



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

“ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE LOS
USUARIOS Y MIEMBROS DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE
URBANO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

C2. Comunicación para el Desarrollo e Integración Social y Productiva

AUTORA: Estefany Damariz Orbe Bonilla

ASESORA: Mgs. Yalitza Therly Ramos Gil

IBARRA – JULIO 2017

CERTIFICACIÓN

Ibarra, 11 de julio de 2017

Máster

Yalitza Ramos Gil

Certifica haber revisado el presente proyecto, mismo que se ajusta a los requerimientos expuestos por la Escuela de Comunicación Social (ECOMS), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f).....

Máster

Yalitza Ramos Gil

C.C:.....

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los docentes que conforman la mesa del tribunal, aprueban el presente trabajo final de la Srta. Estefany Damariz Orbe Bonilla, mismo que han considerado que la investigación reúne las cualidades necesarias para el acto de defensa de tesis.

Firman para constancia:

(f).....

.....

C.C:.....

(f).....

.....

C.C:.....

(f).....

.....

C.C:.....

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Estefany Damariz Orbe Bonilla, declaro conocer y aceptar las disposiciones del Art. 66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de las investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”

IBARRA – JULIO – 2017

f).....

C.C:.....

AUTORÍA

Yo, Estefany Damariz Orbe Bonilla, con cédula de identidad N° 1004360010 afirmo que, los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación con título “ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE LOS USUARIOS Y MIEMBROS DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

.....
Estefany Damariz Orbe Bonilla

C.I. 1004360010

RESUMEN EJECUTIVO

Mediante la presente investigación se ha manifestado que el servicio de transporte público ha cambiado e incidido en las relaciones de la gente y en el desarrollo de la sociedad. Estos cambios, se han visibilizado en varios aspectos, por ejemplo: el crecimiento de la población y por ende, las relaciones y la integración en distintos procesos de la comunicación humana, ha permitido determinar una notable transformación a nivel social y comunicativo.

En este sentido, la comunicación es una ciencia que ha permitido el desarrollo de la vida del ser humano en distintos ámbitos. Con el avance tecnológico y evolución de la sociedad han aumentado los canales de comunicación, que permiten que la esencia y la efectividad con la que se interacciona entre las comunidades y los diferentes actores sociales no se pierda. En la actualidad una de las grandes ventajas de la comunicación es la inmediatez con la que se puede compartir e intercambiar información. Dentro de esta rama se pueden encontrar grandes estrategias y formas de relacionarse unos con otros, a través de la interacción, relaciones interpersonales, intrapersonales, en grupo o de forma individual, por medio del lenguaje, símbolos, señales y códigos en diferentes contextos sociales.

El proceso de comunicación e interacción social de la sociedad imbabureña tienen elementos comunicativos, culturales, tecnológicos, etc., que son importantes en lo que respecta al contexto de movilidad de transporte urbano de los cantones Otavalo, Antonio Ante e Ibarra.

El servicio de transporte público es un escenario donde se intercambian mensajes, costumbres, culturas, y convivencia. Por ello, en esta gran magnitud se pretende mejorar la relación entre usuarios y transportistas de manera efectiva.

Palabras claves: interacción, relaciones sociales, comunicación interpersonal, transporte urbano.

ABSTRACT

The present research has shown that the system of public transportation has changed and has influenced people's relationships and the development of the society. These changes, have been shown in different aspects. For example: the growth in the population and thus, the relationships, integration during different process of human communication has allowed. Consequently, we can say that there is a notable transformation of social and communication level.

Communication as a science has allowed the development of life of humanity in different areas. Thanks to the evolution and technological advances the methods of communication have increased. The idea is to create methods that appeal to the interaction between communities and different social actors are not lost. Nowadays, one of the great advantages of communication is the way in which we can share and Exchange information immediately. Within this branch, one can find big strategies and ways to build relations with one another throughout the interaction, interpersonal relations, group and individual relations, by using language, symbols, signals and codes. All these can be interpreted differently within the social context.

The process of communication and social interaction of society, especially in Imbabura, has communicative, cultural, technological elements and more that are important in regards at the mobility of public transportation in the urban area of counties Otavalo, Antonio ante e Ibarra.

Public transportation in these sectors is a scenery where messages, traditions, and coexistence take place. Therefore, the idea is to improve the relation between people that use public transportation and the drivers.

Key words: interaction, social relations, communications, interpersonal relations, public transportation.

DEDICATORIA

La presente investigación se lo dedico a mis padres quienes están constantemente a mi lado, y han sabido guiarme con buenos valores y principios, además de darme la confianza y seguridad para conseguir mis metas.

A mi hijo, Milan Caleb, el tesoro más grande y preciado que tengo en mi vida, a su sonrisa y sus besos que son el mejor pago que he recibido en la vida y me motiva a dar más de lo que puedo.

A un comunicador social que se encuentra en el cielo, quien me brindó su amistad y cariño, además de que me motivó a seguir y cumplir mis deseos. A ti, Paúl Martillo.

A mis profesores, personas de grandes enseñanzas y virtudes que han sabido compartir su habilidad, conocimiento y sobre todo paciencia para poder instruir y ponerme a prueba. Ahora son mis amigos en los que puedo contar y confiar.

A mis compañeros y amigos de la carrera universitaria, con los que aprecié un gran valor llamado AMISTAD. Con ellos compartí excelentes momentos, que los llevaré en mi corazón y perdurarán para toda la vida.

A todas las personas que hacen uso de un transporte público y evidencian a diario la necesidad de mejorar, y sobre todo a las personas no videntes por ser también parte de nuestra sociedad y necesitan ser incluidos en este y otros servicios.

Y a un grande artista ecuatoriano que dijo:

“Si quieres conocer al pueblo ecuatoriano, súbete a un bus de servicio urbano...”

Carlos Michelena “El Miche”

AGRADECIMIENTO

A la razón de mi existencia, DIOS. Por su misericordia y amor cada día.

A mi familia, por ser ese núcleo de amor en el cual me encuentro muy a gusto, por la comprensión, ayuda y paciencia durante todo el trayecto de esta investigación.

A mi querida profesora, amiga y asesora Yalitzá Ramos, por su direccionamiento, guía, incentivo y aliento durante el tiempo que nos hemos conocido.

A mi amigo, Manuel Narváez, por sus tutorías virtuales y enseñanzas técnicas, por el apoyo constante y su cariño.

Gracias a mi amigo, Lennin Bastidas, por su ayuda y compañía en el proceso del diagnóstico, por su gentileza y amabilidad.

A la Empresa de Movilidad del Norte y sus miembros por la facilidad y entrega de información pertinente en el desarrollo de este proyecto.

A los gerentes y dueños de las cooperativas de transporte de cada cantón por su apertura y cordialidad en la investigación.

A mi amigo guatemalteco productor audiovisual, Carlos Juárez por su atención, gentileza, solidaridad, ideas y tiempo extra dedicado en el presente proyecto.

A todos mis amigos y amigas que han estado pendientes de mí, gracias por darme ese apoyo incondicional, fuerzas y ánimos para culminar pronto esta etapa. Para todos ustedes, mi gran admiración.

Gracias, eternamente agradecida.

Su amiga, Stefy.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN	2
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	4
AUTORÍA.....	5
RESUMEN EJECUTIVO.....	6
ABSTRACT.....	7
DEDICATORIA	8
AGRADECIMIENTO	9
ÍNDICE DE CONTENIDO	10
ÍNDICE DE TABLAS.....	15
ÍNDICE DE GRÁFICOS	18
ÍNDICE DE FIGURAS.....	21
INTRODUCCIÓN.....	22
1. CAPÍTULO I.....	23
1.1.1 LA COMUNICACIÓN	23
1.1.2. Diálogo	23
1.1.3. Concepto	24
1.1.4. Tipos de comunicación	25
1.1.5. Procesos de comunicación	26
1.1.6 Funciones de la comunicación	28
1.1.7 Barreras de la comunicación	29
1.1.8 Lenguaje y dialecto.....	30

COMUNICACIÓN: HABLA, EXPRESIÓN, GESTOS, E INTERACCIÓN	30
1.1.9 Comunicación para-verbal.....	30
1.1.10 Los gestos hablan más que las palabras	31
1.1.11 La interacción social comunicativa	32
1.1.12 Formas de comunicación como constructora de cultura	32
1.1.13 Características de la comunicación interpersonal	34
1.1.14 Niveles de la interacción interpersonal	34
MODELOS DE COMUNICACIÓN.....	35
1.1.15 El modelo del proceso de comunicación	35
1.1.16 Modelo de comunicación interpersonal	35
COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	36
1.1.17 La personalidad y la comunicación.....	36
1.1.18 Contaminación ruidosa o auditiva.....	37
1.1.19 Ruidos	38
EDUCACIÓN Y CULTURA	38
1.1.20 Costumbres y tradiciones	38
1.1.21 Comunicación y cultura	39
1.1.22 Subcultura urbana	40
CONTEXTO SOCIAL: MOVILIDAD URBANA	40
1.1.23 Comportamiento socio – espacial en los transportes públicos urbanos .	40
1.1.24 Pautas de conducta socio - espacial	41
1.1.25 Conductas asociadas con el acceso al transporte.....	42
1.1.26 Conductas espaciales en el transcurso del viaje	42
1.1.27 Conductas espaciales asociadas con la salida de los transportes	44

1.1.28	Conductas y actitudes territoriales.....	45
1.1.29	Marcas territoriales	46
1.1.30	Conductas actitudes de defensa del espacio personal.....	47
1.1.31	Aproximación cualitativa	50
TRANSPORTE PÚBLICO URBANO		50
1.1.32	Símbolos y señales	50
1.1.33	La ley de tránsito y transporte	51
2.	CAPÍTULO II	55
2.1	MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	55
2.2	IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	57
2.2.1	Identificación de la muestra	59
2.2.2	Fórmula aplicada en Excel	60
2.3	ENCUESTAS.....	60
2.3.1	Encuestas a usuarios	61
2.3.2	Encuestas a transportistas	61
2.4	TABULACIÓN DE ENCUESTAS	61
2.5	ENTREVISTAS.....	107
2.5.1	Tipos de entrevistados.....	107
2.5.2	Redacción de entrevistas	108
2.6	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	138
2.6.1	Encuestas.....	138
2.6.2	Entrevistas.....	139
3.	CAPÍTULO III	141
3.1	PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA	141

3.2	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	142
3.2.1	Detalle del proceso	142
3.3	NOMBRE DE LA TARJETA	143
3.4	OBJETIVO GENERAL	143
3.5	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	143
3.6	PÚBLICO OBJETIVO	144
3.7	MISIÓN.....	144
3.8	VISIÓN.....	144
3.9	BENEFICIARIOS	144
3.9.1	Beneficiarios Directos	144
3.9.2	Beneficiarios Indirectos.....	145
3.10	EJEMPLO GRÁFICO DE LA TARJETA.....	145
4.	CAPÍTULO IV.....	146
4.1	ANÁLISIS DE IMPACTOS	146
4.2	IMPACTO COMUNICACIONAL.....	148
4.3	IMPACTO SOCIAL	150
4.4	IMPACTO CULTURAL.....	151
4.5	IMPACTO TECNOLÓGICO	153
4.6	IMPACTO GENERAL	154
	CONCLUSIONES	156
	RECOMENDACIONES.....	159
	BIBLIOGRAFÍA.....	161
	ANEXOS.....	166
	Anexo 1.....	166

Anexo 2.....	175
Anexo 3.....	182
Anexo 4.....	186
Anexo 5.....	187

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1: Elementos de la Comunicación	27
Tabla 2.1: Matriz de relación diagnóstica	55
Tabla 2.2: Identificación de la Población por provincias	58
Tabla 2.3: Tabla de Excel transformada con los datos de la fórmula	60
Tabla 2.4: Distribución por respuesta a los cantones realizados las encuestas	64
Tabla 2.5: Distribución por respuesta al idioma que utilizan los usuarios.....	65
Tabla 2.6: Distribución por respuesta a la frecuencia con la que los usuarios usan el transporte urbano	66
Tabla 2.7: Distribución por respuesta a las formas de comunicación que el usuario mantiene con el transportista.....	67
Tabla 2.8: Distribución por respuesta a las actitudes que el usuario mantiene con el transportista durante el tiempo de viaje	68
Tabla 2.9: Distribución por respuesta del usuario al fomentar de una actitud positiva entre transportista y pasajero	69
Tabla 2.10: Distribución por respuesta a la muestra de una actitud positiva	70
Tabla 2.11: Distribución por respuesta a la contaminación auditiva o ruidosa dentro de transporte	71
Tabla 2.12: Distribución por respuesta al aporte del usuario a las relaciones sociales	72
Tabla 2.13: Distribución de la preferencia como pasajero.....	73
Tabla 2.14: Distribución por respuesta al servicio que presta el medio de transporte	74
Tabla 2.15: Distribución por respuesta al respeto sobre las tarifas correspondientes	74
Tabla 2.16: Distribución por respuesta a la vulneración de derechos humanos directa o indirectamente dentro del transporte público.....	76
Tabla 2.17: Distribución de la vulneración de derechos que el usuario ha presenciado dentro del transporte	77

Tabla 2.18: Distribución por respuesta a la importancia de fomentar las relaciones sociales dentro del transporte público para evitar la vulneración de derechos....	78
Tabla 2.19: Distribución por respuesta a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Art. 185 sobre el cumplimiento del respeto a los derechos humanos y un trato inclusivo a los usuarios en las vías.....	79
Tabla 2.20: Distribución por respuesta a los medios de comunicación para promover las relaciones interpersonales entre usuarios y transportistas	80
Tabla 2.21: Distribución por respuesta a las estrategias comunicacionales para mejorar la comunicación interpersonal entre usuarios y transportistas	81
Tabla 2.22: Distribución por respuesta al idioma hablante por parte de los usuarios	84
Tabla 2.23: Distribución por respuesta a las formas de comunicación que el usuario mantiene con el transportista.....	85
Tabla 2.24: Distribución por respuesta del fomento de una actitud positiva como transportista hacia el pasajero.....	86
Tabla 2.25: Distribución por respuesta a la muestra de una actitud positiva	87
Tabla 2.26: Distribución por respuesta a la contaminación auditiva o ruidosa que provoca el transportista dentro del transporte	88
Tabla 2.27: Distribución por respuesta de los transportistas a las reuniones para determinar la importancia de atención al usuario	89
Tabla 2.28: Distribución por respuesta sobre la relación cordial dentro de un medio de transporte	90
Tabla 2.29: Distribución por respuesta a las relaciones sociales	91
Tabla 2.30: Distribución por respuesta en cuanto a la actitud del usuario.....	92
Tabla 2.31: Distribución por respuesta como transportista de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Art. 185 sobre el cumplimiento del respeto a los derechos humanos y un trato inclusivo a los usuarios en las vías	93
Tabla 2.32: Distribución por respuesta sobre el respeto a las paradas establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito.....	94
Tabla 2.33: Distribución por respuesta sobre el respeto a las tarifas correspondientes a estudiantes, personas de la tercera edad y personas con discapacidad.....	95

Tabla 2.34: Distribución por respuesta a la campaña del CONADIS junto a la Agencia Nacional de Tránsito “Respetar mi espacio, Respetar mi tarifa, Respetar mi parada”	96
Tabla 2.35: Distribución sobre la existencia de normas señaladas	97
Tabla 2.36: Distribución por respuesta de las cooperativas de transporte al poseer un buzón de sugerencias	98
Tabla 2.37: Distribución por respuesta como transportista del fomento de las relaciones sociales dentro del transporte	99
Tabla 2.38: Distribución por respuesta sobre la vulneración de derechos humanos directa o indirectamente dentro del transporte público	100
Tabla 2.39: Distribución por respuesta la vulneración de derechos que el transportista ha presenciado dentro del transporte	101
Tabla 2.40: Distribución por respuesta de estrategias comunicacionales para mejorar la comunicación interpersonal entre transportistas y usuarios	102
Tabla 4.1: Matriz de valores numéricos determinados para cada impacto	147
Tabla 4.2: Impacto Comunicacional	148
Tabla 4.3: Impacto social.....	150
Tabla 4.4: Impacto Cultural.....	151
Tabla 4.5: Impacto Tecnológico.....	153
Tabla 4.6: Impacto general	154

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1: Distribución por edades de los usuarios del transporte urbano	62
Gráfico 2.2: Distribución por sexo de los usuarios del transporte urbano	63
Gráfico 2.3: Distribución por cantones de residencia de los usuarios del transporte urbano	63
Gráfico 2.4: Distribución por idioma hablante por parte de los usuarios	64
Gráfico 2.5: Distribución de la frecuencia con la que los usuarios utilizan el transporte urbano	65
Gráfico 2.6: Distribución de las formas de comunicación que el usuario mantiene con el transportista	66
Gráfico 2.7: Distribución de actitudes que el usuario mantiene con el transportista durante el tiempo de viaje.....	67
Gráfico 2.8: Distribución del fomento de una actitud positiva como usuario entre transportista y pasajero	68
Gráfico 2.9: Distribución de muestra de una actitud positiva	69
Gráfico 2.10: Distribución sobre la contaminación auditiva o ruidosa dentro del transporte	70
Gráfico 2.11: Distribución del aporte del usuario a las relaciones sociales.....	71
Gráfico 2.12: Distribución de la preferencia como pasajero.....	72
Gráfico 2.13: Distribución del servicio que presta el medio de transporte	73
Gráfico 2.14: Distribución del respeto sobre las tarifas correspondientes	74
Gráfico 2.15: Distribución sobre la vulneración de derechos humanos directa o indirectamente dentro del transporte público.....	75
Gráfico 2.16: Distribución de la vulneración de derechos que el usuario ha presenciado dentro del transporte	76
Gráfico 2.17: Distribución sobre la importancia de fomentar las relaciones sociales dentro del transporte público para evitar la vulneración de derechos.....	77
Gráfico 2.18: Distribución de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Art. 185 sobre el cumplimiento del respeto a los derechos humanos y un trato inclusivo a los usuarios en las vías.....	79

Gráfico 2.19: Distribución de medios de comunicación para promover las relaciones interpersonales entre usuarios y transportistas	80
Gráfico 2.20: Distribución de estrategias comunicacionales para mejorar la comunicación interpersonal entre transportistas y usuarios	81
Gráfico 2.21: Distribución por edades de los transportistas/choferes	82
Gráfico 2.22: Distribución por sexo de los transportistas	83
Gráfico 2.23: Distribución por idioma hablante por parte de los transportistas	83
Gráfico 2.24: Distribución de las formas de comunicación que el transportista mantiene con el usuario.....	84
Gráfico 2.25: Distribución del fomento de una actitud positiva como transportista hacia el pasajero	85
Gráfico 2.26: Distribución de muestra de una actitud positiva	86
Gráfico 2.27: Distribución sobre la contaminación auditiva o ruidosa que provoca el transportista dentro del transporte.....	87
Gráfico 2.28: Distribución sobre reuniones para determinar la importancia de la atención al usuario	88
Gráfico 2.29: Distribución sobre la relación cordial dentro de un medio de transporte	89
Gráfico 2.30: Distribución de las relaciones sociales	90
Gráfico 2.31: Distribución en cuanto a la actitud del usuario	91
Gráfico 2.32: Distribución como transportista de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Art. 185 sobre el cumplimiento del respeto a los derechos humanos y un trato inclusivo a los usuarios en las vías.....	92
Gráfico 2.33: Distribución sobre el respeto a las paradas establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito.....	93
Gráfico 2.34: Distribución sobre el respeto a las tarifas correspondientes a estudiantes, personas de la tercera edad y personas con discapacidad.....	94
Gráfico 2.35: Distribución a la campaña del CONADIS junto a la Agencia Nacional de Tránsito “Respetar mi espacio, Respetar mi tarifa, Respetar mi parada”.....	95
Gráfico 2.36: Distribución sobre la existencia de normas señaladas	96

Gráfico 2.37: Distribución de las cooperativas de transporte al poseer un buzón de sugerencias	97
Gráfico 2.38: Distribución como transportista del fomento de las relaciones sociales dentro del transporte	98
Gráfico 2.39: Distribución por respuesta como transportista del fomento de las relaciones sociales dentro del transporte	99
Gráfico 2.40: Distribución de la vulneración de derechos que el transportista ha presenciado dentro del transporte	100
Gráfico 2.41: Distribución de estrategias comunicacionales para mejorar la comunicación interpersonal entre usuarios y transportistas	101
Gráfico 2.42: Distribución estadística en cuanto a la actitud que el usuario mantiene con el transportista durante el tiempo de viaje	103
Gráfico 2.43: Distribución estadística del transportista que califica la actitud del usuario.....	104
Gráfico 2.44: Distribución estadística de los usuarios al mostrar una actitud positiva	105
Gráfico 2.45: Distribución estadística de los transportistas al mostrar una actitud positiva	106

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.2: Barreras de la Comunicación	29
Figura 1.3: Modelo de la comunicación interpersonal	36

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como propósito hacer un estudio de la comunicación interpersonal entre usuarios y miembros de las cooperativas de transporte urbano en Otavalo, Antonio Ante e Ibarra; lugares pertenecientes a Imbabura.

El objetivo general de la investigación es conocer acerca de la interacción social que se genera en un medio de transporte, así como aproximarse en un análisis teórico sobre el funcionamiento de las sociedades humanas con respecto a las relaciones interpersonales y sus formas de comunicación, además para formar interés, cambio y mejorar las relaciones sociales.

Para analizar el problema de la investigación ha sido necesario mencionar las debilidades o limitaciones que se pueden encontrar en el transporte. Dentro de las unidades públicas, el constante movimiento, ruidos, contratiempos, deseos y necesidades de desplazarse permiten evidenciar una reacción más negativa que positiva. Es así que, una de las causas principales para detectar el débil proceso de comunicación, es la falta de costumbres, educación, cultura, diálogo, entre otros.

Las unidades de transporte intracantonal que fueron investigadas son: “8 de Septiembre”, “Orozcotola”, “San Miguel de Ibarra” y “28 de Septiembre” habilitadas por la Empresa de Movilidad del Norte y la Agencia Nacional de Tránsito.

El presente proyecto determinará cómo es el proceso de funcionamiento del servicio de transporte urbano, en cuanto a su desarrollo y circulación, las reuniones, capacitaciones, campañas y organización. Se abordará cuatro capítulos: el primero, abarca la sustentación teórica; el segundo, el proceso del diagnóstico mediante herramientas estratégicas. Luego, se establece una propuesta que beneficiarán a las personas no videntes mediante un sistema que se implementará en las paradas interactivas. Y en el último capítulo se medirá los impactos que generará este proyecto. Al finalizar todo este proceso se incluyen las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1.1 LA COMUNICACIÓN

La comunicación es importante a lo largo de la vida, ya que los seres humanos desarrollan y aprenden a comunicarse unos con otros de diferentes formas sin importar su lengua, cultura o creencia, con el fin de tener una interrelación que pueda ser entendida. Esta comunicación, a su vez genera un mejor desarrollo individual, colectivo, social, y económico partiendo de la idea del diálogo a través del intercambio de pensamientos entre dos o más personas que participan en este proceso.

La comunicación en la actualidad ha dado pasos agigantados, ya no es como antes, cuando era a través de cartas, correos y mensajes que duraban mucho tiempo en dar respuesta. Ahora la comunicación es inmediata y puede ser de muchas formas.

Para establecer esta interacción, al menos se necesitan dos personas para transmitir un mensaje, información, necesidad, etc. Ya sea por medio de signos, señales, símbolos. También de manera oral o escrita porque la comunicación debe ser entendida, al momento de dirigirse a una persona o al público en general o sino para expresar un mensaje. En la medida del caso se pretende evitar confusión entre los actores. La voluntad e idiosincrasia de cada ser permite vivir en comunión de forma atractiva y firme.

1.1.2. Diálogo

El diálogo es el principal factor que debe estar inmiscuido dentro de la comunicación, porque dentro de este proceso se puede reafirmar el mensaje siendo efectiva la retroalimentación. Es una relación directa que permite representar las ideas de una manera inmediata y espontánea a quienes la desarrollan.

Paulo Freire (citado en Kaplún, 1998) afirmó que:

El diálogo es una relación horizontal de A con B. Nace de una matriz crítica y genera criticidad. Cuando los dos polos del diálogo se ligan así, con amor, con esperanza, con fe el uno con el otro, se hacen críticos en la búsqueda común de algo. Sólo ahí hay comunicación. Sólo el diálogo comunica (p. 60). Asimismo para Kaplún (1998) el diálogo es una forma de entender a la comunicación como una relación de intercambio de manera que puedan comunicarse, comprenderse y a su vez generar participación.

Cuando dos personas mantienen un diálogo sobre un tema que sea similar y de interés común, la plática crece y tiene peso, puesto que están comunicando algo, sobre todo conociendo el punto de vista individual y siendo críticos a lo que se refieren. En ese momento, el diálogo toma fuerza dando cumplimiento a la comunicación como tal.

Pelayo y Cabrera (2002) definieron que el diálogo es un proceso complejo, ya que, es una relación directa donde se evidencia al discurso en la forma de comportamiento del ser. Al igual que Kaplún, piensan que los actores, interlocutores, hablantes, debe ser activa. Es por eso que, en el diálogo se intercambian símbolos verbales y no verbales y apuestan a que el ser humano tiene turnos y debe hablar, así como también escuchar para provocar unidad de una manera positiva.

1.1.3. Concepto

La comunicación tiene varios enfoques y puede ser entendida de distintas maneras, como un servicio, como un proceso, como una forma de vida, entre otras cosas.

Watzlawick, Beavin & Jackson, (1971) definieron a la comunicación como el intercambio de información y como un proceso de cambio o paso de un estado a otro que indica relaciones enlazadas que no son efecto-consecuencia, sino un transcurso en un contexto social que se desarrolla a partir de la comunicación misma.

Es importante entender el contexto comunicacional referido a los elementos y procesos que se forman mediante el diálogo, ya que la comunicación permite que se identifiquen estos espacios de interrelación y se desarrolle de manera activa y eficaz.

Morín, 1986 (citado en Watzlawick et al, 1971) concluye que la comunicación es una realidad emergente por las cualidades o propiedades que presentan un carácter de novedad cuando dos o más personas están en relación porque surge algo nuevo.

La comunicación es una relación entre emisores y receptores en iguales condiciones y oportunidades; es decir, que los sujetos que intervienen en los procesos inherentes a la organización convivan en un permanente ambiente de retroalimentación, elemento indispensable para lograr niveles de aprendizaje (Ulloa, 2015).

La comunicación permite estar en relación entre dos personas, dentro de un grupo, comunidad u organización que manejan un mismo lenguaje, código, vía, canal en común que permita entender el mensaje, lo cual conlleva a generar un conocimiento previo y así poder retroalimentarse mutuamente.

El ser humano cuando está en interacción con la realidad por medio de las relaciones entre unos y otros, da una sensación de comunión y la práctica social de relaciones humanas son la organización como tal. Es a través de la comunicación que el hombre puede influir en otro, por el hecho de que comparten conocimiento, conductas, acciones y formas de vida, lo cual hace que la convivencia en sociedad sea más agradable en conjunto (Borden, 1974).

1.1.4. Tipos de comunicación

El ser humano para expresar sus sentimientos y emociones se comunica a diario, ya que, existen formas para lograrlo y se usan frecuentemente. Lo importante es que dentro de estos espacios tanto públicos como privados se haga de manera adecuada.

Según Zayas (2012) en la comunicación existen tipos de comunicación que permiten relacionarse con las demás personas. Por ejemplo:

- **Comunicación Verbal:** se usa al lenguaje mediante signos.
- **Comunicación No Verbal:** Son expresiones distintas al uso de la palabra. En este caso Zayas lo define lenguaje “mudo”, “o del cuerpo” o “sin palabras”.

Dentro de este tipo se añaden algunos tipos importantes que toma en cuenta en la comunicación interpersonal.

- *Kinésica:* Son movimientos corporales donde se usan las manos, la postura y el rostro.
- *Visual:* Netamente tiene que ver el contacto con los ojos, la mirada.
- *Paralingüística o extralingüística:* aplica el método de la vocalización
- *Proxémica personal:* aquella que estudia normas de organización espacial y temporal de la comunicación.
- *Territorio o distancia:* Espacio que se da entre los actores. (p.28-29)

1.1.5. Procesos de comunicación

Según Aristóteles (citado en Luis López Forero, 1992) existen tres elementos principales de la comunicación: emisor, receptor, mensaje. Sin embargo, partiendo de estos se han creado más modelos teóricos en la comunicación, añadiendo más elementos que generan la interacción en el ser humano. Estos elementos implícitos desarrollan el proceso de comunicación, los cuales son:

Tabla 1.1: Elementos de la Comunicación

ELEMENTOS	
Fuente	Quien elabora el contenido del mensaje para ser emitido y determina el canal por el cual quiere llegar al público.
Emisor o codificador	Es quien emite y codifica el mensaje.
Mensaje	Código de señales codificadas en la cual se expresa la información.
Código	Es un conjunto de signos que se usa para transmitir un mensaje y puede ser en distintas formas.
Medio	Es el instrumento por el cual será se transporta el mensaje.
Ruido	Es todo lo que impide la comprensión del mensaje.
Receptor	Es quien recibe y reinterpreta el mensaje.
Destinatario	Es el o las personas que perciben al final el mensaje.

Fuente: (López, 1992).

Elaborado por: La Autora

Todos estos elementos desarrolla el ser humano al momento que interactúa con otra persona, ya sea para compartir, aprender, enseñar, impartir con la sociedad, puesto

que esta interacción genera comunicación, y no importa el lugar, quien emita el mensaje, quien entrega y recibe sino más bien el medio o la vía que permite brindar un conocimiento previo, además hay que tomar en cuenta que existen obstáculos y barreras que muchas veces limitan a la comunicación. Estos componentes hay que saber manejarlos de la mejor manera para lograr una retroalimentación vigorosa.

1.1.6 Funciones de la comunicación

Para comprender la comunicación como una función social es necesario analizar las situaciones que están intrínsecamente pegadas al comportamiento del ser humano y que de una forma u otra se intercambian sentimientos, deseos, ideas, e intereses al momento de comunicarse (Zayas, 2012).

Existen tres funciones por las cuales se entiende los entornos de la comunicación.

- Informativa: tiene que ver principalmente con la información, puesto que genera, transmite y recepta la persona para así también compartir con el resto, ya sean deseos, ideas, conocimientos, incluso hasta datos. Este intercambio produce un diálogo que ocasiona una interacción activa como una forma de compartir. La comunicación es una vía que provee la información de una manera más directa.
- Afectiva: esta función apela a los sentimientos dando una respuesta positiva o negativa a las necesidades. Dentro de esta existen elementos intrínsecos que facilitan la comprensión tales como la motivación y las emociones.
- Regulativa: es aquella que controla a las personas en cuanto a la comunicación informal para evitar salirse de las normas y comportamientos que demanda dentro de una organización. Además, esto permite evaluar un nivel de calidad en el desarrollo de la comunicación.

1.1.7 Barreras de la comunicación

Los obstáculos o barreras que se presentan en el proceso de la comunicación no permiten lograr una comunicación eficaz entre emisor y receptor o un grupo de personas, por lo que distintos factores afectan de manera parcial o totalmente el mensaje impidiendo obtener un conocimiento. Las barreras limitan a la comunicación de manera individual o colectiva.

Figura 1.1: Barreras de la Comunicación



Fuente: (Zayas, 2012).

Elaborado por: La Autora

El ser humano es el causante de todas estas barreras y para poder eliminarlas se deberían tomar en cuenta ciertas situaciones, por ejemplo, cuando se hace uso del lenguaje, muchas veces se distorsiona el mensaje, lo que impide un conocimiento claro del tema, otro ejemplo también cuando el hombre produce ruido. De todas

formas, para que el mensaje no se degrade más y tratar de convivir de manera amena en conjunto los unos con los otros, se debe obtener armonía y mejor desarrollo social permitiendo que cada acción sea en beneficio de una buena comunicación.

1.1.8 Lenguaje y dialecto

El conjunto de signos que permite la comunicación entre grupos, organizaciones y organismos es el lenguaje, el pilar fundamental dentro de la comunicación en una sociedad en relación del hombre con el hombre, y éste con su entorno. Además, el lenguaje ha sido el principal protagonista en la evolución del hombre que ha permitido crear un lenguaje propio e implementarlo en cada grupo social.

Para Vivaldi y Sánchez (2000): “El lenguaje es la facultad que posee el hombre de utilizar sonidos articulados (signos orales) y sus representaciones gráficas (signos escritos) para comunicarse con sus semejantes”. (p.285)

Es así que el lenguaje es el sistema más sobresaliente en la comunicación del ser humano. Conjuntamente estos autores creen que existe una relación inseparable entre lenguaje y pensamiento, porque dentro de ello están inmersos el emisor y receptor.

COMUNICACIÓN: HABLA, EXPRESIÓN, GESTOS, E INTERACCIÓN

1.1.9 Comunicación para-verbal

Dentro de la comunicación existen varios tipos de lenguaje, en este caso, la comunicación para-verbal es parte del lenguaje hablado que utiliza a la voz en sus distintas entonaciones y hace referencia en la manera que se dicen las cosas, porque el mismo mensaje usado en diferente tono tiene mucho que ver con la intención de transmitir un mensaje y puede variar su significado, aun utilizando las mismas palabras (Van - der Hofstadt, 2005).

Articular bien las palabras y manejar adecuadamente la voz permitirá que lo que se quiere decir sea comprendido de manera rápida y sencilla. Otro de los elementos de la comunicación para-verbal, es el silencio y las pausas, puesto que se necesita usarlo para no cansar al receptor y lograr un efecto positivo.

1.1.10 Los gestos hablan más que las palabras

Cuando el hombre usa la gestualidad o algún movimiento corporal, hace que la otra persona sienta, crea, perciba inmediatamente algo. Puede ser positivo o negativo. De acuerdo a la percepción del individuo. Una imagen, un gesto, un sonido o una mueca puede decir más que una palabra, ya que denotan más realismo en los sentimientos y emociones.

