

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**  
**ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**  
**CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA  
FORTALECER LA EDUCACIÓN VIAL EN LOS  
ADOLESCENTES DEL DISTRITO 1 DE LA CIUDAD DE  
COBIJA EN LA GESTIÓN 2025**

**PROYECTO PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Autor:** Univ. Alexander Mercado Sánchez

**Tutora:** Lic. Vanessa Reina Alejo Conde

**COBIJA - PANDO – BOLIVIA**

**2025**

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO  
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS  
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA FORTALECER LA  
EDUCACIÓN VIAL EN LOS ADOLESCENTES DEL DISTRITO 1 DE LA  
CIUDAD DE COBIJA EN LA GESTIÓN 2025

Proyecto de Grado sometida a consideración de la Universidad Amazónica de Pando, del Área  
de Ciencias Sociales y Humanísticas y la Carrera Ciencias de la Comunicación Social

Requisito para optar al grado académico de:  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social

Por

Alexander Mercado Sánchez

Cobija – Pando – Bolivia

Este Proyecto de Grado, ha sido aceptado en su presente forma por la Universidad Amazónica de Pando, la Dirección del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas y aprobado por el Tribunal.

**FIRMANTES:**

---

M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera.

**DIRECTORA DEL ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**

---

Lic. Lían Crucita Rodríguez Alvarado

**TRIBUNAL**

---

Lic. Carlos Vicente Lahor García

**TRIBUNAL**

---

Lic. Roxana Flores Torres

**TRIBUNAL**

---

Lic. Vanessa Reina Alejo Conde

**TUTORA**

---

Univ. Alexander Mercado Sánchez

**POSTULANTE**

**DEDICATORIA**

A Dios por ser guía en cada paso de mi camino.

A mi familia y seres queridos, quienes me acompañaron en este proceso, dándome fuerza y ánimo para continuar; todos y cada uno de ustedes han sido parte esencial para lograr esta meta.

A mis padres, por formarme con principios sólidos y enseñarme el valor del esfuerzo, cada paso de este camino lo he dado con el apoyo de sus palabras y su confianza en mí.

A mi novia Mariana C.R., por ser mi soporte, por estar a mi lado en momentos de incertidumbre y cansancio, por ser los brazos que me brindan seguridad y apoyo. Gracias por tu amor incondicional.

A mis hermanos, por ser ejemplo de constancia y superación. Los admiro y estoy muy orgulloso de ustedes.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios, por iluminar mi camino en cada paso de este viaje académico.

A mis padres, por ser fundamentales en todo lo que soy, por inculcarme grandes valores que me han acompañado en todos los aspectos de mi vida, por su gran apoyo y sacrificio, a ustedes dedico con amor cada éxito.

A mi amada madre, fuente inagotable de amor y apoyo incondicional.

A mi tutora de proyecto de grado, Lic. Vanessa Reina Alejo Conde por su aporte y guía en el desarrollo de mi proyecto.

## ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice .....	iv
Índice de tablas .....	vii
Índice de figuras .....	viii
Lista de anexos .....	ix
Resumen ejecutivo.....	x
Introducción	
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
<b>ANÁLISIS SITUACIONAL Y PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>3</b>
1.1. Antecedentes Generales.....	3
1.2. Descripción del Problema.....	5
1.3. Objetivo General.....	6
1.4. Objetivos Específicos .....	6
1.5. Justificación.....	7
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>8</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>8</b>
2.1. Metodología.....	8
2.1.1. Tipo de investigación.....	8
2.1.2. Enfoque de la investigación.....	9
2.1.3. Población y Muestra .....	10
2.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	11
2.2.1. Encuestas .....	12
2.2.2. Entrevista .....	12
2.2.3. Revisión documental .....	13
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>14</b>
<b>MARCO REFERENCIAL.....</b>	<b>14</b>
3.1. Marco Legal.....	14
3.1.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia.....	14

3.1.2. Código Nacional de Tránsito.....	15
3.2. Marco Teórico .....	17
3.2.1 Teoría Cognitiva Social del Aprendizaje.....	18
3.2.2 Teoría de los Usos y Gratificaciones .....	19
3.2.3 Teoría de la Comunicación para el Cambio Social .....	21
3.3. Marco Conceptual.....	23
3.3.1. Adolescentes .....	23
3.3.2. Estrategia comunicacional digital.....	24
3.3.3. Educación vial .....	25
3.3.4. Redes Sociales .....	27
3.3.5. Seguridad Vial .....	28
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>29</b>
<b>DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>29</b>
4.1. Resultados del diagnostico comunicacional.....	29
4.1.1. Análisis, diagnóstico y resultados de la encuesta.....	29
4.1.2. Análisis, resultados de la entrevista.....	39
4.1.3. Análisis FODA .....	40
4.2. Selección, jerarquización y priorización de necesidades.....	43
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>45</b>
<b>DISEÑO DEL PROYECTO .....</b>	<b>45</b>
5.1. Denominación y naturaleza del proyecto .....	45
5.1.1. Descripción del proyecto .....	45
5.1.2. Justificación del Proyecto.....	46
5.1.3. Marco Institucional.....	48
5.1.4. Finalidad del proyecto .....	49
5.1.5. Objetivos.....	49
5.1.5.1. Objetivo general.....	49
5.1.5.2. Objetivos específicos.....	50
5.1.6. Componentes, actividades y productos .....	50

5.1.7. Métodos y Técnicas .....	51
5.1.8. Metas e Indicadores .....	58
5.1.9. Beneficiarios directos e indicadores .....	58
5.1.10. Localización física y cobertura espacial .....	59
5.1.11. Organización de la evolución .....	59
5.2. Administración .....	59
5.2.1. Equipo de Gestión .....	59
5.2.2. Organigrama .....	60
5.2.3. Cronograma de actividades .....	61
5.2.4. Determinación de los recursos necesarios .....	62
5.2.4.1. Recursos Humanos.....	62
5.2.4.2. Recursos Materiales.....	63
5.2.4.3. Recursos financieros.....	64
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>66</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>69</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>72</b>

**ÍNDICE DE TABLAS**

	Pág.
Tabla 1 Análisis FODA .....	41
Tabla 2 Flyers gráficos .....	53
Tabla 3 Reels .....	53
Tabla 4 Retos virales con propósito .....	54
Tabla 5 Metas e indicadores .....	58
Tabla 6 Cronograma de actividades .....	62
Tabla 7 Descripción de recursos humanos .....	63
Tabla 8 Presupuesto.....	65

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Distrito 1 de la ciudad de Cobija.....	10
Figura 2 Edad.....	29
Figura 3 Género .....	30
Figura 4 ¿Actualmente estudia? ¿Donde? .....	31
Figura 5 ¿En qué barrio vives?.....	31
Figura 6 ¿Has escuchado hablar sobre educación vial? .....	32
Figura 7 ¿Consideras importante conocer sobre normas de tránsito? .....	33
Figura 8 ¿Usas casco o cinturón de seguridad al conducir o al ir como pasajero? .....	33
Figura 9 ¿Conduces algún tipo de vehículo?.....	34
Figura 10 ¿Tienes licencia de conducir? .....	35
Figura 11 ¿Has tenido o presenciado algún accidente de tránsito? .....	35
Figura 12 ¿Qué medio usas más para informarte o aprender algo?.....	36
Figura 13 ¿Crees que los medios digitales pueden ayudarte a aprender sobre educación vial? .....	37
Figura 14 ¿Te gustaría que exista un canal digital específico sobre educación vial dirigido a jóvenes adolescentes como tú? .....	37
Figura 15 ¿Qué tipo de contenido te gustaría más para aprender sobre educación vial? ...	38
Figura 16 ¿Qué medio usas más para informarte o aprender algo nuevo?.....	46
Figura 17 ¿Qué tipo de contenido, te gustaría mas para aprender sobre educion vial?.....	47
Figura 18 Página de Facebook.....	55
Figura 19 Página de Instagram .....	55
Figura 20 Página de Tiktok .....	56
Figura 21 Mensajes sobre educación vial.....	56
Figura 22 Mensajes sobre educación vial.....	57
Figura 23 Retos virales con propósito .....	57
Figura 24 Organigrama.....	61

**LISTA DE ANEXOS**

Anexo 1	Encuesta dirigida a los adolescentes de 12 a 18 años del Distrito 1 de Cobija.....
Anexo 2	Entrevista dirigida al Director de la Unidad de Tránsito de Cobija.....
Anexo 3	Base de datos del Distrito 1 del municipio de Cobija .....
Anexo 4	Evidencias de aplicación del trabajo de campo .....
Anexo 5	Solicitud de acompañamiento para validación del Proyecto de Grado.....
Anexo 6	Acta de validación.....
Anexo 7	Registro fotográfico posterior a la validación del Proyecto.....
Anexo 8	Certificado anti plagio.....

## RESUMEN EJECUTIVO

En la ciudad de Cobija, capital del departamento de Pando, los accidentes viales representan una problemática persistente, causada principalmente por el incumplimiento de las normas de tránsito, la falta de control efectivo por parte de las autoridades y la escasa conciencia ciudadana en materia de seguridad vial. Se identificó como problema central la carencia de una estrategia de comunicación digital adecuada, bien pensada y definida para mejorar la educación vial dirigida a adolescentes de 12 a 18 años de edad de los barrios Mapajo, Puerto Alto, Junín y Villamontes.

La propuesta busca dar respuesta a la falta de información sobre normas y señales de tránsito en los adolescentes. El objetivo general del proyecto es elaborar una estrategia de comunicación digital que fortalezca la educación vial en esta población durante la gestión 2025. La metodología empleada fue exploratoria, con un enfoque cuantitativo, mediante encuestas y revisión bibliográfica. El proyecto es viable, ya que cuenta con los recursos necesarios para su ejecución.

El proyecto propone el diseño de una estrategia comunicacional innovadora basada en redes sociales, con el fin de conectar con los adolescentes mediante un lenguaje cercano. En conclusión, se llegó a cumplir con el objetivo general por medio de los objetivos específicos.

### **Palabras claves:**

Estrategia comunicacional digital, Educación vial, Adolescentes, Seguridad vial, Redes Sociales.

## **INTRODUCCIÓN**

En Bolivia, la problemática de los accidentes viales se produce debido al incumplimiento de las normas de tránsito, de la seguridad vial tanto de los peatones como de las mismas autoridades encargadas de hacer el control efectivo; aún falta el desarrollo de conciencia y precaución en los ciudadanos. Cabe destacar que se están realizando acciones diversas como la mejora de la infraestructura vial, con la construcción de dobles vías en las principales carreteras, y otras acciones enmarcadas dentro de planes de seguridad vial, siendo que el problema de la accidentabilidad en el país persiste afectando a la sociedad en su conjunto. Los accidentes viales causan muertes, heridos y sufrimiento, tanto de los afectados como de los familiares, constituyendo un problema social con pérdidas económicas que no son percibidas por la sociedad.

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los adolescentes se encuentran entre los 10 a los 19 años de edad, tomando en cuenta aspectos generales y culturales a nivel mundial; no obstante, este dato puede variar según el país o continente. Por lo cual es necesario mencionar que en Bolivia se considera adolescente desde los 12 a 18 años de edad, según la ley N° 548 (Código Niña, Niño y Adolescente). Es por ello que en el actual proyecto de grado se está tomando como rango de estudio las edades de 12 a 18 años de edad, ya que ellos son tomados como adolescentes en el estado Plurinacional de Bolivia.

Por medio del presente proyecto de grado, se plantea dar respuesta a una problemática central en el ámbito de seguridad vial, que es la carencia de información adecuada sobre las normas y señales de tránsito para adolescentes de los barrios Mapajo, Puerto Alto, Junín y Villamontes, los cuales forman parte del distrito uno de la ciudad de Cobija. Es por ello que se tiene como objetivo general elaborar una estrategia de comunicación digital para fortalecer la educación vial de la población mencionada en la gestión 2025.

Consecuentemente, el presente trabajo presenta los objetivos específicos que permitirán llegar al objetivo principal, la fundamentación sobre la que se cimienta la propuesta del proyecto del proyecto, el sustento teórico, referencial y conceptual.

Es necesario mencionar que se empleó una metodología exploratoria, la cual permitió explorar y describir las cualidades del objeto de estudio por medio de la recolección y análisis de los datos extraídos, asimismo como método principal se usó el método cuantitativo el cual permite indagar de lo general a lo particular a través de información obtenida por medio de las técnicas elegidas como ser las encuestas, revisión bibliográfica, etc.

Por otro lado, la parte operativa se llevó a cabo en el diseño del proyecto de grado, presentando también un presupuesto general, por lo que el documento refleja viabilidad, ya que se posee todos los recursos para llevar a cabo dicho trabajo. Finalmente se presentan las referencias bibliográficas en las que se respalda el proyecto de grado.

Asimismo, se desarrolló el diseño del Proyecto de Grado, tomando en cuenta cada aspecto pertinente al elegir una estrategia de comunicación digital ganadora (Redes sociales) donde se pretende difundir todo el contenido que se generara con la única finalidad de promover la educación vial digital por medios digitales, es necesario mencionar que el proyecto se denominó de la siguiente manera: “La educación vial, un match con la era digital: Dirigido adolescentes del distrito 1 de la ciudad de Cobija”. Un nombre fácil de recordar, haciendo uso de palabras muy utilizadas por los adolescentes de hoy en día.

# CAPÍTULO I

## ANÁLISIS SITUACIONAL Y PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

### 1.1. Antecedentes Generales

Los adolescentes y jóvenes constituyen un segmento social en todo el mundo, los cuales son los protagonistas que marcan el futuro a corto o mediano plazo, son los mayores consumidores de tecnología en un entorno no exento de riesgos. Es por ello que, en otros países como España, USA, Rusia, Alemania, China, Japón, México. “Optan por enseñar y educar por medios digitales (YouTube, Facebook, TikTok, Instagram) como ser redes sociales donde incluyen diferentes temas, así como la educación vial un tema importante” (Cortez, 2007, p. 4), el cual ayuda a orientar a los adolescentes sobre la protección de los ocupantes de un vehículo, desarrollando e integrando las capacidades y competencias destinadas a promover las seguridades en el tránsito, mejorando las relaciones y conductas viales, prevenir los siniestros de las vías.

La educación vial es un componente esencial para garantizar la seguridad en las vías y fomentar una convivencia responsable entre peatones, conductores y ciclistas. No obstante, a pesar de los esfuerzos por difundir normas y buenas prácticas, muchas veces esta información no trasciende el plano individual ni se convierte en un compromiso colectivo. En este sentido, resulta pertinente reflexionar sobre lo expresado por Karl, quien afirma: “Hay que tener en cuenta que la educación vial es la información que muchos reciben, pero pocos transmiten” (2022, párr. 4). Esta frase pone en evidencia una problemática frecuente: aunque muchas personas tienen acceso al conocimiento sobre seguridad vial, pocas lo internalizan al punto de compartirlo o aplicarlo de forma coherente en su vida diaria. Por ello, no basta con recibir la información; es indispensable asumir una actitud activa y responsable que permita multiplicar ese conocimiento y transformarlo en hábitos seguros para todos.

Se reconoce que, si bien existen medios tradicionales como la televisión y la radio que transmiten información sobre la importancia de la educación vial y logran impactar positivamente a un porcentaje de la población, es necesario considerar el contexto digital, donde los adolescentes pasan gran parte del tiempo con sus teléfonos móviles. Por ello, se requiere un medio digital para informar a esta población, específicamente a los adolescentes.

En Bolivia existen muchos canales a través de los cuales se hace llegar diariamente la información sobre los accidentes que ocurren a diario en nuestro medio, como, por ejemplo, la radio, la televisión, el periódico, etc., que de momento sirven como prevención e información.

Como es de conocimiento público, la principal causa de accidentes viales es el error humano, en donde podemos mencionar que la inobservancia de normas, el exceso de velocidad, el estado de ebriedad, son los factores más altos, seguido de la imprudencia del peatón. Por consiguiente “Si bien en Bolivia se ha dado educación vial por medio de la televisión por medio del programa Bolivia Tv, por medio de la radio en el programa Meridiano, y por los periódicos” (El País, 2021, párr. 6) los cuales han sido medios positivos para llegar a toda la población y por ende a los adolescentes, es necesario mencionar que en la actualidad son medios de comunicación tradicionales que no son muy usados en la actualidad.

En los últimos años, la ciudad de Cobija ha experimentado un notable crecimiento poblacional, especialmente entre la población adolescente, que se caracteriza por ser altamente activa en el entorno digital. Estos adolescentes reciben diversos contenidos a través de medios digitales; sin embargo, se ha identificado una carencia significativa de información relacionada con educación vial en estas plataformas. Aunque en el pasado existieron programas de televisión y radio que abordaron este tema, la mayoría fueron producidos en otros departamentos y no necesariamente contextualizados a la realidad de Cobija. En medio de esta realidad, surge una observación relevante: “los adolescentes son nativos digitales y, por ende, su forma de aprender y captar información es por medio de plataformas digitales, donde constantemente están adquiriendo y captando información” (El País, 2021, párr. 6). Esta afirmación subraya la urgencia de adaptar los contenidos educativos a los entornos que los adolescentes habitan cotidianamente, como el uso de aplicaciones, plataformas y redes sociales.

A través del presente Proyecto de Grado se elaboró una propuesta de estrategia de comunicación digital orientada a mejorar la educación vial en adolescentes del Distrito 1 de la ciudad de Cobija, durante la gestión 2025. El estudio se centra en adolescentes de 12 a 18 años que se encuentran en etapa de formación escolar, quienes constituyen tanto el objeto de estudio como los beneficiarios de esta estrategia, diseñada de manera reflexiva y fundamentada. La propuesta está dirigida específicamente a los adolescentes de los barrios Mapajo, Puerto Alto, Junín y Villamontes, que forman parte del mencionado distrito.

## **1.2. Descripción del Problema**

El presente Proyecto de Grado centra su atención en una estrategia de comunicación digital para mejorar la educación vial de los adolescentes del Distrito 1 de la ciudad de Cobija en la presente gestión.

Es evidente que, en la ciudad de Cobija, capital del departamento de Pando, el crecimiento poblacional ha incrementado el tráfico vehicular y, con ello, los accidentes de tránsito protagonizados en muchos casos por adolescentes. Según los datos de la Policía Boliviana a nivel nacional (2023), el 24% de las víctimas de accidentes de tránsito se encuentra entre edades desde 10 hasta 20 años. Sólo el 49% de los jóvenes conductores de motocicletas usan casco; el 1.5%, los pasajeros. En la actualidad no existe educación vial dirigida a adolescentes (El País, 2021). Esta situación revela una clara falta de acciones educativas sistemáticas orientadas a este grupo etario.

Los adolescentes son actores centrales en las calles. Es más, las tasas de accidentalidad indican que son las víctimas más frecuentes en los accidentes de tráfico. Se reconoce la importancia de la educación vial para adolescentes y su relevancia como parte de su formación por medios digitales. La finalidad de la educación vial es tener un mayor número de buenos peatones que conozcan sobre las normas de tránsito para cumplir las mismas en su desplazamiento al movilizarse por la ciudad de Cobija de forma segura y ejemplar. Con esta finalidad, debe considerarse la educación vial como una actividad académica integral con políticas públicas del Estado Plurinacional de Bolivia.

