



Universidad  
**Inca Garcilaso de la Vega**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,  
TURISMO Y HOTELERÍA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES Y  
SU INFLUENCIA EN EL EVENTO DE CONMEMORACIÓN  
POR EL DÍA MUNDIAL EN RECUERDO DE LAS  
VÍCTIMAS DE SINIESTROS DE TRÁNSITO DIRIGIDO A  
LA SOCIEDAD, ORGANIZADA POR LA ONG LUZ  
ÁMBAR EN EL AÑO 2022.**

**Para optar el título profesional de LICENCIADO EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTOR**

Quispe Angulo, Flor de María

**ASESOR**

Mag. Aliaga Herrera de Gonzales, Cynthia Mabel

Lima, 21 de setiembre de 2022

## Suficiencia Comunicación Quispe Angulo Flor de María

### INFORME DE ORIGINALIDAD

21%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1

[repositorio.uigv.edu.pe](http://repositorio.uigv.edu.pe)

Fuente de Internet

6%

2

[whqlibdoc.who.int](http://whqlibdoc.who.int)

Fuente de Internet

1%

3

[maddylopez.files.wordpress.com](http://maddylopez.files.wordpress.com)

Fuente de Internet

1%

4

[biblioteca.usac.edu.gt](http://biblioteca.usac.edu.gt)

Fuente de Internet

1%

5

Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega

Trabajo del estudiante

1%

6

[www.depfe.unam.mx](http://www.depfe.unam.mx)

Fuente de Internet

1%

7

Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, UNAD

Trabajo del estudiante

1%

8

[pararecordarkioskofiguritasdeestelam.blogspot.com](http://pararecordarkioskofiguritasdeestelam.blogspot.com)

Fuente de Internet

1%



### *DEDICATORIA*

*A mi familia, por su apoyo incondicional  
y a todas las víctimas y familiares de víctimas  
de siniestros de tránsito, entre ellas  
a mi abuelita Carmen, una estrella más en el cielo.*

## AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecer a Dios por haberme dado una nueva oportunidad y permitir que supere el cáncer que casi me impide culminar mis estudios universitarios, a mi familia por todo su amor y su gran apoyo, a los maestros que supieron estar a la altura con su ejemplo y dedicación por lograr que alcance los objetivos en cada clase, a mis amigas Gaby y Ruby, comunicadoras con larga trayectoria, que me inspiraron a estudiar esta hermosa carrera, a mi amigo Po y a mis compañeros y amigos de aula universitaria, en especial a Elisabeth y a Lili, que me apoyaron en los momentos más complicados y un agradecimiento especial a nuestra asesora, la Mag. Cynthia Mabel Aliaga Herrera de Gonzales por su gran disposición para orientarnos de la mejor manera y poder completar este sueño de ser Licenciada en Ciencias de la Comunicación.



## RESUMEN

Este trabajo está pensado en concientizar a las personas sobre la importancia de respetar las normas de tránsito, no hacerlo tiene consecuencias lamentables y muchas veces hasta fatales. Cada año mueren un gran número de personas a causa de los siniestros de tránsito, con el evento de conmemoración por el El Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de Siniestros de Tránsito se pretende reducir la fatal estadística porque la mayoría de los siniestros de tránsito se pueden prevenir.

El realizar la campaña por el evento en mención se aspira sensibilizar y reducir el número de víctimas por siniestros de tránsito, también, reconocer el sufrimiento de las víctimas, su familia, la labor de los equipos de rescate y las acciones que deben tomar las autoridades para actuar frente a este problema.

Una campaña de redes sociales hace posible orientar nuestros anuncios con gran precisión en función de los intereses comunicacionales para llegar a la población.

La aplicación de una adecuada comunicación gráfica puede persuadir y transformar el pensamiento de las personas, el uso de plataformas digitales nos permite llegar a muchas más que podrían tener un familiar o amistad que ha sufrido un siniestro de tránsito, el mensaje puede conseguir ser muy influyente y hasta viralizable con el objetivo de impulsar a la colectividad para que tomen acciones en un cambio de conducta frente a un problema serio como el de tránsito y transporte. Debemos realizar pequeñas acciones hacia los conductores y peatones que nos pueda ayudar a reducir los accidentes y las consecuencias para que esto permita que sean menos graves.

El trabajo describe la realización de un evento de conmemoración donde buscamos sensibilizar a las personas. Se plantea el desarrollo de soluciones comunicacionales usando las redes sociales y superando los obstáculos con alternativas y estrategias eficaces.

**Palabras clave:** Tránsito, redes sociales, víctimas, colectividad, comunicación.

## **ABSTRACT**

This project is designed to make people aware of the importance of respecting traffic rules, since failure to do so has serious and often mortal consequences. Every year, a great number of people die as a result of traffic accidents. Therefore, the commemoration event for the World Day of Remembrance for Road Traffic Victims aims to reduce the fatal statistics because most road traffic accidents are preventable.

The campaign seeks to raise awareness and reduce the number of victims of traffic accidents, as well as to recognize the suffering of the victims and their families, the work of the rescue teams and the actions to be taken by the authorities to deal with this problem.

A social media campaign makes it possible to target our ads with great precision based on the communication interests to reach the population.

The application of an appropriate graphic communication can persuade and transform people's thinking. The use of digital platforms allows us to reach many more people who might have a family member or friend who has suffered a traffic accident. The message can be very influential and even be viralized with the objective of encouraging the community to take action to change behavior in the face of a serious problem such as traffic and transport. We must perform small actions towards drivers and pedestrians that can help us reduce accidents and their consequences so that they can be less serious.

This project describes the implementation of a commemoration event where we seek to raise people's awareness. We propose the development of communicational solutions using social networks and overcoming obstacles with effective alternatives and strategies.

***Key words:*** *Traffic, social networks, victims, society, communication.*

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>VIII</b>
<b>CAPÍTULO I - ASPECTOS GENERALES</b>	
1.1 Descripción de la ONG LUZ ÁMBAR PERÚ	10
1.2 Descripción del producto o servicio	10
1.3 Ubicación geográfica y contexto socioeconómico	11
1.4 Actividad general o área de desempeño	11
1.5 Misión y visión de la organización	11
<b>CAPÍTULO II - ASPECTOS GENERALES</b>	
2.1 Actividad profesional desarrollada	13
2.2 Propósito del puesto y funciones asignadas	14
<b>CAPÍTULO III - FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN EL EVENTO DE CONMEMORACIÓN DEL DÍA DE LAS VÍCTIMAS DE SINIESTROS DE TRÁNSITO DIRIGIDO A LA SOCIEDAD, ORGANIZADA POR LA ONG LUZ ÁMBAR EN EL AÑO 2022</b>	<b>16</b>
3.1 Teoría y la práctica en el desempeño profesional	17
3.1.1 Realización de un evento de contenido social	20
3.1.2 Sobre el desempeño profesional	25
a) Soluciones a través de herramientas digitales	25
b) Descripción del desarrollo el trabajo de comunicación	26

3.2 Acciones, metodologías y procedimientos	
3.2.1 Acciones	28
3.2.2 Metodología	28
3.2.3 Procedimiento de la realización de la campaña	31

## **CAPÍTULO IV PRINCIPALES CONTRIBUCIONES**

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>38</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>40</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>41</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>43</b>



## INTRODUCCIÓN

El Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de Siniestros de Tránsito se celebra el tercer domingo de noviembre de cada año. Este día fue instaurado en 1993 por RoadPeace, una organización con fines humanitarios del Reino Unido para las víctimas del tránsito. Desde entonces, RoadPeace, la European Federation of Road Traffic Victims y sus varias organizaciones asociadas han promocionado este día en todo el mundo.

El 26 de octubre de 2005, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la resolución 60/5 para mejorar la seguridad vial en el mundo. La resolución impulsa a los estados miembros y a la comunidad internacional a que otorguen el tercer domingo de noviembre como el Día Mundial de Conmemoración de las Víctimas del Tránsito.

La conmemoración de este día ofrece la oportunidad de aumentar la atención de las personas con respecto al costo de los siniestros de tránsito, y hacer hincapié en la necesidad de iniciar y promover esfuerzos para controlar este importante problema y dar apoyo a las víctimas.

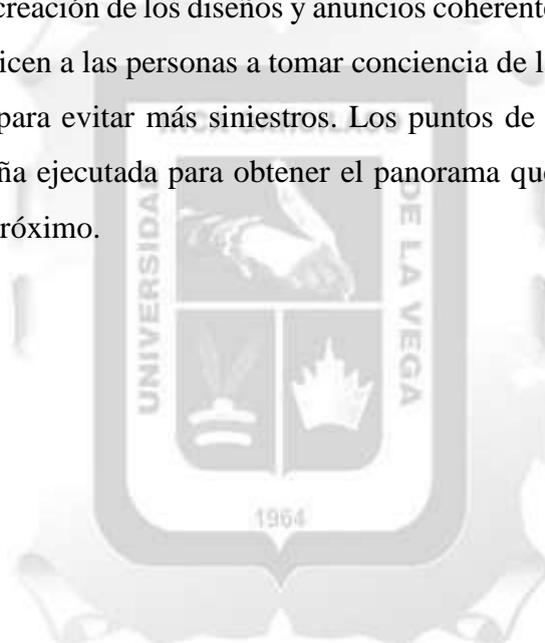
En el año 2008 se celebraron ceremonias de conmemoración y otros actos en países como Argentina, Australia, Brasil, Canadá, Estados Unidos, Filipinas, India, Japón, México, Nigeria, Sudáfrica y Uganda y en casi todos los países de Europa. También se estableció un sitio web especial para dar mayor difusión a la conmemoración de este día y vincular a los países a través de objetivos comunes, el recuerdo de las personas que han muerto o han resultado heridas en siniestros de tránsito.