Es importante entender o descifrar qué siente una persona mientras está mostrando ciertas condiciones a través de sus gestos o movimientos cuando está exponiendo algo, dando su punto de vista, brindando información o diciendo un mensaje. Esa clave del lenguaje permite deducir más allá de lo que una palabra quiere decir. Mucha gente se preocupa en decir las cosas y no cómo saber decirlas. Para los hermanos Pease (2010) interpretar el lenguaje del cuerpo separa a la ficción de la realidad, y mucha gente no evalúa que una conversación de frente es una clara exposición de las señales del cuerpo. Es así que, cuando el hombre está en interacción, generando diálogos, corresponde a prestar atención a la gestualidad como una manera precisa de entender el mensaje.

En cambio, Martín (2015) afirma que las palabras son eficaces cuando se habla y gestualiza acorde al mensaje, fortaleciendo el tema y de modo natural, sin exagerar, para que cumpla con estas condiciones y la relación se vea más atractiva.

1.1.11 La interacción social comunicativa

El comportamiento del ser humano es una respuesta a la interacción que tiene en sociedad, puesto que determina las relaciones y experiencias que se genera en la vivencia tanto individual como colectiva.

Para que exista interacción es importante inmiscuir a la comunicación y a la información para que así se identifiquen intercambios de ideologías, pensamientos y experiencias, con el fin de obtener significados comunes entre personas, grupos u organizaciones. De este modo, (Bolívar A; Manterola C; Ramos C; Sánchez L; Sans J, 2004) opinan que la interacción social comunicativa tiene una gran influencia social. Para García (2004) las acciones que desarrolla el ser humano son consideradas como procesos sociales, porque establecen relaciones de comunicación como parte fundamental de la interacción.

1.1.12 Formas de comunicación como constructora de cultura

La comunicación como contexto social y cultural tiene diferentes formas de ponerlo en práctica, lo cual permite que la acción comunicativa establezca la necesidad del ser humano en comunicarse con los demás, y a su vez, para satisfacer las necesidades.

En la investigación de Antonio Franco sobre la acción comunicativa de Jürgen Habermas (2004) supone que para que exista interacción deben ser al menos dos actores partícipes dentro de la relación interpersonal y dentro del mismo proceso, el lenguaje es el motor que impulsa al cumplimiento de la comunicación como tal.

El hombre se convierte en actor de la comunicación cuando desarrolla algún papel, ya sea siendo emisor o receptor, y a través de un mensaje expuesto de manera semántica consigue esta interacción comunicativa. Al mismo tiempo hace que la comprensión de este proceso de comunicación donde se hace uso del lenguaje conforme un escenario comunicativo.

Dentro de la comunicación el lenguaje mantiene una costumbre y una tradición, donde las situaciones son analizadas, como por ejemplo el mundo de la vida, la cultura y el ser. Para Franco (2004) el lenguaje es la principal asociación de estos entornos sociales que tiene como meta, comunicar. Y que también integra a una comunidad que se identifica con el resto y su cultura, de esa manera los elementos sociales-estructurales determinan que el sujeto, es decir, el hombre en la cultura personifica, desarrolla y la conserva, a través del lenguaje.

En Ecuador la lengua o idioma es fundamental dentro del crecimiento de la sociedad, por el hecho de que existen culturas que enriquecen a esta nación. Es así que la propia Constitución del Ecuador en su Artículo 2, manifiesta... [el castellano es el idioma oficial del Ecuador; el castellano, el kichwa y el shuar son idiomas oficiales de relación intercultural]...Asamblea Nacional del Ecuador (2008) además esta reconoce el uso oficial de las lenguas indígenas. No obstante, primero está el castellano que en la mayoría es su forma de comunicación con la sociedad, porque permite desplazarse más fácil a quien habla una lengua indígena. Después está el kichwa que también es un idioma que tiene un gran porcentaje de hablantes a nivel de la provincia y de la misma forma actúan en las relaciones con sus semejantes y demás.

Dentro de la provincia de Imbabura se maneja al lenguaje a través de dos idiomas: el kichwa y el castellano. De acuerdo a un estudio sobre Población Indígena del Ecuador en el último censo del 2010 se conoce que Imbabura tiene el 10.5% de Población Indígena del Ecuador, siendo la tercera provincia en la Sierra más representativa en este idioma. (INEC, 2010). Sin embargo, el idioma es un tema complejo y mantener un idioma nativo o heredado se torna difícil porque se puede desarraigar de sus raíces por la evolución, moda, necesidades y deseos. La relación de una persona con otra por medio del lenguaje es gracias al idioma siendo verbal y directa, lo que se pretende es que no muera o pierda su verdadera esencia.

1.1.13 Características de la comunicación interpersonal

Cuando una persona y otra están en contacto directo, cara a cara, es cuando las personas demuestran sus ideas, pensamientos, emociones y sentimientos que se pueden reconocer en la personalidad de cada ser humano.

Dentro de la comunicación interpersonal existen características que permiten distinguir la interacción en distintos ámbitos. Para ello, Fonseca (2005) ha determinado las siguientes:

- *Díadica*: se considera una relación más personal, porque es la interacción entre dos personas.
- *Espontánea*: es aquella que se da sin haberlo planeado. De manera natural.
- *Variable*: se ve afectada por los cambios de las personas en cuanto a sus comportamientos, decisiones, actitudes, etc.
- *Única*: es una relación individual. Se capta de manera propia.
- *Dinámica*: es la acción entre emisor y receptor.

Estas características pueden adoptarse dentro de una misma cultura o adquirir de otras las cuales pueden darse en cualquier interacción social-personal diariamente, siendo así, cada una tiene su particularidad como respuesta a la percepción, y tienen una reacción para sí mismo como característica única de manera individual o colectiva.

1.1.14 Niveles de la interacción interpersonal

En la comunicación siempre hay interacción social, puesto que el hombre en sociedad necesita comunicarse con su entorno, sobre todo con otro ser humano. Para establecer esta interrelación existen ciertos niveles que pueden alcanzar un alto de grado de comunicación. Es así que López (1992) designa tres niveles de la comunicación con los demás.

- *La comunicación funcional:* básicamente es la relación que desempeñan las personas dentro de una organización como función laboral.
- *La comunicación de amistad:* esta relación tiene un nivel afectivo por la cual se expresa a través de gestos lo que conlleva a una relación más íntima.
- *La comunicación trascendental:* es la entrega absoluta a la espiritualidad de manera religiosa.

Estos tres niveles reconocen al hombre en su existencia para mantenerse en contacto con su semejante, así muestra y expresa sus deseos, necesidades y sentimientos. Este intercambio concibe a la sociedad en conjunto.

MODELOS DE COMUNICACIÓN

1.1.15 El modelo del proceso de comunicación

Según la Real Academia Española (2014) proceso es: una acción de ir hacia adelante y también de transcurso del tiempo, por eso para establecer una comunicación entre emisor y receptor como vitales y primeros actores debe existir un conocimiento previo, el cual permita que el desarrollo de este fluya de la mejor manera. El proceso es una situación cambiante, por lo tanto, va a depender del tiempo, espacio, cultura, etc.

Según Berlo (1969) cuando comienza una comunicación, primero nacen las ideas que se ejecutan o desarrollan en diferentes escenarios, contextos, culturas, que se llaman fuentes, luego puede interpretarse mediante símbolos para la elaboración de un mensaje que posteriormente será transmitido por un canal, siempre y cuando se escoja el mejor, así el receptor no tendrá confusión y esté claro el mensaje.

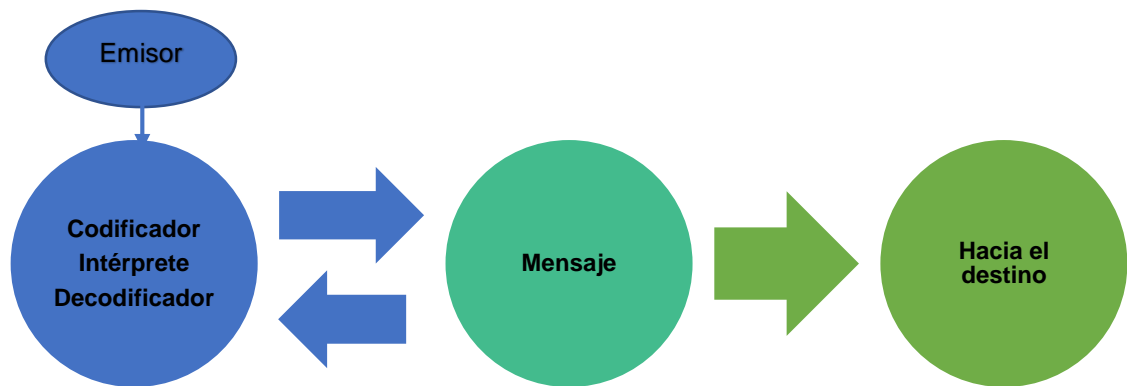
1.1.16 Modelo de comunicación interpersonal

Una de las primeras formas de relacionarse con los demás es la comunicación interpersonal, porque aporta y construye el contexto social en el que el hombre crece y se desarrolla. Esta interacción permite hacerlo de manera más cercana, al ser una

de las primeras relaciones que se establecen a nivel social como un resultado espontáneo.

Para analizar a este modelo es importante mencionar a Wilbur Schramm quien propuso un modelo de comunicación interpersonal donde se determina:

Figura 1.2: Modelo de la comunicación interpersonal



Fuente: (Vértice, 2010).

Este modelo indica que el emisor es la fuente que interacciona con el destino, es decir, a quien se dirige. La comunicación es implícita en este proceso comunicativo. Además, el mensaje es una parte importante de la comunicación interpersonal porque es la base de toda comunicación.

COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

1.1.17 La personalidad y la comunicación

La personalidad es un conjunto de propiedades y características que se adquieren a lo largo de la vida lo cual permite desenvolverse en la sociedad de acuerdo a sus creencias y experiencias como actividad en su entorno. Aunque cada persona sea

diferente, actúe y tenga distinta personalidad, aporta al desarrollo social como tal. De manera económica, académica, social, artística, y sobre todo en las relaciones sociales positivas.

La personalidad es un sistema de formaciones psicológicas en las que se expresa la unidad de lo cognitivo y lo afectivo y el carácter regulador y autorregulador del sujeto en el desarrollo de las diferentes actividades. La comunicación es un mecanismo regulador y autorregulador de la personalidad (Zayas, 2012, p. 36).

Una persona se diferencia de otra primero por su físico, luego en cuanto a la personalidad, temperamento, carácter, humor, conducta, en sí la identidad y forma de ser, pensar, actuar y decir. Mediante las representaciones sociales y desenvolvimiento de varias acciones, el ser humano integra la comunicación.

1.1.18 Contaminación ruidosa o auditiva

El transporte urbano público es uno de los medios por el cual viajan muchas personas e interaccionan o responden de manera positiva o negativa ante la percepción de hechos concurrentes en el mismo. Dentro de este medio de transporte se evidencian momentos de contaminación acústica o más conocido como contaminación auditiva, que puede intervenir en las relaciones interpersonales, como también en la intromisión personal de cada individuo a bordo.

Los niveles de ruido que pueden presentarse durante el trayecto de viaje son circunstancias inevitables que los usuarios viven y que pueden ser incómodos e intervenir en el espacio personal de cada persona lo que provoca un cambio de estado de ánimo o de conducta frente al ruido generando intranquilidad Miyara F; y Sanguineti J. (1996).

Existen varios factores: la música, principal y mayor fuente de sonido, los vendedores ambulantes en segundo plano que también engloban la lista, el timbre de parada, las

voces o risas de los pasajeros, el motor del autobús, entre otros que no permiten un armónico viaje y una interacción amena entre usuarios.

1.1.19 Ruidos

En toda comunicación existirán interferencias que no permitirán un adecuado uso del lenguaje, y lo más importante que el mensaje se distorsione o no llegue con normalidad y éxito al receptor. En el diálogo que establece el emisor-receptor, la comunicación pierde sentido cuando el ruido se interpone entre ellos.

Según Scheinsohn (2009) son rumores esporádicos los que se despliegan en todos los procesos de comunicación, y esto causa que ocurra la desorganización resultando como consecuencia una mala información o información fallida.

EDUCACIÓN Y CULTURA

1.1.20 Costumbres y tradiciones

Cada pueblo, comunidad, organización o grupo tienen experiencias que comparten entre unos y otros. Las costumbres son expresiones de la cultura que ha adquirido una sociedad en común. Son expuestas de distintas formas, en el lenguaje, la forma de ser, sentir, pensar y actuar.

Las costumbres y tradiciones son una cosmovisión de un pueblo que mira e interpreta el mundo de la forma en que creen conveniente, por creencia, por herencia que determina una identidad.

Para Toledo (2008) las costumbres: “deben ser entendidas como réplicas de prácticas culturales “ [...] también “tienen una concepción cultural ligada a la continuidad, pues son sentidas como un ejercicio milenario heredado por la acción de la práctica y por la oralidad”. (p.86) y las tradiciones “son producciones culturales que distingue en su contenido un lenguaje simbólico como expresión de la personalidad”. (p.89).

En cambio para Homobono (1990) tradición es: “la transmisión de un pasado histórico, legendario y/o religioso mediante transmisión oral” [...] (p. 8). Sin olvidar los cambios que los pueblos, comunidades viven desde tiempos inmemorables.

En el mismo contexto Arévalo (2004) expresa:

Si la tradición es la herencia colectiva, el legado del pasado, lo es también debido a su renovación en el presente. La tradición, de hecho, actualiza y renueva el pasado desde el presente. La tradición, para mantenerse vigente, y no quedarse en un conjunto de anacrónicas antiguallas o costumbres fósiles y obsoletas, se modifica al compás de la sociedad, pues representa la continuidad cultural. De aquí, justamente, su versátil capacidad de cambio y de adaptación cultural (p.926).

Estas prácticas en realidad son una continuidad de lo que en el pasado se realizó o se sigue haciendo, es decir, una transmisión de generación en generación como una reconstrucción del antes al ahora en nuevos espacios y tiempo. Así, tanto las costumbres, tradiciones como las creencias influyen y sensibilizan a la sociedad mediante acciones y lenguajes que generen identidad, no solo a nivel individual sino además grupal. Es algo que no se debe perder ni olvidar.

1.1.21 Comunicación y cultura

El hombre desde los inicios de la vida tenía que descubrir cosas y conforme pasaba el tiempo también descubría nuevas personas. Así que, para entender al contexto en el que se iba desarrollando, consolidaba la comunicación forjando la cultura por su forma de vida y de adaptarse al conjunto que lo rodea.

Hall and Hall (1990) citado en (López Herrera, M; López Arística, M; López L, 2012) afirma que: “La comunicación es inseparable de la cultura. Es el otro lado de la misma moneda. No puede existir la una sin la otra. La cultura es comunicación y la comunicación es cultura”.

Estos dos términos jamás pueden aislarse, porque juntas se enriquecen, no puede desarrollarse una sin la otra. La actividad es aquello que les permite crear ese vínculo importante en el desarrollo humano puesto que las dos abarcan la interacción social entre varios sujetos.

En cambio, para Lema y Becerra (2012) tanto la comunicación como la cultura reconocen que los sujetos – individuos se desarrollan sin importar el conocimiento que posean, ya que en ellos está esa autonomía de saber elegir lo que crean y aporten seguridad a sus necesidades y deseos como parte de una sociedad cultural a través del lenguaje o cualquier forma de comunicación.

1.1.22 Subcultura urbana

Podemos encontrar a una subcultura que se diferencia de la cultura en general por tener sus propias características. Para Lema y Becerra (2012) la subcultura es “*un conjunto societal que manteniendo los rasgos de la cultura y se diferencia de esta y de otros grupos que la integran porque establecen sus propias áreas de significado y significación diferenciadas*” (p.30). Se entiende que la subcultura es parte de la cultura, solo que tiene su diferencia porque permite evidenciar a ciertas culturas o grupos de manera específica. Ahora, dentro del transporte urbano existen muchas subculturas que se unen con el fin de reflejarse en la sociedad y establecer una comunicación ya que son personas con varias peculiaridades que entran en contacto y de una u otra forma cada uno expresa o manifiesta su identidad.

CONTEXTO SOCIAL: MOVILIDAD URBANA

1.1.23 Comportamiento socio – espacial en los transportes públicos urbanos

El ser humano por necesidad tiene que trasladarse de un lugar a otro, ya sea por motivos de comercialización, subsistencia, educación – formación, convivencia, etc.,

es un motivo de viaje, el cual sin importar la finalidad conlleva un contexto social que enmarca una situación y realidad.

Para Tomás y Américo (2011) las personas a bordo del transporte interactúan entre sí, pero no se relacionan auténticamente, sólo comparten el espacio y nada más. Y es una evidencia de la falta de interacción entre los mismos.

En consecuencia, las situaciones pueden variar, ya que están dentro de los comportamientos sociales que generan una conducta inmediata. Sin embargo, hay que reconocer que estos medios diariamente se sienten invadidos por sujetos extraños y que irrumpen al espacio personal sea del usuario o el transportista el cual detecta una respuesta a estos sujetos.

1.1.24 Pautas de conducta socio - espacial

Los comportamientos a determinadas situaciones que respectan la convivencia en sociedad permiten obtener respuestas de acuerdo al contexto en el que el individuo se encuentra. Estas derivan no solo de actividades externas, sino también internas, por lo que (Tomás y Américo, p. 21) disponen dos patrones:

- Patrón de conducta 1. Dispersión y evitación espacial mutua.
- Patrón de conducta 2. Evitación social, alejamiento y, en modo creciente, negación de la presencia de los otros. Se evita la interacción social, el contacto visual, las expresiones gestuales, por mencionar algunas actitudes.

Estas conductas permiten que las personas expresen rápidamente un sesgo cognitivo, aquel que genera un estado de rigidez, incomodidad, tensión, y el más identificado, el estrés como emociones y afectos de una respuesta conductual. Y es importante reconocer que estas aparecen porque la sociedad protege su espacio y seguridad.

1.1.25 Conductas asociadas con el acceso al transporte

Dentro de la unidad de transporte los usuarios pueden expresar distintas emociones, sentimientos e incluso necesidades, como conductas *a priori* de contestación cuando se dirigen al autobús. “La accesibilidad puede entenderse en relación con tres formas básicas de actividad humana: movilidad, comunicación y comprensión; las tres sujetas a limitaciones como consecuencia de la existencia de barreras”. (Vega, 2006, p. 29)

Aunque de por sí vengan situaciones externas que determinen dichas acciones este contexto obliga o admite que estas actividades se realicen de forma natural y aunque no se hagan íntegramente, se debe lograr cierta empatía para con el público.

Los individuos que usan este medio de transporte y sus comportamientos dentro de un sistema social-urbano deben estar relacionados tanto en la comunicación, así como en la actitud para obtener un entorno favorable.

Además, el transporte debe estar en buenas o incluso mejores condiciones de diseño y estructura apegado a la conformidad con la ciudadanía, porque debe ser el que posibilite satisfacer necesidades y deseos como un transporte asequible.

1.1.26 Conductas espaciales en el transcurso del viaje

Trasladarse de un lugar a otro sin importar cuál sea la finalidad del individuo genera actitudes y comportamientos las cuales proceden de las necesidades como respuesta de ciertas tareas y obligaciones que se deben cumplir. Por ejemplo los estudios, el trabajo y las necesidades de supervivencia se logran a través del transporte, siendo este el espacio donde interacciona el ser humano con sus semejantes y con lo que le rodea.

Para reconocer que es transporte Hillier & Hanson (citado en García, Carrasco, y Rojas (2014), párr. 9) lo definen como un espacio conformado que puede ser duradero siendo una cualidad que incurre en proporcionar la relación entre personas,

asímismo limita el desplazamiento dentro de la ciudad por los diferentes lugares donde interactúan los individuos. Entonces, el autobús es un medio de transporte que permite lograr un acercamiento y comunicación brindando al otro una actitud personal, la cual se basa en sentimientos, emociones, necesidades y sobre todo la forma de ser de cada persona frente a una acción dentro del contexto social urbano.

A través, del Diario, El Nuevo Día de Colombia, Cruz (2012) publicó un artículo sobre la conducta dentro de un transporte público y manifiesta que dentro de este medio se pueden encontrar muchas personas con diferentes formas de actuar y comportarse, además precisa que se debería cuidar la actitud y sobre todo mantener el respeto; no imponer algo que disguste o desagrade tanto al usuario como al transportista. Para ello, Cruz definió ciertos aspectos que deben tener en cuenta estos actores:

Conductor:

- ✓ Hacer uso adecuado del volumen y de la música dentro del transporte
- ✓ Cumplir normas de tránsito
- ✓ Detenerse para esperar que bajen o suban las personas
- ✓ Tomar en cuenta las sugerencias

Usuario:

- ✓ Modular la voz dentro de una conversación
- ✓ Cuidar el espacio y no irrumpir al de a lado
- ✓ Poner las maletas, cargas u otras cosas en el lugar específico (bodega)
- ✓ Si utiliza algún medio electrónico procurar no perturbar al compañero
- ✓ Conservar un buen comportamiento
- ✓ Poner la basura en su lugar
- ✓ No destruir el transporte
- ✓ Ser comprensivo y amable con personas que necesitan el asiento
- ✓ Mantener un nivel de armonía

Estas consideraciones hacia estos dos grupos son importantes para que el ambiente que se desarrolla al momento de desplazarse de un lugar a otro sea de comodidad. Aunque parezcan obligaciones deben cumplir con lo mismo, tanto para los usuarios como para los transportistas (conductores) así el resultado será agradable en ambas partes. Sobre todo la interacción tendrá efectividad y un nivel más elevado de empatía.

1.1.27 Conductas espaciales asociadas con la salida de los transportes

Las unidades de transporte urbano prestan su servicio a varios grupos sociales como niños/as, adolescentes, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad, que usan este medio para movilizarse y tienen distintas actitudes o formas de ser. Pero, dentro de este contexto como desarrollo sociocultural los principales miembros son el usuario, chofer y ayudante quienes están en constante interacción en el momento de viaje.

Las características personales del individuo son una muestra de conducta propia ante cualquier contexto, en este caso en el del transporte, aunque también se inmiscuyen características externas como son los ruidos, el ambiente, el clima, el exceso de pasajeros, entre otras. Las conductas que se manifiestan son en base a esos movimientos que generan momentos espaciales y como respuesta inmediata será la de defender su territorio.

Aunque todas las conductas provienen de forma psicológica, se adhieren varias situaciones que se enlazan con el comportamiento en cuanto a actitud, decisión, principios, valores, entre otros. Los transportistas asumen unas conductas particulares en materia de transporte y, en especial al conducir el autobús, como, por ejemplo, reflejar un compromiso público al momento de prestar un servicio. No obstante, lo que se puede percibir a primera vista son las acciones por parte de los miembros del transporte al momento de salida o entrada de las paradas respectivas. A esto Lema y Becerra (2012) hacen un pequeño estudio y observan que “el servicio que se brinda y sobre todo el trato, con unidades deterioradas y gritos como, “baje

rápido, siga para atrás, etc.”, hacen de la relación usuarios – choferes un trato conflictivo” (p. 72). Como una actitud desfavorable para con los usuarios y un ejemplo de conducta que puede existir dentro de este medio.

En una investigación sobre conductas en el interior del transporte García, Vargas y Mijangos (2007) afirman que los usuarios al encontrarse dentro de este transporte presentan diferentes conductas que son causadas para satisfacer distintas necesidades y ejemplifican a través de la Pirámide de Maslow que hace hincapié a las necesidades de todo tipo, ya sea fisiológicas, sociales, de seguridad y sobre todo psicológicas. A esta pirámide se le atribuyeron distintos niveles y jerarquías siendo una teoría de motivación que trata de mostrar qué es que lo que conduce al hombre a reaccionar de tal o cual forma. De acuerdo a esta pirámide se satisface las necesidades más primarias, es decir, las básicas. En el primer nivel se desarrollan las necesidades de manera fisiológica que en este contexto se puede entender como las de supervivencia que generan un desplazamiento de un lugar a otro. (Maslow, 1987, pág. 25)

1.1.28 Conductas y actitudes territoriales

El espacio o territorio donde se desarrolla un proceso de comunicación siempre será lo que determina al hombre en cuanto a su actitud – conducta. Y se puede decir que está limitado por todas las circunstancias que surgen alrededor, por condiciones culturales e incluso la infraestructura misma. Este ambiente o contexto social puede determinar la clase de conducta que se puede recibir.

Si bien la territorialidad se entiende como el dominio o posesión de un territorio que a su vez genera identidad como proporción de satisfacer necesidades, es lo que Roth (2000) expresa como ejercer el control tanto en el contexto físico como el espacio simbólico, dentro del estudio de la psicología ambiental como una respuesta directa del comportamiento humano, haciendo que se puedan construir momentos de interacción e integración social y cultural.

Para entender territorio, Altman (citado en Granada (2001) define como una superficie territorial, en la cual llegan personas o grupos que son parte de algunas funciones o actividades y que de manera habitual involucra apoderarse del lugar de manera recíproca. A esto le incluyen tres categorías:

- El territorio primario: es un lugar propio que está ocupado por un tiempo determinado, sea el lugar de trabajo o de vivienda dando espacio a que no sean invadidos a modo personal (identidad) puesto que controlan esa área.
- El territorio secundario: es un lugar menos controlado, ya que, quienes están al frente e inspeccionan son los dueños, tales como (bares, clubes) y no frecuentan las mismas personas lo que da como resultado un apoderamiento distinto.
- El territorio público: es un lugar público totalmente ocupado por una o varias personas y el comportamiento debe responder a reglas y hábitos, y aunque estos espacios sean escasos para definir las actitudes se comparten en un sector o tiempo.

Estas tres clases de territorio permiten que el hombre se desenvuelva en distintos espacios y asimismo lo defienda, así expone, aclara o genera una identidad propia por lo que le permite actuar no solo en base al lugar sino también a sus creencias y conocimiento sobre el contexto en el que se está desarrollando.

1.1.29 Marcas territoriales

El espacio que se define como territorio es lo que el ser humano ha creado por las actividades y desarrollo del tiempo, a la vez, que se apropia de su entorno para sentirse seguro, identificado y diferenciado de otros territorios.

La marca territorial ha sido discutida por varios autores, por ejemplo, para Regalado O, Berolatti C, Martínez R, y Riesco G, 2011 (citados en Rodríguez Borja, 2014) es:

un conjunto de valores y atributos asociados a un territorio (ciudad, región...), con un diseño y una comunicación específicos adecuados a los intereses de ese ámbito, que es utilizada como vía externa de reconocimiento colectivo y de atracción de beneficios (p.14).

En cambio para Marín, García y Llano (2013) las marcas territoriales:

crean fronteras visibles entre elementos de la estructura social. De esta forma, la identidad de los diversos departamentos, grupos, equipos, etc., cobra cuerpo mediante objetos físicos reconvertidos en símbolos de pertenencia a un ámbito específico de la estructura social (p. 334).

Estos autores hacen referencia que marca territorial son espacios que conforman un objetivo y crean una imagen, una cultura y valores para comprobar a un pueblo consolidado que genera una reputación y dan un sentido de pertenencia hacia los ciudadanos. Cada pueblo, nación, organización o grupo determinado se traza objetivos, uno de ellos y los más principales siempre será superarse o superar a otro territorio, mejorar la imagen y defender su espacio en el cual se siente cómodo y seguro. Además de que la imagen tiene mucho que ver con el comportamiento de los ciudadanos puesto que es lo que se percibe a primera vista. Esta se puede cambiar y construir a lo largo del tiempo. Aunque cabe mencionar también que la territorialidad tiene que ver con la privacidad por la cual el ser humano protege su espacio – territorio.

1.1.30 Conductas actitudes de defensa del espacio personal

Para establecer la comunicación entre fenómenos sociales, el espacio y contexto es lo que siempre condicionará o será mediador de dicha interacción a nivel personal y social porque identifica el territorio propio y defiende esa área en la que se desarrolla el hombre.

La conducta expuesta en un determinado momento y lugar es el espacio vital que vive cada persona sin importar la estructura física como tal, sino lo que le rodea en cuanto al ambiente y sobre cómo percibe las cosas.

De acuerdo a los estudios hechos por Edward Hall (1966) (citado en (Holahan, 2000) él definió a espacio personal con el término proxémica y también “por las formas en que el individuo utiliza el espacio en sus relaciones interpersonales” [...] (p.11) En cambio para (Holahan, 2000) el espacio personal es “la zona que rodea a un individuo, en donde no puede entrar otra persona sin autorización” (p.12).

Estas aseveraciones permiten entender de manera contextual que la zona, área, espacio, sitio, etc., es el lugar donde la persona interactúa o no con sus semejantes y que cualquier método de defensa o protección son consideradas circunstancias variables que se presentan como conductas y actitudes de gusto – aceptación o desagrado – rechazo.

A través de un estudio, Hall propone zonas de distancia que regulan el espacio personal (citado en Chiramberro, 2013, prr. 6) son:

1. Distancia íntima: Es la que está más cercana o limitada hacia el otro con una distancia de 45 o 15 cm a 0 considerándole como espacio nulo porque se relaciona de manera más intrínseca.
2. Distancia personal: Son cercanas pero mantiene una distancia de 45 cm, en esta zona se encuentra los familiares y amigos.
3. Distancia social: En esta zona se mantiene una distancia de 1,20 m donde se reúnen personas de la vida diaria sin tener un vínculo específico, por ejemplo quienes prestan servicios como el médico, albañil, entre otros.
4. Distancia pública: Es una distancia más extensa, oscila desde los 3,60 m en adelante, son zonas de lugares públicos donde no existe relación, por ejemplo en las conferencias o seminarios.

Estas son las zonas de distancia donde el individuo puede relacionarse o no con la otra persona, así puede permitir que invadan esa zona o defenderla evadiendo cualquier vínculo de relación dependiendo de la cultura de cada ser.

Asimismo, Chiramberro (2013) expone los tres espacios en el sentido del territorio propio que diferenció Hall las cuales son:

- Espacio fijo: marcado por estructuras estables e inmóviles como por ejemplo construcciones y edificaciones, cuestión de distribución geográfica.
- Espacio semi – fijo: áreas que pueden estar sujetos a cambios, o que se pueden mover.
- Espacio personal o informal: espacio que rodea al individuo y que cambia de acuerdo a la cultura de cada persona.

Cada persona se ubica en diferentes espacios sin olvidarse el propio al que está sometido a donde quiera que vaya y por el cual se traslada y expresa su cultura, además de vincularse con otro y generar una interacción con otra persona.

Sin embargo, Granada (2001) define a espacio personal como un espacio invisible que está alrededor del hombre y que tiene movimiento porque se traslada con su cuerpo; y territorio es todo lo contrario porque se puede ver, no se mueve y es fijo. Además, expresa que el espacio personal tiene tres funciones psicosociales:

- a) Defensa: tiene que ver con reacciones físicas, por ejemplo tensionarse.
- b) Regulación de intimidad: se tiene una mejor respuesta hacia el otro, por ejemplo sonreír.
- c) Afirmación del yo: según la cultura que pueda asemejarse o diferenciarse se construyen límites.

El espacio personal es infranqueable pues es el ser quien decide, no obstante, puede llegar a construir una interacción interpersonal con otra persona porque la conductas de comportamiento permitirán obtener una respuesta positiva o negativa.

1.1.31 Aproximación cualitativa

La realidad es una de las circunstancias que no se puede evitar y que forma parte de la rutina diaria del ser humano, a esto se suma las conductas y los comportamientos que se evidencian a primera vista.

TRANSPORTE PÚBLICO URBANO

1.1.32 Símbolos y señales

El ser humano vive en constante comunicación, sin embargo, para entenderla o analizarla no solo basta hacerlo con la voz, sino también con todo lo que rodea y genera conocimiento y percepción. Existen elementos que crean y componen conceptos que dan un sentido y expresan cultura refiriéndose a la sociedad. Estos son los símbolos y señales frecuentes dentro de un medio de transporte que siempre tendrán un mensaje para que la comunión entre usuarios y transportistas sea de manera agradable o a su vez procure una convivencia armónica.

De este modo Lema y Becerra (2012) hacen referencia a tres grandes elementos que constituyen este medio:

- Símbolo: es una característica determinada que reconoce el receptor que tiene una clara intención comunicativa y que predomina la función expresiva o emotiva.
- Signo: es un ícono que representa algo y se relaciona creando una codificación del mensaje. Existen dos tipos: Acústica – significativa y Mental – significado.
- Señal: son signos que representan una acción del hombre y tiene tres clases:

Informativa: indican al usuario las acciones del lugar

Direccional: lo que el usuario debe conocer

Prohibitiva: lo que no se debe hacer

1.1.33 La ley de tránsito y transporte

Las cooperativas creadas son una respuesta a las necesidades de las personas para movilizarse de un lugar a otro, por esta razón dentro de ellas existen reglamentos que sancionan a los conductores o ayudantes de estas empresas cuando incumplen con el reglamento hacia la ciudadanía.

El servicio de transporte tiene que ser de calidad, protección, ayuda a los usuarios con respecto al desplazamiento y sobre todo generar economía, es así que se creó un segundo suplemento en Ecuador, la cual regula, controla, planifica, organiza, etc., denominada Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial en sus siglas LOTTTS (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014).

Dentro de esta Ley existen artículos que establecen las relaciones entre usuario y transportista, es decir, los deberes y derechos de cada uno de estos miembros los cuales deben acatar y cumplir para conllevar una armonía como por ejemplo respetando las leyes expuestas por el Estado y las instituciones responsables. Sin embargo, son reguladas a través de la Agencia Nacional de Tránsito como entidad pública.

Cabe indicar que, las Unidades de Transporte Urbano prestaban sus servicios por solicitudes presentadas por parte de los ciudadanos. Se puede decir que el servicio de transporte se notaba transgredido al pedido por parte de la ciudadanía lo que permitía exponer su disgusto de mala manera hasta convertirse en un conflicto. De esta forma se hizo que los usuarios acudan a entidades reguladoras como es la Policía Nacional, sin que esta institución pueda ayudar, ya que simplemente era un acuerdo entre las partes.

Para entender y conocer lo que la LOTTTSV reformada en su segunda edición expone hacia los transportistas y usuarios varios artículos a consideración de estos grupos sociales. Ley N° 407. Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, Quito, Ecuador, 31 de diciembre de 2014.

A continuación, los artículos más importantes dentro de esta Ley que hacen hincapié a la investigación:

El Estado, a través de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, controlará y exigirá la capacitación integral, permanente, la formación y tecnificación a conductoras y conductores profesionales y no profesionales y el estricto cumplimiento del aseguramiento social (Ley 407, 2014, art. 5).

