estamos en un momento que nos permite planificar y elaborar estrategias futuras de la empresa.

Medios utilizados durante la estrategia de información

- **Televisión**

Según Biagi (2006), es un medio que puede mezclar imagen, sonido y movimiento y consiste en pantallas de televisión y sistemas de transmisión que envían diferentes programas a los espectadores.



- **Radio**

Al mismo tiempo Biagi (2006), asevera que es un medio basado en la transmisión de señales sonoras mediante ondas de radio, tanto de forma instantánea como periódica. Es un dispositivo que transmite el mensaje comunicacional, actualmente es el medio de comunicación que mayor cobertura posee.

- **Periódico**

La Editorial Etecé (2021), señala que es un medio de comunicación distribuido en forma impresa y publicado periódicamente o regularmente, generalmente de manera diaria, con el único propósito de informar, transmitir opiniones y entretener a través de noticias, artículos, anuncios y acontecimientos de gran importancia. Por otro lado, es de considerar que el consumo de este medio de comunicación es bajo y a su vez podría desaparecer en los próximos 10 años.

- **Facebook**

Según Piscitelli, Adaime, & Binder (2010), Facebook es una red social con algunas características únicas, es líder entre las redes sociales con más de 400 millones de usuarios en todo el mundo, lo que la convierte en un gran lugar no solo para los expertos en informática sino también para la gente común, generalmente hablando.

- **WhatsApp**

Para Vaquera, (2014), el WhatsApp puede ser un ejemplo específico de una red social: un servicio de mensajería instantánea que tiene como



objetivo permitir que dos o más usuarios se comuniquen entre sí en tiempo real a través de Internet.

- **Messenger**

Es un medio instantáneo de mensajería y aplicación de software, actualmente preparándose para llegar a ser una plataforma completa mediante los BOTs.

- **Medios de Comunicación**

Desde la perspectiva de Sosa (2015), son todos aquellos canales que nos permiten transmitir información, mensajes a un determinado público, utilizando diversos instrumentos de comunicación.

- **Procesos de comunicación.**

Según Martínez y Nosnik (1998), mencionan que la comunicación es todo un proceso de transmisión de señales y códigos en donde una persona se comunica con otra por medio de un mensaje y espera una respuesta (ya sea una opinión, acción o comportamiento) de esta última. En tal sentido la comunicación es una forma de expresarse con los demás a través de ideas, hechos, pensamientos y acciones que intentan dar respuesta a la comunicación enviada.

- **Mensajes**

En términos generales para Thompson (2006), es un conglomerado de ideas, pensamientos y sentimientos enviados por un emisor a un receptor utilizando un determinado canal o medio de comunicación (como el habla, la



escritura, etc.). Asimismo, la variedad de métodos de información y comunicación disponibles en la actualidad es ciertamente ilimitada, lo que significa que las personas pueden mantener contacto con otras personas de diversas maneras.

2.3.16. Redes sociales

Bartolomé (2008), afirma que una red social es una estructura social que consta de grupos de personas conectadas por uno o más tipos de relaciones, como amistad, parentesco, intereses compartidos o conocimiento compartido.

2.3.17. Educación vial

Según el texto Guía de Educación en Seguridad Vial publicada por el Consejo Nacional de Seguridad Vial (2013), la educación vial fomenta el aprendizaje y cumplimiento de normas y los reglamentos. A su vez está encaminada con el desarrollo de la autoestima, el respeto por las demás personas y los principios de una convivencia social y democrática y libre. Así como con el desarrollo y fortalecimiento de una cultura cívica que incluya la gratitud de derechos, deberes y el respeto a las instituciones y autoridades del Perú.

En relación a lo anteriormente expuesto, Bernardo (2016), define a la educación vial como cualquier actividad educativa permanente que se enfoca en promover el total desarrollo de conocimientos, habilidades, comportamientos, valores y actitudes de las personas, para mejorar el comportamiento de los mismos, a través del uso de estrategias comunicacionales la información, sensibilización y persuasión quienes están identificados como pasajeros, peatones, conductores y público en general con el objetivo de reducir la incidencia de accidentes de tránsito, siniestros vehiculares mayores y menores.



2.3.18. Seguridad vial

En el texto Guía de Educación en Seguridad Vial publicada por el Consejo Nacional de Seguridad Vial (2013), la seguridad vial es una responsabilidad compartida, entonces dicho esto involucra a los ciudadanos, así como a las autoridades locales, regionales y nacionales, quienes se responsabilizan de poner en marcha políticas, estrategias, procedimientos y acciones que conlleven a alternativas de solución necesarias e inmediatas; se fortalecen los hábitos y actitudes de las personas hacia la intercomunicación con su entorno.

- **Factor humano:**

La causa humana como el estado de ánimo, la inexperiencia, el cansancio, edad, sexo, así como también factores diferentes como la ingesta de alcohol, exceso de velocidad, imprudencia del conductor o peatón entre otros que estén relacionados directamente a una persona y a consecuencia de ello ocurren los accidentes de tránsito vehicular y con consecuencias de muertes.

- **Factor entorno de la vía:**

Influyen directamente, el descuido y la falta de mantenimiento, pavimentación, trazo de la vía, clima, deficiencias de señalización son los factores más relevantes que conllevan a ocasionar graves accidentes y siniestros vehiculares.



- **Factor vehicular:**

El tipo de vehículo, la condición de la misma, fallas mecánicas, neumáticos en mal estado, falta de mantenimiento del vehículo, modificación del vehículo, exceso de carga también son causales.



CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. AMBITO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se realizó al Plan de Actividades del año 2021 y 2022 de la Oficina de Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno, ubicado en el Jr. Lima N° 994 en la ciudad de Puno.

3.2. RESEÑA HISTÓRICA

El 24 de diciembre de 1879, durante el Gobierno de Don: Nicolás de Piérola se creó la Secretaría de Fomento, que comprendía los Sectores de Obras públicas, Industria, Comercio y Beneficencia; Posteriormente el 18 de enero de 1896, la Cámara de Senadores promulgó la Ley que creó el Ministerio de Fomento y Obras Públicas, que comprendía los sectores de Obras Públicas, Industria y Beneficencia, habiendo sido nombrado como ministro de Fomento y Obras Públicas el ingeniero, Eduardo López de Romaña.

Durante el Gobierno del Gral. De División EP. Juan Velazco Alvarado, el Ministerio de Fomento y Obras Públicas cambió de nombre por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones. La Ley Orgánica fue promulgada el 25 de marzo de 1969, según del Decreto Ley N° 17271 el 1ro.de abril de ese año, entró en funcionamiento con el propósito de apoyar a los demás sectores mediante el transporte y las comunicaciones, de otra parte mediante Decreto Ley 25491 del 11 de mayo del año 1992, se fusionó con el Ministerio de Vivienda y Construcción, tomando como denominación Ministerio de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción, seguidamente al amparo de la Ley 27779 de fecha 11 de Julio del año 2002, se promulga la Ley Orgánica que modifica la Organización y Funciones de los Ministerios estableciéndose quince (15) Ministerios



donde ya aparece por separado el Ministerio de Transportes y Comunicaciones y el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento; Finalmente se promulga la Ley 27791 de fecha 25 de julio 2002, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

De otro lado la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones – Puno DRTCP, pasa a depender directamente del Gobierno Regional de Puno, al amparo de las siguientes normas legales: Ley 23878 de fecha 21 de junio de 1984, mediante el cual se aprueba el Plan Nacional de Regionalización, Ley 24650 del 20 de marzo de 1987 que aprueba la Ley de Bases de la Regionalización, modificada por Ley 24792 (11-02-1988) y el Decreto Supremo N° 071-88-PCM (14-06-2008) que aprueba el TUO de la Ley de Bases de Regionalización; mediante Ley 25023 (14-04-89) se crea la Región José Carlos Mariátegui conformada por los Departamentos de Moquegua, Tacna y Puno, seguidamente se promulgó la Ley 25432 (17/04/92) que disuelve las Asambleas Regionales y Consejos Regionales para dar paso a los Consejos Transitorios de Administración Regional, con Decreto Supremo 088-92-PCM (18/11/92) se crea la Comisión Interministerial de Asuntos Regionales (CIAR), cuya función principal radicó en estudiar y evaluar los asuntos vinculados a demarcación territorial, organización y funcionamiento de los Gobiernos Regionales. Con la dación del Decreto Ley N° 26109 (29/12/92) se declara en reorganización y reestructuración administrativa a los Gobiernos Regionales, se asignan funciones a los CTAR, posteriormente en el año 1993 el Congreso Constituyente aprobó la nueva Constitución Política del Perú señalando en su Art. 188, que la Descentralización es una forma de Organización Democrática y constituye una política permanente de Estado que tiene el objetivo fundamental el Desarrollo Integral del país. Posteriormente se promulga la Ley 26922 (03/02/98) Ley Marco de Descentralización que contiene normas que deben ordenar el proceso de descentralización



del país en cumplimiento a la Nueva Constitución Política del Perú, asimismo se promulga la Ley 27783 (20/07/2002) Ley de Bases de la Descentralización, que establece principios, objetivos y criterios generales del proceso de descentralización, regulando la conformación de las regiones, las competencias de los distintos niveles de gobierno y los bienes y recursos que les corresponden.

Actualmente, la Ley N° 27791, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), y la Ley N° 27867 de fecha 16 de noviembre de 2002. Ley Orgánica de los Gobiernos Regionales, son las que rigen, determinan y regulan el ámbito, de acuerdo a los Artículos 56.- las Funciones en Materia de Transporte (Incisos a, b, c, d, e, f, g, h), Artículo 57.- las Funciones en Materia de Telecomunicaciones, (Incisos a, b, c, d, e.), como consecuencia del Proceso de Descentralización a nivel Nacional.

En ese sentido, de acuerdo al Organigrama Estructural del Gobierno Regional Puno, la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones – Puno, Unidad Ejecutora 200: Transportes Puno, a la fecha se constituye como un órgano desconcentrado de la Gerencia Regional de Infraestructura del Gobierno Regional Puno, de acuerdo al Reglamento de Organización y Funciones del GORE PUNO!

Finalmente es necesario indicar que, técnica y normativamente se tiene una dependencia del nivel central del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – MTC, y una dependencia administrativa y Presupuestaria del Pliego 458 GORE PUNO-PUNO.

3.3. PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO

La investigación inició en octubre del año 2022, y concluyó en julio del 2023, respecto a la ejecución del proyecto comunicacional plan de actividad de la Oficina de



Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones
Puno – DRTC-P inició en el año 2021 y concluyó en diciembre año fiscal del 2022.

3.4. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto de investigación corresponde a una metodología cualitativa con el diseño no experimental, del tipo descriptivo. Al respecto, Hernández y Mendoza, (2020). Sostienen que el enfoque cualitativo se encarga de estudiar fenómenos de manera sistémica. En, pero, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltar” al mundo exterior y empírico para afirmar si está es apoyada por datos y resultados, entonces el investigador debe comenzar el proceso examinando los acontecimientos y revisar las investigaciones previas, ambas acciones de manera simultánea a fin de generar un conocimiento que sea consistente con lo que está analizando, qué ocurre. Además, afirman que la investigación cualitativa no es tan específica como la cuantitativa genera interrogantes, antes, durante y después de recolectar y analizar los datos.

3.5. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación adoptada para este proyecto es de tipo descriptivo, al respecto, Sampieri (1998), señala este recurso de la investigación permite detallar acontecimientos y eventos, es decir como es y cómo se evidencia un determinado fenómeno que busca especificar alguna particularidad muy importante de personas, grupos étnicos, comunidades o cualquier otro fenómeno que pueda ser objeto y materia de estudio y análisis respectivamente.

3.6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.6.1. No experimental

En el presente trabajo de investigación el diseño del proyecto es de tipo no experimental, porque no hay estímulos o condiciones experimentales de acuerdo con los datos recabados para llevar a cabo esta investigación correspondiente. Al respecto Arias (2020), sostiene que hablar de tipos se refiere a un contexto natural, una investigación de tipo no experimental no tiene estímulos y las variables no son objetos de manipulaciones ni alteraciones. Son estudiados en su estado natural.

En ese contexto, Hernández, Fernández y Baptista (2006), aseguran que la investigación no experimental es empírica y sistemática donde una o más variables no son sometidas a manipulaciones porque estas ya han sucedido en un determinado tiempo, es decir la inferencia sobre coherencia entre las variables no tiene intervención alguna o influencia directa y son observadas, tal como han sucedido en su entorno. Añadiendo a lo expuesto anteriormente, Stracuzzi y Pestana (2004), manifiestan que el diseño de la investigación del tipo no experimental es aquel estudio realizado sin ninguna manipulación en forma deliberada por que los hechos ya sucedieron.

3.7. DIMENSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- Uso de estrategia de participación
- Uso de estrategia de motivación
- Uso de estrategia de capacitación



- Uso de estrategia de información

3.7.1. Población

Según Tamayo y Tamayo (2007), cuando se refiere a la población de la investigación, hace hincapié en la totalidad del fenómeno el cual será objeto de estudio y análisis, estos elementos pueden estar conformados por personas, quién debe ser accesible para que pueda permitir ejecutar la investigación.

Conforme a ello, Hernández, (2006), menciona que la población es quienes van a ser medidos, para ello es necesario precisar objetivamente el problema a investigar. Bajo el análisis de los citados autores, el presente proyecto de investigación tiene como objetivo analizar el plan de actividades de la Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno DRTC-P. en un periodo de 5 años.