En nuestro país, en el año 2009 la ONG Luz Ámbar fue la primera organización en conmemorar esta fecha sumándose a las actividades a nivel mundial, con el apoyo institucional de las entidades comprometidas con la seguridad vial.

Las actividades hasta ahora desarrolladas han incluido el oficio religioso, vigiliyas y otras actividades presenciales donde se reúnen autoridades, el escuadrón de emergencia de la Policía Nacional, el Cuerpo General de Bomberos, las víctimas y familiares de las víctimas, además de la comunidad en general.

Esta nueva normalidad por la COVID-19 nos enfrenta a un reto donde las redes sociales deberán ser el medio por el cual se logre la participación de las personas en este evento.

Ante esta problemática que reduce el aforo de personas reunidas; el presente trabajo desarrollará una campaña de comunicación con actividades inspiradas en el tema de conmemoración mencionada, esta campaña se establecen en los siguientes objetivos: El incremento del número de seguidores en sus redes y la cantidad de participación en los eventos virtuales programados. El lanzamiento de anuncios en Facebook, Instagram y Tik Tok con la programación de actividades, audios alusivos a la conmemoración desde el podcast en Spotify, participación de personas a escribir su testimonio en el monumento virtual [www.silenciadosenlasvias.org](http://www.silenciadosenlasvias.org), creado el 2021 donde los familiares y víctimas pueden enviar sus historias. La creación de los diseños y anuncios coherentes y atractivos, con textos e imágenes que sensibilicen a las personas a tomar conciencia de la importancia de respetar las normas de tránsito para evitar más siniestros. Los puntos de análisis con la métrica a considerar de la campaña ejecutada para obtener el panorama que permitirá hacer mejoras para el evento del año próximo.



# **CAPÍTULO 1**

## **ASPECTOS GENERALES**

### **1.1 DESCRIPCIÓN DE LA ONG LUZ ÁMBAR**

La ONG Luz Ámbar Perú es una asociación sin fines de lucro, fundada en el año 2007 con el propósito de contribuir con las autoridades comprometidas y la comunidad en el desarrollo de un proceso de cambio mediante la Educación Vial en forma transversal, desde las instituciones educativas, universidades, sectores profesionales y empresas. La asistencia legal a las víctimas por siniestros de tránsito, la atención psicológica a las víctimas y causantes, la asistencia social a quienes no dispone de los medios necesarios, gracias al aporte de entidades amigas. El 6 de enero del 2021 la ONG Luz Ámbar Perú ha sido facultada como una asociación perceptora de donaciones, por lo que podrá emitir el certificado correspondiente. Así mismo, se ha obtenido la aprobación de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) para recibir la cooperación de entidades extranjeras, con lo cual se viene presentando diversos proyectos que de concretizarse se obtendrá mayores logros en favor de la comunidad.

### **1.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

Entre sus actividades, el año 2009 Luz Ámbar toma la iniciativa en llevar a cabo en nuestro país el evento en mención, comprometiendo a las autoridades que participen en él. Para lo cual en su momento el apoyo de empresas y los auspicios necesarios han sido la ayuda que respalda todo la organización del evento. Ha contado con la asistencia y participación de autoridades municipales, judiciales, policía y bomberos y además con las familias de las víctimas que nos narran sus testimonios para crear conciencia de que estos siniestros pueden evitarse.

### 1.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

La ONG Luz Ámbar se encuentra en la ciudad de Lima, en Jirón Tarma 119, oficina 404, Cercado de Lima, Lima, Perú.

La población a la que dirige sus servicios y actividades pertenece a todo nivel socioeconómico, a la comunidad en general, a las instituciones públicas y privadas para invitarlas a ser partícipes activos y promotores de la cultura vial en el Perú.

### 1.4 ACTIVIDAD GENERAL O ÁREA DE DESEMPEÑO

Actividades que realiza son:

Educación Vial: Acciones educativas y preventivas, enseñamos los derechos y deberes en el uso de las vías.

Gestión Ambiental: Campañas por el cuidado del medioambiente, el uso de ciclovías, contaminación sonora, entre otras.

Proyectos temáticos: Experiencia educativa de aprendizaje en temática de seguridad vial.

Campañas de sensibilización: Conmemoración del Día Mundial de Recuerdo a las Víctimas de Siniestros de Tránsito.

Difusión: Participación en ferias, material de comunicación y creación de personajes.

Proyectos de fortalecimiento de Cultura Vial: Aportes para respetar el derecho a convivir en un sistema de transporte seguro y eficiente. Concurso escolar de dibujo y pintura.

### 1.5 MISIÓN Y VISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Misión: Emulando la luz ámbar del semáforo que significa precaución, advertencia, aspiramos convocar a un esfuerzo común que coadyuve a fomentar la convivencia pacífica en el uso de la vía y los medios de transporte, como conductor o pasajero mediante la observancia de las normas que regulan el tránsito y transporte.

Visión: Ser una organización distinguida por el impacto que generan nuestras actividades para contribuir con el desarrollo del nuevo concepto de movilidad sostenible, que favorezca mejores y mayores espacios al peatón, cruces a nivel antes que puentes peatonales, el uso de la bicicleta y el transporte masivo multimodal. Implementar el Centro de Información y Estadística de Movilidad (CIEM), implementar casas albergue temporal para víctimas de siniestros de tránsito. Al mismo tiempo, ser reconocidos por la edición de libros y revistas, toda información impresa y digital especializada en tránsito y transporte.



## **CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA**

### **2.1 ACTIVIDAD PROFESIONAL DESARROLLADA**

Realicé estudios técnicos en la especialidad de Marketing Empresarial, al término trabajé en una distribuidora de productos de consumo masivo, un año después inicié estudios en Diseño Gráfico Publicitario, durante esos años trabajaba en la Organización de Eventos Científicos (OEC), ahí aprendí sobre la realización de eventos y toda la logística que conlleva, desarrollé los diseños para eventos y conferencias de losponentes y otras piezas gráficas para todos los servicios que brindaban, luego empecé a trabajar en una editorial y después pasé a una agencia de diseño y comunicaciones, brindando servicio a clientes como, Hotel Melía Lima, Maras Gourmet, Ulma, Gustozzi, USAID, GIZ, Philips, RedGE, PCM, MEF, entre otros, dedicándome de manera profesional al diseño gráfico.

Durante estos 15 años he creado logos de diversas empresas, he desarrollado su branding y manual de marca. Con Philips hemos desarrollado campañas de comunicación en redes sociales y retail para su línea de Audio y video, Productos para el Hogar y Cuidado Personal, también he diseñado todos los empaques de Maras Gourmet aún vigentes y su línea gráfica para redes sociales, banners, catálogos y más. Además he diseñado y dirigido la realización de piezas gráficas impresas como libros, folletos, catálogos, imagen corporativa y diseños digitales para redes sociales, páginas web, animación y edición de video.

Luego inicié estudios de pregrado en la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, obteniendo el grado de bachiller el año 2021.

Actualmente me encuentro trabajando en el Área de Campus Virtual Colegiado del Colegio de Ingenieros del Perú, además soy CEO de una agencia de diseño y publicidad donde aplico mis conocimientos para pequeños empresarios, crear el logo y su manual de marca, branding y desarrollar sus campañas por redes sociales, asimismo brindo otros servicios como diagramación, impresión, páginas web, packing, ilustración, edición de video y más.

En paralelo a mis actividades estoy a cargo del área de diseño gráfico de Luz Ámbar, con ellos elaboré el diseño de portadas y diagramación de sus libros, diseño de banners, folletos, flyer para redes sociales, afiches, el rebranding de su marca y otras piezas gráficas que se requieran, durante la pandemia elaboré la ilustración del personaje “Karupi Kay” para concientizar con mayor eficacia a la población acerca del distanciamiento social. La expresión quechua “Karupi Kay”, significa: mantente lejos, no te acerques, guarda tu distancia.

## **2.2. PROPÓSITO DEL PUESTO Y FUNCIONES ASIGNADAS**

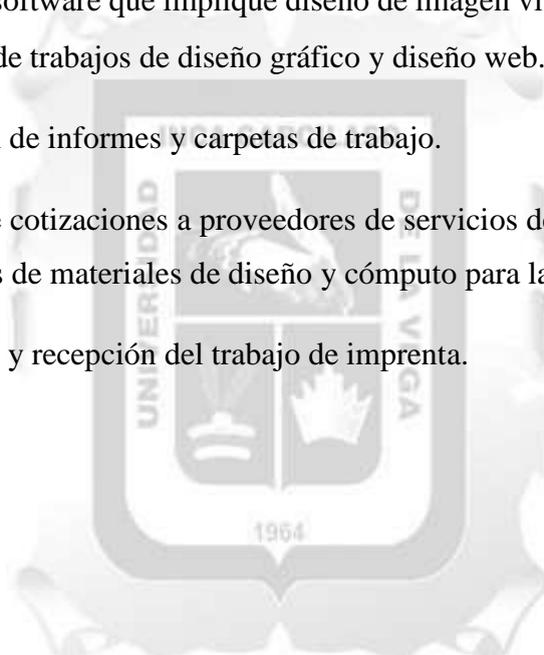
En el área de comunicaciones de Luz Ámbar, hemos trabajado folletos, libros, manuales, diseños, anuncios, etc. Se mantienen activas las redes sociales y se elaboran materiales para las capacitaciones y charlas.

El área de comunicación es fundamental en toda organización, en Luz Ámbar debemos dirigir un lenguaje a las empresas públicas, privadas y la colectividad que será beneficiada con los servicios que se brindan: cultura de educación vial, asesoría legal y capacitaciones. Entre mis funciones estará el diseñar e implementar un Plan Anual de Comunicación. Cuidar la imagen de marca y los valores de la organización, generar contenidos de valor y producir material de comunicación *on line /off line*. Además de gestionar las herramientas y canales de comunicación según el mapa de públicos, ya que se realizan otras actividades como el Concurso de Dibujo y Pintura Cuidemos la Vida y la participación en ferias y eventos conmemorativos al tránsito y transporte.

