INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
REY DAVID

TESINA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR

EN

PLANIFICACIÓN DEL TRÁNSITO

TEMA:

“ANÁLISIS DE LAS CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN VIAL PARA LA DISMINUCIÓN DE ACCIDENTES DE TRÁNSITO EN EL CANTÓN DAULE, PARROQUIA JUAN BAUTISTA AGUIRRE, EN EL AÑO 2025”

AUTOR:

DOUGLAS JONATHAN REINOSO FIGUEROA

TUTOR:

ING. DAVID CAICEDO CH.

NIVEL DE INSTRUCCIÓN:

3ER NIVEL

DAULE – ECUADOR

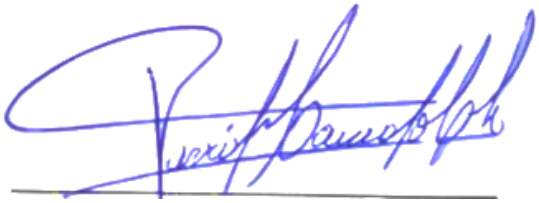
2025

CERTIFICADO DE ANTI PLAGIO

CERTIFICADO DEL TUTOR

El suscrito certifica que la Tesina realizada como requisito previo a la obtención del título Técnico Superior en Planificación del Tránsito cuyo tema es: **"**ANÁLISIS DE LAS CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN VIAL PARA LA DISMINUCIÓN DE ACCIDENTES DE TRÁNSITO EN EL CANTÓN DAULE, PARROQUIA JUAN BAUTISTA AGUIRRE, EN EL AÑO 2025**"**, de autoría de del estudiante Douglas Jonathan Reinoso Figueroa ha sido revisado en todos sus componentes.

Daule, 16 de junio del 2025



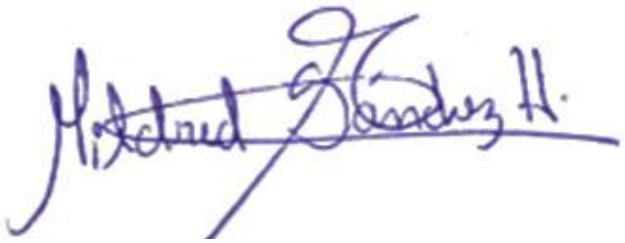
Ing. David Caicedo Ch.
Tutor Académico

CERTIFICACIÓN DE REVISOR

El suscrito certifica que la Tesina realizada como requisito previo a la obtención del título como Técnico Superior en colocar su carrera y cuyo tema es: **"**ANÁLISIS DE LAS CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN VIAL PARA LA DISMINUCIÓN DE ACCIDENTES DE TRÁNSITO EN EL CANTÓN**"**, de autoría del estudiante Douglas Jonathan Reinoso Figueroa, ha sido revisado en todos sus componentes, bajos los parámetros establecidos por los formatos del **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO REY DAVID**, cuya calificación es la siguiente:

Daule, 19 de junio del 2025.

Calificación de docente revisor: 8.5/10 (Ocho coma cinco sobre diez)



…….

Lic. Mildred Sánchez H. Mgtr.
Docente Revisor

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I. 10
1. MARCO CONTEXTUAL 10
1.1. Planteamiento del Problema 10
1.2. Preguntas de investigación 10
1.3. Objetivos 11
1.3.1 Objetivo General 11
1.3.2 Objetivos Específicos 11
1.4. Descripción del tipo de caso 11
1.5. Antecedentes históricos del objeto de estudio 11
1.6. Ubicación 12
1.7. Limitaciones 12
1.8. Justificación 12
CAPÍTULO II. 13
2. MARCO REFERENCIAL 13
2.1. Antecedentes de estudio 13
2.2. Bases teóricas y sustento del caso de estudio 13
2.3. Glosario de términos 14
2.4. Marco legal 14
CAPÍTULO III 15
3. METODOLOGÍA 15
3.3. Métodos de investigación 15
3.4. Enfoque 15
3.5. Herramientas de recolección 16
3.6. Población y Muestra 16
3.6.1 Población 16
3.6.2 Muestra 16

3.7. Análisis de los resultados 17
CAPÍTULO IV. 26
4. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS POSIBLES 26
4.1. Justificación de la Alternativa principal 27
4.2. Presupuesto de la ejecución 29
4.3. Tabla presupuestaria del proyecto de investigación 31
4.4. Cronograma de ejecución 32
4.5. Conclusiones 32
4.6. Recomendaciones 33
5. ANEXOS 37

DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios por darme sabiduría, coraje, fortaleza y fuerzas para luchar día a día.

A todas las personas que de una u otra manera me han acompañado en este transitar académico, mi compañera de vida la cual me ha enseñado a levantarme y seguir adelante siendo mi apoyo y formaron parte de este proceso.

DOUGLAS JONATHAN REINOSO FIGUEROA

RESUMEN

Actualmente las instituciones dedicadas a la regulación del tránsito y seguridad vial del Cantón Daule y el país son las principales gestoras de Campañas de Educación y Seguridad vial las cuales son desarrolladas con la finalidad de generar conciencia y tratar de disminuir tanto los accidentes suscitados en el Cantón Daule, como también el índice de mortalidad ocasionado por los accidentes de tránsito que se dan día a día principalmente en las vías de circulación urbana.

Con la finalidad de estudiar la importancia de la aplicación de las campañas de educación vial se desarrolló partiendo de la determinación de una problemática sustentada en la importancia del desarrollo de este tipo de campañas teniendo en consideración que de acuerdo a la información otorgada por la Agencia Nacional de Tránsito (2017) a nivel del Cantón Daule para el año 2016 un 23.28% del total de habitantes han perdido la vida por una mala práctica en las vías, por lo cual el desarrollo de mensajes que aporten a la generación de conciencia para transitar en las vías toma vital importancia en el compromiso de las instituciones de regulación de tránsito con la sociedad.

Así mismo para el presente ensayo se desarrolló un recorrido teórico basado en conceptos acerca de Marketing como disciplina y su evolución, teorías de comunicación, importancia de la selección de medios, desarrollo de campañas, percepción de marca, imagen corporativa e investigación de mercados. Esto con la finalidad de poder reforzar la investigación propuesta acerca de la percepción de las campañas de educación vial en la sociedad dauleña.

Palabras claves: Tránsito, campaña, educación, prevención, vial.

ABSTRACT

Currently, the institutions dedicated to the regulation of traffic and road safety in the Daule Canton and the country are the main managers of Road Education and Safety Campaigns which are developed with the purpose of raising awareness and trying to reduce both the accidents that occur in the Canton. Daule, as well as the mortality rate caused by traffic accidents that occur every day mainly on urban roads.

In order to study the importance of the application of road safety education campaigns, it was developed based on the determination of a problem based on the importance of the development of this type of campaigns, taking into consideration that according to the information provided by the National Agency of Transit (2017) at the level of the Daule Canton for the year 2016, 23.28% of the total inhabitants have lost their lives due to bad practice on the roads, therefore the development of messages that contribute to the generation of conscience to travel on the roads takes on vital importance in the commitment of traffic regulation institutions with society.

Likewise, for this essay, a theoretical journey was developed based on concepts about Marketing as a discipline and its evolution, communication theories, importance of media selection, campaign development, brand perception, corporate image and market research. This is in order to reinforce the proposed research on the perception of road safety education campaigns in Dauleña society.

Keywords: Transit, campaign, education, prevention, road

CAPÍTULO I.

1. MARCO CONTEXTUAL

1.1. Planteamiento del Problema

Respaldando la información, de acuerdo con el informe expuesto por la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (2013) el Ecuador ocupa el segundo lugar en mortalidad por accidentes de tránsito en América Latina. Este organismo indica que en el país se registran 28 muertes por cada 100.000 habitantes. Esto se puede evidenciar de igual manera con la información registrada por la Agencia Nacional de Tránsito (2017) donde se puede destacar que en Guayas para el año 2016 un 23.28% del total de personas han perdido la vida por una mala práctica en las vías en donde específicamente en el Cantón Daule se ha visto afectada con el fallecimiento de 26 personas a causa de accidentes de tránsito.

Así mismo en datos expuestos por la Agencia Nacional de Tránsito (2017) en lo que va del año hasta el mes de Junio varios de los siniestros suscitados a nivel nacional son debido a conducir desatento a las condiciones de tránsito, no respetar las señales reglamentarias de tránsito, conducir vehículos superando los límites máximos de velocidad , no ser prudente y mantener la distancia adecuada con respecto al vehículo que se encuentra en posición adelantada, transitar estando en estado de embriaguez drogas y/o medicamentos que dificulten de una u otra forma ser consciente mientras se conduce y hacer buen uso de las vías ,no ceder el derecho de vía o preferencia de paso al peatón , realizar cambio brusco o indebido de carril; entre otros factores que se dan por la imprudencia al momento de transitar en las vías estando como peatón o conductor de un vehículo.

1.2. Preguntas de investigación

¿Cuál es el impacto de las campañas de Educación vial en el Cantón Daule, parroquia Juan Bautista Aguirre?.