3.7.2. Muestra

Según Hernández y Mendoza (2018), sostiene que la muestra es un subgrupo denominado como parte característico y ejemplar de una población, los datos obtenidos se obtendrán de la muestra, además es necesario delimitar la muestra según los objetivos establecidos. En la siguiente investigación la muestra está conformado por el documento de gestión del proyecto del plan de actividades del año fiscal de 2021 y 2022.



3.8. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.8.1. Técnica

Para Hernández y Mendoza (2018), detallan que el método de recolección de datos es el registro sistemático, válido y fidedigno, además de situaciones observables a través de un grupo de categorías y subcategorías.

En ese contexto, Hurtado (2007), asegura que la técnica tiene relación con los procedimientos utilizados para la recolección de datos que se clasifican como; revisión documental, observación, encuesta y técnicas sociométricas.

3.8.2. Análisis de documentos y contenido:

Para el proyecto de investigación se aplicó la técnica de análisis de contenido, definiendo este concepto en la teoría, Berelson (1952), indica que es una técnica de investigación cuyo objetivo es ser concisa, objetiva, sistemática. Y aplicó para el análisis del plan de actividades de año 2021 y 2022 de la oficina de Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno.

3.8.3. Instrumento

Según Arias (2006), los instrumentos son recursos, formatos o dispositivos en papel o digital, que se emplean para recabar o almacenar información. Son mecanismos de recojo de información que se emplean en las investigaciones para conocer, medir las características propias de las variables, también sirven como herramientas de soporte y apoyo para alcanzar el objetivo planteado.

3.8.4. Ficha de análisis de contenido

Para argumentar y dar soporte a la investigación se emplea la ficha de análisis de contenido, al respecto, Arias (2020), menciona que este instrumento es utilizado en ensayos de carácter argumentativo, artículos, informes, o monografías, su principal utilidad es recabar la mayor información posible que se requiera estudiar, además detalla se puede añadir comentarios personales de manera resumida.

3.8.5. Variables

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Sub indicadores
Estrategias de comunicación	1. Identificar cómo se utilizó la estrategia de participación en las actividades de educación y seguridad vial del plan de trabajo.	Uso de estrategias de participación	Reunión	Mesa de trabajo Reunión Caminata/marcha Simposio

Fuente: Elaboración propia.

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Sub indicadores
Estrategias de comunicación	2. Determinar cómo se empleó la estrategia de motivación para generar el cambio de actitud de los conductores.	Uso de estrategias de motivación	Curso	Curso de reducción de puntos en Charla Talleres/capacitación

Fuente: Elaboración Propia



Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Sub indicadores
Estrategias de comunicación	3. Identificar cómo se usó la estrategia de sensibilización en peatones y pasajeros.	Uso de estrategias de capacitación	Recursos gráficos	Tríptico Díptico Folleto Banner Volante Manual Cartilla Sticker Gigantografía Flyer

Fuente: Elaboración propia.

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Sub indicadores
Estrategias de comunicación	4. identificar cómo se empleó la estrategia de información para minimizar el incremento de los accidentes de tránsito	Uso de estrategias de información	Medios	Televisión Radio Periódico Facebook WhatsApp Messenger

Fuente: Elaboración propia.



CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Para la presentación de resultados se considera a la definición de Quinn, Mintzberg (1991), una estrategia es: “es el plan o patrón que integra las metas y políticas de una organización y a la vez y la vez establece la secuencia coherente de las acciones a realizar”., como también lo que establece Quinn (1991), que una estrategia es efectiva si contiene tres elementos.

1. **Las metas** (u objetivos) que deben de alcanzarse.
2. **Las políticas** más significativas que guiarán o limitarán la acción
3. **Las secuencias de acción** (o **programas**) que deberán lograr las metas definidas dentro del límite establecido.

Y continúa explicando Quinn (1991), **que las metas** (u objetivos) establecen qué es lo que se va a lograr y cuándo serán alcanzados los resultados.

Las políticas son reglas o guías que expresan los límites dentro de lo que debe ocurrir en la acción.

Paso a paso, los programas especifican las secuencias de las acciones necesarias para alcanzar los principales objetivos. Los programas ilustran como dentro de los límites establecidos por las políticas serán logrados los objetivos.

Esta conceptualización de estrategia es tomada por la comunicación para el desarrollo y es considerada como las estrategias de la comunicación y en cuanto a la

secuencia de acciones se debe considerar como acciones de comunicación que incluye la elaboración de los mensajes y el uso de medios.

4.1.1. Análisis e interpretación de la estrategia de participación

Tabla 1

Establecer actividades en el contexto del reordenamiento vehicular.

Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación			Resultado
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje	Uso de medios	
Establecer actividades en el contexto del reordenamiento	Autoridades de municipios provinciales y distritales, representantes de las instituciones gubernamentales, gerentes de transportes urbano e interurbano	Se realiza la Primera reunión de CORESE V, Se realiza informes de mesas de trabajo del reordenamiento de transporte, se formula el plan de acción regional, se establece reunión de capacitación y orientación y se realiza actividades por semana de educación vial	Informativo, educativo	El mensaje es informativo y educativo porque se informa acerca de las actividades a realizar, que son planteados en la mesa de trabajo del CORESE V, autoridades del transporte.	Mesa de trabajo	Alta (véase anexo 1)

Fuente: Elaboración propia.



Análisis e interpretación: Como resultado en las mesas de trabajo realizado por la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones de Puno, a través de la Oficina de Unidad de Educación Vial, se coordinó y se llevó a cabo la actividad de mesa de trabajo que se realiza con los miembros del CORESEV, municipalidades provinciales, municipalidades distritales, gerentes de transporte y gerentes de transporte privado, que tiene como referencia la Ley N° 27181 Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre, donde se acuerda realizar en el contexto del reordenamiento del transporte terrestre, analizar la situación de infraestructura complementaria de transporte de los terminales terrestres formales e informales que prestan servicio de transporte urbano e interurbano, además al culminar las reuniones se realizaron capacitaciones en educación y seguridad vial con el objetivo de prevenir accidentes y siniestros vehiculares para minimizar accidentes y pérdidas humanas de la Región de Puno. Donde se puede evidenciar que se cumplió con la actividad planteada en el “plan de actividades de la Unidad de Educación Vial” en el contexto de la emergencia sanitaria del Covid-19.

Tal como lo menciona, Gonzales (2015), que la mesa de trabajo es una instancia de coordinación, gestión y control de proyectos, además es un punto de encuentro o reunión donde los asistentes se reúnen para intercambiar conocimientos y experiencias para poner en marcha un proyecto anteriormente planificado. Además, se realizan de manera periódica y continua según las necesidades para favorecer a cooperar en el diálogo entre los participantes.

Desde el punto de vista de, García (1980), en su artículo “Las estrategias de participación en América Latina. Nueva sociedad” también manifiesta que la participación es entendida como una mediación entre el proceso de decisión y el



poder, que tiene la capacidad de intervenir y participar en las tomas de decisiones que orienta el camino de una población.

Por lo tanto la estrategia comunicacional de mesa de trabajo parte de una premisa cuya instancia es la coordinación de gestión y control de proyectos, además fue un punto de encuentro para compartir experiencias de trabajo y está sujeta al diálogo, y la participación fue permanente para una correcta toma de decisiones, de acuerdo al plan de actividades de la Oficina de Unidad de Educación Vial, la actividad se ejecutó de manera satisfactoria en el ámbito del reordenamiento del tránsito terrestre y situación de las infraestructuras de los terminales de transporte terrestre de la región de Puno, para ello se realizaron 9 mesas de trabajo articuladas con todas las instituciones pertenecientes al CORESEV Puno.

Tabla 2

Brindar instrucciones y lineamientos para Formular el Plan Regional de Seguridad Vial, como parte de las funciones de los Consejos Regionales de Seguridad Vial.

Objetivos	Tipo de publico	Políticas para que	Acciones de comunicación			Resu ltado	
			Tipo de mensaje	Mensaje Descripción del mensaje	Uso de medios		La participación fue alta, media baja
Brindar instrucciones y lineamientos para formular el plan regional de seguridad vial, como parte de las funciones de los consejos regionales de seguridad vial.	Consejos regionales de seguridad vial y CORES EV y CORPO SEVI Puno.	Brindar instrucciones y lineamientos para la formulación del plan regional de seguridad vial y conformación de comisión y realizar operativos preventivos en terminales urbanos en Juliaca	Informativo, persuasivo, preventivo	El mensaje es de carácter informativo que da a conocer lineamientos e instrucciones para la formulación del plan de seguridad vial, para conocer todos los detalles e información sobre el transporte terrestre.	Reunión	Alta	5 (véase anexo 2,3,4)

Fuente: Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Como resultado, las reuniones de prevención se realizaron en las instalaciones de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno cuyo objetivo fue formular el Plan de Acción Regional para la Seguridad Vial del año 2023 para la Región de Puno, que tiene como tarea



principal brindar los mecanismos, instrucciones y lineamientos para la formulación del dicho plan, teniendo como referencia las funciones de los Consejos Regionales de Seguridad Vial, CORESEV a nivel nacional que tiene un rol activo, participativo y concertado, para coordinar e informar acerca de los problemas latentes en el transporte vehicular y seguridad vial.

Posteriormente haberse realizado la primera etapa de la formulación del plan de actividades, al término de la misma, se presentó en el mes de agosto de 2020 para su aprobación bajo una ordenanza Regional del Consejo de Seguridad Vial y posteriormente remitida al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, cuyo documento también será útil y referencial para los demás municipios provinciales de la Región de Puno para la elaboración de sus respectivos planes de seguridad vial, y que puedan enfrentar los problemas relacionados y existentes al transporte de sus jurisdicciones. Finalmente se puede evidenciar que se cumplió con la actividad planteada en el “plan de actividades de la Unidad de Educación Vial”.

En ese sentido según, Lauzan (2011), en su libro “Gerencia sin agobio” manifiesta que la reunión es una actividad legítima e insustituible para el logro de objetivos planteados, donde el participio colectivo, la necesidad de la cooperación, el compromiso e intercambio de conocimientos son fundamentales para su construcción.

En consecuencia el uso de la estrategia comunicacional de las reuniones, fueron puntos de encuentro que tuvo múltiples finalidades, tales como la elaboración de planes de trabajo, diseño de estrategias comunicacionales, coordinar acciones y deliberarlos, tal como lo menciona Lauzan, que es una

actividad legítima para concretar de manera efectiva los objetivos previstos, para lo cual se tuvo una participación activa de los Consejos Regionales de Seguridad Vial y COPROSEVI de la región de Puno donde se estableció y logró brindar correctamente las instrucciones y lineamientos para la formulación del Plan de Acción Regional para la Seguridad Vial del año 2023. Para ello se ejecutaron 5 reuniones multisectoriales, reunión suscitada en el trayecto de la pandemia del COVID-19, adoptando todas las medidas de bioseguridad correspondientes.

Tabla 3

Realizar marchas de concientización y sensibilización sobre la importancia de la seguridad vial.

Objetivos	Tipo de publico	Políticas para que	Acciones de comunicación			Res ultado	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje	Uso de medios		
Realizar marchas de concientización y sensibilización sobre la importancia de la seguridad vial.	Público en general, instituciones educativas públicas y privadas, municipios provinciales, municipios distritales	Marcha por el día de la seguridad vial y la semana de la educación vial.	Informativo, educativo	Es de carácter informativo porque distribuye material gráfico y muestra pancartas, gigantografías con información en educación y seguridad vial y que a su vez es educativo.	Caminata/ Marcha	Alta	4 (véase anexo 5,6,7)

Fuente: Elaboración propia.



Análisis e interpretación: Como resultado, la actividad de caminatas de sensibilización del Plan de actividades de la Unidad de Educación Vial 2021-2022 de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno, se realizaron en días festivos de la educación y seguridad vial, la semana de la educación vial que se celebra la primera semana de setiembre y el día de la seguridad vial se celebra el tercer domingo de octubre, estas actividades se realizan en referencia al DECRETO SUPREMO N.º 034-2006-MTC y la Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre, Ley N.º 27181 y en el marco de una política de prevención de accidentes de tránsito. Además, la consigna principal es sensibilizar, educar, orientar y concientizar a las personas sobre la importancia de la seguridad vial y de la adopción de acciones de una cultura de respeto de las normas de tránsito para la educación y seguridad vial, Finalmente se puede evidenciar que se cumplió con la ejecución de la actividad planteada en el “plan de actividades de la Unidad de Educación Vial”

Al respecto, según Sandoval (2012), señala que la caminata es una reunión pública, que generalmente sucede al aire libre en donde todos los involucrados de la caminata reclaman, exponen, protestan o expresan algún tema en específico.

Por lo tanto, este recurso que es parte de las estrategias comunicacionales, la caminata es una manifestación pública mediante la congregación de personas, es la exhibición de la opinión, según Sandoval se realiza porque expresan y exponen un problema. En tal sentido la Oficina de Unidad de Educación Vial empleó e instó a instituciones públicas, privadas y público en general a participar en las actividades para sensibilizar y concientizar a los conductores de vehículos motorizados y la población en general, además realizó actividades preventivas presenciales, donde se sensibilizó y concientizó a la ciudadanía en general para

ello se realizaron 4 actividades de caminatas y sensibilización. Dichas actividades, inicialmente estaban suspendidas y posteriormente se ejecutaron de manera gradual y presencial en la etapa de emergencia sanitaria teniendo en cuenta todos los protocolos sanitarios y preventivos.

Tabla 4

Conocer las funciones del Consejo Regional de Seguridad Vial.