Las funciones específicas que realizo son las siguientes:

- Crear conceptos visuales para publicidad.
- Crear infografías y personajes.
- Vigilar el correcto manejo del logotipo institucional y su aplicación en soportes impresos y digitales.
- Diseño de símbolos. actualizar y documentar sus características principales en un manual de uso.

- Diseño gráfico de papelería institucional: papel membretado, tarjeta de presentación, entre otros.
- Diseño gráfico para los eventos de la Organización, que consiste en la producción de diversos soportes impresos y digitales.
- Diseño de folletos, manuales y libros.
- Asesorías dirigidas al personal en temas concernientes a diseño y edición de imagen visual.
- Apoyo en fotografía.
- Digitalización de texto e imágenes.
- Manejo de software que implique diseño de imagen visual.
- Protocolos de trabajos de diseño gráfico y diseño web.
- Elaboración de informes y carpetas de trabajo.
- Solicitud de cotizaciones a proveedores de servicios de impresión, así como de proveedores de materiales de diseño y cómputo para las labores propias
- Supervisión y recepción del trabajo de imprenta.



### CAPÍTULO III:

#### **FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA: Campaña de Comunicación en Redes Sociales y su influencia en el Evento de Conmemoración del Día de las Víctimas de Siniestros de Tránsito Dirigido a la Sociedad, Organizada por la ONG Luz Ámbar en el Año 2022**

Desde el año 2005 en que fue establecida la fecha de conmemoración mencionada, se han desarrollado diversas actividades por todo el mundo, llegando cada año a más países, en el Perú el año 2009, Luz Ámbar dio inicio a su conmemoración y desde esa fecha se han ido sumando colectivos y organizaciones afines con el objetivo de que sus voces sean escuchadas por autoridades y por la colectividad.

Cuando hablamos de siniestro, hacemos referencia a un hecho que se pudo haber evitado, son situaciones previsibles, un error humano que provoca otro hecho, un siniestro de tránsito es violento y un recuerdo traumático para los sobrevivientes, logra dividir familias, dejar huérfanos y crear secuelas de por vida.

La elección de este tema es para desarrollar una campaña de comunicación en donde el objetivo sea sensibilizar a la comunidad sobre la importancia de recordar esta fecha, por lo mucho que podemos hacer para evitar más víctimas, por medio de las redes sociales se puede llegar a cada persona a través de un equipo móvil ya que finalmente están creados para la comunicación, en sí mismas las plataformas de redes sociales son un escenario tecnológico por lo tanto el social media se trata de comunicación, una gestión adecuada de redes sociales, de información, una imagen y un diseño coherente logra mayor alcance y visibilidad.

La Organización Luz Ámbar se relaciona con las empresas donantes y con la sociedad, para ello se presenta en varias de las redes sociales, es importante humanizar y mostrar la personalidad de la marca porque las personas usan las redes sociales para forjar y mantener sus relaciones, si comparten y comentan una publicación más que por la marca es por el mensaje que encuentran de su interés.

### 3.1 TEORÍA Y LA PRÁCTICA EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL

El año 2020, la Asociación Iberoamericana de Víctimas contra la Violencia Vial, FICVI, junto a 16 asociaciones presentes en 13 países de la región, realiza una convocatoria para conmemorar el Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de la Violencia Vial.

A nivel Iberoamericano, FICVI propone hacer énfasis en el valor principal, de preservar la vida. El contexto de pandemia obliga a todos quienes deseen apoyar a las acciones que cada país realiza, utilizando las redes sociales, empleando el hashtag: #TodosSomosVictimas #WeAreAllVictims

Como indican en su página web: *“...la pandemia también existente en el tránsito que provoca más de 130.000 fallecidos y 6.000.000 de heridos en los países de Iberoamérica. Muchas de las personas afectadas de manera directa o indirecta por un siniestro de tránsito no reciben la atención ni asesoría necesaria.*

La FICVI abordó la temática con distintas acciones que visibilizarían y se llevarían a cabo en los países donde tienen representación, estos países son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, España, Guatemala, México, Panamá, Portugal, República Dominicana y Uruguay

Por ejemplo, las actividades que realizaron en Argentina fueron:

El uso del Slogan “Conduciendo a Conciencia” y la difusión en redes sociales sobre el “Día de Recordación” (Figura 1). Con el apoyo de la Asociación de Bomberos Voluntarios, al mediodía se hizo sonar la sirena en los cuarteles de bomberos de todo el país. En horas de la noche se realizó la iluminación de edificios públicos con color amarillo. Se comparte por redes sociales a la comunidad el recuerdo de las víctimas con los hashtags: #YoRecuerdo y #DiaMundialEnRecuerdoALasVictimasViales.

En Brasil, la Fundación Thiago Moraes Gonzaga – Vida Urgente se une a las acciones mundiales, con la participación en un evento nacional llamado: “Mariposas para la Vida”, proyecto tradicional que marca el lugar donde se perdieron vidas por la violencia del tráfico, para esa fecha se pintaron dos puntos de Porto Alegre. Se honraron la memoria de Beatriz Jaeger Nunes, de 19 años, y a Wesley da Silva Cezar, de 6. Las Mariposas de la Vida son, al mismo tiempo, un homenaje a los que se fueron y una alerta para todos los que pasan a diario por estos lugares. Ha incorporado la señalización con un símbolo de tráfico de la ciudad. Sólo en 2020, 90 mariposas ya han sido pintadas por el proyecto, (Figura 2), (Figura 3).

Árvore da Vida, uno de los principales puntos turísticos de Porto Alegre recibió nuevas mariposas. Los padres y madres que perdieron a sus hijos se organizaron para llevar el mensaje de cuidado con la vida a los ciudadanos y turistas de la ciudad, su mensaje fue: *“Las manos, que ya no pueden abrazar a sus hijos, bordan hermosas mariposas”*, símbolo de la Vida Urgente, (Figura 4).

Debido a la pandemia, la Fundación realizó un video “Memorial Vida Urgente” (Ver video: <https://bit.ly/3PF6UaQ>) el cual compartió en sus redes sociales en honor a los jóvenes que perdieron sus vidas en un siniestro de tránsito. (Figura 5).

Además se realizó un Webinar del Departamento Nacional de Tráfico, Dentaran, el evento contó con la participación especial del Dr. Etienne Krug, Director del Departamento de Prevención de la Violencia, Lesiones y Discapacidad de la Organización Mundial de la Salud, Víctor Pavarino (OPS) y Federico Carneiro, Director General de Denatran.

En Colombia, se desarrollaron campañas por redes sociales con la realización de un video por la conmemoración y se iluminaron edificios emblemáticos

En Costa Rica, la Oficina de Atención y Protección a la Víctima del Ministerio Público, se unió a la conmemoración difundiendo un volante en muestra de su solidaridad con los familiares y víctimas.

En Chile, la Fundación Emilia desarrolló la campaña de formato audiovisual *"Te Siento Cerca"*, para compartirlo a través de sus cuentas de Twitter, Facebook e Instagram. (Lea la nota: <https://bit.ly/3TahJoj>), (Figura 6).

En Guatemala, la Asociación de Prevención y Atención de la Seguridad Integral en el Tránsito (APASIT) (Ver su página web <https://apasit.wordpress.com/>) publicó en su sitio web el programa de actividades, la campaña #yorecuerdo (Figura 7) en Twitter y Facebook. Realizaron grabación de notas sobre prevención de siniestros para ser emitidas en cadena nacional de noticias, 24 horas y TN23. Además realizaron un Conversatorio Virtual: El rostro que tienen las estadísticas en los hechos de tránsito, en memoria de las víctimas, además de un homenaje a las víctimas en el monumento al motociclista, con la Asociación de Motociclistas Voluntarios Unidos por Guatemala (AVMUG) y las policías municipales de tránsito del área.

En España, la Asociación Stop Accidentes, realizó videos conmemorativos y los compartió a través de sus redes sociales, además de difundir notas de prensa (Figura 8), (Figura 9), también iluminaron La Torre de Hércules. (Figura 10).

En República Dominicana se organizaron con la Fundación Maricely Estrella, el tema fue: "Ciclistas y Peatones en la vía pública". Iluminaron el Palacio Municipal de Hermosillo y de Guaynas con presencia de la Alcaldesa, Policía Federal, Policía y Tránsito municipal, Bomberos, Cruz Roja y medios de comunicación. Los Policías y efectivos de Tránsito Municipales recibieron capacitaciones sobre filtros de alcoholimetría y sensibilización.

Se organizó un Webinar con un grupo de ciudadanos en el estado de Sinaloa llamado Mapasin. El tema fue: "Del Dolor a la Acción" (Figura 11) (Mapasin es una iniciativa ciudadana que busca mejorar la movilidad en Culiacán, Navolato y Sinaloa, además de ser una plataforma de difusión de planes, proyectos e ideas para mejoras en esas ciudades. Promueven una visión de desarrollo a largo plazo en la movilidad a través de tres estrategias: Plan Avanza para Culiacán, Plan de Movilidad para Navolato y Plan Conecta para Sinaloa. También se realizó el 1er. Foro Iberoamericano en Memoria de

las Víctimas de la Violencia Vial. Organizado por la Asociación JAIME, junto con COEPRA del Sector Salud de Sonora.

En México, Alma Chávez Guth fue la representante de las víctimas en la inauguración de las mesas de trabajo por la Ley Nacional de Movilidad y Seguridad Vial junto con Senadores, diputados federales diputados locales y las ONGs que conforman la Coalición Movilidad Segura. (Ver video <https://bit.ly/3pDKRqm>) (Figura 12). También participó en el webinar organizado por Costa Rica sobre “Movilidad Sana y Asertiva” (Ver video <https://bit.ly/3cnAp3b>) junto con la Asociación Criminología Vial de Costa Rica y la Escuela Vial Municipal de Cartago. (Figura 13). Además asistió como ponente en el 1er. Foro Iberoamericano en Memoria de las Víctimas de la Violencia Vial. Organizado por JAIME, (Ver Fanpage <https://bit.ly/3Tf0AJU>), junto con COEPRA del Sector Salud de Sonora. (Figura 14).

