

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR – MATRIZ QUITO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PROPUESTA DE CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTEGRADA DE  
MARKETING PARA LA PREVENCIÓN DE DESASTRES PROVOCADOS POR  
SISMOS, DIRIGIDO AL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN BASE A  
LAS PRÁCTICAS UTILIZADAS EN SANTIAGO DE CHILE**

**FLAVIA ELENA HALLO CHACÓN**

**DIRECTOR: MBA. JUAN CARLOS LATORRE.**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL**

**QUITO, JUNIO 2022**

***DIRECTOR***

***MBA. Juan Carlos Latorre***

***LECTORES***

***Mgr. Herman Spitzer***

***Mgr. Vicente Torres***

## Índice

ÍNDICE DE FIGURAS.....	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
RESUMEN EJECUTIVO.....	X
TÍTULO.....	1
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	1
PROBLEMA .....	4
OBJETIVOS.....	4
General.....	4
Específicos.....	5
JUSTIFICACIÓN .....	5
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	6
DISEÑO METODOLÓGICO .....	12
Diseño de la Investigación.....	12
Tipo de Investigación .....	12
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	14
1.1. Análisis Situacional del Distrito Metropolitano de Quito.....	14
1.2. Análisis Situacional de Santiago de Chile.....	31
1.3. Análisis FODA .....	56
1.3.1. Análisis FODA Distrito Metropolitano de Quito .....	56
1.3.2. Análisis FODA Región Metropolitana de Santiago de Chile .....	59
1.4. Análisis Comparativo.....	61
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	64
2.1. Entrevistas .....	64
2.1.1. Expertos Internos .....	64
2.1.2. Expertos Externos .....	71
2.2. Observación .....	78
2.2.1. Distrito Metropolitano de Quito .....	78
2.2.2. Región Metropolitana de Santiago.....	80
2.3. Encuestas .....	80
2.3.1. Análisis de Encuestas Distrito Metropolitano de Quito .....	82
2.3.2. Análisis de Encuestas Región Metropolitana de Santiago .....	104

2.4. Caracterización de la Oferta y Demanda Social .....	126
2.4.1. <i>Oferta Social</i> .....	126
2.4.2. <i>Demanda Social</i> .....	127
<b>3. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING</b> .....	<b>128</b>
3.1. Segmentación de Mercado .....	128
3.1.1. <i>Diseño del Perfil para cada Submercado</i> .....	128
3.1.2. <i>Submercados</i> .....	133
3.1.3. <i>Perfiles dentro de la promoción de una cultura preventiva</i> .....	136
3.2. Estrategias de Posicionamiento .....	137
3.2.1. <i>Posicionamiento</i> .....	137
3.2.2. <i>Estrategias</i> .....	139
3.3. Mix de Marketing Social .....	145
3.3.1. <i>Producto</i> .....	145
3.3.2. <i>Precio</i> .....	147
3.3.3. <i>Plaza</i> .....	150
3.3.4. <i>Promoción</i> .....	155
3.4. Campaña de Comunicación Integrada de Marketing .....	161
3.4.1 <i>Público Objetivo</i> .....	161
3.4.2. <i>Objetivos de la campaña</i> .....	162
3.4.3. <i>Medios y Canales de Comunicación</i> .....	163
3.4.4. <i>Plan de Acción</i> .....	175
<b>3. PRESUPUESTO Y BENEFICIOS</b> .....	<b>177</b>
4.1. Presupuesto .....	177
4.2. Financiamiento .....	190
4.3. Proyección de Beneficios .....	190
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>193</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>197</b>
Anexo A .....	197
Anexo B .....	198
Anexo C .....	199
Anexo D .....	200
Anexo E .....	207

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Institucionalización de la Gestión de Riesgos .....	19
<b>Figura 2.</b> Plan Nacional de Respuesta ante Desastres.....	20
<b>Figura 3.</b> Firma convenio para promover inversiones destinadas a reducir riesgo de desastres.....	22
<b>Figura 4.</b> Plan de Gestión de Riesgos 2019-2030.....	23
<b>Figura 5.</b> Manejo de desastres y recuperación.....	24
<b>Figura 6.</b> Actores del SNDGR.....	25
<b>Figura 7.</b> Objetivos del Plan Específico de Gestión de Riesgos 2019-2030 .....	25
<b>Figura 8.</b> Modelo de marketing de causas Distrito Metropolitano de Quito .....	27
<b>Figura 9.</b> Mapas de América del Sur que muestran proyecciones de terremotos en los próximos 100 años.....	31
<b>Figura 10.</b> Organigrama ONEMI .....	33
<b>Figura 11.</b> Estructura del Programa de Riesgo Sísmico .....	34
<b>Figura 12.</b> Ubicación de la Falla de San Ramón .....	35
<b>Figura 13.</b> Integración de adaptación al cambio climático, desarrollo urbano, desarrollo sostenible y reducción del riesgo de desastres .....	37
<b>Figura 14.</b> Estructura del Sistema Nacional de Protección Civil (SNPC).....	39
<b>Figura 15.</b> Anuncio sobre las pruebas del Sistema de Alerta de Emergencias.....	40
<b>Figura 16.</b> Plan de Familia Preparada.....	41
<b>Figura 17.</b> Kit de Emergencia .....	41
<b>Figura 18.</b> Campaña “Santiago se prepara”.....	42
<b>Figura 19.</b> Plan Integral de Seguridad Escolar (PISE).....	44
<b>Figura 20.</b> Campaña Encuentro de Saberes .....	45
<b>Figura 21.</b> Proyecto de divulgación científica “Ciencia Abierta y Colaborativa para el Buen Vivir”. .....	46
<b>Figura 22.</b> Plan para la reducción del riesgo de desastres en centros de trabajo .....	48
<b>Figura 23.</b> Campaña “Nos Importa Chile” .....	49
<b>Figura 24.</b> Campaña “Mas Unidos Menos Riesgo” .....	50
<b>Figura 25.</b> Modelo de marketing de causas Región Metropolitana de Santiago .....	51
<b>Figura 26.</b> Total de muertos, afectos y pérdidas .....	55
<b>Figura 27.</b> Análisis FODA: Distrito Metropolitano de Quito .....	56
<b>Figura 28.</b> Análisis FODA: Región Metropolitana de Santiago .....	59
<b>Figura 29.</b> Ciudadanos quiteños evacuando después de un evento sísmico.....	78
<b>Figura 30.</b> Zona residencial en Quito sin evidencia de evacuación por parte de la población .....	79
<b>Figura 31.</b> Entrevista al Ing. Sebastián Dueñas .....	79
<b>Figura 32.</b> Entrevista a la Ing. Diana Soto.....	80
<b>Figura 33.</b> Entrevista al Lic. Johann Videla .....	80
<b>Figura 34.</b> Edad de las personas encuestadas .....	82
<b>Figura 35.</b> Género de las personas encuestadas en Quito .....	83
<b>Figura 36.</b> Personas que han experimentado eventos sísmicos dentro de la ciudad.....	83
<b>Figura 37.</b> Personas que consideran que la ciudad donde habitan es vulnerable ante un evento sísmico .....	84

<b>Figura 38.</b> Razones por las cuales los ciudadanos de Quito consideran que la ciudad donde habitan es un lugar vulnerable ante un evento sísmico .....	84
<b>Figura 39.</b> Nivel de preocupación con el que la población cuenta respecto al conocimiento con el que cuentan frente a la gestión de desastres sobre eventos sísmicos .....	85
<b>Figura 40.</b> Nivel de conocimiento con el que cuenta la población ante la gestión de un evento sísmico .....	85
<b>Figura 41.</b> Nivel de preparación de la población ante cualquier desastre natural que pueda ocurrir	86
<b>Figura 42.</b> Identificación de un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad o país en donde habita la población.....	86
<b>Figura 43.</b> Conocimiento por parte de la población sobre la existencia de leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en el país.....	87
<b>Figura 44.</b> Personas que han sido afectadas por un desastre natural .....	87
<b>Figura 45.</b> Instituciones que han ayudado a la comunidad a preparar un plan de gestión de desastres .....	88
<b>Figura 46.</b> Identificación de campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico .....	88
<b>Figura 47.</b> Motivación de la población para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico .....	89
<b>Figura 48.</b> Conocimiento sobre el Comité de Operaciones Emergentes (COE) y sus funciones .....	89
<b>Figura 49.</b> Percepción de la población sobre el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales.....	90
<b>Figura 50.</b> Nivel de confianza que tiene la población en organismos del Estado responsables del manejo de riesgo de desastres naturales. ....	90
<b>Figura 51.</b> Medios por los cuales la población ha recibido mayor información sobre la gestión del riesgo sísmico.....	91
<b>Figura 52.</b> Formato mediante los cuales la población considera que ha recibido más información sobre la gestión del riesgo sísmico. ....	91
<b>Figura 53.</b> Percepción de la población sobre la cantidad de información sobre la gestión del riesgo sísmico. ....	92
<b>Figura 54.</b> Fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico .....	92
<b>Figura 55.</b> Razones por las cuales los ciudadanos de Quito consideran que la ciudad donde habitan no es un lugar vulnerable ante un evento sísmico.....	93
<b>Figura 56.</b> Nivel de preocupación con el que la población cuenta respecto al conocimiento con el que cuentan frente a la gestión de desastres sobre eventos sísmicos .....	94
<b>Figura 57.</b> Nivel de conocimiento con el que cuenta la población ante la gestión de un evento sísmico .....	94
<b>Figura 58.</b> Nivel de preparación de la población ante cualquier desastre natural que pueda ocurrir	95
<b>Figura 59.</b> Identificación de un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad o país en donde habita la población.....	95
<b>Figura 60.</b> Conocimiento por parte de la población sobre la existencia de leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en el país.....	96
<b>Figura 61.</b> Personas que han sido afectadas por un desastre natural .....	96
<b>Figura 62.</b> Instituciones que han ayudado a la comunidad a preparar un plan de gestión de desastres .....	97
<b>Figura 63.</b> Identificación de campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico .....	97
<b>Figura 64.</b> Motivación de la población para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico .....	98
<b>Figura 65.</b> Conocimiento sobre el Comité de Operaciones Emergentes (COE) y sus funciones .....	98

<b>Figura 66.</b> Percepción de la población sobre el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales .....	99
<b>Figura 67.</b> Nivel de confianza que tiene la población en organismos del Estado, responsables del manejo de riesgo de desastres naturales .....	99
<b>Figura 68.</b> Medios por los cuales la población ha recibido mayor información sobre la gestión del riesgo sísmico.....	100
<b>Figura 69.</b> Formato mediante los cuales la población considera que ha recibido más información sobre la gestión del riesgo sísmico .....	100
<b>Figura 70.</b> Percepción de la población sobre la cantidad de información sobre la gestión del riesgo sísmico .....	101
<b>Figura 71.</b> Fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico .....	101
<b>Figura 72.</b> Edad de las personas encuestadas .....	104
<b>Figura 73.</b> Género de las personas encuestadas en Santiago de Chile .....	105
<b>Figura 74.</b> Personas que han experimentado eventos sísmicos dentro de la ciudad.....	105
<b>Figura 75.</b> Personas que consideran que la ciudad donde habitan es vulnerable ante un evento sísmico .....	106
<b>Figura 76.</b> Razones por las cuales los ciudadanos de Santiago consideran que la ciudad donde habitan es un lugar vulnerable ante un evento sísmico.....	106
<b>Figura 77.</b> Nivel de preocupación con el que la población cuenta respecto al conocimiento con el que cuentan frente a la gestión de desastres sobre eventos sísmicos .....	107
<b>Figura 78.</b> Nivel de conocimiento con el que cuenta la población ante la gestión de un evento sísmico .....	107
<b>Figura 79.</b> Nivel de preparación de la población ante cualquier desastre natural que pueda ocurrir .....	108
<b>Figura 80.</b> Identificación de un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad o país en donde habita la población.....	108
<b>Figura 81.</b> Conocimiento por parte de la población sobre la existencia de leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en el país.....	109
<b>Figura 82.</b> Personas que han sido afectadas por un desastre natural .....	109
<b>Figura 83.</b> Instituciones que han ayudado a la comunidad a preparar un plan de gestión de desastres .....	110
<b>Figura 84.</b> Identificación de campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico .....	110
<b>Figura 85.</b> Motivación de la población para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico .....	111
<b>Figura 86.</b> Conocimiento sobre la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI) y sus funciones .....	111
<b>Figura 87.</b> Percepción de la población sobre el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales.....	112
<b>Figura 88.</b> Nivel de confianza que tiene la población en organismos del Estado responsables del manejo de riesgo de desastres naturales. ....	112
<b>Figura 89.</b> Medios por los cuales la población ha recibido mayor información sobre la gestión del riesgo sísmico.....	113
<b>Figura 90.</b> Formato mediante los cuales la población considera que ha recibido más información sobre la gestión del riesgo sísmico .....	113
<b>Figura 91.</b> Percepción de la población sobre la cantidad de información sobre la gestión del riesgo sísmico. ....	114

<b>Figura 92.</b> Fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico .....	114
<b>Figura 93.</b> Razones por las cuales los ciudadanos de Santiago consideran que la ciudad donde habitan no es un lugar vulnerable ante un evento sísmico .....	115
<b>Figura 94.</b> Nivel de preocupación con el que la población cuenta respecto al conocimiento con el que cuentan frente a la gestión de desastres sobre eventos sísmicos .....	115
<b>Figura 95.</b> Nivel de conocimiento con el que cuenta la población ante la gestión de un evento sísmico .....	116
<b>Figura 96.</b> Nivel de preparación de la población ante cualquier desastre natural que pueda ocurrir .....	116
<b>Figura 97.</b> Identificación de un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad o país en donde habita la población.....	117
<b>Figura 98.</b> Conocimiento por parte de la población sobre la existencia de leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en el país.....	117
<b>Figura 99.</b> Personas que han sido afectadas por un desastre natural .....	118
<b>Figura 100.</b> Instituciones que han ayudado a la comunidad a preparar un plan de gestión de desastres .....	118
<b>Figura 101.</b> Identificación de campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico .....	119
<b>Figura 102.</b> Motivación de la población para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico .....	119
<b>Figura 103.</b> Conocimiento sobre la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI) y sus funciones .....	120
<b>Figura 104.</b> Percepción de la población sobre el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales.....	120
<b>Figura 105.</b> Nivel de confianza que tiene la población en organismos del Estado responsables del manejo de riesgo de desastres naturales .....	121
<b>Figura 106.</b> Medios por los cuales la población ha recibido mayor información sobre la gestión del riesgo sísmico.....	121
<b>Figura 107.</b> Formato mediante los cuales la población considera que ha recibido más información sobre la gestión del riesgo sísmico .....	122
<b>Figura 108.</b> Percepción de la población sobre la cantidad de información sobre la gestión del riesgo sísmico. ....	122
<b>Figura 109.</b> Fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico .....	123
<b>Figura 110.</b> Inbound Marketing: Flywheel.....	143
<b>Figura 111.</b> Plaza o sitios de distribución del producto social.....	152
<b>Figura 112.</b> Población por parroquia del Distrito Metropolitano de Quito basado en proyecciones hasta el 2020 .....	154
<b>Figura 113.</b> Sitios seguros en Quito Urbano <i>Nota. Sitios seguros en Quito Urbano</i> , por MDMQ, 2014, MDMQ. ( <a href="https://noticiasec.com/mapas-con-sitios-seguros-de-quito-sismo-quito/">https://noticiasec.com/mapas-con-sitios-seguros-de-quito-sismo-quito/</a> ) .....	155
<b>Figura 114.</b> Marketing social: Mezcla de promoción .....	161
<b>Figura 115.</b> MasterChef Ecuador .....	164
<b>Figura 116.</b> Ejemplo de publicidad en prensa acerca de qué debe contener una maleta de emergencia .....	165
<b>Figura 117.</b> Caricatura ante el sismo de 1985 en México .....	166
<b>Figura 118.</b> Ejemplo de mensaje SMS recibido sobre qué hacer durante un evento sísmico.....	167
<b>Figura 119.</b> Ejemplo de contenido sobre acciones preventivas ante eventos sísmicos .....	168

<b>Figura 120.</b> Ejemplo de sensibilización respecto a los efectos negativos de eventos sísmicos .....	168
<b>Figura 121.</b> Ejemplo de mensaje para motivar a la población a informarse sobre la gestión del riesgo sísmico.....	169
<b>Figura 122.</b> Ejemplo de promoción de productos que motiven a la población a ser parte de la campaña para desarrollar una cultura preventiva ante el riesgo sísmico.....	171
<b>Figura 123.</b> Ejemplo de valla publicitaria para concientizar acerca de la importancia de tener una cultura preventiva.....	172
<b>Figura 124.</b> Ejemplo de evento patrocinado: Expo Vivienda 2022 .....	172
<b>Figura 125.</b> Ejemplo de evento patrocinado: Campeonato Nacional de Fútbol 2020 .....	173
<b>Figura 126.</b> Ejemplo de cómo se realizará el programa de voluntarios puerta a puerta .....	174

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Diseño Metodológico .....	13
<b>Tabla 2.</b> Valores para el cálculo de la muestra del Distrito Metropolitano de Quito .....	81
<b>Tabla 3.</b> Valores para el cálculo de la muestra del Región Metropolitana de Santiago.....	82
<b>Tabla 4.</b> Administraciones Zonales; Parroquias urbanas, Suburbanas y Rurales; y Número de Sectores Barriales.....	153
<b>Tabla 5.</b> Plan de Acción: Campaña de prevención ante eventos sísmicos .....	175
<b>Tabla 6.</b> Matriz de plan operativo de marketing: Vacunación contra la COVID-19 en CABA .....	176
<b>Tabla 7.</b> Costo de publicidad en televisión .....	177
<b>Tabla 8.</b> Costo de emisión de publicidad en radio .....	179
<b>Tabla 9.</b> Costo de emisión de publicidad en prensa .....	179
<b>Tabla 10.</b> Costo de publicidad SMS .....	181
<b>Tabla 11.</b> Costo de publicidad en redes sociales.....	182
<b>Tabla 12.</b> Costo de email marketing .....	184
<b>Tabla 13.</b> Costo de publicidad exterior .....	184
<b>Tabla 14.</b> Costo de impresión de publicidad exterior .....	185
<b>Tabla 15.</b> Costo de producción de publicidad en TV y radio.....	186
<b>Tabla 16.</b> Costo de diseño e ilustraciones de publicidad .....	186
<b>Tabla 17.</b> Costo total de la campaña de marketing social .....	189
<b>Tabla 18.</b> Financiamiento de la campaña.....	190
<b>Tabla 19.</b> Proyección de beneficios .....	191

## RESUMEN EJECUTIVO

Ecuador es un país con alto riesgo sísmico producto de su ubicación geográfica debido a la subducción de la placa de Nazca y Sudamericana, además del sistema de fallas geológicas que existe en varias ciudades del país como es el caso del Distrito Metropolitano de Quito, por lo que es propensa a sufrir los efectos negativos producto de sismos destructivos cercanos a la superficie, siendo importante el desarrollo de una cultura preventiva frente a este tipo de riesgo dentro de la ciudad, ya que la mayor parte de su población no cuenta con el conocimiento suficiente acerca de la gestión y convivencia responsable con el riesgo sísmico, siendo vulnerables ante sus efectos negativos, relacionados con pérdidas humanas y materiales, grietas en la tierra, hundimientos de terreno, deslizamientos de laderas y cambios en el régimen de las aguas subterráneas.

Por otro lado, se ha tomado en cuenta la experiencia positiva en cuanto al manejo del riesgo sísmico de Chile, que es un país vulnerable ante este desastre natural debido a su ubicación geográfica, producto de la subducción de la placa de Nazca y Sudamericana, además de los sistemas de fallas geológicas, específicamente en Santiago de Chile, denominada falla de San Ramón. A pesar de su vulnerabilidad, la población chilena cuenta con una cultura preventiva ejemplar que ha sido desarrollada históricamente a través de la adquisición de conocimiento empírico, campañas de comunicación y políticas públicas.

Debido a la problemática descrita anteriormente, el principal objetivo de este trabajo es proponer una campaña de comunicación integrada de marketing para la prevención de desastres provocados por sismos, dirigidos al Distrito Metropolitano de Quito, en base a las prácticas utilizadas en Santiago de Chile.

La metodología aplicada dentro de la presente investigación es cuantitativa y cualitativa obtenida de fuentes primarias y secundarias. La investigación de mercados dentro de Quito y Santiago se realizó a través de entrevistas, observación y encuestas que permitieron determinar las características de ambas poblaciones en relación con sus actitudes y percepciones ante este riesgo, tomando en cuenta las características propias del mercado de

cada país en cuanto al producto social, mediante la información proporcionada por expertos en el tema.

La información obtenida permitió el desarrollo de una campaña de comunicación integrada de marketing, con el objetivo de fomentar una cultura preventiva ante el riesgo sísmico dentro del Distrito Metropolitano de Quito, tomando en cuenta las necesidades de la población y las características del mercado ecuatoriano, a través de medios de comunicación tradicionales y digitales que permitan un mayor alcance de la campaña.

La importancia de este trabajo radica en desarrollar una cultura preventiva dirigida hacia la población de Quito, a través de una campaña de comunicación integrada que permita cambiar conductas nocivas por aquellas positivas en torno al bien común de la población, permitiendo así la existencia de una conciencia colectiva y sensibilización ante la importancia de convivir de forma responsable con el riesgo sísmico.

## **TÍTULO**

Propuesta de campaña de comunicación integrada de marketing para la prevención de desastres provocados por sismos, dirigido al Distrito Metropolitano de Quito, en base a las prácticas utilizadas en Santiago de Chile

## **DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

Los sismos son fenómenos geológicos que ocurren inesperadamente debido a la liberación de energía acumulada en una zona interior de la Tierra producto del choque de placas tectónicas (Chuy Rodriguez, 2013), los sismos pueden provocar un impacto negativo dentro del medioambiente, para la vida de las personas y sus bienes, causando derrumbe de edificios, grietas, hundimientos de terreno, deslizamientos de laderas y cambios en el régimen de las aguas subterráneas (Chuy Rodriguez, 2013). La intensidad de un sismo se mide por su energía de acuerdo a la escala de Richter o por sus efectos de acuerdo a la escala Mercalli. Sin embargo, terremotos moderados o incluso leves, pueden ser catastróficos cuando ocurren en lugares con alta concentración de infraestructuras y población que no está preparada para recibir su impacto. De manera que, es importante destacar que la ocurrencia de un terremoto destructivo puede tener consecuencias graves para el desarrollo de las comunidades (Chuy Rodriguez, 2013).

La actividad sísmica dentro del Ecuador se encuentra determinada por su ubicación geográfica, ya que está ubicado en el denominado “Cinturón de Fuego del Pacífico” (Landázuri, 2012), en donde existe una microplaca denominada Bloque andino, esta es parte de la placa Sudamericana, que tiene interacción con las placas de Nazca, Cocos y Caribe (Quinde & Reinoso, 2016). Por otro lado, al sur del país interactúan las placas tectónicas de Nazca y Sudamericana (Segovia & Alvarado, 2009, como se citó en Naya, 2010), lo que ha provocado que existan tres diferentes inclinaciones producto de la subducción de la placa de Nazca en la placa continental (Quinde & Reinoso, 2016).

Esta zona es propensa a la ocurrencia de tres tipos de terremotos: aquellos ocasionados por la subducción entre las placas tectónicas de Nazca y la Sudamericana, que ha ocasionado la formación de la Cordillera de los Andes (Landázuri, 2012), este tipo de movimientos telúricos se denominan sismos interplaca (Quinde & Reinoso, 2016) ocurren cerca de las

costas ecuatorianas y en el interior del país a grandes profundidades, por otro lado; existen aquellos que son superficiales como los que ocurren principalmente en Quito, llamados sismos corticales (Quinde & Reinoso, 2016); y finalmente aquellos que se encuentran relacionados con la actividad volcánica (Segovia & Alvarado, 2009, como se citó en Naya, 2010).

Se ha determinado que, de acuerdo a la clasificación descrita anteriormente, los terremotos de mayor magnitud son aquellos producidos en zonas de subducción, mientras que aquellos de menor magnitud y superficiales son considerados más destructivos (Segovia & Alvarado, 2009, como se citó en Naya, 2010). De manera que, históricamente el valle interandino ha sido afectado por terremotos, con gran número de víctimas y daños materiales (Naya, 2010).

Por lo tanto, es necesario tomar en cuenta que la amenaza de un sismo es diferente en cada región del país, debido a que cada zona tiene sus características tectónicas y geológicas, determinándose así que dentro del Valle Interandino han ocurrido más sismos con mayor intensidad, tomando en cuenta zonas pobladas y con gran número de infraestructuras, lo que hace que los sismos sean más intensos (Landázuri, 2012).

Al determinar las zonas donde existe un mayor peligro de terremoto dentro del Ecuador se han elaborado planos de fallas geológicas a nivel nacional, que son fracturas producidas por la subducción entre dos placas, estas fallas pueden estar activas, detectándose movimientos que pueden ocasionar sismos (Landázuri, 2012).

Una de ellas es el sistema de fallas de Quito, que tiene 45 kilómetros de longitud e inicia en el sector Tambillo hasta las lomas de Puengasí, Lumbisí, El Batán, La Bota, Bellavista y Catequilla, en el sector Mitad del Mundo, donde existen microsismos y eventualmente sismos de mayor magnitud, estimándose que puedan llegar a medir de 6 hasta 6.5 en la escala de Richter (Landázuri, 2012). Además, se ha determinado que la provincia de Pichincha, es una de las zonas en donde han ocurrido sismos con mayor frecuencia dentro del Ecuador, por lo que Quito es una ciudad con alto riesgo sísmico (Landázuri, 2012).

Los terremotos más recientes que ha confrontado la ciudad son aquellos que se suscitaron el 5 de marzo de 1987, con una intensidad de 6.1 y 6.9 grados, en donde existió un número de víctimas que ascendía a 1000 personas y se produjeron deslaves, que ocasionaron la pérdida

de vidas humanas y destrucción de la infraestructura de la zona (Landázuri, 2012). Sin embargo, actualmente se prevé que, si existe un sismo de la misma magnitud y con las mismas características, existirían consecuencias aún más graves debido al crecimiento poblacional (Landázuri, 2012).

De manera que, es necesario conocer que se pueden prevenir las pérdidas tanto humanas como materiales con un adecuado sistema de prevención a través de la comunicación efectiva para mitigar los efectos que puede ocasionar un sismo de gran magnitud, concientizando a las personas sobre la forma en la que deben actuar cuando existe un evento natural de esa categoría y otras acciones de prevención relacionadas con los asentamientos humanos, tomando en consideración que la explotación incorrecta de recursos naturales y la realización de asientos informales incrementan la vulnerabilidad de la población (Landázuri, 2012).

Al determinar el riesgo sísmico ante el cual se encuentra la ciudad de Quito, es fundamental reconocer que, es necesaria una mayor comunicación para la prevención de desastres causados por estos eventos, debido a que, si bien existen directrices propuestas por parte de los organismos estatales, la población no cuenta con una cultura de prevención, lo que se evidencia cada vez que un sismo afecta a la ciudad. Por lo que, es necesaria una campaña dentro de la cual, el sector público, privado, organizaciones sin fines de lucro y la academia puedan participar para educar a la población acerca de este riesgo.

El manejo deficiente en prevención de riesgos se evidencia principalmente en el Índice de Gestión de Riesgos para Latinoamérica el Caribe, que es una herramienta para entender y evaluar el riesgo de desastres en los países de la región (UNICEF, 2018), en donde se ha determinado que Ecuador cuenta con un riesgo muy alto de desastres y crisis humanitarias, un nivel medio en vulnerabilidad y alto en la falta de capacidad de afrontamiento de este tipo de desastres.

En contraste con la situación de ecuatoriana, se puede destacar que Chile es un referente latinoamericano en cuanto a reducción de riesgo sísmico, a pesar de tener similitudes en cuanto a la causa de los sismos con respecto a Ecuador, ya que los eventos sísmicos de Chile también se encuentran relacionados con la subducción de las placas de Nazca y Sudamericana, además de varias fallas geológicas que rodean la ciudad, como la falla de San Ramón, que cuenta con 12 kilómetros de extensión y se encuentra al oriente de Santiago de

Chile (Torres, 2021), esto se debe a su correcto manejo de riesgos y la comunicación integrada para la prevención de desastres ocasionada por sismos, además de la normativa con la que cuenta el país en cuanto a políticas públicas para el manejo de desastres naturales (Pin, 2018), en donde tanto el sector público como privado participan conjuntamente para desarrollar un trabajo colaborativo para disminuir el riesgo sísmico, a través de la generación de un impacto en difusión científica, reflejada en charlas, clases, seminarios y presencia mediática (Universidad de Chile, 2017).

Por lo que, se puede concluir que Chile es uno de los países latinoamericanos más avanzado en cuanto a manejo de desastres naturales, representando un riesgo bajo en cuanto a este tipo de catástrofes dentro del Índice de Gestión de Riesgos para América Latina y el Caribe, en donde se especifica que, a pesar de tener riesgos en cuanto a peligros y exposición a desastres naturales, tienen un nivel bajo en cuanto a vulnerabilidad y falta de capacidad de afrontamiento (UNICEF, 2018).

Se puede concluir que, debido al riesgo existente dentro del Distrito Metropolitano de Quito, es necesario realizar una campaña de comunicación integrada para la prevención de desastres ocasionados por sismos en base a un país líder en manejo de desastres naturales como lo es Chile, específicamente en su ciudad capital Santiago de Chile, para adoptar prácticas eficientes y seguras que permitan el desarrollo de una cultura de prevención para precautelar la seguridad de la población y la reducción de pérdidas tanto materiales como humanas.

## **PROBLEMA**

¿Cuál es la propuesta de campaña de comunicación integrada de marketing para la prevención de desastres provocados por sismos, dirigido al Distrito Metropolitano de Quito, en base a las prácticas utilizadas en Santiago de Chile?

## **OBJETIVOS**

### **General**

Proponer una campaña de comunicación integrada de marketing para la prevención de desastres provocados por sismos, dirigido al Distrito Metropolitano de Quito, en base a las prácticas utilizadas en Santiago de Chile.

## **Específicos**

1. Realizar un diagnóstico situacional de la comunicación integrada utilizada para la prevención de desastres provocados por sismos en el Distrito Metropolitano de Quito y en Santiago de Chile.
2. Efectuar una investigación de mercados en el Distrito Metropolitano de Quito y en Santiago de Chile que permita conocer las actitudes y comportamientos de sus poblaciones.
3. Formular estrategias fundamentadas en comunicación integrada de marketing dirigidas al mercado objetivo “Distrito Metropolitano de Quito”.
4. Elaborar un presupuesto y proyección que permita determinar los beneficios que se obtendrán con la propuesta de campaña.

## **JUSTIFICACIÓN**

Esta investigación surge de la necesidad de concientizar a la población del Distrito Metropolitano de Quito acerca de la prevención de desastres ocasionados por sismos y sus efectos negativos, relacionados con cambios en el entorno que ocasionan pérdidas humanas y materiales, debido a que la ciudad se encuentra ubicada en una zona geográfica propensa y vulnerable a eventos sísmicos, además de los problemas que se encuentran alrededor de la comunicación en cuanto a la prevención del riesgo, ya que existe desconocimiento por parte de la población, acerca de cómo actuar cuando sucede y cómo prevenir pérdidas humanas y materiales, adaptando las prácticas utilizadas dentro de Santiago de Chile para determinar una estrategia de comunicación integrada capaz de crear una cultura de prevención dentro del Distrito Metropolitano de Quito. De manera que, la propuesta de campaña de marketing social se encuentra enfocada hacia diferentes sectores, público, privado y entidades sin fines de lucro, que puedan poner en práctica y aportar dentro de la campaña, con el objetivo de disminuir los desastres ocasionados producto del riesgo sísmico.

El objetivo de este trabajo es establecer una guía para el desarrollo de campañas de comunicación integrada a través de modelos de marketing social dirigido a desastres naturales que pueden causar pérdidas humanas y materiales, proporcionando estrategias y prácticas efectivas para disminuir el riesgo provocado por eventos sísmicos; que pueda ser de útil en el proceso de comunicación continua dentro de la población, con la finalidad de

influir de forma positiva a los individuos proporcionando un cambio de comportamiento, creencias y actitudes respecto a la prevención de desastres naturales de carácter sísmico, siendo un estudio de utilidad para futuras investigaciones que tengan como objetivo la educación de la población respecto a la problemática tratada mediante la aplicación de estrategias de comunicación integrada.

## **MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

### **Definición del Marketing Social**

El Marketing Social se refiere a la planificación, implementación y medición de programas con el objetivo de promover e influir positivamente hacia la adopción de ideas sociales dentro de un grupo objetivo (Kotler & Zaltman, 1971, p.27), tomando en cuenta la aplicación de marketing comercial para la planificación de estos programas (Andreasen, 1994), considerando factores relacionados con el producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados (Kotler & Zaltman, 1971, p.27).

### **Fundamentos del Marketing Social**

Dentro del marketing social se encuentran conceptos de marketing tradicional utilizados como herramientas para promover el cambio de conductas y hábitos de los individuos promoviendo el bien común (Pérez Romero, 2004, p. 89), en donde se utilizan herramientas como investigación y segmentación de mercados, análisis interno y externo de la competencia, toma de decisiones, planeación de campañas y mejoramiento de la receptividad del mensaje por parte de la población objetivo (Justiniano, 2020, p.6).

### **Función del Marketing Social**

El principal objetivo del marketing social es influir positivamente en la conducta de las personas para evitar hábitos nocivos (Guijarro y de Miguel, 2014, p.4). De manera que, al promover causas sociales se busca un compromiso duradero con el cambio de comportamiento de los individuos, enfocándose principalmente en disminuir cierto tipo de problemáticas para promover el bien común de la sociedad (Guijarro y de Miguel, 2014, p.4), a través de la identificación de necesidades sociales, segmentación de mercados, definición de perfiles, donadores, y comportamiento del mercado meta (Pérez Romero, 2004, p.10).

## **Marketing Social y Prevención de Desastres Naturales**

El principal objetivo dentro del marketing social en relación con la prevención de desastres naturales es fomentar en la población una cultura preventiva frente a posibles siniestros para disminuir sus efectos dañinos a través de información adecuada y oportuna, con el fin de influir positivamente en las creencias y actitudes de la población. Representando un aprendizaje continuo a través de un sistema de comunicaciones integradas en donde la población tome actitudes positivas en cuanto a su cuidado y el de su comunidad. De manera que, al utilizar técnicas de mercadeo comercial, es necesario considerar variables relacionadas con el grupo objetivo, cultura, variables ambientales, conocimiento del producto a promocionar y factores individuales y colectivos (Dirección General de la Promoción de la Salud, 2010, p.20). Es así como, se obtendrá un impacto positivo en cuanto a la implementación y fortalecimiento de una cultura preventiva contra desastres naturales, con un énfasis especial en la transmisión de conocimientos mediante la utilización de canales adecuados para comunicar la conducta a adoptar y evaluar el impacto obtenido de las campañas y planes de marketing social, tomando en cuenta la investigación, planeación, ejecución y comunicación, con el objetivo de motivar un cambio positivo en el pensamiento colectivo de los individuos con relación a sus acciones, actitudes y prácticas.

### **Modelo de Marketing de Causas**

El principal objetivo del marketing de causas es el bienestar de la comunidad, siendo necesario detectar las causas de las necesidades y determinar problemas sociales para formular objetivos e identificar los diferentes actores sociales y sus funciones (Pérez Romero, 2004, p.77). De manera que, pueda realizarse un análisis situacional y plantear objetivos, estrategias, esquemas de implementación y medición del programa en cuanto su impacto de acuerdo al bienestar de la comunidad (Pérez Romero, 2004, p.77). Dentro de este modelo los principales puntos a tomar en cuenta son; el bienestar de la comunidad, que se refiere a la identificación de los factores que contribuyen al bienestar de la población relacionados con la educación, cultura, situación socioeconómica, creencias, actitudes, valores, entre otros. Se realiza también el análisis de la necesidad social, que se refiere al estudio de la causa de la problemática social, identificando ideas y creencias de la población (Pérez Romero, 2004, p.78), se reconocen también a los actores sociales y sus funciones, con el objetivo de realizar

una unión de estos sectores para mejorar el programa social (Pérez Romero, 2004, p.77). Por otro lado, el objetivo social, define el alcance y logros dentro del corto, largo y mediano plazo siendo medible y realista (Pérez, 2004, p.78). En cuanto a las estrategias, se refiere a aquellas que serán utilizadas dentro de una campaña de marketing social, que están relacionadas con el programa social (Pérez Romero, 2004, p.78). Dentro de los programas sociales, se analizan acciones en concreto, con indicaciones y tiempos en cuanto a la organización del proyecto (Pérez Romero, 2004, p.79). La implementación, por otro lado, se refiere a la ejecución del programa y medición del impacto (Pérez Romero, 2004, p.79), a través de indicadores para determinar el índice de bienestar social que ha causado el proyecto (Pérez Romero, 2004, p.79).

### **FODA**

Un análisis FODA consiste en determinar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas dentro de un proyecto o empresa como herramienta para realizar un diagnóstico situacional. De manera que, este análisis consiste en la determinación de factores internos y externos, que son fortalezas y debilidades; y oportunidades y amenazas respectivamente, logrando mediante esta herramienta estrategias para obtener un equilibrio de acuerdo a las capacidades internas y la situación externa en la que se encuentra la organización (Ponce, 2007, p.3), permitiendo la toma de decisiones de acuerdo a las características internas de la empresa, adaptándose al entorno en la que se encuentra (Kiziryan, 2015).

### **Investigación de Mercados**

La investigación de mercados es un proceso mediante el cual se obtiene información para identificar oportunidades, problemas, evaluar acciones, monitorear y mejorar el proceso de la mercadotecnia (Bartesagh, 2011, p.1), siendo fundamental para la recopilación y análisis de información con el objetivo de tomar decisiones en cuanto a estrategias de marketing (Kotler, 1996). De manera que, mediante esta metodología se busca aplicar técnicas apropiadas para diseñar el método de recolección de información, administrar el proceso de recolección de datos y comunicación de sus resultados y efectos, mediante la aplicación del método científico (Bartesagh, 2011, p.2), vinculando al consumidor con el vendedor mediante la información (Vargas, 2017, p.10).

## **Segmentación de mercado**

Dentro del proceso de segmentar el mercado se divide a la población en segmentos con características homogéneas (Jaramillo, Guerrero & García, 2017, p.33) en donde se determinará el grupo objetivo hacia el cual va dirigida la campaña de marketing social. De manera que, al segmentar el mercado se utilizarán estrategias de acuerdo a rasgos distintivos, considerando sus necesidades y deseos (Castro, Gómez, Monestel & Poveda, 2014, p.28). Dentro de este proceso, es importante definir aquellas variables que permitirán la identificación de los integrantes del mercado que forman parte del programa social, a través de variables geográficas, demográficas, psicográficas, actitudinales, motivaciones y beneficios buscados (Pérez Romero, 2004, p.189), identificando aquellas características que diferencian unos segmentos de otros, determinando el potencial de los segmentos y el grado que se satisfacen (Staton, Etzel & Walker, 2007, p.150).

## **Objetivos SMART**

Los objetivos SMART son aquellos que por sus siglas en inglés son específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales. Los objetivos al ser específicos, estarán establecidos de forma concreta y por lo tanto serán más fáciles de conseguir, si son medibles proporcionan una meta cuantificable, lo que facilita la medición y seguimiento continuo, el ser alcanzables deben ser posibles dentro del entorno en el que se encuentran, un objetivo relevante se refiere a que debe tener un efecto significativo y los temporales son aquellos que tienen un periodo de ejecución establecido (Centro de Apoyo al Desempeño Académico, 2018).

## **Mix de Marketing Social**

El mix de marketing se encuentra conformado por producto, precio, plaza, promoción, proceso, personal y presentación. El producto dentro del marketing social se relaciona con aquellas ideas que promueven el bienestar de la sociedad (Pérez Romero, 2004, p.252), identificando las creencias que existen dentro de la población acerca de un tema determinado, analizando la problemática para diseñar un producto que contribuya al beneficio social (Pérez Romero, 2004, p.252). El precio dentro del marketing social se refiere al beneficio que espera recibir la población objetivo del producto social, en donde el costo sea menor en relación al beneficio, con el objetivo de que el producto social tenga más valor (Pérez Romero, 2004,

p.259). La plaza se refiere a los lugares físicos en donde se pone a disposición de la población objetivo el producto social (Pérez Romero, 2004, p.265). La principal función de la promoción es dar a conocer, informar, educar, persuadir y concientizar a la población sobre el producto social, tomando en cuenta herramientas como la publicidad, relaciones públicas, venta personal e indirecta, promoción y ventas y publicidad y propaganda (Pérez Romero, 2004, p.267-269). El proceso dentro del mix de marketing social se refiere a los pasos que debe seguir la población objetivo para utilizar los productos sociales (Pérez Romero, 2004, p.275). El personal, es el talento humano que está preparado para atender las necesidades sociales (Pérez Romero, 2004, p.278). Finalmente, la presentación se refiere a la apariencia de espacios interiores y exteriores de la organización que presta el producto social, tomando en cuenta el acceso, la seguridad y agilidad (Pérez Romero, 2004, p.279).

### **Campaña de marketing social**

Para crear una campaña de marketing social es necesario definir y cuantificar los objetivos de la campaña de acuerdo a la metodología SMART y después definir el público objetivo al cual estará dirigida a través de herramientas de segmentación (Mazzoli, 2018). Posteriormente se deben definir los medios, canales y entornos de comunicación, además de las estrategias necesarias para realizar una campaña de alto impacto (Mazzoli, 2018). También, se debe valorar el presupuesto y diseñar el contenido y mensajes que serán utilizados para difundir el producto social a la población objetivo, además de establecer el plan de acción de campaña, determinando las acciones detalladas a realizar, asignando responsables y realizando la medición y control pertinentes (Mazzoli, 2018).

### **Métodos para medir la efectividad de comunicaciones integradas de marketing**

Para medir los resultados de una campaña de marketing se requiere definir estrategias y utilizar indicadores. De manera que, es necesario comenzar estableciendo objetivos en concreto, en donde se establezcan las métricas que serán relevantes analizar (Medina, 2019). Uno de los métodos para medir la efectividad de una campaña es el porcentaje de rebote, que se refiere a la medición de la tasa de éxito o fracaso que tienen los contenidos en plataformas digitales adecuada (Medina, 2019). Por otro lado, también se puede estudiar el primer y el último touchpoint, en donde se determina la efectividad de las estrategias que fueron utilizadas y que permitieron que los visitantes se convirtieran en leads (Medina, 2019). En

cuanto a la minería de opiniones, se refiere tomar en cuenta las opiniones y comentarios de los consumidores ya que son una fuente de información importante en cuanto al análisis de las estrategias, que permitirá la mejora continua dentro de la campaña (Medina, 2019). También se puede medir la efectividad de una campaña a través de inbound links, en donde se observa la influencia que la campaña está teniendo sobre el público objetivo, siendo analizados los sitios web que está utilizando la campaña para crear su propio contenido (Medina, 2019). Por otro lado, el social media management puede medir el éxito y compromiso que está teniendo la campaña dentro de un entorno social a través de contadores, determinando si el contenido está siendo compartido o comentado por otras personas (Medina, 2019).

### **Beneficios**

Los beneficios dentro de una campaña de marketing social pueden ser medidos de diversas formas. Se debe tomar en consideración la difusión del producto social a partir del primer año y comparar sus resultados con los años subsiguientes, tomando en cuenta el margen de difusión expresado en porcentajes como indicador (Pérez Romero, 2004, p. 457), también puede medirse la inversión de acuerdo al presupuesto invertido en periodos de tiempo determinados para cumplir con las actividades de la implementación del programa social, con el objetivo de comparar el crecimiento de los gastos a través del tiempo y el número de personas atendidas (Pérez Romero, 2004, p. 457), además se puede determinar el rendimiento de la inversión, es decir, lograr el objetivo de que más personas adopten el producto social con la menor inversión posible (Pérez Romero, 2004, p. 457), por otro lado, se puede determinar el beneficio social a través del registro de la cantidad de personas que se han beneficiado de forma directa o indirecta de los programas sociales y finalmente se puede establecer la tasa de adopción del producto social dentro de la comunidad para realizar las proyecciones de adopción necesarias (Pérez Romero, 2004, p. 457).

## **DISEÑO METODOLÓGICO**

Para el desarrollo del presente estudio se utilizarán métodos de investigación cuantitativa y cualitativa dentro del Distrito Metropolitano de Quito y de la Región Metropolitana de Santiago, con el objetivo de determinar las prácticas más relevantes utilizadas para la prevención de desastres ocasionados por sismos relacionados con el derrumbe de edificios, grietas y hundimientos de terreno, deslizamientos de laderas y cambios en el régimen de las aguas subterráneas, además de las pérdidas humanas y materiales y los comportamientos, actitudes y creencias de la población objetivo con respecto al riesgo sísmico tomando en cuenta la cultura preventiva de ambos países, con la finalidad de desarrollar una propuesta de campaña de marketing social para concientizar a la población sobre la necesidad del desarrollo de una cultura de prevención frente a los desastres ocasionados por sismos en el Distrito Metropolitano de Quito.

### **Diseño de la Investigación**

Dentro de la presente investigación será utilizado un diseño exploratorio, descriptivo, no experimental, muestral y transversal. La investigación transversal será utilizada para recolectar datos con el objetivo de describir variables y analizar su relación en cuanto a la toma de decisiones de las personas al momento de actuar frente al riesgo de sísmico dentro de su localidad. Se utilizará un diseño exploratorio para conocer aspectos básicos sobre la prevención de riesgos sísmicos y el pensamiento de la población respecto a su cultura preventiva. Finalmente, se utilizará un diseño descriptivo y muestral mediante la investigación cuantitativa y cualitativa para recolectar información de fuentes primarias y secundarias de las poblaciones de las ciudades de Quito y Santiago de Chile.

### **Tipo de Investigación**

Al utilizar herramientas de investigación cuantitativas y cualitativas se recolectarán datos dentro del Distrito Metropolitano de Quito y de la Región Metropolitana de Santiago teniendo en cuenta diferentes metodologías. Para la investigación cualitativa se realizarán entrevistas al personal relacionado con la prevención de riesgos sísmicos tales como ingenieros geógrafos o ambientales y arquitectos; además se utilizará investigación de fuentes secundarias con el objetivo de conocer acerca del manejo de riesgos naturales e información

relevante acerca de prácticas de prevención en Ecuador y en Chile, además se utilizará el método de observación para conocer acerca de las campañas de prevención contra sismos empleadas las ciudades de ambos países, además de identificar las características de los individuos que toman en cuenta las recomendaciones para la prevención de este evento o no. Dentro de la investigación cuantitativa se realizarán encuestas a la población del Distrito Metropolitano de Quito y de la Región Metropolitana de Santiago con el objetivo de conocer acerca de la cultura de prevención dentro de ambos países.

**Tabla 1.** Diseño Metodológico

<b>Tipo de Fuente</b>	<b>Fuente</b>	<b>Técnica de Recolección</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Procesamiento de Datos</b>
Primaria	Especialistas	Entrevistas	Cuestionario	Resumen Narrativo
Primaria	Grupo objetivo	Observación	Guía de observación	Resumen narrativo y fotografías.
Primaria	Grupo Objetivo	Encuestas	Cuestionario	Estadísticas, tablas, figuras.
Secundaria	Libros	Investigación Documental	Búsqueda en Internet	Resumen Narrativo
Secundaria	Artículos	Investigación Documental	Búsqueda en Internet	Resumen Narrativo
Secundaria	Páginas web	Investigación Documental	Búsqueda en Internet	Resumen Narrativo

# 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

## 1.1. Análisis Situacional del Distrito Metropolitano de Quito

Ecuador es uno de los países con mayor riesgo sísmico dentro del continente americano, reflejado en el número aproximado de víctimas acumuladas durante el período post conquista, donde alrededor de 70.000 personas han perdido la vida debido a esta catástrofe (Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, 2019). La vulnerabilidad del país está relacionada con la zona de subducción de la placa de Nazca bajo la placa Sudamericana; siendo esta la razón que desencadenaría los sismos más grandes en la historia del país (Banco Interamericano de Desarrollo, 2018).

La República del Ecuador cuenta con una extensión de 283.561 km<sup>2</sup>, se ubica al Noroeste de América del Sur, limita al norte con Colombia, al sur y este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico. El territorio insular o archipiélago de Galápagos, se ubica a 1000 km al oeste del continente (BID, 2018). La cordillera de los Andes divide al Ecuador continental en tres regiones diferentes: Costa, Sierra y Amazonia; con características propias en cuanto a biodiversidad, clima, tipos de suelo, paisajes y regímenes pluviales, todas ellas sujetas a la acción de diversas amenazas naturales que las afectan de manera igual entre sí, siendo los terremotos una de las catástrofes más comunes dentro del territorio nacional (BID, 2018).

### Riesgo Sísmico

El Ecuador está expuesto a frecuentes fenómenos y desastres naturales, siendo los sismos uno de los más recurrentes, obligando a la sociedad a desarrollar una cultura preventiva sobre la gestión de riesgos ante futuras catástrofes (Universidad San Francisco de Quito, 2017).

Un desastre se produce por una catástrofe a través de un proceso de crisis, siendo importante reconocer que a lo largo de la historia del Ecuador han ocurrido una serie de eventos catastróficos, cómo: movimientos sísmicos, erupciones volcánicas, epidemias, cambio climático y desplazamientos e inundaciones causadas por el fenómeno de El Niño. Todos estos sucesos deben ser considerados como una posibilidad, para que el país se enfrente a un escenario complejo que afecte negativamente a la población de forma individual y colectiva (USFQ, 2017).

La vulnerabilidad latente del Ecuador se encuentra determinada por su ubicación geográfica, ya que contiene uno de los sistemas volcánicos más extensos del mundo atravesado por la Cordillera de los Andes. Existiendo, según el Global Volcanism Program de la Smithsonian Institution (GVP-SI), el Instituto Geofísico de la Escuela Politécnica Nacional (IGEPN) y la Secretaría de Gestión de Riesgos, 98 volcanes en el país, de los cuales 31 están activos (USFQ, 2017).

El Ecuador está expuesto a una permanente actividad sísmica debido a que forma parte del “Cinturón de Fuego del Pacífico”, que se encuentra conformado por varios volcanes activos (USFQ, 2017). Estos fenómenos se deben a la subducción de la placa de Nazca y Sudamericana; ocasionando de esta manera una falla geológica, que se deriva en fracturas que causan movimientos sísmicos (USFQ, 2017).

Es necesario analizar a la vulnerabilidad como un factor determinante que incide ante los daños causados por distintos tipos de desastres naturales o de las situaciones provocadas por estas afectaciones dentro del ámbito económico, social y ambiental (USFQ, 2017). Cabe recalcar que los percances antes mencionados crean un escenario de vulnerabilidad distinta para aquellos habitantes de zonas de mayor riesgo. Por este motivo, debido a las frecuentes amenazas a las que la población se encuentra expuesta, es posible deducir que en la actualidad los individuos se enfrentan ante una “sociedad de catástrofes”, denominado así por un evento poco predecible que puede afectar de forma exponencial la vida cotidiana de una población entera, ya que la vulnerabilidad está arraigada a los procesos sociales en distintas zonas del país, pudiendo ser propensas o no debido a su fragilidad, susceptibilidad o falta de resiliencia ante distintas amenazas naturales (USFQ, 2017).

Los mayores daños causados por terremotos se han registrado en la zona de la Sierra Central y Norte, debido al tipo de construcciones que han predominado en esta región, siendo el adobe un material débil para soportar un evento sísmico (BID, 2018). Las características de estos sismos son: una magnitud moderada de M 5 – M 7.5 y una ubicación en la zona de subducción (SNGRE, 2019).

Una alta densidad poblacional y presiones de desarrollo urbano hacen que el país sea altamente vulnerable a sismos, en donde producto de estos eventos han ocurrido pérdidas humanas y desaceleración económica (SNGRE, 2019). Los sismos históricos en Ecuador se

han producido tanto con la Costa como en la Sierra, dentro de la región andina han ocurrido en Ambato en 1698, Latacunga en 1757, Riobamba en 1797, Ibarra en 1868, Ambato en 1949 y Nororiente en 1987; y en la costa, se han producido terremotos con impacto regional significativo como son los de 1906 en Manabí-Esmeraldas, 1942 en Manabí-Guayas, 1953 en el Oro-Guayas, 1958 en Esmeraldas, 1998 Bahía de Caráquez y 2016 en Manabí-Esmeraldas (BID, 2018).