Objetivos	Tipo de publico	Políticas para que	Acciones de comunicación			Resultado	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje	Uso de medios		La participación fue alta, media baja
Conocer las funciones del Consejo Regional de Seguridad Vial.	Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno, X Macro Región Policial Puno, funcionario s de la Municipalidad de Puno.	Primer Simposio de Seguridad Vial.	Informativo, educativo, persuasivo	Informar, educar acerca de las funciones y acciones que realiza y competencias del Consejo Regional de Seguridad Vial.	Simposio	Bajo	1 (véase anexo 8)

Fuente: Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Se puede evidenciar como resultado, que el primer Simposio de seguridad vial se realizó el 11 de julio del 2022, el evento protocolar se realizó en el auditorio de la Municipalidad de Puno donde se dio a conocer las funciones del Consejo Regional de Seguridad Vial, también se informó que la región de Puno se encuentra entre las primeras ciudades donde ocurren accidentes de tránsito y las infracciones se cometen de manera



indiscriminada, en promedio según la Policía Nacional del Perú y la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno se cometen 700 infracciones sólo en la ciudad de Puno, de enero a junio del 2022 se han registrado 304 accidentes de tránsito en las diferentes carreteras de la región, de los cuales 296 fueron causados por vehículos mayores y 63 por unidades menores y producto de estos siniestros 234 personas resultaron heridas leves, mientras que los 54 accidentes categorizados como fatales, se reportaron 38 muertes lamentables. La actividad estuvo dirigida por la Macro Región Policial Puno, Municipalidad Provincial de Puno, Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones de Puno. Finalmente se puede evidenciar que se cumplió con la ejecución de la actividad planteada en el “plan de actividades de la Unidad de Educación Vial” sin embargo no basta con realizar 1 actividad siendo un tema de gran importancia.

Al respecto, Porto y Merino (2014), señalan que Simposio es un concepto de procedencia griega, la acepción hace referencia donde se determina un asunto, puede vincularse a una conferencia o seminario para adornar un tema donde cada especialista interviene y da su punto de vista en el proceso del debate en el foro.

Por este motivo se empleó la estrategia comunicacional de simposio que es una conferencia o reunión de especialistas tal como lo indica Merino, además el propósito del simposio fue aclarar y dar respuestas a las interrogantes y dudas de la ciudadanía y la opinión pública, de tal modo que la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno a través de la Oficina de Unidad de Educación Vial, la Policía Nacional del Perú y la Municipalidad de Puno de manera conjunta participaron e informaron de las funciones la DRTC-P, para lo cual se empleó correctamente la estrategia comunicacional citado, siendo una

actividad de gran importancia para la región de Puno, solo se realizó 1 simposio debido a las limitaciones a consecuencia de la emergencia sanitaria del Covid-19.

4.1.2. Análisis e interpretación de la estrategia de motivación

Tabla 5

Reducir los puntos en contra de los conductores, además reeducar comportamientos y actitudes de los conductores hacia una cultura de seguridad vial.

Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación			La motivación fue alta, media, baja	Resultado
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje	Uso de medios		
Reducir los puntos en contra de los conductores, además reeducar comportamientos y actitudes de los conductores hacia una cultura de seguridad vial.	Conductores que no hayan sobrepasado los 100 puntos en contra.	Curso extraordinario de educación en tránsito y seguridad vial.	Informativo Educativo Persuasivo	El curso es de carácter informativo y educativo porque se pone en conocimiento diferentes temas de seguridad vial, normas de transporte, obligaciones de los conductores, por último, es persuasivo porque se hace un llamado a no exceder el límite de puntos en contra en el (SLCP).	Curso de reducción de Puntos en contra	Alta	24 (véase anexo 9)

Fuente: Elaboración propia.



Análisis e interpretación: Como resultado del curso de reducción de puntos la unidad de educación vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno organizó, difundió y ejecutó el curso de reducción de puntos una vez por cada mes del año, de forma remota por la aplicación Google Meet debido a la situación de la enfermedad del coronavirus que se atravesaba; en donde se realizó un total de 24 cursos extraordinarios de educación en tránsito y seguridad vial a conductores imprudentes durante los años 2021 - 2022, también se pudo constatar que la participación fue de manera gradual ascendente, en vista de que las estrategias comunicacionales para promover el curso en un primer momento no eran permanentes, sin embargo durante el transcurso de los cursos posteriores se realizaron campañas, utilizando materiales audiovisuales, sonoros y gráfico, el curso se impartió de manera gratuita teniendo como objetivo reeducar comportamientos y actitudes hacia una cultura de seguridad vial . Así mismo como parte del Sistema de Licencia de Conducir por Puntos los conductores que no cometieron ninguna infracción recibieron una bonificación de 50 puntos por un periodo de 24 meses continuos, este incentivo se otorga automáticamente a través del SLCP.

En la estrategia de motivación los cursos tienen un contenido ordenado, cuentan con un inicio y un fin. Vázquez (2020), hace referencia quién está a cargo del curso tiene una variedad de funciones a lo largo del proceso: desarrolla estrategias iniciales para romper el hielo; promueve la participación, responde preguntas y orienta ante consultas. A partir de las consignas de trabajo, establece un nexo entre la teoría y la producción de los cursantes, pone en valor las intervenciones, realiza síntesis de lo producido y las presenta a modo de devoluciones.

El Sistema de Licencias de Conducir por Puntos es un registro total de las faltas acumuladas en el historial del conductor por cada infracción cometida tiene como objetivo reducir los puntos en contra acumulados. Las infracciones leves se sancionan con 1 a 20 puntos, las graves de 20 a 50, las faltas muy graves de 50 a 100 puntos en contra y todo se suma al historial del conductor. Si en un periodo de 24 meses se lleva acumular 100 puntos por primera vez, se suspende la licencia durante seis meses, en caso el conductor vuelve a sumar 100 puntos por segunda vez, corresponde la suspensión de la licencia por un año, si por tercera vez acumula los 100 puntos se procede a la cancelación definitiva del brevete.

Tabla 6

Fortalecimiento de las capacidades de conductores y peatones.

Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación			Resultado
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje	Uso de medios	
Fortalecer las capacidades de los conductores y peatones.	Conductores de diferentes empresas de transporte público y privado, así como peatones de las vías.	Charlas de seguridad vial conductores y peatones	Informativo Educativo	La charla es de carácter informativo y educativo porque se da a conocer normas y reglas de transporte terrestre, provincias con más índices de siniestralidad.	Charla	alta 49 (véase anexo 10)

Fuente: Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Como resultado a la estrategia de motivación de charlas en seguridad vial a conductores y peatones, se desarrolló a nivel de la



región de Puno tomando en cuenta el cronograma del plan de actividades de los años 2021- 2022 de la Unidad de Educación y Seguridad vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno, además de los indicadores de siniestralidad vial de las 13 provincias de la región Puno, se pudo observar un total de 49 charlas durante los periodos 2021- 2022.

Se efectuó las charlas por públicos separados como conductores de empresas de transporte urbano e interurbano, empresas de transporte interprovincial, empresas de transporte de vehículos menores. Se pudo conocer que también se brindaron charlas a organizaciones comunales, personal de transporte de municipalidades y centros educativos. Así mismo se brindó charlas bajo solicitud de diferentes gerencias de transporte, empresas de transporte, comunidades y centros educativos.

Para el desarrollo de esta actividad la Unidad de Educación y Seguridad Vial tomó en cuenta diferentes estrategias comunicativas bajo el contexto del coronavirus, así como materiales impresos (banners, folletos, afiches, trípticos, dípticos, stikers flyers), como parte de la estrategia de motivación, en algunas charlas se otorgaron certificados a los conductores que participaron de la actividad. Así mismo para que las charlas se desarrollen de manera más eficiente se apreció la participación de instituciones que están involucradas en transporte como PNP, SUTRAN.

Durante el desarrollo y uso de la estrategia de motivación, se hace uso de la charla como una herramienta comunicativa; Salaverria, & Cores (2005), indican que la charla o chat supone una comunicación entre dos o más personas de forma síncrona y mediante mensajes textuales que van apareciendo de forma sucesiva.

Al tratarse de un diálogo simultáneo, la charla es un medio mucho más inmediato que el foro, pero también más efímero, ya que las ‘conversaciones’ de los diferentes géneros en los que participan los usuarios, sin duda es en la charla donde encontramos un lenguaje más alejado del tradicional.

Tabla 7

Prevenir accidentes de tránsito, anular o disminuir los efectos de los mismos con el objetivo de proteger la vida de los usuarios

Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación			Resultado
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje	Uso de medios	
Prevenir accidentes de tránsito, anular o disminuir los efectos de los mismos con el objetivo de proteger la vida de los usuarios	Conductores Y peatones de la región de Puno	Talleres de capacitación a conductores y peatones	Informativo Educativo	Los talleres de capacitación son de carácter informativo y educativo porque se da a conocer normas, reglas de transporte terrestre, hábitos para una conducción segura.	Talleres / capacitación	Alta (véase anexo 11)

Fuente: Elaboración propia

Análisis e interpretación: Como resultado, de los talleres de capacitación a conductores y peatones se realizó en diferentes provincias de la región Puno, así como también en algunos distritos, se pudo apreciar un total de 49 talleres que fueron planificados con anticipación mediante el plan de actividades de los años



2021 – 2022 de la Unidad de Educación y Seguridad Vial de la Dirección regional de transportes y comunicaciones Puno. Para que el mensaje y el objetivo de prevenir accidentes de tránsito, anular o disminuir los efectos de los mismos sea más efectiva se utilizó materiales impresos que son generados por la Unidad de educación vial, los materiales que se utilizaron para los talleres contienen decretos supremos (D.S. N° 017-2009-MTC, D.S. N° 016-2009-MTC), normas, reglamentos, obligaciones, derechos tanto para conductores y peatones.

Los talleres que fueron impartidos mediante la Unidad de educación y seguridad vial potenciaron la autonomía y la motivación de los conductores y peatones de la región de Puno, de estos 49 talleres educativos e informativos pudieron conocer normas, reglas de transporte terrestre, hábitos para una conducción segura. Es preciso indicar que dichos talleres involucraron no solamente a personas adultas de diferentes localidades, también se involucró a los estudiantes de nivel primario logrando una comunicación, motivación, educación y respeto con las señales de tránsito y normas viales, información que se dio a conocer bajo el contexto del coronavirus.

Los talleres son espacios de aprendizaje tienen como fin fortalecer capacidades comunicativas. Desde el punto crítico de Ramírez (2018), el taller de comunicación como aquel espacio educativo destinado al desarrollo de actividades que permitan fortalecer sus capacidades para una comunicación más efectiva, en la que defienda su postura, creencia u opinión sin faltar el respeto ni denigrar las ideas de los demás, tanto directivos, colegas y estudiantes.

4.1.3. Análisis e interpretación de la estrategia de capacitación

Tabla 8

Determina el cambio de actitud de los operadores de transporte, conductores de vehículos particulares y de servicio público y público en general, para mejorar las condiciones de seguridad vial.

Objetivos	Tipo de publico	Políticas para que	Acciones de comunicación		Uso de medios	La capacitación fue alta, media, baja	Resultado
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje			
Cambio de actitud de los operadores de transporte, conductores de vehículos particulares y de servicio público y público en general, para mejorar las condiciones de seguridad vial.	Conductores de vehículos mayores y menores, pasajeros de transporte provincial e interprovincial, peatones y público general.	Educación y seguridad vial	Informativo, educativo,	Información, educación en seguridad vial como principal prioridad en la región de Puno con el enfoque de desarrollo humano transformándose en un referente en materia de movilidad segura.	Tríptico, folleto, banner, volante, manual, cartilla, Sticker, gigante grafía	Alto	18 (véase anexo 12)

Fuente: Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Como resultado, estos medios impresos se utilizaron para plasmar la información con representación icónica, sistemática y simbólica con material diseñado en una computadora y finalmente impresa. Por consiguiente en los recursos impresos se circuló información en educación y



seguridad vial como; información para conductores y peatones, educación y seguridad vial para niños, obligaciones del conductor, obligaciones del usuario, decálogo para peatones y conductores, recomendaciones para peatones y conductores, información para reducción de puntos para conductores infractores de tránsito, folletos preventivos contra accidentes y siniestros vehiculares para la semana santa, importancia de la seguridad vial, principales causas de accidentes de tránsito, elementos de la circulación vial, dispositivos de control de tránsito, manual y decálogo de conductores e información en educación vial para estudiantes y población en general de las zonas rurales, información brindada en el contexto de la pandemia del Covid-19.

La actividad se realizó en referencia al D.S N°017-2009-MTC Reglamento Nacional de Administración de Transporte y D.S. N° 016-2009-MTC T.U.O. del Reglamento Nacional de Tránsito Código de Tránsito, 27181, D.S. N° 010-96-MTC, D.S. N° 024-2001-MTC, D.S. N° 027-2002-MTC, D.S. N° 034-2006-MTC, Declaran el tercer domingo de octubre de cada año como día de la Seguridad Vial a Nivel Nacional, en referencia a la Ley N° 27181, Ley General de Transportes y Tránsito Terrestre y la Constitución Política del Perú que consagra como derecho a la defensa de la persona humana, el respeto a su dignidad, derecho a la vida e integridad moral, psíquica, física, además de promover y coordinar las acciones vinculadas a la seguridad vial debido al alto índice de accidentes de tránsito y coadyuvar en las mismas para tomar medidas preventivas a través y en los recursos gráficos mencionados. Finalmente se puede evidenciar que se cumplió con la ejecución de la actividad planteada en el “plan de actividades de la Unidad de Educación Vial”.



Es por esta razón que Flanagan (1991), menciona que los materiales impresos están hechos en papel donde la información está representada por símbolos e hileras y entre líneas, cuyo material no es más extenso que una sola hoja o una serie de páginas pegadas.