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar la percepción acerca de las campañas de educación vial para la reducción de accidentes de tránsito en el Cantón Daule.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Evaluar la percepción actual de los habitantes del Cantón Daule acerca de las campañas de educación vial para la reducción de accidentes.
- Identificar los principales factores que influyen en la generación de conciencia para la reducción de accidentes de tránsito en el Cantón Daule.
- Determinar los medios adecuados para la comunicación de las campañas de educación vial en el Cantón Daule.

1.4. Descripción del tipo de caso

Este trabajo se configura como un estudio de investigación aplicada, centrado en evaluar la percepción y el impacto de las campañas de educación vial en el Cantón Daule, parroquia Juan Bautista Aguirre, durante el año 2025. Es un caso de naturaleza social y preventiva, cuyo propósito es analizar cómo las estrategias comunicativas influyen en la conciencia ciudadana para mitigar los accidentes de tránsito. A través de un enfoque mixto, que combina entrevistas a profundidad, focus groups y encuestas, se busca comprender los comportamientos de conductores y peatones, identificando factores clave que permitan optimizar el diseño y la efectividad de estas campañas en la comunidad.

1.5. Antecedentes históricos del objeto de estudio

El foco de esta investigación recae en las campañas de educación vial impulsadas por entidades como la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) y otras organizaciones en el Cantón Daule. Desde 2013, la ANT ha liderado esfuerzos a nivel nacional para contrarrestar los elevados índices de mortalidad por accidentes viales, posicionando a Ecuador como el segundo país con mayor tasa en América Latina, con 28 fallecidos por cada 100.000 habitantes (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, 2013). En Daule, estadísticas de 2016 revelan que el 23.28% de las muertes estuvieron vinculadas a prácticas viales inadecuadas, lo que impulsó iniciativas locales en colaboración con escuelas como ConduEspol y empresas privadas. Estas campañas han

evolucionado desde mensajes en medios tradicionales hasta formatos digitales, buscando conectar de manera más efectiva con la población.

1.6. Ubicación

La investigación se lleva a cabo en el Cantón Daule, específicamente en la parroquia rural Juan Bautista Aguirre, en la provincia de Guayas, Ecuador. Esta localidad, marcada por un notable crecimiento poblacional y su rol como punto de conexión entre zonas urbanas y rurales, enfrenta un elevado número de accidentes de tránsito debido a la falta de adherencia a las normas viales y una limitada conciencia ciudadana. Las principales arterias urbanas, como avenidas y pasos peatonales, son espacios críticos donde se desarrollan las campañas de educación vial, lo que convierte a esta parroquia en un escenario idóneo para evaluar su impacto y proponer mejoras.

1.7. Limitaciones

El estudio enfrenta desafíos relacionados con la disponibilidad de recursos económicos para la recolección de datos y la difusión masiva de campañas, lo que limita el uso de medios de alto alcance como la televisión, según lo señalado por expertos consultados. Asimismo, la participación desigual de ciertos grupos, como conductores jóvenes o peatones, podría influir en la representatividad de los resultados obtenidos en encuestas y focus groups. Otra limitación es la escasez de datos actualizados sobre siniestros viales en el Cantón Daule para 2025, lo que complica establecer comparaciones con años previos y evaluar con precisión el impacto de las iniciativas implementadas.

1.8. Justificación

Este estudio se fundamenta en la imperiosa necesidad de reducir los accidentes de tránsito en el Cantón Daule, donde, según la ANT, el 23.28% de las muertes en 2016 se atribuyeron a prácticas viales inadecuadas. Las campañas de educación vial emergen como una estrategia esencial para fomentar comportamientos responsables en conductores y peatones, contribuyendo a disminuir la mortalidad y las lesiones derivadas de siniestros viales. Esta investigación no solo busca perfeccionar las estrategias de comunicación, sino también fortalecer el compromiso social de las instituciones con la seguridad vial, generando un impacto positivo en el bienestar de la parroquia Juan Bautista Aguirre y sus habitantes.

CAPÍTULO II.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes de estudio

Diversos estudios previos han abordado la problemática de los accidentes de tránsito y la efectividad de las campañas de educación vial en contextos similares al del Cantón Daule. Según un informe de la Organización Panamericana de la Salud (2016), las campañas de sensibilización vial en América Latina han logrado reducir hasta un 15% los índices de siniestralidad cuando combinan mensajes claros, medios masivos y educación escolar. En Ecuador, un estudio de la Universidad de Cuenca (2018) analizó campañas en zonas urbanas y rurales, concluyendo que la participación de autoridades locales y la inclusión de contenidos interactivos, como testimoniales, incrementan la percepción de riesgo entre conductores y peatones. Estos antecedentes respaldan la necesidad de investigar la percepción de las campañas en Daule, destacando la importancia de adaptar estrategias comunicativas a las dinámicas culturales y sociales de la parroquia Juan Bautista Aguirre para maximizar su impacto.

2.2. Bases teóricas y sustento del caso de estudio

El estudio se fundamenta en teorías de comunicación y marketing social, específicamente en el modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991), que explica cómo las actitudes, normas subjetivas y el control percibido influyen en las decisiones de conductores y peatones. Además, se apoya en el concepto de percepción de marca de Keller (1993), adaptado a campañas de educación vial, donde la efectividad depende de la claridad del mensaje y la credibilidad de la fuente, como la ANT o escuelas de conducción. Estas bases teóricas sustentan el análisis de cómo las campañas en el Cantón Daule pueden generar conciencia y modificar comportamientos, enfatizando la selección estratégica de medios (redes sociales, radio) y contenidos (testimonios, estadísticas) para conectar con la población y reducir los accidentes de tránsito.

2.3. Glosario de términos

- **Educación vial**: Proceso de formación dirigido a peatones y conductores para promover el conocimiento y cumplimiento de normas de tránsito, fomentando comportamientos seguros en las vías.
- **Seguridad vial**: Conjunto de políticas, medidas y regulaciones destinadas a prevenir accidentes de tránsito y proteger la integridad de los usuarios de las vías públicas.
- **Campaña de sensibilización**: Estrategia comunicativa diseñada para generar conciencia sobre un tema específico, en este caso, la prevención de accidentes viales mediante mensajes educativos.
- **Percepción de riesgo**: Grado en que los individuos reconocen los peligros asociados a conductas viales imprudentes, influenciado por campañas y experiencias personales.
- **Siniestralidad**: Tasa de accidentes de tránsito, incluyendo colisiones, atropellos y otros eventos que afectan la seguridad en las vías.

2.4. Marco legal

El estudio se enmarca en el contexto normativo ecuatoriano, principalmente en la **Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial** (2011), que establece las responsabilidades de conductores, peatones y autoridades para garantizar la seguridad en las vías. Esta ley, junto con el **Reglamento General para la Aplicación de la Ley de Tránsito** (2012), regula aspectos como los límites de velocidad, el uso obligatorio de cinturones de seguridad y las sanciones por conducir bajo los efectos del alcohol, alineándose con los objetivos de las campañas de educación vial en Daule. Además, resoluciones de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) promueven la implementación de programas educativos en escuelas de conducción y comunidades, reforzando la base legal para las iniciativas analizadas en este estudio.

CAPÍTULO III.

3. METODOLOGÍA

3.1. Nivel de investigación

Esta investigación se define como exploratoria-descriptiva, con el propósito de analizar la percepción de las campañas de educación vial en el Cantón Daule, parroquia Juan Bautista Aguirre, durante el año 2025. Este nivel permite explorar las actitudes y conocimientos de los habitantes, describiendo los factores que influyen en la conciencia para reducir accidentes de tránsito, y sentando las bases para diseñar estrategias comunicativas adaptadas al contexto local.

3.2. Diseño de investigación

El diseño es no experimental, de corte transversal, recopilando datos en un momento específico (2025) sin manipular variables. Se adopta un enfoque mixto que combina métodos cualitativos, como entrevistas a profundidad y focus groups, con métodos cuantitativos, como encuestas, para evaluar la percepción de las campañas de educación vial. Este diseño integra experiencias subjetivas con datos estadísticos, proporcionando una visión completa del impacto de las campañas en la parroquia.

3.3. Métodos de investigación

La investigación utiliza métodos cualitativos y cuantitativos. Las entrevistas a profundidad con expertos en educación vial y los focus groups con residentes permiten explorar percepciones y sugerencias sobre las campañas. Las encuestas estructuradas, aplicadas a conductores y peatones, recopilan datos cuantitativos sobre el conocimiento de las campañas, el cumplimiento de normas viales y su impacto percibido. Esta combinación metodológica garantiza un análisis robusto y multidimensional.

3.4. Enfoque

El enfoque mixto integra perspectivas cualitativas y cuantitativas para obtener una comprensión integral de la problemática. El enfoque cualitativo captura experiencias y opiniones de los participantes, mientras que el cuantitativo mide el alcance y la efectividad de las campañas mediante indicadores estadísticos. La triangulación de datos fortalece la validez de los resultados, permitiendo identificar factores clave que influyen en la conciencia vial en el Cantón Daule.