Las pérdidas humanas y económicas ocasionadas por eventos sísmicos han incidido en el crecimiento del país y en la sostenibilidad de su desarrollo (SNGRE, 2019), por ejemplo, el terremoto del Nororiente en 1987, ocasionó la muerte de al menos 1000 personas y pérdidas materiales que ascendían a USD 1000 millones, por la rotura del oleoducto transecuatoriano, o el terremoto de 2016 con epicentro en Manabí, dejando alrededor de 663 fallecidos y pérdidas estimadas en USD 2250 millones (BID, 2018).

### **Contexto de la Gestión de Riesgos en Ecuador: Política Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres**

Debido a que los desastres naturales son cada vez más frecuentes, es necesario desarrollar un sistema de comunicación para informar acerca de los principales eventos que afectan a las sociedades más vulnerables (USFQ, 2017). La capacidad de prevenir catástrofes permite anticipar desastres naturales, siendo el marketing social partícipe de la búsqueda y promoción de información acertada sobre una correcta gestión de riesgos hacia toda la ciudadanía del Ecuador (USFQ, 2017).

Para entender de forma correcta el panorama actual del país en tema de gestión de riesgos se debe construir una introspección desde el Gobierno donde se desarrolló la iniciativa de crear un espacio donde se refleje la magnitud de los desastres naturales y sus vastas catástrofes.

### **Gobierno de Rafael Correa**

Los países de la Región Andina son especialmente vulnerables ante el riesgo sísmico, por lo que a través del estudio de “Evaluación del Impacto Socioeconómico y Ambiental de los Desastres” realizado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL),

en el 2003, se determinó que el 33% de pérdidas directa e indirectas registradas en la región fueron ocasionadas por sismos (EIRD, 2009).

Por otro lado, el estudio de la CEPAL, “Las Economías más Pequeñas de América Latina y el Caribe: Especificidades y Desafíos”, en el 2001 señaló que, en muchas de las economías pequeñas de la región, los desastres ocurren frecuentemente, afectando a la población y a la economía, siendo Ecuador uno de los países que más podría verse afectado debido a sus carencias en tema de gestión de riesgos (EIRD, 2009).

En el Ecuador no se han realizado estudios que determinen la causalidad entre los desastres y la tasa de crecimiento económico (EIRD, 2009). Sin embargo, al analizar el comportamiento del PIB durante los últimos veinte y cinco años, se ha podido determinar la coincidencia entre la ocurrencia de un gran desastre como el fenómeno El Niño 1983, el sismo de 1987, fenómeno El Niño 97-98 y la caída del PIB, por lo que se puede concluir que, un desastre natural puede causar daños internos del país, siendo necesaria una institución que vele por estos escenarios (EIRD, 2009).

Es importante también remarcar que el Ecuador es vulnerable ante amenazas geológicas relacionadas con sismos, erupciones volcánicas, inundaciones, tsunamis, entre otros, ubicándose en el puesto número cinco en el ranking mundial de puntos calientes de desastres (EIRD, 2009).

Frente a esta situación, el Gobierno Nacional, presidido por el ex Presidente Rafael Correa, impulsó el desarrollo de la gestión de riesgos con el objetivo de fortalecer el tema en el país, incorporándose transversalmente como una política de Estado, con un enfoque prospectivo y con el objetivo de construir una cultura preventiva en todos los niveles de la sociedad y el Estado (EIRD, 2009).

En este sentido el Plan Nacional de Desarrollo inserta el tema en su objetivo número cuatro, que promueve el desarrollo de un ambiente sano y sustentable, la garantía del acceso al agua, aire y suelo seguros; y también en el objetivo número doce donde se puntualiza, la reforma del Estado para el bienestar colectivo (EIRD, 2009).

Por otro lado, en la política 4.10 del Plan Nacional de Desarrollo, se propone la incorporación e implementación de un sistema eficiente y dinámico del manejo del riesgo y la reducción de

la vulnerabilidad en la gestión del Estado y la sociedad, mientras que en el punto 12.6, se propone la mejora de la gestión de la banca y empresas públicas a través del fortalecimiento los mecanismos de regulación sobre estos eventos de vulnerabilidad ocasionados por catástrofes naturales (EIRD, 2009).

Es así como la implementación de un sistema eficiente del manejo de riesgos y vulnerabilidad poblacional fue acertado ya que, en conjunción con el Plan Nacional de Política Exterior, se afirma que es necesario contar con asistencia técnica y financiamiento a través de la cooperación internacional para elaborar y ejecutar un Plan Nacional de Desastres. Por otro lado, el lineamiento estratégico toma en cuenta la colaboración de las autoridades en la elaboración de un Plan Nacional de Desastres que delimite las vulnerabilidades y necesidades del país, en donde se establezcan prioridades, acciones y tipos de cooperación internacional, realizando una institucionalización sobre un organismo que reconozca la importancia de los desastres naturales y su correcto manejo (EIRD, 2009).

La nueva institucionalidad de la gestión de riesgos en el Ecuador se considera una oportunidad, ya que al tomar en cuenta la gestión de riesgos, se debe cambiar la percepción de la población con el objetivo de modificar condiciones de riesgo latentes, actuando sobre las causas que los producen (EIRD, 2009), siendo la gestión de riesgos de vital importancia dentro del ámbito personal e institucional antes de realizar cualquier acción preventiva (EIRD, 2009).

De manera que, el Gobierno ecuatoriano ha desarrollado tres acciones en concreto dentro de la gestión de riesgos del país (EIRD, 2009). En primer lugar, el Poder Ejecutivo apoyó en la Emergencia Nacional durante el invierno del 2008, reconocido como el desastre mejor atendido en los últimos años en el país; en segundo término, la creación de la Secretaría Técnica de Gestión de Riesgos por Decreto Ejecutivo; y, por último, la incorporación de la gestión de riesgos dentro de la nueva Constitución del Ecuador (EIRD, 2009).

La misión y la visión de la Secretaría Técnica de Gestión de Riesgos, posibilitan la construcción de la gestión de riesgos en colaboración de todos los ciudadanos, tomando en cuenta a los sectores menos favorecidos como actores proactivos dentro de su entorno y la promoción de valores que fomentan una mayor solidaridad entre las personas (EIRD, 2009).



**Figura 1.** Institucionalización de la Gestión de Riesgos

*Nota. Institucionalización de la Gestión de Riesgos con la creación de la Secretaría de Gestión de Riesgos en el país [Fotografía], por Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, 2013, Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (<https://www.gestionderiesgos.gob.ec/sndgr-marca-un-antes-y-un-despues-en-gestion-de-riesgos-segun-presidente-correa/#:~:text=Rafael%20Correa%2C%20destac%C3%B3%20como%20uno,de%20Riesgos%20en%20el%20pa%C3%ADs.>)*

## **Gobierno de Lenín Moreno**

Dentro de la gestión del ex Presidente Lenín Moreno se llevó a cabo el Acuerdo Nacional para la Reducción de Riesgos y Desastres 2030, que fue formalizado mediante un evento organizado por el Gobierno Nacional en conjunto con el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (SNGRE) en Manta con la presencia de diversas entidades públicas y privadas involucradas en la gestión de riesgos. El evento fue presidido por el ex Vicepresidente de la República, Otto Sonnenholzner (SNGRE, 2020), que remarcó que dentro de la gestión de riesgos se debe tomar en cuenta principalmente la prevención y después la reconstrucción (SNGRE, 2020), siendo el objetivo del acuerdo definir políticas para la construcción de procesos y compromisos que permitan la reducción de riesgos en el país (SNGRE, 2020).

Los cinco principales ejes temáticos del acuerdo serán trabajados en diferentes mesas de trabajo por los distintos actores del SNGRE, con el objetivo de estimular el cumplimiento y la transparencia de la Norma Ecuatoriana de la Construcción (NEC) para próximas

construcciones que sean más seguras, además de la promoción de la Ley del Código Orgánico de Seguridad del Estado (SNGRE, 2020).

Con el objetivo de crear líneas generales para el cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, se realizó el Acuerdo Nacional Ecuador 2030, denominado Diálogo Social Nacional, lanzado oficialmente el 6 de mayo de 2019, en donde se establece un espacio multisectorial que permita consensos y aportes que mejoren la gobernabilidad del país (SNGRE, 2020).

Los ejes temáticos tratados en este evento fueron (SNGRE, 2020):

- Incorporación de la gestión de riesgo de desastres en la planificación nacional y local.
- Promoción de la entrada en rigor de la Ley del Código Orgánico de Seguridad del Estado
- Cumplimiento, control, transparencia y rendición de cuentas de la Norma Ecuatoriana de la Construcción (NEC).
- Construcción de mecanismos financieros para la gestión de riesgo de desastres.
- Acuerdos y acciones público – privado para la gestión de riesgo de desastres.



**Figura 2.** Plan Nacional de Respuesta ante Desastres

*Nota. La Secretaria de Gestión de Riesgos, Alexandra Ocles, hizo la entrega oficial del Plan Nacional de Respuesta ante Desastres, al Presidente de la República, Lenín Moreno. [Fotografía], por Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, 2018, Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (<https://www.gestionderiesgos.gob.ec/ecuador-cuenta-con-su-propio-plan-nacional-de-respuesta-ante-desastres-disenado-por-la-sgr/>)*

## **Gobierno de Guillermo Lasso**

El actual presidente de Ecuador, Guillermo Lasso, suscribió un convenio interinstitucional por un valor total de 300 millones de dólares para la promoción de inversiones destinadas a reducir el riesgo de desastres (Agencia EFE, 2022).

En la provincia de Los Ríos, se firmó un acuerdo entre el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (SNGRE) y el Banco de Desarrollo de Ecuador (BDE), que permite a esta entidad bancaria la estructuración de un producto financiero que podrá ser utilizado para diferentes proyectos (SWI swissinfo.ch, 2022).

Por otro lado, el presidente se reunió con las autoridades locales y recorrió las zonas afectadas por varios eventos naturales provocados por el temporal invernal, se observaron los daños que permanecen latentes producto del sismo ocurrido el 16 de abril de 2016 en Manabí, en donde estos eventos dejaron estragos que provocaron el desbordamiento de los ríos Balsa, San López, San Pablo, Quevedo, Mocache y Estero del Lagarto, así como también consecuencias perjudiciales como colapsos estructurales, inundaciones y socavamientos (SWI swissinfo.ch, 2022). Se calcula que estos desastres dejaron 1.600 personas damnificadas, 281 viviendas y más de 2.000 hectáreas de cultivos afectadas, denotando que el paso de dos gobiernos anteriores aún no ha podido crear un sólido plan de gestión de riesgos (SWI swissinfo.ch, 2022).

De manera que, se remarcaron puntos relacionados con la inversión y fortalecimiento institucional para reducir el riesgo de desastres, que deben ser presentados por los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) y sus empresas públicas (SWI swissinfo.ch, 2022), en donde se prevé que esta inversión pueda utilizarse en proyectos de rehabilitación de sistemas de servicios básicos como agua potable, electricidad y mejores materiales para futuras construcciones que sean sismo resistentes (SWI swissinfo.ch, 2022).



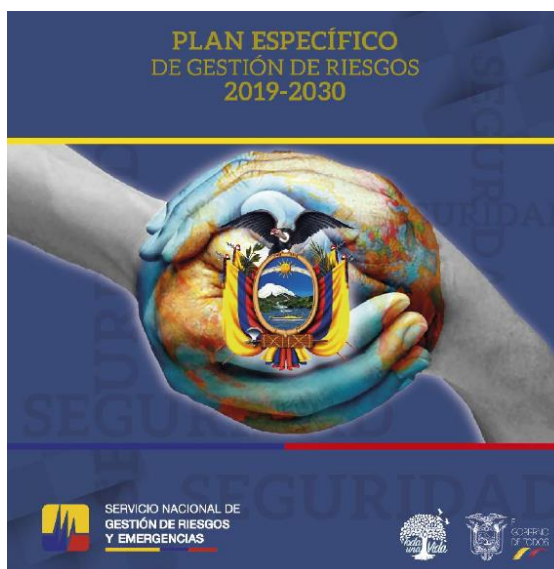
**Figura 3.** Firma convenio para promover inversiones destinadas a reducir riesgo de desastres

*Nota. Lasso firma convenio para promover inversiones destinadas a reducir riesgo de desastres* [Fotografía], por La República EC, 2022, La República EC (<https://www.larepublica.ec/blog/2022/02/18/lasso-firma-convenio-promover-inversiones-destinadas-reducir-riesgo-desastres/>)

### **Plan Nacional de Respuesta ante Desastres**

La Constitución de la república del Ecuador asegura la protección ante efectos o desastres ocasionados por origen natural o antrópico, a través de la correcta prevención del riesgo, su mitigación y recuperación, conjuntamente con el mejoramiento de condiciones sociales (GAD Provincial de Pastaza, 2019), económicas y ambientales de la población, teniendo como objetivo el alivianar las condiciones de vulnerabilidad de la población en general (SNGRE, 2019).

Este plan permite entender las dimensiones y procesos que conlleva la gestión de riesgos, también en donde se encuentran comprometidos cada uno de los actores del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos (GAD Provincial de Pastaza, 2019), como responsables de las distintas acciones orientadas hacia la protección de la ciudadanía, a través de normativa constitucional, normativas internacionales y marcos de acción regionales y globales para la reducción del riesgo de desastres (SNGRE, 2019).



**Figura 4.** Plan de Gestión de Riesgos 2019-2030

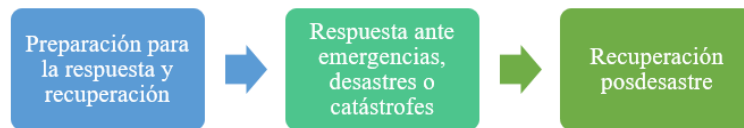
*Nota.* *PLAN ESPECÍFICO DE GESTIÓN DE RIESGOS 2019-2030* [Fotografía], por Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, 2019, Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (<https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/07/plan-nacional-riesgos-web.pdf>)

### **Manejo de desastres y recuperación**

Este apartado del plan hace alusión a los distintos procesos que se deben realizar con anticipación para gestionar de forma correcta las situaciones de emergencia dentro del territorio nacional, siendo el enfoque principal la gestión reactiva, ya que permite magnificar una preparación precisa en caso de desastre, con el fin dar una respuesta eficaz y solventar todos los estragos ocasionados en ámbitos de recuperación (SNGRE, 2019). En tal efecto se deberá tomar en consideración los siguientes procesos:

**Preparación para la respuesta y recuperación:** Se encuentra relacionado con las capacidades desarrolladas mediante el conocimiento acerca del manejo de la gestión de riesgos por todos los actores que involucran la gestión de riesgos dentro del país desde los gobiernos hasta las comunidades y sociedad civil, con el objetivo de prevenir, responder y recuperarse efectivamente de los impactos de desastres naturales (SNGRE, 2019), a través del desarrollo de estrategias para fortalecer la cooperación entre los Comités de Operaciones de Emergencia (COE), mesas técnicas y grupos de trabajo; que deben contar con un modelo estratégico de funcionamiento (SNGRE, 2019).

- **Respuesta ante emergencias, desastres o catástrofes:** Se refiere a la implementación de medidas antes, durante y después de un desastre con el objetivo de reducir sus impactos negativos, tomando en cuenta las necesidades básicas de la población (SNGRE, 2019), a través del Plan Nacional de Respuesta con la participación de todos los actores del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos a nivel sectorial y territorial (SNGRE, 2019).
- **Recuperación posdesastre:** La recuperación se refiere a la mejora de la calidad de vida de la comunidad afecta por un desastre, impulsando la mejora de la economía, actividades sociales y ambientales a través de los principios de desarrollo sostenible con el objetivo de evitar desastres a futuro (SNGRE, 2019), remarcándose los procesos de rehabilitación y reconstrucción (SNGRE, 2019).



**Figura 5.** Manejo de desastres y recuperación

### **Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos**

Los actores que intervienen en la gestión de riesgos se determinan a través del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos (GAD Provincial de Pastaza, 2019), de acuerdo al artículo 389 de la Constitución de Ecuador, por las unidades de gestión de riesgos de las instituciones públicas y privadas, la participación ciudadana y a los diferentes actores que se relacionan y contribuyen con el tema (SNGRE, 2019).

## Actores del Sistema Nacional descentralizado de Gestión de Riesgos



**Figura 6.** Actores del SNDGR

*Nota.* *Actores del SNDGR*, por Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, 2019, Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (<https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/07/plan-nacional-riesgos-web.pdf>)



**Figura 7.** Objetivos del Plan Específico de Gestión de Riesgos 2019-2030

*Nota. Objetivos del Plan Específico de Gestión de Riesgos 2019-2030, por Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, 2019, Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (<https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/07/plan-nacional-riesgos-web.pdf>)*

### **Comunicación para la prevención de riesgos sísmico y situaciones de desastre**

En el momento que ocurrió el terremoto del 16 de abril del 2016, se evidenció la gestión de diversos organismos en cuanto a la comunicación dentro de situaciones de desastre. La Cruz Roja Ecuatoriana (CRE) fue el principal actor dentro de este escenario de desastre que afectó a gran parte de la costa ecuatoriana, poniendo a prueba la capacidad de respuesta de la institución que ha trabajado en el país desde 1910 (USFQ, 2017). Sin embargo, no existe evidencia de un sistema de comunicación ante el riesgo sísmico de otras instituciones tanto públicas como privadas.

El principal aporte de la CRE fue la movilización de recursos humanos y financieros nacionales e internacionales con el objetivo de salvar vidas. Por otro lado, dentro del proceso de comunicación después del desastre se difundió información solicitando donaciones y ayuda para los damnificados (USFQ, 2017).

Una vez que se ha determinado una emergencia, su protocolo se encuentra sujeto a un plan de contingencia interno en donde se convoca a un Comité de Crisis, que se encuentra conformado por autoridades con el objetivo de tomar decisiones inmediatas para la activación de equipos de trabajo a nivel nacional y local para la movilización de recursos (USFQ, 2017).

La Cruz Roja Ecuatoriana trabaja en conjunto con el Comité Internacional de Reporteros Sin Fronteras para la identificación de víctimas nacionales e internacionales, por lo que esta asociación colabora estableciendo contacto familiar y localización de víctimas de todas partes del mundo (USFQ, 2017).

En cuanto a la emisión de información la Cruz Roja Ecuatoriana trabaja a través de la Evaluación de Daños y Análisis de Necesidades de las principales zonas afectadas, emitiendo boletines de prensa a nivel nacional solicitando recursos y donaciones para los damnificados (USFQ, 2017), también existe colaboración con medios de comunicación internacionales para obtener información sobre la situación dentro del país y realizar donaciones (USFQ, 2017)

Dentro de lo ocurrido en Manabí, se destaca la necesidad de preparación antes de un desastre natural con el objetivo de prevenir los riesgos y minimizar daños en el futuro. Por lo que, se determina que es necesario contar un tratamiento psicológico antes de que los voluntarios se expongan hacia una zona de riesgo, ya que las personas que se dirigieron hacia la zona cero, no se encontraban mentalmente preparadas para enfrentar distintos escenarios de devastación, convirtiéndose en víctimas del evento, siendo necesario contar con medidas de prevención frente a estas situaciones (USFQ, 2017).

La CRE enfatiza que la información en caso de desastres es dinámica, ya que los datos recogidos cambian con frecuencia hasta determinar un balance final de los daños tanto humanos como materiales (USFQ, 2017). Finalmente, se concluye que los medios no son socialmente responsables acerca de cómo pueden ayudar para que no se siembre el desorden, lamentablemente el Ecuador sigue sin estar preparado ante distintos escenarios que resultan de los desastres naturales, además de no contar con una buena promoción de información acertada y poca difusión de un plan de marketing social direccionado a este tema (USFQ, 2017).

### Modelo de marketing de causas



**Figura 8.** Modelo de marketing de causas Distrito Metropolitano de Quito

Nota. Adaptado de *Marketing social Teoría y Práctica* (p.77), por Pérez Romero, 2004, PEARSON Prentice Hall.

Con el objetivo de alcanzar el bienestar de la comunidad es necesario conocer las necesidades y causas que provocan los malestares sociales para formular objetivos e identificar actores sociales y sus funciones con el fin de ocasionar un impacto positivo en la comunidad (Pérez Romero, 2004, p.77).

### **Bienestar de la comunidad:**

Se puede evidenciar que las catástrofes naturales y sus estragos representan una problemática social, en donde el correcto funcionamiento de una campaña social informativa es esencial para el bienestar de la población dentro de Quito, Ecuador, debido a que, se pudo concluir en base a la investigación antes realizada que el país no está preparado para enfrentar una catástrofe y que carece de conocimiento sobre la prevención ante el riesgo sísmico dentro de la ciudad y sus efectos nocivos, por lo que, es necesario asegurar el bienestar de la ciudadanía a través de un correcto manejo de la comunicación integrada.

### **Detección de la necesidad social:**

En cuanto a la necesidad social detectada en gestión de riesgos, se debe observar la causa por la cual la mayoría de la población de Quito, Ecuador debe tener conocimiento sobre la prevención del riesgo sísmico. De manera que, la población debe saber cómo prevenir el riesgo para evitar los efectos negativos ocasionados por sismos. El objetivo principal es evitar pérdidas humanas y materiales, a través del mejoramiento de la incipiente educación que tiene la población con respecto a cuidados y reglas que se deben cumplir al producirse un desastre, además de fomentar una mayor instrucción hacia el cuidado de las viviendas y los materiales correctos a utilizar dentro de las construcciones.

### **Actores sociales y sus funciones:**

Es importante denotar distintos actores sociales, como el sector público, privado y sin fines de lucro. Existe una apertura por parte del Estado para crear una conciencia colectiva en tema de gestión de riesgos a través de un manejo consolidado en el plan de Riesgos existente, por lo que, será necesario implementar una campaña de comunicación donde todos los actores tengan participación dentro de la estrategia que se busca impartir a través de esa promoción.

Es importante reconocer el rol de cada uno de los sectores, para que se desarrollen programas de comunicación y bienestar eficaces y eficientes junto a la cooperación del Estado para tener una organización logística compacta, resultando en beneficios que impulsen el desarrollo de una sociedad mucho más preparada ante este tipo de catástrofes. Finalmente, otro actor que debe tener apertura es la academia, que aporten hacia la creación y difusión de conocimiento hacia la población en cuanto a la gestión del riesgo sísmico.

**Objetivo social:**

El objetivo principal de la campaña será instruir correctamente a la población de Quito, Ecuador para que entiendan el riesgo latente ante los efectos negativos ocasionados por sismos, con el objetivo de tener una efectividad completa a través de un correcto funcionamiento de las estrategias de comunicación integrada dentro de la promoción de dicha campaña.

**Estrategias:**

Las estrategias que promoverán un impacto positivo de la campaña en la población, están determinadas en ejes de acción que permitan una difusión eficaz de la información, mediante actores de información pública, medios de comunicación, creación de espacios que brinden educomunicación a la ciudadanía, comunicación interna, comunicación externa, promoción de la campaña y el apropiado mantenimiento de todos estos factores, resultando en una campaña que maneje acertadamente la comunicación a través del apoyo logístico y de diversos actores como el sector público, privado, la academia y organizaciones sin fines de lucro.

**Programas sociales:**

Las atenciones brindadas por el Estado a raíz de la implementación de un mejor desarrollo en tema de gestión de riesgos permitieron que exista la apertura para concientizar sobre la importancia sobre el tema, a través de acciones concisas que permiten que los parámetros establecidos sean cumplidos. Sin embargo, no existen campañas de comunicación integrada sobre la prevención de riesgos y el respectivo cuidado que la población debe tener en estos casos, por lo que se debe realizar una campaña de comunicación para que la población pueda tener acceso y conocimiento sobre las acciones de prevención en cuanto al riesgo sísmico.

### **Implementación:**

La ejecución y promoción es responsabilidad del Estado, ya que este fue el encargado de realizar el Plan Nacional de Respuesta ante Desastres. Sin embargo, existe una apertura del sector público para que exista una unión entre varios sectores estratégicos con el objetivo de poder expandir el alcance del plan. A pesar del vínculo inexistente, un rol compacto entre estos actores ayudará a que el proceso de promoción sea correcto, en donde actualmente carece de seguimiento y ejecución; el plan existe, pero no incluye a la población dentro de él, es por esto que se necesita responsabilidad en su fomento.

### **Impacto:**

El impacto que se busca con la campaña a implementar es que la población de Quito, Ecuador desarrolle una cultura preventiva en cuanto al manejo del riesgo sísmico. Actualmente no existe un estudio que valide el impacto de la gestión de riesgos, debido a que se cuenta con datos de años anteriores que muestran que el Ecuador maneja muy bien la situación en tema de catástrofes. De manera que, en base a esa idea se puede atestiguar que, promocionando una correcta campaña de marketing sobre el tema, muchas personas podrán verse beneficiadas ya que tendrán el conocimiento y la ayuda a poder sobrellevar un escenario como este.

### **Conclusión del modelo**

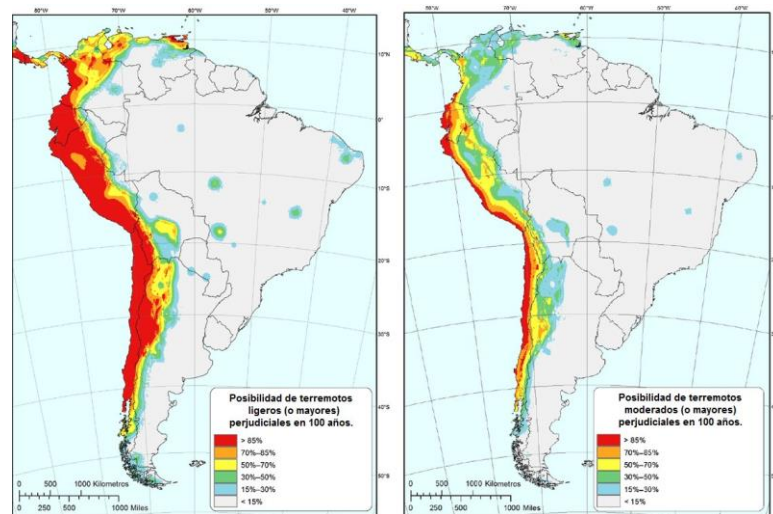
Este modelo logra presentar un entorno mejor estructurado para una campaña como la que se busca implementar en Quito, Ecuador, la estrategia de comunicación integrada ayudará a que la futura campaña de marketing social sea un éxito, tanto en impacto como en la formación educativa de la población, siendo un referente para que el país pueda percibir que este tema es urgente y que la problemática social es un tema de seguridad nacional. Actualmente no existe la estructura ni promoción necesaria para cambiar la percepción de las personas sobre sus propias conductas nocivas y sus efectos. Se puede concluir que, gracias al planteamiento de la estrategia que se busca poner en marcha, el objetivo principal es salvaguardar el bienestar de la ciudadanía a través de la prevención mediante una campaña de comunicación integrada exitosa.

## 1.2. Análisis Situacional de Santiago de Chile

### Contexto de la Gestión de Riesgos en Chile

Chile se encuentra ubicado en el sudoeste de América del Sur, limitando al sur con el paso Drake, al este con Bolivia y Argentina y al oeste con el Océano Pacífico (Ordóñez Díaz, Montes Arias & Garzón Cortés, 2017). De manera que, esta ubicación geográfica y las características de su territorio hacen que este país sea propenso a eventos naturales extremos, siendo Chile un lugar en donde se concentra uno de los más altos niveles de actividad sísmica en el mundo, por lo que, los terremotos son uno de los fenómenos más frecuentes y relevantes debido a sus consecuencias económicas y número de personas afectadas, registrándose diariamente un promedio de 200 sismos (DIPECHO, 2010).

La actividad sísmica de Chile se encuentra determinada por la convergencia entre las placas tectónicas de Nazca y Sudamericana, debido a la existencia de un proceso de subducción de la placa de Nazca por debajo de la Sudamericana, que ocasiona un empuje anual de 11cm aproximadamente (Banco Interamericano de Desarrollo, 2015, p.57).



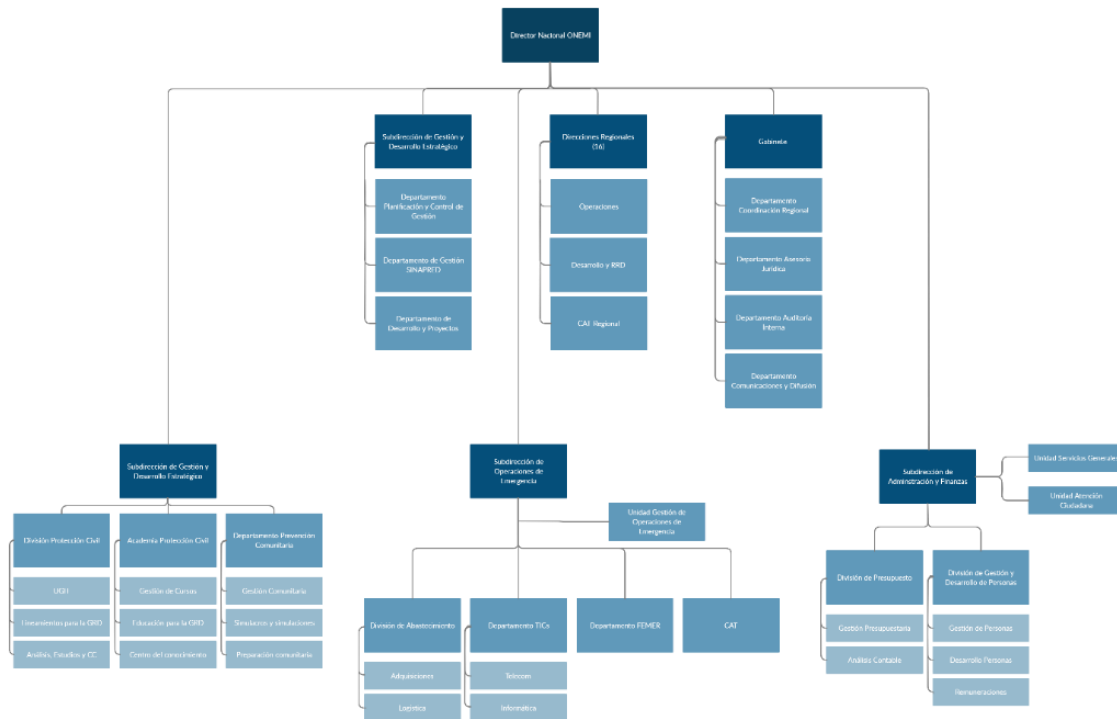
**Figura 9.** Mapas de América del Sur que muestran proyecciones de terremotos en los próximos 100 años

*Nota. Mapas de América del Sur que muestran proyecciones de terremotos en los próximos 100 años [Fotografía], por USGS, 2018, USGS (<https://twitter.com/RedGeoChile/status/975091010962362368/photo/1>)*

A partir del terremoto de 16 de agosto de 1906 ocurrido en Valparaíso, se determina la necesidad de crear un registro de sismos y su frecuencia, con el objetivo de obtener

información científica para conocer la realidad nacional, por lo que el 1 de mayo de 1908 se funda el Centro Sismológico Nacional (CSN) dentro de la Universidad de Chile, contribuyendo significativamente a la Gestión de Riesgos del país (Barrenechea Riveros, s.f.), registrándose a partir de su funcionamiento grandes eventos sísmicos como el terremoto de Chillán de 1939, que conjuntamente con el terremoto de Valparaíso acumularon cincuenta mil víctimas, además del terremoto de Valdivia en 1960, que afectó a trece provincias del país y cambio la geomorfología de la zona (DIPECHO, 2010). Posteriormente, luego del terremoto de 1960 el gobierno de turno dispone la creación de políticas públicas relacionadas con normativa sismo-resistentes para todas las construcciones de edificaciones y viviendas, siendo actualizada posteriormente por los terremotos de 1985 y 2010, en donde estos estándares han permitido disminuir el impacto negativo ocasionado por terremotos (DIPECHO, 2010).

Por lo que, se crea el Sistema Nacional de Protección Civil, que posteriormente amplía sus facultades hacia la Oficina Nacional de Emergencias (ONEMI), creada el 22 de marzo de 1974, mediante la el Decreto Ley N° 369 (Bordas Coddou, 2006), siendo la institución encargada de coordinar el Sistema Nacional de Protección Civil, cuya función es diseñar y ejecutar medidas de prevención, respuesta, y rehabilitación frente a desastres naturales (Ordóñez Diaz, Montes Arias & Garzón Cortés, 2017). Actualmente, la ONEMI se encarga de desarrollar las estrategias de prevención, mitigación y preparación tomando en cuenta la vulnerabilidad como un factor para intervenir dentro de la gestión de riesgos (Bordas Coddou, 2006), siendo este un organismo articulador de políticas públicas que impulsen la prevención, respuesta y rehabilitación frente a desastres naturales.



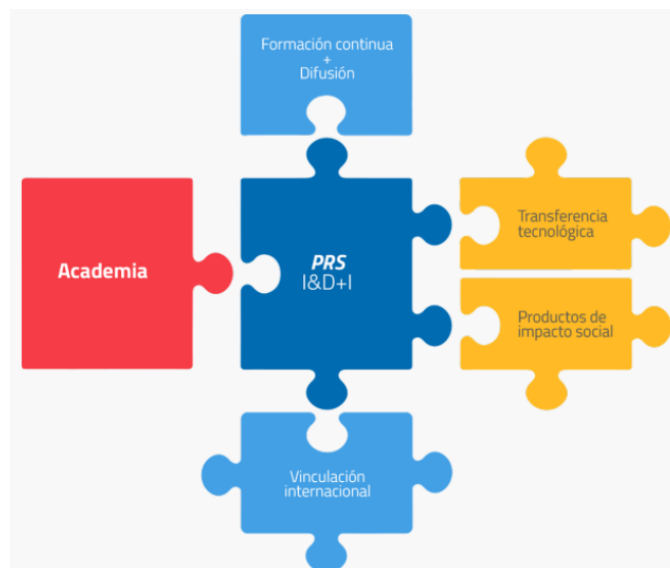
**Figura 10.** Organigrama ONEMI

*Nota.* Organigrama de la Oficina Nacional de Emergencia, por ONEMI, 2022, ONEMI Ministerio del Interior y Seguridad Pública ([https://www.onemi.gov.cl/wp-content/uploads/2021/11/ORGANIGRAMA\\_2021.pdf](https://www.onemi.gov.cl/wp-content/uploads/2021/11/ORGANIGRAMA_2021.pdf))

Por otro lado, dentro de la prevención de riesgos se encuentran organismos sectoriales como, el Ministerio de Vivienda y Urbanismo, enfocado en políticas de construcción, urbanización y ordenamiento territorial (Bordas Coddou, 2006, p.28), el Ministerio de Obras Públicas, en donde se desarrollan políticas de mitigación en cuanto a construcción de obras y generación de planes de contingencia (Bordas Coddou, 2006, p.28), el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, mediante normativa relacionada con seguridad, calidad y funcionamiento del transporte a nivel nacional, el Ministerio de Agricultura, que se enfoca en actividades de soporte y protección de las actividades agrícolas para la disminución del riesgo a través de la Unidad de Emergencias Agrícolas; y el Ministerio de Salud, mediante el Departamento de Emergencias y Desastres, que tiene la autoridad para plantear acciones de prevención y mitigación de riesgos en cuanto a manejo de emergencias mayores y desastres (Bordas Coddou, 2006, p.29). Por otro lado, dentro del sector privado se encuentran los

servicios sanitarios y de electricidad, que deben asumir los efectos ante cualquier desastre natural, en donde el Estado actúa como fiscalizador (Bordas Coddou, 2006, p.29).

Es importante destacar la participación de la academia en cuanto al estudio del riesgo sísmico dentro de Santiago de Chile, debido a la conformación del Programa de Riesgo Sísmico (PRS) dentro de la Universidad de Chile financiado mediante la Ley Anual de Presupuesto, ubicado en el Departamento de Geofísica de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas (Programa de Riesgo Sísmico, 2022), orientado a la transferencia de tecnología y conocimientos desde la academia hacia la sociedad, mediante la investigación, el desarrollo y la innovación, siendo este proyecto parte de las Actividades de Interés Nacional (AIN) (PRS, 2022), contando con conexiones con diversas universidades e institutos a nivel nacional e internacional como la Pontificia Universidad Católica de Perú, Institut de Physique du Globe de Paris, GNSS Research Center (GRC) of Wuhan University, Universidad de Santiago, Universidad de California, Universidad de Roma La Sapienza e instituciones gubernamentales nacionales e internacionales como la Oficina Nacional de Emergencia, Ministerio de Educación, Unidad de Currículum y Evaluación, Embajada de Chile en Italia, Ministerio de Obras Públicas, Instituto Geofísico de Perú, entre otros (PRS, 2022).



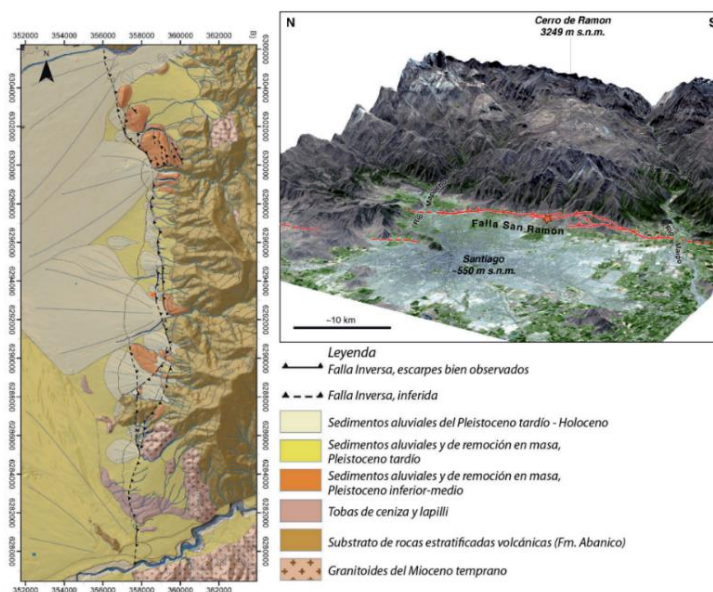
**Figura 11.** Estructura del Programa de Riesgo Sísmico

*Nota.* Estructura del Programa de Riesgo Sísmico de la Universidad de Chile, por Programa de Riesgo Sísmico, 2022, Programa de Riesgo Sísmico (<https://prs.dgf.uchile.cl/portada/que-es-el-prs/>).

## Santiago de Chile y el riesgo sísmico

Santiago es la ciudad capital de Chile y se encuentra formada por 43 comunas, de las cuales 28 se encuentran dentro del radio urbano y 15 fuera de él, con una población de aproximadamente 6.061.185 habitantes, que equivale al 40.1% de la población nacional (Gobierno Regional Metropolitano de Santiago, 2021).

El riesgo sísmico al que está expuesta la ciudad capital se encuentra determinado por la falla de San Ramón, ubicada entre la plaza de Nazca y la Sudamericana, que es una falla geológica activa de tipo inversa, es decir, que produce un deslizamiento vertical, con aproximadamente 50km de extensión y de 10 – 12 km de profundidad, atravesando de norte a sur las comunas de Vitacura, Las Condes, La Reina, Peñalolén, La Florida y Puente Alto y probablemente Pique y Lo Barnechera, siguiendo el cerro de la Sierra de Ramón, ubicada entre los ríos Mapocho y Maipo. Se estima que podría generar un terremoto de hasta 7.5 grados que afectaría a millones de personas que viven en la localidad, en donde más del 55% de la zona y sus alrededores se encuentra construida con edificaciones como colegios, hospitales, aeródromos y plantas de energía (Gobierno Regional Metropolitano de Santiago, 2021). Se ha determinado que en anteriores terremotos la falla levantó de 2 a 3 metros el bloque de la cordillera por sobre el valle de Santiago (Montes, 2021).



**Figura 12.** Ubicación de la Falla de San Ramón

*Nota. Ubicación de la traza de la Falla San Ramón entre los ríos Maipo (sur) y Mapocho (norte), y unidades deformadas [Fotografía], por Vargas et y al. y Rauld, 2017 y 2011, XIV Congreso Geológico Chileno ([https://biblioteca.sernageomin.cl/opac/DataFiles/14905\\_v1\\_pp\\_379\\_381.pdf](https://biblioteca.sernageomin.cl/opac/DataFiles/14905_v1_pp_379_381.pdf))*

## **Política Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres**

La Política Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres en Chile establece su aplicación de forma coordinada en todos los niveles de la división político-administrativa del país, es decir, a nivel comunal, provincial, regional y nacional (Gobierno de Chile, 2020). Estas políticas serán aplicadas de forma gradual y permanente a un largo plazo, trascendiendo diferentes periodos de gobierno, ya que su horizonte es hasta el año 2030 en concordancia con el Marco de Sendai 2015-2030, acuerdo internacional para la reducción de riesgos de desastres, adoptado por países miembros de la ONU en 2015, tomando en cuenta la Agenda para el Desarrollo Sostenible (Gobierno de Chile, 2020).

Dentro de los ejes relacionados con la gestión de riesgo de desastres dentro de la Política Nacional de Gestión de Riesgos se encuentran el eje número uno y cuatro, en el primero se promueve la comprensión del riesgo de desastres naturales a nivel nacional de todos los actores involucrados a través de la investigación y memoria histórica; y el segundo promueve el desarrollo de capacidades para dar una respuesta eficiente y eficaz ante los desastres naturales a través de un proceso de comunicación permanente (Gobierno de Chile, 2020).

El monitoreo, seguimiento y evaluación de los objetivos estratégicos de la Política Nacional de Gestión de Riesgos, tomará en cuenta indicadores relacionados con la cobertura, impacto y su desarrollo a través del tiempo (Gobierno de Chile, 2020), a través del monitoreo de las Plataformas Regionales y Globales de Reducción del Riesgo de Desastres, en donde se medirán los avances nacionales en indicadores globales establecidos. Al ser un plan orientado al largo plazo, se realizará la revisión y actualización de los compromisos propuestos en un ciclo no superior de hasta 5 años (Gobierno de Chile, 2020).

Este plan se encuentra fundamentado en normativa tanto nacional como internacional asumida por el Estado de Chile, en donde la administración pública según su competencia ejecuta acciones de mitigación, preparación, respuesta y recuperación, obligaciones fundamentadas por la Constitución Política de la República de Chile, con el objetivo de

reducir y gestionar el riesgo de desastres (Gobierno de Chile, 2020), a través de la suscripción a 35 estándares nacionales con el objetivo de generar un proceso de estandarización para el desarrollo de respuestas a emergencias con asesoría técnica del PNUD (Gobierno de Chile, 2020).

Por otro lado, se describen los compromisos internacionales en los cuales Chile se ha suscrito recientemente para la elaboración de este plan, el primero se refiere a la reducción del riesgo de desastres a través del acuerdo Marco de Sendai 2015-2030, en donde se establece la necesidad de comprender el riesgo de desastres; dentro del ámbito de desarrollo sostenible se encuentra la agenda 2030 para el desarrollo sostenible con el fin de reducir el riesgo, tomando acciones ante el cambio climático para el desarrollo sostenible y resiliente evitando impactos a la salud pública, seguridad alimentaria e hídrica, migración y la paz y seguridad; en cuanto a la adaptación del cambio climático se encuentra el acuerdo COP 21 Acuerdo de París, en donde se establece que el cambio climático es un factor que impulsa el riesgo de desastres; y finalmente dentro del ámbito de desarrollo urbano se encuentra la Nueva Agenda Urbana Hábitat III, fundamentada en la urbanización sustentable (Gobierno de Chile, 2020).



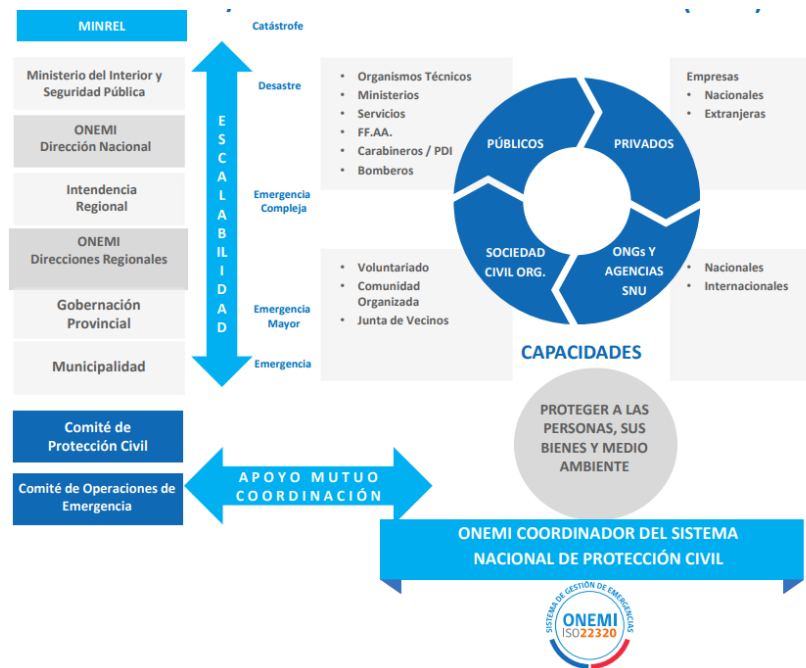
**Figura 13.** Integración de adaptación al cambio climático, desarrollo urbano, desarrollo sostenible y reducción del riesgo de desastres

*Nota. Integración de adaptación al cambio climático, desarrollo urbano, desarrollo sostenible y reducción del riesgo de desastres [Fotografía], por Secretaría de Naciones Unidas para el Cambio Climático, 2017, Secretaría de Naciones Unidas para el Cambio Climático (<https://emergenciaydesastres.mineduc.cl/wp-content/uploads/2021/04/POLITICA->*

### **Comunicación para la prevención de riesgo sísmico**

Chile es internacionalmente reconocido por su reducción de riesgos de desastres naturales y su cultura preventiva, esto se puede evidenciar en numerosos sismos que han ocurrido dentro del país con un reducido número de víctimas y daños materiales. Por lo que, el responsable de la Oficina Regional de la ONU para la Reducción de Desastres felicita la reacción de las autoridades y de la población de Chile, existiendo orden y rapidez en los protocolos de respuesta de todas las instituciones que conforman el sistema de manejo de riesgos del país (PNUD, 2014), destacando la participación de la población y la utilización de medios de difusión que han servido para que las personas reaccionaran de manera oportuna, por lo que la educación para la gestión de riesgo de desastres es un aspecto importante considerado por el Estado y la población vulnerable frente a situaciones de emergencia (PNUD, 2014).

Dentro de la gestión de comunicación para la prevención del riesgo sísmico en Santiago de Chile se encuentra la participación del sector público, privado, la academia y entidades no gubernamentales. El sector público es el encargado de definir un plan de acción a nivel nacional en donde las distintas instituciones del Estado desempeñan funciones específicas en cuanto a la prevención de riesgos naturales, en colaboración con entidades no gubernamentales como la Organización de las Naciones Unidas, a través de sus instituciones como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Oficina de Naciones Unidas para la Reducción de Riesgo de Desastres, entre otros, mientras que el sector privado debe acogerse a la normativa dispuesta por el gobierno de Chile, realizando también acciones de prevención de riesgos sísmicos y aportando a la gestión de Protección Civil (PNUD, 2012). También se destaca el aporte de la academia tanto pública como privada nacional e internacional, debido a que son parte de las investigaciones y programas de prevención que realiza el Programa de Riesgo Sísmico de la Universidad de Chile (PRS, 2018) y el rol de la sociedad civil en cuanto a voluntariado, mantención de una comunidad organizada y junta de vecinos realizadas en diferentes sectores de las comunas (ONEMI, 2018).



**Figura 14.** Estructura del Sistema Nacional de Protección Civil (SNPC)

*Nota. Estructura Estado / Sistema Nacional de Protección Civil (SNPC) [Fotografía], por ONEMI, 2018, ONEMI (<https://www.eird.org/pr18/presentaciones/65-ricardo-toro.pdf>)*

El rol del Estado en cuanto a la comunicación para la prevención de riesgo sísmico se encuentra determinado en el ámbito civil y educativo, enfocado hacia el desarrollo de una cultura preventiva y resiliencia de la población, en donde el principal objetivo es mejorar las condiciones de la población a través de información para fomentar la toma de decisiones basadas en medidas de control y prevención frente a emergencias y desastres (Ministerio de Salud, 2020). De manera que, se pueden destacar las diferentes campañas para la prevención de riesgos realizadas por el sector público en colaboración con organizaciones no gubernamentales, el sector privado y la academia.

A nivel nacional dentro del portal de la ONEMI, se puede encontrar información referente a planes nacionales como el Plan Nacional de Protección Civil, el Plan Nacional de Emergencia, información acerca del Centro de Alerta Temprana (CAT), el Sistema de Alerta de Emergencias para celulares (SAE), información sobre programas, planes y campañas, amenazas por región y el Sistema de Atención Ciudadana (ONEMI, 2022).

Dentro de la información y campañas proporcionadas por la ONEMI, se pueden destacar varias iniciativas como la Preparación Inclusiva, a través del proyecto “Gestión de Riesgo de Desastre al Alcance de Todos”, realizado en colaboración con el SENADIS, cuyo objetivo es proporcionar información relacionada con la prevención y preparación frente a emergencias para personas con discapacidad (ONEMI, 2022), mediante la adaptación a lenguaje de señas de audios y videos subtitulados de los manuales de preparación y recomendaciones de la ONEMI ante desastres naturales.

Otra de las iniciativas desarrolladas por la ONEMI son las pruebas comunales del Sistema de Alerta de Emergencias para celulares (SAE), con el objetivo de comprobar el correcto funcionamiento de este sistema, en colaboración de las compañías de telefonía celular. Cabe destacar que para el año 2022 se mantendrá una frecuencia semanal de pruebas dentro de 50 comunas de las 16 regiones del país (ONEMI, 2022).



**Figura 15.** Anuncio sobre las pruebas del Sistema de Alerta de Emergencias

*Nota.* Sistema de Alerta de Emergencias para celulares, por ONEMI, 2021, ONEMI (<https://www.municipalidadvicuna.cl/informate-sobre-el-sistema-de-alerta-de-emergencias-sae/>)

La ONEMI dentro de su página web también cuenta con la siguiente información:

- Recomendaciones ante desastres naturales, cronograma de simulacros y planos de evacuación.
- Campañas y programas de comunicación como la campaña “Familia Preparada” en donde se dan instrucciones acerca de cómo actuar al enfrentar una emergencia (ONEMI, 2022).



**Figura 16.** Plan de Familia Preparada

*Nota.* *Plan de Familia Preparada*, por ONEMI, 2021, ONEMI (<https://www.onemi.gov.cl/wp-content/uploads/2016/01/Manual-Familia-Preparada.pdf>)

- Indicaciones sobre como armar un kit de emergencias.



**Figura 17.** Kit de Emergencia

*Nota.* *Kit de Emergencia*, por ONEMI, 2021, ONEMI (<https://www.onemi.gov.cl/kits-de-emergencia/>)

- Aplicación interactiva y gráfica denominada “Visor Chile Preparado” en donde la población puede realizar consultas acerca de su nivel de exposición a diferentes desastres naturales por medio de su ubicación geográfica, con el objetivo de ser una herramienta para la planificación frente a amenazas, ya que esta aplicación permite identificar la ubicación de instituciones educativas, recintos de salud, bomberos, carabineros y el

estado de pasos fronterizos, además de planos de evacuación, puntos de encuentro y líneas de seguridad (ONEMI, 2021).

Por otro lado, dentro del sector público en coordinación con el Gobierno Regional Metropolitano de Santiago se reconoce la campaña “Santiago se prepara” dirigida a la comunidad de Santiago de Chile para la prevención ante desastres de origen natural, con la participación de Bomberos, Cruz roja y Conaf, en donde se proporcionó información para que la población conozca cómo actuar ante diferentes emergencias y la importancia de contar con un kit básico y su composición (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018). Esta campaña fue financiada por el Gobierno Regional y el Fondo Nacional de Desarrollo Regional, con el objetivo de realizar talleres en las 10 comunas más vulnerables ante desastres naturales, en donde se elaboraron mapas de riesgos para cada territorio en base al conocimiento de los vecinos y expertos en el tema, para identificar amenazas, espacios vulnerables y seguros y vías de evacuación. (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).