Dentro de este marco con relación a la capacitación, Chiavenato (2001), señala que es un método educativo de corto plazo que es aplicado de manera sistemática y estructurada y por medio de esto la población adquiere nuevos conocimientos y desarrolla sus habilidades en propósito de sus objetivos. En consecuencia, Dessler (2006), considera que la capacitación proporciona habilidades para mejorar el rendimiento.

Dadas las evidencias anteriores se planificó y empleó el uso de estrategias comunicacionales y se determina que los materiales impresos son parte de ellas y cumplieron un rol didacta de forma general, cuya finalidad es facilitar y proporcionar la información, para la capacitación, cumpliendo con el Plan de Actividades en educación y seguridad vial, para ello se elaboró 18 materiales impresos cuyo mensaje aborda principalmente en la educación y seguridad vial, el proyecto comunicacional fue ejecutado por la Oficina de Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno – DRTC-P. logrando tener impacto de manera transitoria.

Tabla 9

Cambio de actitud de los operadores de transporte, conductores de vehículos particulares y de servicio público y público en general, para mejorar las condiciones de seguridad vial.

Objetivos	Tipo de publico	Políticas para que	Acciones de comunicación			Resultado
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje	Uso de medios	
Cambio de actitud de los operadores de transporte, conductores de vehículos particulares y de servicio público y público en general, para mejorar las condiciones de seguridad vial.	Conductores de vehículos mayores y menores, pasajeros de transporte provincial, peatones y público general.	Educación y seguridad vial	Informativo	Información, educación vial como prioridad en la región de Puno con el enfoque de desarrollo humano transformándose en un referente en materia de movilidad segura.	Flyer digitales	Alto (véase anexo 13)

Fuente: Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Como resultado en los Flyer se circuló información en educación y seguridad vial como; información para conductores y peatones, educación y seguridad vial para niños, obligaciones del conductor, obligaciones del usuario, decálogo del tránsito para peatones y conductores, recomendaciones generales para peatones y conductores, información para reducción de puntos en contra para conductores infractores del tránsito, folletos preventivos para la semana santa, importancia de la seguridad vial, principales



causas de accidentes de tránsito, elementos de la circulación vial, dispositivos de control de tránsito, manual y decálogo de conductores e información, la información se difundió a través de la red social de Facebook, Fan Page y página web de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones de Puno.

La actividad se realizó teniendo en cuenta a los aparatos legales del D.S. N°017-2009-MTC Reglamento Nacional de Administración de Transporte y D.S. N° 016-2009-MTC T.U.O. del Reglamento Nacional de Tránsito Código de Tránsito, 27181, D.S. N° 010-96-MTC, D.S. N° 024-2001-MTC, D.S. N° 027-2002-MTC, D.S. N° 034-2006-MTC, Declaran el tercer domingo de octubre de cada año como día de la Seguridad Vial a Nivel Nacional, en referencia a la Ley N° 27181, Ley General de Transportes y Tránsito Terrestre y la Constitución Política del Perú que consagra como derecho a la defensa de la persona humana, el respeto a su dignidad, derecho a la vida e integridad moral, psíquica, física, además de promover y coordinar las acciones vinculadas a la seguridad vial debido al alto índice de accidentes de tránsito y coadyuvar en las mismas para tomar medidas preventivas a través y en los recursos gráficos mencionados. Finalmente se puede evidenciar que se cumplió con la ejecución de la actividad planteada en el “plan de actividades de la Unidad de Educación Vial”.

Cosude (2016), señala que los productos impresos y están integrados en procesos de comunicación, siendo la herramienta con mayor uso para promover y dar a conocer temas complejos, este recurso es considerado como nuevo, es una herramienta asociada al internet, el autor hace énfasis en que este recurso de comunicación para el desarrollo se apoya en el desarrollo y el cambio social. Además, Fisher (1995), menciona que un Flyer es denominado como volantes, sus



características de diagramación son pequeños y gramajes reducidos y se utilizan para transmitir información sobre algún tema en esencial.

Por lo tanto, los recursos digitales de Flyer son parte de las estrategias de comunicación y fue empleado por la Oficina de Unidad de Educación Vial, los materiales digitales o también denominados folletos publicitarios cuyo objetivo de este material es transmitir la información de conceptos fundamentales en la educación y seguridad vial, cuya finalidad fue capacitar al público objetivo, conductores del transporte urbano e interurbano y público en general, desde el uso de las redes, plataformas digitales y físicos. Para ello se realizó 7 diseños de Flyer digital con información detallada e inteligible, El cual tuvo impacto bajo y transitorio en las redes sociales. Las actividades mencionadas se realizaron acatando las medidas de bioseguridad contra el COVID-19.

4.1.4. Análisis e interpretación de la estrategia de información

Tabla 10

Difundir, persuadir y Brindar información de la DRTC, concientizar a los conductores y peatones en educación y seguridad vial

Objetivos	Tipo de publico	Políticas para que	Acciones de comunicación			Resultado
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje	Uso de medios	
Difundir, persuadir y Brindar información de la DRTC, concientizar a los conductores y peatones en educación y seguridad vial	Conductores, peatones y públicos mayores a los 18 años en la región de Puno	Información, persuasión y concientización a través de medios de comunicación tradicionales	Informativo Educativo Persuasivo	Mediante los medios de comunicación masiva se da a conocer información relevante, así como también mediante estas se educa y promueve a respetar los reglamentos y normas de transporte terrestre.	Televisión Radio Periódico	7 (véase anexo 14)

Fuente: Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Durante la estrategia de información los medios de comunicación tradicional formaron un papel importante, debido a que propagan mensajes masivos. Al respecto Zorrilla (2006), señala que la información como estrategia en términos generales es un medio que aumenta el conocimiento y comunica novedades, así como nos recuerda hechos significativos



del pasado, nos dice en qué posición nos encontramos en el presente y nos permite planear y elaborar estrategias para el futuro de la empresa.

Según González & Quintas (2015), la televisión social es fruto de una evolución que parte de un medio en el que todo el contenido se distribuye y produce por la cadena hasta un complejo ecosistema basado en una pluralidad en el que el flujo depende de las decisiones de los sujetos individuales (user generated flow) en cuanto a la modalidad de pantalla empleada y a los usos que se le da al visionado. Es decir, se ha dotado de un poder al espectador que le permite dirigir la relación de comunicación en esta evolución.

Como resultado a la estrategia de información a través de los medios de comunicación tradicional como la televisión, se observa que tuvo regular uso para poder persuadir, educar e informar a conductores y peatones, tomando como referencia únicamente a medios de la ciudad de Juliaca y Puno; el contenido que se produce para este medio es informativo, educativo y persuasivo. Por otro lado, la radio fue una estrategia que ayudo regularmente con los spots de carácter informativo, educativo, persuasivo, el alcance de este medio era de carácter regional; finalmente el periódico fue uno de los medios poco utilizados por la Unidad de Educación Vial, las mencionadas estrategias de información fueron de gran relevancia bajo las circunstancias del estado de emergencia por la Covid 19 que se tenía en el País.

Con referencia a la radio Fernández, (2014). Menciona que sigue siendo con todo la radio el medio más seguido y confiado en nuestro país lo que no es una cuestión menor en un tiempo donde la fidelidad es un bien tan escaso que hoy

todos hablan de métodos de fidelización de sus clientes en el ánimo de mantener lo poco sostenible en esta “sociedad líquida”

Tabla 11

Difundir, persuadir y brindar información de la DRTC, concientizar a los conductores y peatones en educación y seguridad vial.

Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación			Resultado	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje	Uso de medios		
Difundir, persuadir y Brindar información de la DRTC, concientizar a los conductores y peatones en educación y seguridad vial	Conductores, peatones y público mayor a los 18 años en la región de Puno	Información, percusión y concientización a través de medios de información digital	Informativo Educativo Persuasivo	Los medios de información digital son un gran aliado para entidades públicas y privadas debido a que está a disposición de cada persona y es de fácil llegada a la población.	Facebook, WhatsApp, Messenger	Alta	93 4 (véase anexo 15)

Fuente: Elaboración propia

Análisis e interpretación: Como resultado, las estrategias de comunicación aplicadas durante el estado de emergencia de la Covid 19, toma relevancia para lograr el cumplimiento de las actividades, durante esta etapa se tuvo que utilizar herramientas digitales como el Facebook WhatsApp y Messenger. Las redes sociales fueron un aliado estratégico para brindar información, A través de la página de Facebook de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno se publicó una cantidad variada de materiales



a través de las mismas se orientó, educó, informó a los usuarios de transporte utilizando materiales digitales como spots audiovisuales, Flyer, comunicados, notas de prensa. Por otro lado, el WhatsApp tenía un fin orientativo con la actividad reducción de puntos en contra. Por último, el Messenger era de carácter informativo y orientativo, debido a que mediante esta red social se absolvió dudas a todos los usuarios de la región de Puno

Para la estrategia de información se utilizó medios de información digital. En cuanto a Pedriza (2018), la aparición de las redes sociales (RR.SS.) en el ecosistema informativo ha provocado cambios relevantes en la manera en que los medios de comunicación producen información periodística en el momento actual. El consumo de información mediatizada es ahora más heterogéneo que nunca, lo que obliga a los medios a analizar cuidadosamente las características de sus audiencias para intentar satisfacer con éxito sus deseos y preferencias.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA: El plan de actividades de la Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones de Puno en el marco del Covid 19, a través de las estrategias de comunicación como son: Participación, Motivación, Capacitación e Información se dio mediante el uso de materiales audiovisuales, sonoros, gráficos. También mediante el uso de actividades comunicativas que generaron participación; según los datos que se pudo obtener, se cumplió los objetivos establecidos por la Unidad de Educación vial dentro del plan de actividades 2021- 2022.

SEGUNDA: La estrategia de comunicación de participación incluyó activamente a los conductores y peatones en las actividades de educación y seguridad vial del plan de trabajo, durante esta estrategia se utilizó medios de interacción social como: mesas de trabajo, reuniones, caminatas, marchas y simposios a fin de abonanzar actitudes frente a los reglamentos y normas de transporte.

TERCERA: La estrategia de comunicación de motivación se destinó brindando campañas de concientización y charlas con el fin de reeducar y fortalecer capacidades a conductores y peatones, para tales actividades se entregaron incentivos como la reducción de puntos en contra a conductores infractores y certificados a peatones. El uso de esta estrategia fue efectuado vigorosamente debido a que los conductores que reiteraban con las infracciones se les suspendió parcialmente o definitivamente con la licencia de conducir.

CUARTA: La estrategia de comunicación de capacitación se llevó de manera efectiva en peatones y pasajeros, se tuvo participación en diferentes localidades de la región de Puno en donde se incluyó material gráfico e ilustrativo en físico y



digital durante las actividades con el propósito de generar un cambio de actitud en los operadores del transporte y peatones. Durante la estrategia se constata que falta la cooperación de conductores y peatones en generar el propio cambio de actitud en temas de reglas y normas de transporte.

QUINTA: La estrategia de comunicación de información se empleó de forma moderada para minimizar el incremento de los accidentes de tránsito, porque solo se tiene como ámbito de intervención a ciudades importantes de la región de Puno, los medios de comunicación televisiva y radial no son de alcance regional, Sin embargo, con la presencia del Covid 19 las redes sociales surgieron positivamente como medio de información.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA: A la oficina de Unidad de Educación Vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno (DRCTP) a emplear más el uso de las estrategias de la comunicación en las plataformas digitales y virtuales debido a que a consecuencia de la pandemia gran parte de la comunidad incluso no nativos digitales migraron al uso de internet como medio masivo de consumo de información.

SEGUNDA: Se recomienda a la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones a través de la Oficina de Unidad de Educación vial extender su ámbito de intervención en educación y seguridad vial a instituciones educativas de nivel primario, secundario y superior e instituciones públicas y privadas de la región de Puno, para informar, motivar, sensibilizar y capacitar activamente, para enfrentar el problema de la siniestralidad vial, teniendo en cuenta a las estrategias de comunicación como una táctica eficaz.

TERCERA: El empleo y uso correcto de las estrategias de comunicación en proyectos sociales comunicacionales e instituciones públicas y privadas es un pilar fundamental para llegar al objetivo meta, de ello depende el impacto positivo para el logro de los objetivos planteados, se recomienda intensificar el uso de las estrategias comunicacional para informar.

CUARTA: Se debe considerar a las instituciones públicas, privadas y medios de comunicación como aliados estratégicos para tener mayor alcance a la población y lograr informar y sensibilizar para que la población tome en consideración la importancia de la seguridad vial y adopte responsabilidad y conciencia.