3.5. Herramientas de recolección

Las herramientas de recolección incluyen: 1) **Entrevistas a profundidad**, dirigidas a expertos de la ANT y escuelas de conducción para obtener perspectivas especializadas; 2) **Focus groups**, realizados con grupos de 6-8 residentes (20-25 años) para explorar percepciones colectivas; y 3) **Encuestas estructuradas**, con preguntas cerradas y abiertas, aplicadas a conductores y peatones para evaluar conocimientos y actitudes. Estas herramientas aseguran una recolección de datos representativa y alineada con los objetivos del estudio.

3.6. Población y Muestra

3.6.1 Población

La población inicial de la parroquia Juan Bautista Aguirre, según proyecciones demográficas del INEC para 2025, se estima en aproximadamente 15,000 habitantes, considerando el crecimiento poblacional de parroquias rurales en el Cantón Daule. Sin embargo, para esta investigación se filtró la población excluyendo a bebés (0-5 años, aprox. 10%), niños pequeños (6-12 años, aprox. 15%), ancianos mayores de 65 años (aprox. 10%), y personas con discapacidades severas que no transiten activamente como peatones o conductores (aprox. 5%). Esto reduce la población objetivo a aproximadamente 9,000 habitantes (60% de la población inicial), compuesta por adultos de 18 a 65 años que utilizan regularmente las vías urbanas y rurales de la parroquia.

3.6.2 Muestra

La muestra se calculó para una población filtrada de 9,000 habitantes, utilizando la fórmula para poblaciones finitas con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, resultando en una muestra de 368 personas (redondeada a 383 para mayor representatividad).

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(E^2 \cdot (N-1)) + (Z^2 \cdot p \cdot (1-p))}$$

$$n = \frac{9000 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{(0.0025 \cdot 8999) + (3.8416 \cdot 0.25)}$$

$$n = \frac{8643.6}{23.4579} \approx 368.25$$

3.7. Análisis de los resultados

Pregunta # 1

¿Tipo de encuestado?

Tabla No. 1: Tipo de encuestado

Alternativa	Respuesta	%
Conductor	145	38
Peatón	238	62
TOTAL	**383**	**100**

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule

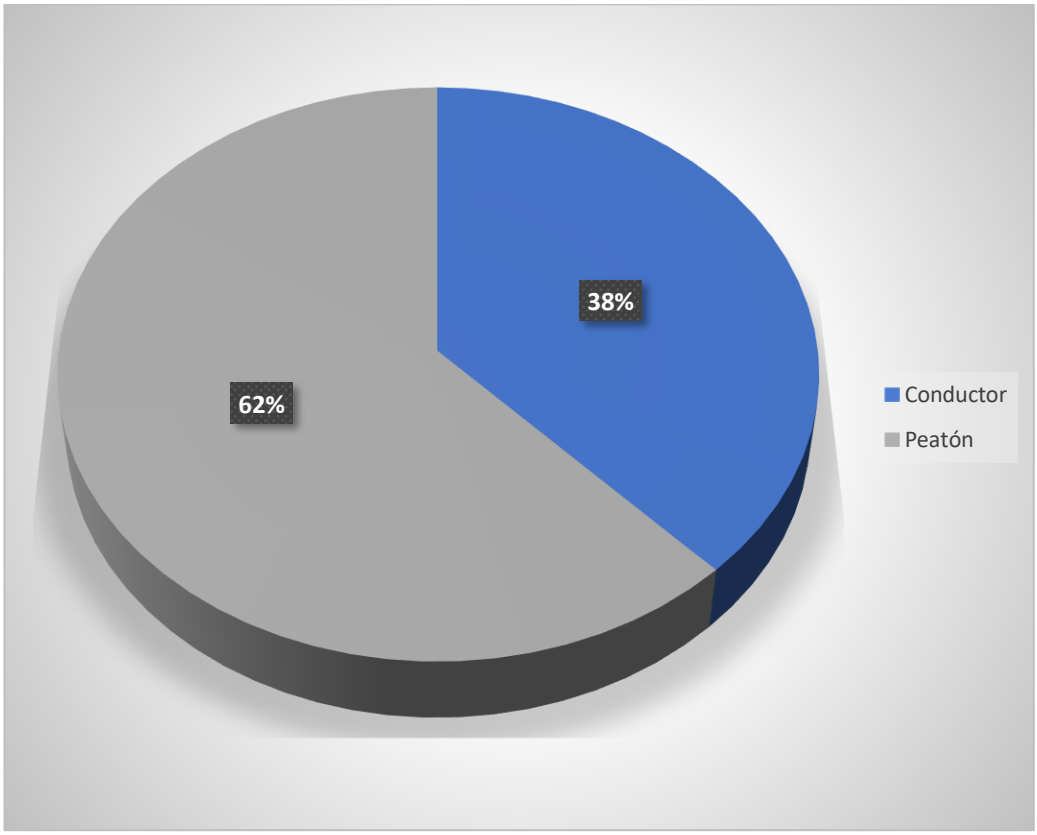


Figura No. 1: Tipo de encuestado

Análisis: Como se puede analizar existe un segmento de encuestados, el 38% son conductores que transitan en el Cantón Daule, el 62% que es la mayoría son peatones por lo cual a esta totalidad se le va a encuestar para determinar si tiene un impacto positivo las campañas de educación vial realizadas en el Cantón Daule.

Pregunta # 2

¿Conoce usted sobre alguna campaña sobre educación vial en el Cantón Daule?

Tabla No. 2: Conocimiento sobre educación vial

Alternativa	Respuesta	%
Si	63	16
No	320	84
Total	**383**	**100**

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule

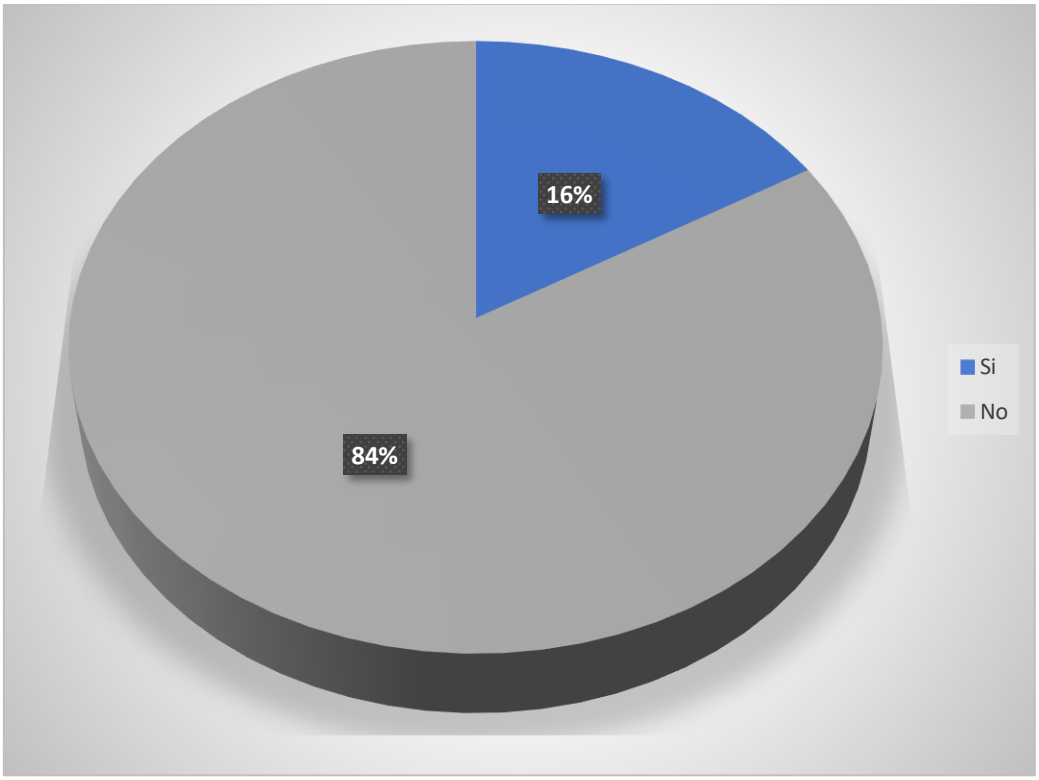


Figura No. 2: Conocimiento sobre educación vial

Análisis: Se le consulto a los peatones y conductores si conocen sobre educación vial, el 16% dice que, si conoce sobre educación vial, mientras que el 84% desconoce sobre educación vial, motivo por el cual se debe implementar un plan de educación vial para poder disminuir los altos índices de accidentes de tránsito en el Cantón Daule específicamente en la parroquia Juan Bautista Aguirre.

Pregunta # 3

¿Conoce usted sus obligaciones como conductor y peatón?

Tabla No. 3: Obligaciones como conductor y peatón

Alternativa	Respuesta	%
Si	63	16
No	320	84
TOTAL	**383**	**100**

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule.