**Figura 18.** Campaña “Santiago se prepara”

*Nota.* «SANTIAGO SE PREPARA», la campaña para la prevención de desastres naturales [Fotografía], por Gobierno Regional Metropolitano de Santiago, 2018, Gobierno Regional Metropolitano de Santiago (<https://www.gobiernosantiago.cl/santiago-se-prepara-ante-desastres-naturales/>)

Dentro de las estrategias utilizadas para la prevención de riesgos se encuentra la comunicación dentro del ámbito educativo a través del Plan Integral de Seguridad Escolar (PISE), que contiene varios programas de seguridad con el objetivo de generar una

conciencia preventiva (ONEMI, 2017), siendo este plan elaborado por la ONEMI y dirigido por el Ministerio de Educación para ser desarrollado a nivel nacional, en donde su principal objetivo es una correcta planificación de la seguridad escolar adaptable a los diferentes riesgos y recursos de cada establecimiento educativo para la formación de una cultura preventiva, a través del desarrollo de conductas de protección y seguridad (ONEMI, 2017). Dentro de la integración de programas preventivos y planes de respuesta se debe tomar en cuenta a diversos actores educativos como directores, coordinadores de seguridad escolar, docentes, representantes de padres de familia, representantes estudiantiles y de unidades de salud y emergencias como bomberos y carabineros cercanos a la institución, además de representantes de la comunidad como la junta de vecinos, alcaldes o instituciones que manejen las emergencias locales (ONEMI, 2017).

De manera que, tanto instituciones educativas públicas como privadas deberán tener un plan integral de seguridad escolar, siendo el caso de escuelas como New Little College-La Florida, Elías Canessa Vergara, Escuela de Párvulos El Olimpo, Princcess Anne School, Colegio Alemán de Santiago, entre otras, en donde dentro de su plan de manejo de riesgos se han determinado objetivos generales y específicos, las funciones del comité de seguridad, programas de respuesta ante accidentes y emergencias, utilizando la metodología AIDEP para el diagnóstico de riesgos y recursos mediante un proceso investigativo tomando en cuenta factores históricos, condiciones de terreno y análisis y elaboración del mapa de riesgos y recursos (ONEMI, 2017), además de la metodología ACCEDER para desarrollar de planes de respuesta para cada riesgo, en donde se determina el tipo de alerta, sistema de comunicación e información, roles y funciones, evaluación primaria y secundaria, decisiones y readecuación del plan de acuerdo a los lineamientos establecidos por la ONEMI (ONEMI, 2017).



**Figura 19.** Plan Integral de Seguridad Escolar (PISE)

*Nota.* *Plan Integral de Seguridad Escolar (PISE)* [Fotografía], por ONEMI, 2017, ONEMI ([http://repositoriodigital.onemi.gov.cl/web/bitstream/handle/2012/1616/Pise\\_MINEDUC\\_2019\\_01\\_04.pdf?sequence=13&isAllowed=y/](http://repositoriodigital.onemi.gov.cl/web/bitstream/handle/2012/1616/Pise_MINEDUC_2019_01_04.pdf?sequence=13&isAllowed=y/))

Dentro de cada uno de los planes se establecen las diferentes formas de difusión y capacitación que serán utilizadas en las instituciones hacia docentes, alumnos y apoderados, realizando simulacros, charlas y reuniones, difusión de información a través de medios de comunicación internos y externos como diarios, murales, páginas web y agendas virtuales sobre el comportamiento esperado antes, durante y después del fenómeno natural (ONEMI, 2017).

También es importante destacar la gestión de comunicación dentro de la comunidad universitaria a través del Programa de Riesgo Sísmico de la Universidad de Chile en donde existe una línea de extensión y difusión educativa. Esta línea cuenta con colaboración internacional, a través del programa de actividades de intercambio y colaboración, conjuntamente con el Instituto Geofísico de Perú (IGP), la Pontificia Universidad Católica de Perú (PUCP) y la Dirección Académica de Responsabilidad Social Universitaria (DARS). También, se ha realizado un intercambio de trabajo en Italia en la Universidad de la Sapienza y la Embajada de Chile en Roma, con actividades relacionadas a la organización de eventos de difusión. Además de otros eventos enfocados en la divulgación científica como visitas

académicas de profesionales de Francia hacia el departamento de geofísica y al centro sísmológico nacional, participación en el Congreso Latinoamericano de Investigación y Educación Superior Interdisciplinaria organizado por la PUCP y charlas sobre el peligro y riesgo sísmico en el contexto andino en el colegio Eugène Delacroix en Francia (PRS, 2018).

En cuanto a eventos realizados dentro de la Universidad de Chile se encuentran seminarios dirigidos hacia académicos, investigadores y estudiantes de pre y post grado, acerca de información relacionada con el manejo del riesgo sísmico y su investigación (PRS, 2018). Los eventos abiertos a todo público se encuentran dirigidos para académicos, investigadores, periodistas y docentes de establecimientos escolares del área de las ciencias relacionados con la gobernanza del riesgo y política pública, observación de fenómenos geofísicos, periodismo en un país con amenazas naturales, encuentros de investigadores, entre otros (PRS, 2018).

Entre los proyectos de valoración y divulgación científica se encuentra la ruta de los saberes en colaboración con el Archivo Andrés Bello, la Municipalidad de Santiago y Explora CONICYT, un proyecto desarrollado con la finalidad de recuperar el patrimonio científico que se encuentra en el Cerro Santa Lucía, especialmente en la caverna donde estuvieron los primeros instrumentos científicos de sismología para crear un Museo Abierto de las Ciencias de la Tierra (PRS, 2018).



**Figura 20.** Campaña Encuentro de Saberes

*Nota.* Ruta de los saberes, por Programa de Riesgo Sísmico, 2018, Programa de Riesgo Sísmico (<https://prs.dgf.uchile.cl/wp-content/uploads/2020/05/Cerro-Santa-Luci%CC%81a-CARTILLA.pdf>)

Se promueve también la divulgación científica a través de concursos como el “VIII Concurso Proyecto Asociativo Regional (PAR) de Divulgación y Valoración Científica y Tecnológica Explora 2019-2022”, en donde el PRS elaboró una propuesta para presentar a Explora CONICYT denominado Ciencia Abierta y Colaborativa para el Buen Vivir, con el objetivo de desarrollar programas dirigidos a las comunidades educaciones de 22 comunas del sector Sur de Santiago de Chile, que son el programa de indagación para primeras edades, investigación científica escolar para estudiantes de básica y media, congresos de investigación científica escolar, campamento de profesores, teatro y ciencia y ciencia ciudadana, con un alcance de 208 establecimientos, 481 docentes, 27.341 estudiantes, más de 4000 personas en la semana explora y más de 200 personas en ciencia ciudadana (PRS, 2018).



**Figura 21.** Proyecto de divulgación científica “Ciencia Abierta y Colaborativa para el Buen Vivir”.

*Nota.* Ciencia Abierta y Colaborativa para el Buen Vivir, por Programa de Riesgo Sísmico, 2018, Programa de Riesgo Sísmico (<https://prs.dgf.uchile.cl/wp-content/uploads/2020/05/Informe-Final-PRS-2018-2019-VF-.pdf>)

Durante la pandemia este proyecto se adaptó realizando las siguientes iniciativas: Investigación Científica Escolar, que fomentó a los estudiantes a realizar investigaciones cuantitativas o cualitativas no experimentales en temas de ciencia e innovación (PRS, 2020); Campamento docente, en donde se planificaron actividades relacionadas con la promoción de formación de comunidades de aprendizaje y redes de colaboración entre docentes

(Programa de Riesgo Sísmico, 2020); Ciencia Abierta, que fue difundida mediante gráficas y productos audiovisuales a través de narraciones científicas, capsulas, talleres y ciclos de conversación (Programa de Riesgo Sísmico, 2020); Festival de la Ciencia, que incluyó difusión a través de la radio de la Radio Universidad de Chile, instalaciones de publicidad exterior en la Estación Central, Metro tren y flota de buses Talagante, actividades online con contenido interactivo y videos y podcasts (Programa de Riesgo Sísmico, 2020); Festival Escolar de Comunicación Científica, conformado por estudiantes de básica y media para crear y difundir sus propios podcasts con temática científica (Programa de Riesgo Sísmico, 2020); y Ciencia Ciudadana, cuyo principal objetivo es incluir a ciudadanos para que tengan un rol activo de investigadores (Programa de Riesgo Sísmico, 2020).

Por otro lado, también se han implementado sistemas de comunicación dirigidos hacia los centros de trabajo a través de la Guía de Implementación del Plan para la Reducción del Riesgo de Desastres en centros de trabajo, con el objetivo de que las organizaciones determinen acciones prospectivas y correctivas, verificando recursos y capacidades para la planificación y ejecución de medidas preventivas ante situaciones de emergencia, siendo parte de una gestión colectiva de empleadores, trabajadores y externos (Oficina de Naciones Unidas para la Coordinación de Asuntos Humanitarios, 2020).

La metodología para la difusión de información y disminución de los riesgos se realiza a través de la elaboración de un programa de trabajo, en donde se deben incluir el listado de amenazas y peligros, mecanismos para la asignación de recursos, desarrollo de un plan para la reducción del riesgo de desastres, programas de trabajo en sus fases de prevención, respuesta y recuperación, revisiones, desarrollo de simulacros, evaluación del plan después de un evento y revisión y aprobación del plan (Instituto de Seguridad del Trabajo, 2020).

Posteriormente, se encuentra la etapa de difusión y capacitación acerca de las actividades a realizar en el plan con el objetivo de preparar a la organización para la construcción de un ambiente de cooperación promoviendo la cultura preventiva y el autoaseguramiento, durante todo el proceso de prevención, respuesta y recuperación. Finalmente debe mantenerse un registro de actividades mediante actas de cada reunión realizada, realizando acuerdos, definiendo actividades y asignando plazos y responsables (Gobierno de Chile, 2020).



**Figura 22.** Plan para la reducción del riesgo de desastres en centros de trabajo

*Nota.* Guía para la implementación del plan para la reducción del riesgo de desastres en centro de trabajo, por Gobierno de Chile, 2020, Gobierno de Chile (<https://www.previsionsocial.gob.cl/sps/download/Guia-de-Implementacon-del-PRRD-en-los-centros-de-trabajo.pdf>)

Dentro del sector privado, también es necesario destacar el rol de varias operadoras móviles que han realizado campañas para la preparación y respuesta ante desastres naturales, como la realizada por las empresas de telefonía Claro, Entel y Movistar, que firmaron la Carta de Conectividad Humanitaria de la Asociación Global de Todo el Ecosistema Móvil, como parte de la campaña “Nos Importa Chile”, con el objetivo de reconocer el compromiso de estas empresas con los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas (GSMA Latin America, 2017). De manera que, se introduce el acceso a la comunicación e información para las personas afectadas en situaciones de emergencia con el fin de disminuir pérdidas humanas y obtener una respuesta humanitaria más eficiente. Este proyecto, a su vez fue apoyado por la Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile (SUBTEL), en donde las operadoras móviles realizaron una campaña de comunicación utilizando medios digitales para crear una cultura preventiva en zonas vulnerables, reforzando las buenas prácticas durante una crisis (GSMA Latin America, 2017).



**Figura 23.** Campaña “Nos Importa Chile”

*Nota. Nos Importa Chile: operadores móviles lanzan campaña para la preparación y respuesta ante desastres naturales, por GSMA Latin America, 2017, GSMA Latin America (<https://www.gsma.com/latinamerica/es/nos-importa-chile/>)*

Finalmente, se deben mencionar las iniciativas desarrolladas por organizaciones sin fines de lucro en colaboración con el Estado chileno, en donde se destaca la participación de Cáritas Chile con la colaboración de la Oficina para la Asistencia Humanitaria de la USAID (USAID /BHA), la Red Global de Organizaciones de la Sociedad Civil para la Reducción de Desastres (GNDR), la Oficina Nacional de Emergencias del Ministerio del Interior (ONEMI), el Instituto para la Resiliencia ante Desastres (ITREND), World Vision, Fundación Tierra de Esperanza, Fundación Alto Río, Movidosxchile, Fundación Ayla, entre otras organizaciones (Vida Nueva, 2021), que realizaron la campaña “Más Unidos Menos Riesgo”, con el objetivo de difundir información que permita el desarrollo conocimientos acerca de cómo disminuir los factores que causan desastres, promoviendo así la prevención, preparación y mitigación (ONEMI, 2021).

De manera que, se involucra a las comunidades a través del desarrollo de sus capacidades para disminuir el riesgo de una amenaza, mediante la entrega de información y capacitaciones, reduciendo así los impactos de las amenazas latentes (Mella, 2021), siendo esta campaña asociada al proyecto de “Institucionalización de la Gestión Sostenible del

Riesgo de Desastres”, financiado por USAID/BHA y apoyado por GNDR, cuyo objetivo es la promoción de una comunidad organizada en donde los diferentes actores como instituciones del Estado, la comunidad civil, las organizaciones sin fines de lucro, la empresa privada e instituciones académicas puedan colaborar entre sí para reducir los efectos ocasionados por desastres naturales (Cáritas Chile, 2021), a través de un webinars de la campaña, encuentros de reflexión, conciertos online y jornadas de esparcimiento virtual con shows en vivo, charlas y títeres con el objetivo de educar a la población de una forma entretenida y didáctica acerca de la importancia del desarrollo de una cultura preventiva (Vatican News, 2021).



**Figura 24.** Campaña “Mas Unidos Menos Riesgo”

*Nota. Campaña “Mas Unidos Menos Riesgo” para la gestión comunitaria para la reducción del riesgo de desastres, por Cáritas Chile, 2021, ONEMI (<https://www.onemi.gov.cl/noticia/organizaciones-se-unen-y-lanzan-campana-que-busca-concientizar-los-chilenos-en-la-reduccion-del-riesgo-de-desastres/>)*

## Modelo de marketing de causas



**Figura 25.** Modelo de marketing de causas Región Metropolitana de Santiago

Nota. Adaptado de *Marketing social Teoría y Práctica* (p.77), por Pérez Romero, 2004, PEARSON Prentice Hall.

### **Bienestar de la comunidad:**

El bienestar de la comunidad en cuanto a prevención de riesgo sísmico es responsabilidad del sector público, en colaboración con el sector privado, la academia y entidades sin fines de lucro que han colaborado con el desarrollo de campañas de comunicación integrada para la sensibilización de la población ante el riesgo sísmico, con la finalidad de reducir pérdidas tanto humanas como materiales dentro de las diferentes localidades vulnerables.

### **Detección de la necesidad social:**

La causa que determina un sistema de prevención de riesgo sísmico efectivo es el desarrollo de una cultura preventiva dentro de la población, es decir, que los habitantes de Santiago de Chile conocen acerca de los riesgos y peligros de habitar en zonas vulnerables ante sismos en donde la educación civil ha sido fomentada por el Estado a través de políticas públicas, conjuntamente con instituciones privadas, la academia e instituciones sin fines de lucro que

deben colaborar y seguir las instrucciones y leyes dispuestas por los entes reguladores en Chile.

**Actores sociales y sus funciones:**

Dentro del desarrollo de las campañas de comunicación dentro de Santiago de Chile se encuentra la participación del sector público, privado, la academia y las organizaciones sin fines de lucro. El rol del sector público es el de realizar políticas públicas y financiar diversos programas en donde se incluye la participación del sector privado, la academia y organizaciones sin fines de lucro, que también aportan con diversos instrumentos de comunicación como información o expertos en el tema para desarrollar proyectos dentro de comunidades vulnerables. Por otro lado, dentro del sector privado se deben tomar en cuenta las disposiciones del Estado en cuanto a la planificación de riesgos dentro de los centros de trabajo, instituciones educativas y programas con apoyo estatal para mejorar la gestión de riesgos dentro del país. En cuanto a la academia, este actor se encuentra financiado por el Estado, en donde además de investigación, se realizan proyectos de comunicación y divulgación científica en diferentes comunidades. Finalmente, el rol de las instituciones sin fines de lucro es el de financiarse por medio de donadores y en colaboración con el Estado, desarrollar diversos proyectos que permitan la promoción de una comunicación continua hacia la población con el fin de desarrollar y fortalecer la cultura preventiva existente.

**Objetivo social:**

Dentro de la Política Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres en Chile se encuentran varios ejes para el desarrollo de un país con un manejo del riesgo efectivo, en donde se establece la necesidad de comprender el riesgo de desastres a nivel estatal, del sector privado, sociedad civil, la academia y la comunidad en general a través de la investigación, conocimiento, memoria histórica, ciencia, innovación y tecnología fundamentada en una cultura de prevención y auto aseguramiento ya existentes (Gobierno de Chile, 2020), además de tener una respuesta eficiente y eficaz ante desastres naturales, mediante el desarrollo de capacidades individuales y colectivas, siendo requerido un trabajo permanente que permita difundir conocimientos y poner en práctica los roles y responsabilices colectivos e individuales (Gobierno de Chile, 2020).

**Estrategias:**

Las estrategias utilizadas dentro de Chile para el desarrollo de una cultura preventiva han sido determinadas desde el Estado a través de políticas públicas y apoyo económico hacia iniciativas tanto del sector privado, la academia e instituciones sin fines de lucro, en donde se han realizado campañas de comunicación y prevención de riesgos enfocadas hacia los centros de trabajo, instituciones educativas públicas y privadas, investigación y divulgación científica por parte de universidades, además de instituciones sin fines de lucro y privadas para el desarrollo de un sistema de educación civil continuo y participación de toda la población de sectores vulnerables.

**Programas sociales:**

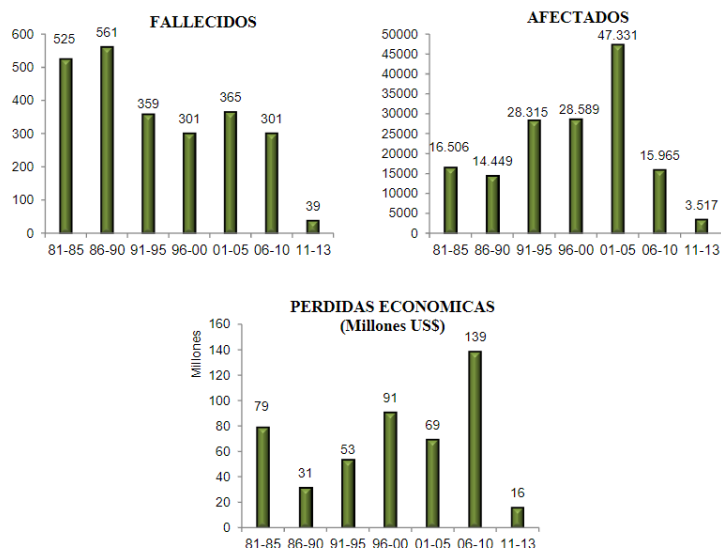
Dentro de los programas sociales realizados dentro de Santiago de Chile se encuentra principalmente aquel desarrollado por el Gobierno Regional Metropolitano de Santiago reconocido como la campaña “Santiago se prepara” (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018). Por otro lado, se encuentra la iniciativa desarrollada por el Estado chileno llamada Plan Integral de Seguridad Escolar (PISE), que es un instrumento articulador de varios programas de seguridad enfocados hacia las comunidades educativas (ONEMI, 2017). Otro programa social a destacar es el realizado por el Programa de Riesgo Sísmico de la Universidad de Chile a través de su línea de extensión y difusión educativa (PRS, 2020). También se han implementado sistemas de comunicación dirigidos hacia los centros de trabajo a través de la Guía de Implementación del Plan para la Reducción de Riesgo de Desastres en centro de trabajo (Oficina de Naciones Unidas para la Coordinación de Asuntos Humanitarios, 2020). Dentro del sector privado se destacan iniciativas como la realizada por las empresas de telefonía Claro, Entel y Movistar, que han lanzado la campaña “Nos Importa Chile” (GSMA Latin America, 2017). Finalmente, se encuentra la gestión de las organizaciones sin fines de lucro en colaboración con el Estado chileno, en donde se destaca la participación de Cáritas Chile, a través de la campaña “Más Unidos Menos Riesgo” (ONEMI, 2021).

**Implementación:**

La implementación de los programas sociales se encuentran determinados por el Estado, que es el ente que determina las diferentes acciones a realizar por las entidades públicas y privadas a través de diversas políticas y planes a cumplir como la Política Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres, el Plan Integral de Seguridad Escolar (PISE) y la Guía de Implementación del Plan para la Reducción del Riesgo de Desastres en centros de trabajo, además de brindar apoyo económico y técnico a diversas iniciativas de instituciones privadas, sin fines de lucro y la academia en donde existe una organización y ejecución colaborativa.

**Impacto:**

Se puede concluir que existe un impacto significativo debido a que estas iniciativas abarcan a la población tanto a nivel nacional como a nivel comunal dentro de Santiago de Chile, en diferentes ámbitos de acción que propicia la participación de la población civil, personas en edades de escolaridad de primaria, secundaria y universidad y trabajadores en empresas públicas y privadas, en donde a pesar de que existe un ente regulador que es el Estado chileno, todos los actores mantienen su propia estructura y cuentan con la libertad para adecuar a su organización las diferentes estrategias y políticas para lograr la mayor eficiencia posible en el cumplimiento de acciones de prevención, respuesta y rehabilitación (BID, 2015). De manera que, no hay estadísticas exactas acerca del nivel de impacto de cada uno de los programas sociales realizados de forma nacional y tampoco del Gobierno Regional Metropolitano de Santiago. Sin embargo, existen indicadores de riesgo de desastre y gestión de riesgos, en donde se encuentran el Índice de Déficit por Desastre (IDD), el Índice de Desastres Locales (IDL), el Índice de Vulnerabilidad Prevalente (IVP) y el Índice de Gestión de Riesgo (IGR), además de estadísticas en donde se analizan la cantidad de personas fallecidas, afectadas y pérdidas económicas en un periodo de tiempo determinado, que podrían servir como un indicador de la efectividad de las políticas estatales implementadas para la reducción de estos tres factores.



**Figura 26.** Total de muertos, afectos y pérdidas

*Nota.* Total de muertos, afectados y pérdidas, por Banco Interamericano de Desarrollo, 2015, BID (<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Indicadores-de-Riesgo-de-Desastre-y-de-Gesti%C3%B3n-de-Riesgo-Programa-para-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Chile.pdf>)

### **Conclusión del Modelo:**

Dentro del modelo se puede concluir que las estrategias implementadas a través de las diferentes campañas y proyectos de comunicación integrada enfocada hacia la prevención de riesgos sísmicos es un éxito dentro de Chile debido a que se ha logrado el desarrollo de una cultura preventiva dentro de la población a través de programas educativos y de participación ciudadana con la colaboración de varios sectores estratégicos dentro de las organizaciones públicas, privadas, la academia y entidades sin fines de lucro, siendo considerado uno de los mejores países en Latinoamérica en cuanto a manejo de riesgos de desastres naturales.

## 1.3. Análisis FODA

### 1.3.1. Análisis FODA Distrito Metropolitano de Quito



**Figura 27.** Análisis FODA: Distrito Metropolitano de Quito

#### **Fortalezas:**

- Apertura por parte del Gobierno para crear una alianza estratégica entre sectores público y privado.
- Propio Plan Nacional de Respuesta ante Desastres.
- Capacidad de desarrollo de un plan de comunicación integrada efectivo para una promoción acertada sobre el riesgo de desastres naturales.
- Capacidad logística para dar albergue y cooperación a personas afectadas por desastres naturales.
- Capacidad de cooperación conjunta entre el Ecu911 y las víctimas de cualquier emergencia ocasionada por sismos, para una rápida acción ante tal desastre.
- Profesionales capacitados en cuanto a manejo de riesgos antes, durante y después de un desastre natural.

### **Oportunidades:**

- Alianzas estratégicas con otros países para la colaboración internacional en cuanto a la implementación de campañas de comunicación para la reducción del riesgo sísmico e intercambio de información científica para el manejo de riesgos.
- Activación inmediata del Plan Nacional de Respuesta ante Desastres para su aplicación ante cualquier desastre natural.
- Reactivación económica y social después de la ocurrencia de un desastre natural debido a la reducción de pérdidas materiales y humanas producto de una efectiva campaña de comunicación integrada ante la prevención de riesgo sísmico.
- Promoción de la campaña para la prevención de desastres naturales.
- Reconocimiento del Ecuador a nivel regional y mundial por una efectiva prevención en riesgos.
- Crear una cultura preventiva frente a los efectos ocasionados por el riesgo sísmico.
- Mayor financiamiento interno y externo para la elaboración de campañas de comunicación.
- Fomentar políticas de control y medición sobre dentro de las campañas de comunicación para la prevención de riesgos naturales.
- Apoyo de instituciones privadas, la academia y entidades sin fines de lucro para el desarrollo de iniciativas para la prevención de desastres.

### **Debilidades:**

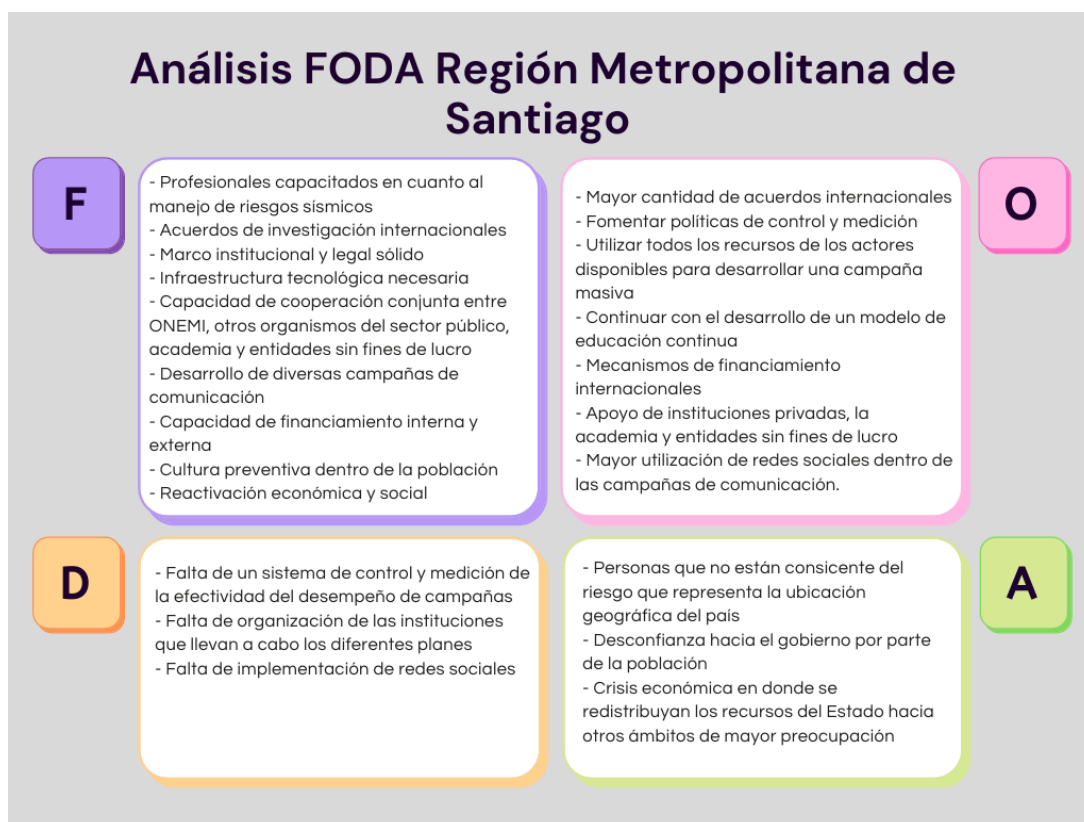
- Escasez de recursos direccionados a promocionar una campaña social sobre la importancia del conocimiento y prevención del riesgo sísmico.
- Poca atención e impulso por parte del Estado a la correcta promoción de su propio plan de riesgos.
- Plan de Riesgos poco desarrollado, ejecutado y balanceado, no busca ni se basa en la realidad de otros países que poseen lineamientos mejor estructurados.
- Falta de campañas que promuevan la educación sobre el riesgo sísmico.
- Carencia de un marco institucional y legal sólido para desarrollar estrategias de comunicación para la prevención de desastres naturales.

- Falta de infraestructura tecnológica para el desarrollo de campañas de comunicación para la prevención de desastres naturales.

**Amenazas:**

- Actitud desinteresada por parte de la ciudadanía hacia el Plan Nacional de Respuesta ante Desastres y la prevención de los efectos negativos ocasionados por desastres naturales.
- Entorno donde las consecuencias de desastres naturales son tomadas a la ligera, siendo muy difícil el desarrollo de una cultura preventiva dentro de la población.
- Desconfianza hacia el gobierno y su accionar ante situaciones relacionadas a los desastres naturales.
- Fallos en la logística o en los canales de comunicación directa en situaciones de emergencia, siendo imposible que la ciudadanía pueda pedir ayuda y la reciban a tiempo.
- Eventos sísmicos que generen daños incalculables, tanto humanos como materiales, por no haber realizado una ejecución correcta de la campaña social sobre su prevención.
- Crisis económica en donde se redistribuyan los recursos del Estado hacia otros ámbitos de mayor preocupación.

### 1.3.2. Análisis FODA Región Metropolitana de Santiago de Chile



**Figura 28.** Análisis FODA: Región Metropolitana de Santiago

#### **Fortalezas:**

- Profesionales capacitados en cuanto a manejo de riesgos antes, durante y después de un evento sísmico.
- Adquisición de conocimientos con expertos extranjeros mediante acuerdos de investigación internacionales con países como Francia, Perú e Italia.
- Marco institucional y legal sólido para desarrollar estrategias de comunicación para la prevención de desastres naturales.
- Infraestructura tecnológica para el desarrollo de campañas de comunicación para la prevención de desastres naturales
- Capacidad de cooperación conjunta entre la Oficina Nacional de Emergencias (ONEMI), sector público, sector privado, la academia y entidades sin fines de lucro para desarrollar campañas de comunicación efectiva tanto nacionales como locales.

- Desarrollo de diversas campañas de comunicación integrada de marketing social por parte de los diferentes actores involucrados.
- Capacidad de financiamiento interna y externa para la elaboración de campañas de comunicación.
- Cultura preventiva debido a la importancia histórica de desastres naturales.
- Libertad en cuanto al desarrollo de campañas y planes de manejo de riesgos por parte del Estado.
- Reactivación económica y social después de la ocurrencia de un desastre natural debido a la reducción de pérdidas materiales y humanas producto de una efectiva campaña de comunicación integrada ante la prevención de riesgo sísmico.

#### **Oportunidades:**

- Realizar una mayor cantidad de acuerdos internacionales para la investigación del riesgo sísmico y su comunicación hacia la población.
- Fomentar políticas de control y medición dentro de las campañas de comunicación para la prevención de riesgos naturales.
- Utilizar todos los recursos de los actores disponibles para desarrollar una campaña masiva a nivel nacional en lugar de desarrollar múltiples campañas para disminuir los posibles desastres ocasionados por sismos y crear una cultura preventiva.
- Continuar con el desarrollo de un modelo de educación continua dentro de la población para la prevención de riesgos sísmicos
- Mecanismos de financiamiento internacionales.
- Apoyo de instituciones privadas, la academia y entidades sin fines de lucro para el desarrollo de iniciativas para la prevención de desastres.
- Implementar una mayor utilización de redes sociales dentro de las campañas de comunicación para la prevención del riesgo sísmico.

### **Debilidades:**

- Falta de un sistema de control y medición de la efectividad relacionado al desempeño de diferentes campañas de comunicación dentro de la ciudad, debido que al contar con un sistema flexible en cuanto a la implementación de planes para la prevención de riesgos ocasionados por desastres naturales no se realiza un control adecuado sobre la calidad de estos ni su correcta implementación.
- Falta de organización de las instituciones que llevan a cabo los diferentes planes en cuanto a prevención del riesgo de desastres en el sector laboral y educativo, en conjunto con actores claves del Estado y los otros actores existentes.
- Falta de implementación de nuevas tecnologías relacionadas con redes sociales para la comunicación para la prevención de desastres naturales.

### **Amenazas:**

- Personas que no están conscientes del riesgo que representa la ubicación geográfica del país con relación al riesgo sísmico debido a sus creencias y actitudes.
- Desconfianza hacia el gobierno por parte de la población.
- Crisis económica en donde se redistribuyan los recursos del Estado hacia otros ámbitos de mayor preocupación.

## **1.4. Análisis Comparativo**

### **Fortalezas:**

En cuanto a las fortalezas de ambos países se puede determinar que Chile cuenta con mayores factores positivos internos para el desarrollo de una campaña de comunicación relacionada con la prevención del riesgo sísmico, debido a que cuentan con personal capacitado en manejo de riesgos, además del desarrollo de investigaciones colaborativas internacionales, también cuentan con un marco legal e institucional sólido para fomentar campañas que promuevan una cultura preventiva dentro de la población en colaboración con el sector público, privado, la academia y entidades sin fines de lucro a través de financiamiento tanto interno como externo. Por otro lado, también es importante destacar la importancia histórica de los desastres naturales que ha permitido el desarrollo de una cultura preventiva dentro del país, además de su capacidad de reactivación económica y social posterior a la ocurrencia de

un evento sísmico debido a la efectividad de sus políticas internas. Aunque Ecuador comparte ciertas fortalezas con Chile como los profesionales capacitados en cuanto a manejo de riesgos, su propio plan nacional de respuesta ante desastres y la apertura y recursos del Estado para realizar campañas efectivas, es importante remarcar que, a pesar de contar con la capacidad de realizar campañas preventivas, alianzas estratégicas con diferentes actores, capacidad logística y cooperación conjunta con el ECU911, no se han desarrollado estrategias efectivas para la promoción de una cultura preventiva dentro del Quito.

### **Oportunidades:**

Dentro de las oportunidades de ambos países se encuentra el desarrollo de alianzas estratégicas para la colaboración internacional en cuanto a investigación científica e implementación de campañas de comunicación para la reducción de desastres ocasionados por eventos sísmico. Se puede destacar que las oportunidades de ambos países son diferentes debido al grado de desarrollo del sistema de manejo de riesgos y las campañas realizadas, por lo que, las oportunidades de Ecuador están enfocadas hacia la promoción de campañas emergentes tomando en cuenta oportunidades de financiamiento tanto internas como externas, políticas de control y medición de las campañas, apoyo de actores públicos, privados, la academia y entidades sin fines de lucro, además de los posibles efectos del manejo de riesgo sísmico eficiente como la reactivación económica y reducción de pérdidas materiales y humanas, el reconocimiento del Ecuador a nivel regional y mundial por una efectiva prevención en riesgos y la creación de una cultura preventiva dentro de la población. Sin embargo, las oportunidades identificadas en Chile están relacionadas con el mejoramiento de las iniciativas de prevención actuales, especialmente mediante el desarrollo de políticas de control y medición dentro de las campañas de comunicación, continuación del desarrollo de un modelo de educación continua, mecanismos de financiamiento internacional, continuación del trabajo continuo de los actores involucrados e implementar una mejora dentro de la comunicación utilizando redes sociales.

### **Debilidades:**

Las debilidades encontradas en el Ecuador están relacionadas con la apertura para realizar campañas de comunicación efectiva, es decir, la escasez de recursos, la poca atención e impulso por parte del Estado en cuanto a la promoción de su propio plan de riesgos, un plan

poco desarrollado que no toma en cuenta experiencias de otros países como Chile que cuentan con lineamientos mejor estructurados, debido a que no existen campañas la población no tiene la oportunidad de educarse sobre el tema, tampoco existe un marco institucional y legal sólido para desarrollar campañas de comunicación para la prevención de riesgos naturales y tampoco se cuenta con la infraestructura tecnológica para su desarrollo. Las debilidades encontradas en Chile se encuentran relacionadas con las campañas existentes actualmente, por lo que, se puede destacar que existe la falta de un sistema de control y medición de la efectividad en cuanto al desempeño de las diferentes campañas de comunicación, debido a que cuentan con un sistema flexible en cuanto a su adopción, por lo que no se realiza un control adecuado; producto de esta flexibilidad de implementación también existe en algunos casos una falta de organización de las instituciones que llevan a cabo los diferentes planes de prevención de riesgos en colaboración con los actores que participan dentro de estos proyectos, además de la falta de implementación de comunicación mediante redes sociales dentro de las campañas realizadas.

#### **Amenazas:**

Dentro de las amenazas que manejan ambos países se encuentra la actitud desinteresada de la población en donde las consecuencias de los desastres naturales son tomadas a la ligera, además de los habitantes que no están conscientes del riesgo que representa la ubicación geográfica del país debido a sus creencias y actitudes, dentro de esta amenaza es importante destacar que el desinterés de la población y la falta de cultura preventiva se encuentra desarrollada a un nivel más alto dentro de Ecuador, ya que en Chile la mayor parte de la población tiene un mayor conocimiento acerca de la prevención del riesgo sísmico y es parte de las diferentes campañas de comunicación. Por otro lado, ambos países comparten la desconfianza ante el gobierno y sus acciones, además del posible desarrollo de crisis económicas en donde se redistribuyan los recursos del Estado hacia otros ámbitos de mayor preocupación y son propensos a eventos sísmicos que ocasionen pérdidas tanto humanas como materiales, sin embargo, Chile maneja mejor el riesgo que Ecuador. También, se destaca que Ecuador es propenso a contar con fallos en la logística y canales de comunicación directa durante situaciones de emergencia, por lo cual la población no puede recibir la ayuda que necesita a tiempo.

## 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### 2.1. Entrevistas

#### 2.1.1. *Expertos Internos*

- Ingeniero Geógrafo Sebastián Dueñas, analista en control forestal y vida silvestre en el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica y docente de la Universidad de las Américas de la carrera de ingeniería ambiental.

Esta entrevista fue realizada el 26 de abril de 2022 vía ZOOM, el cual se encuentra en el anexo digital del presente trabajo.

#### **1. Quito es una ciudad propensa a sufrir daños ocasionados por eventos sísmicos ¿Por qué ocurre este fenómeno dentro de la ciudad?**

La ciudad de Quito es propensa a sufrir los daños ocasionados por eventos sísmicos debido a la falta de cultura preventiva, ya que la ciudad se ha edificado sobre una geografía accidentada, en donde se ha dejado de lado el tema del riesgo en las construcciones civiles.

#### **2. ¿Cómo se realiza el manejo del riesgo sísmico y su prevención en Quito?**

Se realiza de una manera exclusiva y a puerta cerrada, en donde los científicos trabajan en temas académicos dentro de las universidades y el municipio con esfuerzos que parecen invisibles porque la ciudadanía no los conoce, ambos por separado. Por lo que, la mayoría de ciudadanos desconocen en general el manejo del riesgo sísmico y su prevención.

#### **3. ¿Cuál considera que es la percepción de la población en cuanto al riesgo sísmico?**

Todavía falta mucho en cuanto al tema de educación y concienciación, considero que la población ante lo desconocido prefiere creer que un evento nunca ocurrirá y que si sucede su creencia religiosa los salvará ante un desastre.

#### **4. ¿Cuáles son los efectos negativos de que la población no cuente con una cultura preventiva?**

El no contar con una cultura de prevención ante un evento sísmico puede tener un alto impacto económico y social, la idea de prevenir es realizar acciones antes y no después de

que un evento ocurra, por lo que, es necesario ser menos reactivos para evitar pérdidas humanas y materiales incalculables.

**5. ¿Cuál es la principal razón por la que usted considera que la población no toma en cuenta las recomendaciones en cuanto a la prevención del riesgo sísmico?**

La principal razón es que las campañas informativas son escasas, siendo este un gran problema por el cual no se ha creado una cultura preventiva verdadera sobre el riesgo, en dónde pocas veces se realizan simulacros o capacitaciones. Al realizarse este tipo de acciones una o dos veces al año, la población no se encuentra preparada para afrontar un evento sísmico, además de la existencia de poco apoyo público ante la gestión informativa y de formación en cuanto a riesgos.

**6. ¿Considera que deberían existir más campañas de comunicación en cuanto a la prevención de este tipo desastres naturales?**

Considero que deberían existir más campañas de prevención, esto incluye a todos los medios de comunicación y todos los canales, siendo fundamental que todos se tomen en cuenta para el desarrollo de campañas y tener un mayor alcance hacia la población.

**7. ¿De qué forma cree que se puede lograr que haya más personas informadas sobre la prevención de riesgos ocasionada por desastres naturales?**

Se deben fomentar labores en las entidades estatales que trabajan con el riesgo en todos sus niveles, es decir, a nivel provincial, cantonal, parroquial y a nivel nacional, creando vínculos entre la academia, el sector público y la empresa privada para unir esfuerzos, siendo en cualquier ámbito importante la colaboración entre estos tres actores, ya que cuando un desastre ocurre no se diferencia entre sectores o condiciones económicas. De manera que, es fundamental que se empiecen a generar campañas masivas de comunicación, simulacros continuos y contenidos curriculares dentro de las escuelas y colegios.

**8. ¿Cuáles considera que son los medios de comunicación más efectivos para desarrollar una cultura preventiva dentro de la población?**

Definitivamente es necesario tomar en cuenta todos los medios de comunicación tradicionales y digitales posibles para el desarrollo de una cultura preventiva dentro de la población, ya que son medios muy efectivos debido a su gran nivel de alcance.

**9. ¿Cómo se puede mejorar la comunicación hacia la población respecto al manejo del riesgo sísmico?**

La mejora de la comunicación se relaciona con tomar en cuenta el nivel de riesgos en todos los espacios, como escuelas, colegios, universidades y oficinas, debido se debe conocer el riesgo potencial de todo lugar, es así la única manera de tomar conciencia y saber que se construye una cultura preventiva, a través de la convivencia responsable con el riesgo.

**10. ¿Conoce sobre el caso de manejo del riesgo sísmico en Chile? ¿Qué opina sobre este caso? ¿Cuáles son las prácticas que se podrían aplicar?**

En base a la experiencia propia que tuve en el año 2019 en donde realicé un curso en la Universidad Católica de Chile sobre el tema de terremotos y tsunamis, lo que me llamó la atención es que cuentan con un centro de investigación específico, en donde el sector investigativo es un ente que congrega las acciones de los sectores estratégicos dentro del manejo del riesgo sísmico como universidades, sector privado y sector público, este centro de denomina CIGIDEN y produce material comunicacional, llevándolo a la población mediante información interesante y comprensible, además de todo el aparataje técnico y científico con el que cuentan, ya que históricamente han sido obligados a trabajar con riesgo y entender cómo vivir con él.

- Ingeniera geógrafa Diana Soto, especialista en riesgos del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica

Esta entrevista fue realizada el 28 de abril de 2022 vía ZOOM, el cual se encuentra en el anexo digital del presente trabajo.

## **1. Quito es una ciudad propensa a sufrir daños ocasionados por eventos sísmicos ¿Por qué ocurre este fenómeno dentro de la ciudad?**

Los sismos son eventos que tenemos que tener presentes porque nuestro país está ubicado en una zona en donde convergen las placas de Nazca, Sudamericana y las diferentes fallas geológicas que existen en la Sierra. Dentro de Quito se encuentra latente el riesgo sísmico debido a su ubicación geográfica, siendo el mayor problema la construcción de una ciudad en una convergencia de fallas geológicas, que provocan que las infraestructuras construidas, debido al constante movimiento de placas se desmoronen.

## **2. ¿Cómo se realiza el manejo del riesgo sísmico y su prevención en Quito?**

Dentro de la constitución se delimita que el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias es el ente a nivel nacional que maneja los riesgos a través de la gestión de políticas públicas. El SNGRE es creado con la finalidad de manejar los riesgos de una manera preventiva con toda la normativa vigente del país, enmarcada en el marco de Sendai y otras normativas a nivel mundial dentro del tema de riesgos.

Las competencias de la gestión de riesgos en el Ecuador son descentralizadas, es decir, que toda entidad pública y gobierno autónomo debe tener una unidad de gestión de riesgos. El Distrito Metropolitano de Quito, que es un gobierno autónomo descentralizado municipal, cuenta con una unidad dentro de sus múltiples acciones como distrito, que se denomina el COE metropolitano, siendo una conjunción de varias instancias del municipio que toman decisiones frente a diversas amenazas con las que cuenta la ciudad.

Considero que el Distrito Metropolitano de Quito es una entidad compleja, debido a que las instancias que trabajan en esta entidad pública son muy diferentes, la gestión de riesgos no está emparejada con la unidad ambiental y tampoco colabora con planificación, por lo que, es difícil manejar una entidad que tiene todas sus manos ocupadas en diferentes direcciones. El manejo del riesgo sísmico es una competencia del distrito debido al otorgamiento de permisos de construcción, normativa del plan de uso y gestión del suelo, siendo una de las herramientas de prevención previo a múltiples amenazas.

No existe una buena gestión, ya que no se trabaja de manera articulada dentro del mismo municipio y eso hace que la institución se debilite. Cuando esto ocurre, los múltiples

objetivos se convierten en iniciativas sueltas, resultando en una falta de seguimiento en cuanto al tema de las construcciones, en donde la gente construye sin permisos municipales. Quito cuenta con un tema social complicado que tampoco es tomado en cuenta dentro de la gestión de riesgos, siendo necesario destacar el sistema de quebradas y la estructura de crecimiento de la ciudad de norte a sur, en donde las laderas de las montañas que nos rodean cuentan con casas y conjuntos en donde antes habían bosques y cultivos. La dinámica territorial ha hecho que la presión caiga sobre ciertos sitios que son mucho más vulnerables a sufrir un evento sísmico, en donde las personas que habitan en esas zonas son mayoritariamente desplazados, tanto de otros países como personas que han migrado del campo a la ciudad en búsqueda de una mejor calidad de vida, siendo el problema de Quito que esas zonas no han sido bien tratadas y su crecimiento implica un gasto para el municipio al pensar reubicar a las personas que habitan ahí.

### **3. ¿Cuál considera que es la percepción de la población en cuanto al riesgo sísmico?**

Muchas personas son indiferentes en cuanto al riesgo sísmico y a algunos la religión católica los ha hecho pensar que existe un poder más grande que los cuida, siendo importante que la gestión de riesgos esté enfocada en diversos aspectos sociales y la percepción producto de la cultura de las personas.

En Quito la dinámica por el crecimiento poblacional y la dinámica cultural, económica y política han hecho que esto no esté tan arraigado en las zonas urbanas, ya que, dentro de estas zonas, muy pocas personas conocen acerca de los riesgos a sus alrededores y viven en una burbuja en donde nunca ocurre nada.

La población dentro de las zonas urbanas muchas veces cuenta con una percepción nula ante el riesgo sísmico, existiendo una percepción mayor ante otros riesgos como robo, violación, homicidio, entre otros. Al no tener una percepción de este riesgo las personas no se interesan por saber qué pasó con la estructura de su casa después de un sismo, a quién se debe informar y con qué entidad pública se pueden contactar para manifestar este tipo de observaciones.

Por otro lado, dentro de la parte rural, es difícil que la gente perciba el riesgo como algo que se tiene que hacer para disminuirlo, la gente dentro de estas zonas considera que se encuentran protegidos por la religión, en donde la percepción disminuye debido a que tienen

una protección divina. De manera que, cuando ocurre un sismo la mayoría de personas no saben cómo actuar antes, durante y después de un evento sísmico.

**4. ¿Cuáles son los efectos negativos de que la población no cuente con una cultura preventiva?**

El principal efecto negativo es que, si ocurre un sismo considerado de una magnitud mayor a 6 y a una profundidad cercana a la superficie terrestre, muchas infraestructuras van a colapsar y dependiendo de la posición social y económica, van a existir muchas bajas humanas. Se producirían pérdidas económicas incalculables, debido a que si Quito colapsa un día el país pierde millones de dólares, porque se cierran la mayoría de instituciones. Con la COVID-19 se pudo observar que el teletrabajo se fortaleció, pero la dinámica que lleva la ciudad que atrae turismo y genera dinero a través del comercio se detuvo, por lo que, las pérdidas económicas para el país son enormes y si una catástrofe ocurriera recuperarse va a costar diez veces más de lo que pudiera costar en otras temporadas porque estamos saliendo de una pandemia, nos encontramos situación económica compleja y existe una gran movilidad humana.

**5. ¿Cuál es la principal razón por la que usted considera que la población no toma en cuenta las recomendaciones en cuanto a la prevención del riesgo sísmico?**

Es un proceso normal, debido a que es necesario que exista una entidad que le recuerde a la población constantemente que son vulnerables al riesgo sísmico y cómo deben actuar. Los individuos no toman en cuenta las recomendaciones, ya que las instituciones no tienen una noción de cómo llegar a la población, debido a que no conocen sus necesidades. Por lo tanto, nadie va a hacer caso si es que se llega con un tema prohibitivo o se establece que las personas deben tener una maleta de emergencia y realizar evacuaciones una vez al año, eso no es prevención, la prevención se realiza todos los días y se debe tomar en cuenta el tema social. Es importante considerar la estructura social desde el territorio, en donde cuando se conoce qué debe hacer la persona conjuntamente con su comunidad o vecinos, ya es una efectiva gestión del riesgo, y no se necesita que llegue la ambulancia, la policía y los bomberos, cuando la gente está organizada en el territorio es una gestión de riesgos efectiva.

**6. ¿Considera que deberían existir más campañas de comunicación en cuanto a la prevención de este tipo de desastres naturales?**

Con una campaña de comunicación que se promocioe de vez en cuando no es suficiente. La prevención es un proceso largo en donde los resultados no se ven a corto plazo, la adopción de una cultura preventiva se podría observar en un periodo de 5 a 10 años. Las campañas deberían desarrollarse una vez que se propongan ideas claras en cuanto a políticas públicas, porque si se lanzan campañas sin la normativa pertinente se utilizan recursos que no hay, en donde si bien las personas podrían observar las campañas y estar conscientes del riesgo, por otro lado, no tienen los suficientes recursos para mejorar sus construcciones. Las campañas de prevención deben venir después de un trabajo de zonificación, Quito necesita zonificar sus áreas para conocer las diferentes zonas vulnerables y sus características sociales y económicas para saber cómo llegar a la población de diversos sectores, por lo que, es necesario un proceso no solo de campañas de difusión sino convivir con la población.

**7. ¿De qué forma cree que se puede lograr que haya más personas informadas sobre la prevención de riesgos ocasionada por desastres naturales?**

La única forma en la que se puede captar la atención de la población es a través de campañas o iniciativas novedosas. Por otro lado, existe una gran responsabilidad por parte del municipio que debería dar el ejemplo frente a este tipo de eventos.

**8. ¿Cuáles considera que son los medios de comunicación más efectivos para desarrollar una cultura preventiva dentro de la población?**

Contar con redes sociales funciona increíblemente para captar gente, fondos y comunicar lo que se está haciendo, pero en zonas rurales se llega hacia la población mediante cuñas radiales, megáfonos, repartiendo información puerta a puerta, en misas de domingo y dentro de las escuelas pegando panfletos y realizando charlas direccionadas de acuerdo a las condiciones particulares de la población y su nivel de entendimiento y utilizando un lenguaje coloquial.

**9. ¿Cómo se puede mejorar la comunicación hacia la población respecto al manejo del riesgo sísmico?**

La mayoría de la población a excepción de personas mayores manejan los celulares, por lo que es necesario utilizar este medio a través de mensajes de texto, Whatsapp o redes sociales en general que alerten a la población sobre el riesgo sísmico y cómo deben actuar para evitar sus efectos negativos.

**10. ¿Conoce sobre el caso de manejo del riesgo sísmico en Chile? ¿Qué opina sobre este caso? ¿Cuáles son las prácticas que se podrían aplicar?**

Chile tiene una cultura de riesgos muy fuerte porque ha vivido eventos extremadamente complicados, siendo un buen referente. En el tema de sismos, ellos cuentan con normativa de construcción a nivel nacional y territorial, pero tienen un problema que es el tema de construcciones no aprobadas. Dentro de Chile existen personas que se encuentran a la espera de ser beneficiarios de un predio construido con normativa clara debido a que se encuentran en una zona de riesgo, entonces si van personas que quieren asentarse ilegalmente el Estado las reubica. Sin embargo, hay que tomar en cuenta el alto costo que esto representa, ya que se remueven a las personas y les proporcionan vivienda, pero deben realizar una larga lista de espera hasta que el Estado pueda ayudar a la población con las condiciones adecuadas para poder habitar en una zona que no tenga riesgo. No existe una fórmula perfecta, pero si se deberían replicar ciertas prácticas como las políticas públicas, a través de lineamientos mediante leyes, códigos orgánicos y ordenanzas municipales.

**2.1.2. Expertos Externos**

- Ph D. en Geología Yohann Videla Giering, licenciado en Geografía, Geografía Física y Ambiental, Johann Videla, ex profesor de la Universidad de Chile y profesor de la escuela de Geografía de la Universidad Academia de Humanismo.