Mediante el presente Proyecto de Grado, se propone la planificación de una estrategia de comunicación digital orientada a fortalecer la educación vial en adolescentes. Se identificó como problema central la falta de una estrategia adecuada, clara y estructurada para abordar esta temática en jóvenes de 12 a 18 años, quienes aún se encuentran en etapa escolar y, en muchos casos, desconocen qué es la educación vial y cuál es su importancia. En este contexto, se delimitó la población al Distrito 1 de la ciudad de Cobija, que comprende los barrios Mapajo, Puerto Alto, Junín y Villamontes (Romero, 2023). Esta situación evidencia la necesidad de intervenir con herramientas comunicacionales acorde al lenguaje digital de los adolescentes, promoviendo una formación vial accesible, atractiva y contextualizada a su entorno.

Por lo tanto, se realiza la siguiente pregunta del proyecto de grado:

¿Cómo una estrategia de comunicación digital fortalecerá la educación vial en los adolescentes de 12 a 18 años de edad del Distrito 1 de la ciudad de Cobija en la gestión 2025?

### **1.3. Objetivo General**

Elaborar una estrategia de comunicación digital para fortalecer la educación vial en los adolescentes de 12 a 18 años de edad del Distrito 1 de la ciudad de Cobija en la gestión 2025.

### **1.4. Objetivos Específicos**

- Describir el nivel de educación vial y las preferencias comunicativas digitales que tienen los adolescentes de 12 a 18 años del distrito 1 de la ciudad de Cobija, a partir de la aplicación y sistematización de un diagnóstico.
- Diseñar una estrategia de comunicación digital para la educación vial dirigido a adolescentes del distrito 1 de la ciudad de Cobija.
- Validar la propuesta de educación vial con la participación de la Unidad Operativa de Tránsito.

## **1.5. Justificación**

El presente proyecto de grado procura dar respuesta a la problemática principal que es la carencia de una estrategia de comunicación digital adecuada, para mejorar la educación vial dirigido a adolescentes de 12 a 18 años de edad de los barrios Mapajo, Puerto Alto, Junín y Villamontes, los cuales forman parte del distrito 1 en la ciudad de Cobija.

Socialmente, el presente proyecto procura beneficiar a los adolescentes del distrito 1 de 12 a 18 años de edad que se encuentran aún en su etapa escolar, para que los individuos puedan adquirir conocimiento sobre la importancia de la educación vial, asimismo, a través de las estrategias comunicacionales digitales, por medios pertinentes, recibir información y sensibilización de la cultura vial a partir de nuevas y creativas formas de aprendizaje.

Académicamente, se pretende realizar un aporte significativo a la Universidad Amazónica de Pando, así como a la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, porque sentará base para futuras investigaciones. A su vez, se pretende colaborar con este trabajo a la Dirección Departamental de Transito de la ciudad de Cobija, por medio de esta propuesta de elaboración de estrategias digitales, con la única finalidad de formar y preparar a las nuevas generaciones de ciudadanos para vivir, trabajar y desarrollarse en el seno de la sociedad vial.

Desde el punto de vista científico, el trabajo de investigación aportará a toda la sociedad, por medio del conocimiento de datos fidedignos, dando a conocer la importancia de la educación vial hoy en día, con la finalidad de enseñar a los peatones a usar las vías públicas de manera correcta para salvaguardar su seguridad y de esta manera fomentar actitudes preventivas durante el uso de viabilidades.

Por último, por medio de este proyecto se pretende elaborar una propuesta de una estrategia de comunicación digital para fortalecer la educación vial en adolescentes de 12 a 18 años del Distrito 1 de la ciudad de Cobija en la gestión 2025; asimismo, realizar un aporte académico a la dirección departamental de tránsito por medio de esta propuesta moderna y eficaz con la única finalidad de fomentar la educación vial por medios digitales.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **2.1. Metodología**

El presente capítulo describe la metodología empleada en este Proyecto de Grado, la cual combina enfoques cuantitativos y cualitativos con el fin de brindar una comprensión integral del problema identificado, enriqueciendo la interpretación de los datos obtenidos y fortaleciendo la validez de las propuestas comunicacionales desarrolladas.

La investigación es de tipo exploratoria, ya que buscó conocer el estado actual de la educación vial en adolescentes de 12 a 18 años del Distrito 1 de la ciudad de Cobija. Asimismo, se examinaron las percepciones, actitudes y comportamientos de esta población frente a las normas y señales de tránsito, con el objetivo de diseñar una estrategia de comunicación digital pertinente, atractiva y efectiva, orientada a fortalecer la conciencia y la práctica de una cultura vial responsable a través del uso de redes sociales.

##### ***2.1.1. Tipo de investigación***

Se determinó dar uso a la investigación exploratoria que, como su nombre lo indica, es la investigación que ayudará principalmente a explorar lo desconocido, analizar e interpretar datos específicos requeridos para la toma de decisiones al desarrollar la estrategia de comunicación digital que tiene como objetivo principal explorar las características de una población elegida (distrito 1 de la ciudad de Cobija). Asimismo, ayudará a conocer a profundidad la importancia de la educación vial en los adolescentes de los barrios Mapajo, Puerto Alto, Junín y Villamontes, los cuales forman parte del distrito uno de la ciudad de Cobija, y a su vez son el objeto de estudio de la presente investigación. Esto contribuirá significativamente al desarrollo social y educativo local.

Respecto a la investigación exploratoria Velásquez señala que “es un tipo de investigación utilizada para estudiar un problema que no está claramente definido, por lo que se lleva a cabo para comprenderlo mejor, pero sin proporcionar resultados concluyentes”. (2025, párr. 1). Es así, que con la investigación exploratoria se puntualizará las características y particularidades de la población que aún no ha sido estudiada (distrito 1).

### ***2.1.2. Enfoque de la investigación***

El Proyecto de Grado se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando elementos del enfoque cualitativo y cuantitativo con el objetivo de obtener una comprensión integral del fenómeno estudiado: la educación vial en adolescentes del Distrito 1 de la ciudad de Cobija. Esta combinación metodológica permitió analizar tanto datos numéricos como significados, percepciones y experiencias, enriqueciendo el proceso de diseño de una estrategia de comunicación digital pertinente y contextualizada.

Desde el enfoque cuantitativo, se realizó una investigación de carácter exploratorio mediante la aplicación de encuestas a adolescentes de entre 12 y 18 años de edad. Esta etapa tuvo como finalidad identificar conocimientos, actitudes y comportamientos vinculados a la educación vial, utilizando datos numéricos que permitieran establecer patrones generales en la población objetivo. La información recolectada a través de las encuestas constituyó una base sólida para orientar la toma de decisiones en el diseño de la estrategia comunicacional.

Por su parte, el enfoque cualitativo se aplicó a través de una entrevista dirigida al Director de Tránsito de la ciudad de Cobija, considerado un actor clave en la temática abordada. Esta técnica permitió explorar con mayor profundidad la perspectiva institucional, las acciones realizadas en materia de educación vial y las necesidades detectadas desde la experiencia profesional. La entrevista proporcionó información contextual valiosa que no podía ser obtenida únicamente a través de métodos cuantitativos.

El enfoque mixto, por tanto, facilitó una visión más amplia del problema, combinando la objetividad de los datos estadísticos con la riqueza interpretativa de la entrevista. Esta

integración metodológica fue esencial para elaborar una estrategia de comunicación digital alineada con las realidades institucionales como sociales del Distrito 1 de la ciudad de Cobija.

### **2.1.3. Población y Muestra**

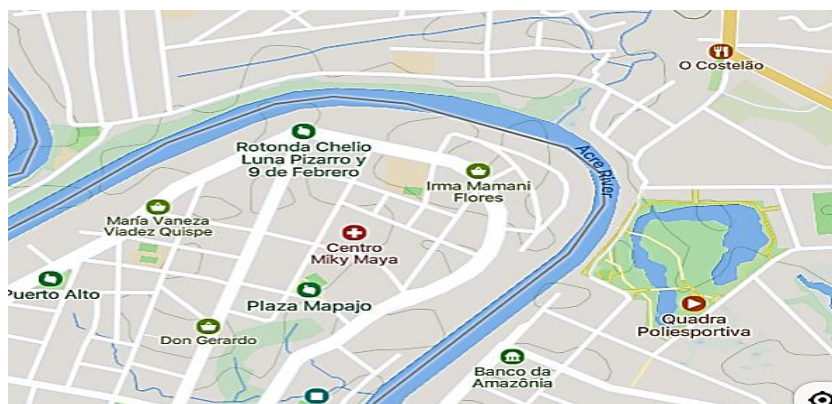
Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) no hay información sobre el número exacto de adolescentes (2024). Por lo tanto, no existe porcentajes de la población adolescente en la ciudad de Cobija. Asimismo, el Tribunal Supremo Electoral (TSE) indica que no maneja datos sobre la población adolescente (2024). En este sentido, ambas instituciones carecen de información relevante sobre esta población.

- **Universo o Población**

El estudio se realizó con adolescentes, tanto de género masculino como femenino, con edades comprendidas entre los 12 y 18 años. Según R. López, de la Dirección Departamental de Educación de Pando (SEDUCA), el Distrito 1 de la ciudad de Cobija está conformado por 315 adolescentes dentro de este rango etario (Comunicación personal, 18 de abril de 2025), Es decir, se trata de una población que cursa la etapa escolar, lo cual refuerza la importancia de abordar la educación vial desde una perspectiva formativa y adaptada a sus características.

### **Figura 1**

*Distrito 1 de la ciudad de Cobija*



*Nota.* La figura muestra la imagen de localización del Distrito 1 de Cobija, generado por Google Maps, 2025 ([http:// www.google.com/maps](http://www.google.com/maps)).

- **Tamaño de la muestra**

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula estadística usando un margen de error de un 5% y un 95% de nivel de confianza posteriormente se procede a realizar un cálculo de la muestra por medio de la calculadora de muestra de investigación digital, teniendo como muestra 174, el cual nos indica que se debe realizar 174 encuestas en el Distrito 1 de la ciudad de Cobija.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

**Donde:**

N= 315

Z= 1,96

q= 50%

q= 50

e= 5%

n= ?

$$n = \frac{315 * 1.96 * 1.96 * 0.50 * 0.50}{0.05 * 0.05 * (315 - 1) + 1.96 * 1.96 * 0.50 * 0.50}$$

**n= 174 muestra**

## 2.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos constituyó una etapa fundamental en esta investigación, ya que permitió obtener la información necesaria para comprender la situación actual de la educación vial en adolescentes del Distrito 1 de la ciudad de Cobija y, con ello, sustentar la propuesta comunicacional planteada. Para tal fin, se empleó un enfoque integral que combinó diversas técnicas de investigación social, tales como encuestas, entrevistas y revisión documental.

Las encuestas se aplicaron a adolescentes de 12 a 18 años para conocer sus conocimientos y percepciones sobre educación vial. Además, se realizó la entrevista al director de la Unidad de Tránsito para obtener una perspectiva institucional, y se llevó a cabo una revisión documental para respaldar el diagnóstico desde un enfoque legal y teórico. Esta combinación fortaleció el análisis y la propuesta comunicacional.

### **2.2.1. Encuestas**

Es una técnica de investigación que consiste en obtener respuestas a una serie de preguntas específicas dirigidas a una muestra determinada, con el propósito de recopilar datos relevantes que contribuyan al cumplimiento de los objetivos específicos del estudio.

El instrumento aplicado para esta técnica es el cuestionario. De acuerdo al aporte de Meneses, el cuestionario permite al investigador recopilar datos estructurados de una muestra, para analizar cuantitativamente y describir o comparar características de la población estudiada (2023). En este sentido, se aplicó una batería de preguntas para obtener la información requerida.

### **2.2.2. Entrevista**

La entrevista es un contacto interpersonal que tiene por objeto el acopio de información a través de la conversación, es de carácter cualitativo, ya que es más flexible y abierta. Una entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador formula preguntas y el entrevistado las responde.

Desde el aporte de Arias, se define como “una técnica basada en un diálogo o conversación cara a cara, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida” (2006, p. 73). Esta técnica fue útil en el presente proyecto porque permitió obtener testimonio directo para la comprensión del problema, en torno a las causas y consecuencias, además de la importancia del tema desde la experiencia de los actores involucrados.

El instrumento para recopilar información de la entrevista, es la guía de preguntas, el cual tiene como objeto recolectar datos de todas las preguntas claves sobre información pertinente referente al tema de estudio. Por medio de esta se recopiló información de la Policía Nacional a través de una entrevista directa al Director Departamental de Tránsito, Transporte y Seguridad Vial.

### ***2.2.3. Revisión documental***

A través de este tipo de técnica se recopiló información previamente procesada, para que esta información sea analizada y posteriormente utilizada. Es una técnica en la cual se registra acciones y programas o simplemente se describe a un individuo pertinentemente un objeto de estudio (Meneses, 2023). Mediante esta técnica se accede a información ya sistematizada, lo que permite obtener una visión general del tema investigado. Su utilidad radica en la posibilidad de analizar datos existentes, identificar patrones o tendencias, y aplicar ese conocimiento a un contexto específico. Asimismo, esta técnica facilita la descripción detallada de sujetos, programas o fenómenos, convirtiéndose en una herramienta clave para estudios exploratorios y de diagnóstico.

El instrumento principal para la técnica de revisión documental son los libros, y páginas web, los cuales ayudaron al desarrollo y sustento teórico.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **3.1. Marco Legal**

La promoción de la educación vial requiere del respaldo de un marco normativo que oriente y respalde las acciones institucionales en distintos niveles del Estado. En el contexto boliviano, las leyes no solo establecen derechos y obligaciones vinculadas a la circulación y seguridad en las vías públicas, sino que también reconocen la importancia de la formación y la prevención como componentes esenciales para reducir los riesgos en el tránsito.

En este sentido, se realizó un análisis normativo que abarca disposiciones de la Constitución Política del Estado y la Ley N° 398 de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial, junto con reglamentaciones complementarias. Este marco legal permite comprender el rol del Estado en la promoción de prácticas responsables, así como la necesidad de implementar estrategias de comunicación que fortalezcan la conciencia vial, particularmente en la población adolescente.

##### ***3.1.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia***

La Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, promulgada el 7 de febrero de 2009, sienta las bases de un Estado comprometido con el bienestar colectivo, la participación ciudadana y la protección de los derechos fundamentales. Reconoce, entre otros principios, el derecho a la educación, la seguridad, la vida y la información, pilares fundamentales para el desarrollo de una sociedad más justa, equitativa y responsable.

En el marco de la presente investigación, se identifican diversos artículos de la Constitución que respaldan la necesidad de promover políticas públicas y estrategias

comunicacionales orientadas a la prevención de riesgos y a la formación de una ciudadanía consciente, especialmente en el ámbito de la seguridad vial. El derecho a recibir información oportuna, el acceso a una educación integral y la responsabilidad del Estado en la protección de la vida y la integridad física, constituyen fundamentos clave que legitiman la implementación de una estrategia de comunicación digital en favor de la educación vial, particularmente en poblaciones vulnerables como la adolescencia.

### **Artículo 302.**

I. Son competencias exclusivas de los gobiernos municipales autónomos, en su jurisdicción:

**18.** Transporte urbano, registro de propiedad automotor, ordenamiento y educación vial, administración y control del tránsito urbano.

### **Artículo 106.**

I. El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.

Los artículos citados hacen referencia a la obligación del Estado de garantizar el acceso a la información, la educación vial y el derecho a la comunicación, en tal sentido existe la necesidad de prevenir accidentes y fomentar una cultura de seguridad vial desde temprana edad.

#### ***3.1.2. Código Nacional de Tránsito***

En Bolivia, las normativas de tránsito están reguladas principalmente por el Código Nacional de Tránsito, promulgado el 16 de febrero de 1973 que establece reglas para la circulación de vehículos y peatones, así como las responsabilidades y obligaciones de los conductores. En relación al Proyecto propuesto se tiene los siguientes artículos, estos artículos son fundamentales para garantizar la seguridad vial y promover el respeto mutuo entre todos:

**Artículo 45. (Detención súbita)** Los conductores quedan prohibidos de detener su vehículo, súbita y bruscamente, salvo el caso de emergencia.

**Artículo 46. (Estacionamiento prohibido)** Es prohibido estacionar, parar o detener el vehículo en lugares no autorizados por la Policía del Tránsito.

**Artículo 47. (Señales reglamentarias)** Al estacionar, parar o detenerse, así como para salir del estacionamiento, partir o retomar la marcha, el conductor deberá anunciar su intención por medio de las señales reglamentarias, observando las máximas precauciones de seguridad.

**Artículo 48. (Reservaciones)** Quedan prohibidas las reservaciones de áreas de estacionamiento en las calles, avenidas, parques y plazas de las ciudades excepto para los vehículos pertenecientes al Palacio de Gobierno, Ministerios, Poder Legislativo, Poder Judicial, Honorable Cuerpo Diplomático, Prefecturas, Municipalidades, Fuerzas Armadas, Policía Nacional y otros que la autoridad determine.

**Artículo 49. (Norma general)** Con carácter general y por razones de servicio público o de seguridad, la Policía del Tránsito hará cumplir las reglas del estacionamiento.

Estas normativas, si bien están dirigidas a conductores, son de interés formativo para los adolescentes que en poco tiempo asumirán la conducción o que ya tienen contacto frecuente con vehículos motorizados, en su mayoría de dos ruedas, especialmente en zonas urbanas como el Distrito 1 de Cobija.

La incorporación de estos contenidos en una estrategia de comunicación digital dirigida a adolescentes de 12 a 18 años tiene un enfoque preventivo y educativo. Los artículos mencionados no solo describen reglas, sino que evidencian comportamientos cotidianos cuya desobediencia incrementa el riesgo de accidentes.

Difundir esta información a través de redes sociales, mediante *flyers* o *reels* educativos, permite que los adolescentes desarrollen conciencia vial antes de asumir el rol de conductores, pasajeros o peatones activos, generando una cultura vial participativa, anticipada y sostenida mediante canales modernos y cercanos a la población juvenil, fomentando así hábitos responsables y seguros en su entorno diario.

### 3.2. Marco Teórico

El presente proyecto de grado, se enmarca en el campo disciplinar de la comunicación, que tiene el potencial de incidir en los procesos de aprendizaje, cambio de conducta y transformación social, especialmente cuando se orienta a públicos estratégicos como los adolescentes.

En este contexto, se reconoce que el uso de las redes sociales como herramienta para educar a la población seleccionada en temas de seguridad vial debe estar respaldado por teorías comunicacionales que permitan comprender la forma en que los mensajes son construidos, difundidos y apropiados por las audiencias. La comunicación digital no solo implica el uso de nuevas plataformas, sino también una resignificación de los procesos de producción y recepción de sentido, adaptados a los lenguajes, hábitos y códigos de las nuevas generaciones.

Para sustentar el diseño de la estrategia de comunicación digital propuesta, se han considerado tres teorías fundamentales. En primer lugar, la Teoría Cognitiva Social del Aprendizaje, desarrollada por Albert Bandura, que permite comprender cómo los adolescentes pueden aprender comportamientos seguros a través de la observación de modelos en su entorno, incluyendo aquellos que circulan en redes sociales. En segundo lugar, la Teoría de los Usos y Gratificaciones, formulada por Katz, Blumler y Gurevitch, que brinda herramientas para analizar el comportamiento activo de las audiencias al seleccionar contenidos digitales en función de sus intereses, necesidades y motivaciones. En tercer lugar, la Teoría de la Comunicación para el Cambio Social, propuesta por autores como Gumucio, et al., Mefalopulos, que ofrece un enfoque participativo, dialógico y transformador de la comunicación, con énfasis en procesos sostenibles de aprendizaje colectivo.