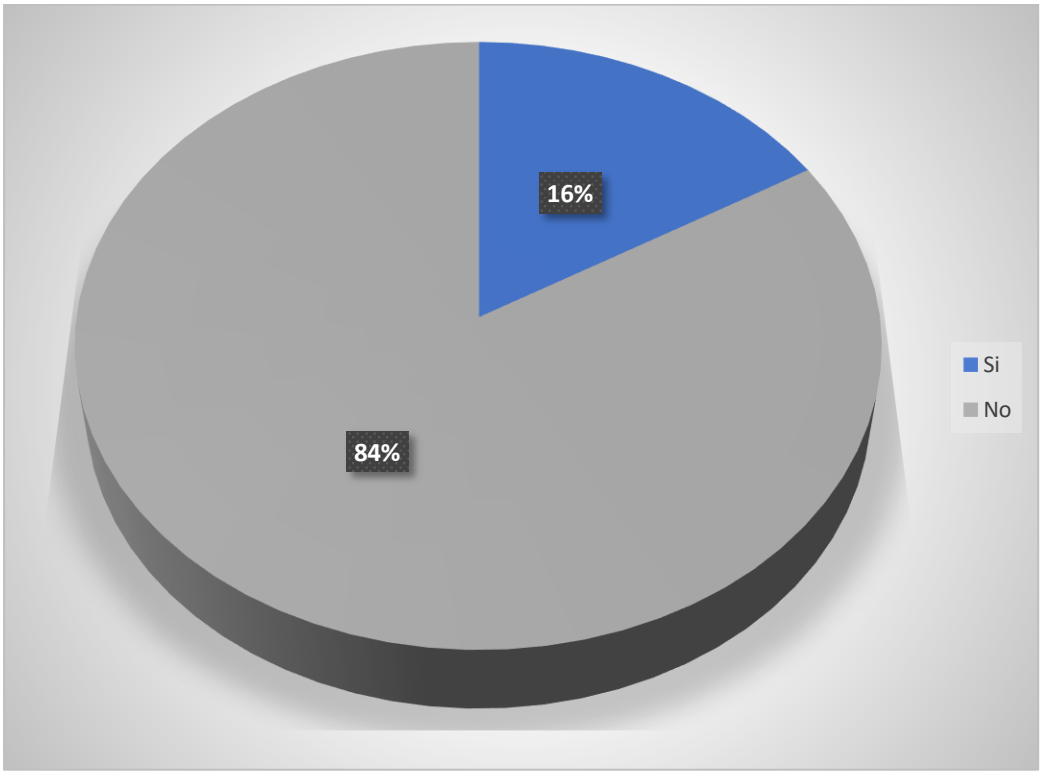


Figura No. 3: Obligaciones como conductor y peatón

Análisis: Como se observa en la figura anterior la mayoría de los encuestados no conoce cuáles son sus obligaciones como peatones y conductores, estos representan el 84% de los encuestados, el 16% dice manifestar que si conoce lo que deja entre ver que la mayoría de transeúntes y conductores ni siquiera conocen sus obligaciones en materia vial.

Pregunta # 4

¿Usted considera que hace buen uso de las señales de tránsito con el fin de disminuir los accidentes?

Tabla No. 4: Uso de señales de tránsito

Alternativa	Respuesta	%
Si	68	18
No	315	82
TOTAL	**383**	**100**

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule.

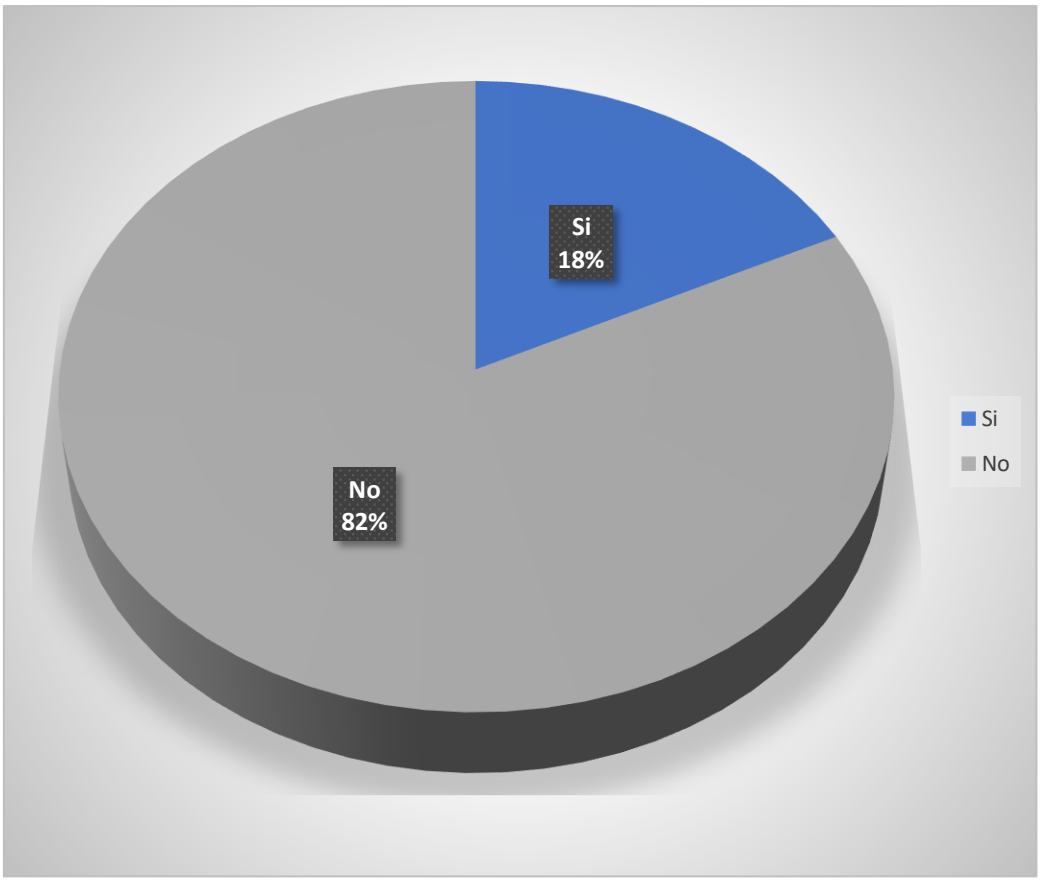


Figura No. 4: Uso de señales de tránsito

Análisis: Como se observa en la figura el 18% si hace buen uso de las señales de tránsito, lo que representa una parte minoritaria, mientras que el 82% no realiza el buen uso de las señales de tránsito, se debe reforzar en una campaña de educación vial todos estos recursos para los ciudadanos y habitantes del Cantón Daule.

Pregunta # 5

¿Por qué medio se enteró de la campaña de educación vial?

Tabla No. 5: Medio por el cual se enteró de la campaña de educación vial

Alternativa	Respuesta	%
Ferias institucionales	34	9
Medios impresos	28	7
Redes sociales	129	34
Internet	62	16
Radio	110	29
TV	20	5
TOTAL	**383**	**100**

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule.

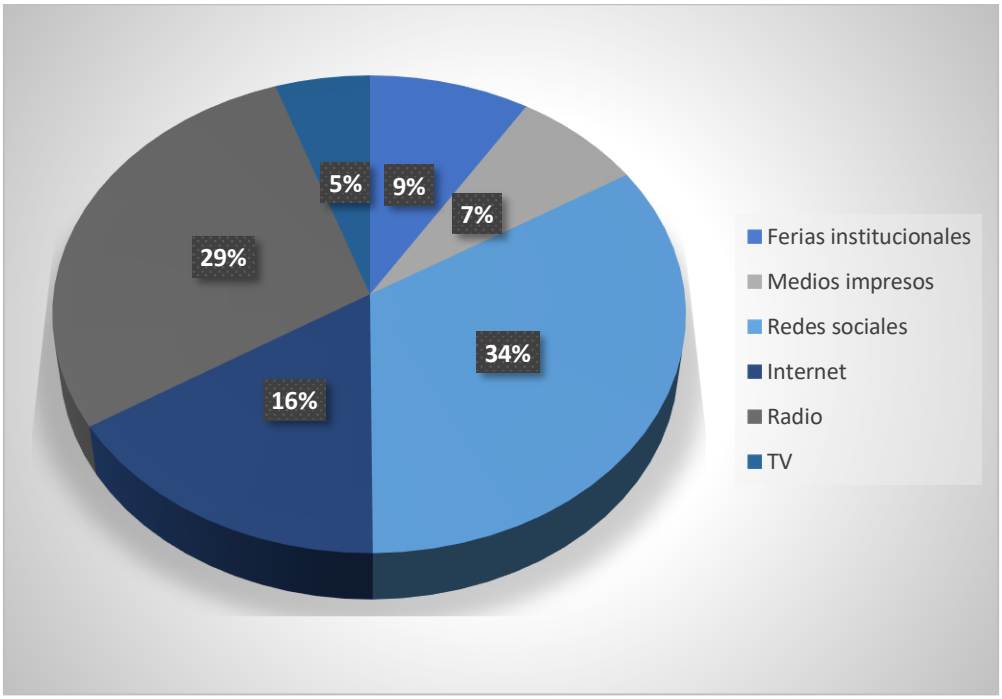


Figura No. 5: Medio por el cual se enteró de la campaña de educación vial

Análisis: Como se observa en la figura demuestra que el 34% se enteró por medio de Redes sociales, es ahí donde se debe difundir cada una de las campañas publicitarias en el Cantón Daule, el 29% manifestó que la radio, el 16% internet, el 9% se enteró por ferias institucionales, el 7% medios impresos y tan solo el 5% por la TV.