Esta entrevista fue realizada el 14 de abril de 2022 vía ZOOM, el cual se encuentra en el anexo digital del presente trabajo.

## **1. Santiago de Chile es una ciudad propensa a sufrir los daños ocasionados por eventos sísmicos ¿Por qué ocurre este fenómeno dentro de la ciudad?**

Es importante analizar el riesgo en cuanto a términos de peligro y vulnerabilidad, el peligro se analiza desde el punto de vista físico de todos los peligros y amenazas latentes que existen, en este caso sería específicamente la subducción de dos placas, la de Nazca y la Sudamericana, por lo que no se puede evitar el evento de peligro. Sin embargo, desde el punto de vista de la vulnerabilidad, se puede analizar cuán vulnerables son las personas al vivir en una determinada condición de sitio, que se puede dar por dos variables, por una condición en donde las personas sienten un arraigo territorial, es decir, que la población no quiere salir de un lugar eventualmente bajo riesgo o también por alguna política pública del pasado que se tuvo que adaptar a un plan regulador. Dentro de Chile, se encuentra una ley denominada ley general de urbanismo y construcción, que norma cómo se va a construir y planificar la ciudad, a pesar de esto, muchas veces estas leyes sirven para normar o agregar lo que ya está construido, siendo este instrumento mal utilizado.

## **2. ¿Cómo se realiza el manejo del riesgo sísmico y su prevención en Santiago de Chile?**

A partir del terremoto de 1985 se norma al urbanismo y construcción, por lo que en el terremoto del 2010 no se tuvieron grandes pérdidas en las construcciones de Santiago. Sin embargo, desde el año 2010 en adelante se genera una nueva gestión del riesgo con diferentes hitos a analizar.

Para poder generar la comunicación y consulta se parte con contextualizar las diferentes comunas que existen en Santiago, para determinar los actores claves a través de diferentes instituciones, en este caso la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior, en donde se toman en cuenta dos elementos clave, el primero es lo que puede suceder, analizado en base a la determinación del periodo de retorno, que son eventos que han ocurrido en el pasado y que podrían volver a ocurrir; y cómo puede pasar.

Para poder realizar este análisis de riesgo, lo que ha implementado Chile a partir del 2010 son fondos gubernamentales para la red de monitoreo sísmico en tiempo real a cargo de la Universidad de Chile y el Centro de Sismología, la etapa de evaluación del riesgo que se da en función de la materialidad que existe en la construcción y la vulnerabilidad. De manera

que, el riesgo es comprendido bajo dos variables; la amenaza que esta monitoreada por el centro sismológico o el Servicio Nacional de Geología y Minería y la vulnerabilidad que está a cargo de la Oficina de Emergencias, que evalúa el riesgo asociado con las condiciones de las personas que habitan en las comunas de Santiago y cuáles son los rasgos etarios en los que se encuentran.

Los rasgos etarios, son diferentes estudios de susceptibilidad y percepción del riesgo realizados después del año 2010, que determinaron la existencia de un traspaso de conocimiento de parentesco, que debe ser considerado ya que después del terremoto del 2010, Chile se dio cuenta que a pesar de que existían muchos riesgos en el borde costero, este no se vio tan afectado y el problema que existió fue ocasionado por la mala información que se obtuvo desde los rangos altos del Estado. Es importante determinar los rangos etarios dentro de Santiago, ya que a través de estos las personas en Chile enfrentan la gestión del riesgo de una forma diferente. Los niños son fáciles de educar en cuanto a la gestión del riesgo sísmico, las personas con un rango etario mayor de 30 o 35 años, están pensando en una vivienda pero no definitiva, por lo que bajo ese concepto la gestión del riesgo está enfocada en las personas jóvenes que se pueden reinventar a través de la educación, el principal foco se encuentra en la mitigación del riesgo de personas de rango etario sobre 65, 70 u 80 años, que son personas vulnerables por la edad, presentan muchas veces deficiencias de salud, tienen su vivienda definitiva y frente a un determinado riesgo no van contar con la capacidad emocional para poder reconstruir o reinventarse. De manera que, se considera el rango etario con el objetivo de salvaguardar y tener a las personas caracterizadas a través diferentes mapas espaciales e índices para saber cuáles son las comunas que presentan un mayor riesgo con el objetivo de que los gobiernos locales pueden facilitarles la atención primaria en el más corto plazo.

Otra de las condiciones a tomar en cuenta es que, Chile al ser un país neoliberal tiene la transferencia del riesgo, que es un mecanismo que se utiliza cuando una persona no se siente segura, transfiriendo el riesgo a través de una institución financiera para adoptar una prima. De acuerdo a los rankings internacionales de economía, Chile es el país más asegurado a nivel latinoamericano, si bien no es un mecanismo que esta institucionalizado dentro del manual de gestión de riesgos del gobierno, es una opción que muchos chilenos optan para transferir el riesgo a una institución.

Una vez que se conocen los rangos etarios, la materialidad de la construcción y la condición vulnerable de la población se consolida el ultimo ítem de la consulta, que es una encuesta que se aplica para la identificación de las opciones existentes para definir la gradualidad del riesgo y el desarrollo de planes de implementación, que se ha adoptado a nivel nacional mediante algunas normas de construcción. También se han seleccionado las mejores propuestas desde el punto de vista académico, a través de instituciones como la escuela de Geofísica de la Universidad de Chile y el Centro Sismológico que tienen que ver con todo el impacto sísmico y el peligro que está dentro del concepto de riesgo, también está la escuela de geografía de la Universidad de Chile que mediante un manual y la docente Carmen Paz Castro en colaboración con la ONEMI realizaron un plan de manejo de la gestión del riesgo de desastres en donde se establece la gestión del riesgo mediante la evaluación de variables de vulnerabilidad que existen en las personas para poder enfrentar los riesgo de mejor forma.

En definitiva, se puede decir que el esquema general de la gestión del riesgo en Chile se ve influenciado por un plan de consulta el cual incluye dos grandes bloques, el de peligro que tiene que ver con las amenazas naturales y el segundo que se refiere a la vulnerabilidad, que tiene que ver con las condiciones sociales con la que cuentan las personas. Siendo el resultado final la identificación de opciones, tomando en cuenta la aplicación de normas que permiten o no construir en determinados lugares y con cierta materialidad; y, por otro lado, el desarrollo de planes de implementación los cuales se fundamentan en la educación.

### **3. ¿Cuál considera que es la percepción de la población en cuanto al riesgo sísmico?**

La percepción en cuanto al riesgo sísmico dentro de Chile no es mucha, ya que un terremoto de magnitud 5 o 6 no preocupa a la población, a diferencia de un sismo de 7 u 8 grados. Los habitantes de Santiago no se encuentran preocupados ante los sismos ya que saben que no va a existir ningún impacto negativo, producto de la ley de urbanismo y construcción, ya que los chilenos conocen que las construcciones dentro del país son sólidas. La población no tiene miedo al estar acostumbrados a este tipo de eventos debido a que desde pequeños se les inculcan a las personas que están dentro de un país sísmico y se ha aprendido a convivir con eso. Por otro lado, desde el punto de vista gubernamental, las leyes, normas aplicadas y fiscalización para la construcción han servido para que la población pueda tener tranquilidad.

**4. ¿Cuáles son los efectos negativos de que la población no cuente con una cultura preventiva?**

Los efectos negativos son inmediatos, el pánico y la catástrofe son el principal efecto, al no tener una cultura preventiva de riesgo sino reactiva, lo que ha pasado en los últimos años es que el Gobierno ha destinado muchos fondos a reaccionar frente a un desastre, pero no a prevenir en el futuro. Actualmente, a partir del 2010, los últimos gobiernos han promovido el desarrollo de una cultura preventiva dentro de la población, sin embargo, se puede decir que todavía se necesita un fortalecimiento en este ámbito.

**5. ¿Cuál es la principal razón por la que usted considera que la población no toma en cuenta las recomendaciones en cuanto a la prevención del riesgo sísmico?**

El principal problema es que en el año 2010 la institucionalidad de Chile perdió credibilidad, ya que el terremoto fue durante el periodo de transferencia de gobierno de Bachelet a Piñera y se dieron directrices erróneas, existiendo un conflicto en el traspaso de información. Al no existir una preparación por parte del Gobierno ante un sismo de tal magnitud, se generó pánico en el momento y el traspaso de información no fue claro, en donde el Director de ONEMI informó a la presidenta que no iba a existir riesgo de tsunamis, informándose públicamente a todo el borde costero que la población podía volver a su hogar y finalmente ocurrió un tsunami, ese efecto en particular hizo que las personas dejaran de creer en las instituciones públicas, que ocasionó la pérdida de cientos de vidas, generando incertidumbre dentro de los organismos públicos. Finalmente, generó que la gente hoy en día no crea en la institucionalidad y crea más en lo que ellos pueden desarrollar en el día a día, que es el traspaso de información ancestral de padres a hijos.

**6. ¿Considera que deberían existir más campañas de comunicación en cuanto a la prevención de este tipo de desastres naturales?**

Por su puesto, a pesar de que dentro del Centro Sismológico Nacional existen campañas, el problema es que muchas veces la información no llega a todos los estratos. Chile tiene una cultura muy centralista, por lo que, en Santiago si se encuentra información y cultura dentro de la población, ya que esta llega a través de campañas mediante un flujo de información continuo. Sin embargo, el problema es en el resto de Chile, en aquellos lugares remotos en

donde ocurre un desastre y la información no está disponible. Por lo que, deben haber más campañas que motiven a estudiar el riesgo de desastres y conozcan cuales son las distintas esferas del análisis del riesgo, su mitigación y control, pero sobretodo que esta información tenga una verticalidad y llegue a los gobiernos locales, debido a que muchas veces la información no llega a las personas más vulnerables y es ahí en donde deben estar las campañas y sobretodo en los colegios.

**7. ¿De qué forma cree que se puede lograr que haya más personas informadas sobre la prevención de riesgos ocasionada por desastres naturales?**

En primer lugar, se deben generar campañas con equipos multidisciplinarios, muchas veces lo que ha pasado en Chile es que las campañas están a cargo de sismólogos, ingenieros o personas altamente calificadas para el estudio físico del problema, pero finalmente no se encuentran capacitadas para realizar una correcta difusión de la información. En Chile desde el punto de vista sísmico están siendo realizadas campañas con equipos multidisciplinarios a través del trabajo de sociólogos, economistas, sismólogos, trabajadores sociales y profesionales que sean capaces de transmitir la información hasta los gobiernos locales, comunas y colegios, con infografías y otras herramientas, ya que los papers, publicaciones y tesis son los puntos de partida. Por lo que, debe existir un organismo y una campaña publicitaria que sea capaz de traducir la información proporcionada por los científicos y que sea transferida a los diferentes profesionales para que pueda ser difundida en los gobiernos locales, comunas, municipalidades, colegios, junta de vecinos y juntas de seguridad.

**8. ¿Cuáles considera que son los medios de comunicación más efectivos para desarrollar una cultura preventiva dentro de la población?**

Los medios de comunicación más efectivos son las redes sociales, tomando en cuenta que cada una de ellas tiene un público objetivo distinto, por ejemplo, en LinkedIn se encuentran profesionales altamente calificados que están buscando trabajo o haciendo redes científicas, por lo que, dentro de esta red social una buena publicidad sería con papers o últimas publicaciones de tesis, por otro lado, Facebook es una red con un público objetivo con personas entre los 40 o 50 años muy variable, en donde se encuentran desde profesionales hasta personas que no hayan completado su educación media o básica, en Instagram existe un tráfico de información que cautiva al público más joven, en donde existe información

didáctica, también es necesario el material educativo en los colegios, en donde el Gobierno debe jugar un rol fundamental en los planes de estudio y enseñanza.

**9. ¿Cuáles considera que son los puntos a destacar de la gestión realizada en cuanto a comunicación para la prevención de desastres?**

Un punto a destacar es el haber hecho un cambio generalizado en el Ministerio del Interior que ahora se denomina Ministerio del Interior y Seguridad Pública, lo que denota un gran avance en términos gubernamentales, ya que antes el Ministerio del Interior se ocupaba de la Vicepresidencia y ahora de la seguridad pública, reforzando las oficinas de emergencia e incluyendo un plantel de profesionales, a través de fondos para poder generar investigación y publicidad acerca de todo lo relacionado con el riesgo de desastres. Por lo que, es importante destacar las políticas públicas y gobernanza, normas y decretos realizados por el Estado que han potenciado la mitigación del riesgo de desastres a partir del año 2010.

**10. ¿Cómo se puede mejorar la comunicación hacia la población respecto al manejo del riesgo sísmico?**

Se puede mejorar fortaleciendo el rol de los representantes o presidentes de juntas de vecinos, ya que los últimos gobiernos no han llegado completamente a los gobiernos locales y municipalidades, además del trabajo comunitario y territorial que parte por conocer a los comités de seguridad vecinales. El Gobierno de Chile debería enfocarse en el trabajo territorial, potenciando las agrupaciones locales para poder entregar capacidades y educación. Por lo que, hay que realizar trabajo territorial, ya que, si las personas son capaces de conocer y convivir con los riesgos, se podrían mejorar las políticas públicas a futuro. La ley de construcción es muy buena, pero va a aplicarse a edificios y grandes construcciones y no hacia las personas que están construyendo en sus hogares, ya que no se les está entregando el conocimiento de cómo construir correctamente, por lo que, es necesario que, aunque un maestro en Chile tiene conciencia de que debe construir con fierro y hormigón, se puede capacitarlos, ya que aquellas personas que trabajan en los barrios no tienen el estándar de una construcción inmobiliaria.

## 2.2. Observación

### 2.2.1. Distrito Metropolitano de Quito

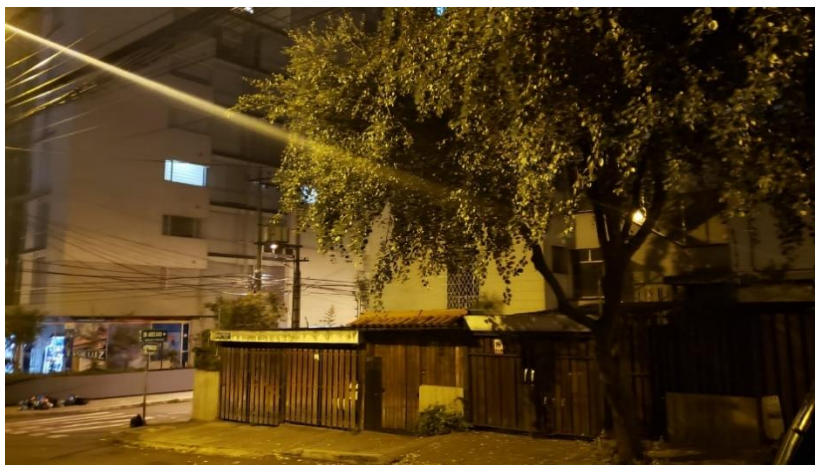
La información recolectada a través del proceso de observación para conocer más acerca del comportamiento de la población durante un evento sísmico ha sido realizado en diferentes sismos cuyo epicentro ha sido en la ciudad de Quito y en otras ciudades del país, sin embargo, han sido perceptibles hasta la ciudad capital.

El evento ocurrió el 23 de noviembre de 2021, en donde aproximadamente a las 11h03 ocurrió un sismo con epicentro en la ciudad de Quito de magnitud 4.60 (Instituto geofísico, 2021), en donde los ciudadanos fueron evacuados de los edificios en donde realizaban sus actividades diarias. Sin embargo, se pudo evidenciar una falta organización e información hacia la ciudadanía sobre cómo actuar durante estos eventos debido al nivel de respuesta deficiente durante el evento, ya que las personas no tomaron medidas preventivas durante el sismo para evitar heridas o pérdidas humanas, los ciudadanos demoraron algo tiempo en evacuar e incluso algunos no evacuaron y continuaron con sus labores.



**Figura 29.** Ciudadanos quiteños evacuando después de un evento sísmico

Otro evento sísmico perceptible dentro de la ciudad fue el de magnitud 6.0 registrado el 26 de marzo de 2022 en la zona costera de Esmeraldas en donde hubo un gran número de afectados. Dentro de la ciudad de Quito no existieron mayores efectos negativos, sin embargo, se pudo percibir el comportamiento de la población frente a este tipo de riesgo, ya que la mayoría de habitantes no evacuaron sus viviendas y no actuaron de ninguna forma en particular para preservar su salud.



**Figura 30.** Zona residencial en Quito sin evidencia de evacuación por parte de la población

Por otro lado, contamos con las entrevistas realizadas a diferentes especialistas en cuanto al manejo del riesgo sísmico.

Entrevista realizada al ingeniero geógrafo Sebastián Dueñas, analista en control forestal y vida silvestre en el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica y docente de la Universidad de las Américas de la carrera de ingeniería ambiental.



Entrevista realizada a la ingeniera geógrafa Diana Soto, especialista en riesgos del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica.

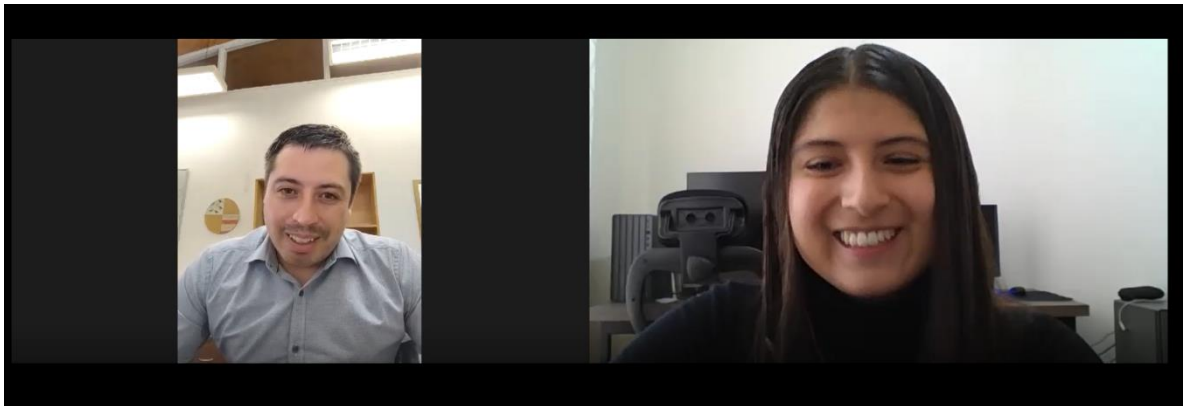
**Figura 31.** Entrevista al Ing. Sebastián Dueñas



**Figura 32.** Entrevista a la Ing. Diana Soto

### ***2.2.2. Región Metropolitana de Santiago***

Entrevista realizada al licenciado en Geografía, Geografía Física y Ambiental, Johann Videla, ex profesor de la Universidad de Chile y profesor de la escuela de Geografía de la Universidad Academia de Humanismo.



**Figura 33.** Entrevista al Lic. Johann Videla

### **2.3. Encuestas**

Dentro de las encuestas realizadas en el Distrito Metropolitano de Quito y la Región Metropolitana de Santiago se realizó un sondeo debido a la limitante de tiempo al momento de realizar la investigación de mercados. Sin embargo, se ha efectuado el cálculo de la muestra con fines referenciales.

### **Cálculo de la muestra: Distrito Metropolitano de Quito**

Para la aplicación de las encuestas dentro de la ciudad de Quito se tomó en cuenta el total de su población, utilizándose para el cálculo de la muestra la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

La población que se ha utilizado para el cálculo de la muestra de la presente investigación se encuentra basada en una proyección realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en donde para el 2020, la ciudad de Quito cuenta con una población de 2.781.641 habitantes. Con un intervalo de confianza del 95%, un error de estimación del 5%, Z de 1.96, probabilidad a favor y en contra del 50% respectivamente, siendo el tamaño de la muestra de 385 encuestas.

**Tabla 2.** Valores para el cálculo de la muestra del Distrito Metropolitano de Quito

Probabilidad a favor (p)	50%
Probabilidad en contra (q)	50%
Nivel de confianza al 95% (z)	1.96
Error de estimación (e)	5%

Este sondeo se realiza con el objetivo de identificar la perspectiva de las personas en cuanto al manejo del riesgo sísmico dentro del Distrito Metropolitano de Quito, para realizar una comparación de los resultados obtenidos en la Región Metropolitana de Santiago, con el fin de determinar estrategias de comunicación integrada adecuadas que podrán ser implementadas.

### **Cálculo de la muestra: Región Metropolitana de Santiago**

Para la aplicación de las encuestas dentro de la ciudad de Santiago de Chile se tomará en cuenta el total de su población, utilizándose para el cálculo de la muestra la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

La población que se ha utilizado para el cálculo de la muestra de la presente investigación se encuentra basada en el último censo realizado en 2017, en donde la Región Metropolitana de Santiago cuenta con una población de 5.250.565 habitantes. Con un intervalo de confianza

del 95%, un error de estimación del 5%, Z de 1.96, probabilidad a favor y en contra del 50% respectivamente, siendo el tamaño de la muestra de 385 encuestas.

**Tabla 3.** Valores para el cálculo de la muestra del Región Metropolitana de Santiago

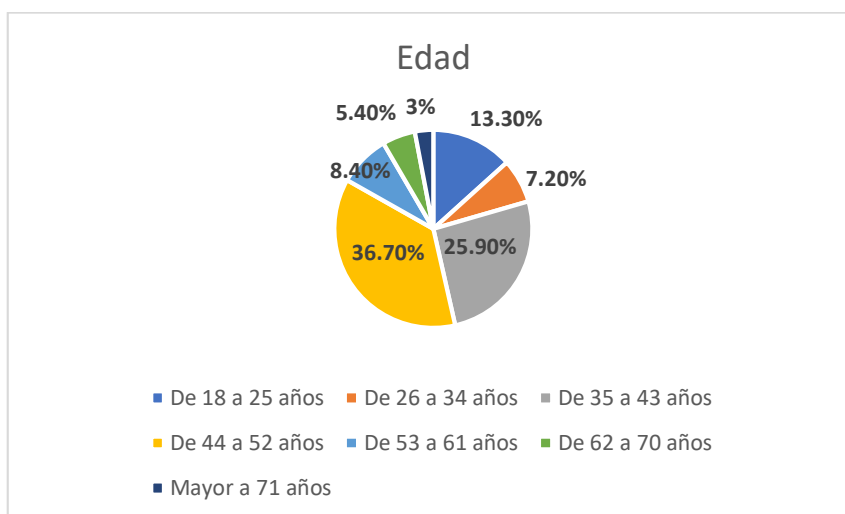
Probabilidad a favor (p)	50%
Probabilidad en contra (q)	50%
Nivel de confianza al 95% (z)	1.96
Error de estimación (e)	5%

El realizar ambos sondeos permitirá el establecimiento de estrategias específicas de comunicación integrada que sean de utilidad para el desarrollo de una cultura preventiva dentro de la ciudad de Quito, siendo el principal objetivo la determinación del éxito de las campañas de comunicación para la prevención del riesgo ocasionado por desastres naturales dentro de la ciudad de Santiago.

### 2.3.1. Análisis de Encuestas Distrito Metropolitano de Quito

La encuesta realizada en la ciudad de Quito fue respondida por 166 personas, de las cuales 148 consideraban que la ciudad donde habitan es vulnerable ante un evento sísmico y 18 que pensaban lo contrario.

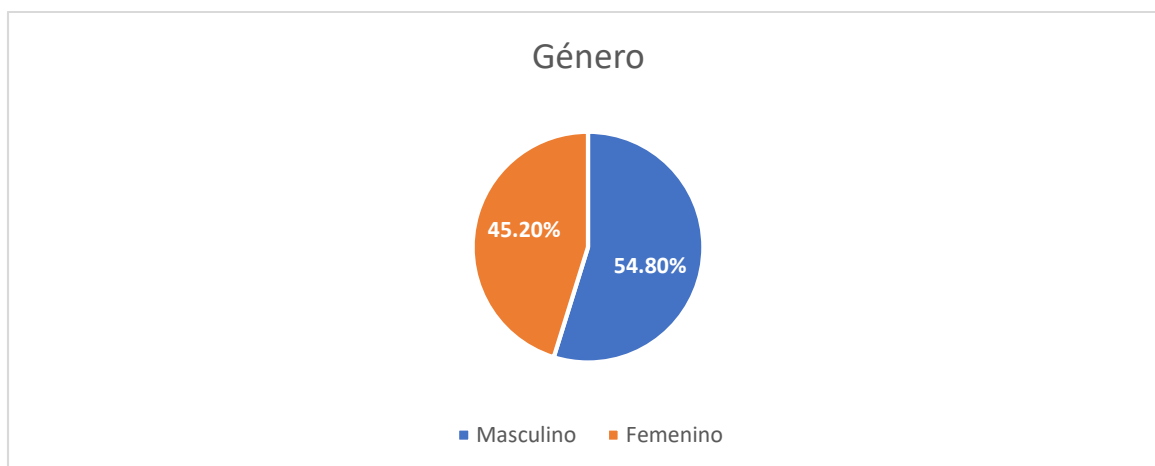
- **Información general:**



**Figura 34.** Edad de las personas encuestadas

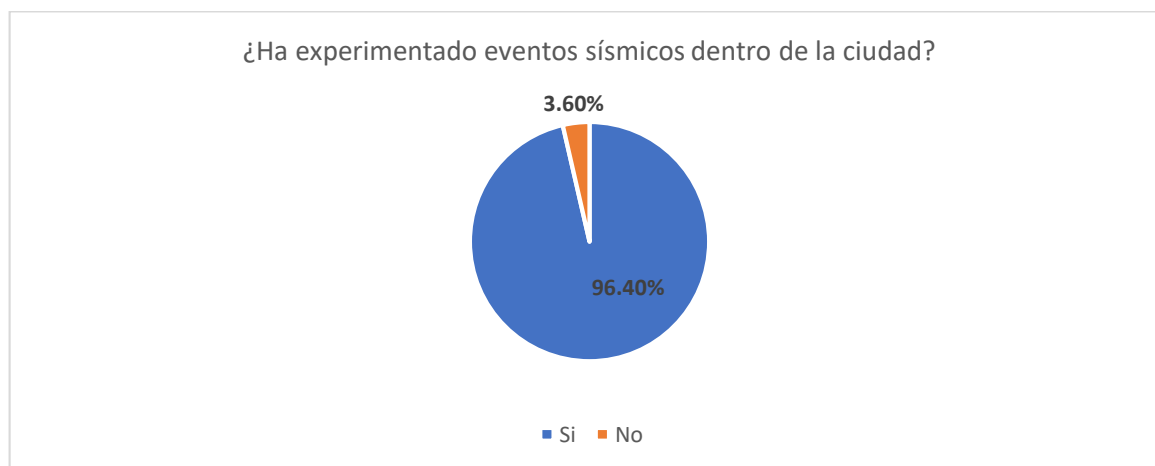
El 36.70% de la muestra se encuentra en el rango de edad de 44 a 52 años, seguido del 25.90% de la muestra que corresponde a las personas de entre 35 y 45 años, mientras que el 13.30%

corresponde a la edad de 18 a 25 años, seguido de las personas entre 53 y 61 años que representan el 8.40% de la muestra. Por otro lado, las personas de 26 a 34 años representan el 7.20% de la muestra, y finalmente las personas de 62 a 70 años y mayores a 71 años, representan el 5.40% y 3% del total de la muestra respectivamente.



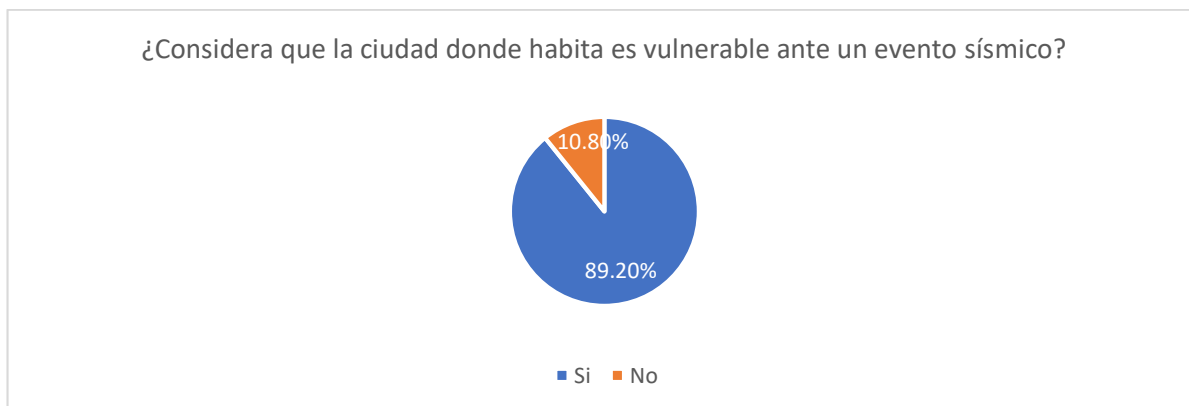
**Figura 35.** Género de las personas encuestadas en Quito

Del total de la muestra el 45.20% es del género femenino y el 54.80% del género masculino



**Figura 36.** Personas que han experimentado eventos sísmicos dentro de la ciudad

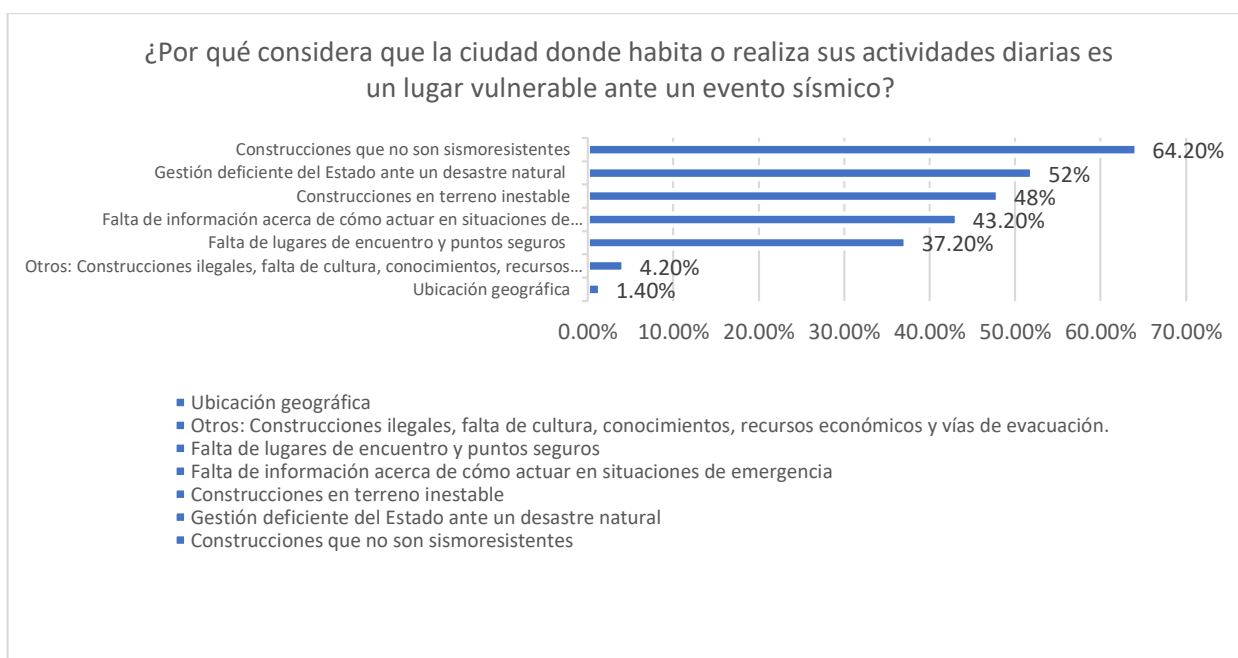
Del total de la muestra el 96.40% ha experimentado eventos sísmicos dentro de la ciudad, mientras que el 3.60% no lo ha hecho.



**Figura 37.** Personas que consideran que la ciudad donde habitan es vulnerable ante un evento sísmico

Del total de la muestra el 89.20% considera que la ciudad donde habitan es vulnerable ante un evento sísmico, mientras que el 10.80% considera que la ciudad donde habitan no es vulnerable.

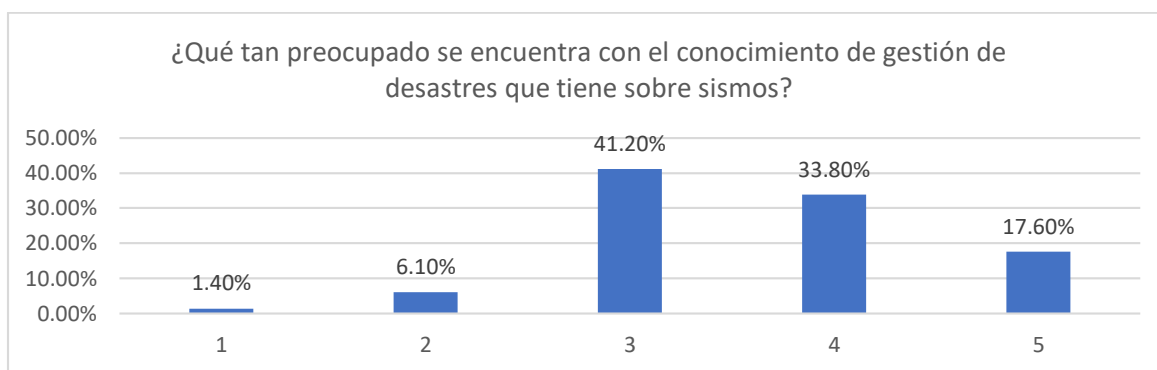
- **Análisis de la encuesta realizada a personas que consideran que la ciudad de Quito es vulnerable ante un evento sísmico:**



**Figura 38.** Razones por las cuales los ciudadanos de Quito consideran que la ciudad donde habitan es un lugar vulnerable ante un evento sísmico

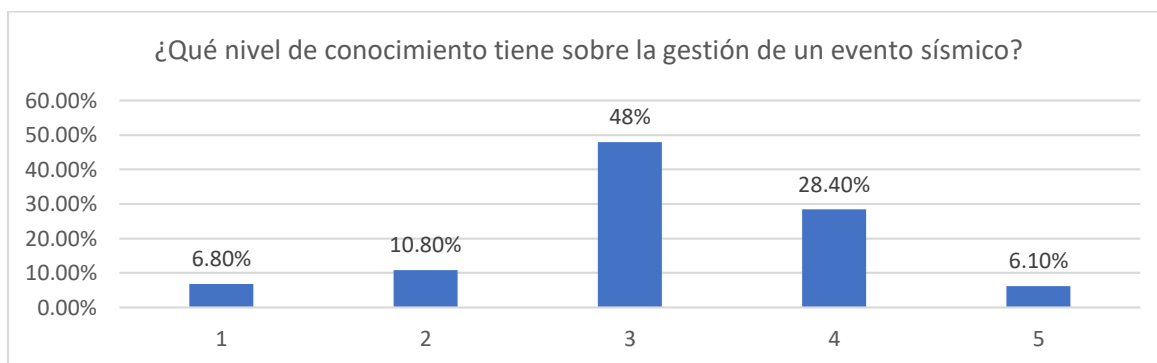
El 64.20% del total de la muestra identificó que la principal razón por la cual consideran que el lugar donde habitan es vulnerable ante un evento sísmico es que las construcciones no son

sismorresistentes, el 52% considera que existe una gestión deficiente del Estado un desastre natural por lo cual la ciudad es vulnerable ante estos eventos, el 48% identifica que existen construcciones en terreno inestable, el 43.20% que existen falta de información acerca de cómo actual en situaciones de emergencia, el 37.20% que hay falta de lugares de encuentro y puntos seguros, el 4.20% del total de la muestra considera que existen otros factores de vulnerabilidad como construcciones ilegales, falta de cultura, conocimientos, recursos económicos y vías de evacuación y el 1.40% considera que la vulnerabilidad se encuentra determinada por la ubicación geográfica



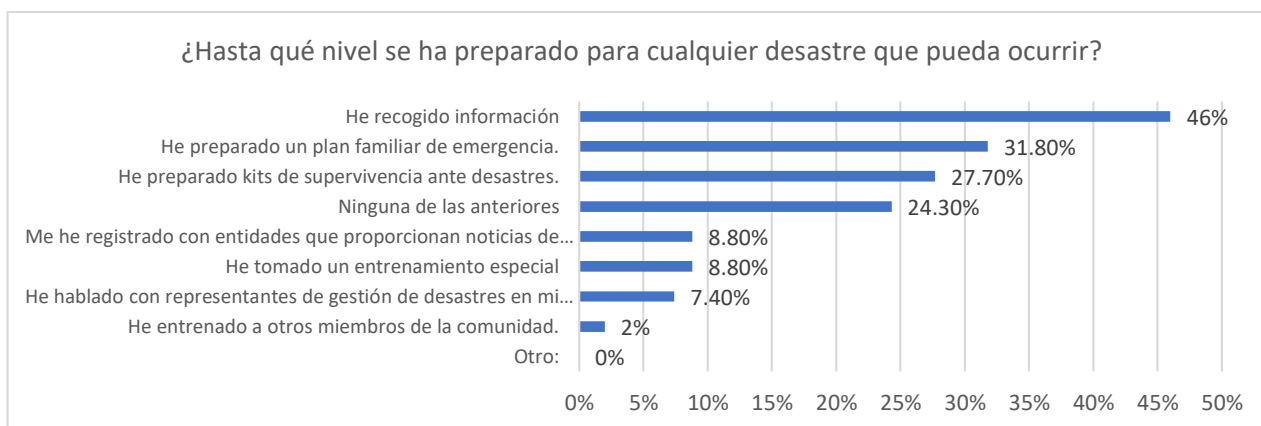
**Figura 39.** Nivel de preocupación con el que la población cuenta respecto al conocimiento con el que cuentan frente a la gestión de desastres sobre eventos sísmicos

El 1.40% del total de la muestra no se encuentra nada preocupado frente al nivel de conocimiento con el que cuenta relacionado a la gestión de eventos sísmicos, el 6.10% se encuentra no muy preocupado, el 41.20% se considera neutral, el 33.80% está algo preocupado y el 17.60% se encuentra muy preocupado en cuanto al nivel de conocimiento con el que cuenta frente a la gestión de desastres sobre eventos sísmicos.



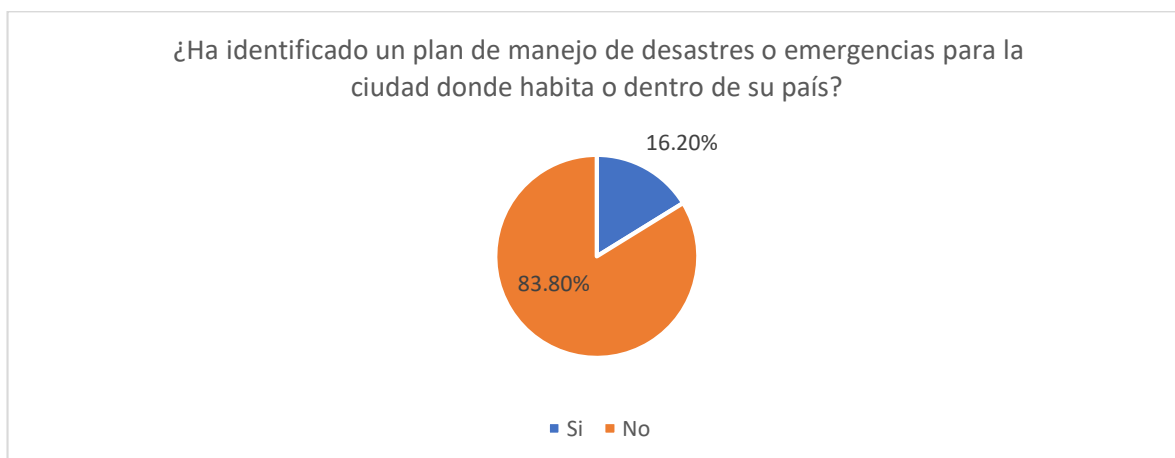
**Figura 40.** Nivel de conocimiento con el que cuenta la población ante la gestión de un evento sísmico

El 6.80% del total de la muestra considera que su nivel de conocimiento sobre la gestión de un evento sísmico es muy bajo, el 10.80% lo considera bajo, el 48% considera que es medio, el 28.40% considera que es alto y el 6.10% considera que su nivel de conocimientos es muy alto.



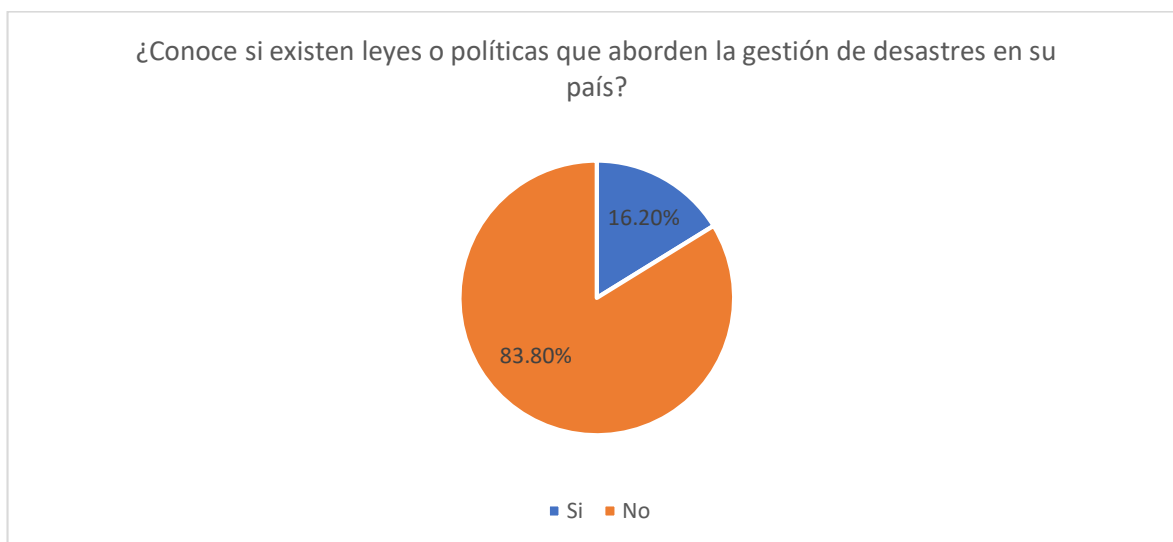
**Figura 41.** Nivel de preparación de la población ante cualquier desastre natural que pueda ocurrir

El 46% del total de la muestra ha recogido información ante cualquier desastre natural que pueda ocurrir, el 31.80% ha preparado un plan familiar de emergencia, el 27.70% ha preparado kits de supervivencia ante desastres, el 24.30% no ha realizado ninguna acción, el 8.80% se ha registrado con entidades que proporcionan noticias de emergencia o sistemas de alerta, el otro 8.80% ha tomado un entrenamiento especial, el 7.40% ha hablado con representantes de gestión de desastres de su comunidad, el 2% ha entrenado a otros miembros de la comunidad y el 0% del total de la muestra no ha realizado otras acciones.



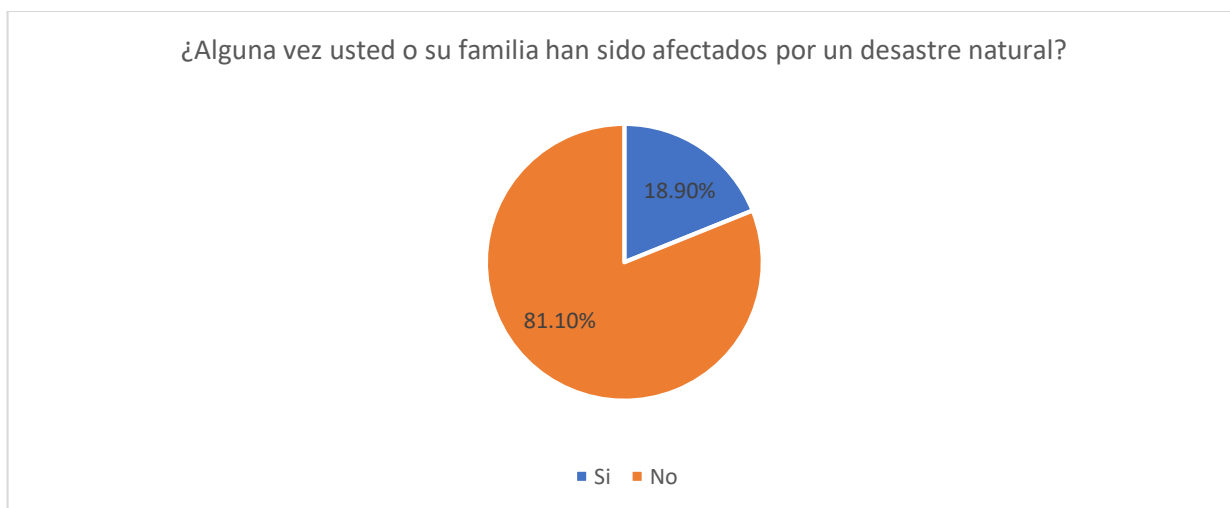
**Figura 42.** Identificación de un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad o país en donde habita la población.

El 83.80% del total de la muestra no ha identificado un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad o país donde habita y el 16.20% si ha identificado un plan.



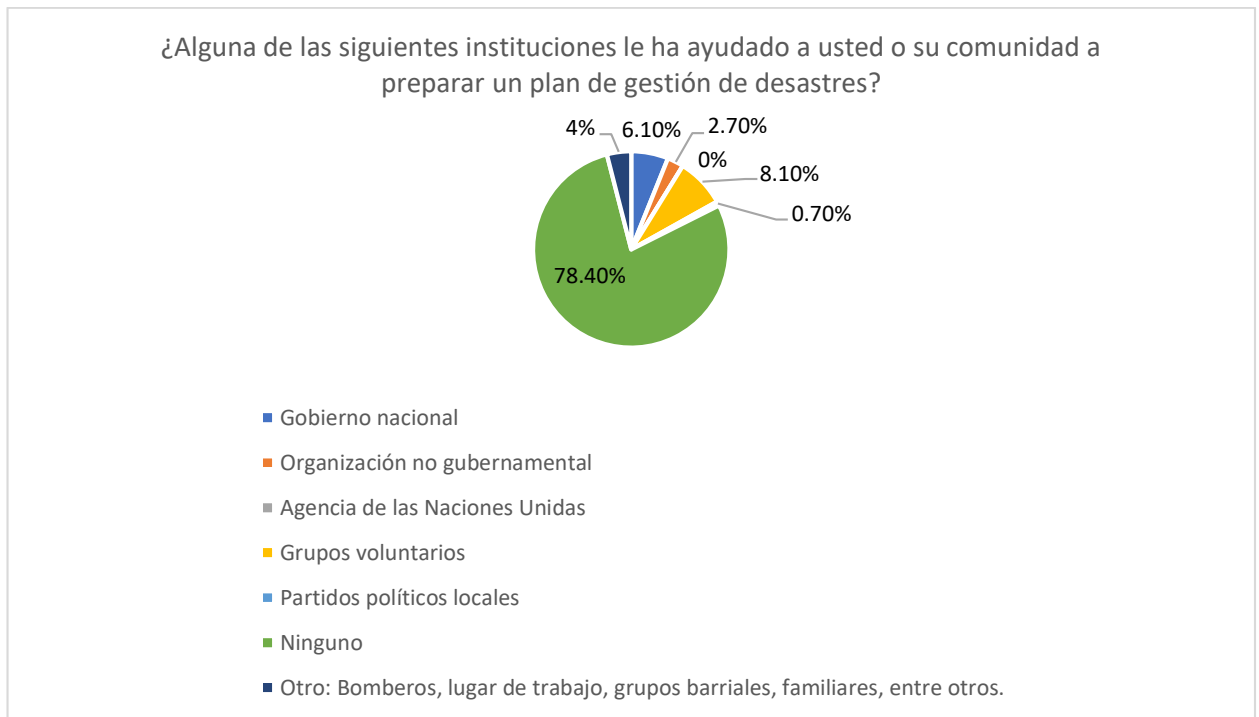
**Figura 43.** Conocimiento por parte de la población sobre la existencia de leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en el país

El 83.80% del total de la muestra desconocen la existencia de leyes o políticas que aborden la gestión de desastres dentro de su país y el 16.20% ha identificado leyes o políticas que abordan la gestión de riesgos dentro del país.



**Figura 44.** Personas que han sido afectadas por un desastre natural

El 81.10% del total de la muestra reconoce que no han sido afectados por un desastre natural, mientras que el 18.90% si ha sido afectado.

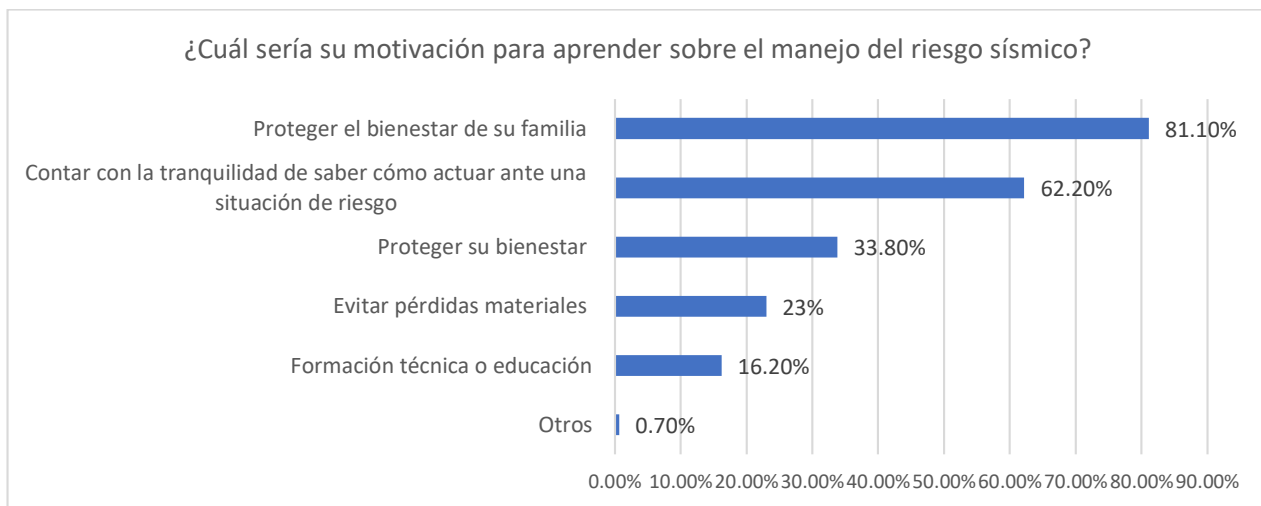


**Figura 45.** Instituciones que han ayudado a la comunidad a preparar un plan de gestión de desastres  
 El 78.40% del total de la muestra ha identificado que ninguna institución ha ayudado a la comunidad a preparar un plan de gestión de desastres, el 8.10% ha identificado la ayuda de grupos voluntarios, el 6.10% del Gobierno nacional, el 4% ayuda de otras entidades como dentro de su lugar de trabajo, grupos barriales, familiares, entre otros, el 2.70% ha identificado ayuda de organizaciones no gubernamentales y el 0.70% la ayuda de partidos políticos locales.



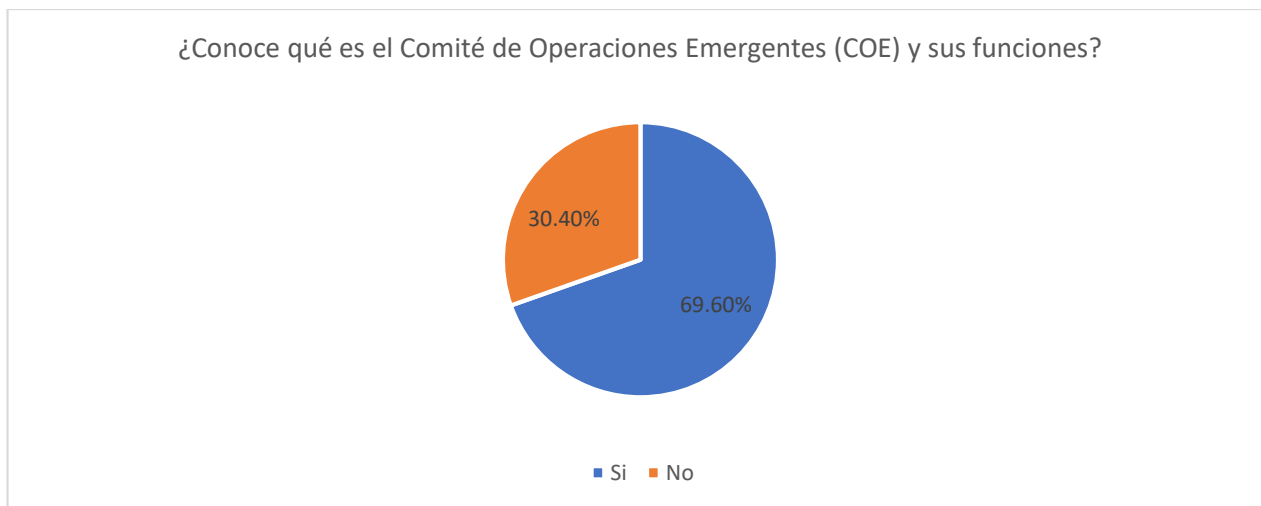
**Figura 46.** Identificación de campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico

El 62.50% del total de la muestra no ha identificado campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico, mientras que el 36.50% ha identificado algún tipo de campaña.