QUINTA: A la Universidad Nacional del Altiplano y a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, a ser partícipes en la educación y seguridad vial y adoptar medidas para el beneficio de la comunidad universitaria teniendo en cuenta como táctica a las estrategias comunicacionales para el alcance y logro de objetivos.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro Moreno, Rosa María. "Otra Brújula. Innovaciones en Comunicación y Desarrollo". Edition: centro production Calandria, 2006.
- Alfaro, R., (1993). Otra brújula. Innovaciones en Comunicación y Desarrollo. Edition: centro de production Calandria. Lima.
- Alguacil, J. (2008). Espacio público y espacio político: La ciudad como el lugar para las estrategias de participación. Polis (Santiago), 7(20), 199-223.
- Alles, M. (2005). Desarrollo del Talento Humano. Basado en competencias. Granica. Uruguay.
- Alonso, F., Esteban, C., Calatayud, C., Sanmartin, J., Montoro, L., Tortosa, F., Toledo, F., Egido, A., y Sanfeliu, A. (2002). La agresividad en la conducción. Attitudes. España.
- Anders, V. (2019) Etimología de motivación. Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?motivacio.n>
- Aquino, J. (1997). Recursos humanos. Prentice Hall. Argentina
- Arana Arrieta, E., Mimenza Castillo, L. y Narbaiza Amillategi, B. (2020). Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación. Revista de Comunicación y salud, 10 (2), 149-183. doi: [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).149-183](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).149-183)
- Arellano, E., (1998). La estrategia de comunicación como principio de interacción/ integración dentro de las organizaciones Razón y Palabra, Vol. 3, obtenido de <https://lissviteri.blogspot.com/2014/07/estrategia-de-comunicacion-8-pasos-para.html> <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp>



- Asale, R. (2021) Definición de pandemia. Edición del Tricentenario. Obtenido en <https://dle.rae.es/pandemia>
- Australian School Library Assosiation. (1993). Learning for the future: developing information services in Australian. Obtenido de http://www.w3c2.com.au/asla/p_infol.html
- Auza, J., Condori, N., y Jiménez, G. (2020). Medios de comunicación durante la pandemia, dos contextos tras una mirada crítica. Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas, 39(3), e1011. E pub 01 de septiembre de 2020. Recuperado en 11 de julio de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002020000300033&lng=es&tlng=es
- Azcárate, R. F. (2000). Una aproximación al concepto comunicación y sus consecuencias en la práctica de las instituciones. Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences, (1).
- Bartolomé, A. (2008): E-Learning 2.0 - Posibilidades de la Web 2.0 en la Educación Superior. Curso E-Learning 2.0. <http://www.lmi.ub.es/cursos/web20/2008upv/>
- Beltrán, J. (1993). Procesos, estrategias y técnicas de aprendizaje. 332, 55-73. Obtenido de [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Manual%20de%20normas%20APA%207ma%20edici%C3%B3n%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Manual%20de%20normas%20APA%207ma%20edici%C3%B3n%20(2).pdf)
- Bernardo, F. J. P. (2016). La Educación Vial como ámbito emergente para la Educación Social. <http://www.cesclm.es/pdf/educacion-vial-como-ambito-emergente.pdf>
- Berrocali, A. (2000). Estrategias de comunicación en el proceso de reorientación de la cultura organizacional caso Gigante S.A. de C.V. en Rebeil, Antonieta y Ruiz Sandoval, Celia (comps). El poder de la comunicación en las organizaciones. México.



- Biagi, S. (2006). Medios Masivos. España: Continental.
- Biagi, S. (2006). Radio. España: Continental. Biagi, S. (2006). Televisión. España: Continental.
- Binyamin, G. y Brender-Ilan, Y. (2017). El lenguaje de los líderes y la proactividad de los empleados: mejora del significado psicológico y la vitalidad. Obtenido de <https://doi.org/110.1016/j>
- Burin, D., Karl, I., Luis, L. (1998). Hacia una Gestión Participativa y Eficaz. Ed. Ciccus Bs. As. Argentina.
- Cabrera, J., Collahuazo, D. (2012). Análisis de las fallas más comunes en el funcionamiento del automóvil por las que se originan los accidentes de tránsito en la provincia de Azuay. Ecuador.
- Cadavid Bringe, AMPARO (2006). Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo ¿Qué Comunicación para cuál Desarrollo? Roma
- Camacho, G. (2009). Que es la cultura vial. Obtenido de <https://goo.gl/w91mDB>
- Cano Menoni, J. A. (2012). La metodología de taller en los procesos de educación popular. Revista latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales, 2.
- Casino, G. (2022). Comunicación en tiempos de pandemia: información, desinformación y lecciones provisionales de la crisis del coronavirus. Publicado por Elsevier España, Barcelona. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2022.01.003>
- Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración. En McGraw-Hill Interamericana editores, S.A. DE C.V. México.
- Chiavenato, I. (2007). Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones. Editorial Mc-Graw-Hill Internacional
- Chiavenato, I. (2009). Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones, (2nd ed.). Editorial Mc Graw Hill. México.



- Chiavenato, I. (2012). *Gestión del Talento Humano y Motivación*. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Chiavenato, I. (2015). *Administración de Recursos Humanos*, Editorial Mc Graw Hill. México.
- Condori Quispe, W. (2017). *Desarrollo de un asistente virtual utilizando Facebook Messenger para la mejora del servicio de atención al cliente en la universidad privada de Tacna en el 2017*.
- Congreso Universitario. (2020). *Mesa de trabajo. V Congreso UNED Mesas de Trabajo Metodología*. Costa Rica. <https://uned.ec.cr/actividades/vcongresouned/mesas-trabajo/metodología>
- Consejo Nacional de Seguridad Vial (2005). *Modulo del curso de educación, seguridad vial, primeros auxilios y comportamiento del servicio*. Lima, Perú.
- Consejo Nacional de Seguridad Vial (2006). *Guía de educación en seguridad vial para educación secundaria*. (2da. ed.). Lima, Perú.
- Consejo Nacional de Seguridad Vial (2007). *Plan Nacional de Seguridad Vial 2007 – 2011*. Lima, Perú.
- Collan, C., Risco, C. (2021). *Estrategias de comunicación y gestión pública en tiempos de Covid-19 durante el periodo marzo-junio*. Tesis de postgrado. Universidad Peruana Unión. <http://hdl.handle.net/10757/657697>
- Cuero, C. (2020). *La pandemia del COVID-19 [The COVID-19 pandemic]*. Revista Médica de Panamá-ISSN 2412-642X.
- Cuero, C. (2020). *La pandemia del COVID-19*. Revista Médica de Panamá. Informedic Intl. <http://dx.doi.org/10.37980/im.journal.rmdp.2020872>
- Dessler, G. (1994). *Human Resource Management*. Prentice-Hall Inc. Usa.
- Dessler, G. (2015). *Administración de Recursos Humanos*. Pearson Educación. España.



- Díaz, J. B. (1982). Comunicación en tiempos de pandemia: información, desinformación y lecciones (1nd ed.). Editorial IICA. Colombia.
- Dumar, A. (2009). Gripe porcina: lo que necesitas saber. Libro de piedra rojiza.
- Educación, V. (2021). Plan de Trabajo de la Unidad de Educación Vial. Dirección de circulación terrestre, Puno.
- Espitia, L. F. (2016). Guía para el fortalecimiento de las estrategias de motivación al talento humano en las organizaciones. (Documento de docencia N° 28). Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. Doi: <https://doi.org/10.16925/greylit.1936>
- Etecé (2021). Periódico. <https://concepto.de/periodico/>. Última edición: 21 de enero de 2021. Consultado: 05 de julio de 2023
- Fao, (s.f). Comunicación para el desarrollo. Obtenido de <https://www.fao.org/communicationfordevelopment/es/#:~:text=Es%20un%20proceso%20de%20comunicaci%C3%B3n,fundamentadas%20y%20la%20acci%C3%B3n%20colectiva.>
- Fernández, B. (2014). LA RADIO ANTE EL DESAFÍO DE LAS NUEVAS AUDIENCIAS. Razón y Palabra, (87).
- Ferrel, C., y Hirt, G. (2004). Introducción a los Negocios en el Mundo Cambiante. McGraw-Hill. Interamericana.
- Ferry de Moraes, A. (2006). Estrategias informacionales en la transferencia de información. ACIMED, 14(2) Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S102494352006000200011&lng=es&tlng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S102494352006000200011&lng=es&tlng=es)



- Figuroa, V., y De la moral, M. (s.f). Características de la información. Obtenido de https://www.ejemplode.com/13ciencia/3476caracteristicas_de_la_informacion.html
- Fisher, L., Espejo, J. (1995). Mercadotecnia. Mc-Graw Hill. México.
- Flanagan, C. (1991). Materiales impresos en el aula. Husen y Postlethwaite. Enciclopedia Internacional. Barcelona.
- Flores, j. (12 de marzo de 2020). NATIONAL GEOGRAPHIC. Obtenido de National Geographic España: https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/diferencia-entre-epidemia-y-pandemia_15297
- Gambetta, Marcelo. (2015). Estrategias de capacitación desarrolladas en un entorno corporativo estatal en Uruguay. Cuadernos de Investigación Educativa, 6(2), 71-88. http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-93042015000200005&lng=es&tlng=es
- García, F. (1980). Las estrategias de participación en América Latina. Editorial CEDEP. Perú.
- Gazpio, D., Álvarez, M. (1998). Soportes en la biblioteca de hoy. Desarrollo de habilidades de información. Ciccus. Argentina.
- Geilfus, F. (2000). 80 herramientas para el Desarrollo Participativo. Instituto interamericano de cooperación para la agricultura. IICA Sede Central. Costa Rica.
- Giraldo Mesa, J. M., Gallego Hurtado, A. F., Gonzáles, H., & Betancur Pérez, F. (2011). Las mesas de trabajo como proyecto de intervención para generar una sana convivencia en las Instituciones Educativas.
- Goehring, J. (1997). Taming the road warrior: ¿Can aggressive driving be curved? NCSL; Transportation Series, (7).



- Gonzales, J. (2015). Mesa de Trabajo. Gestión, Control y Seguimiento de Procesos. Docirs Technology.https://www.docirs.cl/mesa_de_trabajo.asp
- González-Neira, A., & Quintas-Froufe, N. (2015). Revisión del concepto de televisión social y sus audiencias. <http://hdl.handle.net/2183/15956>
- Gutiérrez Enríquez, Z. (2015). "Estrategias de comunicación y promoción del turismo. Caso: Distrito de Quinua 2010 - 2014". (Tesis de grado. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga). <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/1832>
- Hernández, j., Benito, F., Cerdá, J., y Peñalver, A. (2000). Estrategias y modelos para enseñar a usar la información. KR Ediciones. Murcia.
- Hervás, G. (1998). Cómo dominar la comunicación verbal y no verbal. Editorial Playor. Madrid.
- Jenatsch, T., Suisse. Direction du Development et de la coopération, Bauer, R., & del Carmen Alarcón, M. (2016). Comunicación para el desarrollo una guía práctica. Agencia Suiza para el desarrollo y la cooperación (COSUDE).
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2006). Fundamentos de marketing. Cengage Learning Editores. Usa.
- Larrauri, R. C. (2005). Comunicación y educación para la promoción de la salud. Lima. http://www.google.com.razonypalabra.org.mx/libros/libros/como_edusalud.pdf.
- Lauzan, O. (2011). Gerencia sin agobio: un aporte a la eficiencia personal e institucional. Editorial Ciencias Médicas. Cuba.
- Libaert, Thierry (2.000). El plan de comunicación organizacional: Cómo definir y organizar la estrategia de comunicación. Editorial: LIMUSA, Pag. 63.
- Lomov, B. (1989). El problema de la comunicación en psicología. Editorial Ciencias Sociales, 1. La Habana.



- López Cerón, J. E. (2019). Plan de actividades lúdicas para reducir el estrés en los adultos mayores del centro de salud n°1 Tulcán (Bachelor's thesis). <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/9775>
- López, J. (2011). El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones. *Contribuciones a la Economía*, 12, 1-18.
- López, L. (2003). *Comunicación Social*. Editorial Félix Varela, La Habana.
- Lucano Aguilar, F. D. M. (2023). Diseño de estrategias de motivación laboral para mejorar la productividad de los colaboradores de la empresa Mibanco-Cayalti 2021. (Tesis de grado. Universidad Señor de Sipán). <https://hdl.handle.net/20.500.12802/7939>
- Maguiña, C. (2020). El COVID-19 en el Perú. *Rev. Soc Perú Med Interna*. 2020;33(4): 129-131. <https://doi.org/10.36393/spmi.v33i4.558>
- Maguiña-Vargas, C. (2020). COVID-19 in Perú. Ministerio de Salud. Sala Situacional COVID-19. Lima: Ministerio de Salud; 18 de setiembre del 2020. (Citado el 21 de setiembre del 2020). https://twitter.com/Minsa_Peru/status/1307432567734403072/photo/
- Martínez de Velasco y Nosnik A. (1988), *Comunicación organizacional práctica*, México: Trillas.
- Martínez, I. & Garrido, A. (2020). La pandemia del coronavirus: Estrategias de comunicación de crisis. *Más poder local*, 41, 12-19. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7407214.pdf>
- Martínez, Y. (2009). *Hablemos de comunicación*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos95/estrategias-de-comunicación/estrategias-de-comunicación>



- Maslow A. (1943). Una teoría sobre la motivación Humana. *Psychological Review*, 50, pp. 370-396
- Mayfield, J. y Mayfield, M. (2016). El proceso de difusión del lenguaje motivador estratégico: obtenido de <https://doi.org/110.1177/2329488416629093>
- Mayfield, J., y Mayfield, M., y Kopf, J. (1995). Motivating language: Exploring Theory with scale Development. *The journal of Business Communication*, 32(4), 329-345.
- Merchán, M., Gonzales, R., y Noreña, O. (2011). SEGURIDAD VIAL Y PEATONAL. *Revista Hacia la Promoción de la Salud*, 16(2), 190-204.
- Mingorance, J. (2017). La seguridad vial en el ordenamiento penal: Justificación y Crítica. *Revista de Derecho UNED* (20), 4.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2000). Manual de dispositivos de control de tránsito automotor para calles y carreteras. Lima, Perú.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2001). Reglamento Nacional de Tránsito. Lima, Perú. www.mtc.gob.-pe/indice/b.subsectortransportes/b.transportetransito_terrestre/circulacionterrestremarcogeneral/b.normasdetransitoterrestre/D.S.033-2001-mtcrgtonacionaldetransito.pdf
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (21 de noviembre de 2012). Ley N° 27181. Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mtc/normas-legales?filter%5Bterms%5D=27181&filter%5Btype%5D=7&sheet=>
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (28 de junio de 2022). D.S N° 012-2022-MTC. Reglamento Nacional de Emisión de Licencias de Conducir. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mtc/normas-legales?filter%5Bterms%5D=012-2022&filter%5Btype%5D=9&sheet=>