En Paraguay, la Agencia Nacional de Tránsito y Seguridad Vial (ANTSV) (Lea la nota: <https://bit.ly/3pwl4z0>), participaron con la iluminación del Palacio de Gobierno (Palacio de "Los López") y la Agencia Nacional de Tránsito y Seguridad Vial. En Luque (ciudad vecina a Asunción), se iluminó la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL). A través de una serie de acciones en redes sociales, la Fundación Maricely Estrella se sumó al Día Mundial de Recordación de Víctimas Viales.

En Uruguay, organizado por la asociación civil ADISIV de Argentina se da inicio al Congreso MOVIS (1er Congreso Iberoamericano de Movilidad Infantil Segura), además la Red De Víctimas de Siniestros de Tránsito de Bella Unión (FICVI) (Ver Grupo Fanpage <https://bit.ly/3AdUNvE>) con el apoyo de varias autoridades nacionales lograron iluminar de color azul edificios de gobierno y monumentos emblemáticos en el país como muestra de solidaridad y reconocimiento a la memoria en recuerdo de las víctimas por siniestros de tránsito.

### **3.1.1 Realización de un evento de contenido social**

Las plataformas digitales son todo un universo, un amplio territorio difícil de abarcar en su totalidad que evoluciona y desarrolla nueva vida, las personas la

hacen parte de su día a día compartiendo su información, estados de ánimo, logros, fracasos, pareja, viajes, cosas que le molestan, cosas que le gustan y así haya pasado mucho tiempo de una cosa u otra la plataforma siempre les recuerda los acontecimientos publicados de su vida (Fernández, 2018).

Si esto ocurre ahora, no imagino cuál será el escenario de plataformas para los hijos de nuestros hijos, sea cual sea, será necesario lograr una comunicación adecuada, un mensaje que consiga sensibilizar a las personas y cambiar de actitud, y este mensaje debe llegar también a las autoridades, deben ejercer la tarea de proteger al ciudadano con normas que se ejecuten, que sancione a los malos conductores.

La planificación de un evento como instancia de comunicación implica involucrarse, la marca de nuestra organización otorga una visión de nuestras acciones, un camino previo recorrido de plena interacción con los públicos de la organización. La interpretación no comienza con nuestro evento, sino que es producto del conjunto de acciones entre la Organización y los públicos. Allí radica la importancia de comprender y analizar estratégicamente quienes serán convocados en cada evento que realice la organización, es por eso la importancia del evento en sí y de cómo está siendo organizado empleando el uso de redes; el evento en mención es un tema muy susceptible, ya que toca recordar a familiares y amigos que han fallecido o han quedado con secuelas irreparables en su vida y en la de su familia.

En la tarea de comunicaciones se deben establecer cuáles serán las necesidades y los requerimientos de información disponibles de la organización. Se tiene que garantizar que la creación, recopilación, distribución, almacenamiento, recuperación y la práctica final de la información del proyecto sean apropiados y adecuados. Una comunicación efectiva significa que la información se proporciona en el formato correcto, en el momento correcto y con el impacto oportuno (Josafat, 2017).

La programación del evento con anticipación procura asegurar la cantidad de actividades y de representantes que puedan brindar su apoyo y responsabilidad para asistir y entregar su compromiso en mejoras hacia los problemas del tránsito. La gerencia de tránsito de la municipalidad, así como representantes del área de tránsito de la Policía Nacional son algunos de los llamados a participar.

Una organización es un sistema y como tal requiere de cooperación para funcionar, este es uno de los principales beneficios que le brinda la comunicación a las empresas, pues la comunicación sólo es posible con la suma de todos, no se trata de un departamento o un director, sino más bien de un trabajo conjunto de los públicos (internos y externos).

Debe definirse un objetivo general que debe coincidir con la imagen que se desea transmitir, y un conjunto de objetivos específicos que deben ser concretos y ordenados por prioridades. El evento se desarrolló durante un día por primera vez en el año 2009, solo el día domingo la misa en conmemoración, testimonios y lectura del manifiesto, con los años pasó a ser una programación de cinco días previos al día central, una ardua semana que requiere una programación y coordinación de los lugares y personas que apoyaran en cada una de las fechas programadas y gestionadas con antelación, lo cual es un trabajo de coordinaciones y presupuesto.

Para la Fundación La Caixa, en un documento publicado el año 2018 el plan de comunicación es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto interna como externa, que se propone realizar una organización. Contar con ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo. Además de facilitar la orientación y evitar la dispersión a la que puede llevarnos el trabajo día a día, el plan promueve el seguimiento y la evaluación de estos procesos, lo que nos hace cuestionarnos continuamente y buscar mayor calidad.

Es recomendable que esta herramienta no acabe constituyéndose como una pauta estancada y limitadora, sino una guía de principios y propuestas flexibles y adaptables. Por eso la importancia de marcar los objetivos de la semana que corresponde al evento, enfocarse en el objetivo principal de la conmemoración, a quiénes se quiere llegar y en el mensaje que debe llegar con el evento, al organizar el programa de actividades por la conmemoración se eligen los medios adecuados para cada tipo de mensaje.

La planificación estratégica, comprende del uso intencional de la comunicación para lograr un objetivo específico, hacer llegar el mensaje correcto a las personas correctas en el momento exacto a través del canal apropiado para lograr un objetivo, a partir de un conjunto de metodologías y herramientas específicas, pueden prepararse planes, programas y proyectos de corto, mediano y largo plazo, así optimizar la gestión en la comunicación de la Organización.

La planificación comunicacional debe contar con programas y proyectos específicos que deben estar claramente integrados con la campaña para desarrollar el evento, hay que entender que no se trata de una relación específica, donde sólo estos grupos de víctimas se ven involucrados por el mensaje, sino que a su vez el mensaje afectada a todos por tratarse de un mensaje comunicacional que resume en la importancia del valor a la vida, el mensaje impacta en todos los niveles de la sociedad ya que cualquiera de nosotros podría ser una víctima.

La planificación financiera debe permitir la realización de todas las actividades programadas, la eficiente programación y planificación optimizando los procesos permitirá analizar los resultados y proyectar acciones para mejorar el desempeño para el próximo evento.

Que el evento sea pequeño o grande no afecta, lo que sí es indispensable es apegarse al presupuesto para que todos los elementos planeados estén cubiertos considerando posibles imprevistos, Wohlmuth (2017).

La organización realiza el evento con los auspicios recibidos de empresas que desinteresadamente brindan ese aporte al tener asegurado los aportes se empieza a crear el cronograma y las actividades. Años anteriores se organizaba la ceremonia para un solo día. Desde el 2018 se logró sumar unos días más de actividades. Los aportes recibidos son de mucha importancia pues con ello se cubre el material de difusión como invitaciones y elementos para cada actividad. También debe cubrir los honorarios de profesionales que se contratan para días previos y durante el evento.

Se ha determinado que con frecuencia las habilidades realmente esenciales son la capacidad de leer y escribir bien, una actitud de responsabilidad profesional, y la capacidad de comunicarse con otras personas. La disposición para aprender es también una característica crucial del comunicador.

En el presupuesto a considerar, aunque queramos mantener los mismos gastos siempre es bueno realizar una inversión importante, las inversiones importantes hacen que nos involucremos más en el proyecto y también aumenta la posibilidad de un mejor plan de *social media* ya que el costo por la realización y producción audiovisual es más elevado.

El manejo del presupuesto debe ser transparente y forma parte del reporte anual de donaciones y acciones de la Organización, la verdadera capacidad productiva del área de comunicaciones y su desempeño se refleja en la habilidad de optimizar mejor los recursos estableciendo el plan con el presupuesto estimado que permitirá la realización de un trabajo efectivo.

La relación entre planificación y el presupuesto es fundamental en la comunicación estratégica y es lineal ya que de acuerdo a ello nos podemos permitir el uso de diferentes medios digitales.

### 3.1.2 Sobre el desempeño profesional

#### a) Soluciones a través de herramientas digitales

A pesar de los duros meses de pandemia que afectaron a todo el mundo, lo rescatable de ello es que el acercamiento a las herramientas digitales nos ha obligado a comunicarnos y acercarnos a personas, grupos y sociedades distintas a la nuestra, con ello hemos podido establecer vínculos que se mantienen fuera de la virtualidad.

Las plataformas de video conferencias se han convertido en una herramienta digital importante, que ahora es parte de un evento presencial, algo que antes no se había considerado.

Las redes sociales son un gran instrumento de comunicación entre personas, empresas, colectivos y sociedad. Se han convertido en un medio eficaz para darle mayor visibilidad y alcance a los productos y servicios de una empresa y organización. Por ejemplo, durante los meses críticos de la pandemia, Luz Ámbar y el área de diseño creamos un personaje llamado Zoila Karupi Kay (Figura 15), su nombre en el idioma quechua tiene tres traducciones: No te acerques, Mantente lejos, Respeta la distancia, su objetivo es impulsar la práctica del distanciamiento social por ser una de las maneras más efectivas de prevenir el contagio, Karupi Kay que se expresa en el idioma quechua como nuestra lengua originaria. Para ello se creó una página de Facebook donde se hizo el lanzamiento de la campaña y el personaje, donde se transmitió en vivo su presentación en la estación La Cultura de la Línea 1 del Metro de Lima, (Ver nota: <https://bit.ly/3AfFD9j>), donde participaron autoridades y miembros de la policía quienes adoptaron el personaje para que refuerce las campañas que han desarrollado, en la prevención del contagio y el cumplimiento de las normas referentes a los cuidados por la COVID-19.