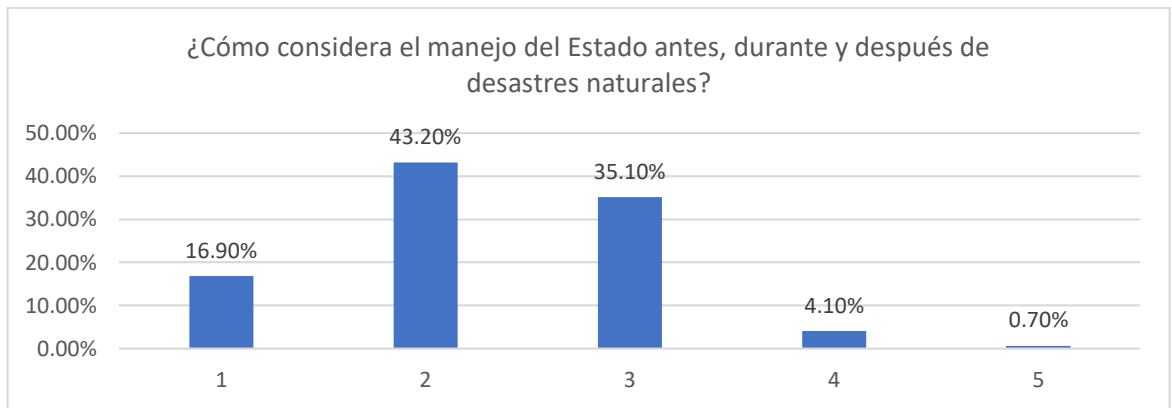
**Figura 47.** Motivación de la población para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico

El 81.10% identifica que su principal motivación es la protección del bienestar de su familia, el 62.20% identifica que le motiva contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de riesgo, el 33.80% el proteger su propio bienestar, el 23% para evitar pérdidas materiales, el 16.20% con fines de formación técnica o educación y el 0.70% por otras causas.



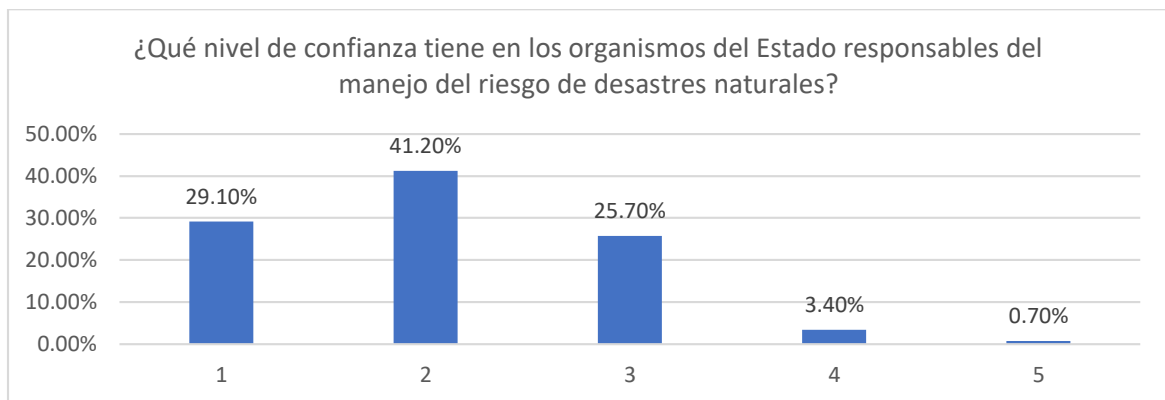
**Figura 48.** Conocimiento sobre el Comité de Operaciones Emergentes (COE) y sus funciones

El 69.60% del total de la muestra conoce qué es el Comité de Operaciones Emergentes (COE) y sus funciones y el 30.40% no lo conoce.



**Figura 49.** Percepción de la población sobre el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales

El 16.90% considera que el manejo del Estado antes durante y después de desastres naturales es muy malo, el 43.20% considera que es malo, el 35.10% se mantiene neutral, el 4.10% considera que es alto y el 0.70% muy alto.



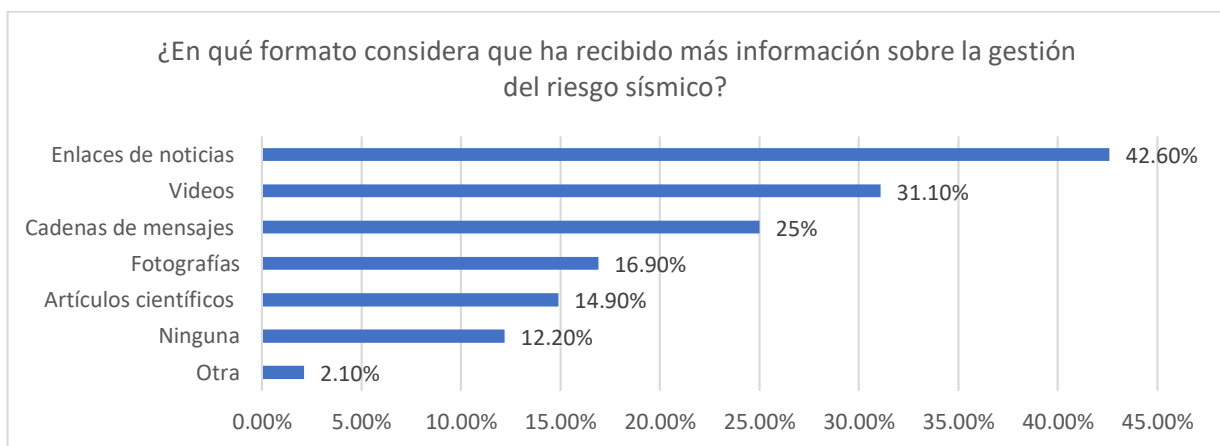
**Figura 50.** Nivel de confianza que tiene la población en organismos del Estado responsables del manejo de riesgo de desastres naturales.

El 29.10% tiene un nivel de confianza muy bajo en los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales, el 41.20% tiene un bajo nivel de confianza, el 25.70% se mantiene neutral, el 3.40% cuenta con un alto nivel de confianza y el 0.70% con un nivel muy alto de confianza.



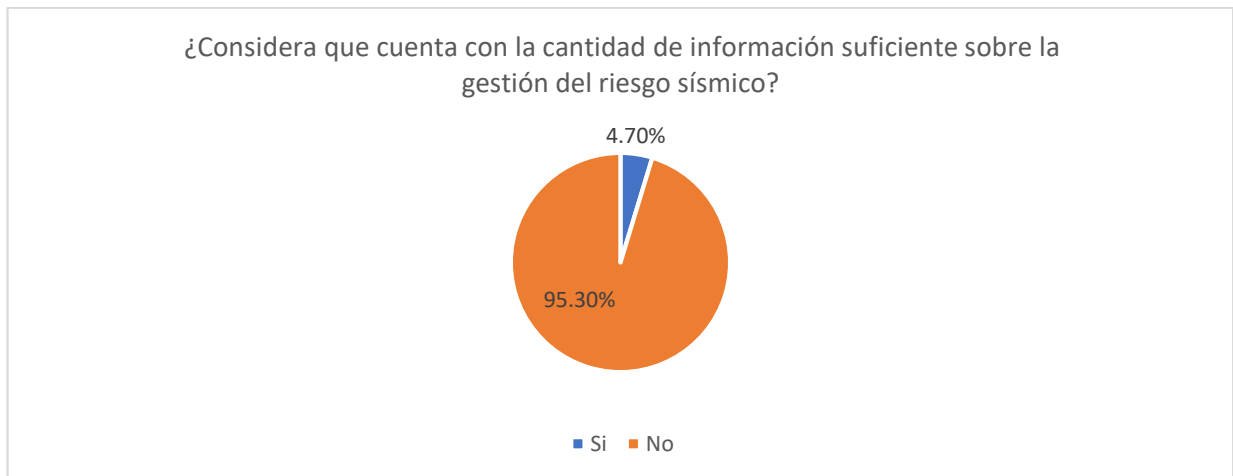
**Figura 51.** Medios por los cuales la población ha recibido mayor información sobre la gestión del riesgo sísmico.

El principal medio por el cual las personas han recibido información sobre la gestión del riesgo sísmico es a través de redes sociales con un 52.70%, seguido de televisión con un 46.60%, prensa con un 20.90%, radio con el 17.60%, ningún medio de comunicación en el 14.20%, folletos con el 13.50%, correos electrónicos con 4.70%, reuniones públicas con 4.70%, otros como colegios, escuelas y estudios universitarios con el 4.20% y el 2.70% a través de vallas publicitarias.



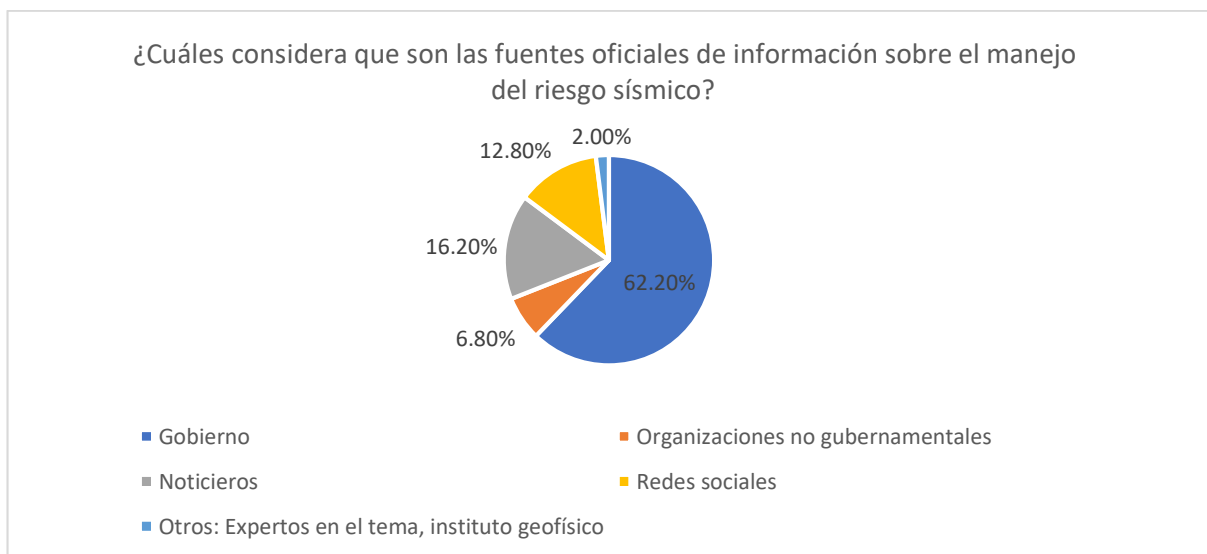
**Figura 52.** Formato mediante los cuales la población considera que ha recibido más información sobre la gestión del riesgo sísmico.

El formato mediante el cual la población ha recibido más información sobre la gestión del riesgo sísmico es a través de enlaces de noticias con el 42.60%, videos con el 31.10%, cadenas de mensajes 25%, fotografías con el 16.90%, artículos científicos con el 14.90%, ningún formato con el 12.20% y otros formatos con el 2.10%.



**Figura 53.** Percepción de la población sobre la cantidad de información sobre la gestión del riesgo sísmico.

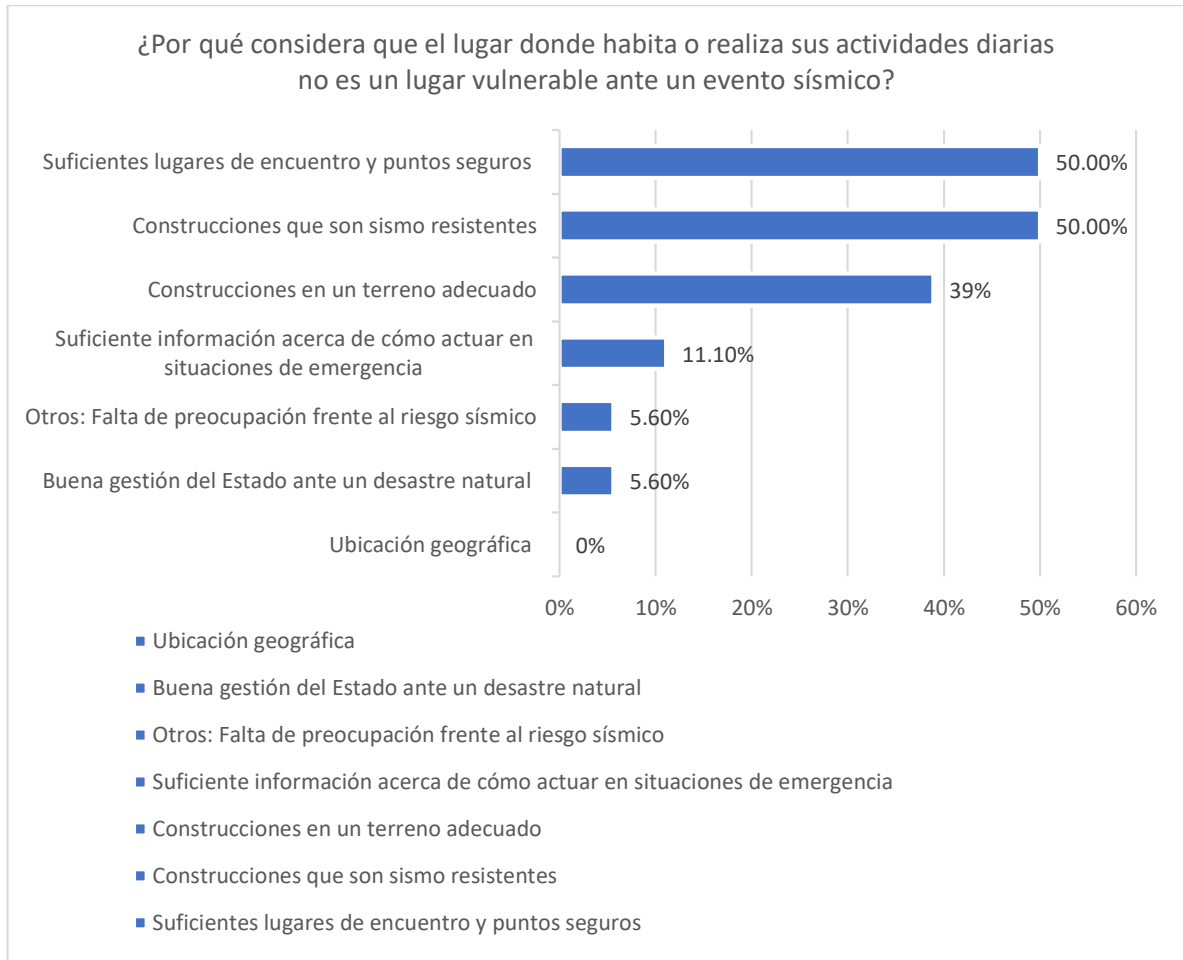
El 95.30% del total de la muestra considera que no cuenta con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico, mientras que el 4.70% considera que si la tiene.



**Figura 54.** Fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico

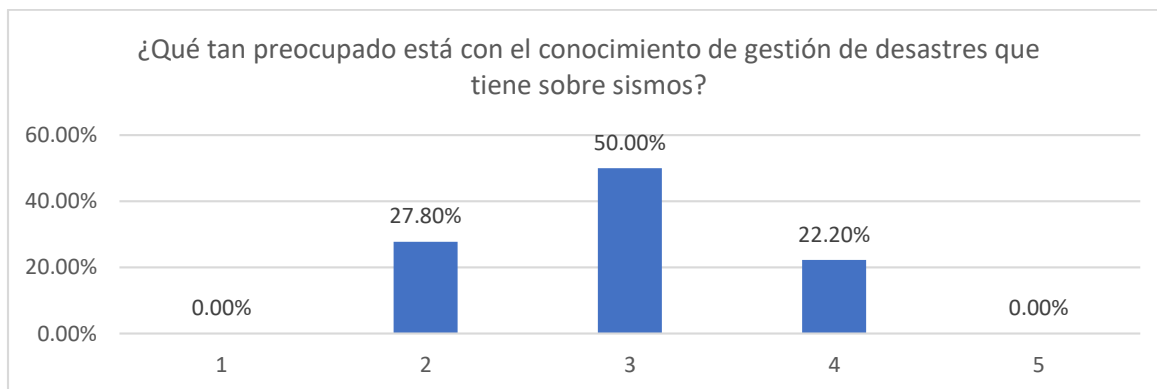
Del total de la muestra el 62.20% considera que la fuente oficial de información sobre el manejo del riesgo sísmico es el Gobierno, el 16.20% considera que son los noticieros, el 12.80% piensa que son las redes sociales, el 6.80% piensa que son organizaciones no gubernamentales y el 2% considera que existen otras fuentes oficiales como expertos en el tema y entidades técnicas.

- **Análisis de la encuesta realizada a personas que consideran que la ciudad de Quito no es vulnerable ante un evento sísmico:**



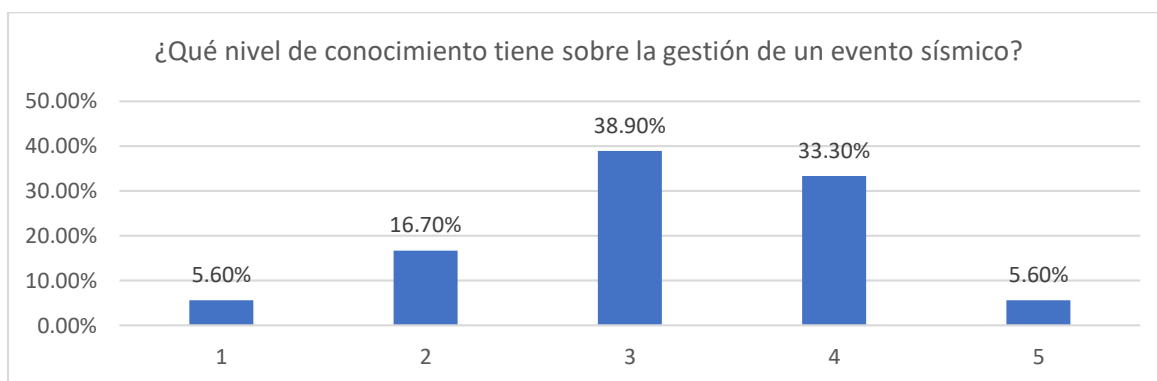
**Figura 55.** Razones por las cuales los ciudadanos de Quito consideran que la ciudad donde habitan no es un lugar vulnerable ante un evento sísmico

El 50% considera que el lugar donde habita no es un lugar vulnerable ante un evento sísmico debido a que existen construcciones que son sismorresistentes y a su vez suficientes lugares de encuentro y puntos seguros, el 39% considera que las construcciones se encuentran en un terreno adecuado, el 11.10% que existe la información suficiente acerca de cómo actuar en situaciones de emergencia, el 5.60% considera que hay una buena gestión del Estado ante un desastre natural y también otros factores por los cuales el lugar donde habitan no es vulnerable ante un evento sísmico y el 0% debido a la ubicación geográfica.



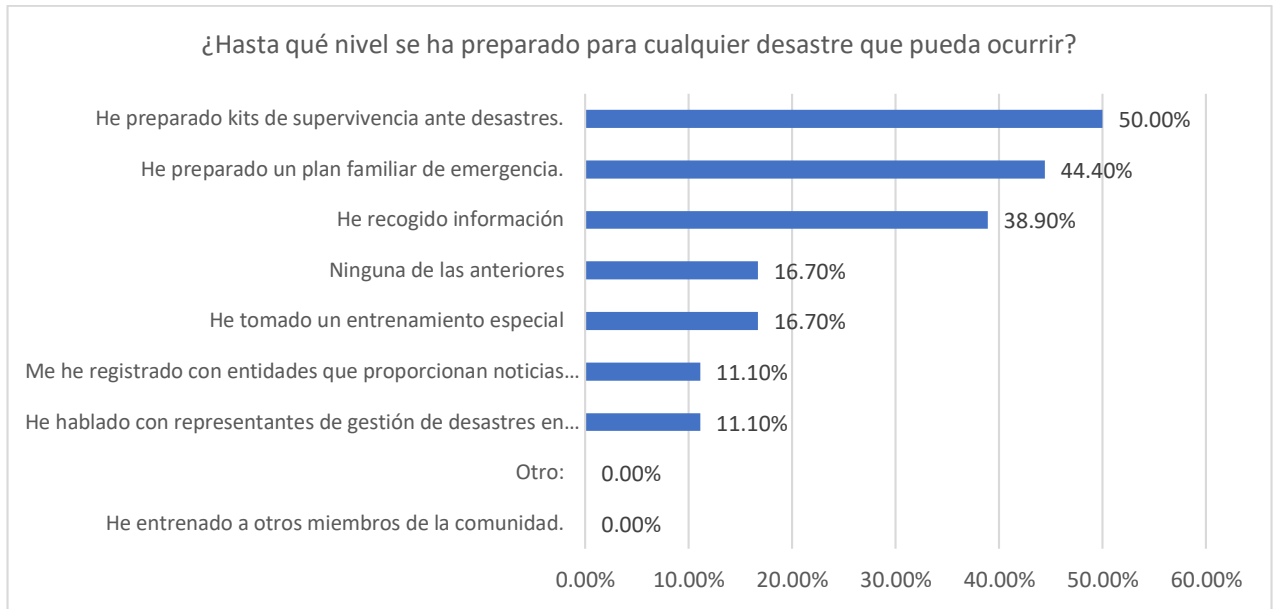
**Figura 56.** Nivel de preocupación con el que la población cuenta respecto al conocimiento con el que cuentan frente a la gestión de desastres sobre eventos sísmicos

El 27.80% del total de la muestra no se encuentra muy preocupado con su conocimiento de gestión de desastre sísmico, el 50% se encuentra neutral y el 22.20% se encuentra algo preocupado.



**Figura 57.** Nivel de conocimiento con el que cuenta la población ante la gestión de un evento sísmico

El 5.60% del total de la muestra considera que tiene un nivel muy bajo en cuanto al conocimiento sobre la gestión de un evento sísmico, el 16.70% tiene un nivel de conocimiento bajo, el 38.90% un nivel medio, el 33.30% alto y el 5.60% muy alto.



**Figura 58.** Nivel de preparación de la población ante cualquier desastre natural que pueda ocurrir

El 50% se ha preparado ante los desastres naturales preparando kits de supervivencia ante desastres, el 44.40% preparando un plan familiar de emergencia, el 38.90% ha recogido información, el 16.70% no ha realizado ninguna acción para prepararse ante cualquier desastre natural que pueda ocurrir, el otro 16.70% ha tomado un entrenamiento especial, el 11.10% se ha registrado con entidades que proporcionan noticias de emergencia o sistemas de alertas, el otro 11.10% ha hablado con representantes de gestión de desastres dentro de su comunidad y el 0% ha entrenado a otros miembros de su comunidad y no ha realizado otras acciones además de las mencionadas anteriormente.



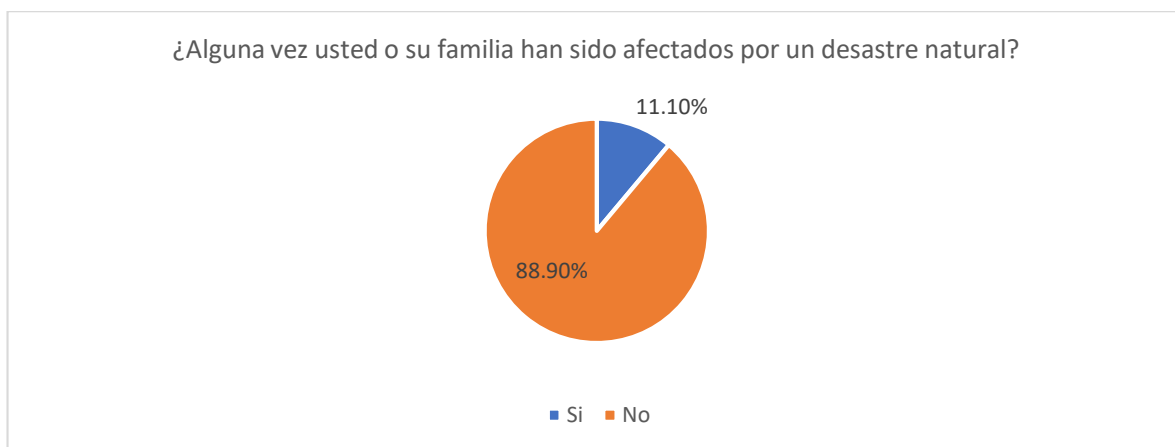
**Figura 59.** Identificación de un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad o país en donde habita la población.

El 66.70% del total de la muestra no ha identificado un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad donde habita o dentro de su país de residencia, mientras que el 33.30% si han identificado planes de manejo de desastres.



**Figura 60.** Conocimiento por parte de la población sobre la existencia de leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en el país

El 66.70% del total de la muestra no considera que existan leyes o políticas que aborden la gestión de desastres dentro del país, mientras que el 33.30% si reconocen que existen leyes o políticas.



**Figura 61.** Personas que han sido afectadas por un desastre natural

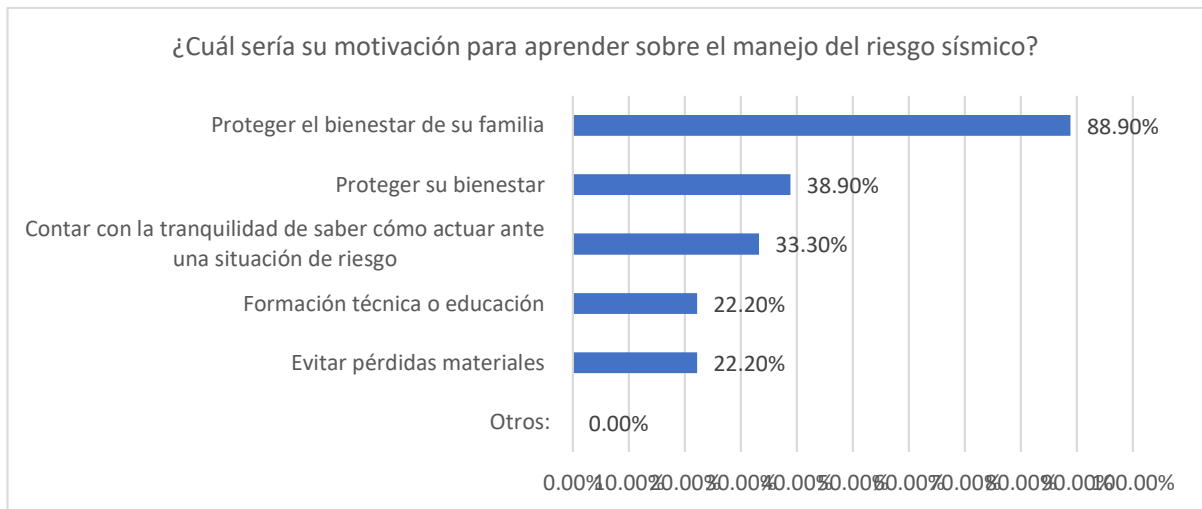
El 88.90% del total de la población no han sido afectados por un desastre natural, mientras que el 11.10% ha sido afectado.



**Figura 62.** Instituciones que han ayudado a la comunidad a preparar un plan de gestión de desastres. Del total de la muestra el 61.10% no ha identificado ninguna institución que haya ayudado a su comunidad a preparar un plan de gestión de desastres, el 22.20% identificó al Gobierno local, el 11.10% a grupos voluntarios y el 6% otros medios de aprendizaje como familiares.

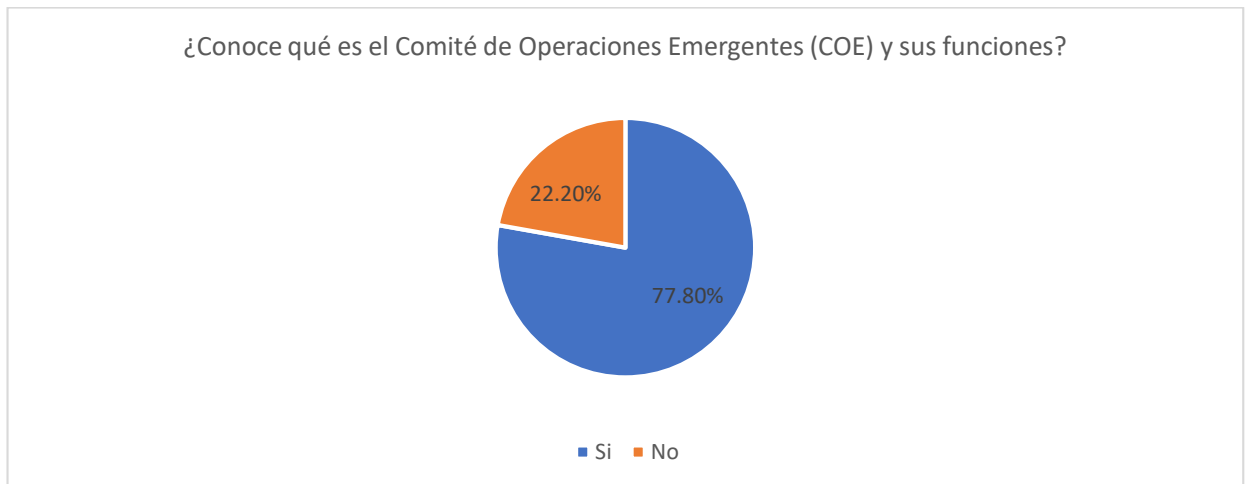


**Figura 63.** Identificación de campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico. El 39.80% no ha identificado campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico, mientras que el 61.10% si las ha identificado.



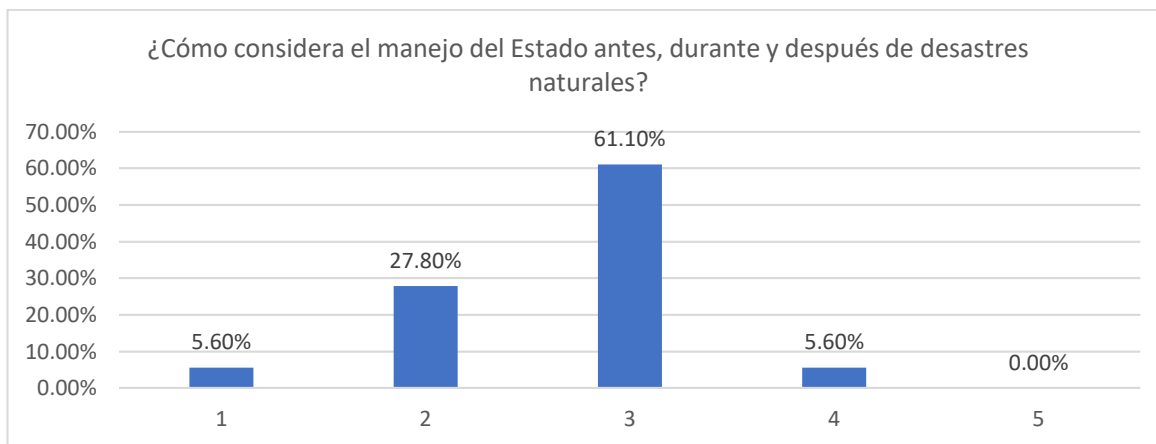
**Figura 64.** Motivación de la población para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico

La principal motivación para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico de los encuestados es proteger el bienestar de su familia con un 88.90%, el 38.90% considera en proteger su bienestar, el 33.30% desea contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de riesgo, el 22.20% quiere hacerlo por razones de formación técnica o educación y el otro 22.20% para evitar pérdidas materiales.



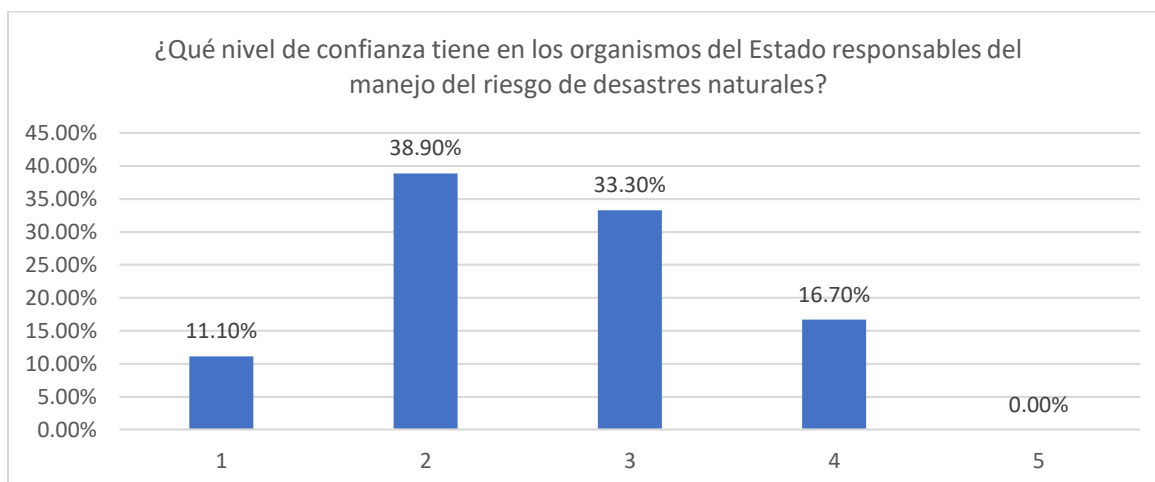
**Figura 65.** Conocimiento sobre el Comité de Operaciones Emergentes (COE) y sus funciones

El 77.80% del total de la muestra conoce qué es el Comité de Operaciones Emergentes (COE) y sus funciones, mientras que el 22.20% lo desconoce.



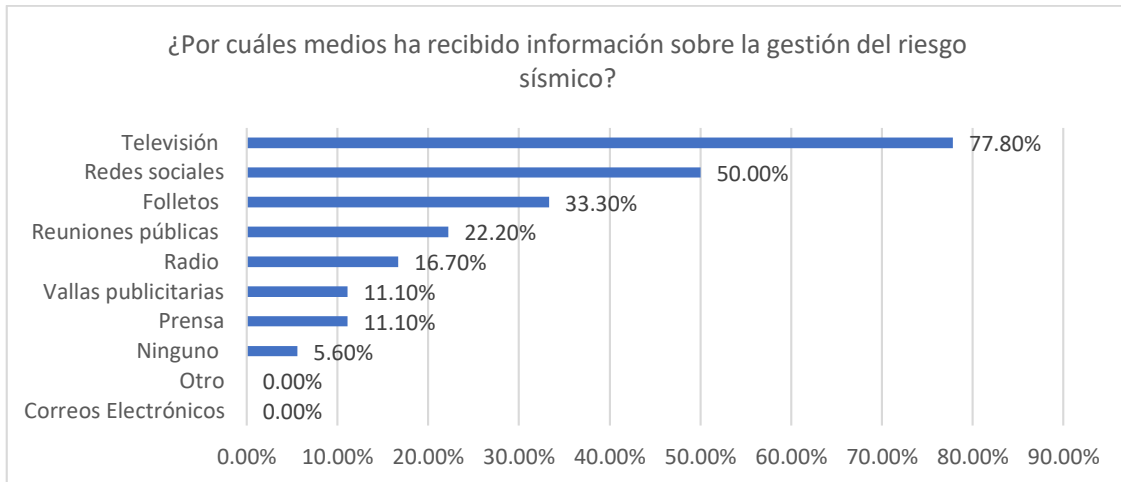
**Figura 66.** Percepción de la población sobre el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales

El 5.60% del total de la muestra considera que el manejo del Estado antes, durante y después de los desastres naturales es muy malo, el 27.80% considera que es malo, el 61.10% se mantiene neutral, el 5.60% es bueno y el 0% lo considera muy bueno.



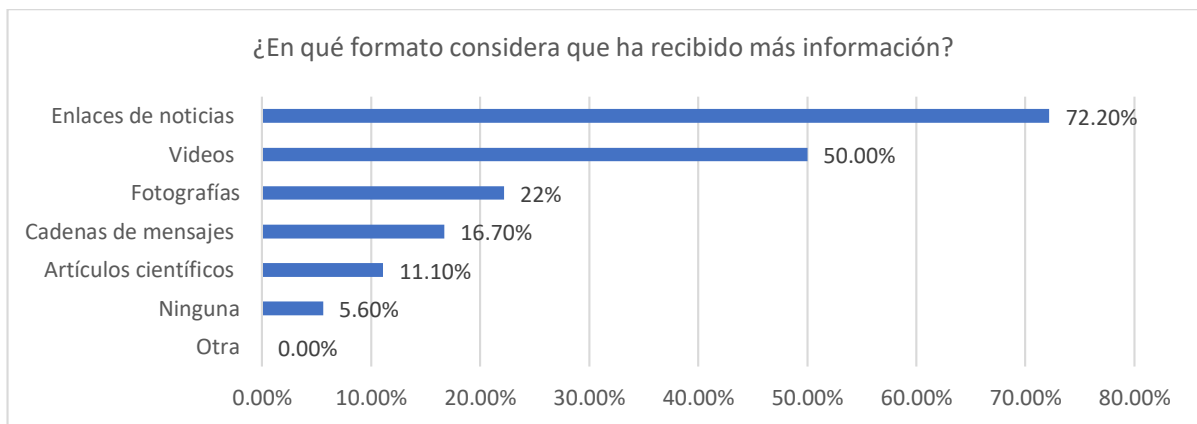
**Figura 67.** Nivel de confianza que tiene la población en organismos del Estado, responsables del manejo de riesgo de desastres naturales

El 11.10% tiene un nivel de confianza bajo ante los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales, el 38.90% tiene un nivel de confianza muy bajo, el 33.30% de mantiene neutral, el 16.70% tiene un nivel alto y el 0% muy alto.



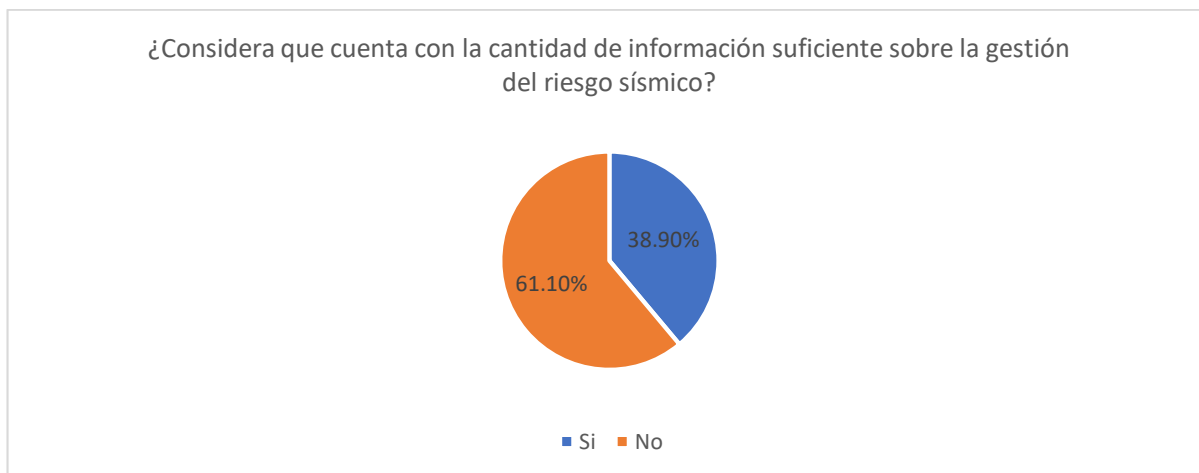
**Figura 68.** Medios por los cuales la población ha recibido mayor información sobre la gestión del riesgo sísmico.

El 77.80% ha recibido información a través de la televisión, el 50% mediante redes sociales, el 33.30% de folletos, el 22.20% en reuniones públicas, el 16.70% a través de la radio, el 11.10% en vallas publicitarias, el otro 11.10% mediante prensa y el 5.60% no ha recibido información de ninguno de los medios mencionados anteriormente.



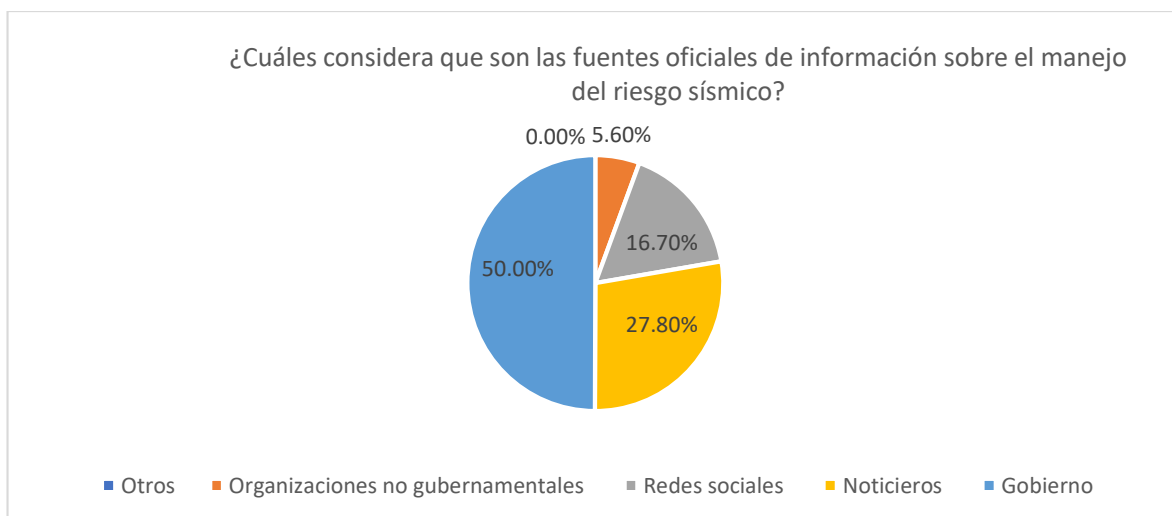
**Figura 69.** Formato mediante los cuales la población considera que ha recibido más información sobre la gestión del riesgo sísmico

El formato mediante el cual las personas reciben más información sobre la gestión del riesgo sísmico es a través de enlaces de noticias con el 72.20%, el 50% recibe información mediante videos, el 22% en fotografías, el 16.70% a través de mensajes, el 11.10 en artículos científicos y el 5.60% no recibe información de ningún formato mencionado anteriormente.



**Figura 70.** Percepción de la población sobre la cantidad de información sobre la gestión del riesgo sísmico

El 61.10% del total de la muestra considera que no cuenta con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico, mientras que el 38.90% considera que si cuenta con la cantidad de información suficiente.



**Figura 71.** Fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico

El 50% del total de la muestra considera que el Gobierno es la fuente oficial de información sobre el manejo del riesgo sísmico, el 27.80% considera que los noticieros son las fuentes oficiales, el 16.70 piensa que son las redes sociales y el 5.60% considera que son las organizaciones no gubernamentales.

## **Conclusiones**

### **Personas que consideran que la ciudad de Quito es vulnerable ante un evento sísmico:**

Se puede concluir que del total de la muestra la mayoría de personas consideran que la ciudad donde habitan es vulnerable ante un evento sísmico por diversas causas, siendo las principales la falta de construcciones sismoresistentes, la gestión deficiente del Estado ante un desastre natural, construcciones en terreno inestable, falta de información acerca de cómo actuar ante situaciones de emergencia y falta de lugares de encuentro y puntos seguros, en donde la mayoría de ellas no han sido afectadas por desastres naturales.

Por otro lado, las personas se encuentran neutrales y un poco preocupadas en cuanto al conocimiento con el que cuentan ante la gestión del riesgo sísmico, además consideran que tienen un nivel medio y alto de conocimientos sobre la gestión de eventos sísmicos, estando preparados principalmente recogiendo información, preparando planes familiares ante emergencias y kits de supervivencia, sin embargo, hay una porción considerable que no se ha preparado de ninguna forma, además de que es importante destacar que no se cuenta con ningún nivel de medición ante la preparación de la población en cuanto a este tipo de desastres tomando en cuenta si es que las acciones realizadas para la prevención son correctas o no.

La principal motivación de las personas para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico es la protección del bienestar de su familia, contar la tranquilidad de saber cómo actuar ante situaciones de riesgo, proteger su bienestar propio, evitar pérdidas materiales y por formación técnica o educación.

La mayoría de las personas encuestadas no identificaron planes de manejo de desastres o emergencias para su ciudad y país, políticas o leyes que abordan la gestión de desastres naturales y tampoco ninguna institución que haya colaborado con la comunidad para preparar un plan de gestión de desastres, además identificaron que tampoco existen campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico. Sin embargo, conocen qué es el Comité de Operaciones Emergentes (COE) y sus funciones. Además, consideran que el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales es principalmente malo, teniendo un

nivel de confianza muy bajo y bajo en los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales.

Finalmente, las personas consideran que no cuentan con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico, que han recibido información de la gestión del riesgo a través de redes sociales, televisión, prensa, radio, folletos y también que no han recibido ningún tipo de información y que el formato mediante el cual han recibido mayor información es a través de enlaces de noticias, videos, cadena de mensajes, fotografías, artículos científicos y también por ningún medio. También, consideran que las fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico son el Gobierno, redes sociales, noticieros y organizaciones no gubernamentales.

**Personas que consideran que la ciudad de Quito no es vulnerable ante un evento sísmico:**

Se puede concluir que del total de la muestra pocas personas consideran que la ciudad donde habitan no es vulnerable ante un evento sísmico por diversas causas, siendo las principales la existencia de construcciones sismoresistentes, lugares de encuentro y puntos seguros, construcciones en terreno inestable, suficiente información acerca de cómo actuar ante situaciones de emergencia y la buena gestión del Estado ante un desastre natural, en donde la mayoría de ellas no han sido afectadas por desastres naturales.

Por otro lado, las personas se encuentran neutrales y un poco preocupadas en cuanto al conocimiento con el que cuentan ante la gestión del riesgo sísmico, además consideran que tienen un nivel medio y alto de conocimientos sobre la gestión de eventos sísmicos, estando preparados principalmente kits de supervivencia, planes familiares ante emergencias y recogiendo información, es importante destacar que no se cuenta con ningún nivel de medición ante la preparación de la población en cuanto a este tipo de desastres tomando en cuenta si es que las acciones realizadas para la prevención son correctas o no.

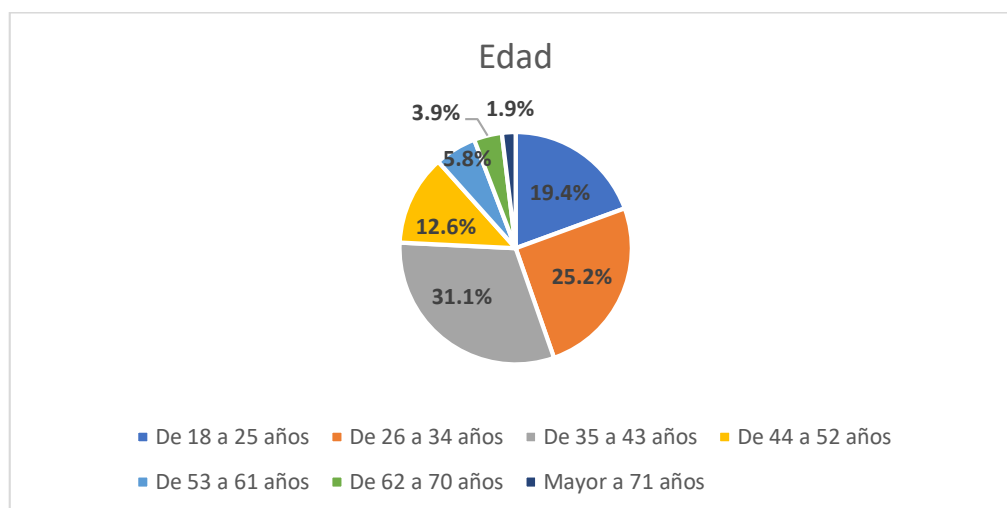
La principal motivación de las personas para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico es la protección del bienestar de su familia, proteger su bienestar propio, contar la tranquilidad de saber cómo actuar ante situaciones de riesgo, evitar pérdidas materiales y por formación técnica o educación.

La mayoría de las personas encuestadas no identificaron planes de manejo de desastres o emergencias para su ciudad y país, políticas o leyes que abordan la gestión de desastres naturales y tampoco ninguna institución que haya colaborado con la comunidad para preparar un plan de gestión de desastres, sin embargo, identificaron campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico. También, conocen qué es el Comité de Operaciones Emergentes (COE) y sus funciones. Además, consideran neutral el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales, teniendo un nivel de confianza muy bajo y medio en los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales.

Finalmente, las personas consideran que no cuentan con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico, que han recibido información de la gestión del riesgo a través de televisión, redes sociales, folletos, reuniones públicas, radio y prensa y que el formato mediante el cual han recibido mayor información es a través de enlaces de noticias, videos, fotografías, cadenas de mensajes y artículos científicos. También, consideran que las fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico son el Gobierno, noticieros, redes sociales y organizaciones no gubernamentales.

### 2.3.2. Análisis de Encuestas Región Metropolitana de Santiago

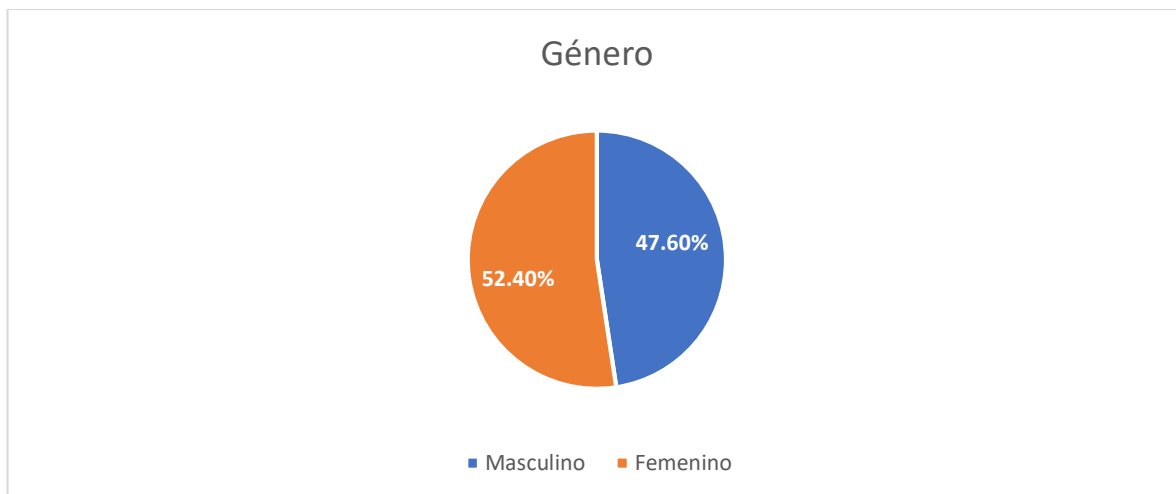
#### Información General



**Figura 72.** Edad de las personas encuestadas

El 31.1% de la muestra se encuentra en el rango de edad de 35 a 43 años, seguido del 25.2% de la muestra correspondiente a las personas de entre 26 a 34 años, mientras que el 19.4% se

encuentra en el rango de edad de 18 a 25 años, seguido de las personas entre 44 a 52 años, que representan el 12.6% de la muestra. Por otro lado, las personas entre 53 a 61 años, 62 a 70 años y mayores de 71 años representan el 11.6% restante del total de la muestra.



**Figura 73.** Género de las personas encuestadas en Santiago de Chile

Del total de muestra el 52.40% es del género femenino y el 47.60% del género masculino.