Pregunta # 6

¿Cuáles son las instituciones que dieron a conocer Campañas de Educación Vial?

Tabla No. 6: Instituciones que dieron a conocer Campañas de Educación Vial

Alternativas	TOTAL	%
ANT	40	10
ATM	20	5
CONDUESPOL	133	35
CTE	160	42
GOBIERNO	30	8
Total	**383**	**100**

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones en el Cantón Daule

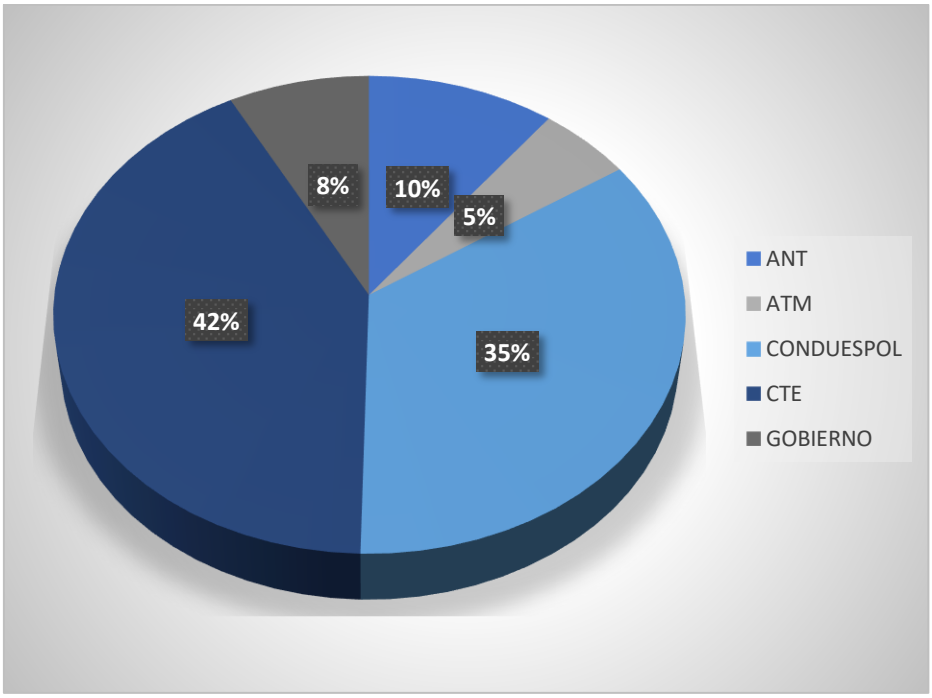


Figura No. 6: Instituciones que dieron a conocer Campañas de Educación Vial

Análisis: Como se observa en la figura el 42% manifiesta que la CTE es la institución que más promueve las Campañas de educación vial, Conduespol abarca un 35%, ANT un 10%, el 8% el gobierno y el 5% manifiesta que la ATM realiza Campañas publicitarias, se debe fomentar el apoyo de estas instituciones a nivel global para poder disminuir los accidentes de tránsito en el Cantón Daule.

Pregunta # 7

¿Frase más recordada de la Campaña de educación vial?

Tabla No. 7: Frase más recordada de la Campaña de educación vial

Alternativas	TOTAL	%
Abrazo seguro	97	25
El cambio es contigo	30	8
Manejo a la defensiva	25	6
Respeto al peatón	171	45
No quiero estar wardado	60	16
TOTAL	**383**	**100**

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones en el Cantón Daule

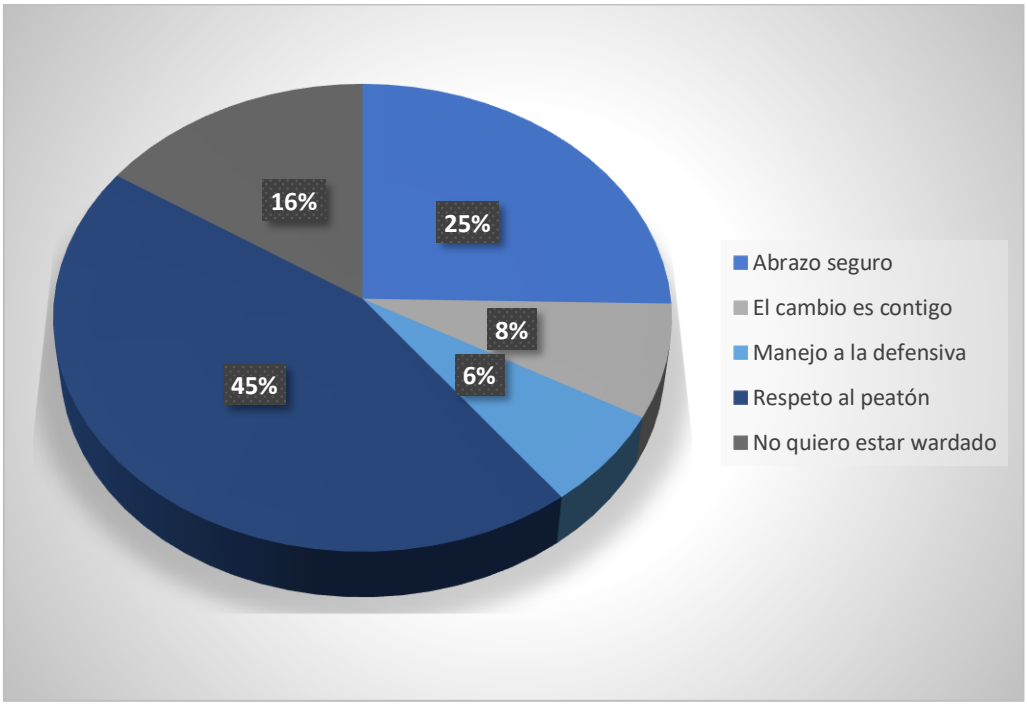


Figura No. 7: Actuación de los Agentes de tránsito

Análisis: Como se observa en la figura anterior el 45% manifiesta que la frase que más recuerda es "Respeto al peatón", el 25% manifiesta que "Abrazo seguro" es la más recordada, el 16% responde a "No quiero estar wardado", el 8% "El cambio es contigo" y el 6% indica que "Maneja a la defensiva" es la frase más recordada por los habitantes del Cantón Daule de la parroquia Juan Bautista Aguirre.

Pregunta # 8

¿Contenido ideal para la Campaña de educación vial?

Tabla No. 8: Contenido ideal para la Campaña de educación vial

Alternativas	TOTAL	%
Causas de accidentes automovilísticos	80	21
Dramatización de accidentes	45	12
Indicaciones de manejo	20	5
Límites de velocidad	28	7
Resultados de accidentes	50	13
Testimonios de personas accidentadas	160	42
TOTAL	**383**	**100**

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule.

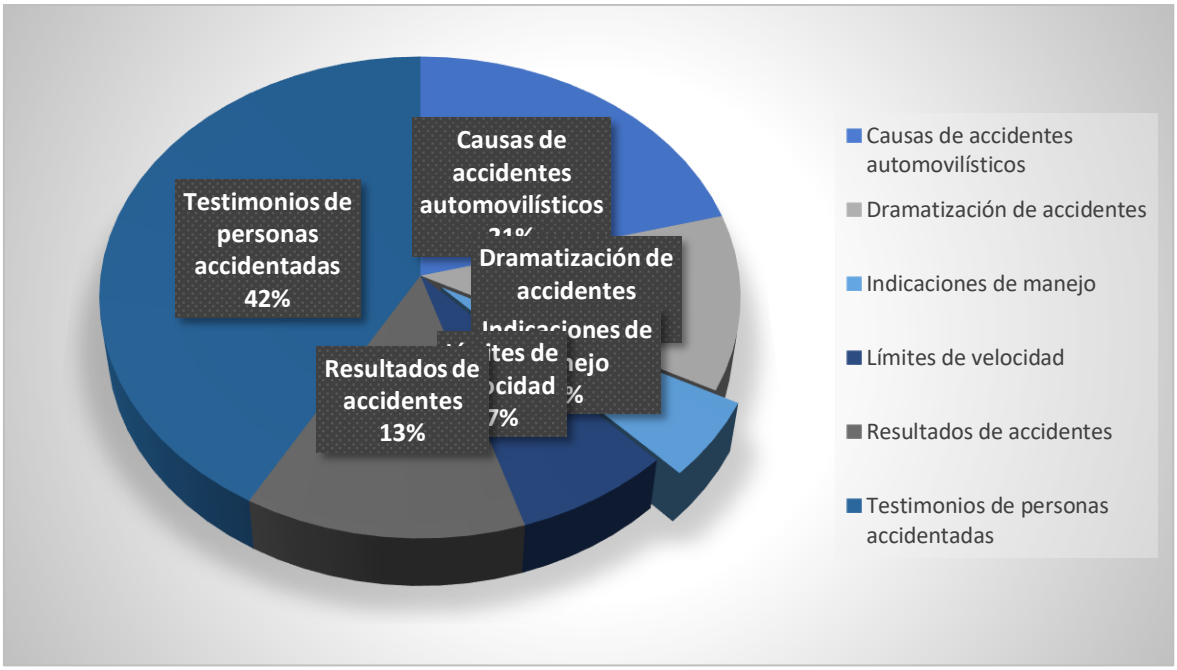


Figura No. 8: Contenido ideal para la Campaña de educación vial

Análisis: Como se observa en la figura anterior el 42% el Testimonio de personas accidentadas consideran que es el contenido ideal para las Campañas de educación vial, el 21% causas de accidentes automovilísticos, el 12% responde a la Dramatización de accidentes, el 5% indicaciones de manejo, el 7% Límites de velocidad, el 13% resultados de accidentes, estas son las principales de contenidos para las Campañas de Educación vial en el Cantón Daule.