La prestación del servicio de transporte atenderá los siguientes aspectos: a) La protección y seguridad de los usuarios, incluida la integridad física, psicológica y sexual de las mujeres, hombres, adultos mayores adolescentes, niñas y niños; b) La eficiencia en la prestación del servicio; c) La protección ambiental [...] (Ley 407, 2014, art. 54).

Objetivos que se deben cumplir, tales como: c) El establecimiento de programas de capacitación y difusión para conductores, peatones, pasajeros y autoridades, en materia de seguridad vial, para la creación de una cultura y conciencia vial responsable y solidaria; [...] e) El establecimiento de ciclos de capacitación continua para la actualización de conocimientos, adaptación a los cambios en el tránsito vial, [...] h) La reducción de la contaminación ambiental, producida por ruidos y emisiones de gases emanados de los vehículos a motor; así como la visual ocasionada por la ocupación indiscriminada y masiva de los espacios de la vía pública (Ley 407, 2014, art. 88).

Los usuarios del servicio de transporte público de pasajeros tienen derecho a:

- a) Ser transportados con un adecuado nivel de servicio, pagando la tarifa correspondiente;
- b) Exigir de los operadores la observancia de las disposiciones de la Ley y sus reglamentos; [...]
- d) Denunciar las deficiencias o irregularidades del servicio de transporte de conformidad con la normativa vigente; [...]

(Ley 407, 2014, art. 201).

Los usuarios o pasajeros del servicio de transporte público tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Abstenerse de utilizar el servicio de transporte público cuando su conductor se encuentre con signos de ebriedad, influencia de estupefacientes o psicotrópicos;
- b) Abstenerse de ejecutar a bordo de la unidad, actos que atenten contra la tranquilidad, comodidad, seguridad o integridad de los usuarios o que contravengan disposiciones legales o reglamentarias;
- c) Exigir la utilización de las paradas autorizadas para el embarque o desembarque de pasajeros, y solicitarla con la anticipación debida;
- d) Abstenerse de ejecutar o hacer ejecutar actos contra el buen estado de las unidades de transporte y el mobiliario público;
- e) En el transporte público urbano ceder el asiento a las personas con discapacidad, movilidad reducida y grupos vulnerables;
- f) No fumar en las unidades de transporte público;
- g) No arrojar desechos que contamine el ambiente, desde el interior del vehículo

(Ley 407, 2014, art. 202).

“En los casos que se atente contra los derechos de los usuarios, la Policía Nacional está obligada a prestar auxilio inmediato”. (Ley 407, 2014, art. 203)

Todos estos artículos señalan la importancia de un medio de transporte público en favor a la ciudadanía, además, de la protección y seguridad con la que deben ofrecer, ya que fue constituido para satisfacer las necesidades de las personas a más de generar economía, calidad y buen servicio. Asimismo, identificar los planes o capacitaciones integrales para los conductores y de seguridad vial hacia los usuarios si están cumpliendo, respetando a cabalidad y regulando cualquier anomalía frente al

público que hace uso de este servicio. También es fundamental delimitar el comportamiento de conducta tanto de los usuarios como los conductores, en los deberes y derechos para establecer un nivel de armonía siempre que exista un momento de viaje de un lugar a otro ocasionando una relación positiva y una sociedad socialmente activa y más equilibrada.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

En base a la metodología cualitativa y cuantitativa de la investigación, se trabajó el método de Análisis con técnicas específicas para la búsqueda de la información. Se plantearon los objetivos para la elaboración del segundo capítulo, lo que permitió la elaboración de la matriz de relación diagnóstica con sus variables e indicadores que demuestran una realidad perceptiva en diferentes temas de comunicación, derechos humanos y relación social. También, se determinaron las técnicas precisas para el proceso del trabajo de campo mediante las fuentes principales como vías de información a los miembros del transporte urbano.

Tabla 2.1: Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Localizar técnicas de investigación a través de un modelo idóneo para el reconocimiento de las formas de comunicación de los usuarios y miembros de transporte urbano de Imbabura.	Formas de comunicación Relación interpersonal	Comunicación Oral Comunicación verbal Comunicación no verbal Comunicación Escrita Comunicación corporal	Encuesta Cuantitativa	Usuarios y miembros del transporte urbano de los cantones Antonio Ante, Otavalo e Ibarra.

<p>Estructurar los instrumentos de investigación para la identificación de las relaciones sociales entre usuarios y transportistas de transporte urbano de Imbabura.</p>	<p>Relaciones sociales</p> <p>Vulneración de derechos</p>	<p>Contacto visual</p> <p>Lenguaje corporal</p> <p>Lenguaje gestual</p> <p>Homofobia</p> <p>Discriminación</p> <p>Xenofobia</p> <p>Acoso sexual</p> <p>Delincuencia</p>	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p> <p>Cualitativa</p> <p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>	<p>Usuarios y miembros del transporte urbano de los cantones Antonio Ante, Otavalo e Ibarra.</p>
<p>Aplicar las técnicas de investigación tanto para los usuarios y los transportistas por medio de herramientas para el planteamiento de una propuesta.</p>	<p>Propuesta</p>	<p>Mejorar las relaciones</p> <p>Brindar un mejor servicio</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Usuarios y miembros del transporte urbano de los cantones Antonio Ante, Otavalo e Ibarra.</p>
<p>Analizar la información compilada cuyos resultados</p>	<p>La comunicación</p>	<p>Comunicación formal e informal</p>	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>	<p>Usuarios y miembros del transporte urbano de los cantones Antonio Ante,</p>

<p>permitan la exposición de una comunicación más adecuada a través de una propuesta en bien de la sociedad.</p>				<p>Otavalo e Ibarra.</p>
--	--	--	--	--------------------------

Elaborado por: La Autora

2.2 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Con respecto a la aplicación, se utilizó a la población urbana de Imbabura, por lo cual se tomó el porcentaje de población de acuerdo a los datos publicados en el censo 2010 y también a la actualización anual de los datos emitidos por las páginas de los Gobiernos Descentralizados Municipales de cada cantón.

Tabla 2.2: Identificación de la Población por provincias

Provincia	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Urbano	Rural	Viviendas*	Razón niños mujeres **	Analfabetismo ***	Edad promedio
Nacional	7.177.683	100%	7.305.816	100%	14.483.499	9.090.786	5.392.713	4.654.054	384,3	6,8%	28
Azuay	337.044	4,7%	375.083	5,1%	712.127	380.445	331.682	273.186	352,8	6,7%	29
Bolívar	89.875	1,3%	93.766	1,3%	183.641	51.792	131.849	65.237	423,6	13,9%	29
Cañar	105.235	1,5%	119.949	1,6%	225.184	94.525	130.659	88.431	386,5	12,2%	29
Carchi	81.155	1,1%	83.369	1,1%	164.524	82.495	82.029	51.978	362,6	6,2%	30
Cotopaxi	198.625	2,8%	210.580	2,9%	409.205	120.970	288.235	142.766	407,2	13,6%	28
Chimborazo	219.401	3,1%	239.180	3,3%	458.581	187.119	271.462	171.520	385,6	13,5%	29
EL Oro	304.362	4,2%	296.297	4,1%	600.659	464.629	136.030	193.809	355,7	4,1%	29
Esmeraldas	271.312	3,8%	262.780	3,6%	534.092	265.090	269.002	159.411	495,6	9,8%	26
Guayas	1.815.914	25,3%	1.829.569	25,0%	3.645.483	3.080.055	565.428	1.077.883	369,5	5,0%	29
Imbabura	193.664	2,7%	204.580	2,8%	398.244	209.780	188.464	122.827	379,6	10,6%	29
Loja	220.794	3,1%	228.172	3,1%	448.966	249.171	199.795	155.308	396,7	5,8%	29
Los Ríos	398.099	5,5%	380.016	5,2%	778.115	415.842	362.273	232.466	430,9	9,3%	28
Manabí	689.299	9,6%	680.481	9,3%	1.369.780	772.355	597.425	400.879	403,0	10,2%	28
Morona Santiago	74.849	1,0%	73.091	1,0%	147.940	49.659	98.281	46.042	654,6	6,6%	23
Napo	52.774	0,7%	50.923	0,7%	103.697	35.433	68.264	28.976	545,1	6,3%	24
Pastaza	42.260	0,6%	41.673	0,6%	83.933	36.927	47.006	25.864	518,0	6,9%	25
Pichincha	1.255.711	17,5%	1.320.576	18,1%	2.576.287	1.761.867	814.420	873.228	326,3	3,6%	29
Tungurahua	244.783	3,4%	259.800	3,6%	504.583	205.546	299.037	184.424	331,3	7,5%	30
Zamora Chinchipe	47.452	0,7%	43.924	0,6%	91.376	36.163	55.213	30.126	530,1	5,5%	25
Galápagos	13.021	0,2%	12.103	0,2%	25.124	20.738	4.386	9.119	305,8	1,3%	29
Sucumbios	92.848	1,3%	83.624	1,1%	176.472	73.040	103.432	53.794	494,4	6,8%	25
Orellana	72.130	1,0%	64.266	0,9%	136.396	55.928	80.468	41.040	581,5	6,5%	24
Santo Domingo	183.058	2,6%	184.955	2,5%	368.013	270.875	97.138	114.198	413,0	6,3%	27
Santa Elena	156.862	2,2%	151.831	2,1%	308.693	170.342	138.351	101.893	473,1	5,2%	27
Zonas no delimitadas	17.156	0,2%	15.228	0,2%	32.384	0	32.384	9.649	500,2	12,0%	26

Fuente: (INEC, 2010)

Análisis: En la aplicación de encuestas se utilizó el número de habitantes de población urbana de cada cantón, el que revela la tabla anterior es el resultado de la población urbana a nivel provincial. Para determinar el número de población urbana de cada uno se le asignó una regla de tres de acuerdo a los habitantes y el porcentaje, derivado del número global. Los cantones a estudiar particularmente son el cantón Otavalo con un total de 43,396 habitantes con el 37.5%, Atuntaqui 8,029 con el 17,77% y el cantón Ibarra 131,895 con 72.8%. Los tres cantones sumados dan un total de 183.320 equivalentes a la población universo.

2.2.1 Identificación de la muestra

Ecuación 1: Fórmula aplicada para sacar la muestra

$$n = \frac{N\delta^2 z^2}{e^2(N-1) + \delta^2 z^2}$$

Fuente: (Posso, 2004)

n= Tamaño de la muestra, número de unidades por determinarse

N= Universo o población a estudiarse

δ^2 = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Este es un valor constante que equivale a 0.25

N-1= Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale a 1,96

E= Límite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01-0.09 (1% y 9%)

2.2.2 Fórmula aplicada en Excel

Tabla 2.3: Tabla de Excel transformada con los datos de la fórmula

FÓRMULA APLICADA					
	POBLACIÓN				
N	183320				
	0.25	0.0625		44015.132	
	1.96	3.8416		0.2401	165.2272
	0.03	0.0009	183319		265.391563
			164.9871		
	P. URBANA	PORCENTAJE	ENCUESTAS		
Otavalo	43396	0.23672267	63.060922		
Atuntaqui	8029	0.04379773	11.667346		
Ibarra	131895	0.7194796	191.66329		
		1	265.39156	TOTAL DE ENCUESTAS	

Elaborado por: La Autora

Análisis: La fórmula aplicada y transformando los datos, da como resultado el tamaño de la muestra con un total de 266 encuestas, que serán aplicadas a cada cantón con un número determinado de encuestas.

2.3 ENCUESTAS

Para desarrollar las encuestas como técnicas de investigación se establecieron conforme a las escalas de valoración y se tomó como modelo a las “Escala de Likert” que son aplicables para encuestas. Dentro del transporte urbano se

desarrollaron dos encuestas similares con preguntas cerradas, de las cuales la primera está dirigida a los usuarios y la segunda para choferes y controladores.

2.3.1 Encuestas a usuarios

La encuesta para los usuarios se formó a través de la matriz de relación diagnóstica de acuerdo a los temas establecidos para el desarrollo de la misma.

La encuesta tiene un total de 18 preguntas las cuales hacen hincapié de forma descriptiva para apreciar la frecuencia, intensidad, cantidad y calidad, con el fin de obtener una realidad y conocer e identificar las necesidades o problemas dentro del transporte urbano.

Una vez conocida la población urbana se determinó el trabajo de campo por cantones de menor a mayor población. Asimismo, para el desarrollo de la encuesta se realizó en el interior de las unidades de transporte, paradas de buses más frecuentes y conjuntamente con la ciudadanía peatonal.

2.3.2 Encuestas a transportistas

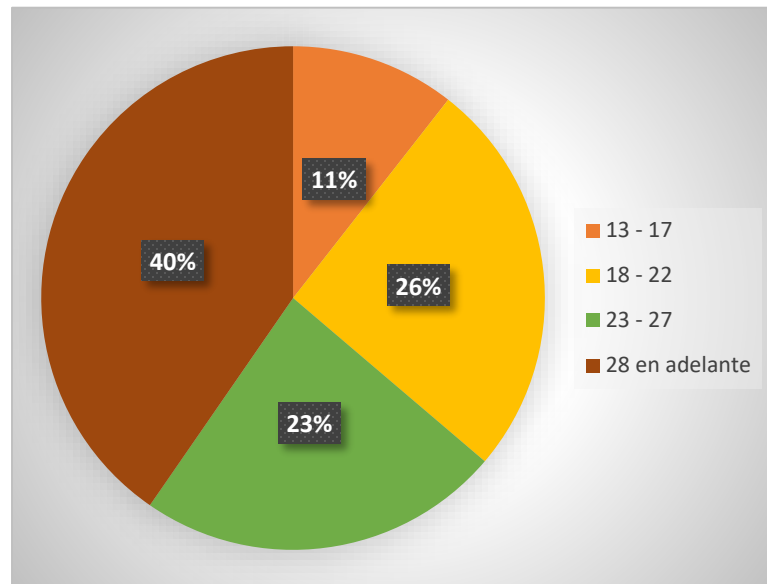
De la misma forma, las encuestas para los transportistas (choferes y controladores) se realizaron a través de la matriz de relación diagnóstica con temas preestablecidos ya utilizados como: formas de comunicación, comportamiento, conducta, derechos humanos, Ley de tránsito, entre otras, semejante a la encuesta de los usuarios, con el motivo de receptor información veraz y concisa. Para la aplicación de las encuestas se realizaron en congresos o reuniones masivas en la sede de cada cooperativa de transporte.

2.4 TABULACIÓN DE ENCUESTAS

De acuerdo al nivel de porcentaje de población urbana de los cantones Otavalo, Antonio Ante e Ibarra se desarrolló una tabla y transformándola con esos datos, a través de una fórmula, las encuestas para los usuarios se dividieron para cada

cantón: Otavalo 63, Antonio Ante 11 y las 191 de Ibarra, dando un total de 265 encuestas. Asimismo, para la aplicación a los transportistas con un total de 75 encuestas. A continuación los porcentajes en gráficos de los dos tipos de encuestas:

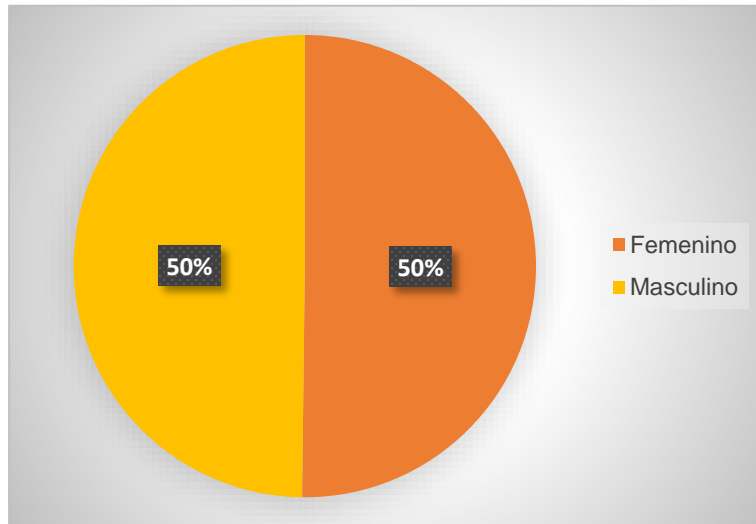
Gráfico 2.1: Distribución por edades de los usuarios del transporte urbano



Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo al gráfico en la distribución por edades, el 40% de las personas encuestadas son de 28 años en adelante, es decir, son personas adultas quienes usan el transporte urbano.

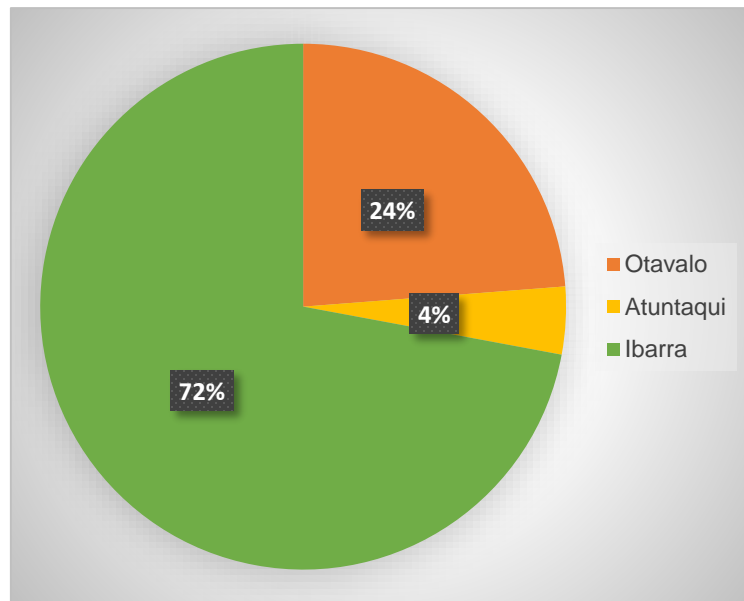
Gráfico 2.2: Distribución por sexo de los usuarios del transporte urbano



Elaborado por: La Autora

Análisis: Los usuarios del transporte urbano, de acuerdo al sexo, se encuentra que el 50% es para femenino y 50% masculino.

Gráfico 2.3: Distribución por cantones de residencia de los usuarios del transporte urbano



Elaborado por: La Autora

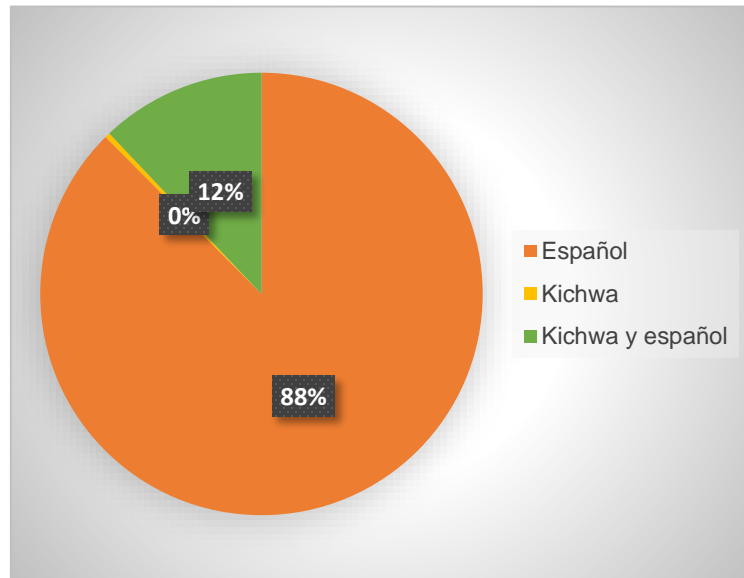
Tabla 2.4: Distribución por respuesta a los cantones realizados las encuestas

1	
Otavalo	63
Atuntaqui	11
Ibarra	191

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a la población urbana y residencia de los usuarios del transporte urbano, Otavalo tiene el 24%, Atuntaqui 4% y finalmente Ibarra con el 72%. Además de que en la distribución por respuesta, Otavalo se dividió en 63, Atuntaqui 11 e Ibarra 191 personas quienes fueron encuestadas. Es así que, Ibarra es la ciudad más importante por su nivel de porcentaje.

Gráfico 2.4: Distribución por idioma hablante por parte de los usuarios



Elaborado por: La Autora

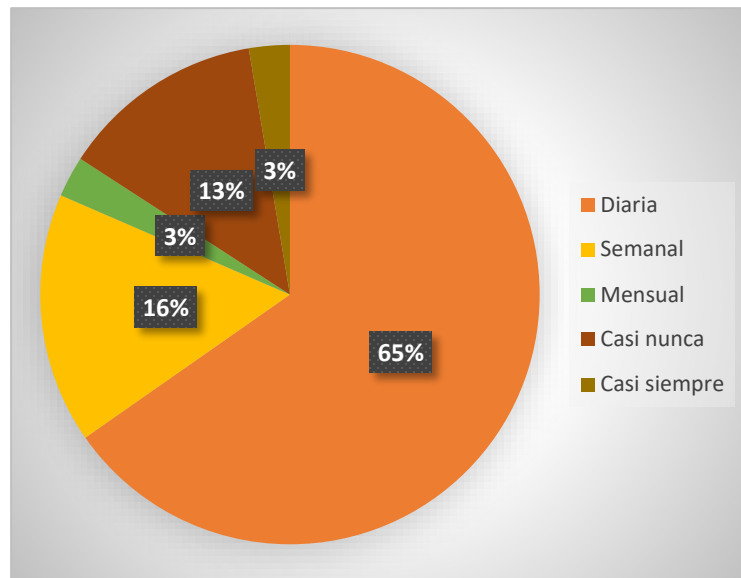
Tabla 2.5: Distribución por respuesta al idioma que utilizan los usuarios

2	
Español	232
Kichwa	1
Kichwa y español	32

Elaborado por: La Autora

Análisis: En las distribuciones, los usuarios encuestados determinan que el idioma hablante se divide en 88% español con 232 y 12% kichwa y español con un total de 32. A nivel provincial son los dos idiomas más hablados.

Gráfico 2.5: Distribución de la frecuencia con la que los usuarios utilizan el transporte urbano



Elaborado por: La Autora

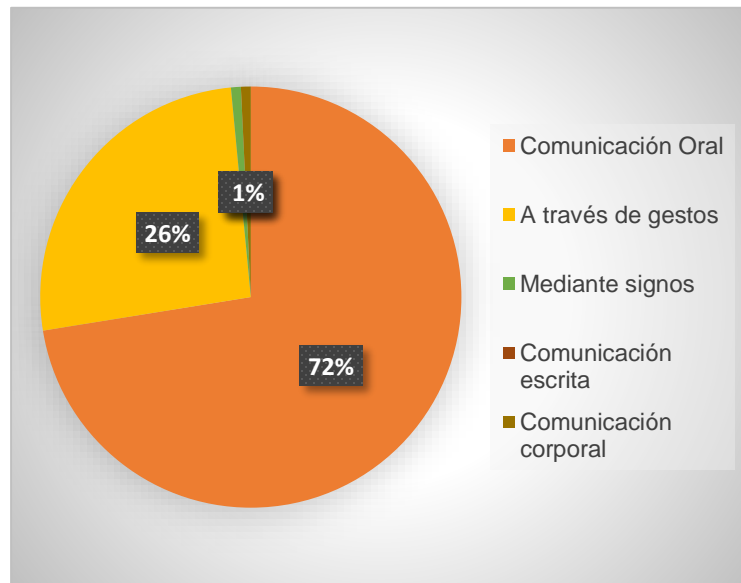
Tabla 2.6: Distribución por respuesta a la frecuencia con la que los usuarios usan el transporte urbano

3	
Diaria	173
Semanal	43
Mensual	7
Casi nunca	35
Casi siempre	7

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a las distribuciones de frecuencia con la que los usuarios utilizan el transporte urbano se observa que el 65% es diaria con un total de 173 personas y 43 son el 16% de uso semanal, puesto que son los porcentajes más altos en los que se puede determinar el uso de una unidad pública.

Gráfico 2.6: Distribución de las formas de comunicación que el usuario mantiene con el transportista



Elaborado por: La Autora

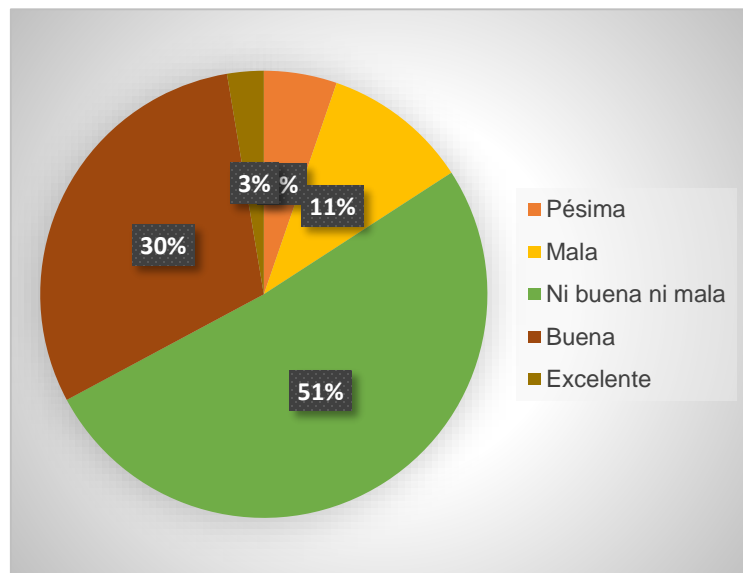
Tabla 2.7: Distribución por respuesta a las formas de comunicación que el usuario mantiene con el transportista

4	
Comunicación Oral	192
A través de gestos	69
Mediante signos	2
Comunicación escrita	0
Comunicación corporal	2

Elaborado por: La Autora

Análisis: Los usuarios mantienen comunicación con los transportistas, a través de la Comunicación Oral con un 72%, dando un total de 192, y otra es mediante gestos del 26% con un total de 69. Estas son las formas de comunicación permanente y directa entre usuarios y transportistas.

Gráfico 2.7: Distribución de actitudes que el usuario mantiene con el transportista durante el tiempo de viaje



Elaborado por: La Autora

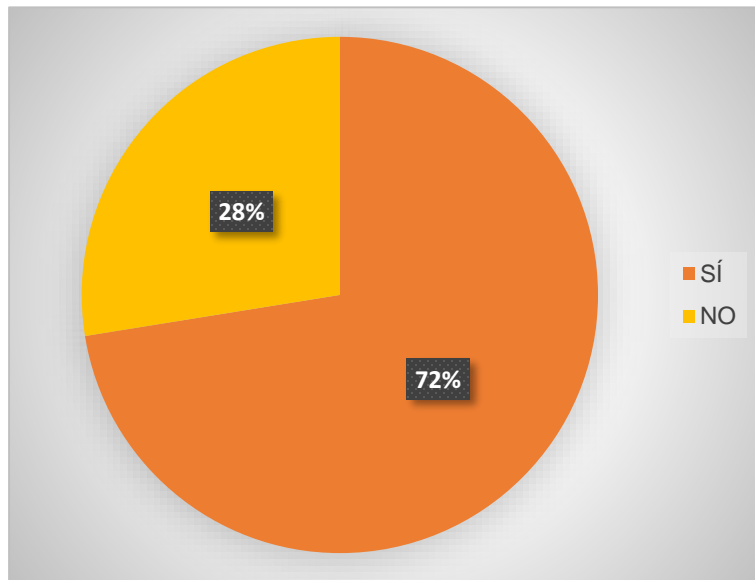
Tabla 2.8: Distribución por respuesta a las actitudes que el usuario mantiene con el transportista durante el tiempo de viaje

5		
Pésima		14
Mala		28
Ni buena ni mala		136
Buena		80
Excelente		7

Elaborado por: La Autora

Análisis: Las actitudes del usuario frente al transportista durante el tiempo de viaje equivalen a ni buena ni mala con un resultado del 51% por 136 personas encuestas, aunque, en otros casos se considera buena por 80 con el 30%. Estas aseveraciones dan a conocer que por un lado la actitud es regular, y en otras es buena. La actitud no siempre puede ser la misma, y podría variar en la forma de ser de cada persona.

Gráfico 2.8: Distribución del fomento de una actitud positiva como usuario entre transportista y pasajero



Elaborado por: La Autora

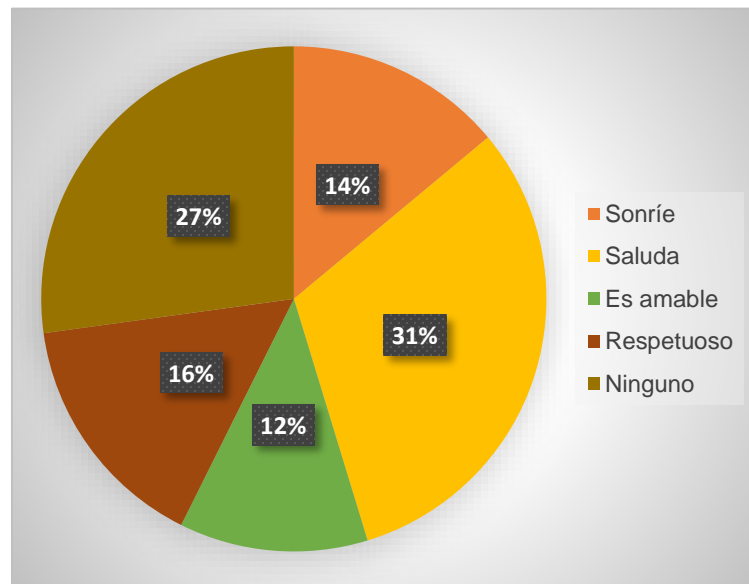
Tabla 2.9: Distribución por respuesta del usuario al fomentar de una actitud positiva entre transportista y pasajero

	6	
SÍ		192
NO		73

Elaborado por: La Autora

Análisis: El fomento de una actitud positiva como usuario entre transportista y pasajero es mayor a una respuesta afirmativa tal es el resultado de 73 usuarios encuestados que dan como respuesta SÍ con un 72% de 192 y el 28% dicen NO.

Gráfico 2.9: Distribución de muestra de una actitud positiva



Elaborado por: La Autora

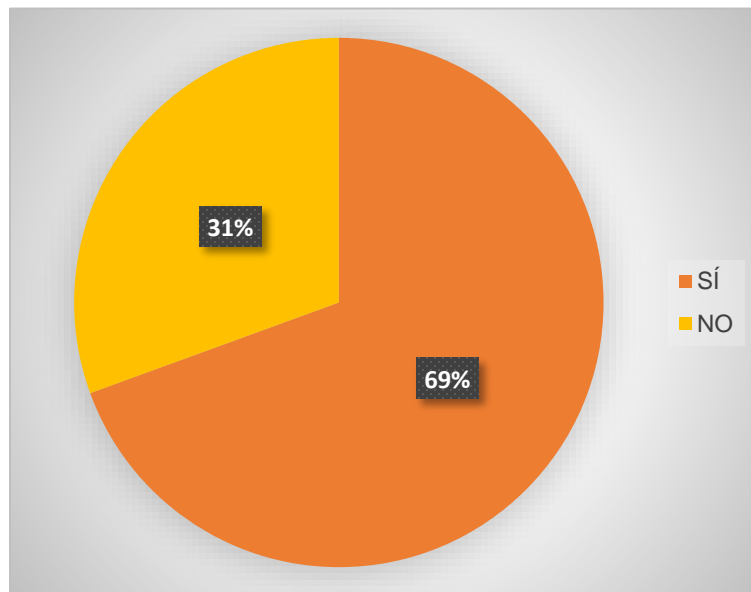
Tabla 2.10: Distribución por respuesta a la muestra de una actitud positiva

7	
Sonríe	37
Saluda	83
Es amable	32
Respetuoso	41
Ninguno	72

Elaborado por: La Autora

Análisis: Los usuarios muestran una actitud positiva de acuerdo al gráfico con el 31% la opción saludando con un total de 83, mientras que el 27% con 72 dice que no muestra actitud positiva con la opción ninguno, y el tercer valor con 16% con 41 son respetuosos. En este gráfico se puede determinar las diferentes maneras de mostrar una actitud no solo positiva.

Gráfico 2.10: Distribución sobre la contaminación auditiva o ruidosa dentro del transporte



Elaborado por: La Autora

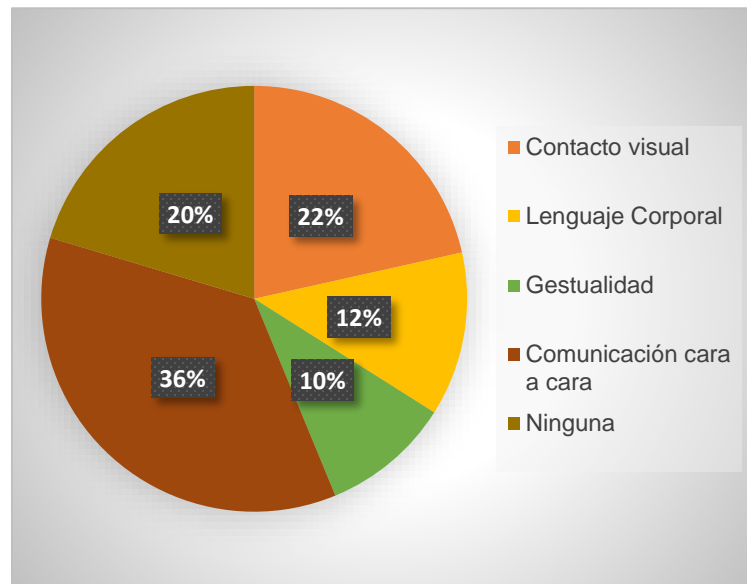
Tabla 2.11: Distribución por respuesta a la contaminación auditiva o ruidosa dentro de transporte

8	
SÍ	184
NO	81

Elaborado por: La Autora

Análisis: En cuanto a la contaminación auditiva o ruidosa dentro del transporte público, los usuarios dan como respuesta 184 de SÍ al 69% y 81 NO al 31%. Por tanto existe una mayoría que expresa la contaminación que no solo puede estar dentro de la unidad sino también afuera.