**Figura 74.** Personas que han experimentado eventos sísmicos dentro de la ciudad

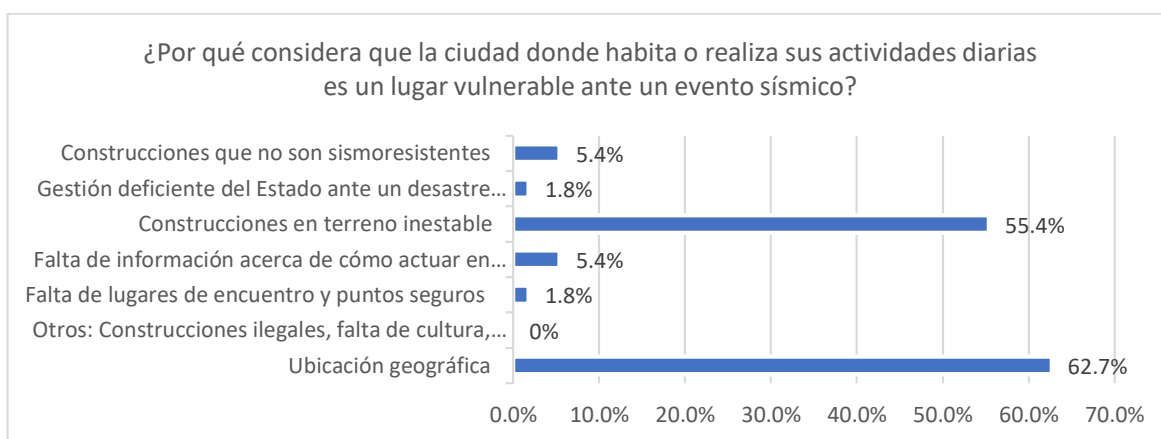
El 100% de los encuestados contestaron que sí experimentaron eventos sísmicos dentro de su ciudad.



**Figura 75.** Personas que consideran que la ciudad donde habitan es vulnerable ante un evento sísmico

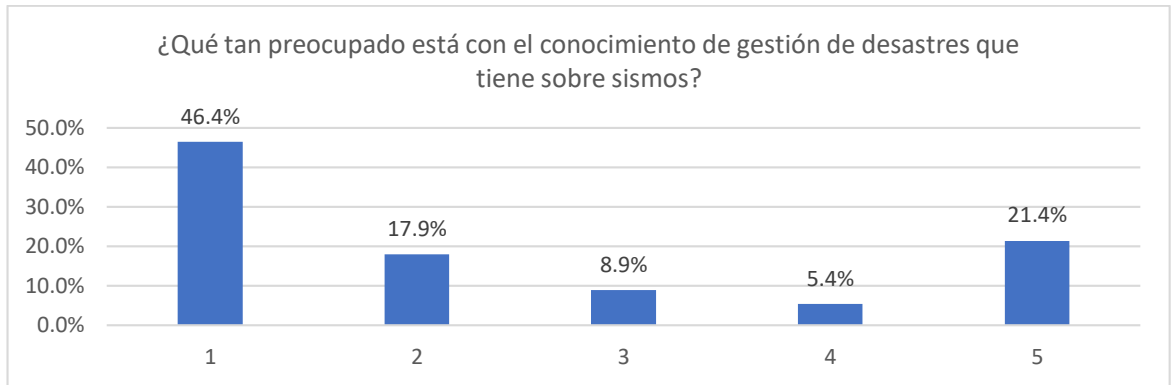
El 54.40% del total de la muestra considera que la ciudad donde habita si es vulnerable ante un evento sísmico, mientras que el 46.60% considera que no.

- **Análisis de la encuesta realizada a personas que consideran que la ciudad de Santiago es vulnerable ante un evento sísmico:**



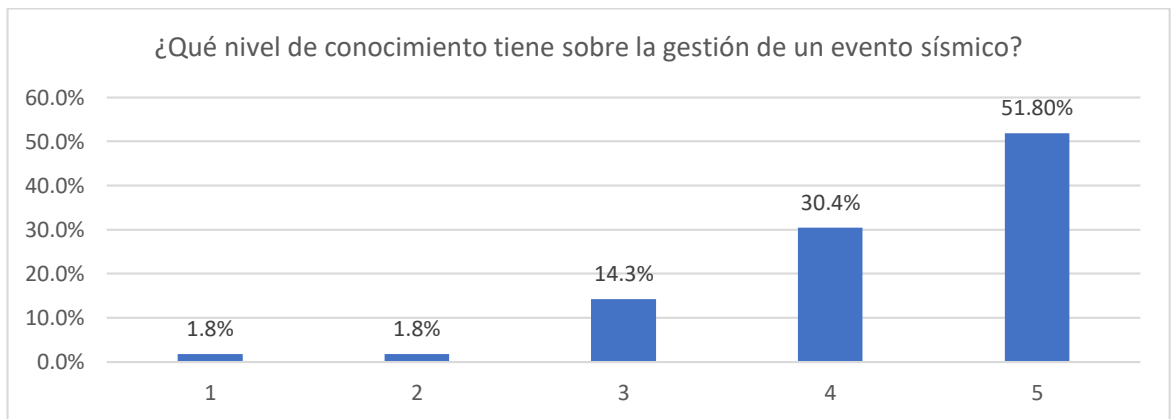
**Figura 76.** Razones por las cuales los ciudadanos de Santiago consideran que la ciudad donde habitan es un lugar vulnerable ante un evento sísmico

La mayor parte de la muestra indicó que el lugar donde reside es vulnerable debido a su ubicación geográfica, representando 62.7% del total de la muestra, seguido de construcciones en terreno inestable representando 55.4%, seguido con construcciones que no son sismoresistentes y falta de información acerca de cómo actuar en situaciones de emergencia representando ambos 5.4%. Finalmente, la falta de lugares de encuentro y puntos seguros representó 1.8%.



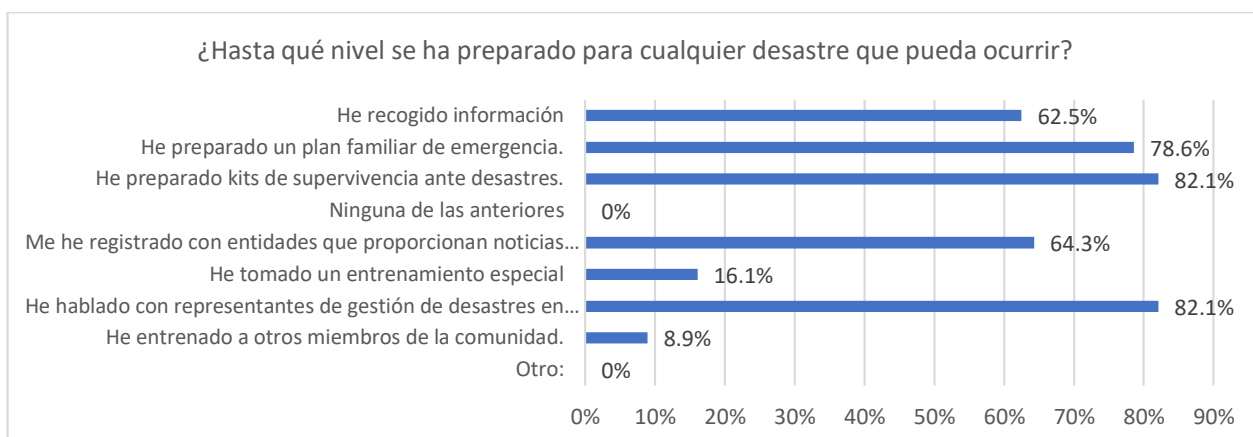
**Figura 77.** Nivel de preocupación con el que la población cuenta respecto al conocimiento con el que cuentan frente a la gestión de desastres sobre eventos sísmicos

El 46.6% del total de la muestra se encontraba nada preocupado por su conocimiento de gestión de desastres que tiene sobre sismos, el 17.9% se encontraba un poco preocupado, el 8.9% se encontraba neutral, el 5.4% se encontraba preocupado y el otro 21.4% se encontraba muy preocupado.



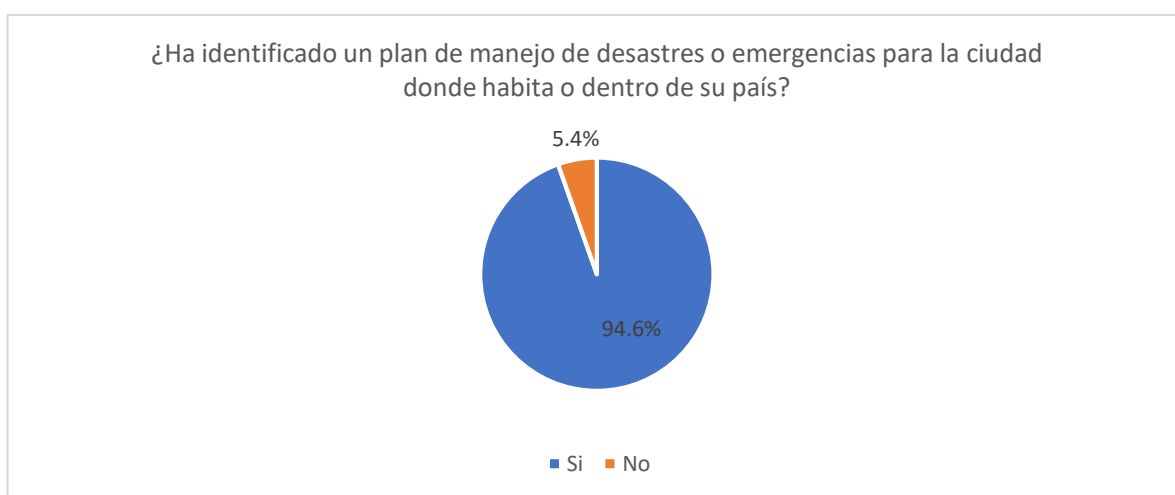
**Figura 78.** Nivel de conocimiento con el que cuenta la población ante la gestión de un evento sísmico

El 1.8% del total de la muestra afirma contar con un nivel muy bajo de conocimiento sobre la de gestión de un evento sísmico, mientras que el 1.8% afirma contar con un conocimiento bajo, el 14.3% afirma tener un conocimiento medio, el 30.4% cuenta con un conocimiento alto y el otro 51.80% cuenta con un conocimiento muy alto.



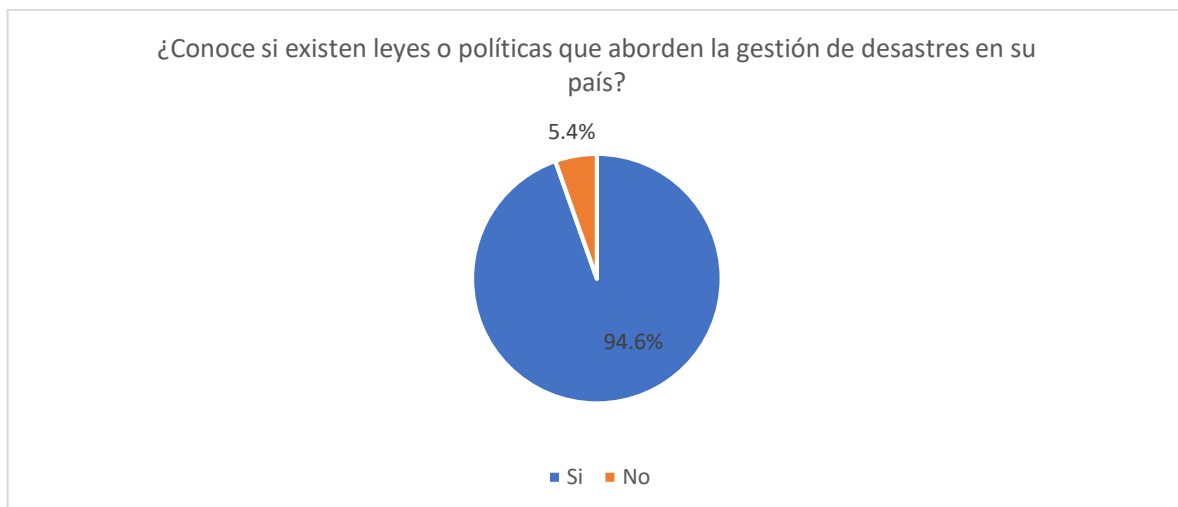
**Figura 79.** Nivel de preparación de la población ante cualquier desastre natural que pueda ocurrir

El 82.1% del total de la muestra ha preparado kits de supervivencia ante desastres, al igual que hablar con representantes de gestión de desastres ante cualquier desastre natural que pueda ocurrir, el 78.6% ha preparado un plan familiar de emergencia, el 64.3% se ha registrado con entidades que proporcionan noticias de emergencia o sistemas de alerta, el 62.5% ha recogido información, el 16.1% ha tomado un entrenamiento especial, el otro 8.9% ha entrenado a otros miembros de la comunidad y el 0% del total de la muestra no ha realizado otras acciones o ninguna.



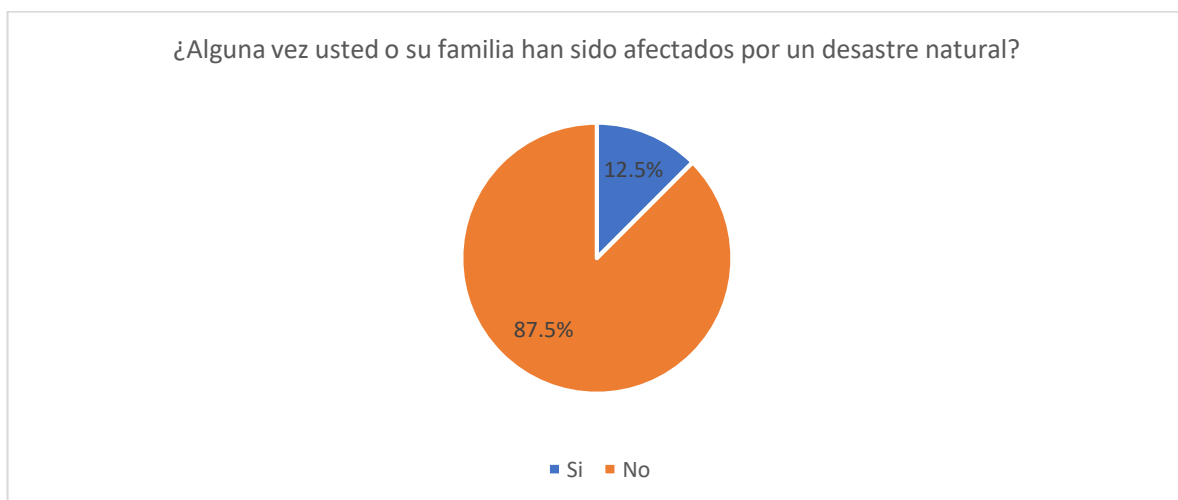
**Figura 80.** Identificación de un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad o país en donde habita la población.

El 94.6% del total de la muestra si ha identificado un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad o país donde habita y el 5.4% no ha identificado un plan.



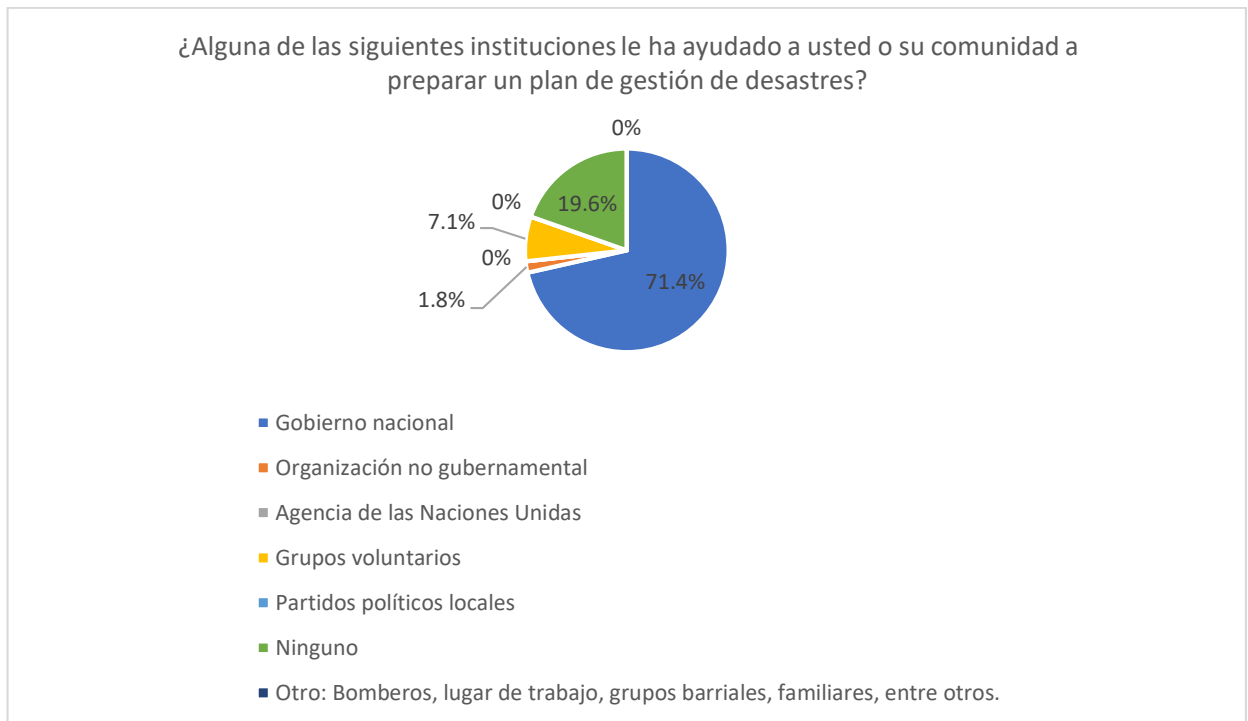
**Figura 81.** Conocimiento por parte de la población sobre la existencia de leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en el país

El 94.6% del total de la muestra ha identificado leyes o políticas que abordan la gestión de riesgos dentro del país y el 5.4% desconocen la existencia de leyes o políticas que aborden la gestión de desastres dentro de su país.

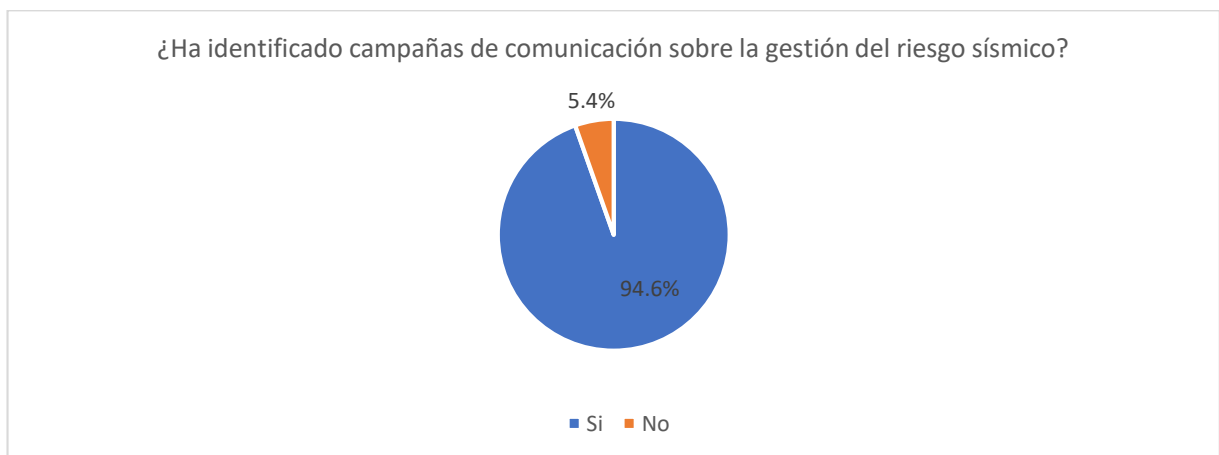


**Figura 82.** Personas que han sido afectadas por un desastre natural

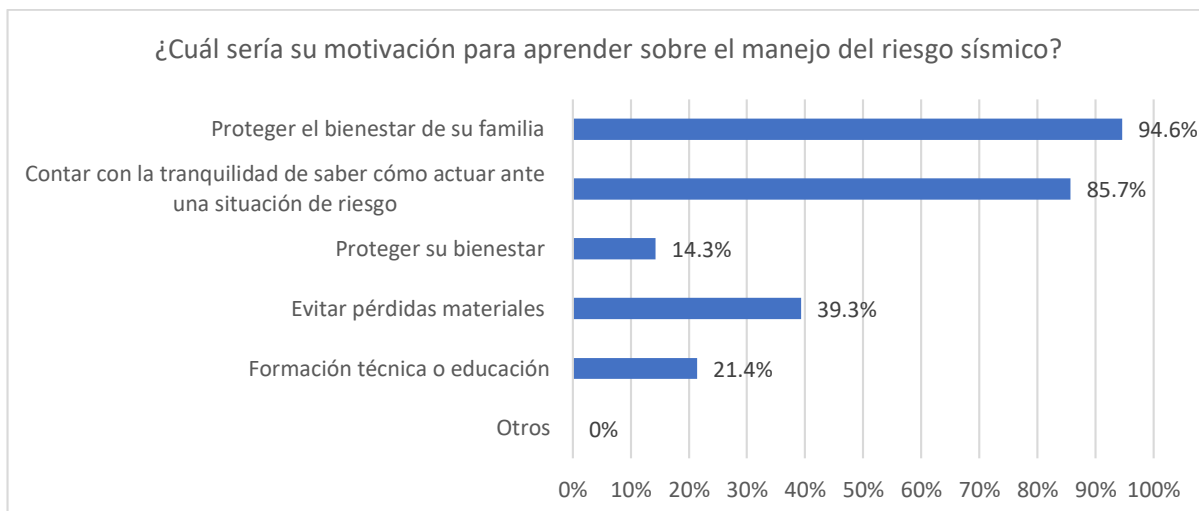
El 87.5% del total de la muestra reconoce que no han sido afectados por un desastre natural, mientras que el 12.5% si ha sido afectado.



**Figura 83.** Instituciones que han ayudado a la comunidad a preparar un plan de gestión de desastres  
 El 71.40% del total de la muestra ha identificado que el Gobierno nacional ha ayudado a la comunidad a preparar un plan de gestión de desastres, el 19.6% ha identificado ninguno, el 7.1% grupos voluntarios, el 1.8% de organizaciones no gubernamentales y el 0% la ayuda de partidos políticos locales, otros, agencia de las Naciones Unidas.

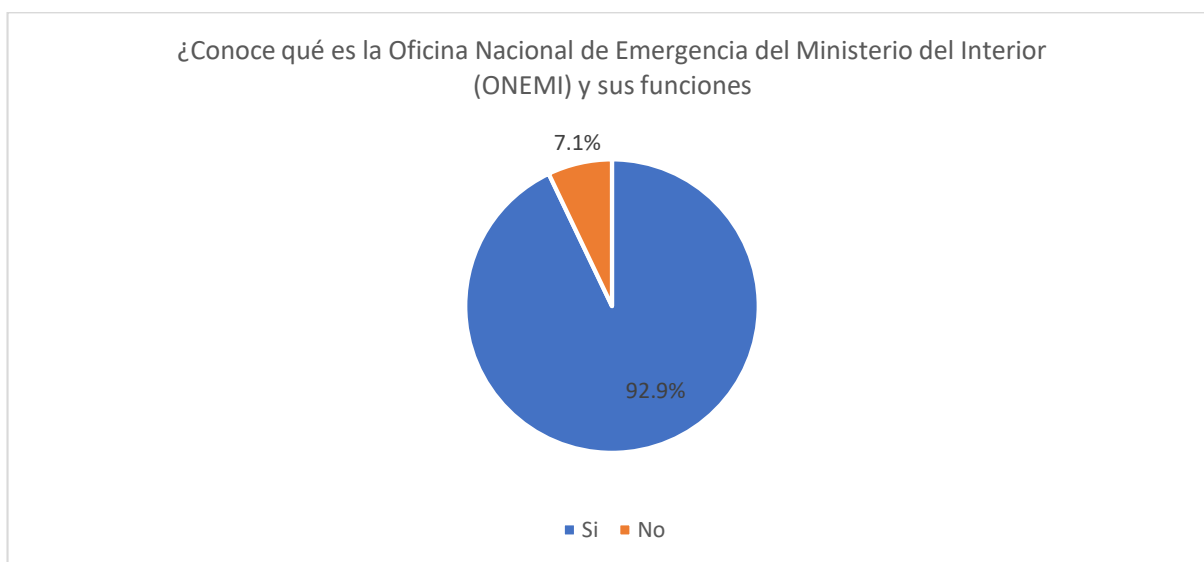


**Figura 84.** Identificación de campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico  
 El 94.6% del total de la muestra ha identificado campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico, mientras que el 5.4% no ha identificado algún tipo de campaña.



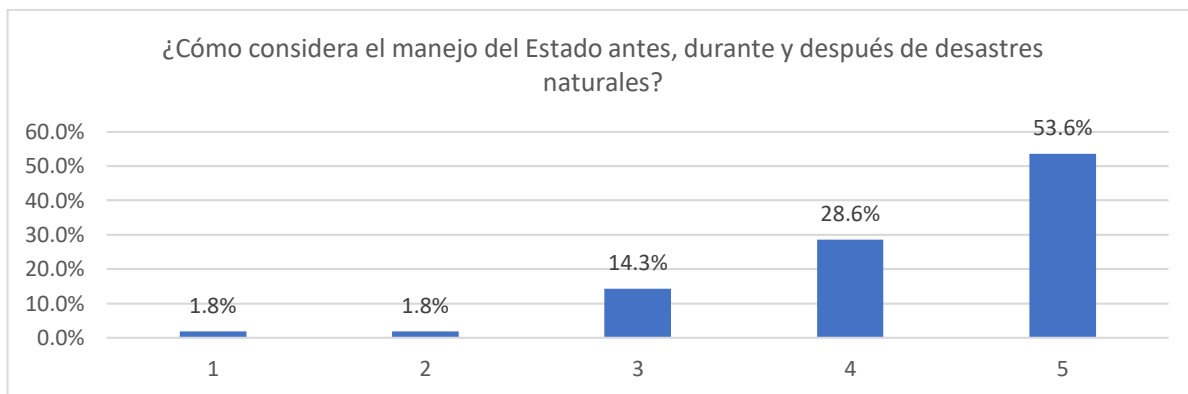
**Figura 85.** Motivación de la población para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico

El 94.6% identifica que su principal motivación es la protección del bienestar de su familia, el 85.7% identifica que le motiva contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de riesgo, el 39.3% el evitar pérdidas materiales, el 21.4% formación técnica o educación, el 14.3% con fin de proteger su bienestar y el 0% por otras causas.



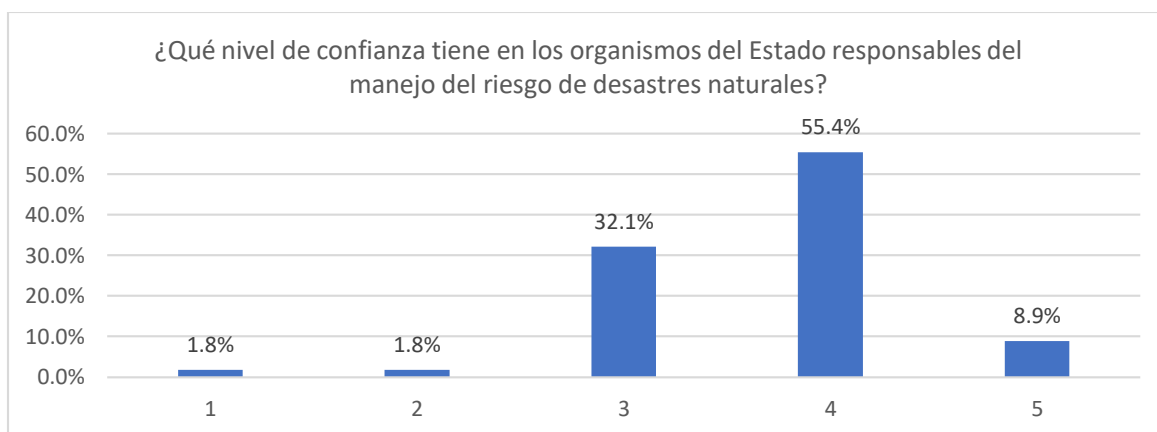
**Figura 86.** Conocimiento sobre la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI) y sus funciones

El 92.9% del total de la muestra conoce qué es la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI) y sus funciones y el 7.1% no lo conoce.



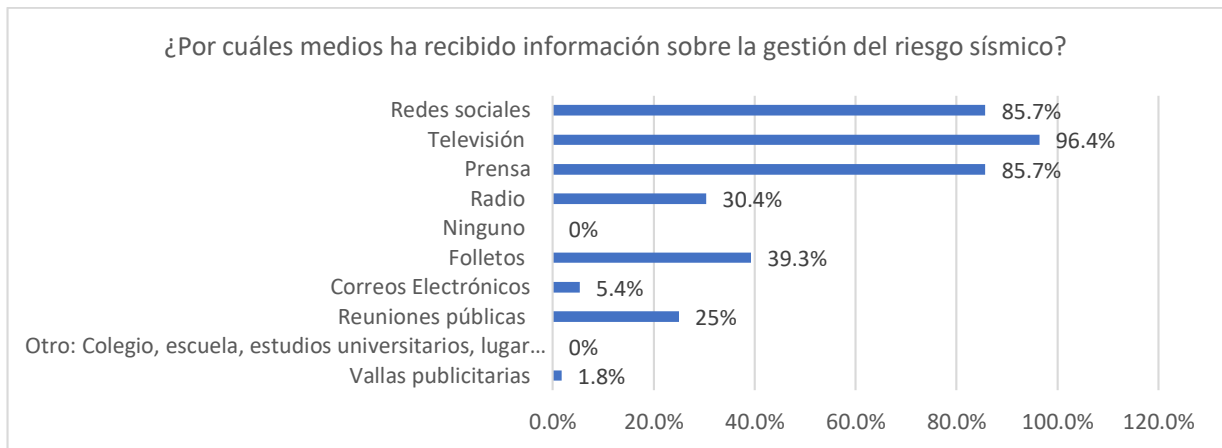
**Figura 87.** Percepción de la población sobre el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales

El 1.8% considera que el manejo del Estado antes durante y después de desastres naturales es muy malo, el 1.8% considera que es malo, el 14.3% se mantiene neutral, el 28.6% considera que es alto y el 53.6% muy alto.



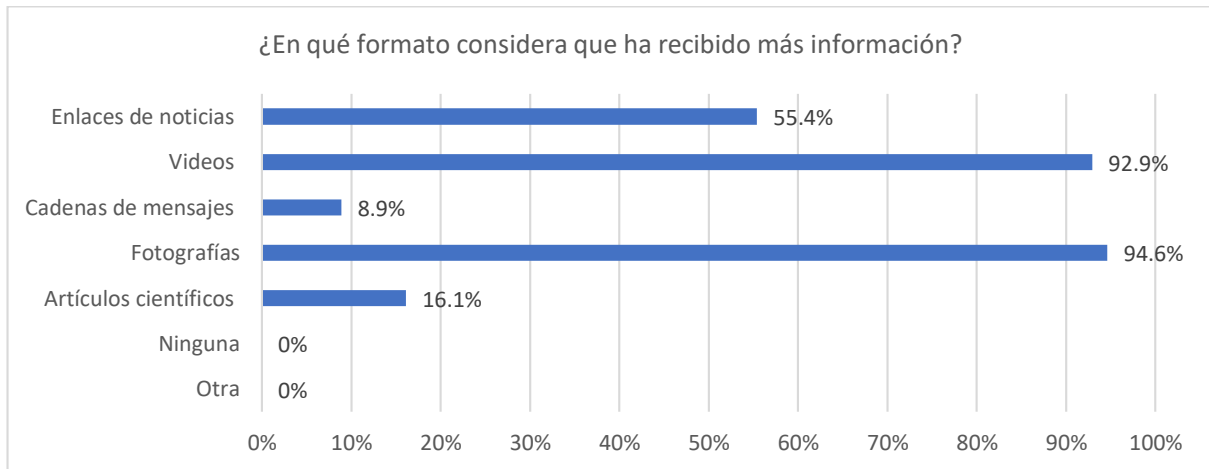
**Figura 88.** Nivel de confianza que tiene la población en organismos del Estado responsables del manejo de riesgo de desastres naturales.

El 1.8% tiene un nivel de confianza muy bajo en los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales, el 1.8% tiene un bajo nivel de confianza, el 32.1% se mantiene neutral, el 55.4% cuenta con un alto nivel de confianza y el 8.9% con un nivel muy alto de confianza.



**Figura 89.** Medios por los cuales la población ha recibido mayor información sobre la gestión del riesgo sísmico

El principal medio por el cual las personas han recibido información sobre la gestión del riesgo sísmico es a través de televisión con un 96.4%, seguido de redes sociales con un 85.7%, prensa con un 85.7%, folletos con el 39.3%, radio con en el 30.4%, reuniones públicas con el 25%, correos electrónicos con 5.4%, y el 1.8% a través de vallas publicitarias.



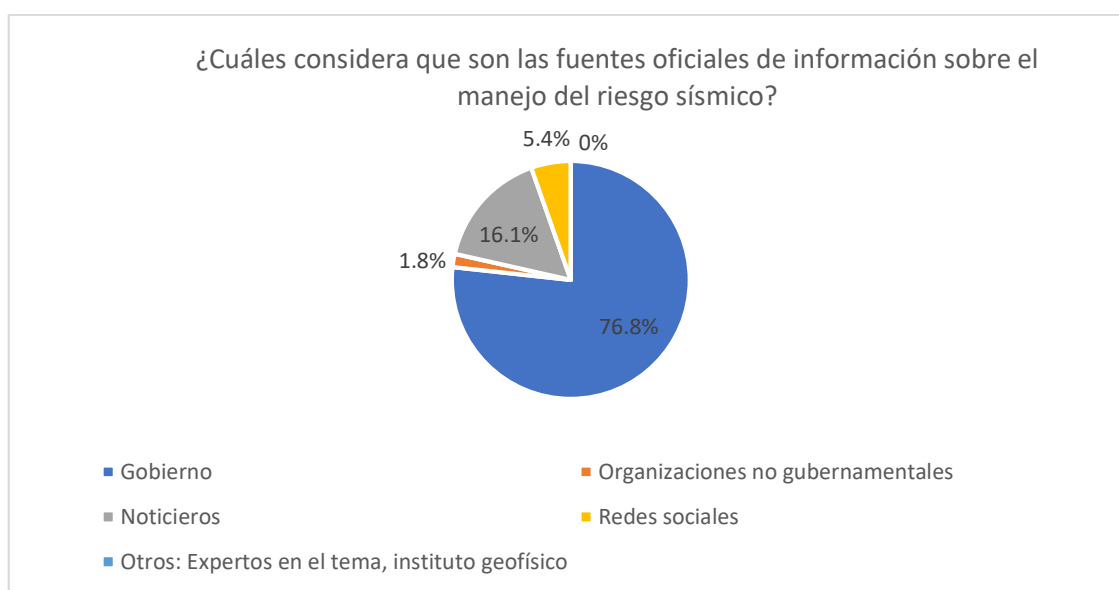
**Figura 90.** Formato mediante los cuales la población considera que ha recibido más información sobre la gestión del riesgo sísmico

El formato mediante el cual la población ha recibido más información sobre la gestión del riesgo sísmico es a través de fotografías con el 94.6%, videos con el 92.9%, enlaces de noticias 55.4%, artículos científicos con el 16.1%, cadenas de mensajes con el 8.9%, ningún formato y otros con el 0%.



**Figura 91.** Percepción de la población sobre la cantidad de información sobre la gestión del riesgo sísmico.

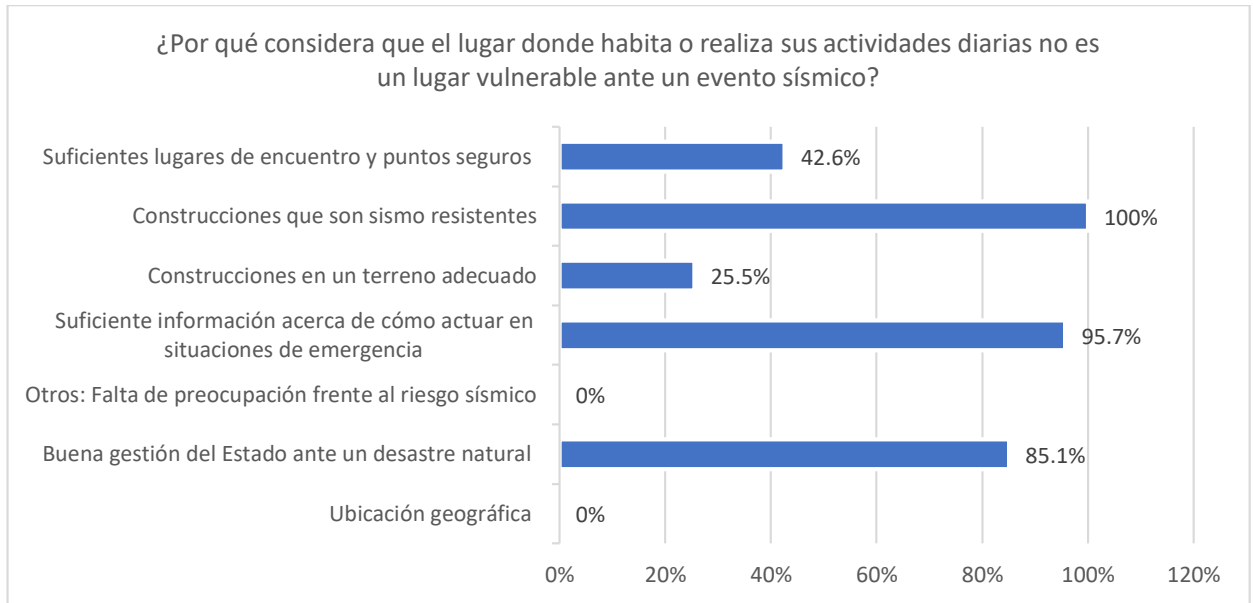
El 94.6% del total de la muestra considera que, si cuenta con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico, mientras que el 5.4% considera que no la tiene.



**Figura 92.** Fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico

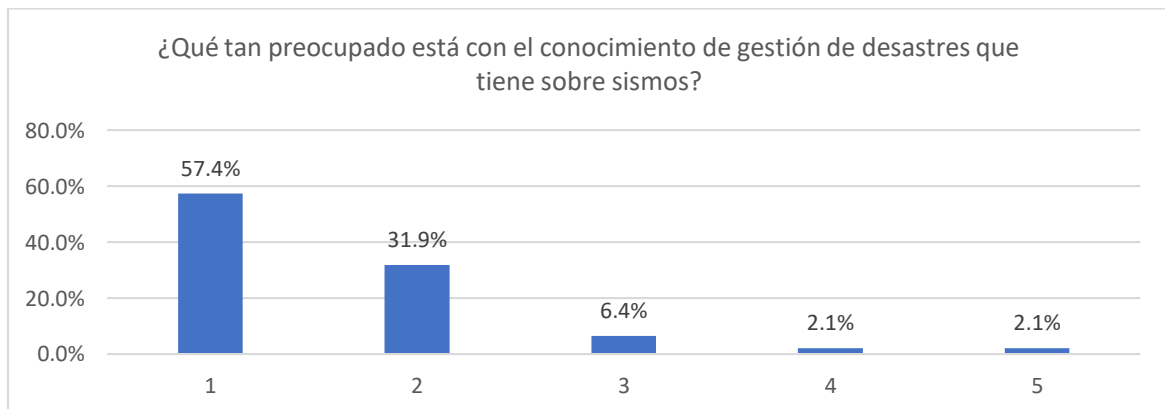
Del total de la muestra el 76.8% considera que la fuente oficial de información sobre el manejo del riesgo sísmico es el Gobierno, el 16.1% considera que son los noticieros, el 5.4% piensa que son las redes sociales, el 1.8% piensa que son organizaciones no gubernamentales y el 0% considera que existen otras fuentes oficiales como expertos en el tema y entidades técnicas.

- **Análisis de la encuesta realizada a personas que consideran que la ciudad de Santiago no es vulnerable ante un evento sísmico:**



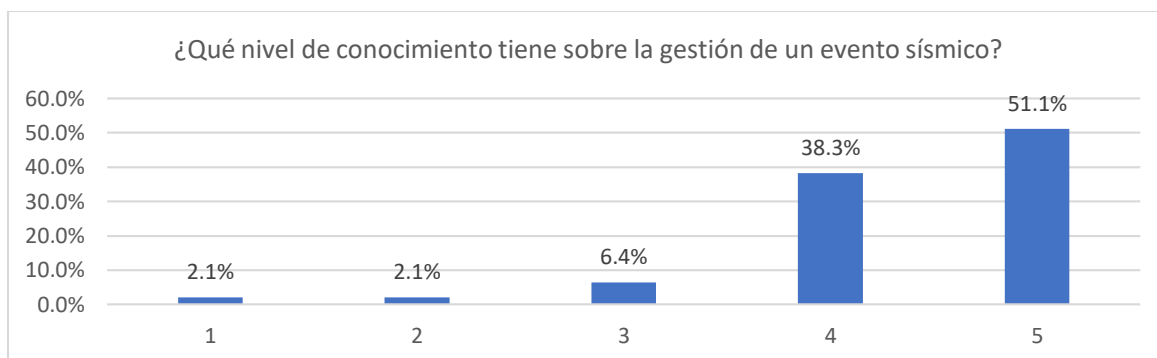
**Figura 93.** Razones por las cuales los ciudadanos de Santiago consideran que la ciudad donde habitan no es un lugar vulnerable ante un evento sísmico

El 100% considera que el lugar donde habita no es un lugar vulnerable ante un evento sísmico debido a que existen construcciones que son sismorresistentes, el 95.7% considera que existe la información suficiente acerca de cómo actuar en situaciones de emergencia, el 85.1% considera que hay una buena gestión del Estado ante un desastre natural, el 42.60% considera que hay suficientes lugares de encuentro y puntos seguros, el 25.5% debido construcciones que son sismo resistentes y 0% la ubicación geográfica.



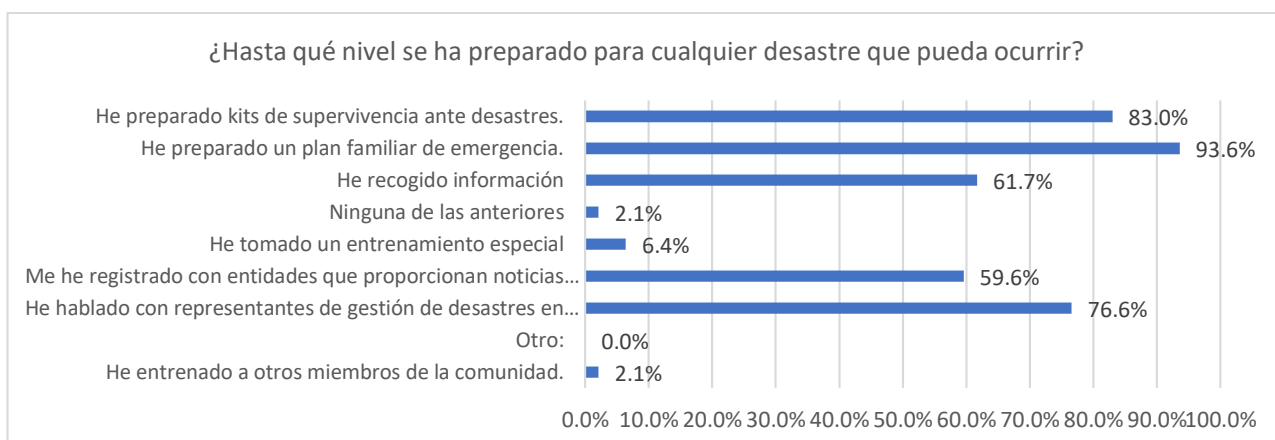
**Figura 94.** Nivel de preocupación con el que la población cuenta respecto al conocimiento con el que cuentan frente a la gestión de desastres sobre eventos sísmicos

El 57.4% del total de la muestra no se encuentra demasiado preocupado con su conocimiento de gestión de desastre sísmico, el 31.9% poco preocupado, el 6.4% se encuentra neutral y el 2.1% se encuentra algo preocupado y muy preocupado.



**Figura 95.** Nivel de conocimiento con el que cuenta la población ante la gestión de un evento sísmico

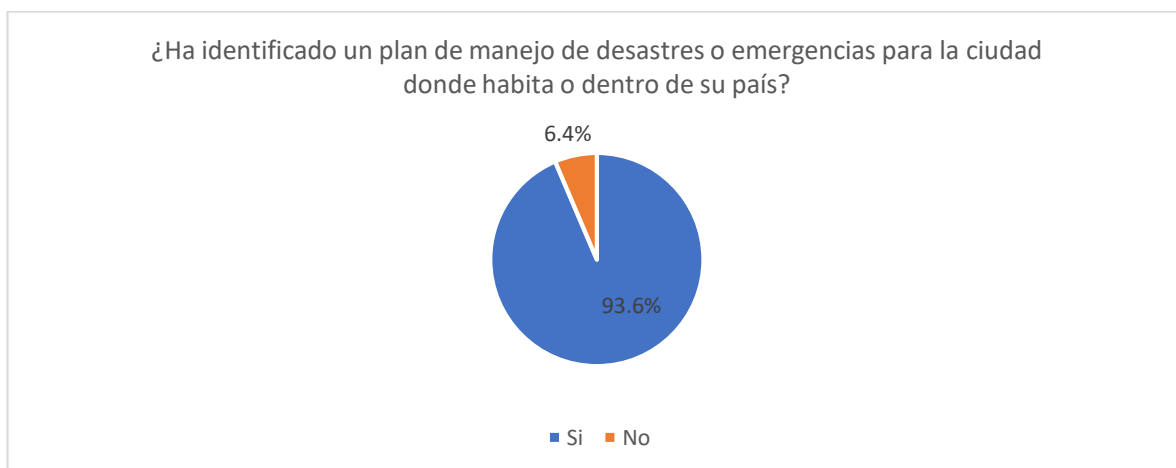
El 2.1% del total de la muestra considera que tiene un nivel muy bajo en cuanto al conocimiento sobre la gestión de un evento sísmico, el 2.1% tiene un nivel de conocimiento bajo, el 6.4% un nivel medio, el 38.3% alto y el 51.1% muy alto.



**Figura 96.** Nivel de preparación de la población ante cualquier desastre natural que pueda ocurrir

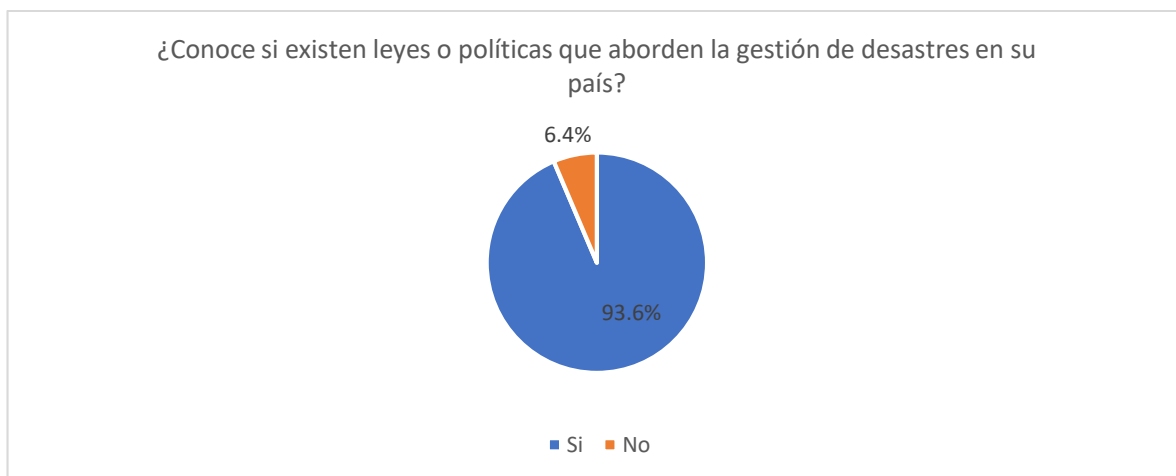
El 93.6% se ha preparado ante los desastres naturales preparando un plan familiar de emergencia, el 83% preparando kits de supervivencia ante desastres, el 76.6% ha hablado con representantes de gestión de desastres dentro de su comunidad, el 61.70% ha recogido información, el otro 59.6% se ha registrado con entidades que proporcionan noticias de emergencia o sistemas de alertas, el 6.4% ha tomado un entrenamiento especial, el otro 2.1%

ninguna de las anteriores y entrenando a otros miembros de su comunidad y el 0% en otra acción.



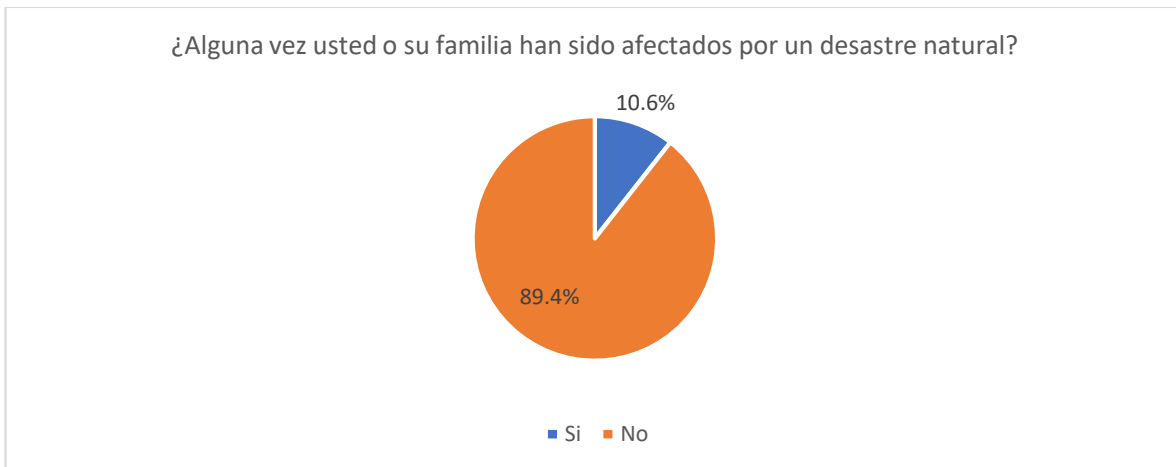
**Figura 97.** Identificación de un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad o país en donde habita la población

El 93.6% del total de la muestra si ha identificado un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad donde habita o dentro de su país de residencia, mientras que el 6.4% no han identificado planes de manejo de desastres.



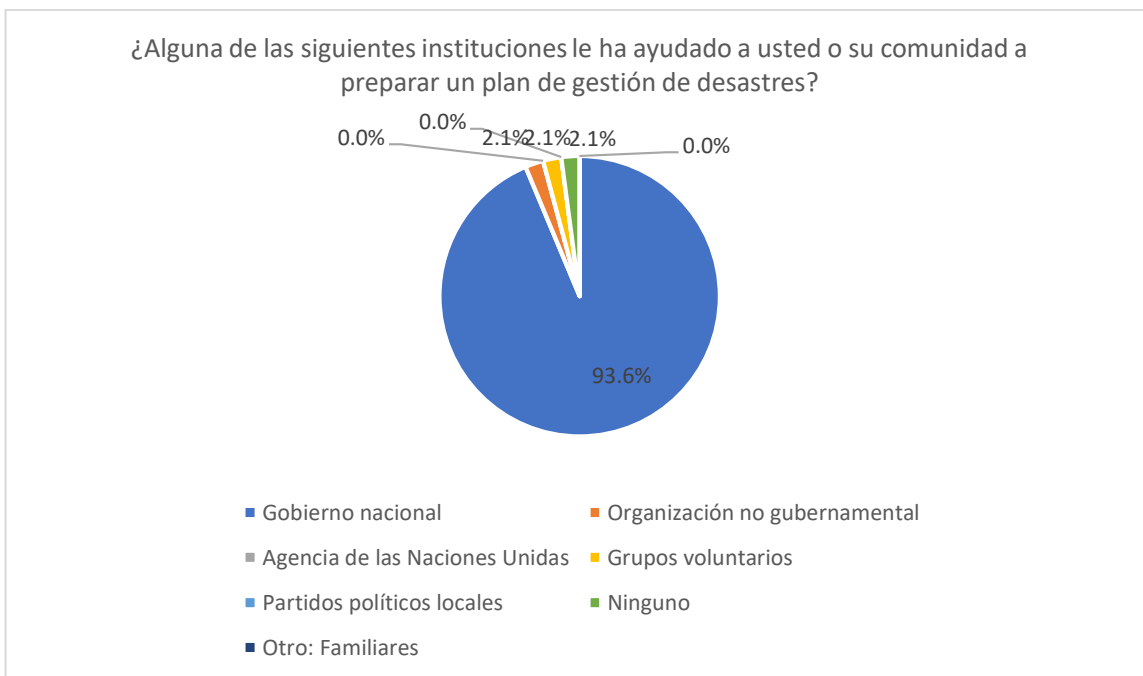
**Figura 98.** Conocimiento por parte de la población sobre la existencia de leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en el país.