Pregunta # 9

¿Usted considera que se deben difundir con mayor alcance e importancia las Campañas de Educación vial?

Tabla No. 9: Importancia de Campañas de Educación vial

Alternativa	Respuesta	%
Si	284	74
No	99	26
TOTAL	**383**	**100**

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule.

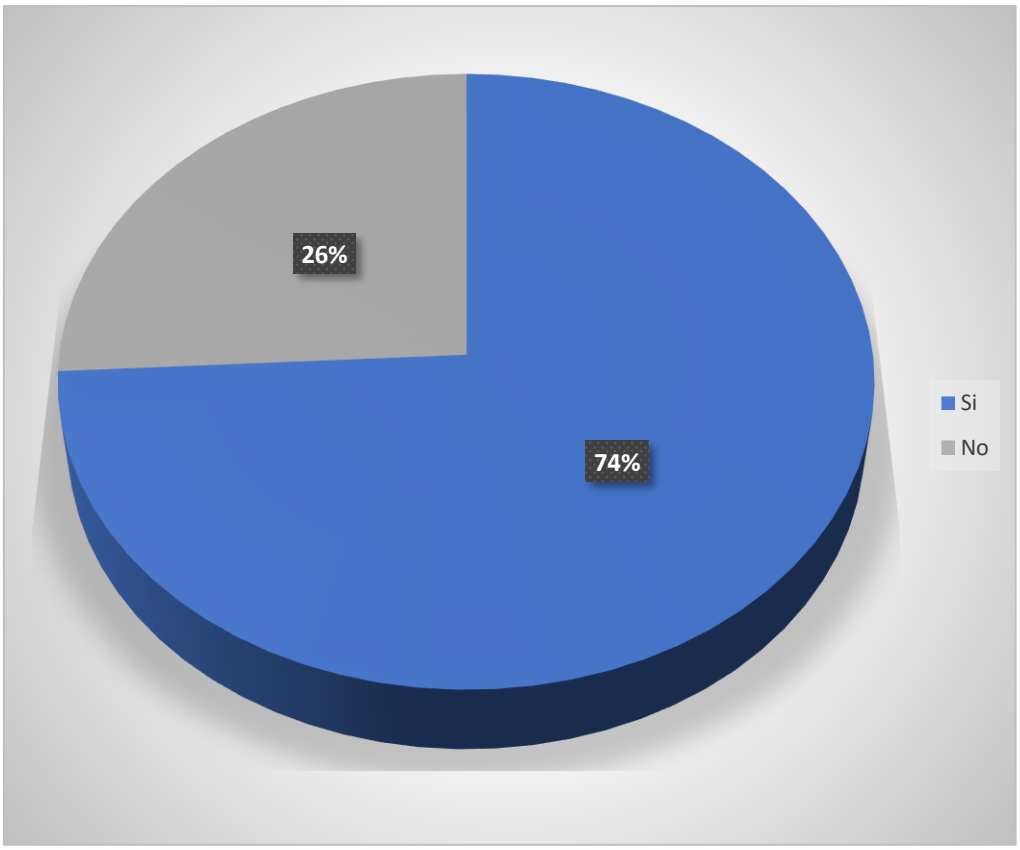


Figura No. 9: Importancia de Campañas de Educación vial

Análisis: Como se observa en la ilustración anterior el 74% indica que es de forma urgente y primordial difundir las Campañas de Educación vial, rescatando de esta manera la concientización en todos los habitantes del Cantón Daule y motivo principal de la presente investigación, el 26% indica que no es importante difundir las Campañas de Educación vial en el Cantón Daule en la parroquia Juan Bautista Aguirre.

CAPÍTULO IV.

4. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS POSIBLES

Para la recolección de información cualitativa en cuanto a la herramienta entrevista a profundidad se la realizó a personas expertas conocedoras de la educación vial en el Cantón Daule y la importancia de la misma para la generación de conciencia ciudadana y disminución de accidentes de tránsito ocasionados en el Cantón Daule. Por otra parte, se llevó a cabo un Focus Group con participantes de la muestra de estudio seleccionada para evaluar percepciones, comportamientos asociados al conocimiento de campañas de educación vial en el Cantón Daule.

Teniendo en consideración la entrevista a profundidad realizada al Gerente General de la Escuela de conducción ConduEspol Ing. Rojas, indicó que la educación vial es un tema cultural que todos debemos conocer debido a que en algún momento de nuestra vida vamos a ejercer el rol de peatón o chofer. Por otra parte, mencionó que considera que las campañas de educación vial deben ser impartidas desde la preparación escolar en a menores de edad con la finalidad de que la generación de conciencia se dé desde las interacciones iniciales del individuo con la sociedad.

Por otro lado, indicó que como escuela de conducción desarrollan campañas de educación vial con la finalidad de reducir los accidentes de tránsito y están comprometidos con aportar a la reducción de accidentes locales. Así mismo mencionó que el número de campañas ejecutadas y puestas en marcha depende de las actividades o ideas que se generen en un periodo pero que por lo general llevan a cabo dos o tres al año dependiendo de la asignación presupuestaria con la que cuenten.

También comentó que adicional a las capacitaciones que realiza ConduEspol como parte de la campaña de educación vial, la ANT presta principal atención a la propuesta de malla curricular para las carreras profesionales que la escuela promociona, dando relevancia en el contenido de las mismas a temas asociados con políticas de seguridad vial donde se comparten regulaciones asociadas a la importancia del mantenimiento del vehículo y primeros auxilios, siendo el último tema vital para saber cómo actuar en momentos en los que se den accidentes viales.

Rojas hace referencia a la necesidad de conocer la diferencia entre seguridad vial y educación vial, pues considera que seguridad vial abarca temas alineados al tráfico y

responsabilidad del agente de tránsito, mientras que la educación busca la formación del individuo y la generación de conciencia en el mismo sobre las causas de accidentes, cómo evitarlos y cómo respetar las señalizaciones disponibles en la vía pública.

También mencionó que existen algunas organizaciones comerciales que aportan al desarrollo de las campañas de educación vial dentro de las cuales destacó a Cervecería Nacional y Maresa con las que trabajó en una alianza para dar a conocer la campaña de asiento de retención infantil en la cual se daba importancia a la inclusión en los vehículos de asientos especiales para trasladar a los infantes de un lugar a otro.

Cuando se le consultó acerca de las campañas que considera tienen un impacto mundial se refirió específicamente a las que se llevan a cabo para generar conciencia acerca del uso del cinturón de seguridad. Para dichas campañas se aplica la metodología de enseñanza individual a los asistentes, iniciando con la explicación de las estadísticas de muertes por no usar cinturón. Luego de ello se entrega material que incluye consejos para no olvidar la utilización del mismo y testimonios de personas que han sobrevivido a accidentes gracias a su utilización. Por otro lado, también se topan temas referentes a la seguridad vehicular y la importancia del rol del agente de tránsito.

Así mismo Rojas consideró que los principales factores por los cuales se dan accidentes son: el exceso de velocidad de acuerdo con los límites permitidos, manejar moto sin casco, conducir en estado etílico y no hacer uso del cinturón de seguridad o asiento de retención infantil. Por otro lado, al consultarle respecto a los medios de comunicación que considera tienen mayor incidencia y podrían ayudar a llegar con el mensaje a la ciudadanía mencionó que quisiera poder llevarlo a cabo por televisión sin embargo no cuentan con presupuesto para difusión masiva. Por el momento lo realizan por redes sociales, prensa escrita y ferias institucionales.

4.1. Justificación de la Alternativa principal

Como segunda herramienta cualitativa se llevó a cabo un Focus Group con hombres entre las edades 20-25 años donde se pudo recolectar información referente a la percepción de este grupo de las campañas de educación vial y su incidencia en la reducción de accidentes de tránsito en la parroquia Juan Bautista Aguirre.