Estas teorías permiten articular una base conceptual coherente para el diseño de una estrategia de comunicación que no solo informe, sino que también motive, conecte y movilice a los adolescentes en torno a la educación vial. A continuación, se expone el desarrollo de cada una de ellas y su vinculación directa con los objetivos del presente proyecto, garantizando un enfoque integral y efectivo que promueva cambios positivos en el comportamiento vial juvenil.

### ***3.2.1 Teoría Cognitiva Social del Aprendizaje***

La Teoría Cognitiva Social del Aprendizaje, propuesta por Albert Bandura, representa uno de los aportes más importantes al campo de la comunicación educativa. Esta teoría parte del supuesto de que los individuos no aprenden únicamente por la experiencia directa, sino también a partir de la observación de otras personas, llamadas modelos, y de las consecuencias que sus acciones generan. Es decir, el aprendizaje es un proceso social, mediado por la atención, la retención, la reproducción y la motivación. Este enfoque resulta especialmente relevante para una estrategia de comunicación digital orientada a fortalecer la educación vial en adolescentes, ya que reconoce que los jóvenes están constantemente expuestos a contenidos visuales y conductuales en redes sociales, lo cual influye en la construcción de sus actitudes, conocimientos y prácticas cotidianas.

De acuerdo a Bandura “La mayoría de los comportamientos humanos se aprenden observando a otros; mediante el modelado se forman ideas sobre cómo deben realizarse las nuevas conductas, y esta información sirve después como guía para la acción” (1977, p. 22). Este aporte, refleja la importancia de diseñar contenidos educativos en redes sociales, donde los adolescentes pueden observar e imitar modelos que representen comportamientos viales responsables, tales como cruzar por lugares señalizados, usar casco al conducir motocicletas o respetar los semáforos.

Otro de los principios centrales de esta teoría es el concepto de determinismo recíproco, que sugiere una interacción constante entre tres factores: la persona (creencias, actitudes), el entorno (contexto físico y social) y la conducta (acciones observables). “El comportamiento, los factores personales y los eventos del entorno operan como determinantes que interactúan recíprocamente” (Bandura, 1977, p. 25). Esto implica que los adolescentes no son receptores pasivos, sino sujetos activos que interactúan con los contenidos digitales y con su entorno social.

Por tanto, los mensajes deben estar estrechamente conectados con la realidad cotidiana de los adolescentes, utilizando ejemplos, lugares y personajes que les resulten familiares, para así lograr mayor impacto y efectividad en la comunicación.

Además, la autoeficacia, definida como la creencia en la propia capacidad para realizar determinadas acciones, es otro componente esencial. Si un adolescente no cree que puede actuar de forma segura en el tránsito, es poco probable que lo intente, incluso si sabe qué debería hacer. Por eso, los mensajes deben no solo informar, sino también empoderar a los adolescentes, reforzando su capacidad para actuar de manera responsable.

### ***3.2.2 Teoría de los Usos y Gratificaciones***

Esta teoría fue desarrollada por Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch en la década de 1970, parte de una premisa central: las audiencias son activas y eligen los medios en función de sus necesidades cognitivas, afectivas y sociales. Este enfoque es esencial para diseñar contenidos atractivos y pertinentes para adolescentes en redes sociales.

En referencia a esta teoría Katz, et al., explican que:

La audiencia es concebida como activa, es decir, una parte importante del uso de los medios de comunicación de masas se asume como orientado a objetivos... los patrones de uso de los medios están moldeados por expectativas más o menos definidas sobre lo que ciertos tipos de contenidos pueden ofrecer al usuario (1974, p. 15).

En este marco, los adolescentes seleccionan deliberadamente los contenidos que consideran útiles o gratificantes. En el caso de una campaña sobre educación vial, el desafío es diseñar mensajes que satisfagan sus motivaciones de entretenimiento, pertenencia, identidad y aprendizaje, para lograr que el contenido sea consumido y retenido.

Además, McQuail, et al., mencionados en Severin y Tankard, en relación a esta teoría, identifican cuatro categorías básicas de gratificación que los usuarios buscan:

- **Diversión:** para escapar de la realidad o liberarse emocionalmente.
- **Relaciones personales:** para sentirse acompañados o conectados.
- **Identidad personal:** para reforzar valores, explorar la realidad o encontrar modelos de conducta.

- Vigilancia: para obtener información útil sobre el entorno (1997).

Estos factores definen el diseño de los mensajes: deben ser entretenidos y visuales; permitir interacción con otros jóvenes; presentar modelos de comportamiento identificables; y ofrecer información útil sobre seguridad vial.

De esta manera, se confirma la eficacia de esta teoría en redes sociales, ya que los jóvenes acuden a estas plataformas en busca de aceptación social, información y vínculos emocionales con sus pares, lo que conlleva a que la estrategia logre combinar mensajes educativos con formatos que fomenten interacción (comentarios, reacciones), participación (reto vial) y reconocimiento del entorno social juvenil, reforzando su sentido de pertenencia y responsabilidad.

Además de reconocer el carácter activo de las audiencias, la Teoría de los Usos y Gratificaciones permite entender cómo los adolescentes eligen e interactúan con los medios digitales según sus necesidades específicas, siendo actores activos en el proceso comunicativo. Esta teoría reconoce que los medios no influyen de igual forma en todos los usuarios, ya que cada persona interpreta los contenidos de acuerdo a su contexto sociocultural y experiencias personales. Como indica Rodríguez y Molceperes, “los receptores no son espectadores pasivos, sino sujetos activos que escogen lo que consumen mediáticamente en función de sus necesidades” (2013, p. 57). Esto implica que los mensajes en redes sociales deben diseñarse con base en los intereses del público juvenil, utilizando formatos visuales, lenguaje cercano y espacios de participación que favorezcan la identificación y la apropiación del contenido por parte de los adolescentes.

Asimismo, esta teoría orienta la necesidad de segmentar adecuadamente los mensajes. Dado que los adolescentes no son un grupo homogéneo, algunos pueden buscar en los contenidos digitales simplemente entretenimiento, mientras que otros esperan aprender o identificarse con situaciones que viven a diario. Por eso, en la estrategia propuesta se contempla la creación de diversos tipos de contenido: desde mensajes breves y visuales hasta historias que apelan a la emoción o al sentido de pertenencia. Tal como destaca McQuail, “el contenido de

los medios debe ser diseñado teniendo en cuenta los múltiples usos que los usuarios desean satisfacer, tales como la construcción de identidad, el aprendizaje social o la interacción con otros” (1994, p. 327). De esta manera, la estrategia comunicacional planteada para promover la educación vial se enmarca dentro de un enfoque que considera a los adolescentes como protagonistas activos en la construcción de sus aprendizajes a través de los medios digitales.

### ***3.2.3 Teoría de la Comunicación para el Cambio Social***

La Comunicación para el Cambio Social se sustenta en la idea de que la comunicación va más allá de la simple transmisión de información, se trata de un proceso participativo, crítico y transformador, donde los actores sociales se apropian de los mensajes y desarrollan una agencia colectiva. En contextos de vulnerabilidad, como el tránsito inseguro en zonas urbanas, esta teoría permite construir estrategias que empoderen a los adolescentes para actuar como agentes proactivos de cambio en sus espacios.

El autor de esta teoría es Gumucio, quien enfatiza que:

La comunicación para el desarrollo y el cambio social no es sólo un proceso de informar o persuadir, sino que implica la participación activa de las personas en la definición de su propio destino y en los procesos de transformación comunitaria (2012, p. 28).

El aporte orienta esta estrategia para diseñar espacios digitales que promuevan la cocreación de contenidos y la reflexión colectiva sobre prácticas viales, en lugar de impartir mensajes unilaterales. El uso de encuestas, retos comunitarios y debates digitales refleja este principio al convertir a los adolescentes en protagonistas.

En esta línea, Gumucio, sostiene que con la teoría del Cambio Social “se ha creado una mayor conciencia que pueden ser sostenibles si las comunidades —los “beneficiarios”— se apropian de ellos, ... un proceso solo posible con una comunicación que las fortalezca desde su voz, identidad y cultura” (2005, p. 62). Es así que la estrategia se construye en torno al contexto como es el Distrito 1 de Cobija, así como los formatos y narrativas de interés para los adolescentes: desde reflexiones sobre los puntos peligrosos del barrio hasta recomendaciones

creativas para mejorar la seguridad vial. Esa apropiación fortalece la sostenibilidad y legitimidad del proyecto.

El enfoque de Cambio Social también se sostiene en herramientas metodológicas como la Investigación Acción Participativa (IAP), que combina la generación de conocimiento con la intervención y construcción colectiva. “La metodología más adecuada para dinamizar experiencias de comunicación para el cambio social es la investigación acción-participativa, porque permite investigar y acompañar procesos desde el conocimiento académico y profesional en dinámicas de participación, diálogo y construcción colectiva” (Gumucio, 2005, p. 78). Este planteamiento respalda la inclusión de fases diagnósticas con adolescentes, coevaluaciones y evaluaciones participativas en el diseño e implementación de la estrategia digital. No se trata solo de medir resultados, sino de construirlos junto a quienes serán sus protagonistas.

Este enfoque teórico también aporta una mirada crítica a las estrategias de comunicación convencionales que priorizan el mensaje unidireccional y la autoridad institucional. En lugar de imponer discursos verticales sobre cómo deben comportarse los adolescentes en el tránsito, la Comunicación para el Cambio Social propone que sean ellos mismos quienes, a partir de su experiencia, identifiquen los problemas, propongan soluciones y participen en la construcción de narrativas que les representen. Al utilizar medios digitales como Facebook, TikTok o Instagram, espacios donde los adolescentes interactúan constantemente, la estrategia se alinea con sus dinámicas cotidianas, facilitando la circulación de mensajes auténticos y con mayor nivel de apropiación.

Además, esta teoría plantea que el cambio social no ocurre simplemente por recibir información, sino por participar activamente en su construcción y en la toma de decisiones. Por tanto, este proyecto propone crear espacios digitales para la escucha, el diálogo y la visibilización de las voces adolescentes, fomentando un ambiente inclusivo donde puedan expresar sus experiencias, inquietudes y propuestas. Esto permitirá fortalecer su sentido de pertenencia y responsabilidad social, contribuyendo a una educación vial más efectiva y adaptada a sus realidades cotidianas.

### **3.3. Marco Conceptual**

#### **3.3.1. Adolescentes**

La adolescencia es una etapa del desarrollo que se caracteriza por la transición entre la niñez y la adultez, y tiene como objetivo, desde temprana edad, prepararnos para asumir los roles de un adulto. De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud, citado UNICEF define a la adolescencia como:

El período de crecimiento que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y 19 años. Independientemente de la dificultad para establecer un rango exacto de edad es importante el valor adaptativo, funcional y decisivo que tiene esta etapa (2025, párr. 4).

En términos generales, podríamos decir que la adolescencia va desde los 15 hasta los 22 años. Desde un punto de vista estrictamente biológico, la adolescencia comienza en la pubertad y acaba cuando los cambios físicos (en los órganos sexuales y en relación al peso, altura y masa muscular) ya han ocurrido. Este periodo se caracteriza también por grandes cambios a nivel de crecimiento y maduración del sistema nervioso central (FightDepression, 2020). Por lo tanto, la adolescencia es una etapa ideal para adaptarse a cambios y adquirir nuevos aprendizajes; además, es importante señalar que el rango de edad que define esta etapa puede variar según el país y el continente.

En Bolivia, según el Código Niña, Niño, Adolescente, Ley N° 548 (1999), en su Artículo 1. (Objeto del código) se establece y regula el régimen de prevención, protección y atención integral que el Estado y la sociedad deben garantizar a todo niño, niña o adolescente con el fin de asegurarles un desarrollo físico, mental, moral, espiritual, emocional y social en condiciones de libertad, respeto, dignidad, equidad y justicia. En el Artículo 2. (Sujetos de protección) Señala que, se considera niño o niña a todo ser humano desde su concepción hasta cumplir los doce años y adolescentes desde los doce a los dieciocho años de edad cumplida. En los casos expresamente señalados por Ley, sus disposiciones se aplicarán excepcionalmente a personas entre los dieciocho y veintiuno años de edad.

Por otro lado, las normas de tránsito sobre detención y estacionamiento están diseñadas para asegurar la seguridad en las vías y mantener el orden público. Es esencial que todos las sigan para prevenir accidentes y evitar congestiones. La Policía del Tránsito, como autoridad competente, tiene la tarea de hacer cumplir estas normas en beneficio de toda la comunidad, a su vez se enfoca en el bienestar de los adolescentes los cuales son tomados en un rango de 12 a 18 años de edad.

### ***3.3.2. Estrategia comunicacional digital***

Una estrategia comunicacional digital es de gran importancia en la actualidad tomando en cuenta que los medios comunicacionales son más usados hoy en día como principal medio de difusión de información, donde las personas están siendo bombardeadas constantemente con información.

La estrategia comunicacional digital se centra en el uso de la tecnología para mejorar el rendimiento empresarial, ya sea creando nuevos productos o reimaginando los procesos actuales. Establece la dirección que una organización tomará para crear nuevas ventajas competitivas con la tecnología, así como las tácticas que utilizará para lograr estos cambios. Esto generalmente incluye cambios en los modelos de negocio, ya que la nueva tecnología hace posible que las empresas innovadoras proporcionen servicios que antes no lo eran (Amstrong y Morgan, 2020, p. 15).

Una estrategia comunicacional digital o también conocida como estrategia de comunicación digital, es una estrategia adaptada a internet, es decir es una metodología que tiene como objetivo definir las acciones de comunicación de internet y elegir las herramientas adecuadas para hacerlo (QuestionPro, 2023). Es así que la estrategia comunicacional digital representa una adaptación de los principios tradicionales de la comunicación al entorno virtual. Su importancia radica en la planificación y definición de acciones específicas orientadas a transmitir mensajes efectivos mediante plataformas digitales.

Según la Universidad de la Familia Vida (UFV), la Comunicación Digital se refiere al intercambio de información, mensajes y contenido a través de plataformas y canales digitales. Implica el uso de tecnologías de la información y la comunicación para crear, compartir y

consumir información de manera instantánea y global (2025). Respecto a la importancia de la Comunicación Digital incluyen los siguientes puntos:

- **Redes Sociales:** Plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn permiten a los usuarios compartir mensajes, imágenes, videos y enlaces de manera instantánea con una audiencia amplia.
- **Blogs y Videoss:** Los blogs y video blogs son formas populares de comunicación digital donde los creadores comparten contenido regularmente sobre temas específicos, desde viajes hasta tecnología.
- **Mensajería Instantánea:** Aplicaciones como WhatsApp, Telegram y Messenger permiten la comunicación en tiempo real a través de mensajes de texto, voz y video.
- **Podcasts:** Los podcasts son programas de audio digital que cubren una variedad de temas y permiten a los oyentes acceder a contenido bajo demanda.
- **Sitios Web y Portales:** La información y los servicios en línea, a través de sitios web y portales, son esenciales para la comunicación digital de empresas, organizaciones y medios de comunicación.
- **Videoconferencias:** Plataformas como Zoom, Skype y Google Meet permiten la comunicación cara a cara en línea, facilitando reuniones y colaboración a distancia.
- **Realidad Virtual y Aumentada:** Tecnologías como la realidad virtual y aumentada ofrecen experiencias de comunicación digital inmersivas, utilizadas en campos como el entretenimiento y la educación (UFV, 2025).

Las diferentes posturas son completas y entendibles sin embargo una estrategia de comunicación digital resulta fundamental para garantizar una difusión efectiva y oportuna de información. En un entorno donde los medios digitales se han convertido en los principales canales de consumo informativo, es indispensable contar con una planificación comunicacional que logre destacar, conectar con las audiencias y transmitir contenidos de manera clara, atractiva y responsable. Adaptarse a esta nueva realidad no es solo una opción, sino una necesidad estratégica para lograr impacto y relevancia en la era digital.

### ***3.3.3. Educación vial***

La educación vial es el proceso de adquisición, desarrollo e integración de las capacidades o competencias destinadas a promover la seguridad en el tránsito, mejorar las relaciones y conductas viales, y prevenir los siniestros en las vías. La formación sobre este tema también conlleva estrategias que permitan su difusión. Por lo que:

Las estrategias para la promoción de la educación vial para adolescentes se basan, en su mayoría, en la enseñanza en el ámbito escolar y en el entorno familiar. Así, se promueve el aprendizaje y la puesta en práctica de las normativas en cuanto a la seguridad vial y la vida en general (García, 2024, párr. 6).

Desde este aporte, la educación vial permite no sólo generar conocimientos, sino actitudes preventivas, siendo relevante que esta enseñanza sea compartida a través de una estrategia acorde al contexto tecnológico de la información y la población beneficiaria en la que se enmarca el proyecto.

La cultura de prevención de la seguridad vial comienza con la enseñanza de acciones que posteriormente se convertirán en hábitos. La educación vial para todos, y en especial para los adolescentes debe ser una política para reducir los accidentes en las calles. Estos constituyen unas de las primeras causas de muerte entre jóvenes de 15 y 22 años (Ortega, 2020, p. 9).

La educación vial no se limita simplemente a la enseñanza de señales o normas de tránsito, sino que abarca un enfoque más integral que busca formar conductas responsables en los distintos actores viales. En este sentido, su finalidad es fomentar la prevención de accidentes y promover una convivencia respetuosa en los espacios públicos (Tuteórica, 2025). Por tanto, implica la adquisición de conocimientos prácticos, el desarrollo de habilidades para tomar decisiones informadas y la construcción de actitudes que fomenten la seguridad y el respeto mutuo. Esta visión refuerza la necesidad de implementar estrategias educativas más dinámicas y contextualizadas, especialmente cuando se dirigen a adolescentes que están en constante interacción con los entornos urbanos y digitales.

La educación vial es un amplio concepto que involucra aspectos sociales tales como la sana coexistencia entre los individuos que transitan por la vía pública y a la necesidad colectiva de desarrollo o mantenimiento de dicha vía pública. La educación vial puede entenderse como un proceso de formación, de conocimiento y socialización tanto de reglas intrínsecas de comportamiento, así como de normas gubernamentales (reglamentos) que todo peatón o conductor debe poseer al transportarse entre dos o más puntos urbanos y/o foráneos. El presente estudio consta de una revisión literaria enfocada en el ejercicio público de programas para el desarrollo vial en la Zona Metropolitana de Guadalajara y para concientización-sensibilización de la sociedad urbana (Gómez, 2020, p. 2).

En ese marco el proceso de enseñanza aprendizaje respecto a la construcción de una convivencia armoniosa, responsable de las relaciones humanas en la vía pública generan una cultura vial permitiendo un impacto positivo a la sociedad.

### **3.3.4. Redes Sociales**

En la actualidad, las redes sociales han transformado profundamente la forma en que las personas se comunican, se informan e interactúan. Estas plataformas digitales no solo permiten el contacto entre usuarios de distintas partes del mundo, sino que también se han convertido en herramientas clave para la difusión de contenido y la proyección empresarial.