El 93.6% del total de la muestra si considera que existen leyes o políticas que aborden la gestión de desastres dentro del país, mientras que el 6.4% no reconocen que existen leyes o políticas.



**Figura 99.** Personas que han sido afectadas por un desastre natural

El 89.4% del total de la población no han sido afectados por un desastre natural, mientras que el 10.6% ha sido afectado.

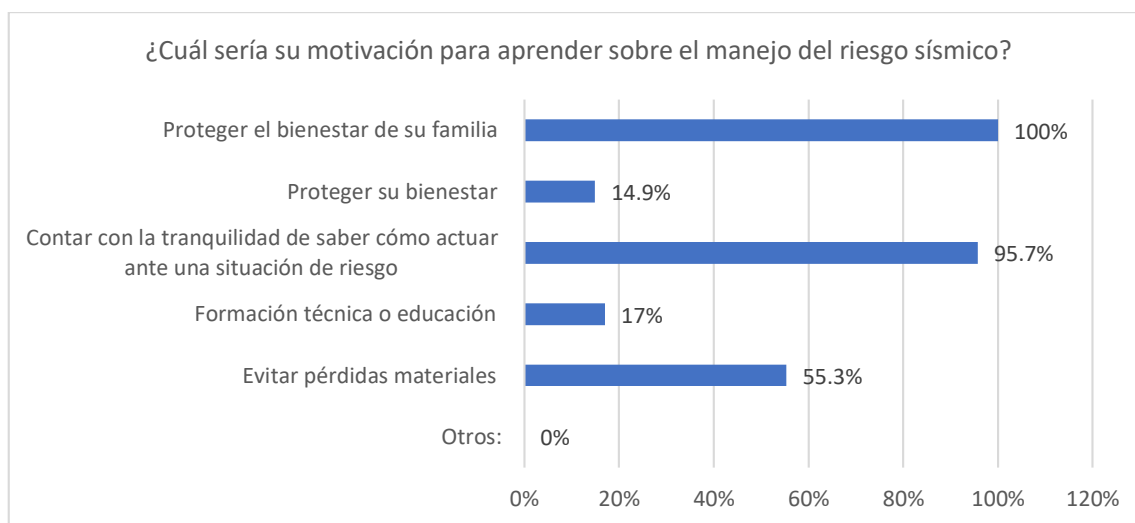


**Figura 100.** Instituciones que han ayudado a la comunidad a preparar un plan de gestión de desastres

Del total de la muestra el 93.6% identificó al Gobierno local que haya ayudado a su comunidad a preparar un plan de gestión de desastres, el 2.1% a organización no gubernamental, al igual que grupos voluntarios y ninguna opción.



**Figura 101.** Identificación de campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico  
El 95.7% si ha identificado campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico, mientras que el 4.3% no las ha identificado.



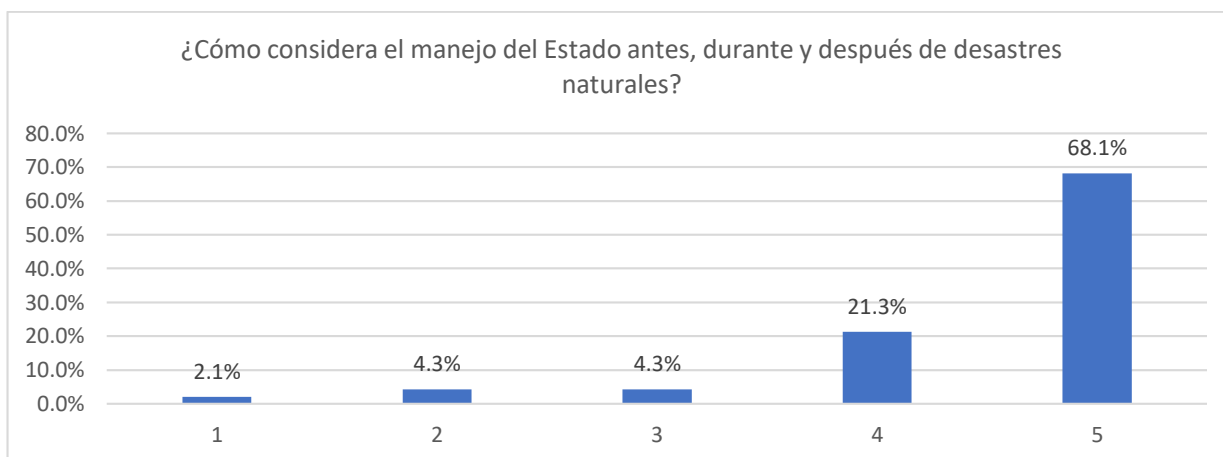
**Figura 102.** Motivación de la población para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico  
La principal motivación para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico de los encuestados es proteger el bienestar de su familia con un 100%, el 95.7% desea contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de riesgo, el 55.30% evitar pérdidas materiales, el

17% quiere hacerlo por razones de formación técnica o educación y el otro 14.9% para proteger su bienestar.



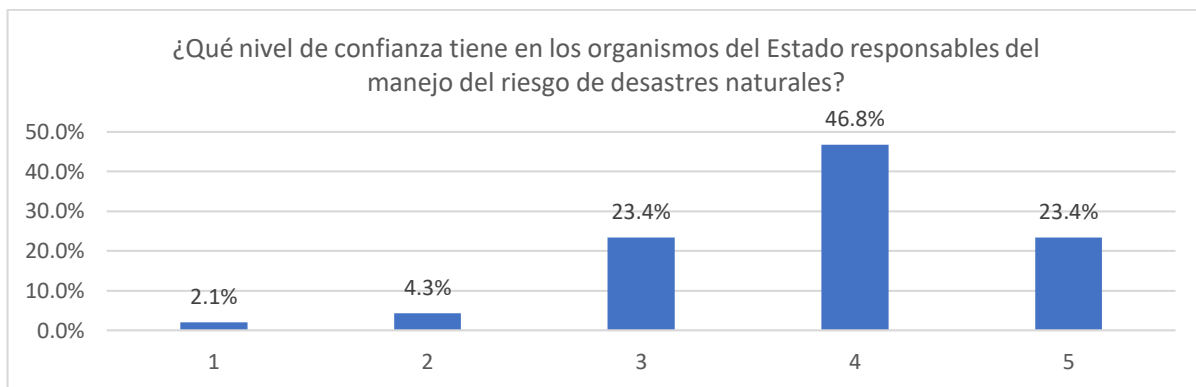
**Figura 103.** Conocimiento sobre la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI) y sus funciones

El 95.7% del total de la muestra conoce qué es la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI) y sus funciones, mientras que el 4.3% lo desconoce.



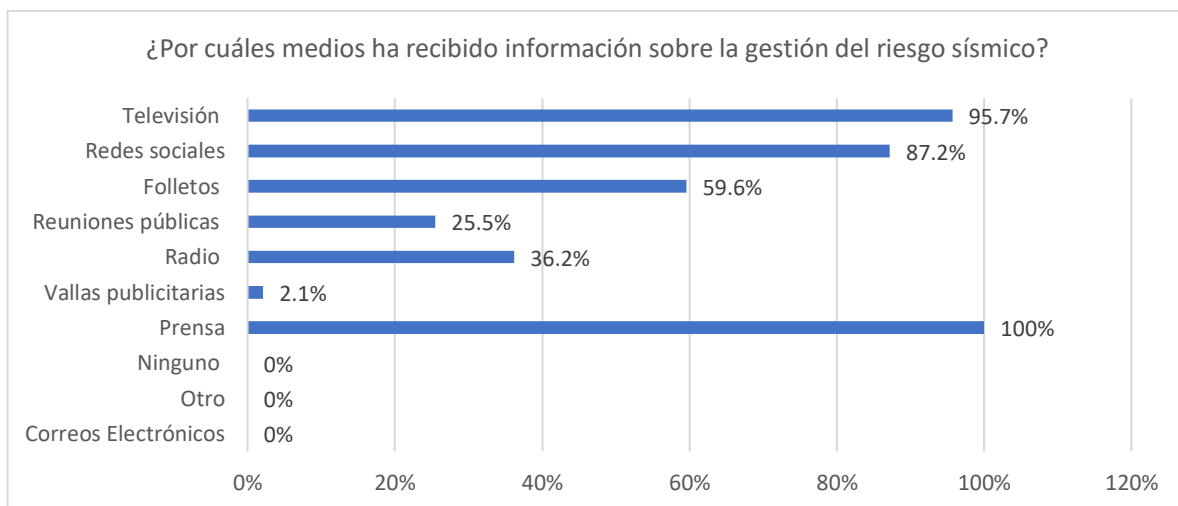
**Figura 104.** Percepción de la población sobre el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales

El 2.1% del total de la muestra considera que el manejo del Estado antes, durante y después de los desastres naturales es muy malo, el 4.3% considera que es malo, el 4.3% se mantiene neutral, el 21.3% es bueno y el 68.1% lo considera muy bueno.



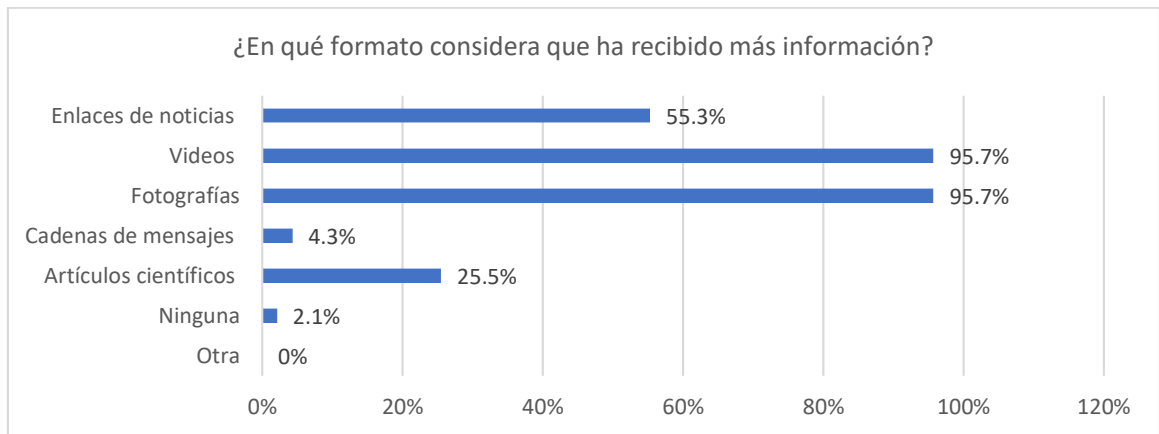
**Figura 105.** Nivel de confianza que tiene la población en organismos del Estado responsables del manejo de riesgo de desastres naturales

El 2.1% tiene un nivel de confianza muy bajo ante los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales, el 4.3% tiene un nivel de confianza bajo, el 23.4% de mantiene neutral, el 46.8% tiene un nivel alto y el 23.4% muy alto.



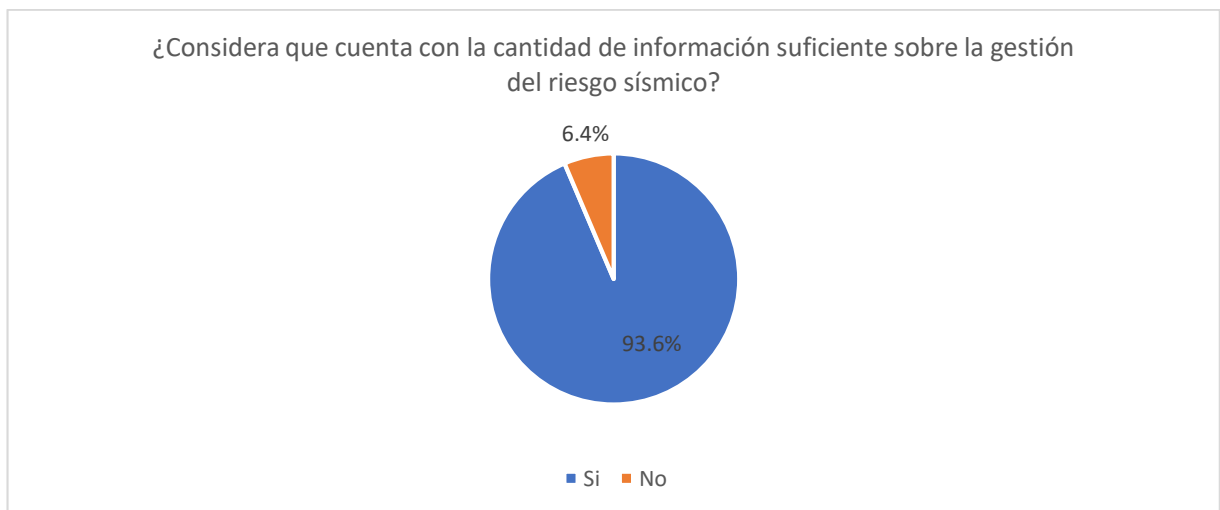
**Figura 106.** Medios por los cuales la población ha recibido mayor información sobre la gestión del riesgo sísmico.

El 100% ha recibido información a través de la prensa, el 95.7% mediante televisión, el 87.2% en redes sociales, el 59.6% en folletos, el 36.2% a través de la radio, el 25.5% en reuniones públicas, el otro 2.10% en vallas publicitarias y el 0% no ha recibido información de ninguno de los medios mencionados anteriormente, ni de otros.



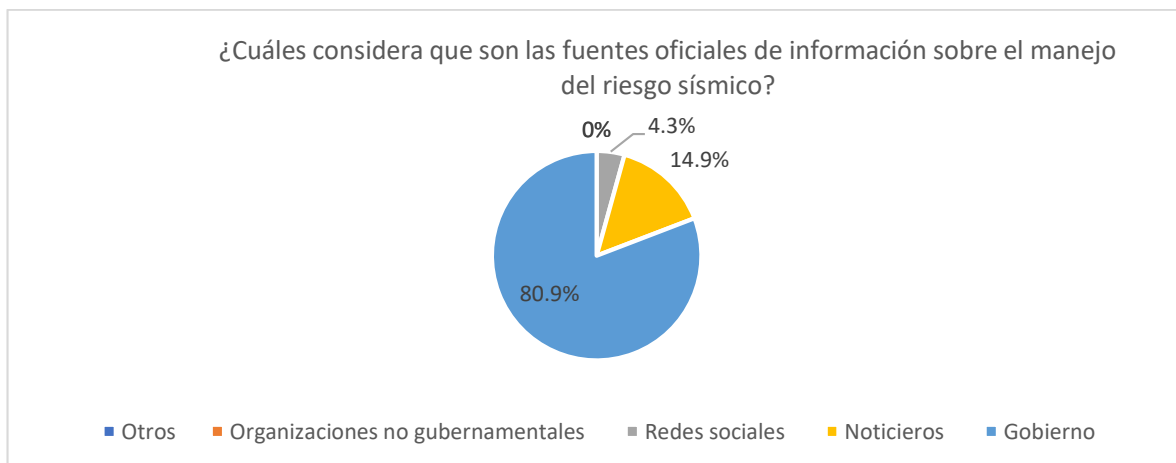
**Figura 107.** Formato mediante los cuales la población considera que ha recibido más información sobre la gestión del riesgo sísmico

El formato mediante el cual las personas reciben más información sobre la gestión del riesgo sísmico es a través de videos y fotografías con el 95.7%, el 55.3% recibe información mediante enlaces de noticias, el 25.5% en artículos científicos, el 4.3% a través de cadenas de mensajes, el 2.10% en ningún formato mencionado anteriormente.



**Figura 108.** Percepción de la población sobre la cantidad de información sobre la gestión del riesgo sísmico.

El 93.6% del total de la muestra considera que, si cuenta con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico, mientras que el 6.4% considera que no cuenta con la cantidad de información suficiente.



**Figura 109.** Fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico

El 80.9% del total de la muestra considera que el Gobierno es la fuente oficial de información sobre el manejo del riesgo sísmico, el 14.9% considera que los noticieros son las fuentes oficiales, el 4.3% piensa que son las redes sociales y el 0% considera que son las organizaciones no gubernamentales y otros medios.

### **Conclusiones:**

#### **Personas que consideran que la ciudad de Santiago de Chile es vulnerable ante un evento sísmico:**

Se puede concluir que del total de la muestra todas las personas han sufrido algún evento sísmico en su ciudad, considerando que la ciudad donde habitan es vulnerable ante este tipo de eventos, siendo las principales causas su ubicación geográfica, construcciones en terreno inestable, construcciones que no son sismoresistentes y falta de información acerca de cómo actuar en situaciones de emergencia.

De igual forma, las personas no se encuentran nada preocupadas en cuanto al conocimiento con el que cuentan ante la gestión de riesgo sísmico, considerando que tienen un nivel muy alto de conocimientos sobre la gestión de eventos sísmicos, estando preparados principalmente kits de supervivencia ante desastres, al igual que hablar con representantes de gestión de desastres ante cualquier evento sísmico que pueda ocurrir, también preparando un plan familiar de emergencia, registrándose con entidades que proporcionan noticias de emergencia o sistemas de alerta, recogiendo información, tomando un entrenamiento especial, y entrenando a otros miembros de la comunidad.

Se demostró que la principal motivación de las personas para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico es la protección del bienestar de su familia, contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de riesgo, evitar pérdidas materiales, formación técnica o educación y por último el proteger su bienestar.

También la mayoría de las personas encuestadas identificaron planes de manejo de desastres o emergencias para su ciudad y país, políticas o leyes que abordan la gestión de desastres naturales y también instituciones que colaboraron con la comunidad para preparar un plan de gestión de desastres, además identificaron que sí existen campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico. Es así como, ellos conocen qué es la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI) y sus funciones. Además, consideran que el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales es principalmente muy bueno, teniendo un nivel de confianza alto en los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales.

Finalmente, las personas consideran que cuentan con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico, que han recibido información de la gestión del riesgo a través de televisión, redes sociales, prensa, folletos, radio, reuniones públicas, correos electrónicos y vallas publicitarias, y que el formato mediante el cual han recibido mayor información es a través de fotografías, videos, enlaces de noticias, artículos científicos y cadenas de mensajes. También, consideran que las fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico son el Gobierno, los noticieros, las redes sociales, las organizaciones no gubernamentales.

### **Personas que consideran que la ciudad de Santiago de Chile no es vulnerable ante un evento sísmico:**

Se puede concluir que del total de la muestra todas las personas han sufrido algún evento sísmico dentro de la ciudad, considerando que la ciudad donde habitan no es vulnerable ante este tipo de eventos debido a que existen construcciones que son sismorresistentes, información suficiente acerca de cómo actuar en situaciones de emergencia, buena gestión del Estado ante un desastre natural y suficientes lugares de encuentro y puntos seguros.

Las personas no se encuentran preocupadas en cuanto al conocimiento con el que cuentan ante la gestión de riesgo sísmico, considerando que tienen un nivel muy alto de conocimientos sobre la gestión de eventos sísmicos, estando preparados a través de planes familiares de emergencia, kits de supervivencia ante desastres, hablando con representantes de gestión de desastres dentro de la comunidad, recolección de información y registrándose con entidades que proporcionan noticias de emergencia o sistemas de alertas.

Se demostró que la principal motivación de las personas para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico es proteger el bienestar de su familia, contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de emergencia, evitar pérdidas materiales, hacerlo por razones de formación técnica o educación y para proteger su bienestar.

También la mayoría de las personas encuestadas si identifican planes de manejo de desastres o emergencias para su ciudad y país, políticas o leyes que abordan la gestión de desastres naturales y también instituciones que han colaborado con la comunidad para preparar un plan de gestión de desastres, además identificaron que sí existen campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico.

Es así como, conocen qué es la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI) y sus funciones. Además, consideran que el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales es muy bueno, teniendo un nivel de confianza alto en los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales.

Finalmente, las personas consideran que, si cuentan con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico, que han recibido información de la gestión del riesgo a través de la prensa, televisión, redes sociales, folletos, radio, reuniones públicas, vallas publicitarias, y que el formato mediante el cual han recibido mayor información es a través de videos y fotografías, enlaces de noticias, artículos científicos y cadenas de mensajes. También consideran que las fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico son el Gobierno, noticieros, redes sociales.

## **2.4. Caracterización de la Oferta y Demanda Social**

### **2.4.1. Oferta Social**

Para determinar la oferta social es necesario identificar a los satisfactores del agente de cambio y a la competencia directa e indirecta dentro del mercado social (Pérez Romero, 2004, p.18). El análisis relacionado con los satisfactores del agente de cambio se refiere al bienestar o beneficio financiero, administrativo, de recursos humanos y de logro de objetivos sociales y económicos (Pérez Romero, 2004, p.18).

La competencia directa se refiere a los programas sociales que abordan la misma problemática y que compiten por la adquisición de fondos (Pérez Romero, 2004, p.18) y la competencia indirecta, a los opositores de los programas sociales, en donde se siguen fomentando las ideas, actitudes y conductas nocivas para los individuos y la sociedad, ejercida por personas físicas u organizaciones públicas o privadas (Pérez Romero, 2004, p.18).

De manera que, se pueden identificar diferentes aspectos de la oferta social para la presente investigación. Lo que satisface al agente de cambio es el establecer una cultura preventiva dentro de la población para disminuir los efectos negativos de los desastres ocasionados por sismos.

Por otro lado, se puede determinar que la oferta es un monopolio, debido a que el principal encargado de la gestión de riesgos dentro del Ecuador es el Estado, a través de la Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos. Por lo que, no existen competidores directos, al no existir campañas de comunicación identificables para la gestión del riesgo sísmico, siendo el Estado el encargado de promover una comunicación efectiva dentro de la población para la promoción de una cultura preventiva y la disminución de los efectos negativos de eventos sísmicos.

Sin embargo, se puede determinar la existencia de competencia indirecta ante el programa social, que se encuentra relacionada con la falta de información sobre la gestión del riesgo sísmico, en donde los ciudadanos de manera colectiva comparten sus creencias y actitudes en cuanto a una negligente gestión del riesgo, falta de conciencia ante el peligro y una actitud desinteresada en cuanto a los efectos negativos que pueden ser ocasionados por desastres ocasionados por sismos.

#### ***2.4.2. Demanda Social***

Al determinar la demanda social, es necesario tomar en cuenta el diseño del producto social, con el objetivo de obtener información sobre los componentes principales que se pueden incluir dentro de las actividades de marketing. De manera que, es necesario determinar las necesidades del público objetivo, de acuerdo al conocimiento en cuanto a conceptos claves relacionados con el producto social ofrecido, sus beneficios y su importancia (Pérez Romero, 2004, p.18).

Dentro del presente estudio, la demanda que se ajusta al cumplimiento de los objetivos planteados del producto social, es la demanda abstracta. Debido a que, se refiere a la sensibilización y concientización de un proyecto social dentro de un determinado tiempo (Elizalde Durán, 2014). Este tipo de demanda es la más acertada al momento de implementar un plan de campaña para el desarrollo de una cultura preventiva ante eventos sísmicos dirigida hacia el Distrito Metropolitano de Quito, en donde el principal grupo objetivo de la campaña es la población que considera que no habitan en una ciudad propensa a sufrir los eventos negativos ocasionados por sismos, no tienen conocimiento sobre el manejo del riesgo ante estos eventos y que tienen una actitud desinteresada ante la prevención del riesgo sísmico.

Considerando estos factores, se puede determinar que la demanda se encuentra determinada por la totalidad de la población de Quito, hombres y mujeres de entre 18 y mayores de 71 años, que representa 2.781.641 habitantes.

### 3. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING

#### 3.1. Segmentación de Mercado

Dentro del proceso de segmentar el mercado objetivo es necesario analizar variables demográficas, geográficas, psicográficas, actitudinales, motivacionales y beneficios buscados, con el objetivo de obtener información acerca del segmento al que va dirigido el programa social a través de la elaboración de un perfil de la población objetivo, identificando variables con las cuales se puede clasificar a las personas en segmentos definidos para desarrollar estrategias que concuerden con sus necesidades sociales para la promoción de una campaña de comunicación efectiva (Pérez Romero, 2004, p.184).

##### 3.1.1. *Diseño del Perfil para cada Submercado*

#### Segmentación de la población objetivo o mercado meta

- **Geográficas:**

Dentro de las variables geográficas se tomarán en cuenta el tipo de zona, vialidad y tipo de vivienda. El tipo de zona estará enfocada hacia lugares comerciales, industriales y residenciales debido a que un evento sísmico puede desarrollarse en cualquiera de estos espacios. También se tomará en cuenta la vialidad, ya que es importante reconocer las vías de evacuación y de soporte al momento de generarse una situación de emergencia. Finalmente, el tipo de vivienda en Quito es un factor importante al momento de prevenir los daños ocasionados por un evento sísmico, ya que se estima que el 94% de las construcciones de Quito no tienen un diseño sismorresistente (Jácome, 2022).

- **Demográficas:**

Para la clasificación de la demografía se utilizarán las siguientes variables:

- **Edad:** Se ha determinado que el rango para promocionar la campaña de marketing social es desde los 18 años hasta las personas mayores de 71 años, debido a que es necesario promover una cultura preventiva hacia personas que son más vulnerables y desconocen del tema por completo, en donde este segmento también será responsable de difundir información hacia niños y adolescentes que son parte del núcleo familiar al momento de desarrollar planes de emergencia.

- **Ciclo de vida de la familia:** Se toma en cuenta esta variable debido a que las motivaciones de las diversas estructuras familiares cuentan con diferentes formas de comunicación, ya que no es igual promocionar una campaña a una familia que tiene hijos pequeños a una que no los tiene. Por lo que, es importante determinar las motivaciones de las familias de recién casados sin hijos, recién casados con hijos, familias con hijos en etapa escolar o universitaria, entre otras.
- **Número de personas que viven en la vivienda:** Esta variable es importante, debido a que se pueden elaborar estrategias y planes de acción de acuerdo al número de personas que habita en cada hogar y sus particularidades, tomando en cuenta sus necesidades al momento de elaborar un plan de emergencias familiar y la comunicación de la campaña para la prevención del riesgo sísmico.
- **Religión:** A pesar de que esta no es una variable demográfica, es necesario analizarla ya que existen algunas personas que piensan que existe una relación entre la religión y la ocurrencia de desastres naturales.
- **Filiación política o partidista:** Esta variable tampoco forma parte de la demografía, sin embargo, es importante tomarla en cuenta debido a que el Estado es uno de los actores claves al momento de promover una campaña dirigida a la prevención de riesgos, siendo para algunas personas importante el rol que tiene este de acuerdo al partido político que esté involucrado dentro de la organización de la campaña, debido a que es un factor que determina la aceptación o rechazo de información e ideas por parte de la población.
- **Psicográficas:**
  - **Nivel socioeconómico:** Se deben determinar las creencias relacionadas con el nivel socioeconómico, ya que varias personas consideran que por tener un nivel de ingreso mayor están exentos de las implicaciones negativas de un desastre natural o tienen la percepción de que se encuentran en un entorno que no es propenso a ser afectado por desastres naturales, mientras que la población con un menor ingreso es considerada más vulnerable a sufrir los efectos negativos de estos eventos y en muchas ocasiones no cuentan con la suficiente información y consideran que no son vulnerables.
  - **Estilo de vida:** Es importante tomar en cuenta el estilo de vida de cada individuo debido a que las actividades o capacitaciones de gestión de riesgos deben ajustarse a su rutina

diaria y ubicación geográfica. Las campañas de comunicación deben estar enfocadas hacia el lugar de residencia o trabajo de la población, considerando los efectos negativos producto de un evento sísmico para cada zona, siendo la forma de comunicación distinta en ambos lugares, debido a que dentro de la residencia se debe realizar un plan familiar y contar con kits de emergencia, mientras que dentro del trabajo se debe realizar un plan de manejo de desastres acorde al número de empleados, los recursos de la institución, entre otras variables.

- **Percepciones:** Es necesario conocer las percepciones de la población sobre el manejo del riesgo sísmico y su prevención, ya que algunas personas tienen la noción equivocada de que las construcciones son seguras, en cuanto a sismoresistencia y terreno adecuado, además perciben que hay suficientes lugares de encuentro y puntos seguros, suficiente información sobre cómo actuar ante situaciones de emergencia y que el Estado presenta una buena gestión ante desastres naturales. Sin embargo, muchas personas perciben lo contrario, por lo que, hay que considerar las diferentes percepciones de la población en cuanto al manejo del riesgo sísmico.
- **Opiniones:** Existen opiniones que no concuerdan con el comportamiento de las personas, por ejemplo, muchas personas no identifican una campaña de comunicación para la prevención del riesgo sísmico, sin embargo, se sienten seguros aunque no saben cómo actuar frente a este tipo de eventos, también consideran que cuentan con la suficiente información sobre cómo manejar el riesgo y no lo aplican o no la conocen del todo.

- **Actitudinales:**

Es necesario determinar las actitudes tanto positivas como negativas de la población utilizando los siguientes factores determinantes:

- **Cognitivo:** Se refiere al conocimiento del contenido de los programas sociales y la problemática social (Pérez Romero, 2004, p.195). En cuanto a este nivel, la población se encuentra consciente acerca de la problemática social respecto al riesgo que representa un evento sísmico dentro de la ciudad en donde habitan, además identifican que no existen campañas en donde se fomente una cultura preventiva y manejo del riesgo antes, durante y después de un sismo. Sin embargo, existen personas que consideran la ciudad no es

vulnerable ante un evento sísmico, no se encuentran preocupados ante la problemática y tampoco han identificado campañas que promuevan una cultura preventiva.

- **Afectivo:** Se refiere al nivel de agrado o desagrado acerca de las medidas que se toman para la solución del problema social (Pérez Romero, 2004, p.195). Dentro de la ciudad de Quito no se toman medidas para la solución de la problemática social, sin embargo, se puede identificar la desconfianza de la población hacia el Estado respecto al manejo de desastres naturales y el desagrado y desinterés respecto a la prevención del riesgo sísmico.
- **Conductual:** Determina cómo se emplean los productos sociales ya existentes para cambiar un comportamiento nocivo por uno saludable (Pérez Romero, 2004, p.195), por lo que es necesario destacar que dentro de Quito no existen productos sociales relacionados con campañas de comunicación para prevenir los efectos negativos de eventos sísmicos en donde se busque el cambio del comportamiento de la población.

- **Motivacionales:**

Dentro de los aspectos motivacionales se determinan los factores que impulsan a la población y a las organizaciones a participar dentro de los programas sociales, que pueden ser tanto internos como externos (Pérez Romero, 2004, p.195).

Los aspectos internos son aquellos que se relacionan con el autoanálisis del individuo a través de experiencias propias o cercanas a la problemática (Pérez Romero, 2004, p.195); por lo que, aquellas personas que hayan experimentado pérdidas humanas y materiales por un sismo o que hayan sentido temor por su vida y la de su familia al momento de que ocurra este evento, se encontrarán motivadas a aprender sobre el manejo del riesgo sísmico dentro de los diferentes lugares a los que frecuentan y podrán difundir el mensaje dentro de su comunidad, mientras que las personas que no hayan tenido estas experiencias no se encontrarán motivadas.

Por otro lado, los factores externos se refieren a la presión que imponen grupos de influencia alrededor del individuo para incentivar el cambio de la conducta nociva, como vecinos o colegas (Pérez Romero, 2004, p.196); de manera que, los factores externos se encuentran relacionados con la presión que ejerce la comunidad sobre el individuo, además de otros

grupos de influencia como la familia y su entorno laboral, por lo que, mientras más personas asistan a las diferentes iniciativas para la prevención del riesgo sísmico, otros individuos de la comunidad se encontrarán más interesados en ir. También se puede destacar que una de las presiones externas será la regulación que tenga el Estado ante la fiscalización de obras de construcción relacionadas con el cumplimiento de estándares que garanticen la seguridad de los ciudadanos, al igual que la regulación del cumplimiento de diferentes campañas que pueden ser obligatorias a impartirse dentro de los centros de trabajo, existiendo la posibilidad de imponer multas si es que no se cumplen las diferentes iniciativas planteadas.

También es importante determinar las motivaciones internas y externas de organizaciones públicas y privadas, que son agentes importantes de financiamiento y elaboración de lineamientos para la promoción de la campaña. Por lo que, los factores internos a considerar son los daños materiales y las pérdidas humanas que pueden sufrir organismos tanto públicos como privados, además de los costos de reconstrucción, pérdida de activos y de tiempo que representará el volver a retomar las actividades luego de un evento sísmico de gran magnitud. En cuanto a los factores externos, se cuenta con la publicidad, reconocimiento y beneficios que pueden ser otorgados por el Estado y a nivel de mercado por ser parte de la iniciativa, además de evitar multas que pueden ser otorgadas por el gobierno si no se cumplen ciertos parámetros de prevención.

- **Beneficios buscados**

Los beneficios buscados se encuentran enfocados hacia la determinación de lo que buscan las personas cuando deciden ser parte del programa social para mejorar su bienestar (Pérez Romero, 2004, p.196). De manera que, se puede determinar que los beneficios buscados por la población al decidir ser parte del programa social están relacionados con la protección del bienestar de su familia, contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de emergencia, proteger su bienestar propio, evitar pérdidas materiales y tener un mayor nivel de conocimiento técnico. Por otro lado, a nivel empresarial en donde las empresas actúan como donadoras al igual que el Estado, su mayor motivación para apoyar la iniciativa es evitar pérdidas económicas y humanas, identificar los posibles riesgos a los que la organización se enfrenta, además de obtener beneficios en cuanto a deducción de impuestos

y evitar sanciones o multas otorgadas por el Estado y posibles indemnizaciones, además del reconocimiento y publicidad que les da el colaborar con el programa social.

### **3.1.2. Submercados**

- **Población objetivo o mercado meta:**

La población objetivo de la presente investigación son los habitantes, hombres y mujeres entre 18 y mayores de 71 años de edad del Distrito Metropolitano de Quito, que no tengan conocimientos sobre la gestión del riesgo sísmico antes, durante y después del evento o que no consideren que habitan dentro de una ciudad propensa a sufrir las consecuencias negativas de un evento sísmico, tomando en cuenta la demografía, su ubicación geográfica, nivel socioeconómico, estilo de vida, percepciones, opiniones, actitudes y beneficios buscados. Tomando en cuenta que la ciudad se encuentra en una zona propensa a sufrir los efectos negativos ocasionados por un evento sísmico que son derrumbe de edificios, grietas y hundimientos de terreno, deslizamientos de laderas y cambios en el régimen de las aguas subterráneas, producto del sistema de fallas geológicas de la ciudad.

- **Grupo de apoyo:**

El grupo de apoyo se encuentra constituido por personas que simpatizan con la idea social y la apoyan de forma directa o indirecta (Pérez Romero, 2004, p. 185). Las personas que apoyan al programa social son aquellas que se sienten vulnerables respecto al riesgo sísmico dentro de la ciudad y que buscan conocer acerca de su gestión con el objetivo de proteger a su familia, protegerse a ellos mismos, contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de riesgo, evitar pérdidas materiales y otro tipo de motivaciones como la formación profesional y técnica en cuanto al tema. Es importante también reconocer a aquellas personas que cuentan con mayor información respecto a la problemática social, que apoyarán al programa debido a que son conscientes de la importancia de contar con el conocimiento de cómo actuar frente a una situación de emergencia, los beneficios que representa para la población y las consecuencias negativas de la ausencia de una cultura preventiva frente al riesgo sísmico.

Es importante reconocer la motivación y beneficios buscados tanto de empresas donadoras como de los individuos. Existen motivaciones tanto internas como externas de la población relacionadas con aquellas personas que han experimentado pérdidas humanas y materiales o que hayan sentido temor por su vida y la de su familia al momento de ocurrir un evento sísmico, por lo que apoyarán al programa social para que exista una mayor difusión en cuanto a la gestión del riesgo. Los factores externos están relacionados con la presión ejercida por vecinos, compañeros de trabajo o familia para conocer más sobre este riesgo y ser parte del programa social, en donde mientras más personas asistan a las diferentes iniciativas para la prevención del riesgo sísmico, más miembros de la comunidad se encontrarán interesados en ir, además de las presiones externas relacionadas con la regulación del Estado ante la fiscalización de obras de construcción y el cumplimiento de campañas obligatorias a impartirse dentro de centros de trabajo y comunidades vulnerables.

Dentro de las motivaciones internas y externas de las empresas para apoyar al programa social, se encuentran como factores internos los posibles daños materiales y pérdidas humanas que pueden sufrir tanto organismos públicos como privados, el costo de reconstrucción, pérdida de sus activos y tiempo que representará el volver a retomar sus actividades. Dentro de los factores externos, las empresas apoyarán al programa social debido a la publicidad, reconocimiento y beneficios que pueden ser otorgados por el estado y a nivel de mercado por ser parte de la iniciativa y evitar posibles multas si no se cumplen parámetros de prevención.

Finalmente, en cuanto a los beneficios buscados por parte de la población será el conocimiento de que al ser parte del programa social podrán contar con la protección del bienestar de su familia, la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de emergencia, proteger su propio bienestar, evitar pérdidas materiales y tener un mayor conocimiento técnico. Por otro lado, a nivel empresarial su mayor motivación será el evitar pérdidas económicas y humanas, identificar posibles riesgos a los que las organizaciones se enfrentan, obtener beneficios en cuanto a deducción de impuestos, evitar sanciones y el reconocimiento y publicidad que les da el colaborar con el programa social.

- **Grupo neutral:**

Son personas que no están ni a favor ni en contra de las medidas tomadas para la solución de la problemática social (Pérez Romero, 2004, p. 185). Dentro del grupo neutral, se encuentran aquellas personas que desconocen si la ciudad es propensa a sufrir los efectos negativos por un sismo de gran magnitud o no, aquellas que no se encuentran seguras de por qué no saben o toman en cuenta las recomendaciones para el manejo de este riesgo y finalmente aquellas personas que se encuentran neutrales con relación a emitir un juicio de valor positivo o negativo respecto a la programática social.

- **Grupo opositor:**

Dentro de este grupo se encuentran personas que no han tenido experiencias personales traumáticas en relación con los efectos negativos ocasionados por sismos, de manera que, al no tener temor o haber experimentado pérdidas humanas y materiales no sienten la necesidad de conocer sobre cómo actuar en una situación de emergencia. Otras personas parte del grupo opositor son aquellas que desconfían del Estado ante el manejo del riesgo sísmico y de la información que circula en su entorno, además de aquellas personas que consideran prioritario el manejo de otro tipo de desastres por sobre los eventos sísmicos y el desagrado ante ciertas campañas o medidas que puedan ser promovidas para la resolución de la problemática social y el desarrollo de una cultura preventiva.

- **Donadores y complementadores:**

Los posibles donadores pueden ser organizaciones no gubernamentales tanto nacionales como internacionales que son Naciones Unidas, PNUD, FAO, Cruz Roja, así como fundaciones Cáritas Ecuador, Jesuitas Ecuador, Nuevos Horizontes, entre otras, que podrían colaborar dentro del proceso de desarrollo de una cultura preventiva a través de una campaña de comunicación disponiendo de sus recursos de manera gratuita, destacando el rol que tiene el Estado como organizador y donador de recursos frente a la campaña. Por otro lado, es necesario tomar en cuenta que las empresas privadas también pueden ser donadoras, debido a que algunas obtendrán beneficios económicos y para la comunidad, en donde se tomará en cuenta a grandes empresas que quieran colaborar como Corporación Favorita, Banco Pichincha, Claro, Pronaca, Produbanco, Nestlé, entre otras.

- **Apoyo internacional:**

El apoyo internacional con el que puede contar el programa social es a través de donaciones de otros gobiernos como el de Estados Unidos o de países europeos como Alemania, Francia, Italia, entre otros, que son especialistas en el manejo del riesgo sísmico, en donde se fomenta la colaboración e intercambio de información y especialistas, además de colaborar con países como Chile y México, que de igual manera han tenido una gran trayectoria en el manejo del riesgo sísmico.

### *3.1.3. Perfiles dentro de la promoción de una cultura preventiva*

- **Creyentes:**

Son aquellas personas que creen en los beneficios de contar con la suficiente información y educación para el manejo del riesgo sísmico con el objetivo de disminuir los efectos negativos ocasionado por este tipo de eventos. Por lo que, consideran que tomar en cuenta las recomendaciones es una forma de protegerse a sí mismos y a su comunidad, siendo promotores activos del programa social. Además, tienen un alto grado de compromiso con el programa, completan los talleres informativos y se interesan en preguntar sobre aspectos importantes para el manejo del riesgo sísmico antes, durante y después del evento (Ibarra Sotomayor, 2021).

- **Objetores:**

Son aquellas personas que no consideran importante el manejo el riesgo sísmico dentro de la ciudad, basado en creencias propias y no en evidencia científica, con una postura firme frente a hacer caso omiso a las recomendaciones y pensamiento rígido y difícil de cambiar (Ibarra Sotomayor, 2021).

- **Relajados**

Son aquellas personas que tienen un alto compromiso con el programa social y que siguen las recomendaciones en cuanto a la prevención del riesgo sísmico, pero no preguntan activamente sobre aspectos importantes de la iniciativa, por lo que no se cuestionan y realizan

preguntas limitadas (Ibarra Sotomayor, 2021). De manera que, pueden necesitar informarse más sobre ciertos aspectos importantes (Sancho, 2013).

- **Cautelosos:**

Son aquellas personas que necesitan de una gran cantidad de información para tomar en cuenta las recomendaciones para el manejo del riesgo sísmico, ya que tienen miedo o desconfianza, pueden ser manipulados de manera sencilla con información falsa a través de varios medios de comunicación (Ibarra Sotomayor, 2021) y además tienen un pensamiento rígido y moderado compromiso con el programa social (Sancho, 2013).

### **3.2. Estrategias de Posicionamiento**

#### **3.2.1. Posicionamiento**

El principal objetivo de posicionar una campaña social hacia los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito, es buscar el bienestar para la población, cambiando conductas nocivas por aquellas positivas, a través de productos físicos, herramientas y campañas que complementan a la idea social que se quiere implementar. El producto social es una propuesta de campaña de comunicación integrada para concientizar la necesidad de desarrollar una cultura preventiva y conocer el manejo del riesgo sísmico, dirigido hacia el Distrito Metropolitano de Quito en base a las prácticas utilizadas en la Región Metropolitana de Santiago, siendo su principal objetivo el sensibilizar a la población sobre la importancia de desarrollar una cultura preventiva ante un evento sísmico, que resultará en el posicionamiento de la idea social en la mente de los habitantes de Quito, de que es necesario conocer acerca de cómo manejar el riesgo sísmico reconociendo la vulnerabilidad de los habitantes de la ciudad, con el objetivo de evitar pérdidas humanas y materiales.

El posicionamiento se refiere a ubicar en la mente de la población objetivo las características de los productos sociales que ayuden a mejorar las condiciones de vida de las personas, a través del análisis de variables de segmentación de mercado y necesidades sociales (Pérez Romero, 2004, p.199), por lo que, dentro del manejo del riesgo sísmico, una campaña de marketing social, servirá como potenciador ante el objetivo de desarrollar una cultura preventiva dentro de la población, en donde es necesario que exista la suficiente cantidad de

información para que entiendan cómo se debe actuar ante una situación de riesgo dependiendo del lugar en donde se encuentren y su vulnerabilidad frente al desastre, ejecutando de una campaña de comunicación de manera efectiva en donde se tomen en cuenta sus creencias y opiniones para determinar estrategias que permitan obtener el resultado esperado.

De manera que, para determinar una correcta estrategia de posicionamiento es necesario realizar un análisis con base a las ideas, actitudes, valores, fortalezas y debilidades del agente de cambio (Pérez Romero, 2004, p.199) a través de las siguientes acciones para determinar una estrategia de posicionamiento efectiva:

- **Posicionamiento:**

Se plantea una estrategia de posicionamiento debido a que no existe una idea preconcebida al no haberse identificado campañas de comunicación en cuanto a la gestión del riesgo sísmico dentro de la ciudad de Quito. De manera que, todas las estrategias de comunicación se enfocarán en el mercado meta, que es la población del Distrito Metropolitano de Quito que no conocen cómo actuar dentro de situaciones de emergencia ante un sismo y que no son conscientes de su vulnerabilidad. A través del estudio de mercado, se observó cuáles son las razones por las que la población objetivo considera que son vulnerables o no ante eventos sísmicos, su nivel de conocimiento y preparación, su motivación para aprender más sobre el tema y la desconfianza existente ante el manejo del Estado en cuanto a desastres naturales, siendo estos los factores determinantes para que las personas no tomen en cuenta las recomendaciones ante la prevención de riesgos, además de la inexistencia de una campaña de educación continua. Por otro lado, se ha determinado que se utilizarán medios masivos de comunicación tradicionales y digitales como herramientas para distribuir información y conocimiento hacia la población, debido a que son herramientas dinámicas que permitirán que la población conozca acerca de la gestión del riesgo sísmico, impactando así de manera cognitiva y comportamental al grupo objetivo, con el objetivo de posicionar dentro de la mente de los habitantes de Quito, la necesidad de contar con una cultura preventiva frente a eventos sísmicos para evitar pérdidas humanas y materiales, tomando en cuenta la vulnerabilidad de la ciudad ante este tipo de eventos.

- **Desposicionamiento:**

Dentro del desposicionamiento se deben utilizar acciones de desmarketing con el objetivo de aplicar los principios y técnicas de marketing para eliminar de la mente de la población objetivo su comportamiento nocivo (Pérez Romero, 2004, p.199), es importante utilizar el desposicionamiento debido a que es necesario que la población elimine las concepciones erróneas acerca del manejo del riesgo sísmico y la percepción de que se encuentran exentos de ser afectados de manera negativa. De manera que, se ha determinado que a través de una comunicación de medios masivos y digitales se puede lograr el cambio de conductas y pensamientos nocivos de la población, en donde se exponga información sobre la correcta gestión del riesgo sísmico para llegar a la población objetivo y que sean promotores del producto social. En todas las sociedades se encuentran ideas, creencias, actitudes y comportamientos nocivos, que son necesarios tomar en cuenta para su estudio y análisis para diseñar estrategias de marketing necesarias (Pérez Romero, 2004, p.199).

### ***3.2.2. Estrategias***

#### **Modelo AIDA**

Las estrategias que serán utilizadas para llegar hacia el público objetivo se encuentran estrechamente relacionadas con el modelo AIDA, que proporciona una orientación sobre el proceso de decisión de compra del consumidor y los factores intervinientes dentro de este proceso, tomando en cuenta el análisis situacional tanto interno como externo relacionado con fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades (Moraes, 2019).

El modelo AIDA será utilizado dentro del proceso de posicionamiento, debido a la identificación de las necesidades de aquellas personas que no están conscientes de su vulnerabilidad ante el riesgo sísmico y de aquellas que lo están pero que no conocen lo suficiente sobre la gestión del riesgo, en donde es necesario un proceso de comunicación continuo para fomentar el aprendizaje y el desarrollo de una cultura preventiva. Por lo que, el modelo AIDA, será utilizado como una herramienta para determinar estrategias de comunicación utilizando los datos recolectados dentro de la investigación de mercados, a través de medios tradicionales y digitales de comunicación, con el objetivo de obtener un

resultado positivo en cuanto al cambio de conductas nocivas dentro de la población, que reduzcan los efectos negativos ocasionados por eventos sísmicos.

- **Atención:**

Para llamar la atención del mercado meta se utilizarán frases que sensibilicen a la población en cuanto a los efectos negativos de un sismo y lo que puede ocurrir de no actuar de una manera rápida y efectiva, a través de medios masivos y digitales de comunicación utilizando una mezcla de imágenes sensibles sobre terremotos en otros países e incluso de aquellos ocurridos en el Ecuador, cómo el que se dio lugar el 16 de abril de 2016 en Manabí. Tomando en cuenta palabras clave para el grupo objetivo como: catástrofes, terremotos, número de muertes, desplazados, desinterés, prevención, manejo del Estado, influencers, artistas y personas que puedan colaborar para influir positivamente dentro de la población hacia la adopción del producto social

Existen varios factores que permitirán que se llame la atención del público objetivo, permitiendo la expansión masiva de información:

1. **Localización:** El grupo objetivo se encuentra dentro del Distrito Metropolitano de Quito, por lo que, se utilizarán los medios de comunicación más populares dentro de la ciudad, tanto tradicionales como digitales, lo que permitirá obtener la atención ante la problemática social buscada.
2. **Momento:** Es importante mantener una comunicación continua con la población debido a que un evento sísmico no se puede prevenir, por lo que, se deben realizar emisiones periódicas de información a través de los diferentes medios de comunicación utilizados dentro de la ciudad, con el objetivo de continuar captando interés dentro del grupo objetivo.
3. **Factor sorpresa:** Con el objetivo de sorprender al grupo objetivo es necesario comunicar la problemática social de una forma interactiva y fácil de entender. Por lo que, dentro de la promoción del producto social se identificarán los efectos catastróficos de sismos pasados a nivel nacional e internacional, datos exactos e impactantes cómo la cantidad de muertes, las pérdidas económicas y vidas humanas, a través de medios de comunicación tradicionales y digitales en donde se impulse la participación de personajes

célebres ecuatorianos, sorteos y premios al asistir a las capacitaciones para disminución del riesgo sísmico, entre otras iniciativas.

- **Interés:**

El principal beneficio planteado para generar interés dentro de la población objetivo será la disminución de los efectos negativos ocasionados por sismos al contar con una cultura preventiva. De manera que, se creará contenido en donde se especifiquen las acciones que deben ser aplicadas por la población para prevenir los efectos negativos de eventos sísmicos, como las pérdidas materiales y humanas, a través de la identificación de cómo realizar un kit de emergencia, información sobre puntos seguros, planes familiares de gestión de riesgo, información sobre por qué se producen estos fenómenos y la vulnerabilidad de diferentes sectores en la ciudad, en donde las diferentes dudas de la población tengan una respuesta específica, ayudando a generar interés dentro del público objetivo.

En este punto, comienza un proceso de auto educación, por lo que, la población empieza a ganar confianza sobre la campaña y comienzan a realizar acciones bajo su nivel de indecisión, siendo influenciados positivamente para dejar las conductas nocivas de desinterés y desconfianza hacia la campaña, a través de artes visuales, videos, publicaciones en redes sociales, cuñas radiales, anuncios de televisión, entre otros.

De manera que, se concluye que el principal objetivo del mensaje de la campaña se define como la oportunidad de mitigar el riesgo a través del desarrollo de una cultura preventiva individual, dando importancia a cada habitante dentro de la ciudad para poder contar con una estructura colectiva que promueva el bien común, en donde exista una convivencia responsable con el riesgo, a través de la presentación de datos y argumentos persuasivos que faciliten la educación del público objetivo.

- **Deseo:**

Para provocar dentro de la población objetivo el llamado “deseo de compra”, es decir, la aplicación de las herramientas para la reducción del riesgo sísmico, es necesario que las personas consideren que el producto social genera una solución a la problemática tratada, siendo importante que conozcan sus beneficios, en donde el efecto transformador será una

cultura preventiva que permita a la población convivir con el riesgo sísmico de forma segura. Se debe tomar en cuenta la formación de una conexión emocional con las personas, por lo que, es necesario fomentar su participación mediante los canales de distribución de información, en donde podrán interactuar y mejorar la campaña, existiendo libertad de expresión y manejo de la sensibilización del problema social, siendo la población promotora de la campaña. Por otro lado, es necesario continuar con la distribución de información relacionada con el manejo del riesgo sísmico, con el objetivo de generar una conexión emocional con el grupo objetivo y que puedan sentirse parte del cambio y la campaña viendo sus necesidades e ideas reflejadas dentro de las artes visuales utilizadas; otra estrategia para establecer una conexión emocional con el grupo objetivo es a través del acompañamiento continuo dentro de un proceso de educación continua, en donde puedan responderse dudas e inquietudes de manera personalizada.