Cuando se les consultó referente a la importancia de las campañas de educación vial mencionaron que deberían ser impartidas en lugares de alta afluencia de ciudadanos

y de manera continua. Dentro de los temas que se deberían impartir están los asociados a lo permitido en las vías, y aquello que fomente la concienciación como conductor y peatón debido a que en ambos papeles se comenten imprudencias ya sea irrespetando el semáforo o no considerando las señales de tránsito existentes.

Por otra parte, los asistentes mencionaron que conocían de la existencia de campañas realizadas en los colegios, sin embargo, creen que dichas capacitaciones deberían ser impartidas por personas que conozcan del tema y que pertenezcan a Instituciones de Regulación de Tránsito para mayor credibilidad de la información que se comparta. No consideran que la capacitación sea relevante si es llevada a cabo por los profesores del colegio, consideran que la presencia de una Autoridad de Tránsito lograría fomentar la generación de conciencia y en el futuro evitar así la existencia de accidentes con los jóvenes estudiantes asistentes. Cuando se transmite información a los jóvenes se debe asegurar la presencia de conocedores del tema y autoridades con la finalidad de asegurar un mejor efecto en la comunicación del contenido. Así mismo, los asistentes mencionaron que se puede evidenciar en las calles una ausencia de educación vial, específicamente porque muchos conductores no respetan las señales de tránsito, otros conducen a exceso de velocidad donde no está permitido, no dan paso a transeúntes e incluso algunos pueden estar manejando un vehículo con licencia de conducir caducada.

Así mismo dan énfasis a la necesidad de control en la emisión de las licencias de tránsito ya que existen vías alternas para conseguirla de una manera fácil, también mencionaron como acertado que dentro de los requisitos para obtenerla se incluyan la rendición de pruebas para validar conocimientos viales y práctica en el volante vía simuladores.

Cuando se les consultó si habían escuchado o visto alguna campaña de educación vial, dos de los asistentes mencionaron una campaña que se dio en Daule para el uso del paso peatonal a raíz del crecimiento en número de personas atropelladas y sus consecuencias en dicho sector. La campaña se denominó “Úsame, no estoy de adorno” y en ella se hacía énfasis en la seguridad de los pasos peatonales, la importancia de su uso y las consecuencias de no hacerlo. Dicha campaña incluía testimoniales de personas que no habían usado el paso peatonal y tuvieron consecuencias en su apariencia física por haber sufrido un atropello. Un punto importante teniendo en cuenta esto es que las campañas que se recuerdan no incluyen acciones para la reducción de muertes por

manejo, existiendo una oportunidad en la comunicación de campañas de manejo para jóvenes.

Teniendo en consideración los medios de comunicación de las campañas de educación vial mencionaron que habían visto afiches en pasos elevados para fomentar el uso de los mismos, escucharon cuñas radiales y habían visto avisos en medios impresos. Así mismo le dieron relevancia a la importancia del uso de Redes Sociales al menos para lograr llegar a los jóvenes. Cuando se les consultó acerca del contenido de las campañas mencionaron que prefieren material interactivo y no solo textos con contenido asociado a temas de educación vial.

Dentro de los temas que consideran se podrían incluir en los contenidos interactivos para la generación de conciencia en temas de educación y seguridad vial mencionaron casos reales de consecuencias por conducir en estado etílico, consejos para la revisión del vehículo para corroborar que esté en condiciones óptimas, incentivo a no usar el celular, dar a conocer a los que manejan que deben estar descansados para evitar dormirse en el volante.

Teniendo en cuenta la aplicación de radares en las vías consideran que esta medida fue acertada para la reducción de velocidad, sin embargo, cuatro de los asistentes mencionaron que se debería sancionar a aquellos vehículos que tratan de ocultar la placa para no ser captados por las cámaras y evitar multas.

Finalmente, respecto al contenido que consideran debe ser el adecuado para crear conciencia en la sociedad debe no ser tan agresivo, es decir incluir testimonios de personas que hayan estado en accidentes de tránsito, pero tratar de regular los contenidos de las consecuencias que traen los accidentes. Esto lo mencionan porque en algún momento vieron una campaña en vallas con personas accidentadas y consideran que este contenido era muy fuerte.

4.2. Presupuesto de la ejecución

El presupuesto detallado para la campaña vial de seguridad contiene los costos de planificación, diseño e implementación de los materiales, y la gestión de los recursos humanos y la logística. Se debe considerar la investigación para identificar los factores que contribuyen a los accidentes y la percepción del riesgo, así como la creación de

mensajes y materiales de campaña. Los costos de la campaña dependerán de su alcance, duración, y los recursos utilizados.

Componentes clave del presupuesto:

- Investigación y Planificación:
    - Análisis de datos: Estudiar la información sobre accidentes, causas y tipos de accidentes, para identificar las áreas prioritarias de la campaña.
    - Definición de objetivos: Establecer metas claras y medibles para la campaña, como reducir el número de accidentes, mejorar la percepción de riesgo o aumentar el uso de cinturones de seguridad.
    - Selección de estrategias: Determinar los canales y métodos de comunicación más efectivos para llegar al público objetivo, como publicidad en medios masivos, redes sociales, eventos o campañas de sensibilización en escuelas.
    - Costo de la investigación y planificación: Esto podría incluir costos de personal especializado, software de análisis de datos, consultoría y otros gastos relacionados.

Diseño e Implementación de Materiales:

- Desarrollo de mensajes y materiales: Crear anuncios publicitarios, folletos, videos, infografías, y otros materiales que transmitan el mensaje de seguridad vial.
- Diseño de campañas: Crear campañas de publicidad en medios masivos, campañas digitales, campañas en redes sociales y campañas en eventos locales.
- Producción de materiales: Imprimir folletos, producir videos, crear anuncios publicitarios, diseñar materiales para eventos, entre otros.
- Costo de diseño, producción y distribución: Esto incluye costos de personal creativo, diseño gráfico, impresión, producción de video, y otros gastos relacionados.

Gestión de Recursos Humanos y Logística:

- Personal de la campaña: Equipos de trabajo que gestionan la campaña, como coordinadores, diseñadores, promotores y personal de apoyo.
- Logística: Costo de transporte, alquiler de espacios para eventos, contratación de personal de apoyo, entre otros.
- Costo de personal y logística: Salarios del equipo de la campaña, gastos de viaje, alquiler de espacios, y otros costos relacionados con la logística.

Monitoreo y Evaluación:

- Medición de impacto: Asegurarse de que la campaña esté logrando los objetivos establecidos mediante la recopilación de datos y la medición de indicadores clave.
- Evaluación de la campaña: Análisis de los resultados de la campaña y la identificación de áreas de mejora.
- Costo de monitoreo y evaluación: Costos de software de análisis de datos, personal de investigación y evaluación, entre otros.

4.3. Tabla presupuestaria del proyecto de investigación

Descripción de la actividad	**Total**
Investigación y planificación	$1.000
Diseño e implementación de materiales	$5.000
Gestión de Recursos Humanos y Logística	$5.000
Monitoreo y Evaluación	$1.000
TOTAL	**$12.000**

Consideraciones adicionales:

- Tipo de campaña:

Las campañas de sensibilización suelen ser más económicas que las campañas de publicidad en medios masivos.

- Alcance:

Las campañas locales serán menos costosas que las campañas a nivel nacional o internacional.

- Duración:

Una campaña corta requerirá menos presupuesto que una campaña de larga duración.

4.4. Cronograma de ejecución

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	2025																			
	ENE				FEB				MAR				ABR				MAY			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Busqueda y selección de datos	■	■																		
Recopilacion de informacion tecnica, organización y legal			■	■																
Sintesis y sistematizacion bibliografica					■															
Muestreo selectivo, entrevistas especificas						■														
Elaboracion de encuestas							■													
Aplicación de encuestas								■												
Tabulacion de encuestas									■											
Analisis de encuestas									■											
Elaboracion de base de datops de la poblacion en estudio									■											
Elaboracion de cuadros estadisticos de la muestra									■											
Procesamiento de datos									■											
Redaccion del proyecto de investigacion										■										
Guia tutorial (revision y correcciones)											■									
Guia tutorial virtual (revision y correcciones)												■								
Revision del borrador previo a la elaboracion del proyecto final													■	■						
Redaccion del proyecto final															■	■				
ENTREGA DEL PROYECTO FINAL																	■	■	■	■

4.5. Conclusiones

1. **Evaluación de la percepción de las campañas de educación vial**: La investigación reveló que solo el 16% de los habitantes de la parroquia Juan Bautista Aguirre, Cantón Daule, conoce las campañas de educación vial, evidenciando una baja difusión y alcance de estas iniciativas. Además, el 84% de

los encuestados desconoce sus obligaciones como conductores o peatones, lo que subraya la necesidad de fortalecer estrategias comunicativas para incrementar la conciencia y el impacto de estas campañas en la reducción de accidentes de tránsito.