## b) Descripción del desarrollo el trabajo de comunicación

### Las redes sociales

Presentan propiedades y características diversas, podríamos mencionar que cada grupo social tiene una red que lo caracteriza en su mayoría, las formas de interacción humana dentro de las agrupaciones que las personas establecen en la sociedad representaría la comprensión del comportamiento social del hombre, por la existencia de componentes emocionales y afectivos de alta relevancia para el mundo de relaciones. Las redes sociales, herramienta en la cual los individuos tienen la posibilidad de satisfacer sus necesidades de interacción con otras personas, recibiendo y creando contenido y que de una manera implícita se han establecido normas de reciprocidad entre personas que comparten intereses y con quienes se interactúa personalmente.

Las redes sociales son un medio de comunicación que está en constante evolución a nivel individual y colectivo, ya que el intercambio de información enriquece cada vez más la red en sí.

El objetivo de toda red social es comunicarse con la gente usando internet, cada red social tiene una función en la que es mejor que otra, los usuarios construyen vínculos, sin importar el lugar donde se encuentre, compartir información, manifestar puntos de vista.

### Lenguaje en la comunicación por redes sociales

La oportunidad de comunicar un mensaje en una red social institucional debe ser respetando los lineamiento del manual de marca de la organización, en caso de una campaña como la de conmemoración a las víctimas el mensaje debe ser uniforme, quiere decir que la campaña ya tiene un mensaje y estructura establecida, los diseños y formas de las piezas gráficas deben seguir esos parámetros concretos respetando los tamaños y formatos de cada red social, la información debe ser solo la necesaria, y no debe mostrarse muy cargado ni confuso.

En este aspecto, un buen diseño es la respuesta, sabemos que cada color, forma, imagen, tipografía y cualquier otro elemento gráfico utilizado, transmite un mensaje subconsciente al receptor y en consecuencia evocar una emoción determinada.

El diseño elegido para la campaña de redes sociales será un elemento esencial para crear un diálogo con el público objetivo, ya que debe generar reconocimiento e identificación con la Organización, las piezas gráficas deben conducir el mensaje de forma clara e intuitiva, el texto, redacción, los hashtag que acompañan la publicación, constituyen junto al diseño la primera impresión para lograr una campaña exitosa.

El propósito de utilizar cada red y adaptar los formatos es ofrecer una mejor experiencia al usuario, y esto es posible sólo cuando hacemos la comunicación y el diseño alineada con sus intereses, brindando un contenido de valor, el mensaje debe comunicar la resolución de un problema y conmovir a los usuarios con algo que los identifique, para lograr que compartan las publicaciones, y que además, pueda satisfacerlos a corto plazo simplifica la navegación y comprensión del visitante.

Además de programar el contenido en cada red social que se utilice, se debe estar atentos a escuchar y a agregar usuarios, es importante construir relaciones, escuchar, leer y responder de manera oportuna a los usuarios, esto mejora su experiencia en cada una de las redes sociales utilizadas. Lo importante de un diseño atractivo y un mensaje adecuado es hacer que la audiencia comente, comparta, de clic en las publicaciones, se necesita informarles, inspirar reacciones, despertar intriga, sensibilizar a la colectividad. Mientras mejor se haga se logrará tener más participantes en los eventos programados.

Es esta oportunidad, la campaña de comunicación por redes sociales de 2022 para el evento de Conmemoración en Recuerdo por las Víctimas de Siniestros de Tránsito abarcará el uso de YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, Spotify y la página web de la Organización.

## **3.2 ACCIONES, METODOLOGÍAS Y PROCEDIMIENTOS**

### **3.2.1 Acciones**

El tercer domingo de noviembre es el día central de conmemoración y para ello se desarrolla un plan de acciones para esa fecha.

Las acciones a desarrollar para el proceso de la campaña será el siguiente:

- a) Diseño del Brief de campaña y la frase conmemorativa con el Hashtag #RecuerdaApoyaActua #Porlavidaenlasvias
- b) Publicación del programa en las redes sociales de la Organización.
- c) Charla Virtual: “Cuidemos la Vida”, transmisión en vivo desde el canal de Youtube compartido vía Facebook
- d) Publicación de testimonio en el monumento virtual: [www.silenciadosenlasvias.org](http://www.silenciadosenlasvias.org)
- e) Workshop internacional: “Por la vida en las vías: Recuerda, Apoya, Actúa”.
- f) Vigilia por el “Día Mundial de Recuerdo a las Víctimas de Siniestros de Tránsito”, evento presencial con transmisión en vivo vía Facebook.
- g) Misa de conmemoración al Día Mundial con transmisión en vivo vía Facebook.
- h) Ceremonia central de homenaje póstumo, testimonios del Día Mundial del recuerdo de las víctimas por siniestros de tránsito; transmisión en vivo vía Facebook.

Al tener claro nuestro plan de acción podemos establecer los objetivos de la campaña y a desarrollar el planeamiento del mismo. Lo primero es definir nuestro objetivo de la campaña, luego debemos definir a que público nos dirigimos, también debemos considerar que red social es la más adecuada para cada estilo de comunicación que queremos presentar, para ellos definimos el formato y el tipo de anuncio que publicaremos para nuestra campaña.

### **3.2.2 Metodología**

Lograr un evento exitoso de sensibilización exige definir cada uno de los mecanismos de punto de acciones que nos permitirá tomar la mejor decisión para dar inicio a nuestro plan comunicacional de la campaña.

- a) El Diseño y contenido del Brief: Este documento preliminar nos ayuda a determinar el presupuesto y los objetivos, contiene información relevante para elaborar la estrategia y trazar la puesta en marcha de la campaña. Aquí se establece el mensaje que se utilizará y el conjunto de piezas gráficas, imagen empleada y los medios digitales que se utilizarán. El mensaje se centra en sensibilizar a comunidad sobre los siniestros de tránsito, que pueden evitarse, para ello de se puede manejar un grupo de imágenes alusivas para toda la campaña.

El tiempo de duración de la campaña también se toma en cuenta en el contenido del Brief, pues se debe organizar la pauta y programación de publicaciones en cada red social y contenido de banner digitales.

Los beneficios de realizar nuestra campaña son motivar al cambio de actitud frente al recuerdo de las víctimas de siniestros, al conocer más sobre esta realidad podemos ser más consciente de nuestro rol en la sociedad como peatones y conductores. El crear un diseño atractivo y directo del mensaje representando el problema ayudará a concientizar a la colectividad.

No se ha establecido un valor exacto del presupuesto, claramente si es necesario llegar a más público se invertirá en anuncios por redes sociales, si de forma orgánica se obtienen los efectos esperados la inversión sería menor, al final de la campaña se debe hacer una evaluación de los resultados obtenido para establecer mejoras a la campaña del siguiente año.

- b) Programación de publicaciones en las redes sociales: Conocer el tiempo de duración de la campaña nos permite crear un cronograma de publicación de contenido en las redes sociales, este calendario de acciones permite segmentar los anuncios, hacerlos a medida, organizar las publicaciones, distribuir la información, programar la frecuencia y finalmente medir el impacto con los resultados.

- c) Charla Virtual: “Cuidemos la Vida”: La charla virtual da inicio a las actividades de Conmemoración, es brindada por el presidente de la Organización y en ella narra el origen del evento y su importancia para la sociedad. También se explica cada paso de las actividades que organizará Luz Ámbar, la charla tendrá invitados como el representante de la Jefatura de Tránsito de la Policía Nacional para que narren su experiencia en lo que va del año, además de la presencia de representantes de la Compañía de Bomberos de Lima y de familiares de víctimas de siniestros para conocer sus testimonios.
- d) El monumento virtual [www.silenciadosenlasvias.org](http://www.silenciadosenlasvias.org) es una página web en donde todos los que ingresan puede colocar un testimonio de su experiencia como familiar, amigo o víctima de siniestro de tránsito.
- e) El Workshop internacional: “Por la vida en las vías: Recuerda, Apoya, Actúa” contará con la participación de invitados internacionales, especialistas en apoyo a víctimas de siniestros y a expertos en estrategias de tránsito vial.
- f) Vigilia por el Día Mundial de Recuerdo a las Víctimas de Siniestros de Tránsito se trata de una reunión en compañía del Cuerpo de Bomberos del Perú, representantes de la Policía Nacional y autoridades, esta vigilia se realiza a primeras horas de la noche.
- g) La Misa de Conmemoración al Día Mundial, el oficio religioso es parte de la ceremonia del día central, por lo general se realiza en la Catedral de Lima.
- h) La ceremonia central y homenaje póstumo es después del oficio religioso, aquí se narran testimonios, se presentan arreglos florales y se dedica un minuto de pausa con el toque de Silencio por todos los que no están y a quienes se les recuerda en ese día.