Las redes sociales son una serie de plataformas digitales que permiten la conexión e interacción entre diversas personas, así como la difusión ilimitada de información. Su potencial para conectar con la audiencia ha hecho que sean casi una herramienta imprescindible en el entorno empresarial (MPM Software, 2025). Las redes sociales, más allá de ser medios de entretenimiento, se han consolidado como herramientas estratégicas para la comunicación y educación. Su alcance masivo y su capacidad para segmentar audiencias permiten implementar campañas efectivas, especialmente entre los jóvenes.

La Real Academia Española define a las redes sociales como: 'Plataformas digitales de comunicación global que ponen en contacto a gran número de usuarios' y, si estás leyendo esto, es porque tienes alguna red social y perteneces al 59% de la población mundial que las utiliza actualmente (Vega, 2023, párr. 1).

En ese marco, las redes sociales han dejado de ser simples canales de entretenimiento para convertirse en plataformas esenciales de comunicación, interacción y estrategia empresarial. Su uso masivo y su capacidad para conectar a millones de personas refuerzan su relevancia en la sociedad actual. Comprender su funcionamiento e influencia no solo es necesario, sino fundamental para adaptarse a un mundo cada vez más digital e interconectado. En el contexto educativo y social, estas plataformas ofrecen oportunidades innovadoras para fomentar aprendizajes significativos, especialmente entre los adolescentes, quienes encuentran en ellas un entorno natural para la expresión y la recepción de mensajes.

### ***3.3.5. Seguridad Vial***

La seguridad vial constituye un pilar fundamental para la actuación ciudadana, ya que promueve hábitos y actitudes orientados a la convivencia armónica, la calidad de vida y el respeto por el entorno, tal como señala Ronconi y Aldao, la educación vial se presenta como una herramienta esencial que busca formar a las personas en prácticas responsables y seguras en el uso de los espacios públicos (2010) Sustentada en el análisis de accidentes y situaciones reales, esta educación contribuye al desarrollo de una cultura vial basada en la prevención, el respeto mutuo y la protección de todos los actores viales.

La seguridad vial es eficaz para la actuación ciudadana, dado que trata de crear hábitos y actitudes positivas de armonía, de calidad de vida y calidad medioambiental (Ronconi y Aldao, 2010). En este sentido, la seguridad vial no se reduce a la aplicación de normas legales, sino que implica una construcción comunicacional sostenida, en la que intervienen valores, símbolos, emociones y conductas que deben ser trabajadas a través de estrategias efectivas. El proyecto, al proponer una estrategia de comunicación digital para la educación vial, responde directamente a esta necesidad, utilizando herramientas actuales y cercanas a la población objetivo.

## CAPÍTULO IV DIAGNÓSTICO

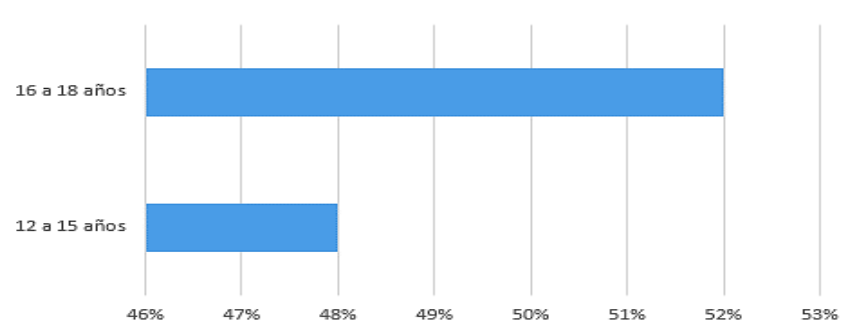
### 4.1. Resultados del diagnóstico comunicacional

El diagnóstico comunicacional realizado en el Distrito 1, conformado por los barrios Mapajo, Villa Montes, Junín y Puerto Alto de la ciudad de Cobija, departamento de Pando, evidenció diversas problemáticas y oportunidades en torno a la educación vial. A través de encuestas aplicadas a adolescentes de 12 a 18 años y una entrevista al Director de la Unidad de Tránsito de la Policía, se identificaron hallazgos clave que contribuyen a una adecuada toma de decisiones para la elaboración de una estrategia de comunicación digital orientada a fortalecer la educación vial en esta población durante la gestión 2025. (Véase encuesta y entrevista en anexos).

#### 4.1.1. Análisis, diagnóstico y resultados de la encuesta

**Figura 2**

*Edad*



*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

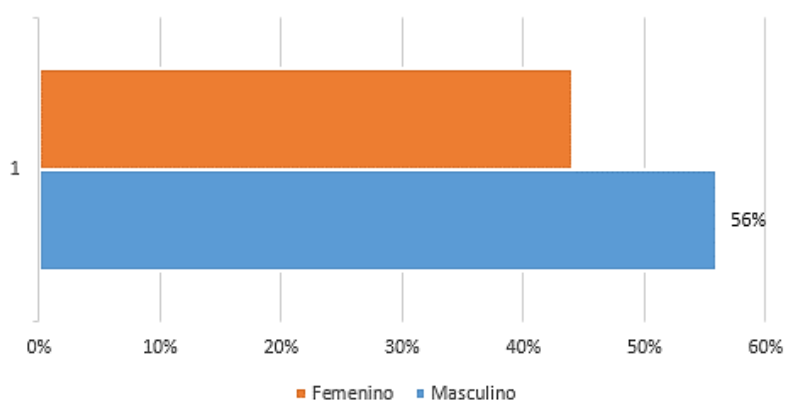
La figura presentada muestra que el 52% de la población encuestada se encuentra en el rango de edad de 12 a 15 años, mientras que el 48% corresponde a jóvenes de entre 16 y 18

años. Es importante destacar que la mayor proporción de los encuestados se concentra en el grupo de 12 a 15 años, representando así la mayoría del total.

La distribución etaria de los encuestados revela que la mayoría pertenece al grupo de 12 a 15 años, lo que sugiere que esta franja etaria tiene una mayor representatividad dentro de la muestra. Este dato es relevante para enfocar el análisis y la toma de decisiones hacia las preferencias, comportamientos o necesidades predominantes de este segmento poblacional de adolescentes.

### Figura 3

#### Género



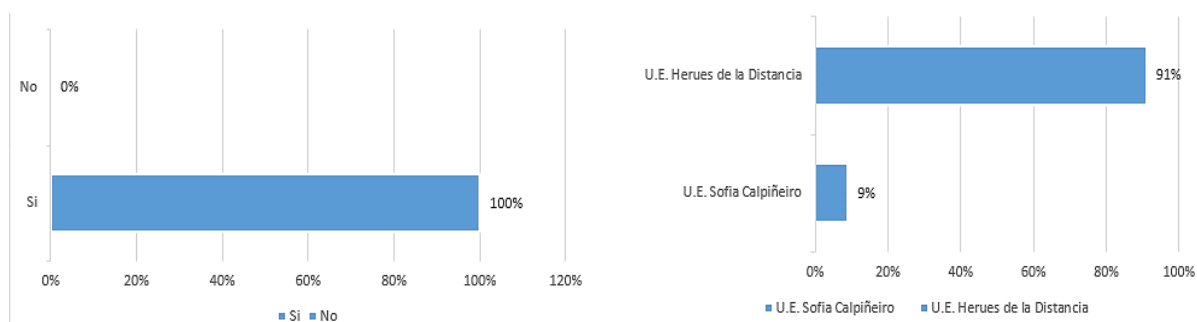
*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

La figura muestra que el 56% de los adolescentes encuestados corresponde al género masculino, mientras que el 44% pertenece al género femenino. Esto indica una mayor participación de adolescentes varones en la muestra, dentro del Distrito 1 de la ciudad de Cobija, departamento de Pando.

Se concluye que la mayoría de los adolescentes encuestados en el Distrito 1 de la ciudad de Cobija, departamento de Pando, pertenece al género masculino, representando el 56% del total. Esta diferencia porcentual evidencia una mayor participación o presencia masculina en la muestra, lo cual podría influir en la interpretación de los resultados y debe considerarse al momento de realizar análisis comparativos por género.

## Figura 4

¿Actualmente estudia? ¿Donde?

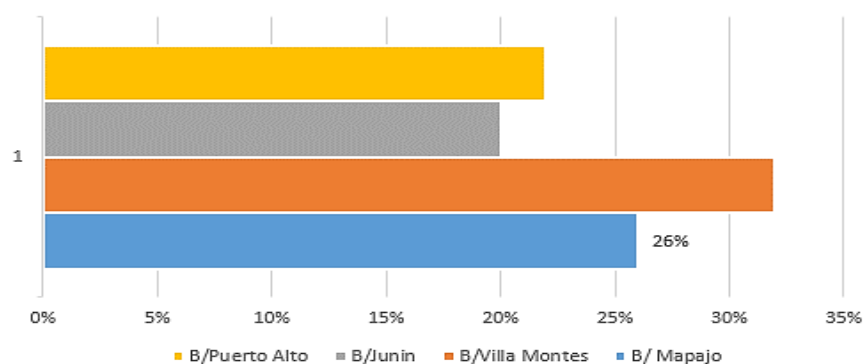


*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

La primera figura muestra que el 100% de la población encuestada se encuentra actualmente en etapa escolar. La segunda, revela que los adolescentes, cuyas edades oscilan entre los 12 y 18 años, cursan el nivel secundario dentro de dicha etapa. Además, se identificó que el 9% de los encuestados estudia en la Unidad Educativa Sofía Calpiñeiro, mientras que el 91% lo hace en la Unidad Educativa Héroes de la Distancia. Cabe señalar que ambas instituciones pertenecen al Distrito 1 de la ciudad de Cobija, en el departamento de Pando.

## Figura 5

¿En qué barrio vives?



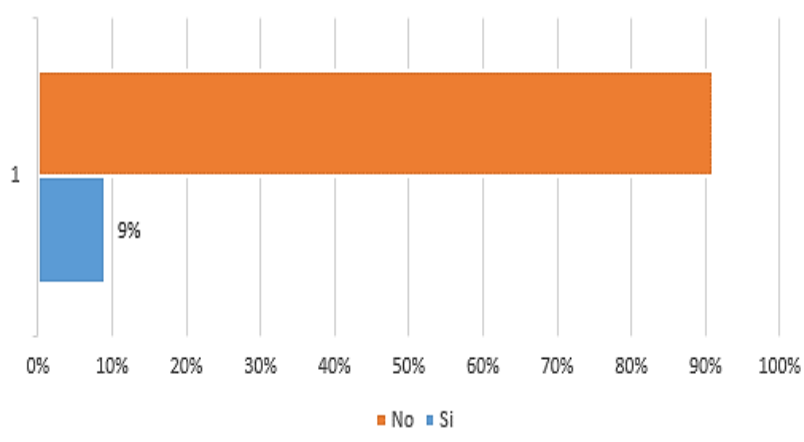
*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

La figura muestra que el 32% de los encuestados reside en el barrio Villa Montes, seguido por un 26% en el barrio Mapajo, 22% en el barrio Puerto Alto, y el 20% en el barrio

Junín. Todos estos barrios pertenecen al Distrito 1 de la ciudad de Cobija. Se observa que el mayor porcentaje de adolescentes encuestados proviene del barrio Villamontes. El barrio Villa Montes concentra la mayor proporción de adolescentes encuestados dentro del Distrito 1, lo cual puede indicar una mayor densidad poblacional juvenil en esa zona o una mayor disposición a participar en encuestas, aspectos relevantes para el diseño del proyecto o intervenciones comunitarias.

### Figura 6

*¿Has escuchado hablar sobre educación vial?*



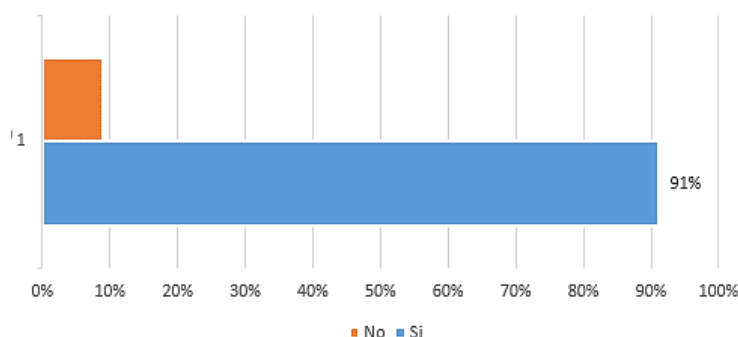
*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

La presente figura se observa que del 100% de la población de adolescentes encuestados un 91% no ha escuchado hablar sobre la educación vial, sin embargo, un 9% si ha escuchado sobre los temas de educación vial. Asimismo, el 91% es un tema alarmante tomando en cuenta que es un índice alto dentro de la población adolescente que se encuentran dentro del distrito 1 de la ciudad de Cobija de departamento de Pando.

Los resultados reflejan una alarmante falta de conocimiento sobre educación vial entre los adolescentes del Distrito 1 de la ciudad de Cobija, en el departamento de Pando. El hecho de que el 91% de los encuestados no haya escuchado sobre este tema evidencia una deficiencia significativa en la difusión y enseñanza de contenidos relacionados con la seguridad vial. Esta situación pone de manifiesto la necesidad urgente de elaborar una estrategia de comunicación digital que promueva la conciencia vial en esta población vulnerable.

### Figura 7

*¿Consideras importante conocer sobre normas de tránsito?*



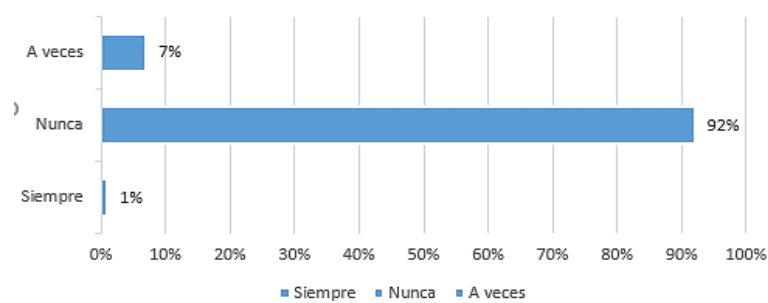
*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

Se observa que del 100% de la población de adolescentes encuestados un 91% indica que, sí considera la importancia sobre las normas de tránsito, siendo un alto porcentaje ratificando la viabilidad del proyecto para la buena toma de decisiones, sin embargo, un 9% indica que no es importante, siendo este un porcentaje relativamente bajo dentro de las encuestas realizadas.

Los resultados reflejan que una amplia mayoría de los adolescentes encuestados (91%) reconoce la importancia de las normas de tránsito, lo que evidencia una alta conciencia vial dentro de este grupo etario. Aunque un 9% no considera importante esta temática, su proporción es reducida y no representa una amenaza significativa para la efectividad del proyecto.

### Figura 8

*¿Usas casco o cinturón de seguridad al conducir o al ir como pasajero?*



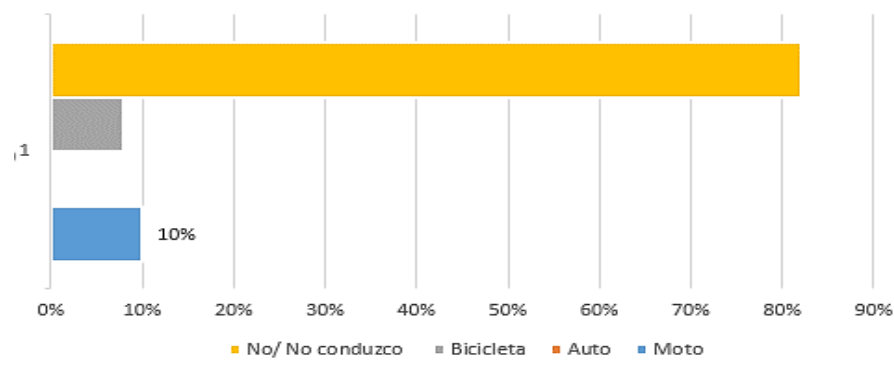
*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

Se observa que, del total de la población encuestada, un 92% nunca ha utilizado casco ni cinturón de seguridad, lo que evidencia una preocupante falta de hábitos de protección vial. Un 7% afirma usarlos ocasionalmente, mientras que solo el 1% reporta utilizarlos de forma habitual.

Estos resultados reflejan una alarmante desinformación o falta de conciencia sobre la seguridad vial entre los encuestados. La escasa proporción de personas que utilizan casco o cinturón de seguridad demuestra la urgente necesidad de implementar campañas educativas y de prevención orientadas a promover el uso correcto de estos elementos esenciales para salvar vidas el cual se enfoca a una educación vial digital.

### Figura 9

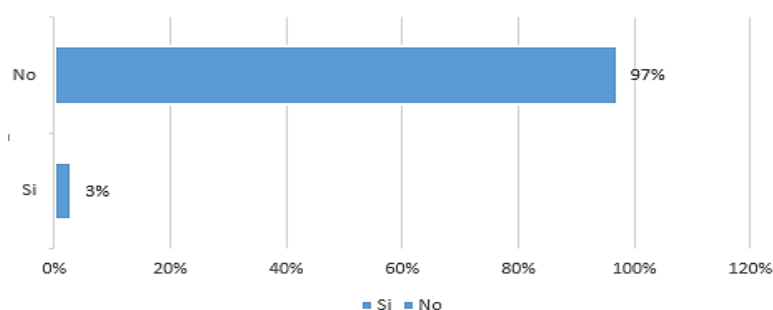
*¿Conduces algún tipo de vehículo?*



*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

Se puede observar que del 100% de la población objetivo un 10% de los adolescentes encuestados conduce motocicleta, un 8% Bicicleta y un 82% respondió que no, no conduce ninguna de las anteriores. Asimismo, se debe tomar en cuenta que todos los encuestados son menores de edad ante la ley.

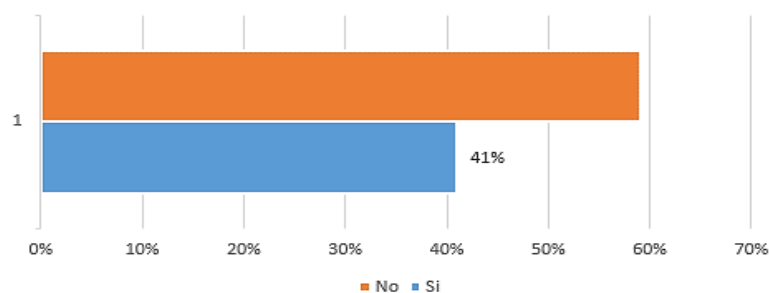
La mayoría de los adolescentes encuestados, que son menores de edad, no conduce ningún medio de transporte motorizado o no motorizado, lo que refleja una baja proporción de jóvenes que usan motocicletas o bicicletas. Esto podría estar relacionado con restricciones legales, acceso limitado o preferencias personales dentro de este grupo etario.

**Figura 10***¿Tienes licencia de conducir?*

*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

La figura indica que del 100% de la población objetiva un (97%) de los adolescentes No posee licencia de conducir tomando en cuenta que no son mayores de edad ya que pertenecen al grupo de personas que están en la etapa de la adolescencia por ende estos individuos no deberían manejar algún tipo de vehículo, sin embargo, un 3% si tiene licencia de conducir siendo este uno de los porcentajes más bajos dentro del grupo de los adolescentes encuestados.