Gráfico 2.11: Distribución del aporte del usuario a las relaciones sociales



Elaborado por: La Autora

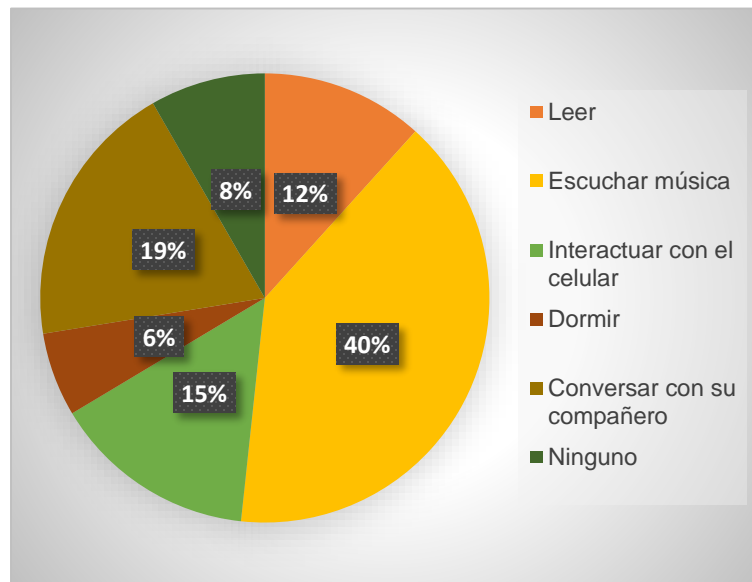
Tabla 2.12: Distribución por respuesta al aporte del usuario a las relaciones sociales

9	
Contacto visual	57
Lenguaje Corporal	33
Gestualidad	26
Comunicación cara a cara	95
Ninguna	54

Elaborado por: La Autora

Análisis: El aporte del usuario a las relaciones sociales de acuerdo al gráfico, es de comunicación cara a cara con el 36% de un total de 95, otros dicen que a través del contacto visual con el 22% de 57 y que ninguna con el 20% de 54. Estas tres respuestas pueden determinar cómo las relaciones son practicadas en este contexto social.

Gráfico 2.12: Distribución de la preferencia como pasajero



Elaborado por: La Autora

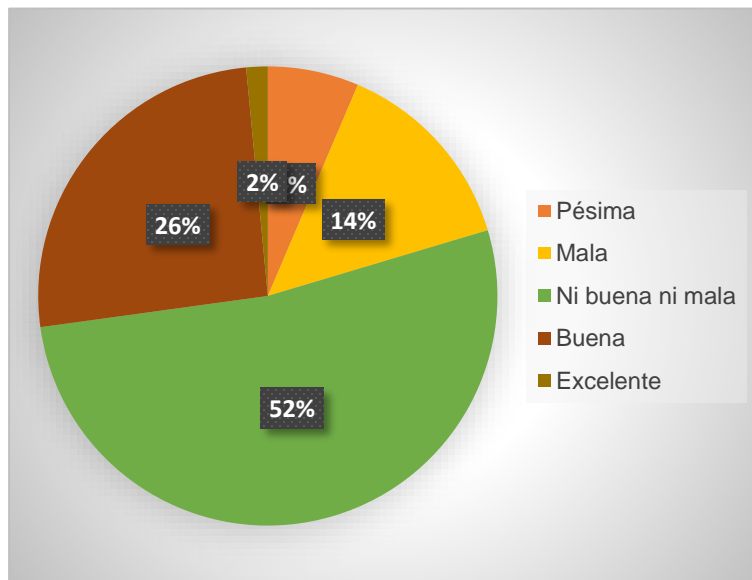
Tabla 2.13: Distribución de la preferencia como pasajero

10	
Leer	31
Escuchar música	106
Interactuar con el celular	39
Dormir	16
Conversar con su compañero	51
Ninguno	22

Elaborado por: La Autora

Análisis: La preferencia como pasajero al momento de viajar es escuchar música con un total de 106 dando un 40%, en segunda opción está conversar con su compañero con 51 dando el 19%, y también dicen que interactúan con el celular de 39 dando un 15%. Todas estas preferencias se perciben en la unidad de transporte y bien pueden ayudar u obstaculizar la comunicación.

Gráfico 2.13: Distribución del servicio que presta el medio de transporte



Elaborado por: La Autora

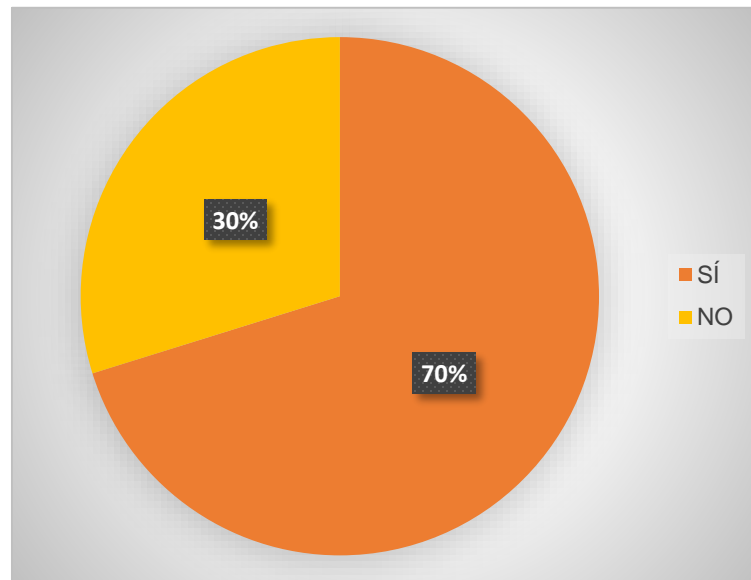
Tabla 2.14: Distribución por respuesta al servicio que presta el medio de transporte

		11
Pésima		17
Mala		37
Ni buena ni mala		139
Buena		68
Excelente		4

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo al servicio que presta el medio de transporte se visualiza que no es buena ni mala con la mayoría de 139 con un 52%, en segundo lugar 68 dicen que es buena con un 26% y 37 mala con 14%.

Gráfico 2.14: Distribución del respeto sobre las tarifas correspondientes



Elaborado por: La Autora

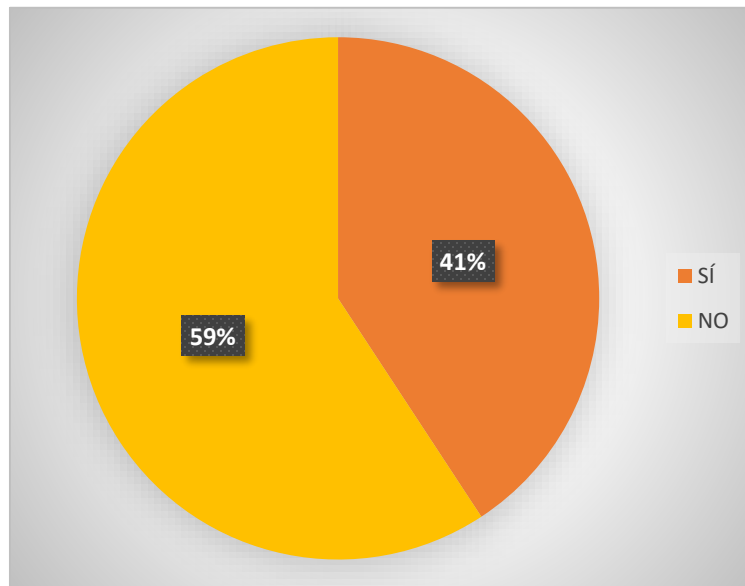
Tabla 2.15: Distribución por respuesta al respeto sobre las tarifas correspondientes

	12	
SÍ		186
NO		79

Elaborado por: La Autora



Análisis: Los usuarios consideran que el respeto sobre las tarifas correspondientes en el transporte urbano de 186 con un 70% es SÍ y de 79 con un 30% es NO.

Gráfico 2.15: Distribución sobre la vulneración de derechos humanos directa o indirectamente dentro del transporte público



Elaborado por: La Autora

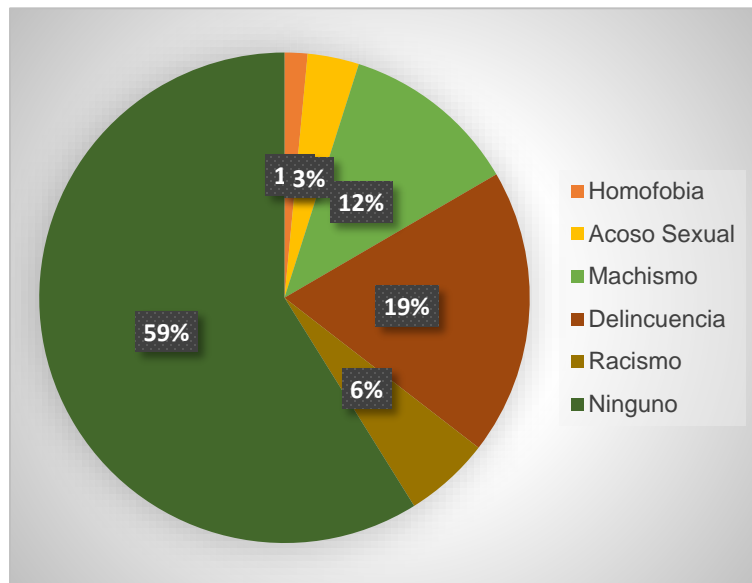
Tabla 2.16: Distribución por respuesta a la vulneración de derechos humanos directa o indirectamente dentro del transporte público

		13
SÍ		108
NO		157

Elaborado por: La Autora

Análisis: Los usuarios creen que han sido víctimas directa o indirectamente dentro del transporte, 108 que SÍ con el 41% y 157 con un 59% NO. En esta respuesta no solo se refiere a que el usuario haya sido víctima, sino también haya presenciado alguna vez una vulneración de derechos en el interior del autobús.

Gráfico 2.16: Distribución de la vulneración de derechos que el usuario ha presenciado dentro del transporte



Elaborado por: La Autora

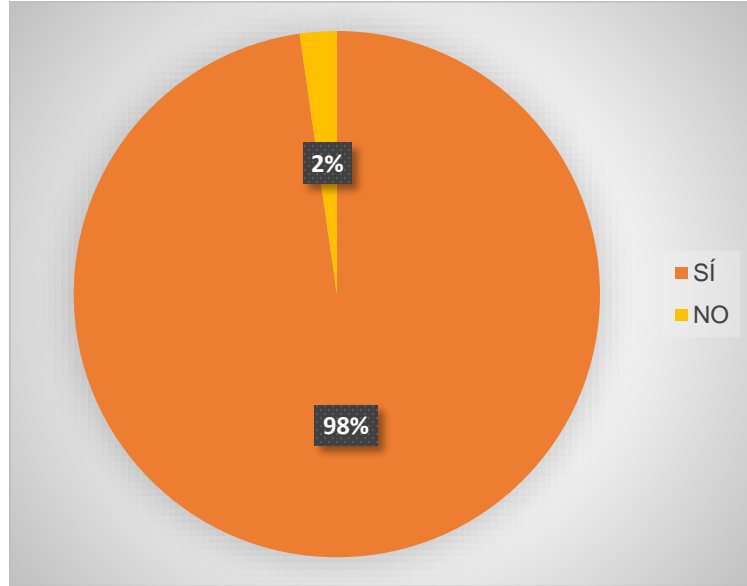
Tabla 2.17: Distribución de la vulneración de derechos que el usuario ha presenciado dentro del transporte

14	
Homofobia	4
Acoso Sexual	9
Machismo	31
Delincuencia	50
Racismo	15
Ninguno	156

Elaborado por: La Autora

Análisis: En cuanto a la vulneración de derechos que el usuario ha presenciado dentro del transporte, se determina que el 59% corresponde a ninguno con un total de 156, en cambio otros 50 dicen que la delincuencia con el 19% y el machismo de 31 con el 12%. Aunque la mayoría de los encuestados manifiesta que no han presenciado ninguna vulneración, los demás tipos de vulneración existen en bajas cantidades.

Gráfico 2.17: Distribución sobre la importancia de fomentar las relaciones sociales dentro del transporte público para evitar la vulneración de derechos



Elaborado por: La Autora

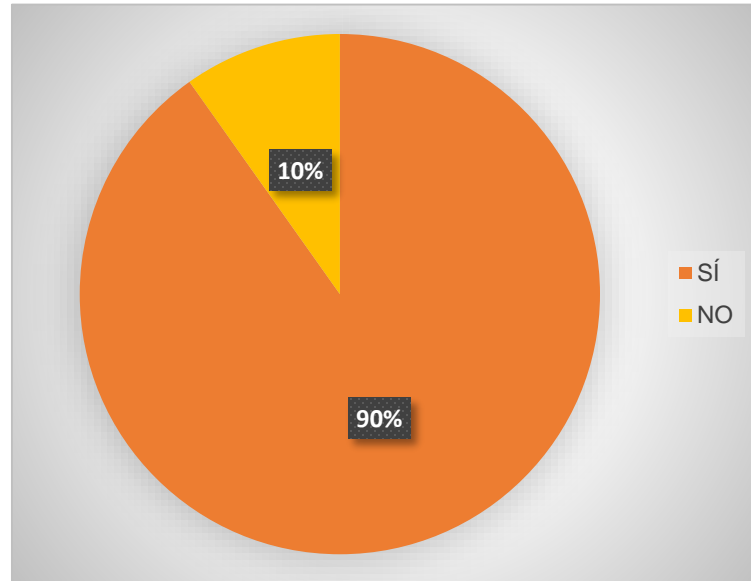
Tabla 2.18: Distribución por respuesta a la importancia de fomentar las relaciones sociales dentro del transporte público para evitar la vulneración de derechos

	15	
Sí		259
NO		6

Elaborado por: La Autora

Análisis: En esta distribución los 259 usuarios muestran que 259 con el 98% es SÍ y 6 con el 2% NO. Es decir, casi el 100% de los encuestados afirman la gran importancia de fomentar las relaciones sociales dentro del transporte público y así poder evitar la vulneración de derechos.

Gráfico 2.18: Distribución de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Art. 185 sobre el cumplimiento del respeto a los derechos humanos y un trato inclusivo a los usuarios en las vías



Elaborado por: La Autora

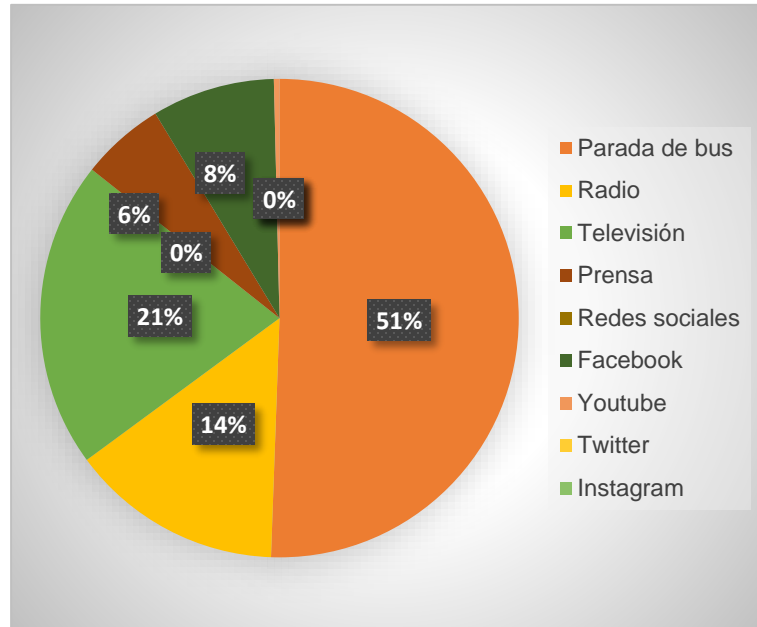
Tabla 2.19: Distribución por respuesta a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Art. 185 sobre el cumplimiento del respeto a los derechos humanos y un trato inclusivo a los usuarios en las vías

	16	
SÍ		239
NO		26

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial en el Art. 85 literal I hace mención al cumplimiento del respeto a los derechos humanos y dando un trato inclusivo a todos los usuarios en las vías, se observa que del 90% 239 dicen SÍ y el 10% 26 personas encuestadas dicen NO. La mayoría de encuestados responden afirmativamente hacia esta Ley.

Gráfico 2.19: Distribución de medios de comunicación para promover las relaciones interpersonales entre usuarios y transportistas



Elaborado por: La Autora

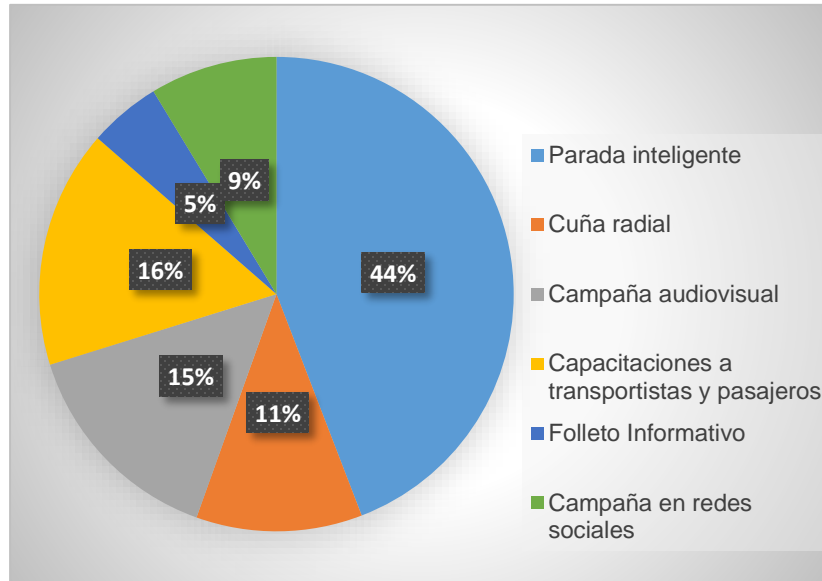
Tabla 2.20: Distribución por respuesta a los medios de comunicación para promover las relaciones interpersonales entre usuarios y transportistas

17		
Parada de bus	134	
Radio	38	
Televisión	55	
Prensa	15	
Redes sociales	0	
Facebook	22	
Youtube	1	

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a los medios de comunicación para promover las relaciones interpersonales entre usuarios y transportistas se determina que 134 es el 51% la parada de bus, como medio idóneo para reforzar esta interacción, mientras que las 55 dicen que la televisión con el 21% y 38 la radio con el 14%.

Gráfico 2.20: Distribución de estrategias comunicacionales para mejorar la comunicación interpersonal entre transportistas y usuarios



Elaborado por: La Autora

Tabla 2.21: Distribución por respuesta a las estrategias comunicacionales para mejorar la comunicación interpersonal entre usuarios y transportistas

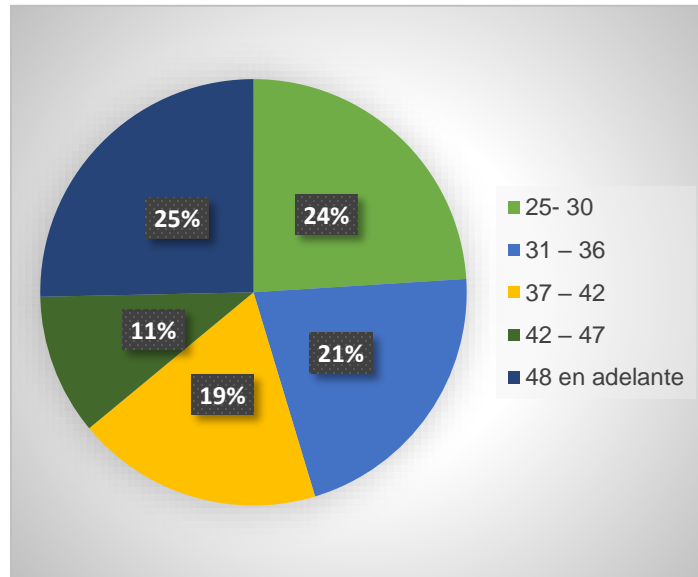
Estrategia	Respuestas
Parada inteligente	117
Cuña radial	30
Campaña audiovisual	39
Capacitaciones a transportistas y pasajeros	43
Folleto Informativo	13
Campaña en redes sociales	23

Elaborado por: La Autora

Análisis: En cuanto a las estrategias comunicacionales para mejorar la comunicación interpersonal entre transportistas y usuarios, 117 equivale al 44% a la parada inteligente como respuesta al medio idóneo anterior, 43 corresponde al 16% a las capacitaciones a transportistas y pasajeros, y 39 concierne a la campaña audiovisual con el 15%.

A continuación, las encuestas a los transportistas:

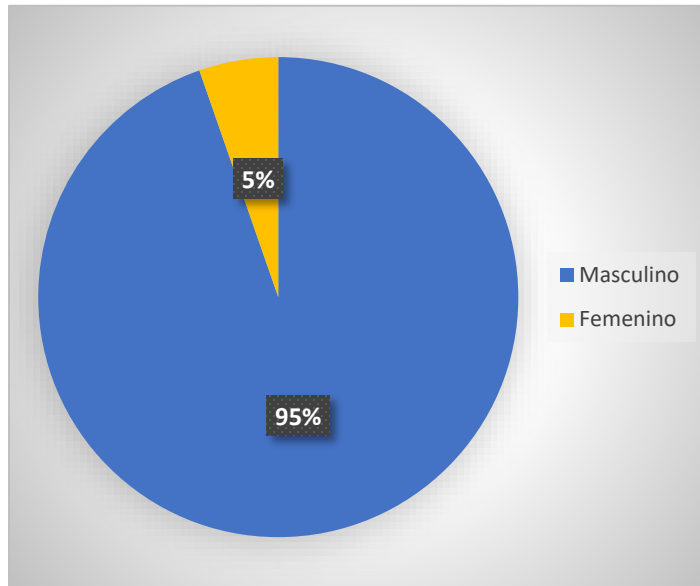
Gráfico 2.21: Distribución por edades de los transportistas/choferes



Elaborado por: La Autora

Análisis: En el gráfico se observa que el 25% de transportistas corresponde a personas de 48 años en adelante, el 24% de 25 – 40 y el 21% de 31 – 36. En los tres rangos de edad más votados por los choferes-transportistas son personas adultas quienes conducen este tipo de vehículos lo que puede dar seguridad a los pasajeros.

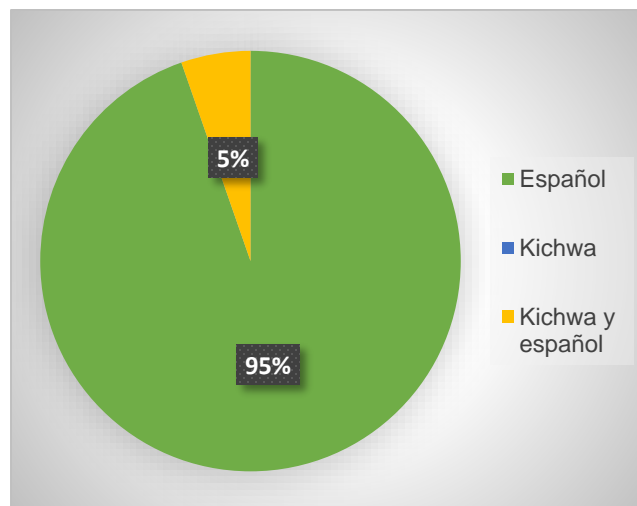
Gráfico 2.22: Distribución por sexo de los transportistas



Elaborado por: La Autora

Análisis: Los transportistas de acuerdo al sexo, el 98% es masculino y el 5% femenino. Por lo general en las unidades de transporte se puede evidenciar que el papel de la mujer aún es muy bajo.

Gráfico 2.23: Distribución por idioma hablante por parte de los transportistas



Elaborado por: La Autora

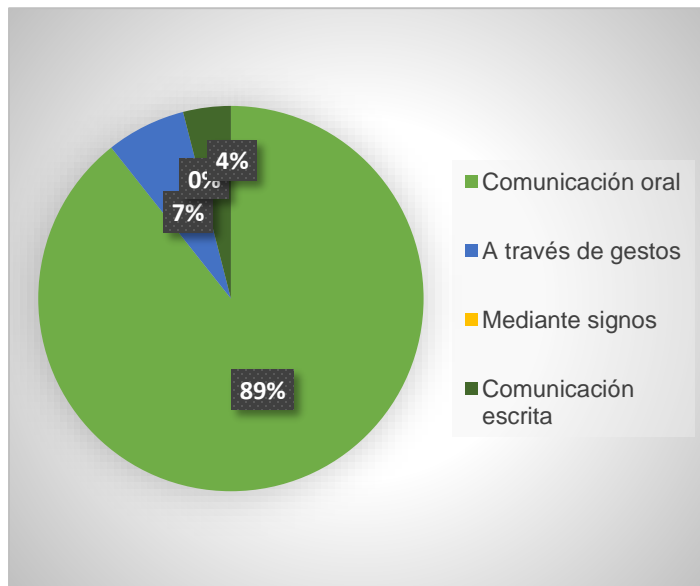
Tabla 2.22: Distribución por respuesta al idioma hablante por parte de los usuarios

1	
Español	71
Kichwa	0
Kichwa y español	4

Elaborado por: La Autora

Análisis: En las distribuciones de acuerdo al idioma, los 71 transportistas hablan español dando un 95% y 4 usan el kichwa y español que equivale a un 5%. Es decir, el idioma español prevalece en los transportistas.

Gráfico 2.24: Distribución de las formas de comunicación que el transportista mantiene con el usuario



Elaborado por: La Autora

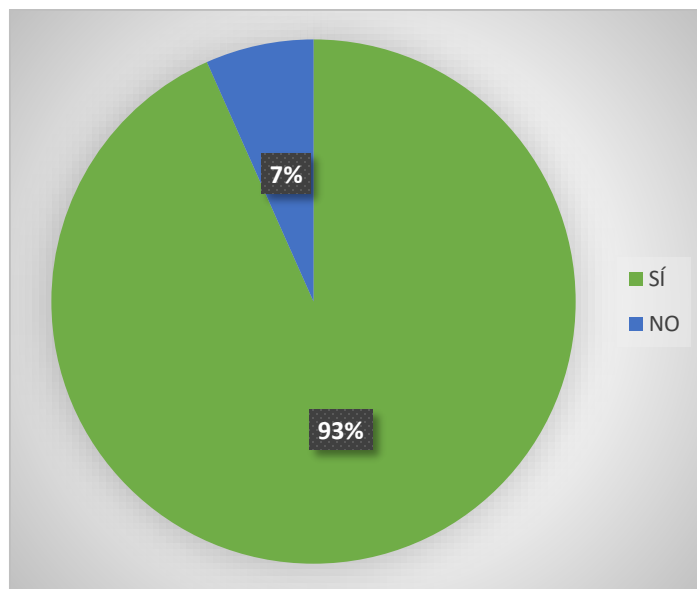
Tabla 2.23: Distribución por respuesta a las formas de comunicación que el usuario mantiene con el transportista

2	
Comunicación oral	67
A través de gestos	5
Mediante signos	0
Comunicación escrita	3

Elaborado por: La Autora

Análisis: En cuanto a la forma de comunicarse del transportista con el usuario la manera más rápida y directa por parte de los transportistas dan un resultado de 67 equivalentes al 89% a la comunicación oral y 5 a través de gestos el 7%.

Gráfico 2.25: Distribución del fomento de una actitud positiva como transportista hacia el pasajero



Elaborado por: La Autora

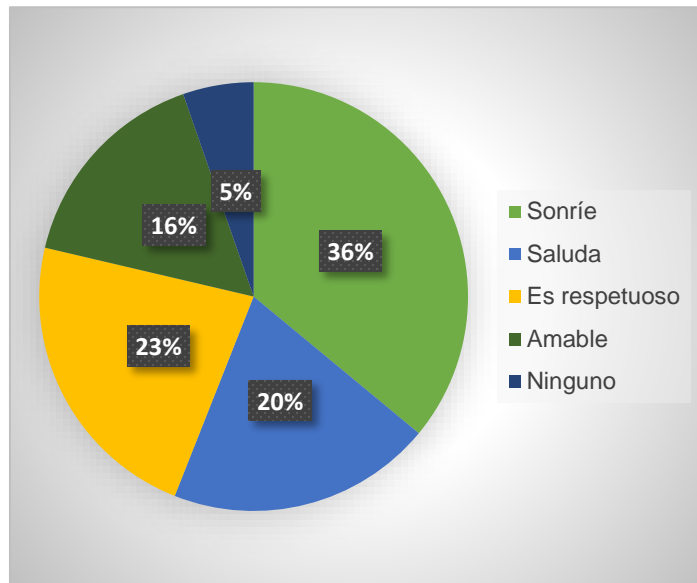
Tabla 2.24: Distribución por respuesta del fomento de una actitud positiva como transportista hacia el pasajero

3	
SÍ	70
NO	5

Elaborado por: La Autora

Análisis: La distribución por respuesta del fomento de una actitud positiva como transportista hacia el pasajero, 70 equivalentes a la mayoría de transportistas es el 93% dicen SÍ y 5 correspondientes al 7% es NO.

Gráfico 2.26: Distribución de muestra de una actitud positiva



Elaborado por: La Autora

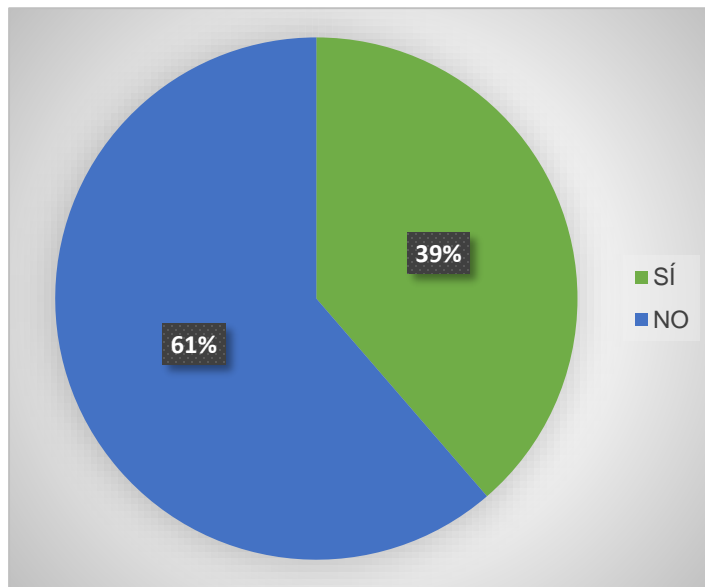
Tabla 2.25: Distribución por respuesta a la muestra de una actitud positiva

4	
Sonríe	27
Saluda	15
Es respetuoso	17
Amable	12
Ninguno	4

Elaborado por: La Autora



Análisis: De acuerdo a las distribuciones, los transportistas muestran una actitud positiva de diferentes formas, aunque la principal son 27 equivalente al 36% dicen que sonríen, 17 son respetuosos con un 23% y 15 saludan con el 20%.

Gráfico 2.27: Distribución sobre la contaminación auditiva o ruidosa que provoca el transportista dentro del transporte



Elaborado por: La Autora

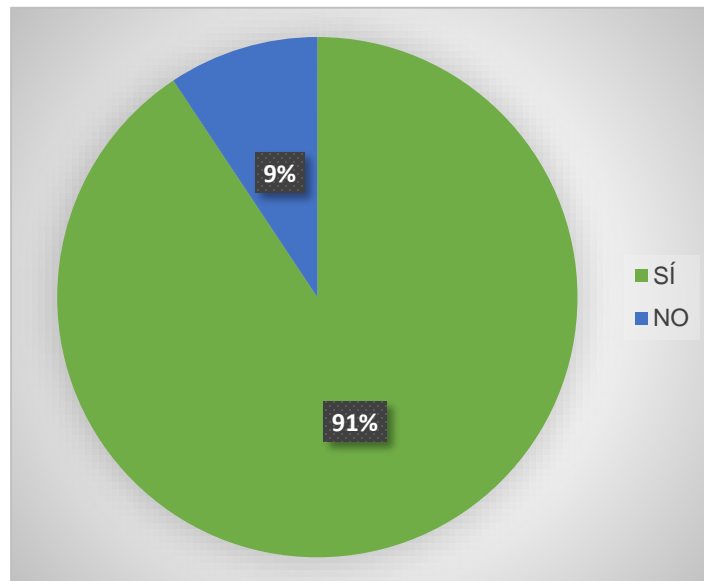
Tabla 2.26: Distribución por respuesta a la contaminación auditiva o ruidosa que provoca el transportista dentro del transporte

		5
SÍ		29
NO		46

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a las distribuciones, la contaminación auditiva o ruidosa que provoca el transportista dentro del transporte 29 equivalentes al 39% dicen que SÍ, y 46 del 61% NO. La mayoría de los transportistas afirman que no provocan dicha contaminación al contrario de la respuesta de los usuarios. Aunque es necesario identificar que los ruidos no solo provienen dentro de la unidad, sino también de afuera.

Gráfico 2.28: Distribución sobre reuniones para determinar la importancia de la atención al usuario



Elaborado por: La Autora

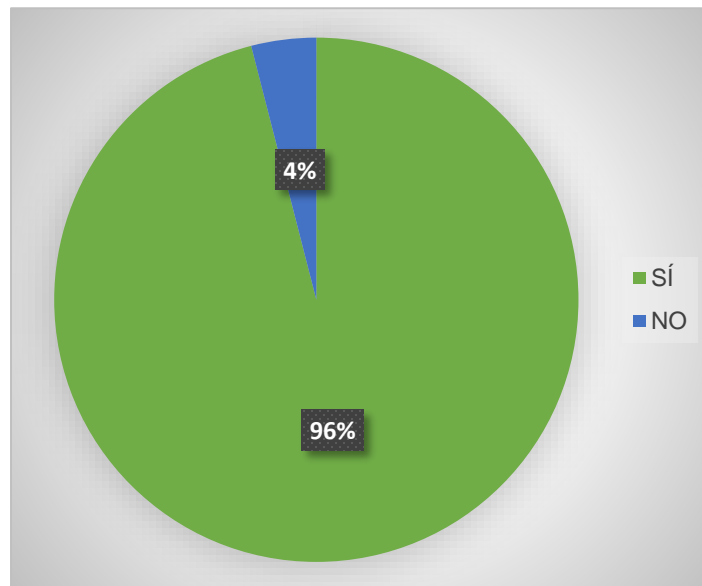
Tabla 2.27: Distribución por respuesta de los transportistas a las reuniones para determinar la importancia de atención al usuario

6	
SÍ	68
NO	7

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a las distribuciones sobre reuniones para determinar la importancia de la atención al usuario, los 68 transportistas equivalentes al 91% dicen que SÍ, mientras que 7 del 9% NO. Los transportistas aseveran esta gran importancia.