2. **Factores que influyen en la generación de conciencia**: Se identificaron como principales factores que contribuyen a los accidentes viales el exceso de velocidad, el incumplimiento de señales de tránsito, la conducción en estado etílico y la falta de uso de cinturones de seguridad o asientos infantiles. La percepción de los habitantes destaca la importancia de contenidos interactivos, como testimonios de víctimas y estadísticas impactantes, para fomentar un cambio de comportamiento, aunque se recomienda moderar el tono para evitar mensajes excesivamente agresivos.

3. **Medios adecuados para la comunicación de campañas**: Los medios más efectivos para difundir campañas de educación vial en el Cantón Daule son las redes sociales (34% de preferencia), la radio (29%) y eventos locales como ferias institucionales (9%). La población joven aboga por contenidos digitales interactivos, mientras que la participación de autoridades de tránsito en las campañas aumenta la credibilidad y el impacto, especialmente en entornos educativos y comunitarios.

4.6. Recomendaciones

1. **Fortalecer la difusión de campañas de educación vial**: Para cumplir con el objetivo de analizar la percepción de las campañas, se recomienda implementar estrategias de comunicación masiva con énfasis en redes sociales, utilizando videos cortos, infografías interactivas y testimoniales moderados que resalten las consecuencias de conductas viales imprudentes. Estas campañas deben ser continuas y dirigidas a los 9,000 habitantes de la población objetivo (adultos de 18 a 65 años), priorizando la parroquia Juan Bautista Aguirre, con mensajes adaptados culturalmente para maximizar la aceptación.

2. **Abordar los factores clave de siniestralidad**: En línea con la identificación de factores que influyen en la conciencia vial, se sugiere desarrollar programas educativos que enfaticen el respeto a los límites de velocidad, el uso obligatorio de cinturones de seguridad y la prohibición de conducir bajo efectos del alcohol.

Estos programas deben incluir simuladores de conducción y talleres prácticos en escuelas y comunidades, involucrando a instituciones como la ANT y ConduEspol para reforzar la credibilidad y fomentar comportamientos responsables.

3. **Optimizar los canales de comunicación**: Basado en la determinación de medios adecuados, se recomienda priorizar las redes sociales y la radio para difundir campañas, complementándolas con ferias comunitarias donde las autoridades de tránsito interactúen directamente con los habitantes. Además, se propone colaborar con colegios para incorporar educación vial en el currículo escolar, dirigida a jóvenes de 13 a 17 años, como medida preventiva para futuras generaciones de conductores y peatones en el Cantón Daule.

Referencias Bibliográficas

Agencia Nacional de Transito. (8 de Mayo de 2017). Obtenido de http://www.ant.gob.ec/index.php/noticias/1765-hoy-inicio-la-viii-semana-de-seguridad-vial-en-el-pais#.WTcSuY-cHIU

Agencia Nacional de Tránsito. (17 de Mayo de 2017). Estadísticas de transporte terrestre y seguridad vial . Obtenido de http://www.ant.gob.ec/index.php/descargable/file/4090-siniestros-abril-2017

Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica . (20 de junio de 2013). Al Ecuador le falta avanzar hacia una educación vial, manifiesta la directora de Ciclópolis. Obtenido de http://www.andes.info.ec/es/no-pierda-sociedad/ecuador-falta-avanzar-hacia-educacion-vial-manifiesta-directora-ciclopolis.html

Ana, J., & Inma, R. (2007). Imagen Corporativa. En J. Ana, & R. Inma, Identidad, Cultura e imagen corporativa (pág. 41). Barcelona: UOC.

ANT. (Diciembre de 2016). Tipos de Vehículos involucrados en siniestros de tránsito.

ANT. (Abril de 2017). Siniestros probables a Nivel Nacional.

Bassat, L. (2016). Las diferencias entre un producto y una marca. En L. Bassat, El Libro Rojo de las Marcas. Penguin Random House.

Cervera Ángel. (2015). Comunicación Total. En Á. Cervera, Medios y Soportes Publicitarios (pág. 120). Madrid: Esic.

Dirección Nacional de Control de Tránsito y Seguridad Vial. (s.f.). Obtenido de http://www.policiaecuador.gob.ec/dnctsv/

El Universo. (11 de noviembre de 2014). Seguridad vial se promueve en calles. Obtenido de http://www.eluniverso.com/noticias/2014/11/11/nota/4211561/seguridad-vial-se-promueve-calles

Ferrell ; Hartline. (2012). Estrategias de Mrketing. En O. Ferrell, & H. Michael, Conceptos Básicos de Marketing (pág. 8). México: Cengage Learning.

Fischer, L., & Espejo, J. (2011). Definición de mercadotecnia. En L. Fischer, & J. Espejo, Mercadotecnia Cuarta Edición (págs. 5-6). México: Mc Graw Hill.

Gómez Ramírez, Claudia . (mayo-agosto de 2007). Marketing Cultural.

Hair, J. F. (2010). Investigacion de Mercados. Mc Graw Hill.

Inma, R. (2011). Marketing de Servicio. En R. Inma, Principios y Estrategias de Marketing (pág. 40). Barcelona: UOC.

Kotler ,Philip ; Armstrong, Gary. (2003). Fundamentos de Marketing. En P. Kotler, & G. Armstrong, Desarrollo del Paln de Investigación (pág. 161). México: Pearson Educación.

Kotler, P; Armstrong, G (2008) Investigación de Mercados. En P. Kotler, A. Gary, Fundamentos de Marketing (pág.102). México: Pearson

Muñiz, Rafael. (2014). Marketing en el siglo xxi. CEF.

Rivera Camino, J., & de Garcillán López Rúa, M. (2012). Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones. En J. Rivera Camino, & M. de Garcillán López Rúa, Definiciones del Marketing (pág. 32). Madrid: ESIC.

Robles, Bernardo. (Septiembre - Diciembre de 2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/351/35124304004.pdf

Rodríguez, I. (2011). ¿Qué es el Marketing? En I. R. Ardura, Principios y estrategias de marketing (pág. 21). Barcelona: UOC.

Rodríguez, I. (2011). La Comuncacion. En I. Rodríguez, Principios y estrategias de marketing (págs. 71-72). Barcelona: UOC.

Muñoz, Nicanor (2012). El estudio exploratorio. Mi aproximación al mundo de la investigación cualitativa (págs. 492 – 499). Obtenido de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105222406019

5. ANEXOS

Las evidencias correspondientes a su proceso:

Modelo de encuesta

Pregunta # 1

¿Tipo de encuestado?

Tabla No. 1: Tipo de encuestado

Alternativa	Respuesta	%
Conductor		
Peatón		
TOTAL		

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule

Pregunta # 2

¿Conoce usted sobre alguna campaña sobre educación vial en el Cantón Daule?

Tabla No. 2: Conocimiento sobre educación vial

Alternativa	Respuesta	%
Si		
No		
Total		

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule

Pregunta # 3

¿Conoce usted sus obligaciones como conductor y peatón?

Tabla No. 3: Obligaciones como conductor y peatón

Alternativa	Respuesta	%
Si		
No		
TOTAL		

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule.

Pregunta # 4

¿Usted considera que hace buen uso de las señales de tránsito con el fin de disminuir los accidentes?

Tabla No. 4: Uso de señales de tránsito

Alternativa	Respuesta	%
Si		
No		
TOTAL		

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule.

Pregunta # 5

¿Por qué medio se enteró de la campaña de educación vial?

Tabla No. 5: Medio por el cual se enteró de la campaña de educación vial

Alternativa	Respuesta	%
Ferias institucionales		
Medios impresos		
Redes sociales		
Internet		
Radio		
TV		
TOTAL		

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule.

Pregunta # 6

¿Cuáles son las instituciones que dieron a conocer Campañas de Educación Vial?

Tabla No. 6: Instituciones que dieron a conocer Campañas de Educación Vial

Alternativas	TOTAL	%
ANT		
ATM		
CONDUESPOL		
CTE		
GOBIERNO		
Total		

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones en el Cantón Daule

Pregunta # 7

¿Frase más recordada de la Campaña de educación vial?

Tabla No. 7: Frase más recordada de la Campaña de educación vial

Alternativas	TOTAL	%
Abrazo seguro		
El cambio es contigo		
Manejo a la defensiva		
Respeto al peatón		
No quiero estar wardado		
TOTAL		

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones en el Cantón Daule

Pregunta # 8

¿Contenido ideal para la Campaña de educación vial?

Tabla No. 8: Contenido ideal para la Campaña de educación vial

Alternativas	TOTAL	%
Causas de accidentes automovilísticos		
Dramatización de accidentes		
Indicaciones de manejo		
Límites de velocidad		
Resultados de accidentes		
Testimonios de personas accidentadas		
TOTAL		

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule.

Pregunta # 9

¿Usted considera que se deben difundir con mayor alcance e importancia las Campañas de Educación vial?

Tabla No. 9: Importancia de Campañas de Educación vial

Alternativa	Respuesta	%
Si		
No		
TOTAL		

Fuente: Encuestas realizadas a conductores y peatones del Cantón Daule.