La mayoría absoluta de los adolescentes encuestados (97%) no posee licencia de conducir, lo cual es coherente con su condición legal y etapa de desarrollo, ya que aún no son mayores de edad. Solo un pequeño porcentaje (3%) cuenta con licencia, lo que indica que conducir es una actividad poco común en este grupo y que la mayoría respeta las restricciones legales vigentes para su edad.

**Figura 11***¿Has tenido o presenciado algún accidente de tránsito?*

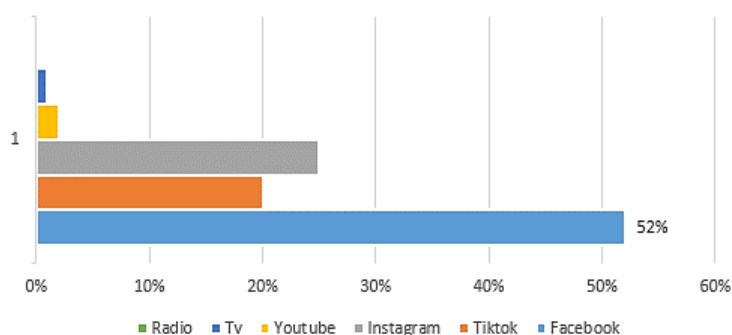
*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

La figura revela que el 59% de la población encuestada ha tenido o presenciado algún accidente de tránsito, representando más de la mitad de los participantes. Por otro lado, un 41% indicó no haber tenido ni presenciado ningún accidente, ya sea personal o de terceros.

Estos resultados evidencian que una mayoría significativa de los encuestados tiene experiencia directa o indirecta con accidentes de tránsito, lo que podría reflejar la alta incidencia de estos eventos en la población estudiada y la importancia de promover medidas de prevención y educación vial.

## Figura 12

*¿Qué medio usas más para informarte o aprender algo?*



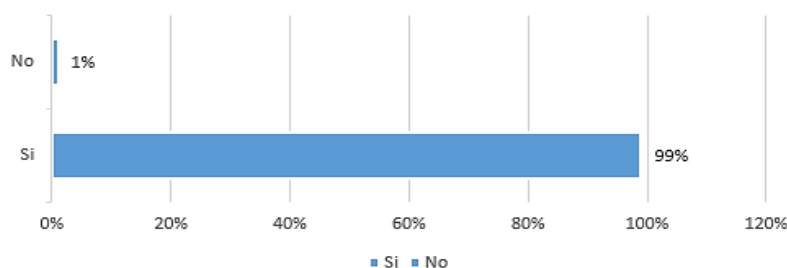
*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

La presente figura ayudó a determinar la estrategia de comunicación digital enfocada en redes sociales donde el 52% indica que les gustaría adquirir información por Facebook, un 20% por la plataforma tiktok, un 25% por Instagram, un porcentaje más bajo que es el 1% YouTube y el otros1% por televisión. Estos datos serán muy importantes al determinar una estrategia comunicacional ganadora.

Los resultados evidencian que Facebook es la plataforma preferida por la mayoría (52%) para recibir información, seguida por Instagram y TikTok. Por tanto, centrar la estrategia de comunicación digital en estas redes sociales maximizará el alcance y la efectividad del mensaje, mientras que medios como YouTube y televisión tienen un impacto mucho menor en este público objetivo.

### Figura 13

*¿Crees que los medios digitales pueden ayudarte a aprender sobre educación vial?*



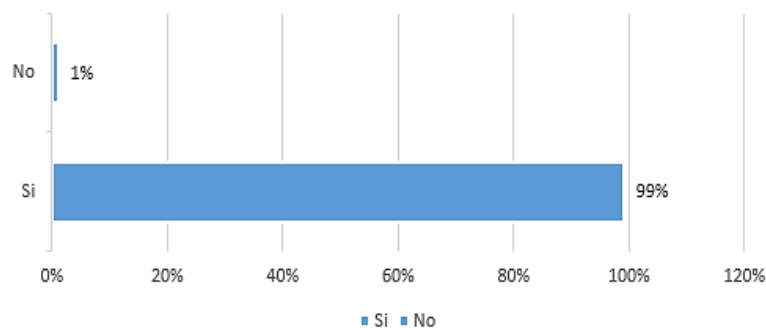
*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

La figura muestra que el 99% de los encuestados considera que los medios digitales son un recurso efectivo para aprender sobre educación vial, mientras que solo un 1% opina que estos medios no ayudarían en dicho aprendizaje. Este alto porcentaje a favor del uso de redes sociales resalta la pertinencia de diseñar estrategias comunicacionales basadas en plataformas digitales para la enseñanza de educación vial.

Estos resultados evidencian que las plataformas digitales cuentan con una aceptación casi unánime como herramienta educativa en el área de educación vial, lo que respalda la viabilidad y el impacto potencial de implementar estrategias comunicacionales enfocadas en redes sociales para mejorar el aprendizaje y la difusión de esta temática.

### Figura 14

*¿Te gustaría que exista un canal digital específico sobre educación vial dirigido a jóvenes adolescentes como tú?*



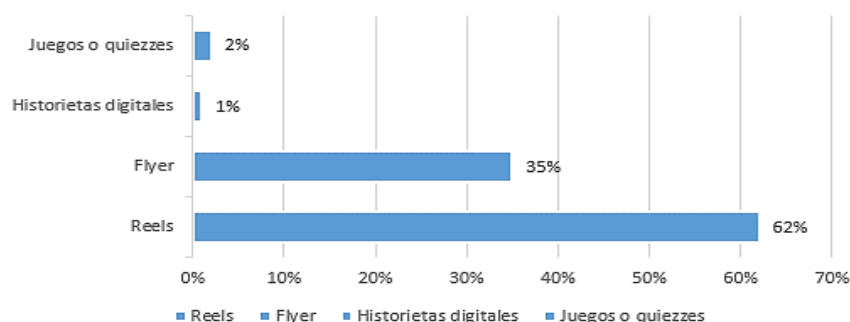
*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

La figura muestra que el 99% de los encuestados manifestaron interés en que exista un canal digital específico sobre educación vial para aprender más, mientras que solo el 1% se mostró en desacuerdo. Estos resultados son unánimes, otorgando alta viabilidad al proyecto y sienta las bases para una toma de decisiones informada y positiva de cara a su desarrollo.

En conclusión, el interés demostrado por los encuestados refleja una clara necesidad y oportunidad para crear un canal digital dedicado a la educación vial. Esto confirma que el proyecto no solo es viable, sino que también cuenta con un respaldo sólido de su público objetivo, lo que aumentará las probabilidades de éxito y una implementación efectiva.

### Figura 15

*¿Qué tipo de contenido te gustaría más para aprender sobre educación vial?*



*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

La figura indica que un 62% de la población encuestada desea contenido para aprender por medio de *reels*, un 35% por medio de *Flyers*, un 2% por medio de juegos y solo 1% de la población encuestada prefiere historietas digitales, es necesario mencionar que esta figura ayuda a tener más en claro el panorama a la hora de elegir un tipo de contenido para la educación vial.

Estos resultados evidencian que la mayoría de la población encuestada prefiere aprender a través de formatos dinámicos y visuales, como los *reels* y *flyer*, lo que sugiere que este tipo de contenido sería el más efectivo para la educación vial. Por otro lado, los formatos menos interactivos o tradicionales, como las historietas digitales y los juegos, tienen una menor aceptación, lo que indica que deben ser complementarios o reevaluados para captar mejor la atención del público objetivo.

#### ***4.1.2. Análisis, resultados de la entrevista***

Se llevó a cabo una entrevista personal con el Director de Tránsito, el Cnel. Erwin Rodolfo Miranda Peralta en las oficinas de la Dirección Departamental de Tránsito, donde se realizó diferentes preguntas con relación al presente proyecto (véase el formulario de la entrevista en anexos).

Después de un análisis por medio de las respuestas obtenidas se puede indicar que las principales causas identificadas son el exceso de velocidad, la conducción bajo los efectos del alcohol, el uso del celular al volante, lo que causa desconcentración por ejemplo en las luces que emite el semáforo y el desconocimiento o incumplimiento de las normas de tránsito por toda la población en general.

De acuerdo al Director de Tránsito, “Los adolescentes representan un grupo de riesgo creciente, tanto como peatones como conductores novatos de motocicletas”. (E. Miranda, comunicación personal, 20 de marzo de 2025). Esta declaración refleja que muchas veces esta población actúa de forma impulsiva, dejándose llevar por las emociones, además no tiene la suficiente formación vial.

Es necesario recalcar que como institución No ofrecen charlas específicas sobre educación vial dirigido a estudiantes específicamente por medios digitales. La autoridad informó que “poseen una persona que sube contenido (anuncios y noticias) de vez en cuando a su página de Facebook de la Dirección Departamental de tránsito, transporte y seguridad vial” (E. Miranda, comunicación personal, 20 de marzo de 2025). Es decir que, un personal dependiente de la Policía funge estas funciones que debería ejercer un comunicador, develando la carencia de un profesional cualificado para difundir contenido comunicacional. Además, resaltó que después de la pandemia (Covid 19), se ha visto un incremento en siniestros que involucran motocicletas, este registro devela que son menores de edad los que conducen sin experiencia, además de la irresponsabilidad por parte de los progenitores, ya que les dotan de este motorizado. Por lo tanto, se evidencia la relevancia del Proyecto ante una problemática persistente.

En este marco, la entrevista revela una situación preocupante en la gestión de la educación vial digital en la Dirección Departamental de Tránsito, donde no se ofrecen charlas específicas dirigidas a estudiantes a través de medios digitales, limitándose a publicar esporádicamente anuncios y noticias en redes sociales sin una estrategia comunicacional profesional.

La ausencia de un comunicador calificado para diseñar y difundir contenido educativo indica una brecha importante en la difusión efectiva de mensajes clave dirigido a la población seleccionada. Además, el aumento de accidentes post-pandemia, especialmente entre menores que conducen motocicletas sin experiencia y con la permisividad de sus padres, subraya la urgencia y pertinencia del proyecto propuesto, que busca llenar este vacío mediante una estrategia comunicacional digital focalizada en la prevención y formación vial de los adolescentes. Siendo los medios digitales como Facebook y tiktok, los adecuados para transmitir contenido de interés sobre la educación vial dirigido a adolescentes del Distrito 1 de la ciudad de Cobija, capital del departamento de Pando.

#### ***4.1.3. Análisis FODA***

Los datos recolectados de la entrevista al Cnel. E. Miranda, Jefe de la Dirección Departamental de Tránsito, permitieron sistematizar los criterios que debe cumplir el análisis FODA.

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales (Reaburn, 2024, párr. 3)

En consecuencia, es una herramienta útil para conocer mejor la realidad, ya que permite ver con claridad los puntos fuertes y débiles, así como las oportunidades que pueden aprovecharse y los riesgos que se deben enfrentar. En ese marco, se desarrolló el análisis FODA, obteniendo como resultado lo siguiente:

**Tabla 1***Análisis FODA*

<b>FODA</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso directo a información institucional a través de entrevistas con autoridades, lo que legitima el diagnóstico.</li> <li>• Identificación clara de las principales causas de los siniestros viales (carencia de conocimiento en educación vial</li> <li>• Reconocimiento del grupo adolescente como población de riesgo, lo que justifica la urgencia de intervenir.</li> <li>• Uso actual (aunque limitado) de redes sociales institucionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto uso de plataformas digitales por parte de adolescentes (TikTok, Instagram) que permite una comunicación más directa y eficaz.</li> <li>• Relevancia postpandemia de la digitalización de contenidos: hay apertura al uso de nuevos formatos.</li> <li>• Potencial de viralización del contenido educativo si se adapta a los formatos adecuados.</li> <li>• Posibilidad de sensibilizar y formar a través de <i>reels o flyers</i>.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de charlas digitales dirigidas a estudiantes por parte de la Dirección de Tránsito.</li> <li>• Limitada presencia y actualización de contenido en medios digitales institucionales.</li> <li>• Falta de formación vial en adolescentes, lo que agrava su condición de riesgo.</li> <li>• Falta de responsabilidad por parte de los padres y adultos responsables en la supervisión de los adolescentes y su comportamiento vial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de siniestros viales postpandemia, especialmente en motocicletas conducidas por menores.</li> <li>• Imprudencia y desinformación generalizada en toda la población, no solo en jóvenes.</li> <li>• Falta de recursos o voluntad institucional para sostener campañas digitales a largo plazo.</li> <li>• Desinterés de algunos sectores adultos frente a la formación vial digital dirigido adolescentes.</li> </ul>

*Nota.* La tabla muestra un análisis interno y externo por medio del análisis FODA. Elaboración propia (2025)

Las estrategias FO utilizan las fortalezas internas para aprovechar las oportunidades externas de la Dirección Departamental de tránsito:

- Desarrollar educación vial digital específicas para adolescentes, validadas con respaldo institucional.
- Aprovechar el canal institucional existente (Facebook) y proponer contenido adaptado a TikTok e Instagram.
- Diseñar mensajes con base en las causas más frecuentes de accidentes para lograr mayor impacto.

Las estrategias DO tienen como objetivo mejorar las debilidades internas y aprovechando las oportunidades externas:

- Proponer convenios o colaboraciones entre instituciones educativas y la Dirección de Tránsito para crear contenido conjunto.
- Capacitar al personal institucional en estrategias de comunicación digital para generar contenido en redes sociales.
- Implementar campañas educativas que también involucren a padres y tutores como parte activa del proceso formativo.

Las estrategias FA usan las fortalezas para evitar o reducir y enfrentar las amenazas externas

- Enfocar la campaña en prevención y consecuencias reales para generar conciencia y responsabilidad.
- Diseñar campañas de bajo costo, sostenibles y fáciles de replicar que puedan ser mantenidas por la institución.

Las estrategias DA para enfrentar amenazas externas y debilidades internas para ello se desarrolla la estrategia DA:

- Diseñar campañas con contenido audiovisual corto, impactante y dirigido al público adolescente.
- Generar contenido emocional y testimonial con casos reales de la ciudad de Cobija.
- Realizar retos, trends o miniserias educativas en TikTok/Instagram con lenguaje adaptado a adolescentes.

El análisis revela que, aunque existen limitaciones institucionales y culturales respecto a la educación vial digital, también hay un terreno fértil para la innovación a través de medios digitales como las redes sociales. La clave está en transformar la debilidad institucional actual en una oportunidad de mejora, proponiendo una estrategia de comunicación digital que se base en las plataformas digitales más consumidas por los adolescentes, garantizando así mayor alcance, participación activa y efectividad en la transmisión de mensajes educativos.

#### **4.2. Selección, Jerarquización y priorización de necesidades**

De acuerdo a los resultados de las encuestas y entrevistas implementadas en la etapa de diagnóstico del actual Proyecto de grado.

Asimismo, tomando en cuenta los datos y resultados obtenidos, es necesario establecer prioridades, considerando que en el presente proyecto se profundizó en la elaboración de una estrategia comunicacional enfocada en redes sociales. Por ello, se decidió seleccionar, jerarquizar y priorizar las siguientes necesidades:

- **Baja complejidad, alto impacto y urgente.** Adolescentes de nivel secundario que se encuentran entre 12 a 18 años de edad requieren construir conciencia de manera efectiva y a la vez atractiva en los temas de educación vial.
- **Alto potencial de alcance y difusión:** *Reels, flyer* imágenes las cuales se alinean a la cultura digital adolescente de hoy en día.
- **Mediana urgencia,** pero esencial para sostener la estrategia comunicacional. Se consolida la atención clave donde en el siguiente capítulo en propuesta del proyecto se desglosará paso por paso.

- **Alto impacto y cumpliendo requerimientos veros institucionales.** Mejora la manera en cómo se transmite y se enseña hoy en día, tomando en cuenta que estamos en una era digital y la manera de aprender a cambiado
- **Fomentar la apropiación de la educación vial digital,** dirigido adolescentes de 12 a 18 años de edad que aún se encuentra en su etapa escolar usando los medios digitales que más usan como Facebook, Tiktok e Instagram.

De acuerdo a este análisis integral, se evidencia una escasa preparación de los adolescentes sobre normas viales, señalización, pasos peatonales y la circulación de peatones. Los adolescentes no son atendidos comunicacionalmente de manera creativa, ya que hay predominancia de campañas tradicionales interactivas y poco accesibles.

No obstante, hay una limitada oferta de contenidos educativos para la seguridad vial en redes sociales, YouTube, TikTok, Instagram etc., por lo que los adolescentes no encuentran el mensaje en los medios que utilizan hoy en día o los que se señala en el diagnóstico de la encuesta, las formas institucionales de comunicación con los adolescentes están poco desarrolladas, ya que estos se informan a través de medios no institucionales e incluso de contexto internacional.

También es innegable la falta de integración interinstitucional entre escuelas, padres de familia y organismos de tránsito con el propósito de desarrollar campañas de educación vial integradas.

Por último, el análisis refleja que los adolescentes tienen una alta disposición para participar en desafíos, juegos, videos y otros contenidos visuales que fomentan la educación vial, lo que garantiza la viabilidad del Proyecto.

## **CAPÍTULO V**

### **DISEÑO DEL PROYECTO**

#### **5.1. Denominación y naturaleza del proyecto**

Elaborar una estrategia de comunicación digital para fortalecer la educación vial en los adolescentes de 12 a 18 años de edad del Distrito 1 de la ciudad de Cobija en la gestión 2025.

##### ***5.1.1. Descripción del proyecto***

El presente proyecto tiene como objetivo elaborar una estrategia de comunicación digital para fortalecer la educación vial en adolescentes de 12 a 18 años del Distrito 1 de la ciudad de Cobija, durante la gestión 2025.

La estrategia seleccionada se basa en el uso de redes sociales, por tratarse de un medio altamente versátil, accesible y ampliamente utilizado por el público adolescente. Esta elección se respalda en los resultados obtenidos en la fase diagnóstica, donde el 99% de los adolescentes encuestados manifestó su preferencia por aprender sobre educación vial a través de medios digitales, lo que garantiza una mayor efectividad, alcance y participación activa en la difusión de contenidos educativos relevantes y atractivos.

En este marco, se propone el nombre del proyecto: “La educación vial, un match con la era digital: dirigido a adolescentes del Distrito 1 de la ciudad de Cobija”, con el fin de conectar de forma efectiva el contenido educativo con los intereses y hábitos digitales de los jóvenes de esta zona.

Este es un proyecto socioeducativo que combina estrategias de comunicación digital, herramientas tecnológicas, participación comunitaria y metodologías innovadoras, con el

propósito de fomentar una cultura vial consciente y actualizada mediante el uso de plataformas digitales.