Gráfico 2.29: Distribución sobre la relación cordial dentro de un medio de transporte



Elaborado por: La Autora

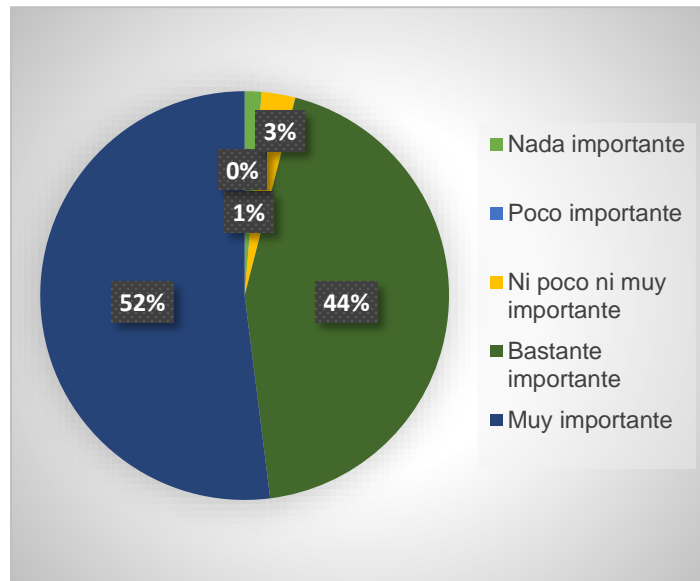
Tabla 2.28: Distribución por respuesta sobre la relación cordial dentro de un medio de transporte

7	
SÍ	72
NO	3

Elaborado por: La Autora

Análisis: En cuanto a las distribuciones sobre la relación cordial dentro de un medio de transporte 72 transportistas con el 96% dicen SÍ y 3 NO con el 4%. Es así que la mayoría cree necesario mantener dicha relación.

Gráfico 2.30: Distribución de las relaciones sociales



Elaborado por: La Autora

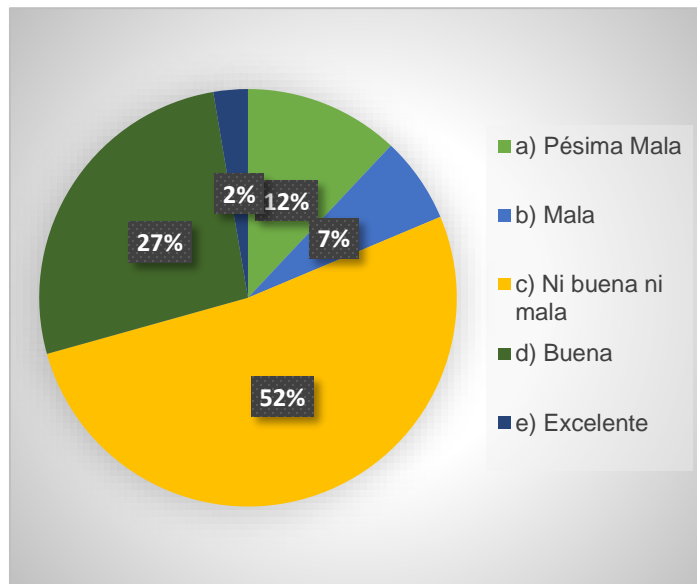
Tabla 2.29: Distribución por respuesta a las relaciones sociales

8	
Nada importante	1
Poco importante	0
Ni poco ni muy importante	2
Bastante importante	33
Muy importante	39

Elaborado por: La Autora

Análisis: En esta distribución de acuerdo a las relaciones sociales, los 39 transportistas correspondientes al 52% afirman que es muy importante y 33 bastante importante el 44%. Sin duda, las dos opciones más votadas ayudan a un mejor ambiente social.

Gráfico 2.31: Distribución en cuanto a la actitud del usuario



Elaborado por: La Autora

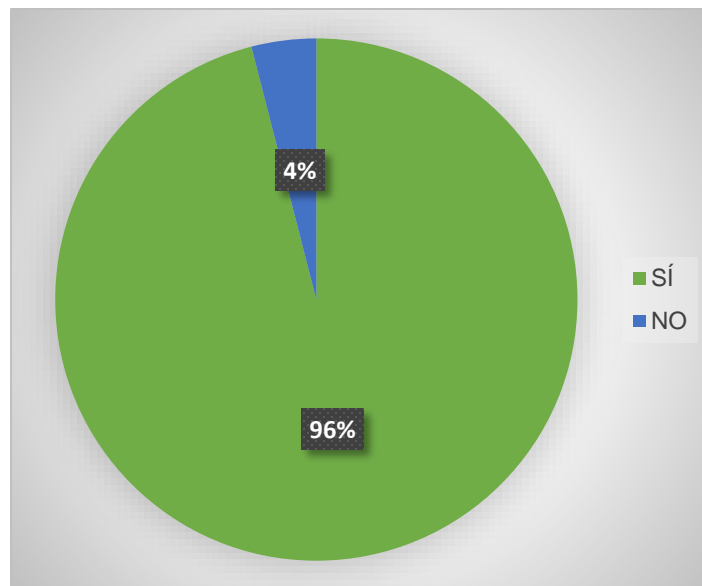
Tabla 2.30: Distribución por respuesta en cuanto a la actitud del usuario

9	
Pésima	9
Mala	5
Ni buena ni mala	39
Buena	20
Excelente	2

Elaborado por: La Autora

Análisis: Los transportistas califican la actitud del usuario como ni buena ni mala de 39 equivale al 52%, según 20 dicen buena con el 27%. Es decir, la actitud del pasajero o usuario es regular.

Gráfico 2.32: Distribución como transportista de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Art. 185 sobre el cumplimiento del respeto a los derechos humanos y un trato inclusivo a los usuarios en las vías



Elaborado por La Autora

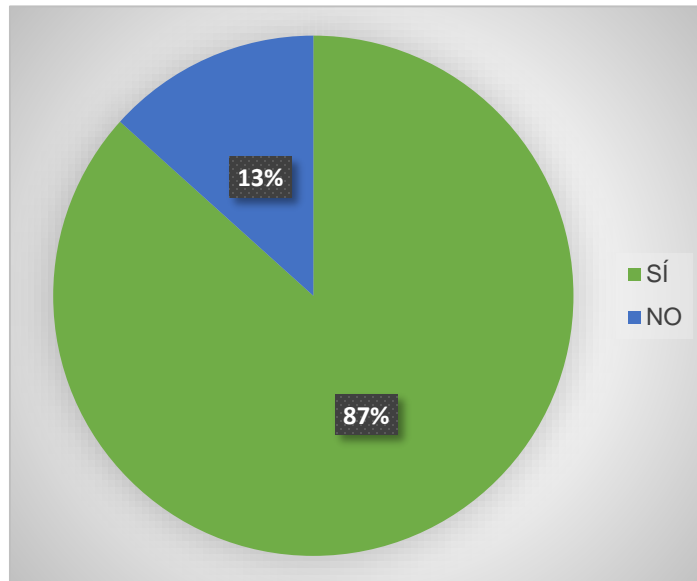
Tabla 2.31: Distribución por respuesta como transportista de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Art. 185 sobre el cumplimiento del respeto a los derechos humanos y un trato inclusivo a los usuarios en las vías

10	
SÍ	72
NO	3

Elaborado por La Autora

Análisis: De acuerdo a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial en el Art. 85 literal I hace mención al cumplimiento del respeto a los derechos humanos y dando un trato inclusivo a todos los usuarios en las vías, se observa que 72 del 96% dicen SÍ y 6 del 4% NO. Casi el 100% afirman que cumplen con esta Ley.

Gráfico 2.33: Distribución sobre el respeto a las paradas establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito



Elaborado por: La Autora

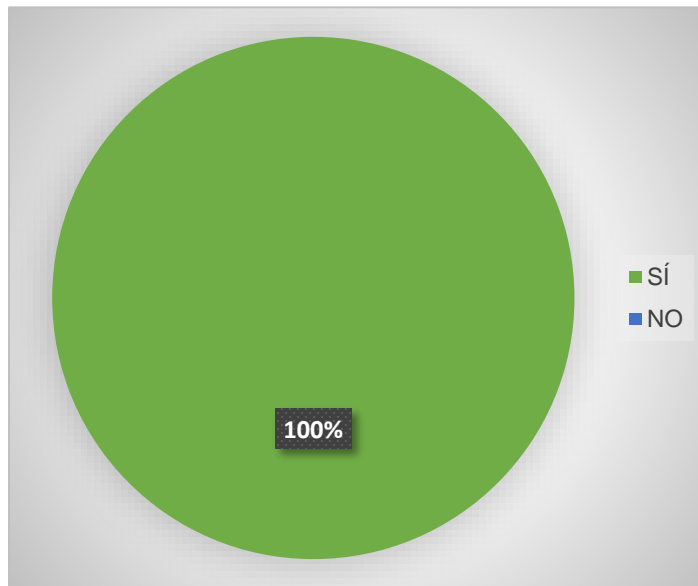
Tabla 2.32: Distribución por respuesta sobre el respeto a las paradas establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito

11	
SÍ	65
NO	10

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a las distribuciones del respeto a las paradas establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito, los 65 transportistas responden con el 87% que SÍ, mientras que 10 con el 13% NO. La gran mayoría cumplen con lo dispuesto por la ANT aunque muchas veces los usuarios no la respetan y ahí está la obligación de los transportistas.

Gráfico 2.34: Distribución sobre el respeto a las tarifas correspondientes a estudiantes, personas de la tercera edad y personas con discapacidad



Elaborado por: La Autora

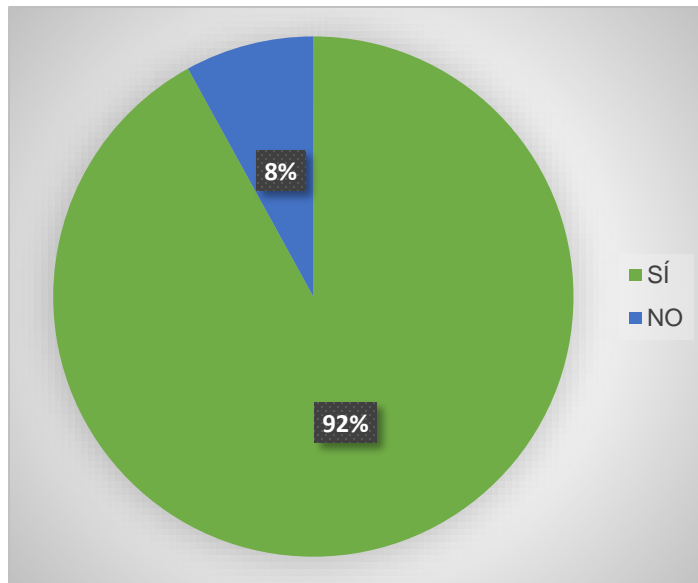
Tabla 2.33: Distribución por respuesta sobre el respeto a las tarifas correspondientes a estudiantes, personas de la tercera edad y personas con discapacidad

12	
SÍ	75
NO	0

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a las distribuciones sobre el respeto a las tarifas correspondientes a estudiantes, personas de la tercera edad y personas con discapacidad los 75 transportistas encuestados dicen que SÍ, es decir el 100%.

Gráfico 2.35: Distribución a la campaña del CONADIS junto a la Agencia Nacional de Tránsito “Respeto mi espacio, Respeto mi tarifa, Respeto mi parada”



Elaborado por: La Autora

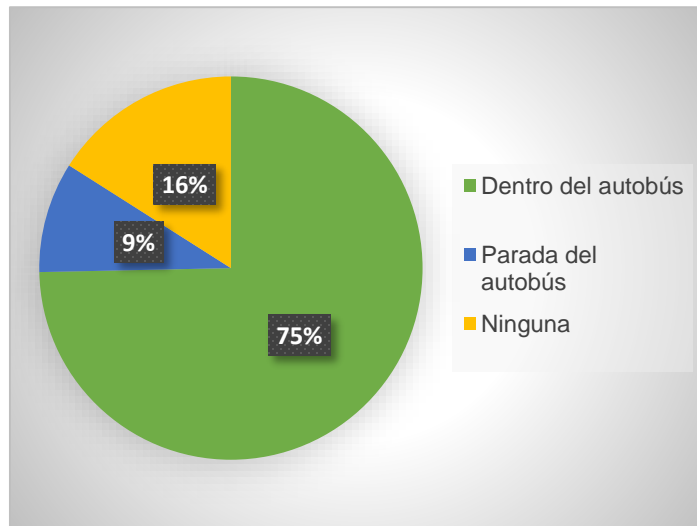
Tabla 2.34: Distribución por respuesta a la campaña del CONADIS junto a la Agencia Nacional de Tránsito “Respetar mi espacio, Respetar mi tarifa, Respetar mi parada”

13	
SÍ	69
NO	6

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a la acogida de la campaña del CONADIS junto a la Agencia Nacional de Tránsito “Respetar mi espacio, Respetar mi tarifa, Respetar mi parada” los 69 transportistas equivalentes al 92% responden que SÍ y 6 con el 8% NO.

Gráfico 2.36: Distribución sobre la existencia de normas señaladas



Elaborado por: La Autora

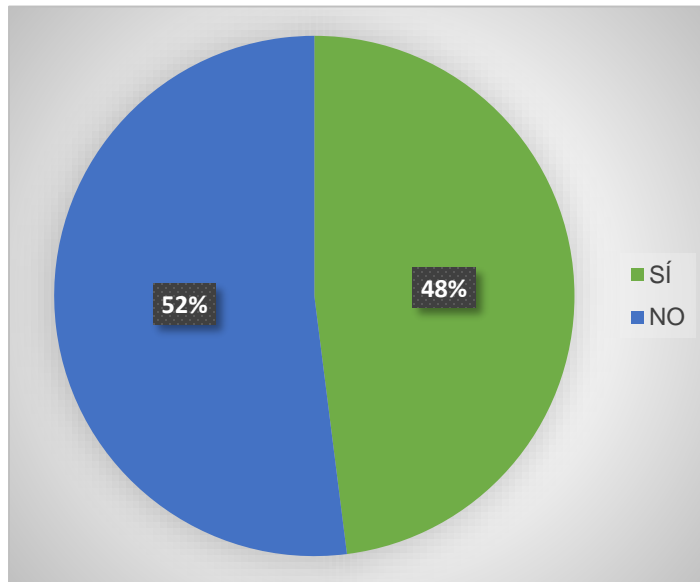
Tabla 2.35: Distribución sobre la existencia de normas señaladas

14	
Dentro del autobús	56
Parada del autobús	7
Ninguna	12

Elaborado por: La Autora



Análisis: De acuerdo a las distribuciones sobre la existencia de normas señaladas para mejorar la conducta del usuario, los 56 transportistas que corresponde al 75% dicen que se encuentra dentro del autobús. Aunque estas normas están colocadas dentro de la unidad de transporte, muchas veces los usuarios hacen caso omiso o le prestan baja importancia una de las causas para que no exista una mejoría.

Gráfico 2.37: Distribución de las cooperativas de transporte al poseer un buzón de sugerencias



Elaborado por: La Autora

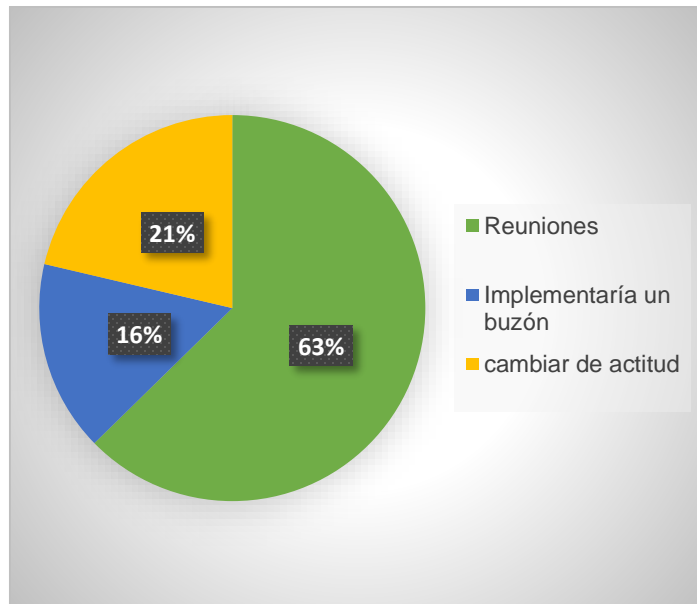
Tabla 2.36: Distribución por respuesta de las cooperativas de transporte al poseer un buzón de sugerencias

		15
SÍ		36
NO		39

Elaborado por: La Autora

Análisis: Las distribuciones de acuerdo a las cooperativas de transporte al poseer un buzón de sugerencias, los 36 transportistas correspondientes al 48% dicen que SÍ, mientras que 39 al 52% NO.

Gráfico 2.38: Distribución como transportista del fomento de las relaciones sociales dentro del transporte



Elaborado por: La Autora

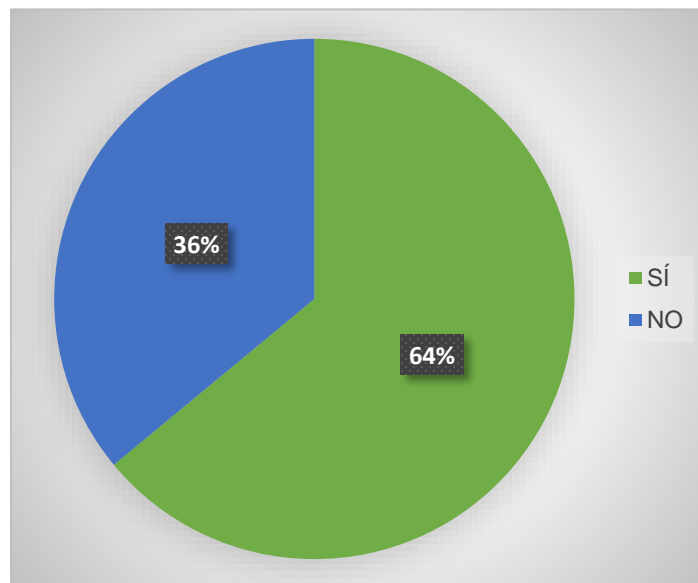
Tabla 2.37: Distribución por respuesta como transportista del fomento de las relaciones sociales dentro del transporte

16	
Reuniones	47
Implementaría un buzón	12
cambiar de actitud	16

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a las distribuciones como transportista al fomentar las relaciones sociales dentro del transporte, 47 equivalentes al 63% hacen reuniones y 16 con el 21% desean cambiar de actitud. Los transportistas manifiestan que la mejor forma para impulsar las relaciones sociales se hacen a través de reuniones porque se lo hace de manera directa.

Gráfico 2.39: Distribución por respuesta sobre la vulneración de derechos humanos directa o indirectamente dentro del transporte público



Elaborado por: La Autora

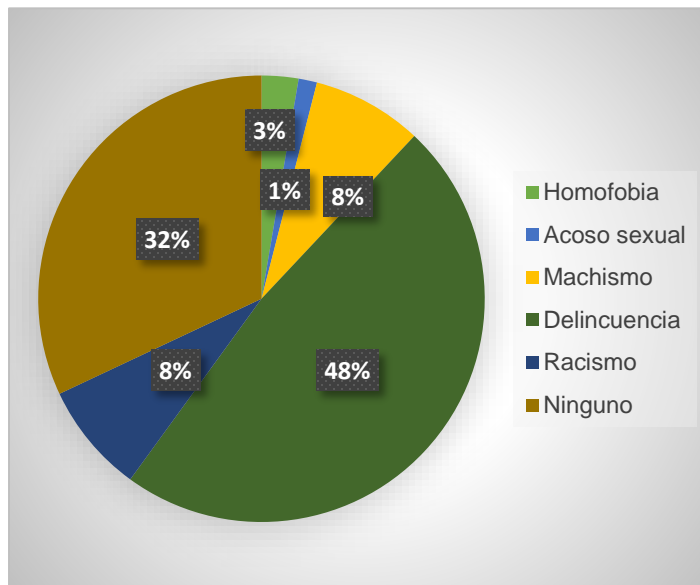
Tabla 2.38: Distribución por respuesta sobre la vulneración de derechos humanos directa o indirectamente dentro del transporte público

17	
SÍ	48
NO	27

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a la vulneración de derechos humanos directa o indirectamente dentro del transporte público, 48 transportistas equivalentes al 64% dicen que SÍ, y 27 correspondiente al 36% NO. A diferencia de los usuarios la mayoría de los transportistas aseguran que son víctimas de la vulneración de derechos.

Gráfico 2.40: Distribución de la vulneración de derechos que el transportista ha presenciado dentro del transporte



Elaborado por: La Autora

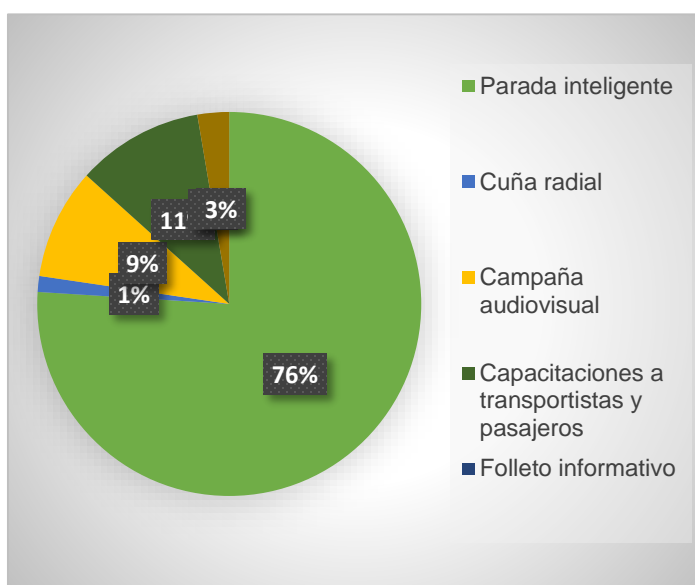
Tabla 2.39: Distribución por respuesta la vulneración de derechos que el transportista ha presenciado dentro del transporte

	18	
Homofobia	2	2
Acoso sexual	1	1
Machismo	6	6
Delincuencia	36	36
Racismo	6	6
Ninguno	24	24

Elaborado por: La Autora

Análisis: En las distribuciones con respecto a la vulneración de derechos que el transportista ha presenciado dentro del transporte, las opiniones más vistas son de los 36 pertenecientes al 48% a la delincuencia, 24 transportistas encuestados al 32% a ninguno. La delincuencia es una de las causas más percibidas por parte de los transportistas siendo una falencia dentro del desarrollo del servicio público.

Gráfico 2.41: Distribución de estrategias comunicacionales para mejorar la comunicación interpersonal entre usuarios y transportistas



Elaborado por: La Autora

Tabla 2.40: Distribución por respuesta de estrategias comunicacionales para mejorar la comunicación interpersonal entre transportistas y usuarios

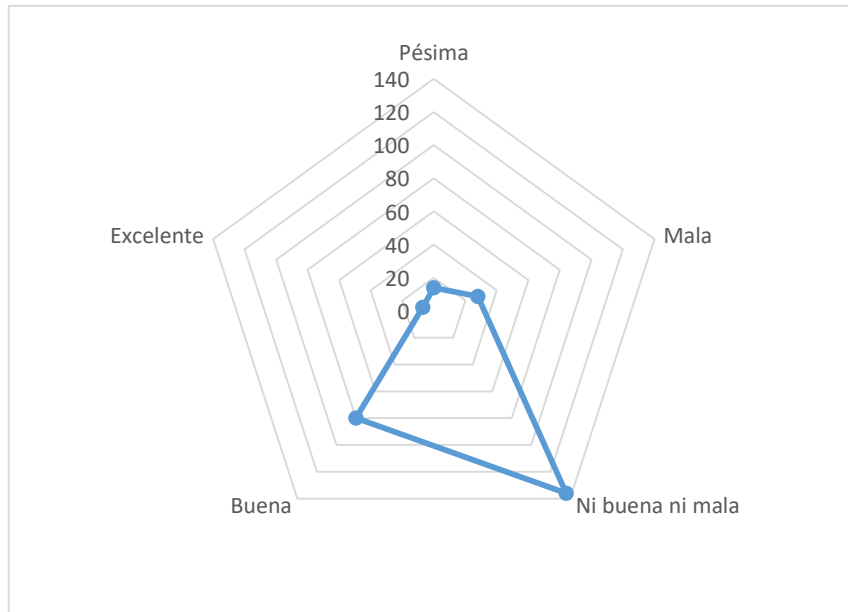
19	
Parada inteligente	57
Cuña radial	1
Campaña audiovisual	7
Capacitaciones a transportistas y pasajeros	8
Folleto informativo	0
Campaña en redes sociales	2

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a las distribuciones de estrategias comunicacionales para mejorar la comunicación interpersonal entre transportistas y usuarios, 57 encuestados equivalentes al 76% desean que se realice a través de la parada inteligente. Esta respuesta es la principal y más votada por los transportistas, al igual que los usuarios. Por tanto esta estrategia será utilizada en la propuesta.

Además, se puede visualizar un contraste en preguntas similares tanto para el usuario como el transportista. A continuación, los gráficos.

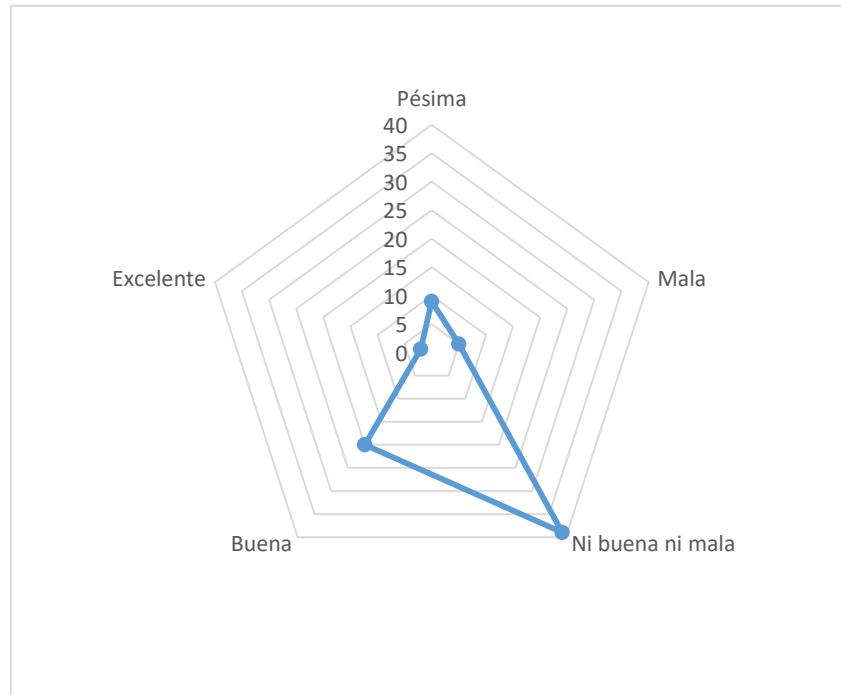
Gráfico 2.42: Distribución estadística en cuanto a la actitud que el usuario mantiene con el transportista durante el tiempo de viaje



Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a la distribución estadística de la actitud del usuario con el señor conductor durante el recorrido, se evidencia que no es ni buena ni mala, es decir regular.

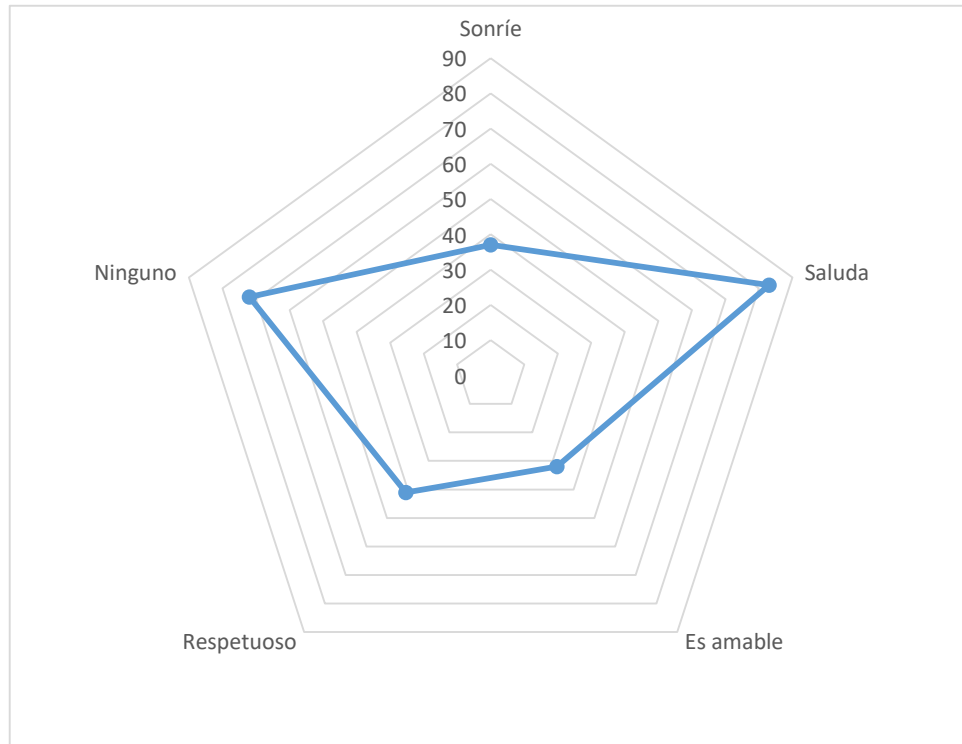
Gráfico 2.43: Distribución estadística del transportista que califica la actitud del usuario



Elaborado por: La Autora

Análisis: En cuanto a la distribución estadística del conductor al calificar la actitud del usuario muestra que no es ni buena, ni mala, es decir regular, de igual manera que el usuario califica al transportista.

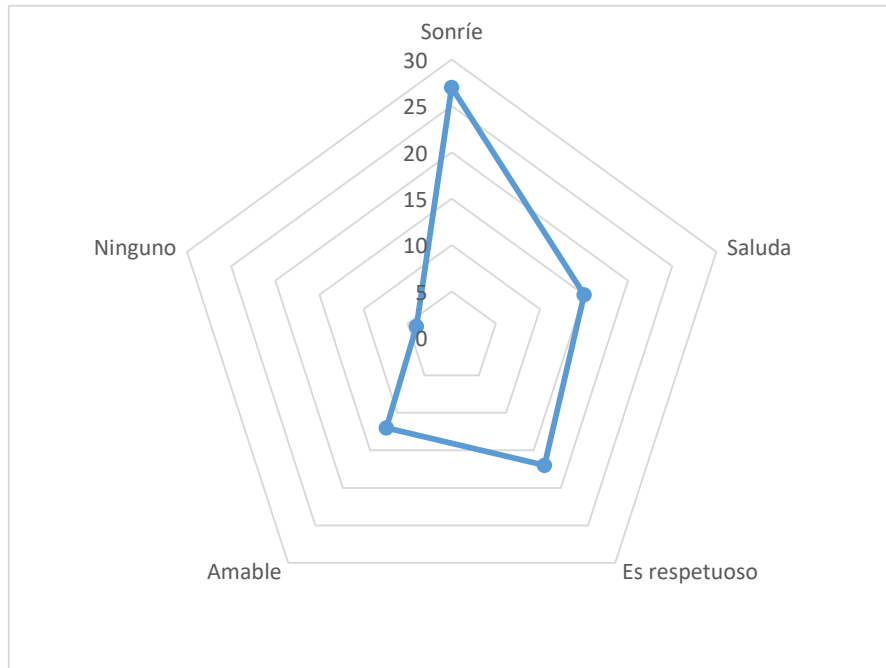
Gráfico 2.44: Distribución estadística de los usuarios al mostrar una actitud positiva



Elaborado por: La Autora

Análisis: En base a la distribución estadística de los usuarios al mostrar una actitud positiva dentro del medio de transporte, manifiestan que lo expresan saludando.

Gráfico 2.45: Distribución estadística de los transportistas al mostrar una actitud positiva



Elaborado por: La Autora

Análisis: Como resultado de la distribución estadística de los señores transportistas que también muestran una actitud positiva a diferencia de los usuarios manifiestan que lo hacen sonriendo.

2.5 ENTREVISTAS

2.5.1 Tipos de entrevistados

De acuerdo al tema de investigación de tesis se ha planteado hacer a más de las encuestas ciertas entrevistas a grupos minoritarios, pero, que tengan gran influencia y recopilación de información en base al tema sobre transporte urbano y dentro de la misma en cuanto la comunicación interpersonal entre los dos grupos: transportistas y usuarios.

Los miembros entrevistados fueron:

- ✓ Director de la Agencia Nacional de Tránsito

Este personaje dará a conocer a nivel de la provincia cómo se hacen los controles y supervisiones a los transportes urbanos y qué novedades se pueden encontrar. También lo que concierne a las normativas de seguridad y desplazamiento. Diferencia entre transporte público urbano o servicio de transporte intracantonal.

- ✓ Gerente o director de las cooperativas de transporte urbano

A través de la entrevista conocer la forma de prestar servicio, horario y rutas, además de las normas.

- ✓ Jefe de planificación y proyectos de la Empresa Movidelnor – Ibarra

Quien detallará los proyectos que se han llevado a cabo o están ejecutándose en cuanto al servicio de transporte intracantonal.

- ✓ Persona encargada de las campañas referentes al transporte urbano

Explicará las campañas existentes o a futuro que se piensa en beneficio de los transportistas y usuarios.

- ✓ Experto en Movilidad Urbana

Dará a conocer sobre los parámetros de evaluación de la movilidad urbana, qué aspectos se toman en cuenta y cómo percibe al transporte urbano en Ibarra.

- ✓ Ente regulador del tránsito en el Norte

Explicará de qué manera se controla, vigila o regula el tránsito en lo que corresponde al transporte urbano o servicio de transporte intracantonal.

- ✓ Encargado del sistema informático de las paradas interactivas en Ibarra

Conocer sobre las paradas interactivas y su estructura, por qué nació el proyecto y qué resultados ha tenido.