- Miralles-Guasch, C., Cebollada, A., & Requena, R. (2010). Estrategias de participación ciudadana en la gestión de la movilidad y el transporte. La Universidad Autónoma de Barcelona como ejemplo. *Scripta Nova*, 14, 39-0.
- Molina, K., & Montoya, S. (2022). Comunicación estratégica, periodismo y desafíos de la transformación comunicacional en tiempos de pandemia. In *RELACIONES HUMANAS, COMUNICACIÓN Y NORMATIVA DURANTE LA PANDE-MIA*. Universidad Sergio Arboleda.
- Molina, K., y Montoya, S. (2022).
- Mondy, R. W., y Noe, R., M. (2005). *Human Resource Management*. Pearson Educación. México.
- Oken, B., y Salinsky, M. (2007). Sleeping and driving: Not a safe dual-task. *Clinical Neurophysiology*, 118(9), 1899-1900.
- OMS. (11 de marzo de 2020). ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15756:who-characterizes-covid-19-as-a-pandemic&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2014). *Communication for Rural Development: Sourcebook*. <https://www.fao.org/3/i3492e/i3492e.pdf>
- Organización Mundial de la Salud. (30 de enero 2020). La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia. Obtenido de <https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia>
- Organización Mundial de la Salud. (s.f). Covid-19. Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>
- Organización Panamericana de la Salud. (2015). Seguridad vial, Obtenido de <https://www.paho.org/es/temas/seguridad-vial>



- Padovan, I. (2020). Teorías de la motivación (Doctoral dissertation. Universidad Nacional de Cuyo. Argentina.
- Pedrizza, S. B. (2018). Las redes sociales como fuente de información periodística en la prensa digital española ('El País', 'El Mundo', 'La Vanguardia' y 'ABC'). *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 8(3), 13-42.
- Pérez Gregorio, M. G. (2016). Las reuniones de trabajo. *Publicaciones didácticas*, 1, 76.
- Pérez, R. (2008). *Estrategias de comunicación*, Book Print Digital. Barcelona.
- Piscitelli, A., Adaime, I., & Binder, I. (2010). *El Proyecto Facebook y la Pos Universidad*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Presidencia de Consejo de ministros. (15 de marzo de 2020). D.S N.º 044-2020. Estado de emergencia a nivel nacional en el marco de la emergencia sanitaria que afronta el Perú. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-precisa-el-decreto-supremo-n-044-2020-p-decreto-supremo-n-046-2020-pcm-1865070-1/>
- Rabirosa, M. Cardelli, G. y Antonio, L. (1990). *Turbulencia y Planificación Social*. Siglo veintiuno de España Editores, sa. Buenos Aires.
- Ramírez Yllanes, J. F. (2018). " Talleres de comunicación asertiva en la calidad del servicio de los agentes educativos de una institución educativa" Ica-2017". (Tesis de maestría. Universidad Cesar Vallejo) <https://hdl.handle.net/20.500.12692/38426>
- Ramos Flores, M. T., Pratto Quintanilla, R., Vargas Cardoso, D., & Flores Huerta, A. E. (2013). *Guía de educación en seguridad vial para profesores y tutores de secundaria*.



- Reyes, J. (2022). “Estrategias comunicacionales en la selección de participantes del Programa Lurawi Perú en la Municipalidad Distrital de Pucará en el año 2022” (Tesis de grado), Universidad Nacional del Altiplano.
- Real Academia Española. (2014). Motivación. Obtenido de <https://dle.rae.es/motivaci%C3%B3n>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.6 en línea]. <<https://dle.rae.es>> 04 de septiembre del 2023.
- Robbins, S, y Judge, T. (2009). Comportamiento organizacional. Editorial Pearson Educación. México.
- Rodríguez, K., Quiroz, A., y Perrales, M. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 41(42), 100-118.
- Rodríguez, L. (2018). Dinámica de la incorporación de los modelos de comunicación para el desarrollo en proyectos de inversión pública de Gobierno Regional de Puno, Periodo 2003 – 2016. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/8046>
- Rosero, M. F. (17 de marzo de 2018). EFDeportes, Revista Digital. Buenos Aires. <https://www.pla-de-actividades.com/efd199/actividades-recreativas-y-juegos-tradicionales-enecuador.htm>
- Ruiz, M. (2020). Estrategias de comunicación para el programa “Justicia con enfoque restaurativo” en tiempos de COVID-19. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12724/11760>
- Sáenz, V. (2010). El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios. Razón y palabra México.
- Salaverria-Aliaga, R., & Cores, R. (2005). Géneros periodísticos en los ciber medios hispanos.



https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7284/1/cap5_generos_ciberperiodisticos_en_los_cibermedios_hispanos.pdf

Salazar (2006). Comunicación para el desarrollo y modos de vida sostenible.

Salazar, S. (2006). Comunicación para el desarrollo y modos de vida sostenible. Centro de comunicación voces enteras. Perú. Obtenido de https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/El-papel-del-comunicador-en-la-comunicaci%C3%B3n-para-el-desarrollo-y-el-cambio-social-_3.pdf

Sampieri, R. (2008). Metodología de la investigación. Edit. Ms. Graw Hill. México.

Sandoval, M. (2012). Manifestaciones y/o caminatas. PrensaLibre. <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/manifestaciones-yo-caminatas>

Sanz Valero, J. (2022). Enfermedad por coronavirus: pandemia e infodemia. Hospital a Domicilio, 6(1), 5-9.

Scheinson, D., & Saroka, R (2000). La huella digital. Fundación OSDE. Argentina.

Shannon, C. y Weaver, W. (1949). The Mathematical Theory of Communication. Urbana. University of Illinois Press. Usa.

Sosa Gutiérrez, G. (2015). Diseño de estrategias comunicacionales que utiliza la Oficina de Educación y Seguridad Vial de la Dirección de Circulación Terrestre de la DRTC - Puno 2014 (Tesis de grado. Universidad Nacional del altiplano Puno). <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/18317>

Sullivan, J. (1988). Tres roles del lenguaje en la teoría de la motivación. Obtenido de <https://doi.org/10.2307/258358>

Thomson. (2006). Comunicación Masiva. Madrid: Paraninfo. Biagi, S. (2006)



- Torres Calderón, D. A., & Aranda Jiménez, F. N. (2015). Inspecciones de seguridad vial. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/6367>
- Valenzuela, J., Muñoz, C. y Montoya L. (2018). Estrategias motivacionales afectivas en profesores en formación. Universidad de Playa Ancha. Valparaíso – Chile.
- Valle, B., y Chavarría, J. (2021). Hábito comunicacional y distanciamiento social. Efectos en los modos de producción de signos durante la pandemia de covid-19. *Comunicación y Sociedad*, e7953. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7953>
- Vaquera, M. L. C., & María, L. (2014). El discurso del WhatsApp: entre el Messenger y el SMS. *Oralia*, 17, 85-114.
- Vázquez, N. (2020). Los cursos de capacitación INAP. Estado Abierto. *Revista sobre el Estado, la administración y las políticas públicas*, 4(2), 173-191.
- Vázquez, R. (2004). Causas de los accidentes de tránsito desde una visión de la medicina social el binomio alcohol-tránsito. *Revista Médica del Uruguay*, 20(3), 178-186.
- Villalobos, L., Hernández, L. (2008). Accidentes de Tránsito. Obtenido de https://www.academia.edu/3821478/Accidentes_de_tr%C3%A1nsitoAccidentes_de_tr%C3%A1nsito_Villalobos-Parra_L_y_Hern%C3%A1ndez-G%C3%B3mez_R_Lucrecia_Villalobos-Parra
- Werthein, J. y Argumedo, M. (1984). Elaboración curricular y aprendizaje colectivo en la educación participativa. IICA, MEC-SEPS. San José, Costa Rica.
- Zorrilla Salgador, J. P. (2006). “La información como estrategia en un contexto global y competitivo: una revisión teórica”. *Intangible Capital*, abril-junio de 2006, vol. 2, núm. 12, p. 259-276.
- Zorrilla Salgador, J. P. (2006). La Información como estrategia en un contexto global y competitivo: una revisión teórica. Article. Retrieved from <http://hdl.handle.net/2099/2938>



ANEXOS

ANEXO 1. Primera mesa de trabajo del COROSEV para la planificación de actividades del 2021.



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno - DRTCP

ANEXO 2. Primera reunión del CORESEV para identificar problemas y planificar actividades para el año fiscal 2022.



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno - DRTCP

ANEXO 3. Reunión para la formulación del Plan de Acción Regional – CORESEV



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno – DRTCP

ANEXO 4. Operativo preventivo en terminales urbanos.



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno – DRTCP

ANEXO 5. Reunión multisectorial del CORESEV planificación de actividades para la semana de la educación vial.



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno – DRTCP

ANEXO 6. Marcha/caminata de sensibilización por la “semana de la educación vial”.



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno – DRTCP

ANEXO 7. Marcha de sensibilización “día de la seguridad vial”



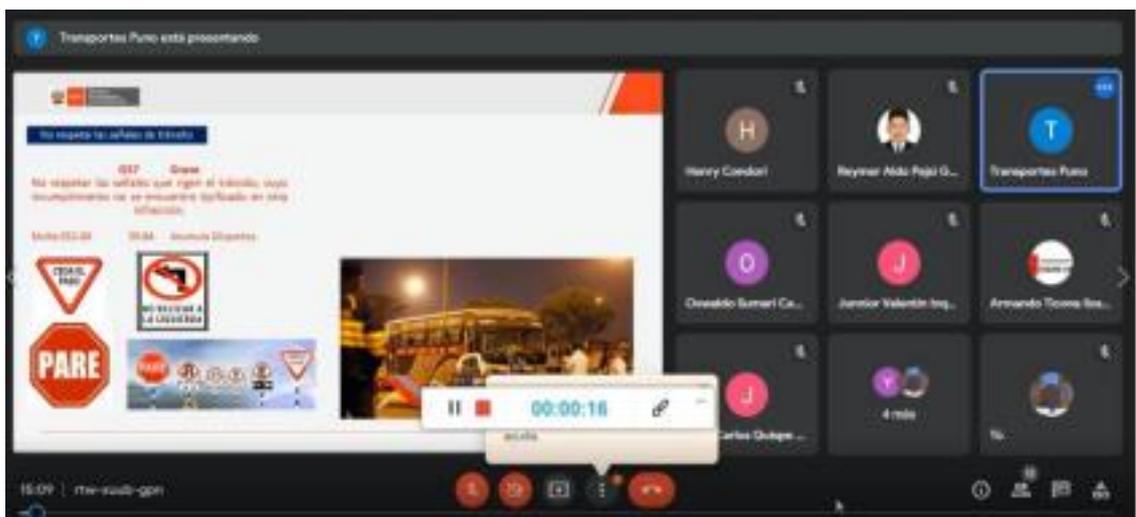
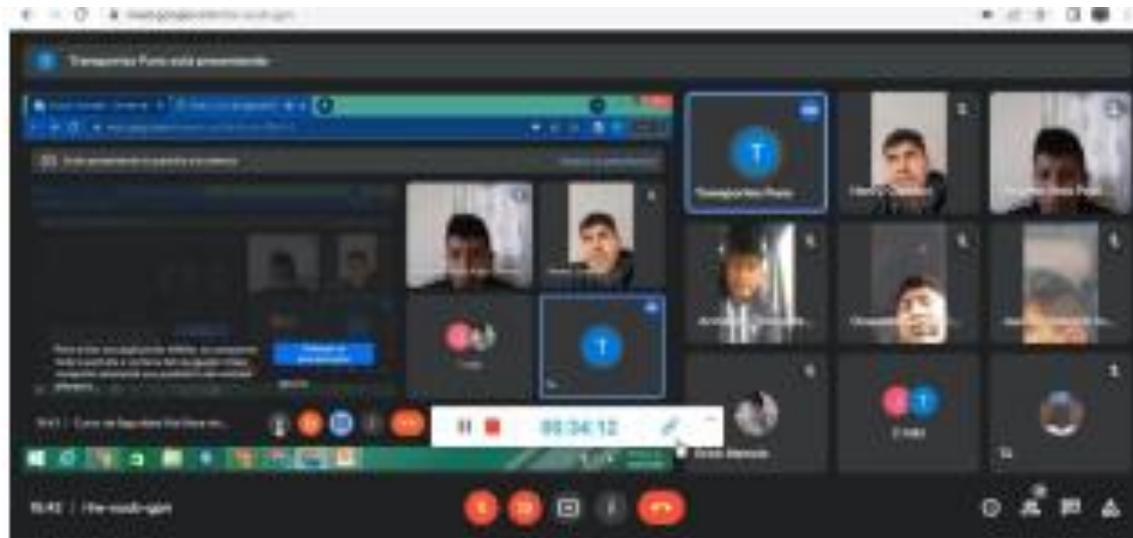
Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno – DRTCP

ANEXO 8. Primer simposio de seguridad vial.



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno - DRTCP

ANEXO 9. Curso extraordinario en tránsito y seguridad vial para reducción de puntos.



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno - DRTCP

ANEXO 10. Charla en seguridad vial a conductores y peatones.



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno - DRTCP

ANEXO 11. Taller informativo sobre administración del transporte terrestre a conductores y transportistas.