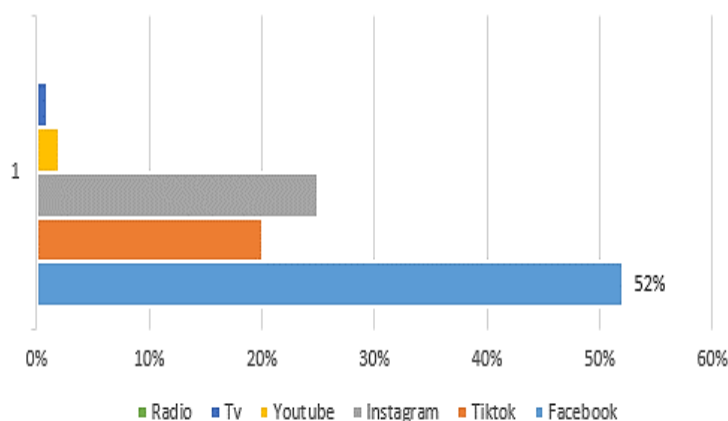
Por medio del presente proyecto se procura aportar académicamente a la sociedad en general por medio de la Elaborar una estrategia de comunicación digital para fortalecer la educación vial en los adolescentes de 12 a 18 años de edad del Distrito 1 de la ciudad de Cobija, asimismo que puede servir como material para futuras investigaciones académicas con la finalidad de promover proyectos socioeducativos sin fines de lucro.

### 5.1.2. Justificación del Proyecto

El proyecto grado se dio a conocer con el lema “La educación vial, un match con la era digital: dirigido a adolescentes del Distrito 1 de la ciudad de Cobija” surge ante la necesidad de fortalecer la conciencia y el conocimiento sobre educación vial en la población adolescente, mediante el uso de herramientas comunicacionales acordes a sus hábitos de consumo digital.

#### Figura 16

Pregunta 7 ¿Que medio usas más para informarte o aprender algo nuevo?



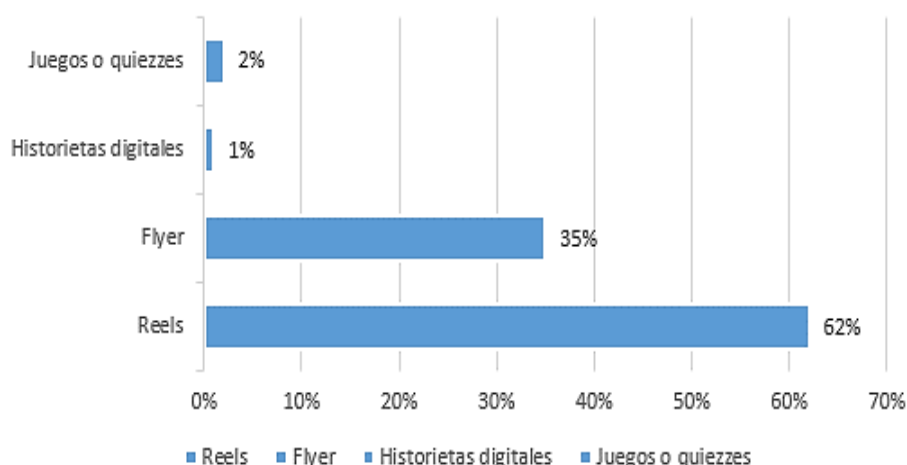
Nota. Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

La figura muestra la preferencia de medios digitales por parte de los adolescentes de acuerdo al uso e interés que tienen en los contenidos, ratificando Facebook, Instagram y Tiktok.

La propuesta se enfoca en elaborar una estrategia de comunicación digital basada en redes sociales, específicamente dirigida a adolescentes de 12 a 18 años de edad del Distrito 1 de Cobija. Esta decisión se fundamenta en los resultados obtenidos en la fase diagnóstica, donde se evidenció que las redes sociales constituyen el medio preferido por este grupo etario para adquirir información y aprender. En particular, un 52% de los encuestados expresó su preferencia por Facebook, seguido de Instagram (25%) y TikTok (20%), siendo estas las plataformas digitales más utilizadas por los adolescentes del distrito.

### Figura 17

*¿Qué tipo de contenido, te gustaría más para aprender sobre educación vial?*



*Nota.* Datos obtenidos según encuesta realizada. Elaboración propia (2025).

A través de esta pregunta, se le logró identificar los formatos de contenido más aceptados y valorados: un 62% de los adolescentes encuestados prefiere aprender mediante *reels*, mientras que un 35% opta por *flyers*, lo que evidencia la necesidad de generar contenidos visuales, breves, dinámicos y atractivos. A través de esta estrategia de redes sociales, se busca incrementar la conciencia vial, promover comportamientos seguros y prevenir accidentes de tránsito, fomentando una cultura de responsabilidad desde una edad temprana, utilizando canales digitales que faciliten el alcance, la interacción y el compromiso con los mensajes educativos. Por ello, integrar estos formatos como herramienta estratégica en campañas de educación vial responde no solo a una necesidad comunicacional, sino también a una oportunidad de impacto directo y sostenible en las nuevas generaciones.

### **5.1.3. Marco Institucional**

El proyecto consideró las líneas de acción de la Policía Boliviana, institución encargada de mantener el orden público, la seguridad y la justicia en Bolivia. La Dirección Departamental de Tránsito, es la unidad específica que se enfoca específicamente en el control y regulación del tráfico vial, así como en la prevención e investigación de accidentes de tránsito. En este sentido, se coordinó con las autoridades respectivas para la obtención de la información relevante, lo que permitió sistematizar el Análisis FODA, así como para la validación del proyecto propuesto (Ver el acta de validación en anexos).

En relación al tema, El Plan Nacional de Seguridad Vial 2014-2018 de Bolivia, fue aprobado el 13 de agosto de 2014 mediante el Decreto Supremo N° 2079 el cual se enfoca en aportar una mejora a la educación y seguridad vial a nivel nacional a través de la implementación de mecanismos de acción en prevención y control de los accidentes de tránsito y sus factores de riesgo. De acuerdo a la Policía Nacional, los principales problemas identificados fueron:

- Dificultades y vacíos en la aplicación de la legislación y normativa vigente sobre seguridad vial.
- Debilidades en sistemas de seguridad de las vías de tránsito urbana y rural.
- Falta de cultura y de compromiso de los peatones, pasajeros y conductores en temas de seguridad vial.
- Débil sistema de información vial y vigilancia para la toma de decisiones
- Limitada respuesta a las víctimas tras un accidente de tránsito (2023).

Este proyecto se enmarca dentro de las políticas de seguridad vial a nivel municipal y departamental enfocado en la Ley 3988 correspondiente al Código de Tránsito y su reglamento que establece normas de tránsito. Así también, buscando complementar las iniciativas existentes en educación formal e informal, como en la educación regular, por lo que se alinea con los objetivos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y otras entidades internacionales en la promoción de la seguridad vial juvenil.

El proyecto de acuerdo al marco normativo sobre la educación vial, conforme a la Constitución Política del Estado, en el artículo. 302, párrafo I., numeral 18, establece que es competencia de los gobiernos municipales y no así del Gobierno central. Por lo mismo, no es una atribución del Servicio General de Licencias para Conducir (Segelic). Sin embargo, todas las instituciones públicas tienen el compromiso de velar por el bienestar de la población y la educación vial, es en ese sentido que se coordinó con las siguientes instituciones:

- **Gobierno Municipal de Cobija:** A través de sus departamentos de tránsito, educación y juventud.
- **Dirección Departamental de Tránsito:** Para la validación de contenidos en las plataformas digitales.

#### ***5.1.4. Finalidad del proyecto***

La finalidad del presente proyecto es contribuir a la concienciación y formación de adolescentes en materia de educación vial, a través del diseño e implementación de una estrategia de comunicación digital enfocada en el uso de redes sociales. Se busca promover una cultura de seguridad vial en adolescentes de 12 a 18 años del Distrito 1 de la ciudad de Cobija, respondiendo a las necesidades identificadas en el diagnóstico comunicacional, y aportando herramientas informativas y preventivas acordes a los hábitos de consumo mediático de esta población.

#### ***5.1.5. Objetivos***

**5.1.5.1. Objetivo General.** El propósito principal que guía el desarrollo de este trabajo es el siguiente:

Diseñar una estrategia de comunicación digital orientada a fortalecer la educación vial en adolescentes de 12 a 18 años del Distrito 1 de la ciudad de Cobija, mediante el uso de redes sociales como canales principales de difusión, durante la gestión 2025.

**5.1.5.2. Objetivos Específicos.** Para el presente proyecto se formularon tres objetivos:

- Analizar los resultados del diagnóstico comunicacional sobre educación vial en adolescentes como base para la elaboración de la propuesta estratégica.
- Identificar y seleccionar los medios y plataformas digitales más adecuados para difundir contenidos educativos sobre seguridad vial dirigidos a adolescentes.
- Diseñar *flyers* y bocetos de *reels* adaptadas al lenguaje y formatos de redes sociales, con contenidos orientados a la formación en educación vial para adolescentes de 12 a 18 años de edad.

#### **5.1.6. Componentes, actividades y productos**

La estrategia comunicacional digital de redes sociales se articuló en los siguientes componentes y actividades los cuales responde a los objetivos planteados en el diseño del proyecto:

Una de las actividades iniciales del proyecto consiste en la creación de perfiles en las plataformas digitales más utilizadas por los adolescentes, específicamente TikTok, Facebook e Instagram. Estas redes sociales se establecen como los principales canales para la difusión de contenido relacionado con la educación vial. A través de ellas, se publica material adecuado, llamativo, eficaz y eficiente, empleando un lenguaje cercano y amigable que favorezca la conexión con el público objetivo.

La segunda actividad corresponde a la elaboración y producción de contenido multimedia para dichas plataformas. Se diseñan y publican *reels* cortos (de 5 a 10 segundos) enfocados en promover conductas seguras en el tránsito, así como *flyers* y mensajes visuales que abordan temáticas clave como: el peatón seguro, el ciclista responsable, la importancia de evitar distracciones, el respeto a las señales de tránsito, entre otros. Todo el contenido se adapta al estilo visual que más atrae a los adolescentes, facilitando así su comprensión e interés.

Como tercera actividad, se desarrolla una colaboración estratégica con voluntarios locales, en particular con agentes de la Policía de Tránsito. Esta acción tiene como objetivo captar la atención de los jóvenes desde una figura de autoridad cercana, fomentando la conciencia sobre la importancia de la educación vial desde la experiencia práctica.

Finalmente, se verifica la fase de monitoreo y evaluación que posee cada aplicación, el cual incluye el uso de herramientas de análisis digital para rastrear el alcance, la participación y el impacto de la campaña en redes sociales.

### **5.1.7. Métodos y Técnicas**

La difusión sobre educación vial se implementará a través de una estrategia de comunicación digital que utilice redes sociales como TikTok, Facebook e Instagram como principales canales de distribución de contenidos. Estas plataformas fueron seleccionadas por su alto nivel de uso entre adolescentes y jóvenes, así como por su capacidad de generar interacción, viralización y alcance segmentado, características clave para el objetivo del presente proyecto. Además, permiten una comunicación bidireccional, en la que los usuarios no solo consumen información, sino que también pueden participar activamente mediante comentarios, reacciones y compartidos. Esta dinámica fortalece el vínculo entre el mensaje y el público objetivo, facilitando la apropiación de contenidos educativos. La estrategia se basará en el diseño de mensajes visuales, dinámicos y adaptados al lenguaje juvenil, utilizando recursos como reels, desafíos virales, testimonios breves y mensajes de concientización, con el fin de motivar el interés, promover la reflexión, y generar cambios de actitud sobre la seguridad vial.

A continuación, se detalla la elección de cada una y sus potencialidades dentro de la estrategia de las redes sociales:

- ***TikTok***

Esta red social fue elegida por su alta popularidad entre adolescentes y su formato dinámico basado en videos cortos, lo cual permite transmitir mensajes educativos de manera

creativa, entretenida y de fácil consumo. Su algoritmo favorece la viralización de contenido, lo que puede amplificar el alcance de los mensajes sobre educación vial.

- ***Instagram***

Es una plataforma visual que permite la publicación de imágenes (*flyers*), videos y reels. Su versatilidad en formatos y su popularidad entre adolescentes la hacen ideal para generar campañas con alto impacto visual, apelando a la estética y a contenidos breves pero contundentes. Además, su opción de historias y encuestas permite fomentar la participación activa de los usuarios.

- ***Facebook***

Aunque su uso entre adolescentes ha disminuido en comparación con otras plataformas, sigue siendo útil para llegar a sectores más amplios, incluyendo a padres, docentes y autoridades. Es una red que permite publicaciones más extensas, creación de eventos, y tiene herramientas útiles para segmentar audiencias y medir el alcance de las publicaciones, lo que es estratégico para evaluar la efectividad de la campaña.

- ***Redes Sociales***

Las redes sociales serán el medio principal para la difusión del contenido relacionado con la educación vial. Es importante mencionar que la estrategia de comunicación digital a implementar se basa en el uso de redes sociales, aplicando el método de comunicación digital, compuesto por las siguientes plataformas:

Considerando estas herramientas de comunicación digital, se realizó la propuesta de manera integral, misma que a continuación se detallan, considerando los formatos, diseños, la finalidad, periodicidad y recomendaciones enfocados en la estrategia de comunicación digital propuesta, asegurando así una mayor interacción, alcance y efectividad en la sensibilización de los adolescentes sobre la importancia de la educación vial.

**Tabla 2***Flyers gráficos*


---

<b><i>Flyers gráficos en (Instagram y Facebook)</i></b>	
Una serie de imágenes ordenadas que detallan un tema por etapas (ej: "Guía para cruzar una calle transitada").	
Finalidad	Ofrecer información concisa, atractiva y fácil de divulgar.
Recomendación	Opta por colores vibrantes, emojis expresivos y una fuente accesible.

---

*Nota.* Los *Flyer* son una parte moderna de enviar mensajes. Elaboración propia (2025).

Los *flyers* gráficos son piezas clave en la estrategia digital, pensadas para redes como Instagram y Facebook. Su objetivo es informar de forma visual, atractiva y resumida, utilizando imágenes secuenciales. Se recomienda el uso de colores vibrantes, emojis y tipografías accesibles, ya que estos elementos facilitan la comprensión y conexión con el público adolescente.

**Tabla 3***Reels*


---

<b><i>Reels educativos (Instagram, Facebook y Tiktok)</i></b>	
Videos cortos (5 a 10 seg.) con información clave (ej.: señales de tránsito, errores comunes, consejos prácticos)	
Finalidad	Educar de forma visual, dinámica y directa.
Recomendación	Opta por publicar mínimo 1 vez por semana, Narración + texto en pantalla + música viral.

---

*Nota.* Los *reels* en la actualidad forman parte necesaria en las plataformas digitales. Elaboración propia (2025)

Los *reels* educativos se traducen en herramientas efectivas para transmitir contenidos sobre educación vial de forma breve, dinámica y visual. Dirigidos a adolescentes, estos videos cortos permiten captar la atención rápidamente. Se recomienda una publicación semanal con narración, texto en pantalla y música viral para lograr mayor alcance e interacción en plataformas como Instagram, Facebook y TikTok.

**Tabla 4**

*Retos virales con propósito*

<b>Retos virales con propósito (#Challenges en TikTok o Instagram)</b>	
Crear un reto con una coreografía, frase o acción relacionada con normas viales (ej: #PasaSeguroChallenge).	
Finalidad	Motivar la participación activa y viralización del contenido por adolescentes
Recomendación	Premios simbólicos o menciones para quienes participen.

*Nota.* Hoy en día los retos o conocidos más como *challenges* son usados por los adolescentes para poder ser virales. Elaboración propia (2025)

Esta tabla destaca los retos virales con propósito como una estrategia para involucrar activamente a los adolescentes mediante dinámicas entretenidas en redes como TikTok e Instagram. Estos desafíos, vinculados a normas viales, buscan fomentar la participación y difundir mensajes educativos de forma masiva. Se sugiere incentivar a los participantes con reconocimientos simbólicos o menciones públicas.

La estrategia de comunicación digital de Redes Sociales es fundamental para llevar a cabo la educación vial por los medios de comunicación digital más usados por los adolescentes proveniente mencionados: Facebook, Tiktok e Instagram, los cuales son los canales principales para difusión.

## Figura 18

### Página de Facebook



*Nota.* Imagen de la portada de página de Facebook creada para el Proyecto propuesto.  
Elaboración propia (2025)

## Figura 19

### Página de Instagram



*Nota.* Imagen de la portada de página de Instagram creada para el proyecto propuesto.  
Elaboración propia (2025)

## Figura 20

*Página de Tiktok*



*Nota.* Imagen extraída de la propuesta de Página de Tiktok. Elaboración propia (2025)

## Figura 21

*Mensajes sobre educación vial*

### RECOMENDACIONES AL CRUZAR LA CALLE

Te compartimos algunas recomendaciones que nos ayudarán a prevenir accidentes al momento de cruzar calles y avenidas.



SIGA  
PRECAUCIÓN  
PARE

✓ Respete el semáforo.



✓ Observe a ambos lados de la calle.



✓ Cruce la calle por la zona peatonal.



✗ No cruce la calle corriendo o distraído.



✗ No trate de ganarle el paso a un vehículo.



*Nota.* Flyer de recomendación vial. Elaboración propia (2025)

## Figura 22

Mensajes sobre educación vial



*Nota. Flyer con recomendaciones de educación vial. Elaboración propia (2025)*

## Figura 23

*Retos virales con propósito*



*Nota. Flyer motivacional para realizar retos en redes sociales, dirigido a adolescentes. Elaboración propia (2025)*

### 5.1.8. Metas e Indicadores

Las metas y los indicadores se mostrarán a continuación por medio de la siguiente tabla:

**Tabla 5**

*Metas e indicadores*

<b>Metas</b>	<b>Indicadores</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar el alcance de la difusión digital</li> <li>• Mejorar el conocimiento sobre normas de tránsito</li> <li>• Incrementar la participación de los adolescentes en los contenidos impartidos por medio de las redes sociales</li> <li>• Aumentar el tráfico al sitio de redes sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de adolescentes alcanzados a través de las diferentes plataformas</li> <li>• Encuestas en línea como medio de evaluación posterior a la implementación del proyecto.</li> <li>• Numero de interacciones (me gustas, compartidos, etc.)</li> <li>• Número de visitas únicas en los <i>reels</i> compartidos en las redes sociales.</li> </ul>

*Nota.* Se tomó en cuenta las metas e indicadores fundamentales. Elaboración propia (2025)

### 5.1.9. Beneficiarios directos e indicadores

Los beneficiarios directos con el presente proyecto son los adolescentes que se encuentran en el rango de edad de 12 a 18 años de edad, asimismo los indicadores a utilizar son los porcentajes numéricos de participación en los medios digitales los cuales muestran si existe una buena aceptación del contenido para llevar a cabo una adecuada manera de promover la educación vial. Con la única finalidad de promover mensajes directos, visuales e impactantes. Historias reales, consecuencias de no respetar las normas, y testimonios de jóvenes que hayan sufrido o presenciado accidentes funcionan muy bien. También el contenido con humor responsable y formatos como *Reels* o TikToks son efectivos, ya que facilitan la conexión emocional y el interés constante, promoviendo así una mayor conciencia y prevención vial entre los adolescentes.

#### **5.1.10. Localización física y cobertura espacial**

El proyecto se llevó a cabo principalmente en el entorno digital es decir en las redes sociales como ser Facebook, tiktok e Instagram, enfocándose en el Distrito 1 de la ciudad de Cobija, Pando, Bolivia. La promoción y difusión de las estrategias de comunicación digital estarán dirigidas especialmente a los adolescentes entre los 12 a 18 años de edad que viven en los barrios Junín, Mapajo, Villamontes y Puerto Alto cuyos barrios forman parte del distrito 1.