2.5.2 Redacción de entrevistas

ENTREVISTA 1

Arquitecto

Alejandro Arévalo

Jefe Dpto. de Planificación y Proyectos Empresa Movidelnor – Ibarra

1. ¿Cómo está establecido el transporte público urbano?

La diferencia en realidad es un concepto o terminología de acuerdo en conformidad a la normativa que ha ido cambiando. Esto significa que antes existía la modalidad interparroquial, urbana y rural, y se clasificaba en algunas clases. Ha ido evolucionando la normativa hasta llegar a una definición o concepto claro. Ahora únicamente existe la modalidad intracantonal de servicio de transporte público colectivo. Esto significaría que abarca todas las modalidades a sometimiento de la normativa con buses tipo homologados en base a los requisitos de la Agencia Nacional de Tránsito.

El transporte intracantonal es competencia de los Municipios Descentralizados de cada cantón y puede ser tratado con la normativa local.

2. ¿Cuántas cooperativas funcionan en los cantones Otavalo, Antonio Ante e Ibarra?

En Ibarra hay cuatro operadoras: “San Miguel de Ibarra”, “28 de Septiembre”, se podría decir que corresponden a transporte urbano y “La Esperanza” y “Campesinor” transporte rural. Sin embargo, son operadoras de transporte intracantonal que hacen servicio urbano – rural.

En Otavalo hay dos: Cooperativa “8 de Septiembre” y la compañía “Imbaburapak” que recién fue dada el permiso de operación. Y en Antonio Ante – Atuntaqui la cooperativa Orozcotola

3. ¿Cómo se estipula los permisos de operación para que los transportistas circulen con normalidad?

Se tiene dos tipos de contratos se podría llamar, o permisos para operar que son las concesiones que se usan para transporte comercial y los contratos de operación que son para transporte público. En los contratos de operación se estipula toda la normativa con respecto a la Constitución, a la Ley de Tránsito y Transporte y finalmente a normativa u ordenanzas en este caso a las funciones administrativas locales. Está estructurado generalmente de esta forma: primero el antecedente se ubica el requerimiento o la solicitud por parte del transportista, luego son los datos generales como constitución jurídica, RUC, domicilio, provincia, cantón. Posteriormente viene el análisis técnico de rutas y frecuencias y el detalle de la normativa o los datos contra actuales, además existen las cláusulas que no se puede hacer, por ejemplo un abandono de ruta que tiene una multa y sanción administrativa. En los contratos va detallado y especificado de lo que pueden y no hacer dando cumplimiento a la misma normativa. Para que una unidad pueda circular tiene que tener el permiso de operación de manera obligatoria, siendo el único

documento por parte de la empresa de movilidad, a parte de la matrícula que le da como título habilitante para circular como servicio intracantonal.

4. ¿Qué entidades emiten el permiso de operación a los transportistas?

La Empresa Pública de Movilidad del Norte, se podría definir dos tipos de título habilitantes, es decir, el permiso para operar, la matrícula de la unidad que es un requisito previo a la obtención del permiso y el permiso de operación como tal.

5. ¿Quiénes establecen el recorrido de las rutas y frecuencias?

Anteriormente cuando era competencia de tránsito precedido por la Policía Nacional se manejaban por pedidos de parte de la ciudadanía para que las unidades o el dimensionamiento de una flota vehicular puedan prestar el servicio a diferentes sectores. Pero, ahora ya se ha pulido un poco a detalle la normativa que nos indica que previo autorización de una ruta y frecuencia debe existir un estudio y eso lo ejecutamos nosotros. Se llaman estudios de necesidades de oferta y demanda para el transporte público, lo realizamos haciendo un diagnóstico, procedimiento estadístico y con los resultados que nos indicarían un alargue, cambio o incremento de frecuencias.

6. En el tema de transporte urbano, ¿cómo nacen los estudios o diagnósticos?

Nosotros únicamente somos activados con un pedido de la ciudadanía, por ejemplo un sector no atendido por el transporte público piden un requerimiento hacia nosotros, tenemos la responsabilidad de hacer ese levantamiento para saber si existe o no necesidad, a qué radio de acción se encuentra alejado la última parada de transporte.

7. ¿En qué se basan para la creación de la normativa de transporte?

Nos basamos en la normativa a nivel nacional que viene emitido por la Agencia Nacional de Tránsito, esta presenta requisitos con respecto a las unidades, aspectos técnico – mecánicos como: chasis, motor, dimensionamiento de pasillos, asientos, y está adaptada al comportamiento de cada ciudad o cantón. Esto quiere decir, el espacio público por donde transita. No se podría hablar de los buses que tiene Ibarra, a los que tiene Atuntaqui, San Gabriel o Montufar porque son unidades mucho más grandes que se adaptan a espacios públicos de acera y calzada generosos.

8. ¿Qué proyectos se ha llevado a cabo en lo concierne al transporte urbano?

A nivel de mancomunidad nosotros tenemos un proyecto puntual en Otavalo en donde se hizo una actualización al estudio de necesidades que existía desde el 2011, esta arrojó la creación de una nueva operadora en este caso es la Compañía “Imbaburapak” que se define por la necesidad del cantón. Tenemos una particularidad, a veces estos permisos de operación vienen compartidos o permisos otorgados por la Agencia Nacional de Tránsito tiene modalidades abiertas a competencia de la ANT como órgano rector, en este caso son la modalidad interprovincial – intraprovincial. La compañía Imbaburapak tiene la modalidad interprovincial con rutas y frecuencias también intracantonales. En nuestros estudios de necesidades en el cantón Otavalo identificamos que esas rutas intracantonales exigían la subdivisión de esta compañía a una modalidad intracantonal dimensionando una flota vehicular solamente para el servicio urbano – rural con 28 unidades que deberán entrar en aspectos y requisitos de regulación que emita la ANT con carro, color homologado y con un contrato para operar que nosotros vamos a emitir.

Otro estudio, tenemos a unos alargues de rutas que se han dado aquí en Ibarra con respecto a necesidades puntuales del sector rural en donde en base a datos estadísticos hemos visto la necesidad con las paradas finales. No se ha hecho un

proyecto integral porque eso demandaría de la necesidad de que de pronto se ha observado a nivel rural o a nivel de límite cantonal toda la falencia que pueda existir en el cantón. Esperamos hacer este año un proyecto íntegro de transporte público y comercial para Ibarra.

El estudio de vigencia es cinco años y estamos atados al reglamento de ejecución o a la normativa. Los estudios se ejecutan de acuerdo a la normativa de la ANT y nos indica que deben hacerse con datos de censo 2010 y estos datos se proyectan hasta el 2021, entonces los estudios están sujetos a esa proyección o hasta el nuevo censo. Ese es el condicionante que nosotros tenemos para poder iniciar un estudio

9. ¿Cuáles son los tipos de transporte?

Nosotros tenemos tipos de transporte, de tipo comercial y tipo público. Dentro de estos dos tipos tenemos las modalidades. Dentro del tipo comercial tenemos la modalidad taxi convencional, taxi convencional y ejecutivo, transporte de carga liviana y escolar institucional. En cambio en el tipo de transporte público la modalidad intracantonal. Las modalidades están dentro de la competencia intracantonal los Gobiernos Autónomos Descentralizados de la jurisdicción cantonal. Estos tipos de transporte público existen la modalidad interprovincial e intraprovincial pero eso es la competencia de la ANT y dentro del tipo comercial existe la modalidad de carga mixta. Dentro del servicio intracantonal está: taxi, camioneta, escolar institucional y el bus.

10. ¿Aporta cada cantón en la normativa de los transportes?

Sí aportan en realidad. Nosotros tenemos normativa de aplicación nacional, que en este caso son las homologaciones de las unidades o las condiciones técnico mecánicas de una unidad a funcionamiento de la modalidad intracantonal y tenemos la potestad o la facultad local o de los GAD'S en base a nuestra delegación de funciones para los directores de agencia que son parte de la mancomunidad también poder decidir por ejemplo sobre el color de las unidades que puede ser establecido

porque también existe otra normativa nacional en donde se estandariza los colores y puede ser establecido por normativa local con una marca local, emitida por el alcalde de cada cantón en base a una resolución administrativa en donde se decida sobre una marca que quiere que vaya identificada en las unidades de servicio intracantonal.

Análisis: Anteriormente se conocía al autobús como transporte urbano o transporte rural. En la actualidad se ha modificado al término de modalidad intracantonal de servicio de transporte público colectivo, donde integra al servicio urbano y rural siendo competencia de cada cantón por parte de los Municipios Descentralizados. En los cantones Otavalo, Antonio Ante e Ibarra hay 5 operadoras de este servicio. Para poder circular deben poseer un permiso de operación de manera obligatoria que otorga la Empresa Pública de Movilidad del Norte de Ibarra. Los estudios o diagnósticos se realizan en base al pedido de la ciudadanía que tiene vigencia de 3 a 5 años. En cuanto a la normativa se rigen en la Constitución y Ley de Tránsito. Solo existen dos tipos de transporte, comercial y público.

ENTREVISTA 2

Coronel

Edgar López

Gerente General de la Empresa Movidelnor de la Mancomunidad de Tránsito del Norte

1. ¿Cómo está estipulado y organizado el transporte público urbano?

El transporte urbano, hablando específicamente de la ciudad de Ibarra tenemos dos operadoras que están fusionadas con la finalidad de no tener lo que había anteriormente, es decir, el correteo, las peleas por las rutas y frecuencias. Por la unión que se dio han establecido el recorrido por donde deben ir, el tiempo que deben hacer y el horario. Esto nos permitió que ellos también trabajen con un

sistema GPS en cada unidad que puedan monitorear y controlar a sus socios para que no haya altercados en las mismas operadoras. Estas operadoras trabajan en el perímetro urbano, pero tenemos otras operadoras que operan en el servicio intracantonal pero netamente lo hacen en el sector periférico y rural hablando de la parroquia de Angochagua que comprende: La Esperanza, Zuleta y todas sus comunidades aledañas. En todo caso el transporte urbano está dentro de un proceso de cambio de unidades en el cual la vida útil de las mismas ya está feneciendo y estamos con una comisión para ellos.

2. ¿Cómo se evalúa, controla o supervisa a estos transportes?

Nosotros tenemos un departamento de fiscalización es quien controla todas las unidades del servicio público. Este departamento es la que controla específicamente en la parte técnica, es decir, que tenga los implementos correctos de la carrocería, las luces, el estado de las llantas, parabrisas, calcomanías o logotipos reglamentarios que deben tener, no pueden poner más o menos de lo que la Ley permite.

Tenemos otro departamento llamada Agencia de Ibarra que es la que controla los permisos de operación, cada diez años se renueva el permiso, la flota vehicular entra y ahí se ve si el carro de acuerdo al año de fabricación cumple o no la vida útil que coordina con el departamento de fiscalización. Además, este departamento es de título habilitante, es decir, la parte legal. Los documentos en regla, la licencia, los datos del conductor para que funcione y regula a todas las operadoras así sea de la misma modalidad.

El otro control que hacemos es a través del tercer departamento es la parte operativa, con la gerencia de agentes civiles de tránsito. Ellos también tienen conocimiento de lo que tienen que hacer, cada bus como tiene que operar, a donde deben llegar, el tiempo que deben quedarse en cada parada, el estacionamiento oportuno y correcto en cada recorrido.

3. ¿En qué aporta la empresa al desarrollo de la movilidad urbana?

Nosotros aportamos netamente en el control, planificación y en la ejecución para que haya una ciudad ordenada y para que los transportistas cumplan con la Ley tenemos que aplicar la ley, organizar y planificar. Constantemente estamos reunidos con los transportistas de las diferentes modalidades para planificar la situación de mejoras. Hoy hablando de buses urbanos, la transportación urbana está generando un aporte a la ciudad con las paradas interactivas anteriormente llamadas “inteligentes”. Ellos hacen un aporte económico para la estructura, hay una alianza estratégica con una empresa privada de publicidad denominada “Impacto” y dentro de esta hay una subcontratada llamada “Imprice”; también hay una estrategia con la empresa de movilidad que somos nosotros, en la cual se genera una ayuda social.

Nuestra empresa genera la organización, planificación, control del tránsito, transporte terrestre y seguridad vial.

4. ¿Cuáles son las normativas de seguridad y desplazamiento?

Hablando de normativa es la parte legal, tendríamos que ver a la Ley de Tránsito y sus reglamentos como comenté nos da el derecho de la planificación, ejecución, control y sobre todo lo que dice la Constitución sobre la libre movilidad del ser humano en todas sus facultades. Es así que aplicamos las resoluciones mediante la ANT que nos emiten a los entes de control. En la parte legal también está encargada la Policía Nacional de controlar el tránsito donde los municipios no tienen las competencias operativas, los ejes viales y redes troncales estatales, es decir, la E 35 todos los ejes viales es custodiado y controlado por la Policía Nacional, dentro de los perímetros urbanos y rurales del cantón es a cargo de los municipios siempre y cuando tenga la categoría A que les permite tener el control operativo.

5. ¿Cómo es el trabajo con la Policía Nacional?

Es coordinado, tenemos tres instituciones que controlamos el tránsito, el órgano rector es la Agencia Nacional de Tránsito, a la Policía Nacional y los municipios. La Policía Nacional de acuerdo a la Ley ya no tiene competencias de tránsito, apoya hasta que las otras instituciones la asuman. Ahora está ayudando a los municipios y a la Comisión de Tránsito del Ecuador. La Policía Nacional a futuro tendrá que desvincularse totalmente del tránsito, porque de acuerdo a la Ley tendrá que dedicarse exclusivamente a seguridad ciudadana.

6. ¿Usted cree que son importantes las relaciones sociales entre transportistas y usuarios?

Por supuesto, es importante porque no olvidemos que trabajamos conjuntamente y para un solo fin que es el servicio. Los ciudadanos necesitan del transporte, así como los transportistas necesitan del ciudadano. Entonces nosotros debemos trabajar coordinadamente en un ambiente de armonía entre ciudadanos y transportistas.

7. ¿Cuáles cree que son las causas para que existan problemas dentro del transporte entre usuarios y transportistas?

Las causas principales creo que es la falta de cultura de lado y lado. Los transportistas tiene que mejorar la atención al cliente, sus estrategias de mejor servicio, las unidades, las relaciones humanas y en el trato al ciudadano. Y de igual manera el ciudadano tiene que mejorar el trato al conductor, respetar la Ley de tránsito, las paradas establecidas en ambas partes porque genera un caos en la ciudad. No olvidemos que los derechos de unos terminan cuando comienza el de los demás.

8. ¿Qué proyectos se están llevando a cabo en la ciudad o provincia?

Nosotros tenemos el proyecto netamente de las paradas satelitales o interactivas con el propósito de ofrecer un mejor servicio a la ciudadanía, eso también genera un

análisis con el departamento técnico de los puntos críticos, estos puntos son los que generan la congestión en el día y la hora. Para geo referenciar un problema tenemos que buscar algunos indicadores que es el tipo de problema, el día que se da, la hora, la forma cómo se crea y qué vamos a hacer con eso. Nosotros tenemos que gestionar y dar soluciones. Es así que con el departamento de planificación hacemos los estudios y evaluamos los inconvenientes que existen.

Nosotros como empresa hemos abierto un correo electrónico que es buzon@movidelnor.gob.ec esto nos permite escuchar todas las sugerencias de toda índole con lo que respecta a agentes civiles de tránsito, a la señalética de un semáforo en mal estado o vías congestionadas, porque mucha gente no sabe cómo llegar o avisar, es un buen ciudadano que quiere aportar, sugerir quejarse en el último de los casos, entonces eso hemos facilitado a través del departamento de comunicación que tiene abierto todo el tiempo. Además, hemos dado una línea telefónica para WhatsApp para que nos envíen una fotografía, pedido, reclamo o sugerencia yo sumillo al departamento correspondiente para que sea atendido, luego nosotros contestamos al ciudadano de lo que hemos hecho. Así hay una interactividad con la ciudadanía y la empresa pública. Por eso hemos abierto líneas que todo el mundo tiene acceso.

Análisis: La organización del transporte urbano, específicamente en la ciudad de Ibarra es a base de un sistema GPS en el cual se monitorea el recorrido, tiempo y horario. La E.P. Movidelnor es la que controla, planifica, ejecuta y evalúa a través de tres departamentos: Fiscalización, Agencia Ibarra, y Agentes Civiles de Tránsito, además de la Policía Nacional y los GAD'S. Su proyecto principal son las paradas interactivas y han abierto un buzón y líneas telefónicas para cualquier pedido, reclamo, sugerencia.

ENTREVISTA 3

Santiago Villalba

Técnico de Sistemas de Información Geográfica Empresa Movidelnor – Ibarra

1. ¿En qué año se inició el proyecto de las paradas interactivas?

Este es un proyecto que se firmó en la segunda reunión de Directorio de la Mancomunidad del Norte, se hizo un convenio con las cooperativas de transporte urbano con las cifras que se tiene que manejar que corresponde a las paradas interactivas o la repotenciación de las paradas que existen.

El convenio dice que son 150 paradas para tres años, alrededor de 50 paradas por año. Eso fue en la primera etapa, luego de la firma se hizo el plan piloto con las primeras 8 paradas en octubre de 2016 que están ubicadas en la Av. Mariano Acosta y ahora viene el segundo lote que va a ser hasta junio. En teoría son 21 paradas que por cuestión de tiempo ese número va a variar hasta fin de año, pero lo que se va a cumplir es que las 42 paradas que faltan son las del primer año para completar las 50 que son las que ya están instaladas, esas van a terminare hasta diciembre de este año. Ahora estamos con la instalación de 6 paradas en la Av. El Retorno. El coste de eso tiene que ver con la infraestructura que corre por cuenta de las Empresas de Transporte “San Miguel” y “28 de Septiembre”. En todo lo que tiene que ver con el sistema informático hay un contrato firmado con una empresa de publicidad, la que tiene que encargarse con el servicio de Internet y las pantallas de publicidad. Toda la información y el mantenimiento de ciertos aspectos en estructura y en la informática tienen que ver los municipios con publicidad privada, y en el caso de actualización de rutas nosotros nos encargamos.

2. ¿En qué se basó el plan piloto?

Eso era parte del diagnóstico de este proyecto, lo que se iba a comprobar es que las paradas interactivas tienen un aplicativo móvil con el que la ciudadanía puede

mantener a tiempo real la información. Lo que se probaba en este plan es obviamente la parte de la aceptación, porque todo cambio genera un impacto y el sistema en sí que está conectado con GPS que tienen las unidades de transporte y la parada. La información que se empata y quería probar para ver cómo funciona el sistema dentro de un circuito es el tiempo de arribo de cada una de las unidades del recorrido que se necesite y en el tiempo que está estipulado de acuerdo a los horarios de rutas y frecuencias. Este sistema está sujeto a cambios y evoluciones pero el formato base ya tiene la aprobación.

3. ¿Cómo se llama la aplicación y a qué tipo de teléfonos está habilitada?

Es gratis y se llama "City Touch" es para Smartphone porque yo pienso que la plataforma la crearon por la versatilidad de la información al instante, el celular está a la mano y es más fácil tener una conexión a diferencia de un PC.

4. ¿En qué ciudades existe el proyecto de las paradas?

Por ahora solo en Ibarra, a partir del tercer año se hará en Otavalo por supuesto sometido a un estudio a través de una consultoría, ese estudio va de la mano con el tema demográfico, equipamiento urbano, entonces se hace un estudio completo para establecer un servicio de calidad.

5. ¿A parte de la aplicación qué ofrecen las paradas interactivas?

En todas las paradas va a haber las infografías donde estarán todas las rutas que pasan por esas paradas y también un mapa completo de todas las rutas, en este caso las 25 con las que cuenta Ibarra. Todo eso va a estar detallado.

6. ¿Dentro de la publicidad existe alguna campaña que aposte por mejorar la conducta o comportamiento de transportistas y usuarios?

Eso nosotros si lo manejamos, si hay campañas y se trabaja en eso. Ahora hay la de los “Super Héores” que va enfocada en eso, hay otra de “cambio de actitud”, entonces si hay.

Análisis: El proyecto de las paradas interactivas se realizó a través de un convenio de la Empresa Movidelnor con las Cooperativas de transporte “San Miguel” y “28 de Septiembre” en octubre de 2016. Este proyecto tenía un plan piloto para determinar la función del sistema, y se creó una aplicación gratis para Smartphone para la interacción con el público. En las paradas están colocadas las infografías como información.

ENTREVISTA 4

Licenciada

Cristina Vásquez

Relacionadora Pública Empresa Movidelnor – Ibarra

1. ¿Qué proyectos se han hecho para mejorar la conducta en los transportistas y usuarios?

La Empresa Pública de Movilidad del Norte tiene la competencia en Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial y nuestras campañas han ido enfocadas al tema de seguridad vial de la población de todos los usuarios viales: conductores, ciclistas, peatones. Y en el tema específico de conductores intracantonales nosotros hemos realizado convenios con algunas instituciones por ejemplo con el Consejo Nacional de Discapacidades donde promovimos una campaña presentada hace un año con el lema “Respeto mi espacio, Respeto mi tarifa, Respeto mi parada” hemos dirigido esta iniciativa también con la colocación de estos adhesivos en cada una de

las unidades de transporte con la socialización de las mismas. Además que hay un permanente seguimiento a través del Consejo Nacional de Discapacidades que también fue a nivel nacional.

También tenemos otro convenio que hemos realizado con los mismos señores transportistas de las cooperativas “San Miguel” y “28 de Septiembre” que se trata del proyecto de las paradas interactivas en la ciudad de Ibarra que ofrecen a la ciudadanía un acercamiento en tiempo real. Ahora con la aplicación City Touch el ciudadano puede descargarse es totalmente gratis y puede interactuar.

Además, tenemos otra campaña que se ha impulsado fuertemente y se trata de cambiar de actitud, busca modificar conductas incorrectas que todos los usuarios viales tenemos en la carretera o en el vehículo, por ejemplo cuando el peatón no usa el paso cebra, o el conductor no utiliza el cinturón de seguridad, entre otros. Esta campaña hace un grupo de brigadistas que salen en diferentes momentos de la semana ya sea en la mañana, tarde o noche dependiendo del flujo vehicular.

2. ¿Por qué cree usted que no existe una comunicación adecuada entre usuarios y transportistas?

Yo creo que se trata más de un tema cultural, todos los transportistas no saludan y se ha hecho una costumbre esta mala educación, de igual manera el pasajero entonces es de parte y parte, falta una educación en la población y no solo sucede en el tema de transporte terrestre sino en todo lado. Y también la gente ha utilizado de manera más habitual de no dirigirse al conductor y pasajero con respeto. Al tratarse de un servicio público debería ser excelente. Tomemos en cuenta que un transportista trabaja más de 8 horas diarias y ve unas 500 personas diarias si no es más y en esa costumbre ha incurrido en este mal hábito de no dirigir la palabra.

En las fiscalizaciones que realizamos pudimos darnos cuenta que a veces la propia gente incurre en hacerle cometer al conductor una infracción. Entonces yo creo que es un tema de actitud y cambio de todos, tanto de conductores como pasajeros.

3. ¿Además de las campañas a qué se debe apostar para un cambio?

A educar a la gente. Es un tema muy fuerte que hay que estar perseverando todo el tiempo. De nuestra parte hacemos campañas y talleres con los conductores de atención al cliente, de mejoramiento del servicio. Y algo se ha logrado un acercamiento, pero es un tema de educación un poco difícil que tiene que hay que modificar conductas que viene desde niños. Por eso nosotros apuntamos con la próxima campaña que se llama "Patrulla Infantil" a que los niños eduquen a los adultos que es mucho más fuerte.

4. ¿Cómo se hace en cuanto a las reuniones que exige la Ley de Tránsito sobre el respeto a los derechos humanos y capacitaciones hacia el usuario y transportista?

En nuestro departamento de educación vial permanentemente tiene talleres para refrescar la Ley porque el conductor debe saber de inicio a fin. Nosotros hacemos reuniones periódicas con cada una de las cooperativas. El problema es que muy poco importa y si no fuera obligatorio no iría nadie.

Análisis: La Empresa de Movilidad del Norte a través del departamento de Educación Vial ha impulsado campañas en favor de la ciudadanía con campañas de seguridad vial, cambio de actitud y un convenio con el CONADIS. Dentro del departamento de educación vial realizan talleres permanentes en cuanto a la Ley.

ENTREVISTA 5

Fabrizio Espinosa

Gerente General Cooperativa San Miguel de Ibarra

1. ¿Cómo está integrada su Empresa?

Bueno, la gerencia tiene un análisis y un plan estratégico de todo el personal, tenemos separación de funciones de cada empleado. Contamos con 7 empleados en lo que es la Cooperativa, 8 en lo que es la estación de combustible Primax porque también manejamos una bomba de gasolina.

2. ¿Cómo es el servicio de la Cooperativa?

Estamos organizados a través de 127 unidades, que son socios de la cooperativa y es regida por la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria. Manejamos permisos de operación hasta el 2025, estos permisos son propiedad del Municipio, ellos nos dan las frecuencias de las líneas y servicios. Nosotros ponemos las unidades y nos regimos a horario y líneas que nos asignan.

3. ¿Con qué frecuencia se establecen las reuniones y qué temas se hablan?

Hay 3 tipos de diferentes reuniones. Tenemos asambleas generales, ordinarias y extraordinarias, está regido también por un Consejo de Administración que son los 7 representantes de la cooperativa que se elige a principios al inicio de año, se elige mayorías – minorías y en el siguiente año se renueva. También se elige lo que es el Consejo de Vigilancia con 5 miembros que en nuestro caso es una auditoría interna que nosotros tenemos como cooperativa. En las reuniones hay diferentes temas obviamente dependiendo se trate de informes económicos, actividades que hace la cooperativa, donaciones, pedidos de la comunidad que nos hacen como por ejemplo

ampliación de líneas o frecuencias. Es un universo grande de posibilidades y temas que se tratan.

4. ¿Dentro de las asambleas se trata sobre temas para mejorar la conducta o comportamiento tanto para el transportista como el usuario?

Dentro de nuestra estructura tenemos una Comisión de Educación en donde ellos son los encargados de hacer el tema de capacitación, formación, cursos, seminarios a los socios en los diferentes temas de atención al cliente, de preparación que se refiere a la economía popular y solidaria, impuestos. Entonces, cada comisión tiene su responsabilidad dentro de la asamblea lo que se hace es informar y tomar decisiones tanto el Consejo de Administración y el informe que dé el Consejo de Vigilancia.

5. ¿Existe comunicación interpersonal entre ustedes como administrativos con los transportistas?

Obviamente los transportistas son socios y al ser socios da una imagen de que es un dueño prácticamente. Todos los días ellos vienen a la Cooperativa a hacer cuentas y tienen sus funciones. Las unidades cuentan con un sistema de rastreo satelital entonces al finalizar el día vienen a la revisión de turnos y frecuencias a ver si hay atrasos o qué problemas tuvieron o qué inconvenientes hubieron en el día.

6. ¿De qué manera se aprovechan las capacitaciones que realiza la Empresa Movidelnor?

Nosotros nos regimos directamente a Movidelnor como es una Mancomunidad nosotros no somos regidos por la ANT. Todos los cursos que hemos dado y brindado exclusivamente con costo de la cooperativa a sus socios, e incluso los mismos socios se pagan en determinadas ocasiones cursos personales. De parte de la Movilidad del Norte hasta el momento no hemos recibido, está pendiente un curso que nos ofrecieron de atención al cliente.

7. ¿Existe buzón de sugerencias en la cooperativa?

Tenemos un libro donde se pone todas las sugerencias, está ubicado en la estación de combustible. Nosotros tenemos constantemente una persona que se encarga del rastreo, en ese momento nosotros llamamos a nuestros socios para indicarles cualquier tipo de reclamos. Tenemos incluso en los buses colocados anuncios con líneas de teléfonos para hacer cualquier queja o sugerencia.

8. ¿Esos reclamos o sugerencias tienen respuesta inmediata?

Los números son directamente de la gerencia y la presidencia, al momento que llaman a esos números la respuesta es inmediata. En caso de ser alguna acción que se puede corregir ese momento se llama directamente a la unidad y se les pide la corrección o en caso contrario se les llama a Consejo de Administración y se toma cualquier decisión.

9. ¿Con qué objetivo se hizo este contacto con los números de teléfonos?

El afán de la cooperativa es la mejora constante y atención al usuario, nosotros estamos muy comprometidos con el usuario que son la parte principal.

10. ¿Con respecto a las paradas interactivas ustedes invirtieron dinero?

A partir de un convenio que se hizo, nosotros somos las personas que dimos la donación de las infraestructuras, tanto la Cooperativa "San Miguel de Ibarra" como la "28 de Septiembre" tenemos una responsabilidad social, razón por la que el costo de las paradas que asciende más o menos a 1800 dólares más IVA alrededor de 2000 dólares cada parada se lo hace con el aporte de cada socio. Es decir; el bolsillo del socio se ve afectado directamente por cuanto ellos tiene que aportar a la construcción de estas paradas.

11. ¿El proyecto nació del convenio o ustedes tuvieron la idea de crear las paradas interactivas?

Nosotros estábamos comprometidos siempre en tratar de buscar una mejor solución a la atención del usuario.

12. ¿Cuál es la misión de la cooperativa y qué se espera un futuro?

Nuestra misión es la atención al usuario sea la mejor, y ser la primera cooperativa al nivel del norte del país, el servicio constante que tenemos es en la mejora de unidades, tenemos por ejemplo un control del humo a través de un equipo que se llama opacímetro siendo muy costoso lo cual adquirió la cooperativa y hacemos revisiones mensuales a todas nuestras unidades como vehiculares, mecánica, pintura.

13. ¿Cómo se establecen las normativas para los transportistas y dentro de las unidades de transporte para los usuarios?

Nosotros tenemos un reglamento interno donde constan los derechos y obligaciones tanto del usuario como el transportista. Tenemos un cuadro en que lamentablemente hay situaciones donde nos toca aplicar una multa por ejemplo, establecimos un reglamento donde las unidades tiene el rastreo y cuentan con un tiempo y líneas razón por la cual se persigue que se cumpla con la tabla de trabajo que posee la cooperativa.

14. ¿Cuáles son las causas o efectos para que no se dé una comunicación abierta e interactiva entre estos dos miembros?

Puede ser la falta de educación y comunicación o incluso intereses principalmente de parte del usuario que a veces por lo general no se ve conforme con el servicio que se le brinda. Lamentablemente hay intereses que no nos permiten progresar tanto del usuario como de la cooperativa.

15. ¿Cree que son importantes las relaciones entre usuarios y transportistas?

Por supuesto, el usuario es nuestra principal razón. Para que exista una cooperativa, al no haber un usuario al igual que cualquier negocio no va a ver una cooperativa. Lo principal para cualquier funcionamiento de una cooperativa o empresa es el usuario, en nuestro caso es el cliente.

Análisis: La cooperativa San Miguel de Ibarra tiene 127 unidades regida por la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria y la Empresa Movidelnor. Tienen tres tipos de reuniones generales, ordinarias y extraordinarias en donde se establecen diversos temas. Dentro de la Cooperativa existe una Comisión de Educación quien se encarga de brindar los temas de capacitación, cursos, talleres, etc. Los administrativos tienen una comunicación abierta con los transportistas, al mismo tiempo manifiestan que tiene un reglamento interno para transportistas y usuarios, además hay un libro y líneas de teléfono como buzón de sugerencias que tiene una respuesta inmediata. Asimismo, tiene un equipo denominado opacímetro para las revisiones mensuales de las unidades de transporte. La cooperativa “San Miguel de Ibarra” y “28 de Septiembre” hicieron la donación de las infraestructuras de las paradas interactivas.

ENTREVISTA 6

Máster

Andrés Salas

Director Provincial de la Agencia Nacional de Tránsito de Imbabura

1. ¿Cómo se establece la Ley en cuanto al mejoramiento del servicio intracantonal?

Nosotros como ente regulador en materia de tránsito y como dirección provincial en cuanto a lo que es la regulación a lo que es transporte intracantonal venimos trabajando diariamente en cumplir todas las resoluciones existentes, la normativa legal vigente como es la Ley de Tránsito y el reglamento de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y nuestra misión es el cumplimiento, por ejemplo en cuanto es a las horas de conducción de los conductores, en el ámbito de operación, el respeto del transporte formal no caer en el transporte informal e ilegalidades en las que ciertas empresas no están autorizadas a realizar. En este caso el transporte intracantonal lo que deben hacer es el transporte público y no transporte turismo.

2. ¿Cómo director a nivel provincial qué es lo que usted hace en beneficio de la ciudadanía?

Para el tema de la ciudadanía, nosotros tenemos dos metas bien identificadas en cuanto a lo que es el trabajo diario que venimos realizando entre ellos el principal es la concienciación de la normativa de tránsito y el respeto a las normas de tránsito. Nosotros trabajamos diariamente con activaciones para concienciar tanto a los peatones, a los conductores y futuros conductores profesionales de las diferentes escuelas de conducción profesionales y no profesionales de la provincia, para cambiar la cultura en lo que es el tema vial. Nuestra segunda meta institucional y personal es reducir los índices de siniestros y mortalidad que se han presentado en Imbabura, esto va de la mano con el cumplimiento de todas las normas existentes.

3. ¿De pronto la ANT tiene alguna alianza con las escuelas de conducción?

Sí, nosotros somos el ente rector de tránsito a nivel nacional, en este caso como agencia de tránsito somos reguladores de las escuelas de conducción profesionales y no, hacemos un trabajo articulado con ellos en lo que son las campañas de educación vial, en lo que son las diferentes activaciones, en las capacitaciones que les damos a ellos y de igual manera con el apoyo de los demás entes de control como los Agentes civiles de Tránsito, la Policía Nacional para este cambio de cultura tanto en la ciudad, provincia y todo el país.

4. ¿Cuándo se realizan las capacitaciones?

Las capacitaciones venimos realizando de manera semanal y permanente con las diferentes operadoras de transporte: transporte pesado, carga mixta, transporte intraprovincial, interprovincial con diferentes temas en cuanto de cumplimiento de las normas de tránsito y de forma legal que son los títulos habilitantes para que de esta manera no caigan en el desconocimiento y en la constitución de un hecho que no está permitido.

5. ¿Cómo se evalúan estas capacitaciones?