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno - DRTC-P

ANEXO 12. Tríptico informativo en educación y seguridad vial.

D.S. N° 816-2009-MTC

T.U.O. DEL REGLAMENTO NACIONAL DE TRANSITO CÓDIGO DE TRANSITO

Obligaciones del conductor implicado en un accidente de tránsito:

- 1) Detener en el acto el vehículo que conduce, involucrar y generar un nuevo peligro para la seguridad del tránsito, permaneciendo en el lugar hasta la llegada del Ejército de la Policía Nacional del Perú, asignado al control del tránsito, estacionado.
- 2) Someterse a datos y presentar los documentos que le requiera el Ejército de la Policía Nacional del Perú, oportunamente.
- 3) En caso de accidentes con víctimas, dar el auxilio inmediato a las personas lesionadas, hacer que se comunique la policía pública.
- 4) Señalar adecuadamente el lugar, de modo que se evite riesgo a la seguridad de los demás usuarios de la vía.
- 5) Evitar la modificación o desaparición de cualquier elemento que sirva de base de la investigación policial.
- 6) Denunciar inmediatamente la ocurrencia del accidente de tránsito ante la Comandante de la Policía Nacional del Perú de la jurisdicción y someterse a chequeo ético.
- 7) Compararse y declarar ante la Autoridad cuando sea ordenado. Cuando el conductor del vehículo se encuentre fuertemente intoxicado, como consecuencia del accidente, cualquier accidente del vehículo o persona que tenga conocimiento del hecho, debe en cuanto correspondiere cumplir con lo prescrito en el presente artículo.

Cuando el conductor del vehículo se encuentre fuertemente intoxicado como consecuencia del accidente, cualquier accidente del vehículo o persona que tenga conocimiento del hecho, debe en cuanto correspondiere cumplir con lo prescrito en el presente artículo.

CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES QUE CORRESPONDEN AL CONDUCTOR

El transportista deberá velar por el cumplimiento de las obligaciones que corresponden al conductor y en caso de tener conocimiento de algún incumplimiento o que está incurriendo en conductas que pongan en riesgo la seguridad de los usuarios, deberá adoptar las medidas que resulten necesarias en el momento de su intervención.

CONDICIONES GENERALES DE OPERACIÓN DEL TRANSPORTISTA:

El transportista deberá prestar el servicio de transporte respetando y manteniendo las condiciones bajo las que fue autorizado. En consecuencia asume las siguientes obligaciones:

Antes de iniciar el servicio, la tripulación del vehículo debe informar a los usuarios, como mínimo a través de los medios audiovisuales o de otra naturaleza, sobre la modalidad del servicio brindado, la zona geográfica de llegada y el destino final, las tarifas comerciales, el uso obligatorio del cinturón de seguridad y el lugar de las salidas de emergencia y/o otras medidas relacionadas a la seguridad y el servicio que las autoridades competentes en materia de transporte consideren necesarias de informar a los usuarios.

OBLIGACIONES DEL CONDUCTOR

El conductor deberá velar por el cumplimiento de las obligaciones que corresponden al conductor y en caso de tener conocimiento de algún incumplimiento o que está incurriendo en conductas que pongan en riesgo la seguridad de los usuarios, deberá adoptar las medidas que resulten necesarias en el momento de su intervención.

CONDICIONES GENERALES DE OPERACIÓN DEL TRANSPORTISTA:

El transportista deberá prestar el servicio de transporte respetando y manteniendo las condiciones bajo las que fue autorizado. En consecuencia asume las siguientes obligaciones:

Antes de iniciar el servicio, la tripulación del vehículo debe informar a los usuarios, como mínimo a través de los medios audiovisuales o de otra naturaleza, sobre la modalidad del servicio brindado, la zona geográfica de llegada y el destino final, las tarifas comerciales, el uso obligatorio del cinturón de seguridad y el lugar de las salidas de emergencia y/o otras medidas relacionadas a la seguridad y el servicio que las autoridades competentes en materia de transporte consideren necesarias de informar a los usuarios.

REQUISITOS PARA LA HABILITACION COMO CONDUCTOR DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE

- Ser titular de una licencia de conducir de la categoría que corresponde al vehículo que se conducirá y que la misma se encuentre vigente.
- No superar la edad máxima para conducir vehículos del servicio de transporte, de acuerdo a lo establecido en la normativa legal vigente de la materia.
- Encontrarse en aptitud física y psíquica para conducir vehículos de transporte.

HABILITACION DE CONDUCTORES

La vigencia de la habilitación del conductor será anual y de renovación automática una vez acreditada la vigencia de la licencia de conducir de la categoría correspondiente al vehículo habilitado y servicio prestado por el transportista. Asimismo, en el caso de los conductores que hayan sido seleccionados seleccionados para someterse a una evaluación médica y psíquica, cuando cumplen, además, con la obligación.

OBLIGACIONES DEL CONDUCTOR

- Ser titular de una licencia de conducir de la clase y categoría que corresponde al vehículo que se conducirá, y que la misma se encuentre vigente.
- Cumplir lo que dispone el RTMTC, el RRM y el RPPAT, en cuanto que sea de idoneidad profesional.
- Conducir sólo vehículos habilitados para la actividad comercial.
- Prestar el servicio de conducir que tiene asignado y que corresponde al tipo de documentación del vehículo y la información al servicio o actividad de transporte que presta.
- Informar, cuando lo dispone la normativa, a una evaluación médica y psíquica que determine su aptitud para conducir vehículos de transporte de la categoría, las condiciones o restricciones que deba tener en cuanto al conductor. La idoneidad profesional debe ser evaluada de manera que se asegure el cumplimiento de las condiciones habilitadas para conducir en esta actividad médica y psíquica.
- Cumplir con los sistemas preventivos y no preventivos que dispone la autoridad competente que asegure la calidad de servicio y seguridad.
- Cumplir con las disposiciones que regulan el tipo de servicio de transporte que presta.
- Facilitar la labor de supervisión y fiscalización de la autoridad competente.
- No tener su licencia de conducir suspendida, revocada o cancelada, o no haber sido sancionado por haber cometido una infracción que implique la pérdida de la licencia de conducir, o haber sido sancionado por haber cometido una infracción que implique la pérdida de la licencia de conducir, o haber sido sancionado por haber cometido una infracción que implique la pérdida de la licencia de conducir.

Reporte los accidentes de tránsito

JORNADAS MÁXIMAS DE CONDUCCIÓN

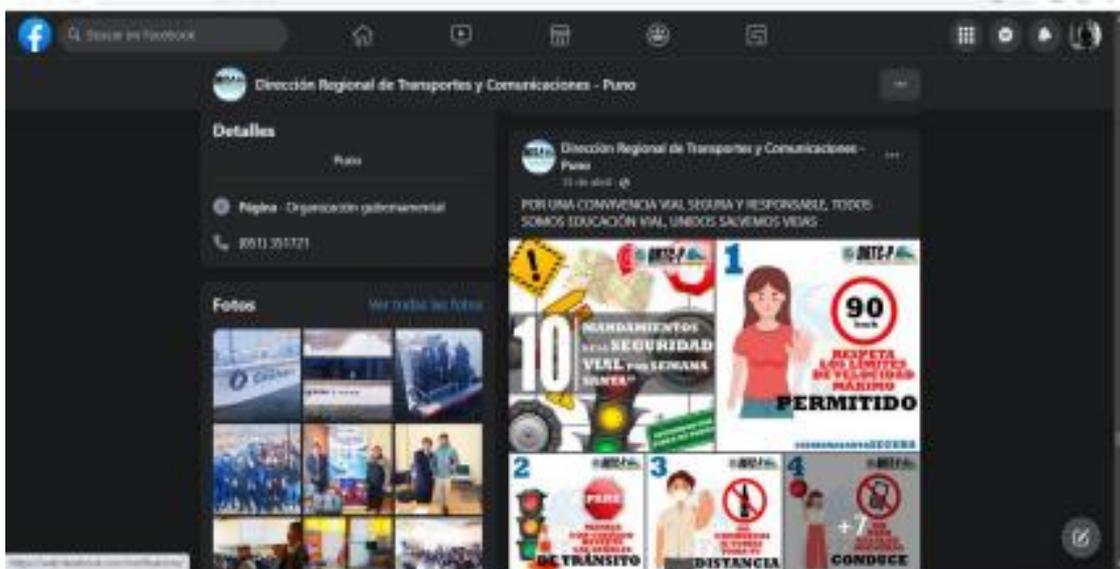
- No deberán realizar jornadas de conducción continuas de más de cinco (5) horas en el servicio diurno o más de cuatro (4) horas en el servicio nocturno.
- La duración permitida de jornadas de conducción no deberá exceder de diez (10) horas en un período de veinticuatro (24) horas, contada desde la hora de inicio de la jornada, salvo en un servicio.
- El horario en la jornada de conducción, así como el momento en que se realiza el descanso, deberá ser acorde al servicio que presta el conductor.
- Para efectos de la jornada de conducción en el transporte regular de pasajeros en el ámbito nacional y regional, la jornada de conducción no deberá superar los límites máximos establecidos en el presente artículo, salvo en el caso de servicios especiales de transporte de pasajeros.
- En el servicio de transporte regular de pasajeros en el ámbito nacional y regional, la jornada de conducción no deberá superar los límites máximos establecidos en el presente artículo, salvo en el caso de servicios especiales de transporte de pasajeros.

Servicio diurno 6:00

Servicio nocturno 5:00

Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno - DRTC

ANEXO 13. Flyer digital informativo en educación y seguridad vial.



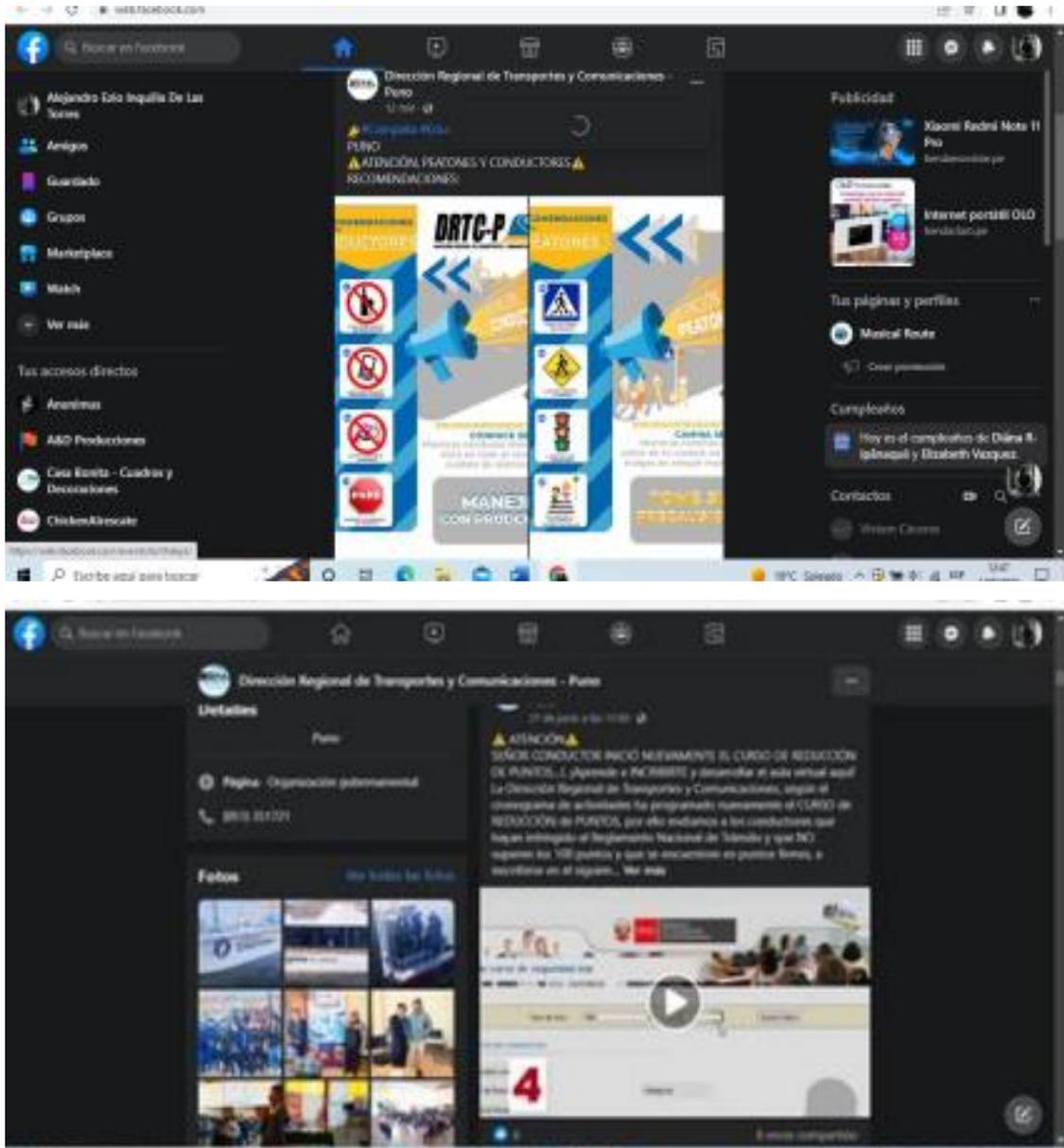
Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno – DRTCP

ANEXO 14. Video informativo televisivo en educación y seguridad vial.



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno – DRTCPC

ANEXO 15. Información vía redes sociales en educación y seguridad vial.



Fuente: Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno – DRTC/P

ANEXO 16. Cuadros de ficha de análisis de contenido.

a) Cuadro 1.