#### **5.1.11. Organización de la evolución**

La evaluación del proyecto se llevará a cabo de manera continua y se completará al final de la gestión de 2025. Para medir el avance hacia los objetivos, se utilizarán los indicadores que se definieron en el punto 5.1.8. Se recogerán datos tanto cuantitativos (como métricas de redes sociales) como cualitativos (incluyendo el *feedback* de los participantes y el análisis de comentarios) cuyos resultados son dados por las redes sociales.

### **5.2. Administración**

En el actual proyecto a continuación se desarrollará la administración del proyecto sobre la aplicación de la estrategia de comunicación digital de redes sociales con el fin de promover la educación vial en los adolescentes de 12 a 18 años de edad del Distrito 1 de la ciudad de Cobija en la gestión 2025.

#### **5.2.1. Equipo de Gestión**

El equipo de gestión estará conformado por los siguientes profesionales:

- **Coordinador del proyecto:** Se encarga de planificar, organizar y recabar información de fuentes fidedignas como la policía, dirección departamental de tránsito, etc. sobre los temas inclinados a educación vial con la finalidad de aumentar la conciencia, el conocimiento y la adopción de comportamientos seguros en la educación enfocándonos en la prevención

de accidentes de tránsito y la promoción de una cultura de responsabilidad vial desde temprana edad.

- **Community Manager y multimedia:** Responsable de las redes sociales, así como la edición y dirección del contenido a emitir por medio de las redes sociales. Asimismo, se encargará de la interacción con los usuarios, la moderación de comentarios y la gestión de la comunidad en línea.
- **Voluntarios:** Tres adolescentes o tres policías de tránsito que tengan interés sobre la educación vial y que deseen ser influyentes por medio de la elaboración de contenidos en los *reels* (videos cortos para las plataformas)

### 5.2.2. Organigrama

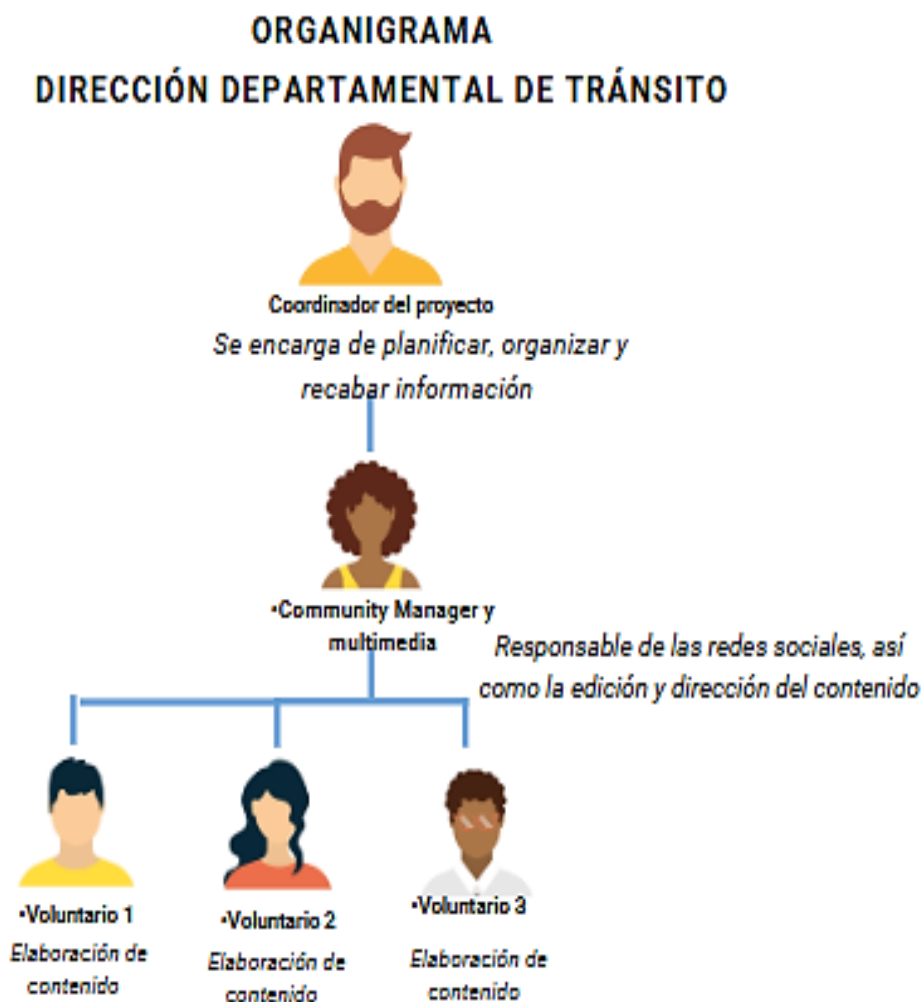
Es importante destacar el rol clave que cumple el equipo designado dentro de la estructura de la Dirección Departamental de Tránsito, ya que es el responsable de implementar las campañas digitales en redes sociales como Facebook, TikTok e Instagram. Estas campañas incluyen la creación de *reels* interactivos, *flyers* y desafíos virales, entre otros contenidos, que facilitan una comunicación más efectiva con la ciudadanía, con el objetivo de promover la educación vial en la ciudad de Cobija, departamento de Pando.

El organigrama contempla tres niveles operativos: un Coordinador del Proyecto, un Community Manager y tres voluntarios responsables de generar contenidos. Esta estructura básica permite una gestión eficiente de la estrategia comunicacional, facilitando la planificación, ejecución y monitoreo de las campañas en redes sociales dirigidas a adolescentes del Distrito 1 de Cobija.

Considerando la importancia del equipo de trabajo para la propuesta, a continuación, se presenta el organigrama que contempla únicamente las áreas fundamentales para la ejecución del presente proyecto, garantizando una coordinación eficiente, comunicación fluida y asignación clara de responsabilidades entre los miembros involucrados.

**Figura 24**

Organigrama de implementación de profesionales acorde al proyecto



*Nota.* El organigrama muestra la estructura básica del equipo encargado de ejecutar la estrategia comunicacional digital. Elaboración propia (2025).

### 5.2.3. Cronograma de actividades

Uno de los pasos más importantes dentro de la estrategia de comunicación digital de redes sociales es fijar un cronograma de las actividades a realizar. Esto ayudará a administrar mejor el tiempo y evitar repetición de tareas. A continuación, las distribuciones de las actividades del mes son:

**Tabla 6***Cronograma de actividades*

DETALLE	2025															
	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Encargado de recabar información para generar contenido sobre educación vial	■	■	■	■	■	■										
Elaboración y validación de <i>flyers</i> y producción de <i>reels</i>					■	■	■	■	■	■						
Edición e interacción con los adolescentes por medio de las reacciones, compartidos					■	■	■	■	■	■						
Habilitación y actualización de publicidad en redes sociales									■	■	■	■				
Publicación y promoción de las redes sociales													■	■	■	■
Interacción con fuentes que solicitan ser voluntarios													■	■	■	■
Monitorear las estadísticas de las redes sociales																■

*Nota.* Cronograma de actividades de cada mes. Elaboración propia (2025)

#### 5.2.4. Determinación de los recursos necesarios

**5.2.4.1. Recursos humanos.** La Dirección Departamental de Tránsito, Transporte y Seguridad Vial, ubicada en la ciudad de Cobija tiene un personal dedicado a realizar el manejo de redes sociales, así como personal destinado a enfocarse a transmitir mediante charlas sobre educación vial a quienes se facilitará el presente proyecto sobre la estrategia de comunicación digital para fortalecer la educación vial en adolescentes de 12 y 18 años de edad del Distrito 1 de la ciudad de Cobija en la gestión 2025 enfocada específicamente en la estrategia de redes sociales (Facebook, Tiktok, Instagram) cabe destacar que este mismo personal mencionado

ayudará con la elaboración de *reels* y *flyer*, todo enfocado a la educación vial digital para los adolescentes.

**Tabla 7**

Descripción de recursos humanos

<b>Rol</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
Coordinador del Proyecto	1	Supervisa, planifica y organiza y coordina todas las actividades del proyecto.
<i>Community Manager</i> y multimedia	1	Responsable de redes sociales, edición y dirección del contenido.
Voluntarios	3	Elaboran el contenido.

*Nota.* La tabla describe los recursos humanos en base al organigrama propuesto. Elaboración propia (2025)

**5.2.4.2. Recursos materiales.** Para la difusión del contenido enfocado en educación vial, se requiere equipos que ya cuenta la institución, una computadora con programas de diseño y producción audiovisual, cámaras fotográficas o celular, y los archivos Microsoft Excel con base de datos que contenga datos e información sobre normas de tránsito con la finalidad de aumentar la conciencia, el conocimiento y la adopción de comportamientos seguros en la educación enfocándonos en la prevención de accidentes de tránsito y la promoción de una cultura de responsabilidad vial desde temprana edad específicamente adolescentes de 12 a 18 años de edad.

Si bien la institución posee todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, se realizará el uso de los siguientes materiales específicamente.

- Una computadora con todos los programas de edición
- Internet o wifi
- Cámara fotográfica o celular Smart.

**5.2.4.3. Recursos financieros.** En cuanto al personal dedicado al área de redes sociales *Community Manager* y multimedia no necesita un pago adicional ya que tiene una instalación donde poseen los materiales e insumos necesarios para llevar a cabo la propuesta del presente proyecto, asimismo personal con formación, capacitado con conocimiento y experiencia sobre educación vial.

Esta unidad se encargará de la elaboración del diseño y producción, para luego distribuirla digitalmente por las herramientas seleccionadas, en este caso se hace referencia a las tres redes sociales identificadas por el consumo diario que se realiza como ser Facebook, Tiktok e Instagram las tres redes sociales más usadas por los adolescentes según los datos recabados por medio de las encuestas, cabe destacar que el tipo de material que deben difundir son *reels* y *flyer*.

El personal encargado como voluntarios son policía que trabajan en la misma institución que poseen la responsabilidad de colaborar en cualquier movimiento que se desarrolle con la finalidad de beneficiar a la sociedad, cabe destacar que ellos poseen un salario mensual que es otorgado por la misma institución, el personal voluntario puede salir en los *reels*, cada policía voluntario cuenta con su teléfono personal apto para el manejo de aplicación en redes sociales lo cual ayuda a la difusión de contenido para más alcancé.

Del mismo modo, y en atención a las características del público al que va dirigido el presente proyecto, se contempla la participación activa de tres adolescentes voluntarios, quienes serán seleccionados cuidadosamente en función de sus habilidades comunicativas, empatía y capacidad para transmitir mensajes de manera clara y emocionalmente efectiva.

Estos jóvenes desempeñarán un papel fundamental en la elaboración de contenidos comunicacionales, los cuales estarán orientados a impactar positivamente en sus pares, específicamente en el grupo etario comprendido entre los 12 y los 18 años de edad, promoviendo así una comunicación más cercana, auténtica y significativa. Además, su participación activa fortalecerá el sentido de responsabilidad social y permitirá que los mensajes sean percibidos con mayor credibilidad y empatía, facilitando un cambio real en las conductas viales juveniles.

- **Presupuesto**

En el presupuesto solo se tomará en cuenta los materiales que no posee la policía para llevar a cabo el proyecto denominado: “La educación vial, un match con la era digital: Dirigido adolescentes del distrito 1 de la ciudad de Cobija”.

**Tabla 8**

*Presupuesto*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Difusión publicitaria en redes sociales	3 meses	150	450
Micrófono especial para reels	1 pack	180	180
Compra del paquete de edición para flyer (Canva Premium)	1 años	350	400
Otros gastos	otros	otros	300
<b>Total (Expresado en bolivianos)</b>			<b>1330</b>

*Nota.* Presupuesto del Proyecto expresado en bolivianos. Elaboración propia (2025).

## **RECOMENDACIONES**

Los resultados obtenidos en la investigación, junto con las conclusiones alcanzadas, permiten identificar aspectos relevantes que fortalecen y respaldan el tema desarrollado, lo cual justifica plenamente la recomendación del presente proyecto.

### **A la Dirección Departamental de Tránsito**

- Adoptar este documento como marco de referencia técnico y metodológico, dado que contiene un diagnóstico detallado, fundamentos teóricos comunicacionales, una estrategia digital y una planificación específica adaptada al contexto local.
- Capacitar al personal responsable de comunicación institucional en estrategias comunicacionales digitales, producción de contenido atractivo y gestión de redes sociales, para mejorar el alcance de los mensajes de educación vial.
- Establecer alianzas estratégicas con las unidades educativas del Distrito 1, involucrando a docentes y directivos en la implementación de la propuesta dentro del calendario escolar y proyectos transversales.
- Medir el impacto del proyecto mediante indicadores claros, utilizando herramientas metodológicas como encuestas, análisis de interacción en redes sociales y seguimiento de resultados.
- Se recomienda contratar a un profesional del área de Ciencias de la comunicación Social el cual pueda reconocer la importancia de una estrategia comunicacional digital, especialmente el uso de redes sociales, como medio para fortalecer la educación vial entre adolescentes.
- Difundir la experiencia como modelo replicable en otros distritos o ciudades, documentando el proceso y los resultados obtenidos para evidenciar su impacto positivo

y aplicabilidad.

### **A los Adolescentes**

- Participar activamente en la creación de contenido educativo relacionado con la educación vial, utilizando formatos atractivos como memes, videos, encuestas y retos virales.
- Convertirse en agentes multiplicadores del mensaje vial, compartiendo el contenido en sus redes sociales y motivando a otros jóvenes a involucrarse en campañas de concientización.
- Valorar la importancia de la educación vial como parte de su formación integral, reconociendo el poder que tienen las redes sociales para generar cambios positivos en su entorno.
- Aprovechar las plataformas más utilizadas como TikTok, Instagram y Facebook para expresar su creatividad, promover el respeto a las normas de tránsito y fomentar una cultura vial responsable.

### **A la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social**

- Utilizar este proyecto como una referencia metodológica y técnica para futuras investigaciones, propuestas académicas o intervenciones comunitarias en el ámbito de la comunicación para el desarrollo.
- Fortalecer la formación de los estudiantes en comunicación digital, especialmente en el diseño de estrategias orientadas a públicos específicos como los adolescentes.
- Fomentar la producción de contenido educativo en formatos juveniles, como *reels*, *flyers*, y campañas virales, adaptadas al lenguaje visual propio de las redes sociales.

- Impulsar proyectos de extensión universitaria en alianza con instituciones públicas, como la Dirección Departamental de Tránsito, promoviendo la responsabilidad social desde la academia.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amstrong, G., & Morgan, F. (2020). *Fundamentos de Marketing* (13ª ed.). Pearson.
- Arias, F. (2006). *Proyecto De Investigación, Introducción a la metodología científica*. Episteme, C.A.  
[http://www.formaciondocente.com.mx/06\\_RinconInvestigacion/01\\_Documentos/El%20Proyecto%20de%20Investigacion.pdf](http://www.formaciondocente.com.mx/06_RinconInvestigacion/01_Documentos/El%20Proyecto%20de%20Investigacion.pdf)
- Bandura, A. (1977). *Fundamentos sociales del pensamiento y la acción: una teoría cognitiva Social* (1ª ed.). Englewood Cliffs, Nueva Jersey: Prentice-Hall.
- Cortez, D. (2007). *La Radio como apoyo de educación vial* (1ª ed.). Mexico:UPN.
- Estado Plurinacional de Bolivia. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, (25 de enero 2009).
- Estado Plurinacional de Bolivia. Código Nacional de Tránsito, (16 de febrero de 1973)
- Estado Plurinacional de Bolivia. Ley N° 548. Código Niña, Niño, Adolescente, (17 de julio 1999)
- Estado Plurinacional de Bolivia. Decreto Supremo- Plan Nacional de Seguridad Vial 2014-2018, N° 2079. (3 de agosto de 2014).
- El País. (01 de febrero de 2021). Educa Bolivia, inicia plan de educar por radio y TV. *El país*. Recuperado de [https://elpais.bo/nacional/20210201\\_educa-bolivia-inicia-plan-de-educar-por-radio-y-tv.html](https://elpais.bo/nacional/20210201_educa-bolivia-inicia-plan-de-educar-por-radio-y-tv.html)
- FightDepression. (2020). *Etapas de la adolescencia*. FightDepression <https://ifightdepression.com/es/young-people/what-is-adolescence>
- Fondo de las Naciones unidas para la Infancia [UNICEF]. (2025). ¿Qué es la adolescencia?. *Fondo de las Naciones unidas para la Infancia [UNICEF]*. <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/que-es-la-adolescencia#:~:text=%C2%BFDe%20qu%C3%A9%20edad%20a%20qu%C3%A9,d ecisivo%20que%20tiene%20esta%20etapa>.
- Garcia, M. (2024). *La importancia de la educación vial para adolescentes*. Eresmamá. <https://eresmama.com/importancia-educacion-vial-para-adolescentes/>
- Gómez-Rosales, J.-A. (2020). *Educación vial en la era digital: qué deben saber los adultos residentes de la Zona Metropolitana de Guadalajara hoy en día*. <https://recursos.educoas.org/sites/default/files/5067.pdf>

- Google Maps. (2025). [*Localización del Distrito 1 de Cobija*]. Recuperado el 25 de abril de 2025. Disponible en <http://www.google.com/maps>
- Gumucio-Dagron, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto Cero*, 10(10), 6-19. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762005000100002&script=sci\\_abstract](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762005000100002&script=sci_abstract)
- Gumucio-Dagron, A. (2012). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 27-42. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/download/2454/1728>
- Instituto Nacional de Estadística [INE]. (2024). *Resumen estadístico*. Instituto Nacional de Estadística [INE]
- Karl, L. (2022). Educación vial y su importancia. Bolivia: Águila.
- Katz, E., Blumler, J. G., y Gurevitch, M. (1974). *Investigación sobre usos y gratificaciones. Los usos de las comunicaciones masivas: Perspectivas actuales sobre la investigación de gratificaciones* (1ª ed.). Editorial Sage.
- Meneses, J. (2023). *El cuestionario*. Femrecerca.cat. <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>
- McQuail, D. (1994). *Teoría de la comunicación de masas* (4ª ed.). Ediciones Gredos.
- MPM Software. (2025, 8 de enero). *Redes sociales: definición y características*. Recuperado de <https://www.mpmsoftware.com/es/blog/redes-sociales-definicion-y-caracteristicas/>
- Ortega, J. (2020). *Área de prevención y seguridad vial*. Fundación MAPFRE. <https://invassat.gva.es/documents/161660384/163766431/Ejemplos+de+buenas+pr%C3%A1cticas+de+seguridad+vial+laboral+en+empresas+-+Jorge+Ortega/ae610730-b56d-4a10-b5af-ee457f95f2cb>
- QuestionPro. (2023, 7 de febrero). *Estrategias de comunicación digital*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/estrategias-de-comunicacion-digital/>
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1997). *Comunicación: teoría y práctica* (7ª ed.). McGraw-Hill
- Reaburn, A. (2024). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo*. Asana. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