Venimos trabajando y evaluando de manera permanente, nuestro principal factor es la reducción en el tema de siniestros, la disminución de citaciones. De esa manera vemos que si hay el compromiso de las diferentes operadoras en cumplir la normativa legal y en tener sus vehículos al día. Siempre les hemos comprometido a los transportistas de que brinden un servicio de calidad y calidez.

6. ¿Qué medidas se toma para mejorar la conducta entre los miembros de transporte urbano? Conductor – pasajero

El tema es el compromiso de ellos, nosotros en las reuniones que mantenemos, en los pedidos por ejemplo en ciertas modalidades de transporte se ven acosados por el transporte informal. Como entes de control sancionamos al transporte informal y

comprometemos a que den un servicio de calidad para que de esa manera la ciudadanía se sienta seguro en poder andar en una unidad de transporte público que está legalmente autorizada. Igualmente el servicio que estamos mejorando como Agencia Nacional de Tránsito y como Gobierno Nacional es proveer los insumos para la seguridad ciudadana, en este caso nosotros hemos instalado en la provincia alrededor de 1055 cámaras en las diferentes modalidades de transporte, entre ellos el transporte intracantonal. De esa manera la ciudadanía puede exigir un buen trato y de no puede llamar al 911, puesto que tenemos un equipo en las instalaciones del ECU para que pueda receptar cualquier tipo de denuncias y de manera inmediata enviar un Agente civil de Tránsito o Policía Nacional dependiendo su jurisdicción para que la unidad sea sancionada.

7. Desde su punto de vista, ¿cree que es importante fomentar las relaciones interpersonales entre transportista y usuario?

Claro, es muy importante que haya esa cultura y nosotros también les hemos invitado a las capacitaciones y comprometerles a los representantes de las diferentes operadoras a que brinden capacitaciones adecuadas a los transportistas. Somos una provincia turística donde cualquier conductor de un transporte público debe brindar esa relación de respeto, confianza a quienes nos visitan y a quienes se transportan día a día.

8. ¿Qué campañas se están realizando en favor de la ciudadanía?

Los proyectos que como Agencia de Tránsito venimos realizando hemos hecho una campaña agresiva en cuanto al respeto del peatón. En qué consiste esta campaña, hacer activaciones a lo que es llamar la atención al conductor que no respeta el paso cebra. Otra es la concienciación para disminuir los accidentes de tránsito en los lugares y horas donde hubo más accidentes. Por ejemplo los días viernes emprendemos campañas en cuanto al estado de embriaguez, otro es el control de velocidad con los radares de la Policía Nacional como un factor importante. También estamos con otra campaña de no usar el teléfono celular y maquillarse cuando está

conduciendo. Cada año hacemos campañas sobre la seguridad vial y esperamos que las instituciones y demás usuarios que están compartiendo la vía pública tengan una mejor conducta.

Análisis: La Agencia Nacional de Tránsito de Imbabura es uno de los entes reguladores que tiene como misión el cumplimiento, concienciación y respeto de las normas de tránsito, además de la disminución de sanciones e índices de siniestros y mortalidad. La Agencia de igual manera ejecuta capacitaciones de manera semanal y permanente a las diferentes operadoras de transporte. Para la seguridad ciudadana han instalado 1055 cámara y a su vez, afirma que también pueden comunicarse al 911 para cualquier denuncia o pedido. Las campañas que la Agencia promueve son el respeto al peatón, disminución de accidentes de tránsito, no usar el celular y maquillarse cuando conduzcan.

Entrevista 7

Arq. Jorge Andrade

Experto en Movilidad Urbana

1. ¿Qué es la movilidad urbana?

Todas las acciones para transportarse que realizan las personas en la ciudad, sean en vehículo privado, transporte público, transporte alternativo, caminando, etc. Entonces todos los movimientos como la palabra lo dice que realizan las personas dentro de una determina zona.

2. ¿Dentro de la movilidad, qué aspectos se toman en cuenta?

Obviamente un aspecto importante son los orígenes y destinos, es desde donde salen las personas y a donde llegan, generalmente salen desde las casas para llegar al trabajo, al lugar de estudio, al comercio y estas dos localizaciones son bastante importantes. Ahí es donde uno tiene que generar la facilidad para las personas para

viajar de una manera adecuada. También se toma en cuenta el trazado vial, por ejemplo si hay o no las facilidades para que una persona pueda movilizarse y no solo el trazado, porque a veces en movilidad solo se piensa en los vehículos también una parte muy importante que cada vez tiene más importancia es cómo pueden trasladarse a pie, en bicicleta. Estas facilidades que hay para movilizarse, entonces también se pueden tomar en cuenta dónde están los equipamientos más importantes que se tiene. A veces están todos concentrados en el centro de la ciudad, dependiendo de la ciudad pueden estar disgregados, puede ser que de alguna forma hayan terminado lejos del lugar donde están las personas mayoritariamente. Ahí se generan los recorridos que se hacen las personas. Otra parte importante es cómo está la morfología, cuál es el trazado. Hay ciudades que tienen un tipo de densidad de crecimiento en donde las ciudades son compactas. Entonces, la mayoría de la población está concentrada en un sector más pequeño. Cuando también hay ciudades en otros modelos, por ejemplo de crecimiento, las personas y la ciudad están más separados, y la ciudad no está compacta, no hay una densidad alta, sino que está más desperdigada. Por ejemplo, en el modelo de crecimiento americano cada casa tiene un patio, un buen espacio que solamente es privado. Las distancias se vuelven más largas. La dinámica de movilidad cambia. Otro aspecto que hay que tomar en cuenta es la capacidad de pago de las personas, cuánto pueden pagar las personas por transporte público. La tasa de motorización, cuántas personas tienen o no vehículo. La flota y el tipo de transporte público que ofrece la ciudad. Según eso se puede planificar y se puede tomar en cuenta inclusive factores como el clima. Hay ciudades donde el clima dificulta mucho la movilidad. O la topografía. En realidad hay que hacer un análisis muy completo de la ciudad, entender cuál es la dinámica completa para poder plantear soluciones a nivel de movilidad.

3. ¿Cómo califica usted a la movilidad en la ciudad de Ibarra?

Ibarra todavía tiene un tamaño manejable en muchos aspectos. Y aun cuando las soluciones que se han dado no sea las óptimas. Por el hecho que todavía no somos muy grandes, todavía la calidad no se afecta tanto. Realmente la movilidad es

aceptable, no tenemos niveles de embotellamiento demasiado graves. Es una calidad aceptable, pero somos una ciudad pequeña donde no hay un número muy grande de autos, la capacidad que tiene la ciudad para transportar a los ibarreños, todavía no se ha copado. No es gracias a que se haya hecho ninguna medida. Estamos bien, o mejor dicho en un nivel aceptable, pero, en un futuro vamos a estar mal. Cualquier ciudad que ahora tiene problemas empezó como nosotros. ¿Cuáles son los problemas que tenemos? El principal problema es que solo se piensa en el vehículo privado, y aquí entra lo del transporte público. En las sociedades más desarrolladas que la nuestra, al transporte público se le ve como un negocio privado, porque aquí pensamos si el dueño del bus mejora o no el transporte. No es problema de la sociedad, sino del dueño, y en realidad eso es una mentira. En Ibarra más del 70% de personas utilizan transporte público para moverse. Si es que más del 70% de las personas utilizan este medio, debería la inversión pública estar destinada a eso. Tenemos que dejar de ver como un negocio privado sino como un servicio y una necesidad de toda la población. Si es que la mayoría de la gente utiliza eso por qué no brindar un mejor servicio, y eso no solo pasa por los transportistas. En múltiples estudios que se han hecho sobre transporte público en Ecuador, se nota que los transportistas trabajan al máximo de su capacidad digamos en sentido de que el nivel de ganancia no les permite hacer mejoras reales. Ellos trabajan para el día a día, cubrir costos, ganar algo, comer. Pero, no es que no tienen unas ganancias elevadas que les permitan a ellos mismo financiar un cambio de unidades. Aun así si se analiza el transporte público de Ibarra se ha visto una mejora y la mayoría han sido hechas por los mismos transportistas, no por el municipio, no por las autoridades ni cantonales, provinciales ni nacionales. No podemos esperar que toda la inversión la hagan los transportistas, y la reflexión es que si nos gastamos el dinero hay que pensar a quién va beneficiar. A la mayoría de la población que usa el transporte público o a ese porcentaje mínimo de la población que tiene transporte privado. Y hacia dónde va la inversión pública también va la calidad, no podemos decir queremos un mejor bus, eso es malo, etc., por un lado no exigimos quien está

al frente, en este caso es el municipio porque es quien tiene la competencia pueda brindar un mejor servicio de transporte.

Debemos ser conscientes porque nosotros somos corresponsables, cuando la gente se le dice que es muy poco el costo del pasaje, tiene que pagar 30, 35 o 40 centavos, no queremos. En Ecuador tenemos uno de los costos en transporte público más bajos de Latinoamérica. Entonces queremos pagar poquísimo y que nos den el mejor transporte. Y si es verdad que hay gente que no puede pagar, pero para ellos o los estudiantes hay otras formas para hacerlo. Se puede generar un sistema de subsidios para quienes no puedan pagar. Por ejemplo para población que tenga algún tipo de situación de riesgo, o como ya se hace para personas vulnerables, o para estudiantes universitarios. Pero, hay otro buen porcentaje de población que sí puede pagar más de lo que está pagando. Tampoco los ciudadanos podemos esperar que nos mejoren el sistema y no ser responsables de eso. Y por el otro lado también están las autoridades. La inversión en transporte público en Ibarra es bajísima, casi nula.

En Ibarra el índice de motorización, que significa el número de personas que tienen vehículo, del global solo el 10% tiene un carro y el 90% no tiene. Y están invirtiendo casi el 100% del presupuesto municipal en movilidad en ese número mínimo. Hay pocos municipios en Ecuador que invierten en transporte público, quizás Quito, Cuenca y Guayaquil. No conozco de otros, o si es que hay son muy bajos. En Latinoamérica pasan cosas parecidas.

4. ¿La tecnología es importante en la comunicación interpersonal?

Totalmente, eso es una mejora se ha visto en las paradas interactivas, y se pueden hacer muchas mejoras más. En cuanto a la comunicación, por ejemplo, es bien necesario porque vivimos en la era de comunicación y tecnología instantánea digamos. Es bien importante que los usuarios estén bien informados todo el tiempo de lo que pasa con el transporte público. El poder darle al usuario, a través de una aplicación, celular, internet, lo que sea. De dónde viene hacia dónde va. Aquí en

Ibarra es difícil saber las rutas. Aunque me parece que en algunas paradas ya está pegado algo sobre las rutas, una infografía. Es importante darle al usuario la facilidad de acceder a información sobre rutas, tiempo, etc.

5. ¿En qué beneficia estas paradas interactivas a la ciudadanía?

Yo creo que más que nada es como tener cierta certeza cuánto tengo que esperar, que tan rápido llega mi transporte. Es útil. Un ciudadano que esté informado, le da la posibilidad de optimizar su tiempo. Tenemos una gran ventaja, tenemos una flota relativamente grande, incluso por estudios es excesiva para la ciudad. Esto permite que haya una frecuencia alta de buses.

6. ¿Cómo mejora estas paradas interactivas en la comunicación interpersonal?

Yo he visto que tienen dos pantallas, en donde se pueden dar cierta comunicación, aparte de los horarios, se puede brindar cierta comunicación a la ciudadanía acerca del transporte público o de otras situaciones. Se usa también para publicidad, pero también hay ideas de concientización. Para que seamos buenos usuarios del transporte público. De esta forma se podría dar ciertas recomendaciones a los usuarios para ser mejores usuarios.

7. ¿Por qué se debe considerar en el Plan de Desarrollo las paradas interactivas?

Las paradas son solo un componente del sistema que tendría que haber. Pero es un componente importante. Primero se tendría que hacer una planificación del transporte público aquí en Ibarra, a pesar de que en teoría tenemos un Plan, realmente se aplica poco y ambiciona poco también. Nuestro Plan es casi seguir como estamos. Entonces, no vamos a ir a ninguna parte. De hecho si se piensa en un buen Plan se puede proponer más y mejores paradas de transporte público. Lo que tenemos que evitar es centrarnos en el público privado. Las facilidades como las

paradas inteligentes o paradas normales puedan contribuir a que a larga la gente esté conforme con el sistema de transporte público.

8. ¿Por qué dentro del Plan de Desarrollo del Municipio de Ibarra se ha desvinculado a personas con discapacidad como usuarios del transporte público?

No tengo total certeza de cómo está esa parte del Plan del Municipio. Pero, si es claro que algunas personas que tienen alguna discapacidad o problemas de movilidad inclusive hasta personas ancianas son excluidas del transporte público. Y hablando de eso específicamente sí son excluidas porque primeramente tenemos buses con escalones extremadamente altos. Las maquinarias que no son adecuadas. El transporte público para personas con discapacidad es casi negado.

9. ¿De pronto usted conoce alguna teoría que haya hecho un avance en cuanto a comunicación e interacción dentro del transporte urbano?

Como teoría no, pero hay países que han avanzado mucho en cuanto al transporte público, por ejemplo Colombia, dentro de ese está Bogotá, Medellín y otro país como México que han avanzado en el transporte público, en el cambio de la forma de comunicación e información y necesidades para la ciudadanía.

En Ecuador el mejor ejemplo es Cuenca, ha mejorado el sistema de transporte público porque ahora pagan con una tarjeta. En Quito se están haciendo campañas para el mejor uso del transporte público y evitar el acoso, además informar mejor a los usuarios.

10. ¿Usted cree que son importantes las relaciones interpersonales entre usuarios y transportistas?

Seguro que sí, entre usuario y transportista, entre usuario y usuario también. Por un lado tenemos que evitar que el transportista se distraiga, debe haber una relación de respeto, consideración y entendimiento. Y los señores transportistas deben saber

que están transportando personas y hacerlo de la manera más adecuada. Los usuarios también respetar las paradas establecidas, y normas de tránsito. Y entre usuarios los problemas de acoso, hay irrespeto y muchos saben que hay asientos designados para cierta clase de personas y sin embargo no hacemos caso. Es muy importante, al final es una relación humana donde es necesario que todos los que están involucrados deben tener respeto, empatía en esta situación.

Análisis: La movilidad urbana es un tema complejo porque se tiene que realizar un análisis muy completo de la ciudad en varios aspectos sobre las facilidades que hay para desplazarse, como por ejemplo, los orígenes y destinos, el trazado vial, la morfología, la capacidad de pago, la tasa de motorización, etc. Así se evalúa al nivel de movilidad. En Ibarra más del 70% de personas utilizan transporte público para movilizarse y la inversión pública no está destino a ese porcentaje, y si existe es bajísima. Además, en Ibarra hay solo el 10% de población que tiene transporte privado y el 90% usa el transporte público. En Ecuador tenemos uno de los costos en transporte público más bajos de Latinoamérica y todos son corresponsables para el mejoramiento de este sistema, puesto que se puede generar un sistema de subsidios para quienes no puedan pagar. La tecnología es importante dentro de la comunicación interpersonal porque le da al usuario la facilidad de acceder a información sobre rutas, tiempo, etc. Ya que, es útil para un ciudadano porque le da la posibilidad de optimizar su tiempo. Además, permite que tengan ciertas recomendaciones y puedan ser mejores usuarios. Aunque en Ibarra exista un Plan de Desarrollo en cuanto al transporte y a las paradas interactivas, realmente se aplica poco. Las maquinarias del transporte no son adecuadas y restringen a personas con discapacidad hacia la facilidad de su uso. Aunque no exista una teoría que demuestre un avance o cambio en la comunicación se evidencia una mejora en el servicio de transporte en Cuenca y Quito. Las relaciones interpersonales son importantes entre usuario y transportista, entre usuario y usuario también porque es una relación humana donde es necesario que todos los que están involucrados deben tener respeto, consideración, empatía, etc.

2.6 ANÁLISIS DE RESULTADOS

2.6.1 Encuestas

Dentro de las encuestas según los gráficos se puede determinar que de acuerdo a la población urbana en cuanto a los tres cantones, el estudio del transporte urbano se enfocó más en el cantón Ibarra, puesto que, por el número de habitantes es el más alto y expone una realidad en las preguntas tanto a los transportistas, como los usuarios. Se puede determinar que del 100% de los usuarios, el 40% de personas encuestadas son de 28 años en adelante de género femenino que usa el transporte urbano diariamente. En cambio, el 100% de los transportistas encuestados, el 25% son de 48 años en adelante de género masculino y son personas adultas, lo que puede generar seguridad en la ciudadanía. Los dos miembros utilizan el español y la comunicación oral como una forma de comunicarse. Se observa que tanto los usuarios como los transportistas califican la actitud entre ellos como ni buena ni mala, aunque según ellos en las estadísticas muestran una actitud positiva, los usuarios saludando y los transportistas sonriendo. Además, para los usuarios la comunicación cara a cara es su manera de aportar a las relaciones sociales.

Dentro del transporte los usuarios detectan contaminación auditiva, al contrario los transportistas dicen que no provocan dicha contaminación, existe una contradicción por lo tanto la preferencia de los usuarios es escuchar música. Los transportistas consideran a las relaciones sociales como muy importantes y creen que es necesario mantener una relación cordial dentro del bus, realizan reuniones para determinar la importancia de atención al usuario, aunque los usuarios califican al servicio como ni buena ni mala.

Los usuarios y transportistas afirman que se respetan las tarifas correspondientes, y los transportistas muestran que también se respetan las paradas establecidas. Además, los transportistas ubican las normas dentro del autobús y acogen la campaña dispuesta por la Agencia Nacional de Tránsito y el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades: “Respeto mi espacio, Respeto mi tarifa, Respeto mi

parada”, aunque manifiestan que no existe un buzón de sugerencias. Pero, desde su espacio ellos promoverían la interacción social a través de reuniones.

Asimismo los transportistas han sido víctimas de la vulneración de derechos dentro de la unidad de transporte, y la causa más percibida es de la delincuencia, a diferencia de los usuarios que no han sido víctimas ni presenciado ningún tipo de vulneración, y para ellos es importante fomentar las relaciones sociales para evitar este tipo de transgresiones.

Conjuntamente, en los resultados de las encuestas, los usuarios y transportistas admiten que cumplen con la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial en cuanto al respeto a los derechos humanos, a la no discriminación e inclusión de niños, niñas, mujeres, personas de la tercera edad y demás usuarios de las vías.

Ahora bien, para promover estas relaciones interpersonales, los usuarios y transportistas revelan que el medio de comunicación idóneo sería las paradas de buses con una estrategia comunicacional a través de las paradas inteligentes.

2.6.2 Entrevistas

Las entrevistas se realizaron en la ciudad de Ibarra a representantes de las diferentes instituciones responsables del transporte urbano y movilidad urbana a nivel provincial, con un enfoque informativo e interpretativo de lo que corresponde al servicio de transporte intracantonal y quienes son los actores y mediadores de la misma. El formato de entrevista es cerrada, es decir, pregunta y respuesta.

La normativa ha cambiado y el término de transporte urbano, por ello se ha modificado a “modalidad intracantonal de servicio de transporte público colectivo” y es la responsabilidad de los Municipios de cada cantón.

Las entrevistas muestran cómo es el funcionamiento de manera legal y los requisitos necesarios para prestar el servicio, primero por la normativa conforme a la

Constitución y a la Ley de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial, quiénes son los entes de control, organización y supervisión, además de proyectos que se han hecho o se están ejecutando.

Las campañas que se difunden en favor del desarrollo social en lo que corresponde a la actitud, conducta, deberes y derechos tanto entre transportistas y usuarios se toma en cuenta en cada una de las empresas, instituciones y unidades de transporte que están al frente o son responsables del servicio aportando con talleres, capacitaciones y reuniones para el mejoramiento del servicio y atención entre estos miembros.

Las cooperativas y la Empresa de Movilidad del Norte expresan que tienen buzón de sugerencias y que su respuesta es inmediata. Las unidades de transporte son monitoreadas por un sistema GPS y de acuerdo al convenio que se hizo desde el año 2016 con la creación de las primeras 28 paradas interactivas se pretende llegar al público en tiempo real y a través de la aplicación City Touch generar más interactividad.

Tanto en las entrevistas como encuestas el servicio de transporte público se ve afectado por la falta de cultura, además de las capacitaciones que brindan a los usuarios y transportistas. Por un lado se ven beneficiados, y en otros perjudicados. Por lo cual no son exitosas. En las entrevistas manifiestan que las capacitaciones son brindadas por parte de la Agencia de Movilidad del Norte. Sin embargo, la ciudadanía no cree dichas capacitaciones. Asimismo, las campañas que se realizan en favor de la ciudadanía son poco aceptadas.

Todos los entrevistados manifiestan que la comunicación y las relaciones sociales son importantes y fundamentales puesto que los usuarios necesitan de los transportistas y los transportistas de los usuarios. Conjuntamente, creen que no existe una buena relación en ambas partes por falta de educación y comunicación.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA

Una vez que se hizo el diagnóstico y de acuerdo a las respuestas expresadas tanto por los usuarios y los transportistas en las encuestas y entrevistas, se plantea una propuesta interesante y atractiva en beneficio de la ciudadanía y aporte social en lo que concierne al transporte urbano o al servicio de transporte intracantonal, que primero se desarrollará en el cantón Ibarra, y luego pueda extenderse a los demás cantones cubriendo a la provincia como tal. La propuesta se enfocará en lo que corresponde a las paradas interactivas ya existentes con otro aporte significativo para su funcionamiento. El proyecto será real y orientado a las primeras 19 paradas que están ubicadas en la Avenida Mariano Acosta y Avenida El Retorno. Y a futuro las restantes.

La propuesta se presentará a los gerentes y socios de las cooperativas responsables de las infraestructuras de las paradas interactivas, las cuales son: “San Miguel de Ibarra” y “28 de Septiembre” como principales accionistas. Además, al Municipio de la ciudad de Ibarra, como ente regulador y responsable del servicio de transporte intracantonal quien tomará la decisión de aplicar o acoger esta propuesta en favor de la sociedad.

En la propuesta se trata de hacer una guía con una emisión de audio en cada parada interactiva con la información necesaria para personas no videntes, ya que, el audio será su mayor referente para poder subirse a un medio de transporte y trasladarse. Esta propuesta será expuesta de manera visual a través de una ilustración gráfica animada donde se mostrará los pasos que se realizaron para el desarrollo del proyecto.

3.2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El proyecto de las paradas interactivas es un plan interesante a desarrollarse que tiene un proceso fundamental, además de que apunta a un objetivo específico, el cual está direccionado a generar información, ayuda y confianza a las personas no videntes de la ciudad de Ibarra. Existen 579 personas con discapacidad visual inscritas en el Registro Nacional de Discapacidades.

Esta propuesta requiere de profesionales técnicos, elementos físicos y una serie de pasos. Para poner en marcha el proyecto se necesita detallar la compra de cada uno de los instrumentos necesarios, los cuales son: un Micro Controlador de marca Arduino Industrial con un costo de \$ 85.00 dólares americanos, un Lector de tarjetas NFC/RFID Reader/Writer RC522 \$ 22 dólares y la Tarjeta NFC (TAG) \$ 4 dólares. Para que todo esto funcione se requiere de un cableado y la instalación, el cual tendrá un costo aproximado de \$ 100 dólares por cada parada interactiva. A esto se añade la programación que costará alrededor de \$ 1000 dólares, tomando en cuenta que, la programación solo se hará una vez para todas las paradas interactivas.

3.2.1 Detalle del proceso

El primer paso es instalar el Micro controlador, y el encargado de este trabajo es un técnico profesional en programación, quien a través de un programa ingresa los datos e información que luego emitirá el lector de tarjetas. Dentro de la información está lo que concierne a la parada la cual pronunciará en tiempo real, el nombre de la parada y la hora, la ruta, el número de unidad, disco y tiempo estimado que tardará en llegar el autobús, también se inserta el audio que puede ser modificado en un futuro por algún cambio de información. Se recomienda colocar al micro controlador debajo del techo para evitar cualquier contacto con el agua en caso de que llueva.

El segundo paso es incluir al lector de tarjetas al lado del micro controlador para que se fusionen y aunque son dos elementos diferentes actúan de manera conjunta. El

lector de tarjetas leerá el código a un metro y medio de distancia de la persona no vidente.

El tercer y último paso es la tarjeta la cual tiene un código. Este código graba nombres, apellidos y número de cédula de las personas no videntes. Al momento en que el lector de tarjetas detecte ese código, el micro controlador emite la información del audio de inmediato. También, dentro de la tarjeta se incluirá un logo y un número de teléfono con la principal finalidad de difundir, dar a conocer e integrar al público en general de este proyecto. Se pretende hacer un convenio con el CONADIS de la ciudad de Ibarra, y con la Asociación de No Videntes de Imbabura que pertenece al Centro de Educación Popular Especial de Imbabura, para que en caso de pérdida de las tarjetas entreguen a estas instituciones, y sean quienes se contacten con los propietarios y hagan la entrega respectiva.

3.3 NOMBRE DE LA TARJETA

“*Ojos ciegos*” es el nombre de la Tarjeta de Discapacidad para personas no videntes que hace referencia tanto a personas con discapacidad visual como a la ciudadanía en general, ya que todos poseen el sentido de la vista y muchas veces se mira personas o situaciones y no se toma en cuenta las necesidades de ayuda en el entorno, y sobre todo en el contexto de transporte público intracantonal.

3.4 OBJETIVO GENERAL

Difundir la tarjeta de discapacidad para personas no videntes en la ciudad de Ibarra a través de la socialización y campañas para un mejor uso del transporte intracantonal.

3.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Configurar la tarjeta para personas no videntes a través de un código que va insertado con sus nombres y apellidos.
- ✓ Diseñar el logo de la tarjeta, color, nombre, además de las instituciones que forman parte para el reconocimiento de todas las personas.

- ✓ Exponer a los gerentes de las cooperativas la propuesta para que tomen en cuenta la gran importancia de este implemento en las paradas interactivas.

3.6 PÚBLICO OBJETIVO

Esta propuesta está dirigida a un público específico seleccionado las cuales son personas considerando una edad entre 12 a 65 años que hacen uso del servicio de transporte público intracantonal, localizados desde la condición o clase baja, media baja y clase media situados en la ciudad de Ibarra.

3.7 MISIÓN

Mejorar e incentivar el respeto, derechos, inclusión y bienestar de las personas con discapacidad visual como usuarios del transporte urbano a través de una tarjeta de discapacidad personalizada para la satisfacción de sus necesidades y calidad de vida.

3.8 VISIÓN

“Ojos ciegos” tiene como visión para el año 2018 ser una tarjeta reconocida a nivel local, provincial y nacional como un proyecto para personas no videntes como usuarios del transporte público urbano generando más seguridad y confianza.

3.9 BENEFICIARIOS

3.9.1 Beneficiarios Directos

Los beneficiarios directos serán especialmente las personas no videntes como vitales usuarios de la modalidad intracantonal de servicio de transporte público colectivo (transporte urbano) quienes podrán sentirse más seguros y gozar de un servicio de más calidad pensado en una sociedad con más derecho de inclusión y respeto.

3.9.2 Beneficiarios Indirectos

Los beneficiarios indirectos son los familiares de las personas no videntes porque con esta propuesta se generará más confianza, y ya no tendrán que servirles de compañía hacia la parada para tomar un bus. Otros beneficiarios son las personas con discapacidad intelectual, es decir, quienes no saben leer ni escribir, puesto que el audio será un ente de información pertinente.

Por último, esta propuesta sería en beneficio de la sociedad en general, para aquellas personas que disponen de todas las capacidades o turistas, ya que muchas veces se desconoce la ruta o frecuencia del lugar que se quiere visitar a través de una unidad de transporte.

3.10 EJEMPLO GRÁFICO DE LA TARJETA



CAPÍTULO IV

IMPACTOS

4.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Una vez desarrollado el Marco Teórico, Diagnóstico y la Propuesta se finaliza la investigación con el detalle y análisis de los diferentes impactos que generará el proyecto.

Se pretende explicar a través de una tabla donde se expone tanto los valores numéricos, como el nivel de impacto. De esta forma se usará un valor a cada indicador dentro de cada impacto con los rangos establecidos en la siguiente tabla:

VALOR NUMÉRICO	NIVEL DE IMPACTO
- 3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No hay impacto
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Tabla 4.1: Matriz de valores numéricos determinados para cada impacto

Elaborado por: La Autora

Análisis: La matriz de impactos tiene dos divisiones, la parte izquierda para establecer el valor numérico, y la derecha el nivel de impacto. A cada impacto se le asignará un valor que tiene una escala de menos tres (-3) hasta menos uno (-1) como estándares negativos, el cero (0) indica que no hay impacto y de tres (3) a uno (1) como positivos. Las escalas determinan el nivel de impacto desde Alto Negativo a Alto Positivo. De este modo, a cada impacto se le asignará un valor y un nivel de impacto que luego se suma, y se dividirá de acuerdo al número de indicadores que se ubiquen en la tabla. Así se comprobará el nivel de impacto que tendrá cada ámbito.

Posterior a eso se incluirá un análisis debajo de cada tabla de acuerdo a los indicadores expuestos y explicando el porqué del valor asignado a cada uno.

Finalmente, se incluirá una tabla general de impactos donde mostrará el nivel de impacto global del proyecto de investigación.

4.2 IMPACTO COMUNICACIONAL

Indicador	Niveles de impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejoramiento de la comunicación interpersonal entre usuarios y transportistas						X		
Normas, señales, códigos, mensajes expuestos adecuadamente					X			
Participación activa de los transportistas en las reuniones						X		
La comunicación oral como forma de comunicación más adecuada						X		
Socialización del proyecto de investigación a los ciudadanos y miembros del transporte urbano							X	
TOTAL					1	6	3	$\Sigma = 10$

Tabla 4.2: Impacto Comunicacional

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto social} = \Sigma \frac{10}{5} = 2$$

Nivel de impacto social= medio positivo

Análisis:

- ✚ Esta investigación pretende crear un mejoramiento de la comunicación interpersonal entre usuarios y transportistas en torno a la relación o interacción social para que así el desarrollo en este contexto sea más efectivo.
- ✚ Las normas, señales, códigos y mensajes que sean ubicados dentro de la unidad de transporte sean tomados en cuenta como normativa y así poder visualizar un ambiente más armónico.
- ✚ Se promueve que las reuniones de los transportistas sean permanentes puesto que permiten concebir más de cerca las problemáticas y mejorar su servicio a través de la participación activa.
- ✚ La comunicación oral es la forma más directa y adecuada para relacionarse con los demás como muestra de una actitud positiva.
- ✚ Una vez terminada la investigación se socializará a los gerentes de la cooperativa, además de a una persona pública miembro del Municipio de la ciudad de Ibarra para que tenga conocimiento de las fortalezas y debilidades que se han generado dentro de este proyecto.

4.3 IMPACTO SOCIAL

Indicador	Niveles de impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Interés de la ciudadanía en las paradas interactivas						X		
Inclusión social							X	
Reacción de los transportistas y usuarios						X		
TOTAL					1	4	3	$\Sigma = 8$

Tabla 4.3: Impacto social

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto social} = \Sigma \frac{8}{3} = 2,66$$

Nivel de impacto social= alto positivo

Análisis:

- ✚ Mediante el desarrollo de este proyecto investigativo se quiere crear un interés en la ciudadanía en lo que corresponde a las paradas interactivas, para que hagan uso y conozcan lo que les ofrece en cuanto al servicio de transporte urbano con inmediatez y seguridad.
- ✚ A través de esta investigación se pretende generar una inclusión social para que todos quienes utilizan un medio de transporte se incluyan a este proyecto

y puedan gozar de un mejor servicio, a su vez de enterarse la nueva modalidad con un sistema más avanzado.

- ✚ Esta investigación quiere lograr una reacción positiva en los ciudadanos, para que conozcan, difundan y aporten con críticas constructivas para mejorar diariamente.

4.4 IMPACTO CULTURAL

Indicador	Niveles de impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Cambio de actitud y conducta							X	
Mayor niveles de respeto y consideración							X	
Cultura de movilidad urbana							X	
Socialización de las campañas y capacitaciones						X		
TOTAL						2	9	$\Sigma = 11$

Tabla 4.4: Impacto Cultural

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto social} = \Sigma \frac{11}{4} = 2,75$$

Nivel de impacto social= alto positivo

Análisis:

- ✚ La investigación pretende generar una autoconsciencia en cuanto al cambio de actitud tanto de usuarios como transportistas y pueda existir un nivel de armonía en el trascurso de viaje.
- ✚ Una de las características importantes de este proyecto es obtener mayores niveles de respeto y consideración unos con otros, así también se verá identificado en la limpieza y eficacia del transporte.
- ✚ La cultura de movilidad urbana son todas las diferentes maneras de desplazamiento que pueden ser realizados en una ciudad, en las que se pueden determinar las costumbres, el respeto, reducción de contaminación, accidentes y la calidad de vida.
- ✚ Una de las cosas importantes dentro de esta investigación es la importancia que tienen las campañas y capacitaciones en beneficio de la sociedad, puesto que apuntan a concienciar sobre la actitud, servicio, y comportamientos necesarios para obtener un cambio positivo.

4.5 IMPACTO TECNOLÓGICO

Indicador	Niveles de impacto							9	Σ = 9
	-3	-2	-1	0	1	2	3		
Propagación de la aplicación “City Touch”								X	
Difusión del sistema instalado y tarjetas para personas no videntes								X	
Mayor uso de las herramientas de buzón de sugerencias								X	
TOTAL									

Tabla 4.5: Impacto Tecnológico

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto social} = \Sigma \frac{9}{3} = 3$$

Nivel de impacto social= alto positivo

Análisis:

- ✚ Con la información obtenida mediante la investigación se pretende propagar la aplicación llamada “City Touch” que permitirá al cliente - usuario del transporte público descargarse ya que es gratuita y a su vez conocer, interactuar y ahorrar tiempo al momento de trasladarse de un lugar a otro.
- ✚ Gracias a la propuesta definida en este proyecto se quiere dar un plus al servicio de transporte con un nuevo sistema para personas no videntes

quienes podrán hacer uso de una tarjeta y obtener información real y necesitada de una unidad de transporte con su respectiva ruta y horario.

- ✚ A través de los números telefónicos, y correos, se pretende generar una reacción a la sociedad en general para poder hacer uso de estas estrategias de mejoramiento en el servicio de transporte público.