### 3.2.3 Procedimiento de la realización de la campaña

a) Para llevarlo a cabo debemos conocer el contenido del Brief, donde se han desarrollado los siguientes puntos para realizar la campaña:

- Nombre de la Organización: ONG Luz Ámbar
- ⇒ **Producto: Campaña de comunicación de redes sociales para el evento de Conmemoración del día de las víctimas por siniestros de tránsito.**
- ⇒ **Objetivos: Sensibilización por el recuerdo de las víctimas, aumentar seguidores, lograr participación masiva en las actividades.**
- ⇒ **A quién nos dirigimos, Target: A la comunidad**
- ⇒ **El mensaje principal de la campaña: “Por la vida en las vías”  
Recuerda, Apoya, Actúa.**
- ⇒ **Red social para su difusión y formato empleado:**

La página web y redes sociales de la Organización son las siguientes:

- [www.luzambar.org](http://www.luzambar.org)
- <https://www.instagram.com/LuzAmbarONG/>
- <https://web.facebook.com/LuzAmbarONG>
- <https://www.youtube.com/user/LuzAmbarONG>
- <https://spoti.fi/3CvW7gm>
- <https://www.linkedin.com/company/ong-luz-%C3%A1mbar>
- Tik Tok: <https://bit.ly/3TzV05p>

La pieza gráfica de diseño empleado para cada RRSS y su difusión será:

- [www.luzambar.org](http://www.luzambar.org)
  - Slider / programa general de actividades por el evento en mención
- <https://www.instagram.com/LuzAmbarONG/>
  - Flyer general promocional del evento
  - Flyer por día de actividades

- Flyer por ponente de Workshop
- Difusión de Video promocional
- <https://web.facebook.com/LuzAmbarONG>
  - Flyer general promocional del evento
  - Flyer por día de las actividades
  - Flyer por ponente de Workshop
  - Difusión de Video promocional
- <https://www.youtube.com/user/LuzAmbarONG>
  - Difusión de Video promocional de las actividades por el evento de Conmemoración por el Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de Siniestros de Tránsito.
  - Transmisión en vivo de los eventos
  - Publicación de entrevistas al presidente de la Organización en medios de comunicación sobre la semana de actividades de por la Conmemoración del día de las víctimas por siniestros de tránsito.
- <https://spoti.fi/3CvW7gm>
  - Reflexiones sobre el evento en mención.
  - Lectura del manifiesto
  - Lectura de testimonio y recreación de suceso, reflexión final
- <https://www.linkedin.com/company/ong-luz-%C3%A1mbar>
  - Flyer general promocional del evento
  - Flyer por día de actividades
  - Flyer por ponente de Workshop
  - Difusión de Video promocional
- Tik Tok <https://bit.ly/3TzV05p>
  - Elaboración del guion y grabación de los videos referidos a la Conmemoración
- Notas de prensa, para su participación en las actividades, entrevistas en medios de radio, TV, plataformas web de noticias

Para ejecutar el plan debemos desarrollar:

- > La realización de diseños atractivos con mensaje directo.
- > Documentación y materiales a elaborar:
  - Diseño de portada de Facebook
  - Diseño de portada de evento de Facebook
  - Diseño de portada de Instagram
  - Diseño de programa para Facebook/Instagram
  - Diseño de Flyer general promocional del evento para Facebook/Instagram
  - Diseño de Flyer por día de las actividades para Facebook/Instagram
  - Diseño de Flyer por ponente de Workshop para Facebook/Instagram
  - Diseño de Slider para página web
  - Diseño de publicación general para LinkedIn
  - Diseño de Flyer por día de actividades para LinkedIn
  - Diseño de Flyer por ponente para LinkedIn
  - Diseño de Fondo Zoom para la Charla
  - Diseño de Fondo Zoom para Workshop
  - Diseño de PPT para conferencia del Presidente de la Organización
  - Diseño invitaciones físicas y virtuales para autoridades y representantes
    - Impresión y distribución de documentos impresos
  - Diseño de Mailing y envío masivo por correo del programa con vínculo a las conferencias
  - Diseño de Flyer y edición de imágenes para post de agradecimientos al terminar el día central
- > Audio y Vídeos
  - Realización de audio y dramatización sobre un testimonio para publicarlo en Spotify
  - Realización de video de la presentación del programa del evento

- Grabación de video de todas las actividades programadas
- > Información relevante para nuestra campaña:
  - **Ámbito geográfico:** Lima para eventos presenciales / el mundo con la transmisión en vivo vía Facebook Live, Youtube
  - **Ventaja competitiva:** Especializado en tránsito y transporte
  - **Presupuesto:** Recursos propios y donaciones.
  - **Tiempo y difusión:** duración de una semana de actividades, un mes anterior para su difusión.
  - **Tiempo de ejecución de campaña:** 1 mes previo a la ceremonia central

⇒ **Métrica final y conclusiones de la campaña: Durante las publicaciones se evalúan los resultados de cada post, al finalizar la campaña se realiza un informe con las métricas,**

Como cierre se suben algunas fotos a las redes y se agradece a las personas por su participación.

#### b) Programación de las publicaciones en RRSS

El calendario general de estrategias (Figura 15) se convierte en una guía indispensable que marca los momentos clave para iniciar cada una de las acciones y ayudarán a conseguir todo lo indicado en la estrategia. Dicho calendario de publicaciones nos permite proyectar y ordenar cada post en redes sociales, aquí ponemos en marcha nuestro plan, se colocan en columnas las fechas (inicia 30 días antes del evento central) y en las filas se ingresa cada red social y debajo sub columnas con descripciones breves del contenido general, se coloca la imagen empleada en esa fecha junto con el *copy* que es el mensaje, podemos usar *emogis* y *hashtag* que acompañarán la publicación, de esta manera ordenamos los lanzamientos y actualización de imágenes de cada red social. El objetivo principal es definir cuantas publicaciones, en que franja horaria saldrán y en torno a que temática girarán las publicaciones tomando en cuenta la línea de tiempo de la campaña.

La página [business.facebook.com/s](https://business.facebook.com/s) facilita el orden de nuestras publicaciones para Facebook e Instagram, el planificador de Facebook nos permite programar los post, crear historias, medir el alcance y si es necesario publicar anuncios de paga (Figura 16)

La inversión es mínima, el costo por cada clic es bajo en comparación del formato de publicidad de banner en una página web teniendo en cuenta que esta dura solo algunas semanas, en cambio en las redes puede durar por lo menos un par de meses, o hasta más.

Al hacer el cronograma se debe tener en cuenta todas las redes sociales empleadas, (Figura 17) la secuencia de los eventos y el mensaje deber ser cuidadosamente incluido para no saturar de información a los usuarios.

Debemos tomar en cuenta que la plataforma de Business Manager de Facebook está en constante evolución y cada vez presenta nuevos formatos para segmentar y para medir su impacto.

c) Charla Virtual “Cuidemos la Vida”

La charla se realiza a través de la plataforma Zoom, dura alrededor de dos horas, se desarrollan flyer promocionales que se publicarán 30 días antes de la fecha indicada, se creará un formulario de registro para que las personas accedan a él por medio del enlace o por QR. La inscripción es para brindarles el acceso Zoom a la charla. Se hará el diseño de la plantilla de PPT para la ponencia del director de la ONG, además del fondo virtual para su charla. En esta charla se dará una explicación del porqué conmemoramos esta fecha y se informará sobre las actividades que continuarán a razón de ella.

d) Monumento Virtual

La página web [www.silenciadosenlasvias.com](http://www.silenciadosenlasvias.com) ha sido creada el año 2020, con la intención de conocer cada historia que ayude a sensibilizar a la comunidad,

en especial a adultos jóvenes, compartiendo un testimonio darán voz a aquel amigo o familiar que no pudo despedirse por partir de una forma violenta. Es un monumento virtual con todos los testimonios escritos que será revelado tres días antes del evento central.

e) Workshop internacional “Por la vida en las vías”

Esta actividad se suma a las realizadas por las Naciones Unidas desde el 2020: Recuerda, Apoya, Actúa. Cuenta con una página web <https://worlddayofremembrance.org> donde comparte material para incluirlo en las campañas que realice cada país, previa inscripción de la institución interesada en realizar dicho evento.

Luz Ámbar se suma a esta conmemoración mundial, en donde se participa en simultáneo vía plataforma Zoom con representantes de Organizaciones de diversos países a narrar sus experiencias, la participación de la colectividad en este workshop representa un factor principal de prevención y esto significaría que se extraen lecciones de las tragedias para que no se repitan.

f) Vigilia

La vigilia programada para este año se dará frente a la iglesia Santuario Arquidiocesano La Virgen Milagrosa en el óvalo Miraflores, un espacio público y transitado como éste nos permite llegar a las personas de a pie, invitarlos a quedarse unos momentos a reflexionar sobre esta fecha, se extiende un banner con los nombres de las personas fallecidas el último año, un registro que nos entrega la Policía Nacional, se hace lectura del manifiesto y luego se comparten velas para los que recuerden a alguien la enciendan, hacemos una oración. Al final compartimos folletos con el manifiesto.

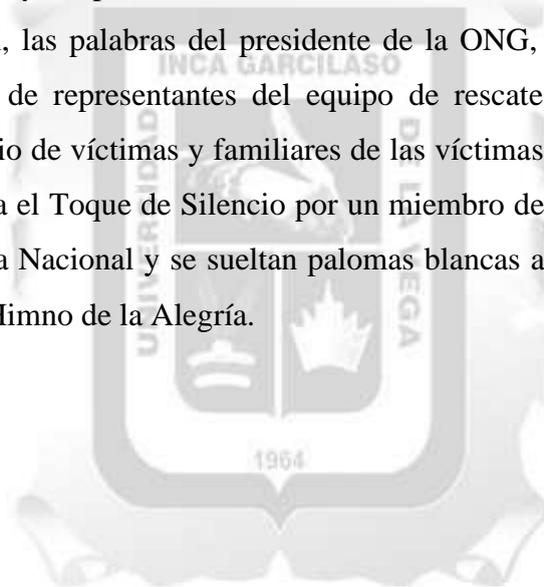
g) Misa

La celebración religiosa se realiza en la catedral de Lima y es oficiada por el cardenal, a los asistentes a la misa se les coloca una cinta cruzada color naranja que simboliza la solidaridad con las víctimas del evento en mención,

se entregan cancioneros de la misa y con un mensaje narrando el origen de la Conmemoración, las peticiones y ofrendas son dirigidas a este acontecimiento en recuerdo a las víctimas. El público en general, autoridades y representantes de instituciones públicas y privadas asiste a esta ceremonia, así como las instituciones que brindan su servicio a la hora del rescate por un siniestro de tránsito.