LA ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN Y SEGURIDAD VIAL							
OBJETIVOS	TIPO DE PÚBLICO	POLÍTICAS PARA QUE	ACCIONES DE COMUNICACIÓN				RESULTADO
			MENSAJE		USO DE MEDIOS	LA PARTICIPACIÓN FUE ALTA, MEDIA, BAJA	
			TIPO DE MENSAJE	DESCRIPCIÓN DEL MENSAJE			
Establecer actividades en el contexto del reordenamiento	Autoridades de municipios provinciales y distritales, representantes de las instituciones gubernamentales, gerentes de transportes urbano e interurbano	Primera reunión de CORESEV, Informes de mesas de trabajo del reordenamiento de transporte, formulación del plan de acción regional, reunión de capacitación y orientación y realización de actividades por semana de educación vial	Informativo, educativo	El mensaje es informativo y educativo porque se informa acerca de las actividades a realizar, que son planteados en la mesa de trabajo del CORESEV, autoridades del transporte.	Mesa de trabajo	alta	9

b) Cuadro 2.

LA ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN Y SEGURIDAD VIAL							
OBJETIVOS	TIPO DE PÚBLICO	POLÍTICAS PARA QUE	ACCIONES DE COMUNICACIÓN				RESULTADO
			MENSAJE		USO DE MEDIOS	LA PARTICIPACIÓN FUE ALTA, MEDIA, BAJA	
			TIPO DE MENSAJE	DESCRIPCIÓN DEL MENSAJE			
Brindar instrucciones y lineamientos para Formular el Plan Regional de Seguridad Vial, como parte de las funciones de los Consejos Regionales de Seguridad Vial.	Consejos Regionales de Seguridad Vial y CORES EV Y COPRO SEVI Puno.	Brindar instrucciones y lineamientos para la formulación del Plan Regional de Seguridad Vial y conformación de comisión y realizar operativos preventivos en terminales urbanos en Juliaca	Informativo, Persuasivo, Preventivo	El mensaje es de carácter informativo que da a conocer lineamientos e instrucciones para la formulación del Plan de Seguridad Vial, para conocer todos los detalles e información sobre el transporte terrestre.	Reunión	Alta	5

c) Cuadro 3.

Las estrategias de comunicación: participación en actividades de educación y seguridad vial							
Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación				Resultado
			Mensaje		Uso de medios	La participación fue alta, media, baja	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje			
Realizar marchas de concientización y sensibilización sobre la importancia de la seguridad vial.	Público en general, instituciones educativas públicas y privadas, municipios provinciales, municipios distritales	Marcha por el día de la seguridad vial y la semana de la educación vial.	Informativo, educativo	Es de carácter informativo porque distribuye material gráfico y muestra pancartas, gigantografías con información en educación y seguridad vial y que a su vez es educativo.	Caminata/Marcha	Alta	4

d) Cuadro 4.

Las estrategias de comunicación: participación en actividades de educación y seguridad vial							
Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación				Resultado
			Mensaje		Uso de medios	La participación fue alta, media, baja	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje			
Conocer las funciones del Consejo Regional de Seguridad Vial.	Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno, X Macro Región Policial Puno, funcionarios de la Municipalidad de Puno.	Primer Simposio de Seguridad Vial.	Informativo, educativo, persuasivo	Informa, educa acerca de las funciones y acciones que realiza y competencias del Consejo Regional de Seguridad CORESEV.	Simposio/foro	Bajo	1

e) Cuadro 5.

Las estrategias de comunicación: motivación en actividades de educación y seguridad vial							
Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación				Resultado
			Mensaje		Uso de medios	La participación fue alta, media, baja	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje			
reducir los puntos en contra de los conductores, además reeducar comportamientos y actitudes de los conductores hacia una cultura de seguridad vial.	Conductores que no hayan sobrepasado los 100 puntos en contra.	Curso extraordinario de educación en tránsito y seguridad vial.	Informativo Educativo Persuasivo	El curso es de carácter informativo y educativo porque se pone en conocimiento diferentes temas de seguridad vial, normas de transporte, obligaciones de los conductores, por último, es persuasivo porque se hace un llamado a no exceder el límite de puntos en contra en el (SLCP).	Curso de reducción de Puntos en contra	alta	24

f) Cuadro 6.

Las estrategias de comunicación: motivación en actividades de educación y seguridad vial							
Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación				Resultado
			Mensaje		Uso de medios	La participación fue alta, media, baja	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje			
Fortalecer las capacidades de los conductores y peatones.	Conductores de diferentes empresas de transporte público y privado, así como también a peatones de las vías.	Charlas de seguridad vial a conductores y peatones	Informativo Educativo	La charlas de carácter informativo y educativo porque se da a conocer normas y reglas de transporte terrestre, provincias con más índices de siniestralidad.	Charla	Alta	2022: 35 2021: 30

g) Cuadro 7.

Las estrategias de comunicación: motivación en actividades de educación y seguridad vial							
Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación				Resultado
			Mensaje		Uso de medios	La participación fue alta, media, baja	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje			
El fin es prevenir accidentes de tránsito, anular o disminuir los efectos de los mismos con el objetivo de proteger la vida de los usuarios	Conductores y peatones de la región de puno	Talleres de capacitación a conductores y peatones	Informativo Educativo	Los talleres de capacitación son de carácter informativo y educativo porque se da a conocer normas, reglas de transporte terrestre, hábitos para una conducción segura.,	Talleres/capacitación	Alta	2021: 35 2022: 30

h) Cuadro 8.

Las estrategias de comunicación: capacitación en actividades de educación y seguridad vial							
Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación				Resultado
			Mensaje		Uso de medios	La participación fue alta, media, baja	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje			
Cambio de actitud de los operadores de transporte, conductores de vehículos particulares y de servicio público y público en general, para mejorar las condiciones de seguridad vial.	Conductores de vehículos mayores y menores, pasajeros de transporte provincial e interprovincial, peatones y público general.	Educación y seguridad vial	Informativo, educativo,	Informa, educa en la seguridad vial como principal prioridad en la región de puno con el enfoque de desarrollo humano transformándose en un referente en materia de movilidad segura.	Tríptico Díptico Folleto, banner, volante, manual, cartilla, Sticker, gigantografía.	Alto	18

i) Cuadro 9.

Las estrategias de comunicación: participación en actividades de educación y seguridad vial							
Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación				Resultado
			Mensaje		Uso de medios	La participación fue alta, media, baja	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje			
Cambio de actitud de los operadores de transporte, conductores de vehículos particulares y de servicio público y público en general, para mejorar las condiciones de seguridad vial.	Conductores de vehículos mayores y menores, pasajeros de transporte provincial e interprovincial, peatones y público general.	Educación y seguridad vial	Informativo, educativo	Informa, educa en la seguridad vial como principal prioridad en la región de puno con el enfoque de desarrollo humano transformándose en un referente en materia de movilidad segura.	Flyer	Alto	7

j) Cuadro 10.

Las estrategias de comunicación: información en actividades de educación y seguridad vial							
Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación				Resultado
			Mensaje		Uso de medios	La participación fue alta, media, baja	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje			
Difundir, persuadir y brindar información de la DRTCP, concientizar a los conductores y peatones en educación y seguridad vial	Conductores, peatones y público mayores a los 18 años en la región de puno	Información, persuasión y concientización a través de medios de comunicación tradicionales	Informativo Educativo Persuasivo	Mediante los medios de comunicación masiva se da a conocer información relevante, así como también mediante estas se educa y promueve a respetar los reglamentos y normas de transporte terrestre.	Televisión radio Periódico	Media	7

k) Cuadro 11.

Las estrategias de comunicación: información en actividades de educación y seguridad vial							
Objetivos	Tipo de público	Políticas para que	Acciones de comunicación				Resultado
			Mensaje		Uso de medios	La participación fue alta, media, baja	
			Tipo de mensaje	Descripción del mensaje			
Difundir, persuadir y brindar información de la DRTCP concientizar a los conductores y peatones en educación y seguridad vial	Conductores, peatones y público mayores a los 18 años en la región de puno	Información, percusión y concientización a través de medios de información digital	Informativo Educativo Persuasivo	Los medios de información digital son un gran aliado para entidades públicas y privadas debido a que está a disposición de cada persona y es de fácil llegada a la población.	Facebook, WhatsApp, Messenger	Alta	93 4

ANEXO 17. Matriz de consistencia.

Título: estrategias de comunicación en el marco del Covid 19 del “plan de actividades de la unidad de educación vial de la dirección regional de transportes y comunicaciones puno 2021 – 2022

Problema	Objetivos	Hipótesis	Marco teórico	Variab les	Dimens iones	Indicado res	Sub indicad ores
PG. ¿Cuáles son las estrategias de comunicación en el marco del Covid 19 del “Plan de actividades de la Unidad de Educación Vial” de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno 2021 – 2022?	O.G. Identificar el uso de las estrategias de comunicación en el marco del Covid 19 del “Plan de actividades de la Unidad de Educación Vial” de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno 2021 – 2022.	H.G. La estrategia de comunicación de participación se empleó para informar y educar en las actividades de educación y seguridad vial del plan de trabajo, y fue eficiente, debido a que se tenían reuniones presenciales y virtuales donde hubo interacción y se logró una activa participación de la población meta.		Estrategia de comunicación	información	Medios de comunicación	Spot televisivo spot radial Notas de prensa Comunicados de prensa



P.E.1. ¿Cómo se utilizó la estrategia de comunicación de participación en las actividades de educación y seguridad vial?	O.E.1 Identificar cómo se utilizó la estrategia de comunicación de participación en las actividades de educación y seguridad vial del plan de trabajo.	H.E.1. La estrategia de comunicación de motivación se empleó para sensibilizar e informar en las actividades de educación y seguridad vial del plan de actividades y sirvió para el cambio de actitud de conductores, debido a que se utilizó campañas comunicacionales.					
--	--	---	--	--	--	--	--

<p>P.E.2. ¿Cómo se empleó la estrategia de comunicación de motivación para generar el cambio de actitud de los conductores?</p>	<p>O.E.2. Determinar cómo se empleó la estrategia de comunicación de motivación para generar el cambio de actitud de los conductores.</p>	<p>H.E.2. La estrategia de comunicación de motivación se empleó para sensibilizar e informar en las actividades de educación y seguridad vial del plan de actividades y sirvió para el cambio de actitud de conductores, debido a que se utilizó campañas comunicacionales.</p>			capacitación	Capacitaciones	Curso Talleres Charlas
<p>P.E.3. ¿Cómo se utilizó la estrategia de comunicación de capacitación en peatones y pasajeros?</p>	<p>O.E.3. Identificar cómo se usó la estrategia de comunicación de capacitación en peatones y pasajeros.</p>	<p>H.E.3. La estrategia de comunicación de capacitación se adoptó para informar y educar en las actividades de educación y seguridad vial del plan de trabajo en conductores, peatones y pasajeros, fue eficaz porque se recurrió a capacitaciones, charlas, cursos, logrando capacitar a</p>			Capacitación	Recursos gráficos físicos y digitales Recursos audiovisuales	Tríptico o Díptico Folleto Afiche Volante Banner Flyer Video tutoriales Videos de sensibilización



		los actores involucrados.					
P.E.4. ¿Cómo se empleó la estrategia de comunicación de información para minimizar el incremento de los accidentes de tránsito?	O.E.4. Identificar cómo se empleó la estrategia de comunicación de información para minimizar el incremento de los accidentes de tránsito.	H.E.4. La estrategia de comunicación de información se empleó para informar, educar y minimizar el incremento de los accidentes de tránsito el cual fue eficaz porque se utilizaron diferentes medios de comunicación como televisivo, radial, escrito y medios virtuales, y se logró educar, orientar de manera oportuna a los participantes.			Información	Reuniones virtuales Reuniones presenciales Medios audiovisuales	Videconferencia Capacitación virtual Reuniones Spot televisivo Spot radial



DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo EZZIO ALEJANDRO INQUILLA DE LAS TORRES,
identificado con DNI 43507089 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Ciencias de la Comunicación Social

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL MARCO DEL COVID 19 DEL
PLAN DE ACTIVIDADES DE LA UNIDAD DE EDUCACIÓN VIAL DE LA
DIRECCIÓN REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES PUNO 2021-2022"

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 12 de NOVIEMBRE del 2023

FIRMA (obligatoria)



Huella



AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo EZZIO ALEJANDRO FERRILLA DE LAS TORRES, identificado con DNI 47507089 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Ciencias de la Comunicación Social

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL MARCO DEL COVID 19 DEL PLAN DE ACTIVIDADES DE LA UNIDAD DE EDUCACIÓN UINL DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE TRANSPORTOS Y COMUNICACIONES PUNO 2021-2022"

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 12 de OCTUBRE del 2023

FIRMA (obligatoria)



Huella



DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Edwin Calcina Charca,
identificado con DNI 70292521 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado
Ciencias de la Comunicación Social

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:
"Estrategias de comunicación en el marco del COVID-19 del plan
de actividades de la unidad de educación vial de la Dirección
Regional de Transportes y Comunicaciones Puno 2021 - 2022"

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 12 de octubre del 2023

FIRMA (obligatoria)



Huella



AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Edufin Calcina Charca,
identificado con DNI 70292521 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Ciencias de la Comunicación Social

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

"Estrategias de Comunicación en el marco del COVID-19 del plan de actividades de la unidad de educación vial de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno 2021-2022"

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

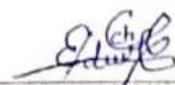
En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío, en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 12 de octubre del 2023


FIRMA (obligatoria)