4.6 IMPACTO GENERAL

Indicador	Niveles de impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Comunicacional							X	
Impacto Social						X		
Impacto Cultural						X		
Impacto Tecnológico							X	
TOTAL						4	6	$\Sigma = 10$

Tabla 4.6: Impacto general

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto social} = \Sigma \frac{10}{4} = 2,5$$

Nivel de impacto social= alto positivo

Análisis:

- ✚ El proyecto de investigación pretende formar conciencia y tomar en cuenta la importancia de la comunicación interpersonal que se genera dentro del contexto del transporte urbano a través del lenguaje, gestos y demás formas de comunicarse.
- ✚ La investigación aporta en el cambio de actitud y conducta, además de mejorar la cultura de movilidad urbana creando un interés por el respeto a las normas de tránsito así como a las personas.
- ✚ La inclusión es una parte fundamental dentro de este proyecto, puesto que existen diversos tipos de usuarios del transporte, y además se quiere integrar un nuevo sistema de información y comunicación de rutas en las paradas interactivas existentes, las que serán aprovechadas no solo por las personas no videntes, sino quienes estén a su alrededor.

CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo evidenciar si existe o no una comunicación interpersonal entre usuarios y miembros de transporte urbano en los cantones estudiados: Otavalo, Antonio Ante (Atuntaqui) e Ibarra. Para comprobar esto, primero se hizo una investigación teórica que sustente el tema, después se realizó un diagnóstico mediante herramientas estratégicas, se planteó una propuesta y se finalizó con el análisis de impactos que genera la misma.

Luego de haber finalizado con los cuatro capítulos correspondientes a este proyecto, se concluye que el tema es de vital importancia dentro de la provincia de Imbabura y ha previsto de gran información, a su vez generó interés a la ciudadanía y miembros de las empresas de transporte de Imbabura que prestan un servicio, además de quienes forman parte y se ven involucrados, como las instituciones y organizaciones responsables. Gracias a la investigación se pudo descubrir ciertas características las cuales se han ido percibiendo durante el proceso de investigación. Es así que se pueden determinar algunas conclusiones:

- Conforme la sociedad crece y evoluciona, también el desarrollo de la Comunicación y relaciones interpersonales. Es por ello que, con el avance tecnológico dentro del medio de transporte en cierta manera se ha deformado las costumbres, educación, cultura y sobre todo la comunicación directa, es decir, cara a cara. Con esta conclusión se determina que existe una débil comunicación interpersonal.
- El servicio de transporte urbano ha cambiado en algunas cosas, como por ejemplo en el nombre, ya que ahora es conocido como modalidad intracantonal de servicio de transporte público colectivo, en la cual incluye tanto al servicio urbano como rural. Además de que las unidades de transporte tienen un sistema GPS para poder ser controladas. En este sentido es desconocido por parte de la ciudadanía.

- La inversión pública y por parte de las autoridades en cuanto al transporte público es mínima.
- Las capacitaciones que se brindan a los transportistas no tienen mucha acogida, ya que falta interés por parte de los señores conductores en cuanto a la asistencia.
- Los socios de las cooperativas y la Empresa de Movilidad del Norte han creado las paradas interactivas donde se muestra el interés por mejorar el servicio urbano, pero no se han limitado en el abuso de publicidad dentro de la pantalla instalada. Además, la aplicación “City Touch” siendo gratuita es totalmente desconocida por la ciudadanía.
- A pesar de que exista un buzón electrónico y números telefónicos para receptor denuncias, quejas, o sugerencias en cuanto la unidad de transporte, conductor, y servicio en general se desconoce, incluso por miedo o evitarse problemas las personas no hacen un correcto uso de estas estrategias.
- La actitud tanto de usuarios como transportistas es regular, y ellos mismo son quienes se califican mutuamente de esa forma.
- La preferencia dentro de las unidades de transporte no aportan al desarrollo social de la comunicación, tienen afinidad a otras cosas que no ayudan a la interacción entre estos miembros. Además de que la contaminación auditiva es parte de esta ruptura comunicativa.
- Los señores transportistas son parte de la congestión vehicular, generan una contaminación auditiva, lo que pone en descontento a la movilidad urbana.
- Los actores de esta investigación y los concedores del tema están de acuerdo en que las relaciones interpersonales son importantes, también han expuesto que la mejor vía para promover estas relaciones es en la parada de bus a través de una parada inteligente, aunque muchas personas no les interese, y lleguen incluso a dañar las infraestructuras existentes.
- En lo que concierne al servicio urbano, dentro del autobús, solo el cantón Otavalo posee de un ayudante, es quien se le conoce como controlador. En

Atuntaqui e Ibarra no, lo que ocasiona un problema o disgusto a la gente porque genera más estrés.

- La renovación vehicular se hace cada 10 años, lo que a muchas personas molesta en el sentido del servicio porque las unidades de transporte están deterioradas.
- La aportación fundamental de este proyecto es el diseño e implementación de un sistema de identificación para personas no videntes, mediante un audio con la información real e inmediata del autobús y sus rutas.

RECOMENDACIONES

Luego de haber obtenido suficiente información y percibido las falencias dentro de este proyecto de investigación, se pretende hacer algunas recomendaciones para tomar en cuenta y también aplicarlas en las investigaciones a futuro, tales como:

- Agregar a los demás cantones el proyecto de las paradas interactivas con el nuevo sistema de inclusión para personas no videntes, e incluso aumentar más características.
- La normativa que rige a la modalidad de servicio de transporte público colectivo debe ser más rígida, presionar en los controles y aplicar sanciones severas para el correcto funcionamiento y malestar social.
- Los peatones, y demás usuarios de las vías también deben ser capacitados continuamente porque también son parte del desarrollo social en este contexto.
- Expandir las campañas en beneficio de la educación vial y lo que comprende a la Comunicación, relaciones sociales, cambio de actitud, etc.
- Mejorar la infraestructura de las unidades de transporte en menos años.
- Los usuarios deben respetar las normas que se encuentran ubicadas dentro de las unidades de transporte porque es para su uso. Además, no se debe llenar mensajes comunicacionales. No abombar a la gente con letreros.
- A través de la pantalla ubicada dentro de las paradas interactivas se establezca un convenio con instituciones para que se pueda aprovechar la publicidad en vez de difundir videos musicales, se promuevan campañas al respeto, inclusión y comunicación.
- Difundir la aplicación gratuita “City Touch” para que la ciudadanía interactúe con efectividad.
- Controlar el ambulataje dentro de las unidades de transporte para evitar incomodidad a los usuarios.
- Los transportistas deben solicitar el mejoramiento de las vías para una movilidad adecuada.

- Los transportistas deben cambiar de actitud y evaluar la conducta a través de reuniones constantes tomando en cuenta las opiniones de todos.
- Implementar un buzón de sugerencias dentro de las unidades de transporte para que los usuarios manifiesten sus puntos de vista.
- Los usuarios deben denunciar, quejarse o solicitar algo de manera adecuada y haciendo uso de las estrategias que están a su disposición.
- La propuesta que se pretende implementar en las paradas interactivas en la ciudad de Ibarra a largo plazo se hará en otros cantones y se debería hacer lo mismo.
- Invertir en la propuesta para personas no videntes ya que también son usuarios del transporte público.
- Recomiendo a futuros investigadores trabajar con la ciudadanía quienes viven a diario en las unidades de transporte y perciben mucho más cosas. Además de indagar en este tema ya que el transporte tiene cambios constantemente y puede servir de ayuda en pro del desarrollo social.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, L. (2003). *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid, España: Fundamentos. Recuperado el 01 de 12 de 2016, de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=eJ2x6-0wPn8C&oi=fnd&pg=PA15&dq=aproximaci%C3%B3n+cualitativa++concepto&ots=wMgV7K71cP&sig=M461eiejGQDMgXqAaB5vsLkCmps#v=onepage&q=aproximaci%C3%B3n%20cualitativa&f=false>
- Arévalo, J. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*. Recuperado el 02 de 12 de 2016
- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de 10 de 2008). <http://www.oas.org/>. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador. (31 de 12 de 2014). <http://www.asambleanacional.gob.ec>. Recuperado el 16 de 01 de 2016, de <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/leyes-aprobadas?leyes-aprobadas=All&title=Ley+Org%C3%A1nica+Reformatoria+a+la+Ley+Org%C3%A1nica+de+Transporte&fecha=>
- Berlo, D. (1969). *El proceso de la Comunicación*. Winston, New York, Estados Unidos: El Ateneo. Recuperado el 02 de 12 de 2016
- Bolívar A; Manterola C; Ramos C; Sánchez L; Sans J. (2004). *Humanismo y Educación: seducción del futuro*. Caracas: Fundayacucho.
- Borden, G. (1974). *Introducción a la teoría de la comunicación humana*. Madrid: Nacional Madrid (España).
- Chiramberro, M. (28 de 02 de 2013). La proxémica o el arte de estar a la distancia correcta. *Revista Magna Online*. Recuperado el 25 de 11 de 2016, de

<http://revistamagna.com.ar/nota/la-proxemica-o-el-arte-de-estar-a-la-distancia-correcta>

Cruz, M. (11 de 02 de 2012). Comportamiento en el transporte público. *El Nuevo Día*, pág. 1. Recuperado el 28 de 10 de 2016

Fonseca, M. (2005). *Comunicación oral*. Naucalpán: Pearson Educación de México.

Franco, A. (2004). El concepto habermasiano de la acción comunicativa en el modelo lingüístico comunicacional. *Utopía y praxis latinoamericana - Dialnet*, 41.

García C; Carrasco J; Rojas C. (2014). El contexto urbano y las interacciones sociales: dualidad del espacio de actividades de sectores de ingresos altos y bajos en Concepción, Chile. *Revista de Estudios Urbanos Regionales EURE*. Recuperado el 08 de 11 de 2016

García H, Vargas J y Mijangos M. (2007). Conductas en el interior del transporte colectivo, conductores y semáforos. *Portal de Revistas de Psicología Electrónico (PePSIC)*. Recuperado el 12 de 11 de 2016

García, M. (2004). Comunicación e interacción social. Aportes de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y. *redalyc.org*, 3. Obtenido de <file:///C:/Users/STEFY/Desktop/TESIS/Comunicaci%C3%B3n%20e%20interacci%C3%B3n%20social.pdf>

Granada, H. (2001). El Ambiente Social. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal Redalyc.Org*. Recuperado el 18 de 11 de 2016, de <http://www.redalyc.org/pdf/268/26890102.pdf>

Holahan, C. (2000). *Psicología Ambiental Un Enfoque General*. Texas, México: Editorial Limusa S.A. Recuperado el 22 de 11 de 2016, de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/eureka/pudgvirtual/Psicologia%20ambiental.pdf>

- Homobono, J. (1990). *www.vianayborgia.es*. Recuperado el 03 de 12 de 2016, de <http://www.vianayborgia.es/bibliotecaPDFs/CUET-0055-0000-0043-0058.pdf>
- INEC. (2010). *ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el 20 de 10 de 2016, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Socio-demograficos/Poblacion_Indigena_del_Ecuador.pdf
- INEC. (2010). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>. Recuperado el 13 de 12 de 2016, de http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculo_nacional_final.pdf
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la Comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Lema M y Becerra A. (2012). *Imaginario, discurso y lenguaje coloquial en el transporte público de Quito: Estudio de caso Cooperativa Disutran S.A*. Quito: UCE. Recuperado el 28 de 07 de 2016
- López Herrera, M; López Arística, M; López L. (2012). Cultura y Comunicación: Una Relación Compleja. *eumed.net*, 1.
- López, L. (1992). *Introducción a los medios de comunicación*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.
- Marín A, García P y Llano S. (2013). *Sociología de las Organizaciones Influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación*. Madrid, España: Fragua. Recuperado el 21 de 11 de 2016
- Maslow, A. (1987). *Motivación y personalidad*. Madrid: Díaz de Santos, S.A. Recuperado el 16 de 11 de 2016
- Miyara F y Sanguinetti J. (1996). <http://fceia.unr.edu.ar>. Recuperado el 30 de 11 de 2016, de <http://www.fceia.unr.edu.ar/acustica/biblio/rui-bus.pdf>

- Pease, A., & Pease, B. (2010). *El lenguaje del cuerpo: cómo interpretar a los demás a través de sus gestos*. Barcelona: Amat.
- Pelayo y Cabrera. (2002). *Lenguaje y Comunicación Conceptos básicos, aspectos teóricos generales, características, estructura, naturaleza y funciones del lenguaje y la comunicación*. Caracas: Los Libros de El Nacional.
- Posso, M. Á. (2004). *Metodología para el trabajo de grado (Tesis y proyectos)*. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro Núcleo de Pichincha.
- Real Academia Española. (2014). <http://dle.rae.es/>. Recuperado el 02 de 12 de 2016, de <http://dle.rae.es/?id=UFbxsxz>
- Regalado O, Berolatti C, Martínez R, y Riesco G. (2011). uvadoc.uva.es. Recuperado el 21 de 11 de 2016, de https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/8490/1/TFG_F_2014_133.pdf
- Rodríguez Borja. (2014). uvadoc.uva.es. Recuperado el 21 de 11 de 2016
- Roth, E. (2000). Psicología ambiental: interfase entre conducta y naturaleza. *Ciencia y Cultura*, 71. Recuperado el 18 de 11 de 2016, de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/n8/a07.pdf>
- Scheinsohn, D. (2009). *Comunicación estratégica: la opinión pública y el proceso comunicacional*. Buenos Aires: Granica S.A. Recuperado el 28 de 07 de 2016
- Toledo, M. (2008). <http://dspace.ups.edu.ec/>. Recuperado el 03 de 12 de 2016, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2682/1/TESISCORREGIDAA.pdf>
- Tomás R y Américo M. (2011). El Comportamiento Socio-Espacial en los Transportes Públicos Urbanos: Una Aproximación Cualitativa. *Nueva época*, 21. Recuperado el 24 de 10 de 2016

- Ulloa, N. (2015). *La construcción de cultura emprendedora y empresarial un reto para América Latina en el siglo XXI*. San Juan de Pasto: Unimar. Recuperado el 15 de 05 de 2016
- Van - der Hofstadt, C. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación*. España: Díaz de Santos, S. A.
- Vega, P. (2006). *La accesibilidad del transporte en autobús: Diagnóstico y soluciones*. Madrid: IMSERSO. Recuperado el 07 de 11 de 2016, de <http://dependencia.imserso.es/InterPresent1/groups/imserso/documents/binario/acctransbus.pdf>
- Vértice. (2010). *Técnicas de información y atención al cliente/consumidor*. Málaga: www.editorialvertice.com.
- Zayas, P. (2012). *La comunicación interpersonal*. Málaga: Ueumed.

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de las dos encuestas



ENCUESTA

Objetivo: Evidenciar la comunicación interpersonal entre los usuarios y miembros de transporte urbano de Imbabura, a través de técnicas de investigación para la identificación de las relaciones sociales de estos dos grupos.

Indicación: Por favor elija una opción y marque con una X según su criterio.

Edad

13 a 17 () 18 a 22 () 23 a 27 () 28 en adelante ()

Sexo

Femenino () Masculino ()

1. ¿A qué cantón pertenece?

Otavalo ()
Atuntaqui ()
Ibarra ()

2. ¿Qué idioma habla usted?

Español ()
Kichwa ()
Kichwa y español ()

3. ¿Con qué frecuencia usted utiliza un medio de transporte urbano?

- Diaria ()
- Semanal ()
- Mensual ()
- Casi nunca ()
- Casi siempre ()

4. ¿Cuáles son las formas de comunicación que usted mantiene con el transportista?

- Comunicación oral ()
- A través de gestos ()
- Mediante signos ()
- Comunicación escrita ()
- Comunicación corporal ()

5. ¿Cómo califica a la actitud que usted mantiene con el transportista durante el tiempo de viaje?

Pésima	Mala	Ni buena ni mala	Buena	Excelente

6. Como usuario del transporte público, ¿usted fomenta una actitud positiva entre transportistas y pasajeros?

- SÍ ()
- NO ()

7. ¿De qué manera usted muestra una actitud positiva?

- Sonríe ()
- Saluda ()

17. ¿A través de qué medio le gustaría promover las relaciones interpersonales entre usuarios y transportistas?

PARADA DE BUS ()	RADIO ()	TELEVISIÓN ()	PRENSA ()	REDES SOCIALES	Facebook ()
					Youtube ()
					Twitter ()
					Instagram ()

18. ¿A través de qué estrategia comunicacional le gustaría mejorar la comunicación interpersonal?

- Parada Inteligente ()
- Cuña radial ()
- Campaña audiovisual ()
- Capacitaciones a transportistas y pasajeros ()
- Folleto informativo ()
- Campañas en redes sociales ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



ENCUESTA

Objetivo: Evidenciar la comunicación interpersonal de los miembros del transporte urbano de Imbabura con los usuarios, a través de técnicas de investigación para la identificación de las relaciones sociales de estos dos grupos.

Cooperativa: “San Miguel de Ibarra” - Ibarra

Indicación: Por favor elija y marque con una X según su criterio.

Edad

25 a 30 () 31 a 36 () 37 a 42 () 42 a 47 () 48 en adelante ()

Sexo

Masculino ()

Femenino ()

1. ¿Qué idioma habla ud?

Español ()

Kichwa ()

Kichwa y español ()

2. ¿Cuáles son las formas de comunicación que usted mantiene con el usuario?

Comunicación oral ()

A través de gestos ()

Mediante signos ()

Comunicación escrita ()

3. ¿Usted como transportista fomenta una actitud positiva con los usuarios?

SÍ () NO ()

4. ¿De qué manera usted muestra una actitud positiva?

Sonríe ()

Saluda ()

Es amable ()

Respetuoso ()

Ninguno ()

5. ¿Usted como transportista provoca contaminación auditiva o ruidosa dentro del transporte?

SÍ () NO ()

6. ¿En la cooperativa de transporte a la que usted pertenece realizan reuniones para determinar la importancia de la atención al usuario?

SÍ () NO ()

7. ¿Cree que es necesario mantener una relación cordial dentro de un medio de transporte?

SÍ () NO ()

8. ¿Cómo calificaría a las relaciones sociales?

Nada importante ()

Poco importante ()

Ni poco ni muy importante ()

Bastante importante ()

Muy importante ()

9. En cuanto a la interacción, ¿cómo califica la actitud del usuario?

a) Pésima ()

b) Mala ()

c) Ni buena ni mala ()

d) Buena ()

e) Excelente ()

10. De acuerdo a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial en el Art. 185 literal I, ¿Ud. cumple con promover el respeto a los derechos humanos, eliminando toda forma de discriminación, y generar un trato inclusivo de niños, niñas, adolescentes, mujeres, adultos mayores de 65 años de edad y con discapacidad, y demás usuarios de las vías?

SÍ ()

NO ()

11. ¿Respeto usted las paradas establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito?

SÍ ()

NO ()

12. ¿Respeto usted las tarifas correspondientes a estudiantes, personas de la tercera edad y personas con discapacidad?

SÍ ()

NO ()

13. El medio de transporte al que usted pertenece acoge la campaña del CONADIS junto a la Agencia Nacional de Tránsito “ Respeto mi espacio, Respeto mi tarifa, Respeto mi parada”

SÍ ()

NO ()

14. Para mejorar la conducta del usuario existen normas señaladas

Dentro del autobús ()

Paradas del autobús ()

Ninguna ()

15. ¿La cooperativa de transportes de la que usted es parte posee un buzón de sugerencias?

SÍ () NO ()

16. ¿Desde su espacio qué haría para fomentar las relaciones sociales dentro de su medio de transporte?

Reuniones ()

Implementaría un buzón ()

Cambiar de actitud ()

17. ¿Ha sido víctima directa o indirectamente de la vulneración de derechos humanos dentro del transporte público?

SÍ () NO ()

1. ¿Qué tipo de vulneración de los que se detallan a continuación usted ha presenciado?

Homofobia () Delincuencia ()

Acoso sexual () Racismo ()

Machismo ()

Ninguno ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 2. Cuestionarios de entrevistas

CUESTIONARIO I

Arquitecto

Alejandro Arévalo

Jefe Dpto. de Planificación y Proyectos Empresa Movidelnor – Ibarra

1. ¿Cómo está establecido el transporte público urbano?
2. ¿Cuántas cooperativas funcionan en los cantones Otavalo, Antonio Ante e Ibarra?
3. ¿Cómo se estipula los permisos de operación para que los transportistas circulen con normalidad?
4. ¿Qué entidades emiten el permiso de operación a los transportistas?
5. ¿Quiénes establecen el recorrido de las rutas y frecuencias?
6. En el tema de transporte urbano, ¿cómo nacen los estudios o diagnósticos?
7. ¿En qué se basan para la creación de la normativa de transporte?
8. ¿Qué proyectos se ha llevado a cabo en lo concierne al transporte urbano?
9. ¿Cuáles son los tipos de transporte?
10. ¿Aporta cada cantón en la normativa de los transportes?

CUESTIONARIO II

Coronel

Edgar López

Gerente General de la Empresa MovideInor de la Mancomunidad de Tránsito del Norte

1. ¿Cómo está estipulado y organizado el transporte público urbano
2. ¿Cómo se evalúa, controla o supervisa a estos transportes?
3. ¿En qué aporta la empresa al desarrollo de la movilidad urbana?
4. ¿Cuáles son las normativas de seguridad y desplazamiento?
5. ¿Cómo es el trabajo con la Policía Nacional?
6. ¿Usted cree que son importantes las relaciones sociales entre transportistas y usuarios?
7. ¿Cuáles cree que son las causas para que existan problemas dentro del transporte entre usuarios y transportistas?
8. ¿Qué proyectos se están llevando a cabo en la ciudad o provincia?

CUESTIONARIO III

Santiago Villalba

Técnico de Sistemas de Información Geográfica Empresa Movidelnor – Ibarra

1. ¿En qué año se inició el proyecto de las paradas interactivas?
2. ¿En qué se basó el plan piloto?
3. ¿Cómo se llama la aplicación y a qué tipo de teléfonos está habilitada?
4. ¿En qué ciudades nomas existe el proyecto de las paradas?
5. ¿A parte de la aplicación qué ofrecen las paradas interactivas?
6. ¿Dentro de la publicidad existe alguna campaña que aposte por mejorar la conducta o comportamiento de transportistas y usuarios?

CUESTIONARIO IV

Licenciada

Cristina Vásquez

Relacionadora Pública Empresa Movidelnor – Ibarra

1. ¿Qué proyectos se han hecho para mejorar la conducta en los transportistas y usuarios?
2. ¿Por qué cree usted que no existe una comunicación adecuada entre usuarios y transportistas?
3. ¿Además de las campañas a qué se debe apostar para un cambio?
4. ¿Cómo se hace en cuanto a las reuniones que exige la Ley de Tránsito sobre el respeto a los derechos humanos y capacitaciones hacia el usuario y transportista?

CUESTIONARIO V

Fabrizio Espinosa

Gerente General Cooperativa San Miguel de Ibarra

1. ¿Cómo está integrada su Empresa?
2. ¿Cómo es el servicio de la Cooperativa?
3. ¿Con qué frecuencia se establecen las reuniones y qué temas se hablan?
4. ¿Dentro de las asambleas se trata sobre temas para mejorar la conducta o comportamiento tanto para el transportista como el usuario?
5. ¿Existe comunicación interpersonal entre ustedes como administrativos con los transportistas?
6. ¿De qué manera se aprovechan las capacitaciones que realiza la Empresa Movidelnor?
7. ¿Existe buzón de sugerencias en la cooperativa?
8. ¿Esos reclamos o sugerencias tienen respuesta inmediata?
9. ¿Con qué objetivo se hizo este contacto con los números de teléfonos?
10. ¿Con respecto a las paradas interactivas ustedes invirtieron dinero?
11. ¿El proyecto nació del convenio o ustedes tuvieron la idea de crear las paradas interactivas?
12. ¿Cuál es la misión de la cooperativa y qué se espera un futuro?
13. ¿Cómo se establecen las normativas para los transportistas y dentro de las unidades de transporte para los usuarios?
14. ¿Cuáles son las causas o efectos para que no se dé una comunicación abierta e interactiva entre estos dos miembros?
15. ¿Cree que son importantes las relaciones entre usuarios y transportistas?

CUESTIONARIO VI

Máster

Andrés Salas

Director Provincial de la Agencia Nacional de Tránsito de Imbabura

1. ¿Cómo se establece la Ley en cuanto al mejoramiento del servicio intracantonal?
2. ¿Cómo director a nivel provincial qué es lo que usted hace en beneficio de la ciudadanía?
3. ¿De pronto la ANT tiene alguna alianza con las escuelas de conducción?
4. ¿Cuándo se realizan las capacitaciones?
5. ¿Cómo se evalúan estas capacitaciones?
6. ¿Qué medidas se toma para mejorar la conducta entre los miembros de transporte urbano? Conductor – pasajero
7. Desde su punto de vista, ¿cree que es importante fomentar las relaciones interpersonales entre transportista y usuario?
8. ¿Qué campañas se están realizando en favor de la ciudadanía?

CUESTIONARIO VII


Arquitecto

Jorge Andrade

Experto en Movilidad Urbana

1. ¿Qué es la Movilidad Urbana?
2. ¿Dentro de la movilidad, qué aspectos se toman en cuenta?
3. ¿Cómo califica usted a la movilidad en la ciudad de Ibarra?
4. ¿La tecnología es importante en la comunicación interpersonal?
5. ¿En qué beneficia estas paradas interactivas a la ciudadanía?
6. ¿Cómo mejora estas paradas interactivas en la comunicación interpersonal?
7. ¿Por qué se debe considerar en el Plan de Desarrollo las paradas interactivas?
8. ¿Por qué dentro del Plan de Desarrollo del Municipio de Ibarra se ha desvinculado a personas con discapacidad como usuarios del transporte público?
9. ¿De pronto usted conoce alguna teoría que haya hecho un avance en cuanto a comunicación e interacción dentro del transporte urbano?
10. ¿Usted cree que son importantes las relaciones interpersonales entre usuarios y transportistas?

Anexo 3. Oficios

 **PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**
SEDE IBARRA

Ibarra, 19 de diciembre de 2016

Coronel
Edgar López
GERENTE GENERAL EMPRESA MOVIDELNOR


De mi consideración:


Luego de expresarle un atento y cordial saludo, y a su vez augurarle éxitos en sus funciones. Yo, Estefany Orbe con C.I 1004360010 egresada de la Escuela de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI). Me permito solicitarle de la manera más comedida poder ingresar a su entidad para la respectiva investigación de información referente al transporte público urbano de la provincia de Imbabura. Ya que, mi pedido es para el desarrollo del Proyecto de Grado sobre el tema: *"Estudio de la comunicación interpersonal entre los usuarios y miembros de las empresas de transporte urbano en Otavalo, Antonio Ante e Ibarra"* previo a obtener el título.

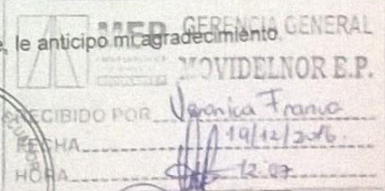
A continuación, detallo los puntos referentes a la investigación:

- Cumplimiento de las normas de seguridad de los transportes para con los usuarios
- Estado de funcionamiento de las unidades de transporte urbano y renovación vehicular.
- Permiso de funcionamiento de las cooperativas de transporte (rutas y horario)
- Cuántas cooperativas de transporte urbano existen en cada cantón
- Personal responsable de la supervisión y control en cada cantón
- En caso de que exista normas creadas por la Agencia, facilitarme una copia

Por la favorable atención que se digne dar al presente, le anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Estefany Orbe


Ph. D. Mónica López
DIRECTORA ECOMS


Mtr. Yailza Ramos
ASESORA



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE IBARRA

Ibarra, 30 de enero de 2017

Señor

Fabrizio Espinoza

GERENTE COOPERATIVA "SAN MIGUEL DE IBARRA"

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo y a la vez augurarle éxitos en sus funciones encomendadas.

Por medio del presente, yo Estefany Orbe con C.I. 100436001-0 egresada de la escuela de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI), le solicito de la manera más comedida permitirme realizar encuestas a los señores transportistas del medio de transporte del que usted pertenece, para la respectiva investigación del Proyecto de Grado denominado "Estudio de la comunicación interpersonal entre los usuarios y miembros de las empresas de transporte urbano en la provincia de Imbabura" previo a la obtención del título.

Segura de que mi pedido será atendido, le anticipo mi más sincero agradecimiento

Atentamente,

Ph. D. Mónica López
DIRECTORA ECOMS

Estefany Orbe
ESTUDIANTE

Yalitza Ramos
ASESORA



Recibido
30-01-2017
131405

atención



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE IBARRA

Ibarra, 30 de enero de 2017

Señor
Marcelo Yépez
GERENTE COOPERATIVA "28 DE SEPTIEMBRE"

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo y a la vez augurarle éxitos en sus funciones encomendadas.

Por medio del presente, yo Estefany Orbe con C.I. 100436001-0 egresada de la escuela de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI), le solicito de la manera más comedida permitirme realizar encuestas a los señores transportistas del medio de transporte del que usted pertenece, para la respectiva investigación del Proyecto de Grado denominado "Estudio de la comunicación interpersonal entre los usuarios y miembros de las empresas de transporte urbano en la provincia de Imbabura" previo a la obtención del título.

Segura de que mi pedido será atendido, le anticipo mi más sincero agradecimiento

Atentamente,

Ph. D. Mónica López
DIRECTORA ECOMS

Estefany Orbe
ESTUDIANTE



Yalitza Ramos
ASESORA



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE IBARRA

Ibarra, 31 de enero de 2017

Señor

Patricio Villamarín

GERENTE COOPERATIVA "8 DE SEPTIEMBRE" OTAVALO

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo y a la vez augurarle éxitos en sus funciones encomendadas.

Por medio del presente, yo Estefany Orbe con C.I. 100436001-0 egresada de la escuela de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI), le solicito de la manera más comedida permitirme realizar encuestas a los señores transportistas del medio de transporte del que usted pertenece, para la respectiva investigación del Proyecto de Grado denominado "Estudio de la comunicación interpersonal entre los usuarios y miembros de las empresas de transporte urbano en la provincia de Imbabura" previo a la obtención del título.

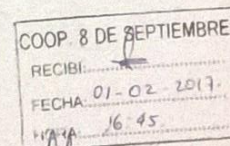
Segura de que mi pedido será atendido, le anticipo mi más sincero agradecimiento

Atentamente,

Ph. D. Mónica López
DIRECTORA ECOMS

Estefany Orbe
ESTUDIANTE

Mgs. Yalitz Ramos
ASESORA



Anexo 4. Noticia en la prensa sobre el tema

mas, uno de estos espacios se dolares. La asociación empe- Hemos estado desde el 2015 trabajando", dijo Coral. @melissabrapov

Foto: Archivo EL NORTE

▲ En la Cruz Verde se realizará la concentración con los danzantes y con la ciudadanía que asista a esta fiesta.

Evento / Inti Raymi es hoy en San Juan Calle

Ibarra. Desde las 19:00, hoy, el barrio San Juan Calle realizará la tradicional fiesta del Inti Raymi con la participación de ocho grupo de danza. La concentración será en la esquina de la Cruz Verde. Wladimir Ortega, presidente de este barrio, indicó que los moradores quieren rescatar la historia de esta tradición. Cuenta que hace muchos años, desde una hacienda, los peones bailaban en el natalicio de San Pedro y San Pablo, se

litzaban la cara y al son de los tambores iban danzando hacia el patio de la hacienda del patrón, donde los esperaba con comida. Ortega explicó que la fiesta será con los danzantes que festejan el tradicional Inti Raymi, con las caras pintadas. "Unos lo hacen con su propia música, nosotros lo hacemos con banda de pueblo. Estamos invitando a todos aquellos que deseen integrarse a esta tradición, las puertas están abiertas", (MBP).

■ Rapiditas

Evento / Mingas barriles el sábado

Ibarra. Las mingas barriles "Ibarra Limpiecita" se realizarán este sábado 1 de julio desde las 07:00 en Yacucalle. La Alcaldía informa a la ciudadanía eliminar del hogar basura grande o tereques, muebles viejos, colchones, electrodomésticos en desuso, poda césped. (MBP).

29

● de junio, de 1804, nació en Ibarra, Pedro Moncayo y Esparza, quien empezó su carrera profesional como periodista.

UTN / Programa de fiestas 2017

Ibarra. Hoy, a las 11:30, la Universidad Técnica del Norte, hará la presentación oficial del programa de fiestas 2017, este evento se llevará a cabo en la sala José Martí, ubicada en el edificio central de esta institución, que invita a los estudiantes para que sean parte de esta actividad.

Servicio / Nuevas paradas interactivas se entregan en julio

Foto: Cortesía

▲ Movidelnor se encuentra trabajando en las bases de las paradas que estaban ubicadas en la avenida Pérez Guerrero.

Ibarra. Con motivo de la conmemoración de la batalla de Ibarra, que se celebra el 17 de julio, el presidente de la Mancomunidad de Tránsito de la Región Norte y Alcalde de Ibarra, Alvaro Castillo, entregará a la ciudad cinco paradas interactivas más, que serán ubicadas en la avenida Pérez Guerrero. Las paradas permiten a los usuarios del sistema de transporte público conocer la hora estimada de arribo de las unidades. Edgar López, Gerente de la Empresa Pública de Movilidad del Norte, Movidelnor, explicó que las cinco nuevas paradas interactivas son similares a las instaladas en la segunda fase, en la avenida El Retorno. Tienen una mejora en estructura a fin de que permita

Cada parada está enlazada con un sistema satelital y cada autobús cuenta con GPS.

Tenga en cuenta...

- **Funcionamiento**
En la actualidad la ciudad cuenta con 14 paradas ubicadas en la avenida Mariano Acosta y El Retorno.
- **Movidelnor**
Hasta fin de este año se entregará un total de 42 paradas, según explicó Milton Yépez, gerente de Transporte.
- **Un buen uso**
Edgar López pidió a la ciudadanía hacer buen uso de este bien público y no colocar cualquier mercancía.

optimizar su uso con una mejor ubicación de las pantallas led, que otorguen una visibilidad óptima y mayor comodidad a los usuarios", dijo López. El gerente recordó que el proyecto es financiado por las cooperativas de transporte urbano 28 de Septiembre y San Miguel de Ibarra. (MBP).

Anexo 5. Fotografías