#### h) Ceremonia central

Se desarrolla en la explanada de la Municipalidad de Lima, frente a la Plaza de Armas, para ello se coloca un estrado donde se extiende de fondo el banner conmemorativo al evento y al pie se colocan sillas para las autoridades presentes y el público asistente. La ceremonia da inicio con el Himno Nacional, las palabras del presidente de la ONG, palabras de autoridades, palabras de representantes del equipo de rescate, lectura del manifiesto, testimonio de víctimas y familiares de las víctimas de siniestros de tránsito, se realiza el Toque de Silencio por un miembro de la Banda de Músicos de la Policía Nacional y se sueltan palomas blancas al cielo mientras la banda toca El Himno de la Alegría.



## **CAPÍTULO IV**

### **PRINCIPALES CONTRIBUCIONES**

#### **CONCLUSIONES**

1. Desde el año 2009 Luz Ámbar ha llevado a cabo el evento por El Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de Siniestros de Tránsito y a pesar de la cobertura de medios de prensa de cada año, aún hay personas que no conocen esta fecha y la importancia por recordarla.
2. Cada año se han ido sumando instituciones públicas a conmemorar esta fecha en diversas ciudades del país y también algunos colectivos, aun así muchas personas desconocen esta fecha.
3. Poner en conocimiento a las personas sobre el evento en mención puede llevar a una profunda reflexión sobre su actitud como peatón y conductor; cada uno con sus acciones y decisiones puede prevenir un siniestro, este evento procura cada año reducir esta cifra, el uso adecuado y la buena gestión de las redes sociales permiten anunciarnos como Organización, por un momento las redes sociales dejan de ser un entretenimiento y pasa a ser una forma de llegar a las personas con información relevante.
4. El uso de las redes sociales nos permitirá llegar de forma masiva, a cada grupo social porque cada plataforma digital posee la capacidad de segmentar y la creación de una imagen puede ser para explotar todo su carácter visual; desde el contenido escrito hasta lograr videos hechos a medida de la campaña y con una eficaz gestión todo puede mostrarse en los mismos espacios donde interactúan los usuarios
5. Las deficiencias que podrían surgir con el desarrollo de un plan de comunicación para el evento en mención, se daría por no contar con personas adecuadas dentro del staff al no estar suficientemente capacitadas en el uso de nuevas tecnologías.

6. Otra razón que podría afectar de alguna medida con la campaña es no contar con los recursos económicos esperados, en ese caso se da prioridad al formato digital sin pauta y se imprimiría solo lo necesario para cumplir con el desarrollo de la actividad.
7. Las nuevas tecnologías nos permiten mejorar la comunicación con nuestro público objetivo, podemos hacerles llegar un flyer o un video a su smartphone y ellos podrán escribirnos y dejar comentarios, esto nos dará mayor visibilidad y permitirá que más personas conozcan la labor que hace Luz Ámbar a favor de la sociedad.
8. El contenido generado para esta campaña, además de los logos y frases establecidas por la ONU será creado para que proporcione más tráfico, difusión y visibilidad, usando los “cómo”, breves estadísticas y noticias cortas con opinión propia.
9. En estos tiempos, conocer el manejo de las redes sociales y estar al tanto de su constante evolución nos permite ofrecer a las personas información y soluciones concretas a sus consultas o inquietudes sobre seguridad vial.
10. Si un anuncio referente al evento en mención ha logrado mayor alcance orgánico se utiliza como referente para los próximos, el estar atentos a la métrica diaria de la programación nos permite hacer ajustes y ser flexibles con los anuncios y mejorar de manera constante cada uno de ellos.

## RECOMENDACIONES

1. El Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de Siniestros de Tránsito, desde su creación el año 2005, llamado antes accidentes de tránsito, ha ido sumando a instituciones y colectivos de diversos países a lo largo de los años, en el Perú fue Luz Ámbar quien tomó la iniciativa y se ha empeñado en crear conciencia, acercándose personalmente a los familiares de víctimas ofreciéndole brindar su testimonio y a sumarse al acontecimiento, lo cual ha sido importante cada año para conocer mejor sus historias.
2. Las instituciones públicas y colectivos que se han ido sumando a esta fecha con los años han organizado su conmemoración, lo cual ha sido positivo para la colectividad, aun así hay mucho por hacer, el uso de las redes sociales nos da la alternativa ideal para llegar a muchas más personas.
3. Las plataformas de redes sociales están en constante cambio y evolución, cada vez ofrecen mejores y mayores alternativas para administrar y organizar el contenido, es nuestra tarea como comunicadores saber gestionarlas aprovechando al máximo cada uno de los potenciales de ellas ya que cada una está dirigida un grupo de personas distinto.
4. Se aconseja la elaboración del calendario de publicaciones siempre y en cada campaña, en él se debe reflejar la estrategia, el contenido a informar y la red social que se empleará para la campaña.
5. Se recomienda hacer más campañas de concientización de manera periódica como para El día del Peatón, por ejemplo y otras fechas conmemorativas al tránsito y transporte,
6. Se aconseja realizar un plan de comunicaciones, donde se pueda comparar estadísticas de cada campaña realizada y hacer una comparativa de ello, su impacto

a nivel redes sociales y el número de siniestros de tránsito ocurridos en ese periodo de tiempo.

7. La ONG ahora puede ser recaudadora de donaciones de empresas del extranjero, el presentar un plan concreto y detallado de sus actividades puede cubrir con tranquilidad las actividades programadas durante todo el año.
8. Se recomienda capacitar constantemente a las personas del área de comunicaciones sobre metodologías y herramientas digitales, para estar en paralelo a su continua evolución y aprovecharlas de la mejor manera en las publicaciones compartidas, a su vez la constante vigilancia de mantener la marca como un referente veraz en temas de tránsito y transporte.
9. El calendario de contenido siempre debe incluir otros canales como foros y redes sociales verticales, la publicación debe ser dinámica y flexible, pues debe evolucionar con la red, con la tendencia y con la Organización.
10. Sería ideal realizar más campañas de sensibilización donde se promueva una mejor educación vial y también dirigir mensajes directos a las autoridades para que apliquen las sanciones correspondientes para que los delitos de tránsito no queden impunes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Elaboración de un Plan de Comunicación (s. f.) En *Plataforma de Voluntariado España*

Recuperado de [https://www.solucionesong.org/img/foros/4c8ddf9bb43a2/Elaboracion\\_plan\\_de\\_comunicacion\\_PPVE.pdf](https://www.solucionesong.org/img/foros/4c8ddf9bb43a2/Elaboracion_plan_de_comunicacion_PPVE.pdf)

Fernández, J. (2018). Plataformas mediáticas. *Elementos de análisis y diseño de nuevas*

*Experiencias*. Recuperado de <https://www.comunicologos.com/revista/revista-2018/>

Josafat, PMP. (2017). Planificar la gestión de la comunicaciones, *Administrador de*

*Proyectos*. Recuperado de <https://medium.com/administrador-de-proyectos/planificar-la-gesti%C3%B3n-de-la-comunicaciones-5590852a5cea>

Memoria 2020. (s. f.). En *Asociación iberoamericana de víctimas contra la violencia vial*.

Recuperado de [https://contralaviolenciavial.org/uploads/Memorias\\_FICVI\\_FICVI\\_Memoria\\_2020.pdf](https://contralaviolenciavial.org/uploads/Memorias_FICVI_FICVI_Memoria_2020.pdf)

Quispe Candia, L, Rojas Taboada C. (2018) Atrapados en el caos. Análisis de la seguridad

vial en el Perú, *ONG Luz Ámbar Perú*, 40, 40-41.

Wohlmuth, W. (2017). ¿Qué debes incluir en el presupuesto de un evento corporativo?

*Merca2.0*. Recuperado de <https://www.merca20.com/que-debes-incluir-en-el-presupuesto-de-un-evento-corporativo/>

## ANEXOS

**Figura 1.** “Conduciendo a Conciencia” y la difusión en redes sociales sobre el “Día de Recordación”



**Figura 2.** Las Mariposas de la Vida



Figura 3. Las Mariposas de la Vida, señalización.



vidaurgente • Seguir

vidaurgente Em cada borboleta 🦋, uma história. Em cada história, uma vida.

Vidas como a da Beatriz, que teve seus sonhos interrompidos pela violência no trânsito.

A borboleta, que marcou o #DiaMundialemMemóriaàsVítimasdeTrânsito, é uma homenagem, mas também um alerta para a importância do cuidado com a vida todos os dias.

#WDoR2020 #VidaUrgente #CuideDaVida #VisãoZero #LembrarApoiarAgir #RememberSupportAct #BorboletasnaVida

71 Me gusta  
NOVIEMBRE 16, 2020

Agrega un comentario... Publicar

“  
**Eu sonho em conhecer a Alemanha e quero me formar em designer de moda.**  
— BEATRIZ JAEGER NUNES  
19 anos

Muitos sonhos, como os do Wesley, são interrompidos por acidentes de trânsito.

Fundação Thiago de Moraes Gonzaga

LEMBRAR APOIAR AGIR

DIA MUNDIAL EM MEMÓRIA DAS VÍTIMAS DE TRÂNSITO

Figura 4. Los padres y madres que perdieron a sus hijos.



vidaurgente • Seguir

Orla Do Guaíba, Porto Alegre

vidaurgente A #ÁrvoredaVida 🦋 é um símbolo que atravessa gerações. Desde culturas ocidentais, como celtas, gregos, romanos, persas, até culturas orientais, como a chinesa e a japonesa.