- Rodríguez-Fidalgo, M.-I., y Molpeceres-Arnáiz, S. (2013). Los nuevos documentales multimedia interactivos: construcción discursiva de la realidad orientada al receptor activo. *Historia y Comunicación Social*, 18(12), 249-262. [file:///C:/Users/HP/Downloads/ecob,+249-262%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/ecob,+249-262%20(1).pdf)
- Romero, H. (2023). *Estrategia de comunicación digital orientada a fortalecer la educación vial en adolescentes del Distrito 1* [Tesis de Grado]. Universidad Amazonica de Pando.
- Ronconi, L., y Aldao, M. (2010). *Educación vial: convivir en el espacio público. Propuestas para la formación ciudadana*. Ministerio de Educación de Argentina. <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL002840.pdf>
- Tuteorica. (2025). *Educación Vial: Fomentando la Seguridad y la Conciencia en las Carreteras*. Tuteorica. <https://tuteorica.com/blog/conceptos-educacion-y-seguridad-vial/concepto-de-educacion-vial/>. 1-25.
- Universidad de la Familia Vida [UFV]. (26 de 02 de 2025). *¿Qué es la Comunicación Digital?*. Universidad de la Familia Vida [UFV]. <https://www.ufv.es/que-es-la-comunicacion-digital-ejemplos-preguntas-frecuentes/>
- Vega, K. (2023, 30 de junio). *¿Cómo surgieron las redes sociales?*. Universidad de Murcia. <https://conectate.um.edu.mx/articulo/como-surgieron-las-redes-parr-sociales#:~:text=La%20historia%20de%20las%20redes,y%20crear%20listas%20de%20amigos.>
- Velásquez, A. (2025). *¿Qué es la Investigación Exploratoria?*. Questionpro. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria/>

# ANEXOS

## Anexo 1

*Encuesta dirigida a los adolescentes de 12 a 18 años del Distrito 1 de Cobija*

Universidad Amazónica de Pando  
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas  
Carrera de Ciencias de la Comunicación Social  
Pando- Bolivia  
I/2025

Universitario  
Alexander Mercado Sánchez

### ENCUESTA

---

---

#### DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

- Edad:  a) 12 – 15 años  b) 16 - 18 años
- Género: F  M  Otro:
- ¿Actualmente estudia? Sí  No  ¿Dónde? \_\_\_\_\_
- ¿En qué barrio vives? B/Mapajo  B/Villamontes  (B/Junín  (B/Puerto Alto  )

#### BLOQUE 1: CONOCIMIENTO Y PERCEPCIÓN SOBRE EDUCACIÓN VIAL

1. ¿Has escuchado hablar sobre educación vial?
  - Sí  / No
2. ¿Consideras importante conocer sobre normas de tránsito?
  - Sí  / No  / No sé
3. ¿Usas casco o cinturón de seguridad al conducir o al ir como pasajero?  
Siempre  A veces  Nunca

#### BLOQUE 2: EXPERIENCIAS PERSONALES

4. ¿Conduces algún tipo de vehículo?  
Bicicleta  Moto  Auto
5. ¿Tienes licencia de conducir? Sí  / No
6. ¿Has tenido o presenciado algún accidente de tránsito? Sí  / No

#### BLOQUE 3: USO DE MEDIOS DIGITALES

7. ¿Qué medio usas más para informarte o aprender algo?
  - Facebook  / TikTok  / Instagram  / YouTube  / WhatsApp  / TV  / Otro: \_\_\_\_\_
8. ¿Crees que los medios digitales pueden ayudarte a aprender sobre educación vial?
  - Sí  / No  / Tal vez
9. ¿Te gustaría que exista un canal digital específico sobre educación vial dirigido a jóvenes adolescentes como tú? Sí  / No
10. ¿Qué tipo de contenido te gustaría más para aprender sobre educación vial?
  - Reels  / Flyer  / Historietas digitales  / Juegos o quizzes  / Otro: \_\_\_\_\_

## **Anexo 2**

*Entrevista dirigida al Director de la Unidad de Tránsito de Cobija.*

Universidad Amazónica de Pando  
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas  
Carrera de Ciencias de la Comunicación Social  
Pando- Bolivia  
I/2025

Universitario  
Alexander Mercado Sánchez

### **ENTREVISTA**

#### **DIRECTOR DEPARTAMENTAL TRÁNSITO, TRANSPORTE Y SEGURIDAD VIAL**

1. ¿Cuáles son las principales causas de accidentes de tránsito en la ciudad de Cobija?
2. ¿Qué rol juegan los adolescentes en la accidentabilidad vehicular según sus registros?
3. ¿Qué curso de educación vial brinda su institución a los adolescentes?
4. ¿Existen programas de educación vial actualmente dirigidos a adolescentes en Cobija?
5. ¿Qué canales utilizan para llegar con mensajes educativos a la población adolescente?
6. ¿Han desarrollado contenidos educativos a través de medios digitales? ¿Cuáles?
7. ¿Qué tipo de mensajes cree que serían más efectivos para sensibilizar a este grupo?
8. ¿Usted cree que aumento los índices de accidentes en los últimos años?
9. ¿Estaría dispuesto su Comando Departamental a colaborar en campañas digitales de educación vial dirigidas a adolescentes?
10. ¿Qué tipo de acciones recomienda para fortalecer la educación vial en esta población?
11. ¿Qué medio digital sugiere para transmitir información sobre educación vial dirigido a adolescentes?

### Anexo 3

Base de datos del Distrito 1 del municipio de Cobija

#### DISTRITO 1 DE COBIJA

N°	Distrito	Nombre Junta Vecinal	Aniversario
1	I	Barrio Mapajo	19 de marzo
2	I	Barrio Puerto Alto	19 de noviembre
3	I	Barrio Villamontes	10 de junio
4	I	Barrio Junín	6 de agosto

Nota. Elaborado en base a datos sistematizados del Gobierno Municipal de Cobija (2025)

#### UNIDADES EDUCATIVAS DEL DISTRITO 1 DE LA CIUDAD DE COBIJA



INFORMACIÓN ESTADÍSTICA  
SUB SISTEMA DE EDUCACIÓN REGULAR  
DISTRITO EDUCATIVO : SANTA CRUZ (C. COBIJA)  
INFORMACIÓN PRELIMINAR - GESTIÓN 2025

Estudiantes matriculados según unidad educativa, dependencia, nivel y género																				
Unidad Educativa	Dependencia	Sexo	Inicial en Familia Comunitaria			Primaria Comunitaria Vocacional							Secundaria Comunitaria Productiva						Total	
			1*	2*	Sub Total	1*	2*	3*	4*	5*	6*	Sub Total	1*	2*	3*	4*	5*	6*		Sub Total
82480020 - Antonio Aguanari	Público	Varón	0	0	0	1	1	0	0	0	1	3	0	0	0	0	0	0	0	3
		Mujer	2	1	3	1	2	3	1	0	2	9	0	0	0	0	0	0	0	12
		<b>Total Antonio Aguanari</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24</b>
82480022 - Sofía Calpiñeiro Añez	Público	Varón	4	4	8	14	12	22	24	17	11	100	4	0	0	0	0	0	4	112
		Mujer	3	10	13	9	19	27	29	19	15	118	15	0	0	0	0	0	15	146
		<b>Total Sofía Calpiñeiro Añez</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	<b>21</b>	<b>23</b>	<b>31</b>	<b>49</b>	<b>53</b>	<b>36</b>	<b>26</b>	<b>218</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>19</b>	<b>258</b>
82480023 - Heroes De La Distancia	Público	Varón	4	6	10	18	20	25	35	24	23	145	29	33	33	18	9	15	137	292
		Mujer	6	13	19	26	28	26	31	34	27	172	30	35	39	20	25	10	159	350
		<b>Total Heroes De La Distancia</b>	<b>10</b>	<b>19</b>	<b>29</b>	<b>44</b>	<b>48</b>	<b>51</b>	<b>66</b>	<b>58</b>	<b>50</b>	<b>317</b>	<b>59</b>	<b>68</b>	<b>72</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>25</b>	<b>296</b>	<b>642</b>
82480024 - Nuestra Señora Del Pilar Fe Y Alegria	Público	Varón	12	17	29	12	12	14	10	18	21	87	22	20	19	21	16	14	112	228
		Mujer	10	7	17	17	14	12	20	18	14	95	19	20	19	12	11	15	96	208
		<b>Total Nuestra Señora Del Pilar Fe Y Alegria</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>46</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>36</b>	<b>35</b>	<b>182</b>	<b>41</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>33</b>	<b>27</b>	<b>29</b>	<b>208</b>	<b>436</b>
82480025 - Nueva Esperanza	Público	Varón	1	1	2	1	1	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	5	
		Mujer	2	1	3	2	1	1	0	0	1	5	0	0	0	0	0	0	8	
		<b>Total Nueva Esperanza</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	

Nota. Obtenido de Servicio Departamental de Educación de Pando (2025)

## UNIVERSO Y POBLACIÓN DEL DISTRITO 1 DE LA CIUDAD DE COBIJA

N°	Unidades Educativas del Distrito 1	Estudiantes Mujeres de nivel secundario de 12 – 18 años	Estudiantes Hombres de nivel secundario de 12 – 18 años	Total
1	Sofía Calpiñeiro Añez	4	15	19
2	Héroes de la distancia	137	159	296
	Total de adolescentes del Distrito 1			315

*Nota.* Elaboración propia (2025)

## Anexo 4

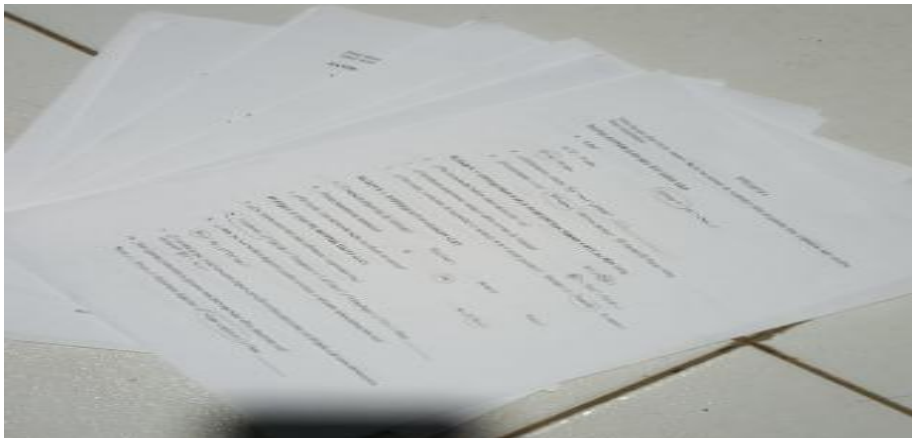
*Evidencias de aplicación del trabajo de campo*

### Visita y aplicación de la entrevista en la Unidad de Tránsito



*Nota.* Elaboración propia (2025)

### Encuesta (batería de preguntas aplicadas a los adolescentes)



*Nota.* Elaboración propia (2025)

**Anexo 5**

*Solicitud de acompañamiento para validación del proyecto de grado*



Universidad Amazónica de Pando  
"La preservación de las Américas es parte de la sobrevivencia de la vida del mundo de la bella tierra Pando"

Cobija, 20 de mayo 2025

Señor (a):  
Tcnl. DEAP Jose Luis Fuentes Gabelich  
Director Departamental de Tránsito, Transporte y Seguridad Vial, Pando  
Presente. -



Tcnl. DEAP Jose Luis Fuentes Gabelich  
DIRECTOR DEPARTAMENTAL DE TRANSITO  
TRANSPORTE Y SEGURIDAD VIAL - PANDO

**Ref.: INVITACIÓN A LA VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO**

Estimado/a docente,

Tengo el agrado de invitarle a acompañar el proceso de validación del proyecto de grado titulado  
**" ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DIGITAL PARA FORTALECER LA EDUCACIÓN VIAL DE LOS ADOLESCENTES DEL DISTRITO I DE LA CIUDAD DE COBIJA EN LA GESTIÓN 2025"**.

La validación se realizará el miércoles 21 de mayo a las 14:00 horas, en la Dirección Departamental de Tránsito, ubicado en la Av. Miguel Becerra Toranzo frente al Banco Unión.

Su presencia será de gran apoyo en este importante proceso. Agradezco de antemano su tiempo y acompañamiento

Atentamente,



Alexander Mercado Sánchez  
Estudiante de Ciencias de la Comunicación Social  
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí  
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411  
Campus Universitario Av. Las Palmas  
Telf: (591-3) 842 3958 Fax (591-3) 842 2139

*Exhibiendo una nueva Historia con una  
Renovación con responsabilidad*

*Nota.* solicitud de acompañamiento al Comando Departamental de la Policía, Unidad de Tránsito, donde se realizó la validación del proyecto de grado. Elaboración propia (2025)



Cobija, 20 de mayo 2025

Señor (a):  
M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera  
DIRECTORA DEL AREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS-ACSH  
UNIVERSIDAD AMAZONICA DE PANDO

Presente -

**Ref.: INVITACIÓN A LA VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO**



Estimado/a docente,

Tengo el agrado de invitarle a acompañar el proceso de validación del proyecto de grado titulado "**ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DIGITAL PARA FORTALECER LA EDUCACIÓN VIAL DE LOS ADOLESCENTES DEL DISTRITO 1 DE LA CIUDAD DE COBIJA EN LA GESTIÓN 2025**".

La validación se realizará el miércoles 21 de mayo a las 14:00 horas, en la Dirección Departamental de Transito, ubicado en la Av. Miguel Becerra Toranzo frente al Banco Unión.

Su presencia será de gran apoyo en este importante proceso. Agradezco de antemano su tiempo y acompañamiento

Atentamente,

Alexander Merced Sánchez

Estudiante de Ciencias de la Comunicación Social  
Universidad Amazónica de Pando



Cobija, 20 de mayo 2025

Señor (a):

Lic. Carlos Carlos Vicente Lahor Garcia

Coordinador de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

Presente.-

**Ref.: INVITACIÓN A LA VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO**



Estimado/a docente,

Tengo el agrado de invitarle a acompañar el proceso de validación del proyecto de grado titulado "**ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DIGITAL PARA FORTALECER LA EDUCACIÓN VIAL DE LOS ADOLESCENTES DEL DISTRITO I DE LA CIUDAD DE COBIJA EN LA GESTIÓN 2025**".

La validación se realizará el miércoles 21 de mayo a las 14:00 horas, en la Dirección Departamental de Transito, ubicado en la Av. Miguel Becerra Toranzo frente al Banco Unión.

Su presencia será de gran apoyo en este importante proceso. Agradezco de antemano su tiempo y acompañamiento

Atentamente,

Alexander Mercado Sanchez

Estudiante de Ciencias de la Comunicación Social  
Universidad Amazónica de Pando



Cobija, 20 de mayo 2025

Señor (a):

Lic. Valeska Hurtado Pinto-

Responsable de Modalidad de Graduación

Presente. -

**Ref.: INVITACIÓN A LA VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO**

Estimado/a docente,

Tengo el agrado de invitarle a acompañar el proceso de validación del proyecto de grado titulado  
**" ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DIGITAL PARA FORTALECER LA EDUCACIÓN VIAL DE LOS ADOLESCENTES DEL DISTRITO 1 DE LA CIUDAD DE COBIJA EN LA GESTIÓN 2025"**.

La validación se realizará el miércoles 21 de mayo a las 14:00 horas, en la Dirección Departamental de Transito, ubicado en la Av. Miguel Becerra Toranzo frente al Banco Unión.

Su presencia será de gran apoyo en este importante proceso. Agradezco de antemano su tiempo y acompañamiento

Atentamente,

Alexander Mercado Sanchez  
Estudiante de Ciencias de la Comunicación Social  
Universidad Amazónica de Pando

## Anexo 6

### Acta de validación



**Universidad Amazónica de Pando**

*"La preservación de la Amazonia es parte de la sobrevivencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pando"*




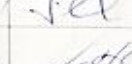





### ACTA DE VALIDACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DIGITAL PARA FORTALECER LA EDUCACIÓN VIAL DE LOS ADOLESCENTES DEL DISTRITO I DE LA CIUDAD DE COBILJA EN LA GESTIÓN 2025

En la Dirección Departamental de Transito, a horas 14:00 del día miércoles 21 de mayo del 2025, se llevó a cabo la reunión de validación del proyecto de grado titulado "Estrategia Comunicacional Digital para Fortalecer la Educación Vial de los Adolescentes del Distrito I de la ciudad de Cuzco en la gestión 2025"

La reunión contó con la participación del Coronel Departamental de Transito y de docentes de la Universidad Amazónica de Pando. Durante el encuentro, los participantes analizaron y discutieron los aspectos clave de la estrategia comunicacional, brindando recomendaciones y observaciones que contribuirán a asegurar su pertinencia y efectividad en el proyecto.

Para constancia y credibilidad de lo discutido, se procede a firmar el presente documento por los participantes involucrados:

Nº	Nombre Completo	C.I	Firma
1	tecl. DEAR. JOSE L FUENTES GABELICH	4181522 Bn	
2	Syfo Carlos Mamani Baraceto		
3	Syfo Zdo waemi Mejia Condori	7476703 DP	
4	Lic Carlos V. Lopez Ancian	3654506	
5	Lic. Valaska Hurtado Pinto	4669530 SC	
6	Lic. Estefany Ramirez Navarro	4211142-10	



Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí  
Telf: (591-3) 842 2135 - 842 2136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411  
Campus Universitario Av. Las Palmas  
Telf: (591-3) 842 3958 Fax (591-3) 842 2139

*Escubriendo una nueva Historia con vos*  
*Renovación con transparencia*

**Nota.** Se adjunta evidencia de la validación dando cumplimiento al Objetivo N° 3 del presente proyecto: "Validar la propuesta de educación vial con la participación de la unidad operativa de tránsito".

## Anexo 7

Registro fotográfico posterior a la validación del Proyecto.

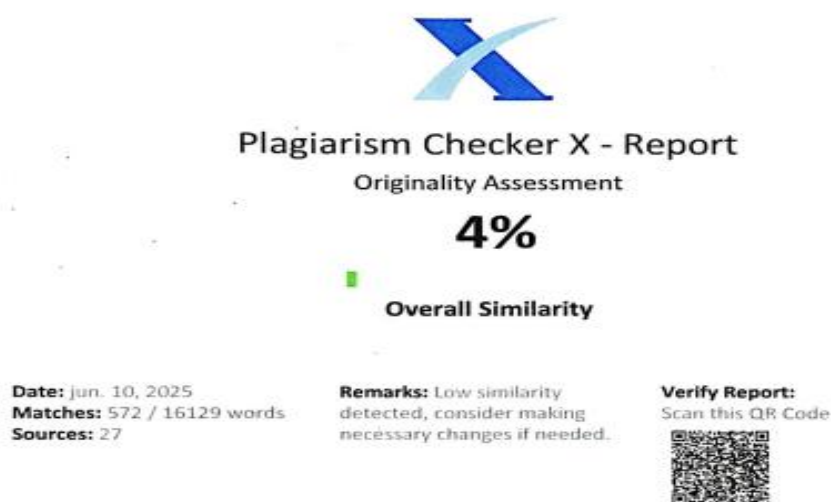
### EVIDENCIA DE LA VALIDACIÓN EN LA UNIDAD OPERATIVA DE TRÁNSITO



Nota: Registro fotográfico del proyectista con el Director de la Unidad de Tránsito y personal dependiente (2025)

## Anexo 8

### Certificado anti plagio



  
Sr. Ronald Quintanilla Rivera  
Responsable del Laboratorio de Computación  
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS  
UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

*Nota.* Adaptación de impresión realizada por el Sr. Ronald Quintanilla, responsable del laboratorio de computación de ACSyH. (2025).