Ramificando, florescendo, a árvore vai cumprindo seu ciclo, dando frutos e doando-se para a VIDA. Através de sua existência, contribui para que outras vidas também cumpram seus ciclos. 🦋

Inspirada neste símbolo, a Fundação Thiago Gonzaga escolheu Árvore da Vida como nome de uma linda ação. As mãos de mães e pais dos Grupos de Apoio Vida Urgente, que já não

109 Me gusta  
NOVIEMBRE 23, 2020

Agrega un comentario... Publicar

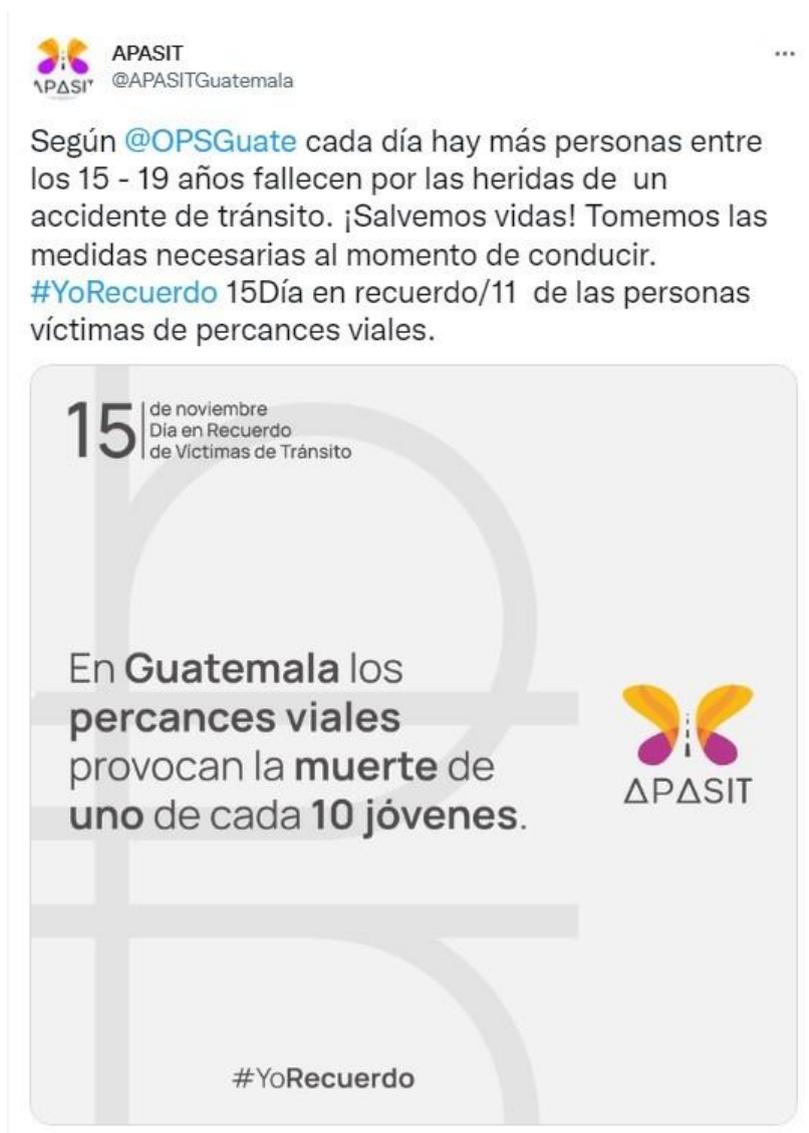
Figura 5. Memorial Vida Urgente.



Figura 6. Te Siento Cerca



**Figura 7.** Campaña #yorecuerdo



APASIT  
@APASITGuatemala

Según @OPSGuate cada día hay más personas entre los 15 - 19 años fallecen por las heridas de un accidente de tránsito. ¡Salvemos vidas! Tomemos las medidas necesarias al momento de conducir.  
[#YoRecuerdo](#) 15Día en recuerdo/11 de las personas víctimas de percances viales.

15 de noviembre  
Día en Recuerdo  
de Víctimas de Tránsito

En Guatemala los percances viales provocan la muerte de uno de cada 10 jóvenes.



#YoRecuerdo

Figura 8. La Asociación Stop Accidentes, difusión en la prensa.



Figura 9. Difusión en la prensa.



**Figura 10.** Iluminación de la Torre Hércules.



**Figura 11.** Webinar en República Dominicana “Del Dolor a la Acción.”





**Figura 14.** *1er Foro Iberoamericano: En Memoria de las Víctimas de la Violencia Vial.*

**1er. Foro Iberoamericano  
En Memoria de las Víctimas de la  
Violencia Vial**

Lunes 23 de noviembre 2020  
De 10 a 12:30 hrs Cd. De México

QR Ingreso al Foro

Liga de ingreso al Foro:  
<https://us02web.zoom.us/j/44270516857?pwd=amdTWUhoK0xXckNNck16RExwVj1RaUT09>

SCAN ME

**ORDEN DEL DÍA**

**PRESENTACIÓN Y HOMENAJE A VÍCTIMAS DE LA VIOLENCIA VIAL**  
Claudia Dinorah Alcaraz, Fundadora de JAIME AC

**OBJETIVO DEL FORO**  
Maestra Adriana Rivera

**ATENCIÓN A VÍCTIMAS DE LA VIOLENCIA VIAL**  
Jeanne Picard Mahaut Presidente de FICVI y Fundadora STOP Accidentes Galicia, España

**ALCOHOL Y VELOCIDAD COCTEL DE LA MUERTE EN LA MOVILIZACIÓN DE LAS VIALIDADES**  
Mtro. Ray Rojas Vargas, Director de Proyectos COSEVI Costa Rica

**RECESO 10 MIN.**

**CICLISTAS Y PEATONES EN LA VÍA PÚBLICA**  
Lic. Israel Rosas Guzmán y Lic. Raúl Octavio Martínez Coronel  
Subdirección de Área del STCONAPRA

**LEY GENERAL DE MOVILIDAD Y SEGURIDAD VIAL**  
Lic. Alma Chávez Guth, Fundadora y presidente de Víctimas de Violencia Vial AC  
Y comisionada ciudadana de atención a víctimas de Jalisco

**SISTEMA DE RETENCIÓN INFANTIL "PROMETE QUE NO ME OLVIDARÁS"**  
Mtra. Adriana Rivera Díaz, Responsable de Educación para la Seguridad Vial- Sonora

**PREGUNTAS Y RESPUESTAS - CIERRE**

**Figura 15.** Personaje creado: *Zoila Karupi Kay*



**Figura 16. Modelo Calendario para Redes Sociales**

Calendario Editorial Redes Sociales

MARZO	Día de la semana	Fecha	Tema	Formato	Objetivo	Copys					Palabra clave objetivo
						Facebook	Twitter	Instagram	LinkedIn	Youtube	
Semana 1	Martes	1/3/2022	Cómo elaborar un calendario de RSSS	Varias imágenes	Conseguir suscriptores blog						Calendario redes sociales
	Miércoles	2/3/2022	Cómo elaborar un calendario de RSSS	Varias imágenes	Conseguir suscriptores blog						Calendario redes sociales
	Jueves	3/3/2022	10 técnicas de marketing de contenidos	Varias imágenes	Visibilidad						Marketing contenidos
	Jueves	4/3/2022	10 técnicas de marketing de contenidos	Varias imágenes	Visibilidad						Marketing contenidos
	Sábado	5/3/2022									
	Domingo	6/3/2022									
Semana 2	Lunes	7/3/2022									
	Martes	8/3/2022	Tutorial: aprende a usar Hootsuite	Vídeo avance	Crear canal Youtube						Aprender hootsuite
	Miércoles	9/3/2022	Tutorial: aprende a usar Hootsuite	Vídeo avance	Crear canal Youtube						Aprender hootsuite
	Jueves	10/3/2022	Auditoría de Redes Sociales   Cómo hacerla	Vídeo	Conseguir leads						Auditoría redes sociales
	Viernes	11/3/2022	Auditoría de Redes Sociales   Cómo hacerla	Vídeo	Conseguir leads						Auditoría redes sociales
	Sábado	12/3/2022									
Semana 3	Lunes	14/3/2022	Cómo crear un lead magnet	GIF	Conseguir suscriptores blog						Crear lead magnet
	Martes	15/3/2022	Cómo crear un lead magnet	GIF	Conseguir suscriptores blog						Crear lead magnet
	Miércoles	16/3/2022	Cómo crear un lead magnet	GIF	Conseguir suscriptores blog						Crear lead magnet
	Jueves	17/3/2022									
	Viernes	18/3/2022	7 formas de ganar seguidores en RSSS	Varias imágenes	Conseguir suscriptores blog						Ganar seguidores en RSSS
	Sábado	19/3/2022	7 formas de ganar seguidores en RSSS	Varias imágenes	Conseguir suscriptores blog						Ganar seguidores en RSSS
Semana 4	Domingo	20/3/2022									
	Lunes	21/3/2022									
	Martes	22/3/2022									
	Miércoles	23/3/2022									
	Jueves	24/3/2022									
	Viernes	25/3/2022									
Sábado	26/3/2022										
Domingo	27/3/2022										
Lunes	28/3/2022										
Martes	29/3/2022										

**Figura 17. Planificador Facebook Business**

Planificador

Crea, programa y administra tu contenido para planificar tu calendario de marketing.

Semana Mes < Hoy > agosto 2022

domingo	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado
	<ul style="list-style-type: none"> <li>12:00</li> <li>12:00</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>10:05</li> <li>10:07</li> </ul>			
7	8	9	10	11	12	13
<ul style="list-style-type: none"> <li>16:28</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>19:32</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>11:59</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Día de la Inmaculada...</li> </ul>	
14	15	16	17	18	19	20
<ul style="list-style-type: none"> <li>16:26</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>16:20</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>09:24</li> <li>00:38</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>09:40</li> <li>00:51</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>12:04</li> <li>12:42</li> </ul>	
21	22	23	24	25	26	27
<ul style="list-style-type: none"> <li>11:18</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>11:32</li> <li>11:32</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>10:06</li> <li>10:08</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>12:17</li> <li>14:10</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10:00</li> <li>10:02</li> </ul>	
28	29	30	31	1	2	3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>18:00</li> <li>18:00</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Santa Rosa de Lima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10:04</li> <li>10:08</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>10:02</li> <li>10:05</li> </ul>	