- **Acción:**

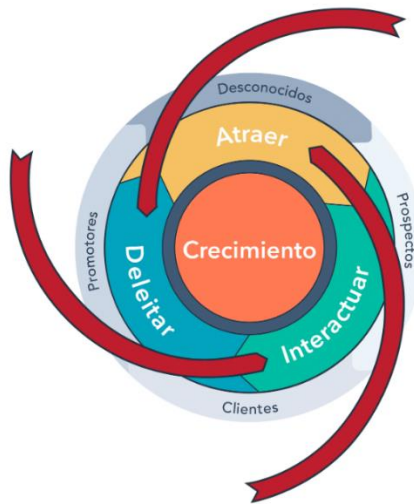
Dentro de esta etapa se debe concretar el llamado a la acción, siendo este el desarrollo de una cultura preventiva en donde las personas tomen en cuenta la información brindada para la disminución del riesgo sísmico a través de su participación continua dentro de la campaña, en donde asistan a simulacros, realicen sus planes familiares de prevención, kits de emergencia, asistan a webinars sobre el tema, entre otras acciones necesarias para continuar con el proceso de desarrollo educativo frente al riesgo sísmico, utilizando medios tradicionales y digitales de comunicación, para que la población pueda acceder a la información existente de la manera más cómoda posible.

En este punto, la campaña ya se encuentra direccionada hacia el grupo objetivo siendo necesaria una interacción directa, en donde la población tome la decisión de educarse y aplicar toda la información recibida dentro de su vida diaria. Por lo que, la comunicación y distribución de información efectiva debe promover también la auto educación de los individuos, disminuyendo el riesgo de que la información no se entienda y promoviendo también la facilidad de acceso. Por lo que, el principal objetivo de la campaña es el desarrollo de un proceso comunicativo simple, optimizando el tiempo, evitando la falta de entendimiento y comunicación no efectiva, siendo necesario que a través de artes visuales

tanto en medios tradicionales como digitales se difunda la forma en la que la población puede comunicarse para contestar sus dudas e inquietudes.

### **Inbound Marketing**

La metodología inbound se refiere al crecimiento del programa social a través del desarrollo de relaciones significativas y duraderas con los consumidores, prospectos y clientes (HubSpot, 2021), acompañando al grupo objetivo desde el principio del proceso de adopción del producto social hasta la transacción final (Valdés, 2022).



**Figura 110.** Inbound Marketing: Flywheel

*Nota.* *Inbound Marketing: Flywheel* [Fotografía], por HubSpot, 2021, HubSpot (<https://www.hubspot.es/inbound-marketing>)

### **Metodología Inbound:**

- **Atraer:**

Para atraer a la población objetivo es necesario captar su atención a través de contenido de valor y conversaciones que consoliden la posición del producto social como un tema de su interés (HubSpot, 2021).

Para atraer al grupo objetivo es necesaria la creación de contenido de valor en medios digitales, especialmente dentro de las redes sociales oficiales del Estado, como información sobre los efectos negativos sobre eventos sísmicos, información sobre el manejo del riesgo, tutoriales para realizar planes de emergencia familiar y kits, ente otros, proponiendo

soluciones hacia la vulnerabilidad que tiene la población en cuanto a eventos sísmicos, a través de la utilización de contenido que genere más tráfico al ser consumido por una mayor cantidad de usuarios y promoviendo publicidad por medios tradicionales y digitales.

### **Interactuar:**

Interactuar con la población objetivo consiste en ofrecer información y soluciones tomando en cuenta sus necesidades y objetivos para aumentar las probabilidades de adopción del producto social (HubSpot, 2021).

Es importante establecer una relación duradera con el grupo objetivo y proporcionar información relevante sobre el valor que tiene la campaña para la incrementar la cultura preventiva ante el riesgo sísmico. De manera que, se utilizarán distintas herramientas como el correo electrónico, bots, chats directos, CTA, formularios y lead flows, para recolectar datos de las interacciones de las personas en diferentes sitios, con el objetivo de comunicarse de manera más efectiva y realizar una personalización de la campaña a través de la creación de contenido oportuno, tomando en cuenta las necesidades de la población en cuanto a su vulnerabilidad al efectuarse un evento sísmico.

De manera que, a través de estas herramientas se podrán ahorrar recursos, lograr una mayor promoción y penetración de la campaña al identificar la forma de comunicación exacta para llegar al grupo objetivo con contenido de valor en diferentes medios de comunicación.

Finalmente, este proceso concluye con la fidelización del grupo objetivo, para generar confianza con el objetivo de que las personas aprendan a convivir con el riesgo de forma segura, pongan en práctica lo aprendido y se conviertan en promotores de la campaña para incrementar la cultura preventiva, evitando los efectos negativos de los eventos sísmicos.

- **Deleitar:**

Las estrategias para deleitar al grupo objetivo se enfocan en garantizar que la población se sienta satisfecha, feliz y tranquila incluso después de adquirir el producto social. Por lo que, se utilizan estrategias para ayudar a los clientes en el momento en que lo necesiten (HubSpot, 2021).

De manera que, se plantea la incorporación de encuestas, chatbots y monitoreo de redes sociales, que garanticen que la población conozca del tema, pero que también resuelvan sus dudas y tengan más información acerca de qué puede hacer para prevenir el riesgo sísmico en su comunidad.

Este tipo de herramientas son importantes para conocer las opiniones del grupo objetivo acerca del producto social, la experiencia durante el transcurso de su adopción y su percepción de la situación actual. Por lo que, estas herramientas permiten medir el nivel de satisfacción y recolectar sugerencias para implementar nuevas estrategias de comunicación, siendo importante dentro de la estrategia que se deleite al grupo objetivo mediante una atención incondicional y personalizada que resuelva sus problemas, ya que, es importante para la fidelización con el objetivo de que las personas sean en embajadores de la campaña, destacando los beneficios de contar con una cultura preventiva y el manejo responsable del riesgo y vulnerabilidad.

### **3.3. Mix de Marketing Social**

#### **3.3.1. *Producto***

- **Producto Social Intangible:**

La idea social a promover es el desarrollo de una cultura preventiva en la población ante el riesgo sísmico para convivir de manera responsable con el riesgo de acuerdo a la vulnerabilidad de la población dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

De manera que, el objetivo principal del producto social es posicionar en la mente de la población la idea de que es necesario conocer y aplicar las recomendaciones en cuanto a la gestión del riesgo sísmico para evitar los efectos negativos ocasionados por sismos. Por lo que, esta idea puede evolucionar en creencias, actitudes y valores positivos en contra de las ideas nocivas de la población.

El desarrollo de creencias dentro de la población surge al momento en que la idea social ha sido aceptada por un gran número de personas (Pérez Romero, 2004, p.253). De manera que, es necesario el desarrollo de una creencia colectiva positiva en los diferentes segmentos de la población, a través de una campaña de comunicación efectiva en donde se promueva la

creencia de que es necesario y beneficioso el conocimiento del manejo del riesgo sísmico para precautelar la vida de las personas, erradicando aquellas creencias nocivas relacionadas con una errada percepción de la vulnerabilidad, en donde la población considera que son exentos de sufrir los efectos negativos de un sismo y presentan una actitud desinteresada.

Por otro lado, es necesario reconocer las actitudes tanto negativas como positivas que tiene la población ante el producto social, analizando los componentes cognitivos, afectivos y conductuales del grupo objetivo (Pérez Romero, 2004, p.254). En cuanto al análisis cognitivo, es importante destacar que se refiere al nivel de conocimientos con el que cuenta la población ante la problemática y el producto social, por lo que, es necesario otorgar la mayor cantidad de información posible en relación al manejo del riesgo sísmico y los efectos negativos de una deficiente gestión del riesgo, ya que las personas que tienen un mayor conocimiento modificarán su comportamiento. Dentro del análisis afectivo, es necesario que se promueva un sentimiento positivo hacia la campaña y la idea de que, al contar con una cultura preventiva, podrán evitarse pérdidas materiales y humanas. Finalmente, se debe realizar un análisis conductual, en donde es necesario conocer el comportamiento de la población objetivo para realizar estrategias de posicionamiento, por lo que, es importante conocer por qué las personas no toman en cuenta las recomendaciones para el manejo del riesgo sísmico y cuál sería su motivación para aprender del tema.

El servicio proporcionado por el producto social se encuentra relacionado con la educación, debido a que el principal objetivo de la campaña es educar a la población para el desarrollo de una cultura preventiva que les permita convivir de forma responsable con el riesgo sísmico, en diferentes lugares de la ciudad para que todas las personas puedan acceder a la información proporcionada.

Al ser este servicio intangible, se puede hacer tangible por medio de certificados o carnets que avalen que la persona ha terminado su curso de educación en cuanto al manejo del riesgo sísmico o contar con una cartilla en donde se visualice a cuántos seminarios, cursos o simulacros ha asistido, identificándose en este registro, nombres y apellidos, lugar y nombres de los capacitadores, siendo este servicio otorgado por el Servicio Nacional de Riesgos y Emergencias a través del COE Metropolitano.

Por otro lado, es importante destacar que el servicio educativo es de carácter variable, ya que depende de los capacitadores que brindarán este servicio hacia la población, por lo que, es necesario que se encuentren capacitados para trabajar con las personas dentro diversas comunidades, con el objetivo de satisfacer a la población otorgando un servicio de calidad. Es necesario destacar la perdurabilidad del servicio, que terminará cuando se haya capacitado a la población objetivo. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que es necesario contar con un proceso de educación continua, por lo que, es importante que existan programas y publicidad acerca del manejo del riesgo sísmico.

- **Producto Social Tangible**

El producto social tangible es un conjunto de productos que facilitarán el objetivo de desarrollar una cultura preventiva dentro de la población, por lo que, existen flyers, trípticos, vallas publicitarias, anuncios televisivos, cuñas radiales, entre otros, es decir, que el producto social tangible es material audiovisual que cumplirá la función comunicativa dentro de la campaña.

El beneficio esencial del producto es el desarrollo de una cultura preventiva ante el riesgo sísmico mediante la difusión de información relacionada con la gestión del riesgo por medios audiovisuales. De manera que, el producto esperado tiene el objetivo de satisfacer las expectativas de beneficio del usuario final (Pérez Romero, 2004, p.257), en donde es necesario que se utilice una comunicación asertiva y comprensible para satisfacer la necesidad de conocimiento de la población ante la gestión del riesgo, tomando en cuenta los objetivos del Plan Nacional de Gestión de Riesgos y a su vez el Marco de Sendai para la reducción de riesgo de desastres.

### **3.3.2. Precio**

Es importante tomar en cuenta que, aunque se considera que el apartado de precio es el único que genera ingresos dentro del marketing mix, debido a que tiene relación con lo que una persona paga a cambio de adquirir el producto social (Pérez Romero, 2004, p.259), la campaña a desarrollar para la promoción de una cultura preventiva no tendrá precio para el grupo objetivo dentro del Distrito Metropolitano de Quito, siendo estos costos cubiertos por el Estado y donadores.

El precio desde la perspectiva del grupo objetivo se encuentra basado en el beneficio que esperan recibir del producto social, por lo que, es necesario que se maximice el valor entregado hacia la población, ya que se pretende que exista una relación costo-beneficio, en donde el costo sea menor que el beneficio del producto social (Pérez Romero, 2004, p.259).

De manera que, es necesario identificar los atributos de valor para la población objetivo con la finalidad de determinar el beneficio del producto (Pérez Romero, 2004, p.259), siendo el principal atributo de valor el conocimiento impartido sobre la gestión del riesgo sísmico para el desarrollo de una cultura preventiva que les permita precautelar la vida de sus familiares, contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de riesgo, proteger su bienestar y evitar pérdidas materiales.

Por otro lado, el valor del servicio se encuentra determinado por el proceso de prestación, instalaciones y el personal que lo otorga (Pérez Romero, 2004, p.259). Dentro de la campaña, se establecerá un proceso de prestación del servicio con disponibilidad para toda la comunidad dentro del Distrito Metropolitano de Quito, ya que es necesario que la mayor parte de la población conozca acerca del manejo del riesgo sísmico, de acuerdo al lugar en donde se encuentre y realice sus actividades diarias, por lo que este proceso debe realizarse a través de una comunicación efectiva a través de material visual y capacitadores con información sobre el tema, en donde las personas sean conscientes acerca de por qué es necesario saber cómo actuar ante una situación de emergencia. Las instalaciones utilizadas para prestar el servicio serán parques, casas comunales, escuelas, universidades, oficinas, centros de exposiciones, centros comerciales, entre otros, lo que permitirá que exista un mayor alcance de la campaña y además que la población se encuentre cómoda al recibir la información necesaria.

Finalmente, el valor del personal se encuentra fundamentado en la calidad y competencia con la que se ofrece el producto social (Pérez Romero, 2004, p.259), por lo que, la campaña se realizará con el acompañamiento de expertos en el tema de prevención de desastres ocasionados por eventos sísmicos y comunicadores que sepan expresar las ideas científicas hacia la población, siendo el servicio otorgado por equipos multidisciplinarios que se encuentran altamente capacitados para informar a la población.

El valor de distribución o ubicación, se refiere al valor otorgado a los centros que atienden a las personas que desean demandar el producto social (Pérez Romero, 2004, p.260), por lo que, la presente campaña será distribuida en puntos estratégicos de la ciudad ubicados en diversas comunidades y zonas comerciales, industriales y residenciales, con el objetivo de obtener un mayor alcance.

El costo monetario se refiere a la cantidad de dinero que tiene que pagar el individuo para adquirir el producto social, así como la cantidad de dinero que utiliza indirectamente para su adquisición (Pérez Romero, 2004, p.260). Dentro de la campaña es necesario tomar en cuenta que los individuos no tienen que pagar para recibir el producto social. Sin embargo, si existen costos indirectos para adquirirlo, como aquellos relacionados con el costo de transporte al movilizarse al lugar en dónde se realicen las capacitaciones y el tiempo que representa para los individuos el capacitarse ante la gestión del riesgo sísmico.

El costo del tiempo se encuentra determinado por el tiempo de espera que transcurre hasta que la persona que demanda el producto social lo pueda adquirir (Pérez Romero, 2004, p.260). De manera que, existen dos tipos de análisis dentro de la campaña, el primero es que las personas podrán recibir capacitaciones a horas específicas en el día de acuerdo a lo programado para su comunidad al momento en donde la mayoría de personas puedan asistir y dentro de los trabajos este tiempo de espera será determinado por la planificación estratégica dentro de la organización, debido a que deben cumplir con las capacitaciones sin interferir mayoritariamente en las actividades diarias de todos los trabajadores. Por otro lado, es necesario tomar en cuenta que se realizará una difusión de medios masiva en donde se proporcione información importante para la gestión del riesgo sísmico y esta se encontrará disponible en medios tradicionales y digitales de comunicación, en donde la población puede acceder de manera directa a estos insumos.

El costo de oportunidad es resultado de lo que el individuo deja de ganar o devengar por ir a solicitar el producto social, pudiendo este ser monetario o subjetivo (Pérez Romero, 2004, p.260). Dentro de la campaña, el costo de oportunidad para los individuos representa el dejar de lado ciertas actividades diarias para recibir información sobre la gestión del riesgo sísmico, como dejar de trabajar un momento, dejar de compartir con la familia, movilizarse

hacia los puntos dónde será proporcionada la información, dejar a sus hijos solos en casa, entre otros.

Los costos psíquicos se encuentran relacionados con las emociones de la población al solicitar el producto social (Pérez Romero, 2004, p.260), por lo que, dentro de este proceso la población puede tener temor de enfrentarse hacia la posibilidad de contar con grandes pérdidas tanto humanas como materiales si es que ocurre un sismo de gran magnitud, por otro lado, algunas personas pueden encontrarse molestas debido a que recibir este tipo de información promueve un cambio en su comportamiento y forma de pensar, además de que a muchas de las personas les resultará molesto la adquisición del producto social debido a la actitud desinteresada que pueden tener.

Al realizar un análisis de todos los costos en los que incurre el grupo objetivo, se determina que el valor total que recibe la población que adquirirá el producto social es el resultado del beneficio esperado menos el costo total en el que se incurre (Pérez Romero, 2004, p.260). Por lo que, se concluye que los beneficios que recibirá la población objetivo al formar parte de la campaña serán mucho mayores a los costos, debido a que el producto social no cuenta con un costo monetario y existen costos indirectos mínimos que deben ser incurridos por la población.

### **3.3.3. Plaza**

La plaza consiste en el esfuerzo que se realiza para poner a disposición de los usuarios los productos sociales (Pérez Romero, 2004, p.265), siendo estos los espacios físicos en dónde se realizarán las capacitaciones hacia la población objetivo, como parques, escuelas, auditorios, universidades, entre otros, sitios establecidos a través de alianzas estratégicas con el sector privado en dónde se podrán realizar las capacitaciones para los trabajadores y público en general, además del aporte del espacio físico que quieran donar las organizaciones sin fines de lucro.

También, es necesario considerar que el producto social será distribuido por medios tradicionales y digitales de comunicación, además de artes visuales y material necesario para el aprendizaje del manejo de riesgos que será entregado de forma física en los diversos lugares en donde se desarrollen las campañas.

De manera que, existen varios procesos de comunicación dentro del desarrollo de la cultura preventiva dentro de la población objetivo:

### **1. Agente de cambio hacia la población objetivo sin intermediarios**

Dentro de este apartado, es importante el desarrollo de una comunicación directa entre el agente de cambio y la población objetivo a través de dos procesos fundamentales:

#### **- Producto social adquirido físicamente:**

La campaña promoverá el desarrollo de una cultura preventiva ante el riesgo sísmico, de manera que, se establecerán puntos capacitadores en diferentes lugares estratégicos de la ciudad sobretodo en comunidades vulnerables, por lo que son necesarios espacios físicos en donde se desarrollarán las capacitaciones de la población ante el manejo del riesgo sísmico, también son necesarias herramientas para realizar una presentación concisa y fácil de entender, además de artes visuales necesarias para capacitar y proporcionar información a la población, en donde se necesitará la colaboración del Estado, empresas privadas, organismos sin fines de lucro y la academia que aporten con los recursos económicos necesarios. Sin embargo, el Estado será el principal facilitador de los recursos utilizados para realizar la campaña, en cuanto a espacios físicos y expertos en el tema.

#### **- Producto social adquirido por medios de comunicación tradicionales y digitales:**

Dentro de este análisis también se incluye la adquisición del producto social dentro de los medios de comunicación tradicionales y digitales, en donde se proporcionará información a la población acerca del manejo del riesgo sísmico, siendo la promoción del producto social responsabilidad del Estado y donadores que deseen aportar sus recursos a la campaña.

### **2. Agente de cambio hacia la población objetivo con intermediarios**

#### **- Empresas capacitadoras:**

Con el objetivo de llegar de una manera más eficiente hacia el mercado meta se plantea la colaboración de empresas intermediarias en el proceso de adquisición y promoción del producto social, en donde organizaciones privadas, educativas y sin fines de lucro puedan cumplir con el objetivo de desarrollar una cultura preventiva dentro de la población utilizando sus recursos en colaboración con los recursos proporcionados por el Estado, es decir, espacios

físicos, impresión y difusión de material audiovisual. De manera que, exista una colaboración con el Estado a través equipos multidisciplinarios que permitan realizar capacitaciones en donde se tome en cuenta las necesidades de la población.

- **Voluntarios:**

Otra estrategia necesaria para llegar a la población objetivo es la organización de voluntarios que quieran participar en la difusión y adquisición del programa social, a través de alianzas estratégicas entre el Estado, la academia, empresas privadas y organizaciones sin fines de lucro, que aporten sus recursos para el desarrollo de una cultura preventiva dentro de la población, en donde se ofrezcan recursos para la impresión y difusión de material audiovisual, y voluntarios que asistan hacia los lugares más vulnerables de la ciudad y de difícil acceso, en donde la población valore una interacción más personalizada, que le brinde información sobre la campaña, el riesgo sísmico y sus efectos negativos.



**Figura 111.** Plaza o sitios de distribución del producto social

De manera que, el proceso logístico mediante el cual se realizará la adquisición del producto social será a través de la colaboración entre sectores estratégicos, es decir, el Estado, organizaciones privadas y sin fines de lucro, además de la academia. Por lo que, el Estado proporcionará lineamientos básicos en cuanto al contenido de las capacitaciones y material audiovisual para realizar la promoción y adquisición del producto social por parte del grupo objetivo.

Finalmente, se puede determinar un modelo de distribución del producto social tomando en cuenta las parroquias urbanas, suburbanas y rurales dentro del Distrito Metropolitano de Quito. Sin embargo, es importante destacar que es un modelo solamente debido a que es necesario contar con un equipo multidisciplinario que realice un estudio adecuado tomando en cuenta factores de densidad poblacional y vulnerabilidad, además de tener en cuenta la disponibilidad de los recursos del Estado y de otros actores que serán parte de la campaña como donadores.

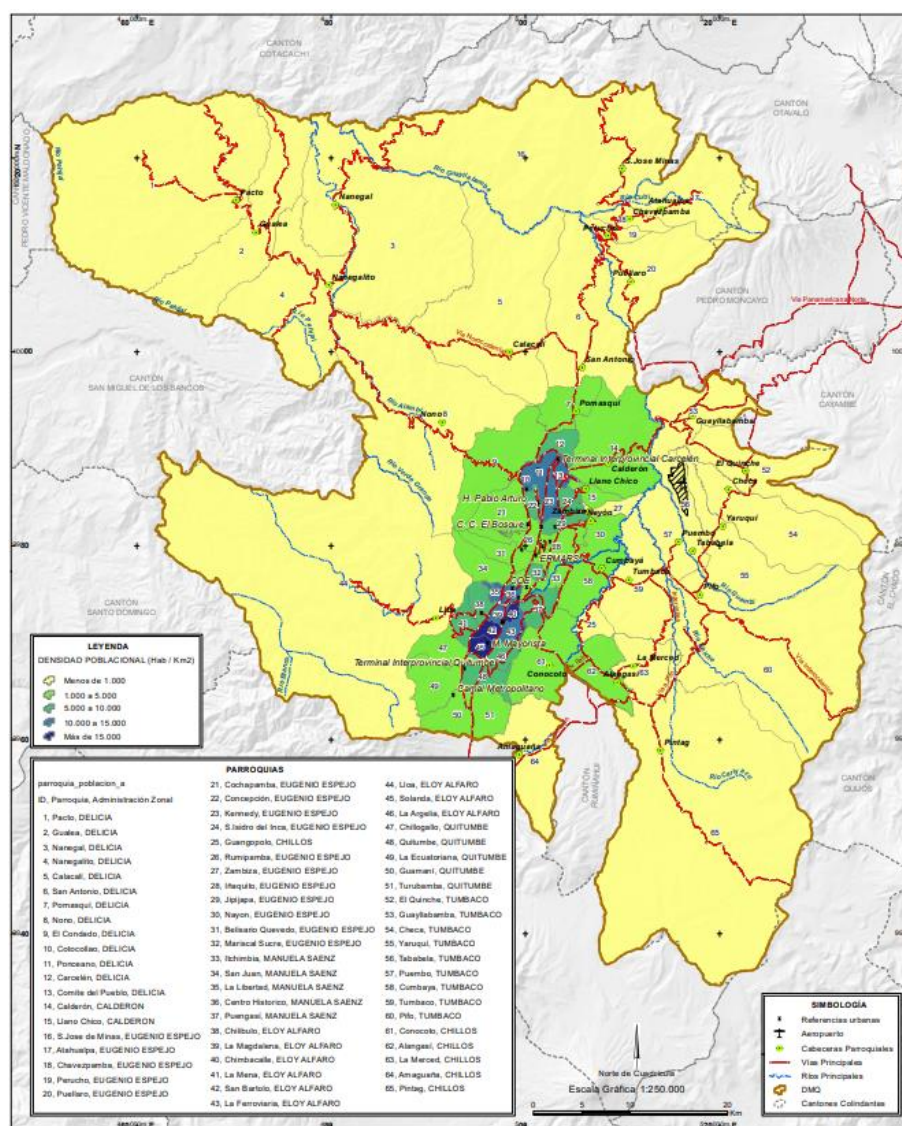
**Tabla 4.** Administraciones Zonales; Parroquias urbanas, Suburbanas y Rurales; y Número de Sectores Barriales.

N	ADMINISTRACIONES ZONALES	PARROQUIAS URBANAS	PARROQUIAS SUBURBANAS - RURALES	N. DE SECTORES BARRIALES
1	Zona Calderón		Calderón Llano Chico	73
2	Zona Manuela Sáenz (Centro)	Centro Histórico Itchimbia La Libertad Puengasí San Juan		81
3	Zona Valle de los Chillios		Atangasí Amaguaña Conocoto Guangopolo La Merced Pintag	261
4	Zona Eloy Alfaro (Sur)	Chilibulo Chimbacalle La Argelia La Ferroviaria La Magdalena La Mena San Bartolo Solanda	Llao	124
5	Zona La Delicia (Equinoccial)	Carcelén Comité del Pueblo Cotacollao El Condado Ponceano	Calacali Guala Nanegalí Nanegalito Nono Pacto Pomasqui San Antonio	214
6	Zona Eugenio Espejo (Norte)	Belisario Quevedo Cochapamba Concepción Iñaquito Jipijapa Kennedy Mariscal Sucre Rumipamba San Isidro del Inca	Atahualpa Chavezpamba Nayón Perucho Puéllaro San José de Minas Zambiza	192
7	Zona Quitumbe	Chillogallo Guamaní La Ecuatoriana Quitumbe Turubamba		119
8	Zona Valle de Tumbaco		Checa Cumbayá *Guaylabamba Piño Pueumbo El Quinche Tababela	173

*Nota. Administraciones Zonales; Parroquias urbanas, Suburbanas y Rurales; y Número de Sectores Barriales.* [Tabla], por MDMQ, 2015, MDMQ. (<https://www.quito.gob.ec/index.php/municipio/218-atlas-amenazas-naturales-dmq>)

De manera que, de acuerdo a la ubicación geográfica y tomando en cuenta el nivel de población que existe en cada una de las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito, se

plantea el contar con más centros de distribución del producto social en zonas urbanas y un menor nivel de estos para zonas suburbanas y rurales.



**Figura 112.** Población por parroquia del Distrito Metropolitano de Quito basado en proyecciones hasta el 2020

*Nota.* Población por parroquia del Distrito Metropolitano de Quito basado en proyecciones hasta el 2020, por MDMQ, 2015, MDMQ. (<https://www.quito.gov.ec/index.php/municipio/218-atlas-amenazas-naturales-dmq>)

También pueden tomarse en cuenta algunos puntos seguros determinados por el municipio de Quito dentro de la ciudad, especialmente en la zona urbana para ser centros capacitadores dentro de la campaña para la prevención del riesgo sísmico.

## SITIOS SEGUROS QUITO



**Figura 113.** Sitios seguros en Quito Urbano

*Nota.* Sitios seguros en Quito Urbano, por MDMQ, 2014, MDMQ. (<https://noticiasec.com/mapas-con-sitios-seguros-de-quito-sismo-quito/>)

### 3.3.4. Promoción

La promoción se refiere a dar a conocer, informar, educar y concienciar al mercado meta acerca del producto social que promoverá el bienestar de la población, cambiando conductas nocivas por aquellas positivas (Pérez Romero, 2004, p. 267).

Dentro del desarrollo de la promoción del producto social es necesario tomar en cuenta actividades de comunicación relacionadas con la publicidad, relaciones, públicas, venta personas y venta directa, promoción y ventas y publicidad y propaganda (Pérez Romero, 2004, p. 269).

- **Publicidad:**

La publicidad se utiliza como un medio masivo de comunicación, en donde su principal objetivo es lograr un mayor impacto a un gran número de personas, dando a conocer a la población objetivo sobre el beneficio que representa adquirir el producto social, a través del mercadeo alternativo, mercadeo de rumor y el producto en escena, lo que permitirá una comunicación masiva de la campaña en el Distrito Metropolitano de Quito.

### **Mercadeo Alternativo:**

El mercadeo alternativo se refiere a la utilización de los medios de comunicación masivos de una forma más innovadora, de manera que, el grupo objetivo va a recibir el mensaje de una forma más llamativa y entretenida (Gómez, 2018).

Dentro del mercadeo alternativo podemos encontrar el marketing viral, de guerrilla y FUD (Fear, uncertainty and doubt). El marketing viral se basa en ser popular dentro de las redes sociales al realizar contenido llamativo e inusual, transmitiéndose de persona a persona en poco tiempo, este tipo de marketing es importante debido al alcance que tienen las redes sociales para la promoción de la cultura preventiva ante eventos sísmicos dentro de la ciudad, siendo necesario crear contenido divertido, entendible y amigable para que las personas se sientan atraídas, disfruten viéndolo, aprendan de una manera fácil y sencilla y que se sientan incluidos dentro de la comunidad digital obteniendo así un sentido de pertenencia hacia la campaña.

Por otro lado, el marketing de guerrilla es utilizado a través de la caracterización de elementos cotidianos para demostrar la utilidad del producto social dándole sentido a la promoción del desarrollo de acciones que prevengan los efectos negativos ocasionados por sismos (Gómez, 2018), siendo necesaria una caracterización de la vulnerabilidad de la ciudad a través de artes visuales que permita reconocer los efectos negativos de un evento sísmico y los beneficios de contar con una cultura preventivo, dentro de lugares donde exista una gran cantidad de afluencia de personas como centros comerciales y las principales calles de la ciudad.

Finalmente, el marketing FUD, se refiere a la generar miedo, incertidumbre y duda, ocasionando un sentimiento dramático si es que el cliente no adquiere el producto social (Gómez, 2018), este tipo de marketing es importante ya que dentro de la promoción del producto social es necesario identificar los efectos negativos de no contar una cultura preventiva, siendo de vital importancia que las personas interioricen este conocimiento y tengan una sensibilidad ante el producto social, debido a que si no lo adquieren podrían en un futuro experimentar pérdidas humanas y materiales.

### **Mercadeo de Rumor:**

El mercadeo de rumor es conocido como el marketing de boca a boca, mediante el cual se logra llegar a la población a través de diseminar información (Chiriboga Samaniego, 2021). Este tipo de marketing es importante dentro del posicionamiento de la campaña debido a que la población valora la opinión de su comunidad y familia respecto a la campaña, siendo la credibilidad incluso mayor que la que pueda tener un organismo público, privado y sin fines de lucro (Chiriboga Samaniego, 2021). De manera que, esta estrategia puede ser utilizada de varias formas:

- 1. Personas que creen en la utilidad del producto social y se lo cuentan a otros:** Estas personas son aquellas que conocen acerca del manejo del riesgo sísmico debido a que han sido parte de las capacitaciones y publicidad dentro de medios masivos de comunicación que han influido en su pensamiento, modificando sus conductas nocivas, pudiendo así compartir sus experiencias y nuevos conocimientos con las personas de su comunidad, siendo estas personas promotoras de la campaña. De manera que, existe una comunicación masiva dentro de la ciudad, incrementándose la sensibilización hacia el problema social.
- 2. Personas que se interesan por el producto social, pero se encuentran patrocinados por una entidad:** Uno de los objetivos de la campaña es contar con diversos patrocinios de entidades públicas, privadas y sin fines de lucro, que colaborarán para contar con personas patrocinadas o voluntarias para transmitir el mensaje acerca de los efectos positivos de contar con una cultura preventiva, con el objetivo de sensibilizar a la población y crear un criterio sólido ante el manejo del riesgo sísmico.

### **- Producto en escena:**

El producto en escena se refiere a la presentación de productos en programas de televisión como parte de ellos de una forma sutil o evidente, siendo una alternativa al anuncio de televisión fuera del programa (Chiriboga Samaniego, 2021), debido a que las personas cuando ocurren las pausas comerciales realizan otras actividades en lugar de prestar atención al anuncio, por lo que, este tipo de estrategia es ideal para promocionar la campaña (Chiriboga Samaniego, 2021).

De manera que, para realizar este tipo de estrategia es necesario determinar:

1. **Los datos del agente de cambio:** Determinar los actores escogidos para promover la campaña, como organizaciones privadas, públicas y sin fines de lucro.
2. **Medios masivos de comunicación:** Los medios masivos mediante los cuales se transmitirá la publicidad son radio, prensa, televisión y publicidad exterior para tener un mayor alcance e impacto dentro de la población.
3. **Tiempo de duración de la publicidad**
4. **Lugar donde se implementará la campaña:** La campaña será implementada en el Distrito Metropolitano de Quito
5. **Identificar factores de desempeño social:** Identificar este tipo de factores es necesario para realizar la medición del impacto antes y después de realizar la publicidad, con el objetivo de demostrar la existencia de un cambio actitudinal ante el desarrollo de una cultura preventiva ante el riesgo sísmico.

- **Relaciones Públicas:**

Las relaciones públicas se encuentran enfocadas hacia la promoción de las actividades para educar y crear conciencia dentro de la población objetivo, sin que sea necesario obtener ventas o un incremento en la participación del mercado meta (Pérez Romero, 2004, p. 270), a través de las siguientes herramientas:

- **Publicidad de la campaña:**

Es importante dar a conocer el producto social, por lo que esta estrategia se enfoca en la promoción de la campaña a través de las relaciones públicas empleadas con los diferentes actores que participen dentro de la campaña como organizaciones públicas, privadas y sin fines de lucro con el objetivo de obtener ayuda económica para publicitarla de forma masiva en diferentes puntos estratégicos de la ciudad a través de medios de comunicación tradicionales y digitales.

- **Colocación de la campaña:**

Se deben determinar aquellos lugares en donde se dará a conocer el producto social distribuidos alrededor de toda la ciudad. De manera que, existen varias formas de

comunicación de la campaña; a través de medios digitales que son redes sociales, material audiovisual y videos, vía telefónica y SMS; por otro lado, se realizarán capacitaciones en diferentes puntos estratégicos de las comunidades del Distrito Metropolitano de Quito, además de contar con publicidad exterior en el transporte público, centros de capacitación, vallas publicitarias, entre otros.

- **Satisfacción de la población objetivo mediante el uso de encuestas:**

Para crear un customer journey se medirá el nivel de satisfacción de la población objetivo, fomentando la existencia de una relación post campaña, con la finalidad de medir el impacto de esta a través del nivel de satisfacción de los habitantes y el nivel de educación con el que cuentan sobre el tema, siendo desarrollados durante la ejecución de la campaña.

- **Educación de la población objetivo:**

Es importante destacar que el proceso de sensibilización y de desarrollo de una cultura preventiva está relacionado con la educación continua a mediano y largo plazo dentro de la población, por lo que, la campaña desarrollada en el presente trabajo es el inicio de una serie de campañas que podrán ser aplicadas en un futuro con el objetivo de que la idea social perdure en la mente de la población objetivo. Por lo que, es necesario posicionar la campaña en diferentes medios de comunicación masivos y digitales a través de la adquisición de conocimientos sobre el manejo del riesgo sísmico por parte la población objetivo, en donde se interioricen los beneficios del producto social para influir sobre las creencias y decisiones de los habitantes del DMQ.

- **Eventos patrocinados:**

El realizar eventos patrocinados es una estrategia para poder llegar a más personas, existiendo una mayor presencia de la campaña al difundir la información en eventos relacionados con deportes, actividades comerciales y sociales dentro de la comunidad.

- **Sitios de internet:**

Es importante destacar que la comunicación por medios digitales es de vital importancia para el desarrollo de una cultura preventiva dentro de la población objetivo, ya que el producto

social puede ser difundido de forma masiva sin limitaciones geográficas, existiendo un mayor alcance dentro de la difusión de la campaña dentro del DMQ.

- **Venta personal:**

Las ventas personales tienen el objetivo de maximizar el uso del producto social a través de un esfuerzo individualizado de las personas a cargo de incrementar la participación del mercado social (Pérez Romero, 2004, p.271). De manera que, se plantea la aplicación de esta estrategia a través de voluntarios que vayan de casa en casa para informar y motivar a las personas a formar parte de la campaña, es decir, que asistan a las capacitaciones y también otorgarles información importante sobre el manejo del riesgo sísmico.

- **Promoción de ventas:**

El objetivo de esta estrategia es la aceptación inmediata del producto social a través de herramientas que motiven a la población objetivo a adquirirlo (Pérez Romero, 2004, p.271).

- **Cupones:**

Son medios interactivos para integrar a la población objetivo en los productos sociales, por lo que estos serán adquiridos al momento de realizar las capacitaciones y recibir el material de apoyo, través de flyers o trípticos, en formatos desprendibles para que puedan ser utilizados en diferentes tiendas ya sea de conveniencia, ropa, supermercados y restaurantes, tomando en cuenta que existen donadores que pueden brindar estos beneficios al ser parte de la campaña.

- **Sorteos:**

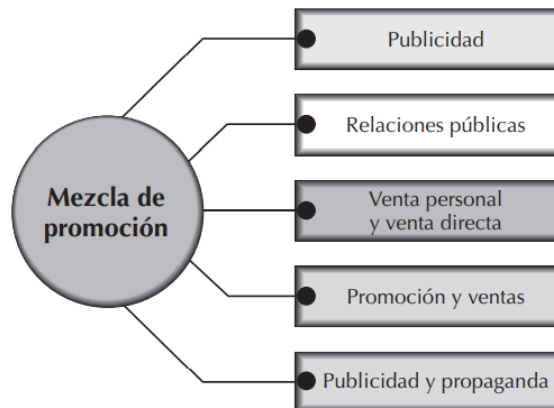
Se plantea la realización de sorteos de bienes y servicios donados por empresas privadas y organizaciones sin fines de lucro, en donde se sorteen pequeños premios al final de algunas de las capacitaciones alrededor de la ciudad, con el objetivo de motivar a la población objetivo de asistir a los puntos capacitadores.

- **Puntos de exhibición:**

Es necesario contar con puntos de exhibición del producto social en momentos de integración de la comunidad para que la población objetivo lo adquiera en ese momento, los puntos de exhibición pueden ser conciertos, eventos deportivos, ferias y exposiciones, entre otros.

• **Propaganda social:**

El principal objetivo de la propaganda social es propagar una idea positiva entre los miembros de una comunidad (Pérez Romero, 2004, p.273). De manera que, se utilizarán volantes, folletos, prensa, televisión, radio, SMS, y publicidad exterior en vallas, transporte público, paradas, entre otros, además de publicidad en redes sociales, email marketing, marketing a través de influencers, entre otros (Ro, 2022).



**Figura 114.** Marketing social: Mezcla de promoción

*Nota. Adaptado de Marketing social Teoría y Práctica (p. 269), por Pérez Romero, 2004, PEARSON Prentice Hall.*

### **3.4. Campaña de Comunicación Integrada de Marketing**

#### **3.4.1 Público Objetivo**

La población objetivo dentro de la presente investigación son los habitantes, hombres y mujeres, de entre 18 y mayores de 71 años de edad del Distrito Metropolitano de Quito, que consideran que no habitan en una ciudad propensa a sufrir los eventos negativos ocasionados por sismos, no tienen conocimiento sobre el manejo del riesgo ante estos eventos y que tienen

una actitud desinteresada ante la prevención del riesgo sísmico, por lo que, no toman en cuenta las recomendaciones para la prevención de los efectos negativos ocasionados por eventos sísmicos debido a su nivel socioeconómico, estilo de vida, percepciones, opiniones, actitudes, motivaciones y beneficios buscados.

#### **3.4.2. *Objetivos de la campaña***

- Incrementar el nivel de afluencia hacia los centros capacitadores para la prevención del riesgo sísmico en un 60% de enero a agosto a través del uso de estrategias publicitarias en medios masivos de comunicación, medios digitales y estrategias de marketing alternativo, venta personal y promoción de ventas.
- Aumentar la cantidad de anuncios publicitarios en medios masivos de comunicación, prensa, radio, televisión y SMS dentro del Distrito Metropolitano de Quito en un 50% de enero a agosto mediante el uso de estrategias de publicidad y contenido para estos medios acerca de la importancia de contar con una cultura preventiva ante eventos sísmicos.
- Incrementar el número de publicidad dentro de las redes sociales del Estado y sus entidades a través de la utilización de estrategias de marketing de contenido y marketing digital con información relevante sobre la campaña de prevención ante el riesgo sísmico en un 60% de enero a agosto.
- Incrementar el número de patrocinadores de la campaña en el Distrito Metropolitano de Quito en un 40% de enero a agosto a través de estrategias de comunicación sobre los beneficios de contar con una cultura preventiva ante eventos sísmicos dentro de la población.
- Incrementar el nivel de satisfacción dentro de la población en relación con la educación para el manejo del riesgo sísmico dentro del Distrito Metropolitano de Quito en un 60% de enero a agosto mediante la implementación del customer journey que permita desarrollar una relación favorable con la población objetivo posterior a la adquisición del producto social.
- Aumentar el conocimiento sobre el manejo del riesgo sísmico dentro de la población del Distrito Metropolitano de Quito en un 60% de enero a agosto a través del incremento en publicidad en diversos medios de comunicación masivos y digitales otorgando información relevante acerca de la importancia de tener una cultura preventiva y cómo actuar ante situaciones de emergencia.

- Incrementar el número de publicidad exterior por parte del Estado, sus diversas entidades y los donadores y complementadores de la campaña con información relevante sobre la campaña de prevención del riesgo sísmico en un 50% de enero a agosto, utilizando estrategias de mercadeo alternativo.
- Aumentar el alcance de venta personal en un 30% de enero a agosto a través del incremento en voluntarios que motiven a la población objetivo a ser parte de la campaña para la prevención del riesgo sísmico.

### ***3.4.3. Medios y Canales de Comunicación***

Con el objetivo de posicionar la importancia de contar con el conocimiento necesario ante situaciones de emergencia ocasionadas por eventos sísmicos se utilizará una campaña de difusión de medios masiva, tomando en cuenta los medios más reconocidos por la población, siendo estos financiados por donaciones de empresas privadas, ONGs, entidades gubernamentales y el presupuesto otorgado por el Estado.

#### **Medios Masivos de Comunicación Tradicionales y Digitales**

- **Televisión:**

Se realizará la emisión de anuncios dentro de televisión abierta, siendo los principales canales con mayor audiencia Ecuavisa, Teleamazonas, TC Televisión y RTS, en donde se promocionará la campaña para la prevención del riesgo sísmico dentro de noticieros matutinos y vespertinos, como Televistazo y Noticiero 24 horas; y dentro de los reality shows y programas de competencia con más rating en el Ecuador, que son El Poder del Amor transmitido por Ecuavisa, Masterchef por Teleamazonas, Combate transmitido por RTS y Soy el Mejor por TC Televisión.

#### **Acciones a realizar:**

- Se realizarán comerciales que impulsen a la población a ser parte de la campaña para la prevención del riesgo sísmico utilizando información comprensible sobre cómo actuar ante un sismo y todo lo que la población necesita realizar antes, durante y después de que ocurra un desastre, como planes de emergencia familiar y kits de emergencia.
- Se realizarán comerciales con artistas locales y personalidades importantes de Ecuador como Alfonso Espinosa de los Monteros, David Reinoso, Flor Maria Palomeque, Erika

Vélez, Jalál DoBois, Ceviche, Fauso Miño, Daniel Betancourth, Pamela Cortés, Gerardo Morán y futbolistas ecuatorianos como Antonia Valencia, Felipe Caicedo, Enner Valencia entre otros, promoviendo la campaña para el desarrollo de una cultura preventiva ante eventos sísmicos.



**Figura 115.** MasterChef Ecuador

*Nota. Masterchef Ecuador.* [Fotografía], por Teleamazonas, 2022, Metro Ecuador. (<https://www.metroecuador.com.ec/entretenimiento/2022/02/08/revelacion-de-masterchef-ecuador-con-tres-finales-se-elegira-al-ganador/>)

- **Radio:**

La promoción de la campaña se realizará mediante las radios con mayor rating dentro del Distrito Metropolitano de Quito, que son JC Radio, EXA FM, Radio Canela, FM Mundo, La Metro FM.

**Acciones a realizar**

- Emisión de anuncios relacionados con información acerca de la prevención del riesgo sísmico y la importancia de contar con una cultura preventiva, el proceso de adquisición del producto social y sus beneficios para la población.

- **Prensa:**

Para la promoción de la campaña se utilizarán anuncios de prensa en los diarios más reconocidos por la población y con un gran número de lectores, que son El Comercio, El Universo, el Telégrafo y Metro Ecuador.

## Acciones a realizar

- Emisión de información acerca del proceso de adquisición del producto social en los diferentes centros capacitadores ubicados en lugares estratégicos de la ciudad y los beneficios que presenta el contar con una cultura preventiva ante eventos sísmicos.
- Información acerca de las acciones que se deben realizar en situaciones de emergencias ocasionadas por sismos y acciones preventivas, como el desarrollo de planes de emergencia familiar y kits de emergencia.

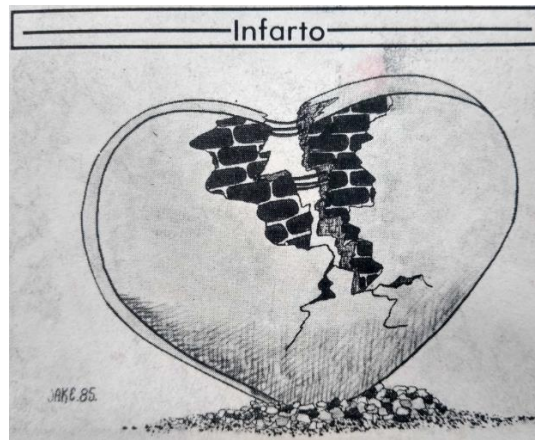


### ¿Qué debe tener tu maleta de emergencia?

- Agua: considera 2 litros por persona al día
- Comida enlatada y barras energéticas
- Abrelatas manual
- Linternas y baterías
- Radio portátil con baterías adicionales
- Botiquín de primeros auxilios
- Artículos especiales como medicamentos y anteojos. Considera las necesidades de niñas y niños, personas de la tercera edad y personas que viven con discapacidad.
- Llaves de repuesto de tu casa.
- Dinero en efectivo
- Copia del Plan de Emergencia

**Figura 116.** Ejemplo de publicidad en prensa acerca de qué debe contener una maleta de emergencia

- Publicidad que motive a las personas que tomen en cuenta las recomendaciones para la prevención de desastres ocasionados por sismos utilizando artistas y personalidades reconocidas.
- Elaboración de caricaturas que promuevan la sensibilización ante eventos sísmicos



**Figura 117.** Caricatura ante el sismo de 1985 en México

*Nota. #AGNRecuerda el sismo de 1985: la solidaridad de los mexicanos capturada en los cartones.* [Fotografía], por Jake, 1985, Gobierno de México. (<https://www.gob.mx/agn/articulos/agnrecuerda-el-sismo-de-1985-la-solidaridad-de-los-mexicanos-capturada-en-los-cartones>)

- **SMS:**

Se utilizará la difusión de mensajes a través de SMS para promover la campaña a través de las principales operadoras de telefonía móvil del Ecuador, que son Claro de América Móvil, CNT del Estado ecuatoriano y Movistar de Telefónica.

**Acciones a realizar**

- Enviar mensajes SMS a los teléfonos de la población objetivo indicando el proceso de adquisición del producto social a través de varios canales, en puntos de capacitación, a redes sociales y las páginas oficiales del Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias.
- Enviar mensajes SMS a los teléfonos de la población objetivo indicando que deben estar prevenidos ante los eventos sísmicos realizando planes y kits de emergencia familiar, entre otras acciones preventivas y cómo actuar ante situaciones de emergencia.
- Enviar mensajes SMS con el objetivo medir el conocimiento del riesgo sísmico y su nivel de satisfacción en una encuesta

viernes, 20 de mayo de 2022

¿Qué hacer durante un sismo?:

1. Agáchese, Cúbrase y Agárrese.
2. No corra mientras la tierra se está moviendo.
3. Aléjese de las ventanas y objetos que pueden caer.
4. Aléjese de árboles y cables eléctricos.

5.27 p.m.

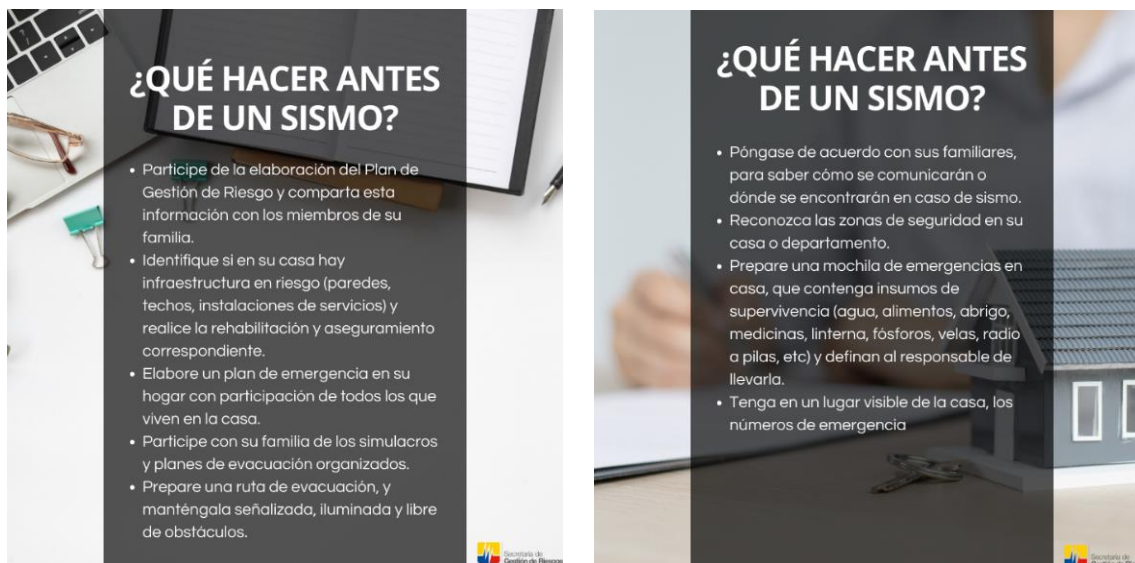
**Figura 118.** Ejemplo de mensaje SMS recibido sobre qué hacer durante un evento sísmico

- **Redes sociales: Facebook, Instagram y Whatsapp**

Para la promoción de la campaña se tomarán en cuenta especialmente Facebook, Instagram y Whataspp con el objetivo de que la campaña tenga un mayor alcance, intentando realizar contenido que sea valorado por la población objetivo y que pueda llegar a ser viral.

**Acciones a realizar**

- Publicaciones y videos informativos acerca de la prevención del riesgo sísmico, como por ejemplo qué se debe hacer cuando nos encontramos frente a un sismo, cómo estar prevenidos al realizar planes y kits de emergencia, cuáles son los puntos seguros, entre otros.
- Publicaciones y videos informativos acerca de los puntos de capacitación ubicados en lugares estratégicos de la ciudad.



**Figura 119.** Ejemplo de contenido sobre acciones preventivas ante eventos sísmicos

- Publicaciones y videos que concienticen y sensibilicen a la población sobre la importancia de contar con una cultura preventiva, por ejemplo, mostrando los efectos negativos relacionados con pérdidas humanas y materiales.

### Conoce más sobre cómo evitar pérdidas humanas y materiales ante un sismo



**Asiste a las capacitaciones dentro de tu  
comunidad y toma en cuenta las recomendaciones**



**Figura 120.** Ejemplo de sensibilización respecto a los efectos negativos de eventos sísmicos

- Publicaciones y videos que motiven a la población objetivo a ser parte de la campaña y a tomar en cuenta las recomendaciones para disminuir los efectos negativos ocasionados por sismos por parte de influencers, artistas y personalidades celebres en Ecuador como Alfonso Espinosa de los Monteros, David Reinoso, Flor Maria Palomeque, Erika Vélez, Jalal Dobois, Ceviche, Fauso Miño, Daniel Betancourth, Pamela Cortés, Gerardo Morán y futbolistas ecuatorianos como Antonia Valencia, Felipe Caicedo, Enner Valencia entre otros.



**Figura 121.** Ejemplo de mensaje para motivar a la población a informarse sobre la gestión del riesgo sísmico

- Enviar mensajes por Whatsapp indicando el proceso de adquisición del producto social a través de varios canales, en puntos de capacitación y a través de redes sociales y las páginas oficiales del Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias.
- Enviar mensajes por Whatsapp a los teléfonos de la población objetivo indicando que deben estar prevenidos ante los eventos sísmicos realizando planes de emergencia familiar kits de emergencia.
- Mensajes y publicaciones en Facebook e Instagram que incentiven a la población a realizar la encuesta para medir la satisfacción y el conocimiento sobre el riesgo sísmico

- **Email**

El email marketing será utilizado para brindar información acerca del producto social y también para medir la satisfacción de la población objetivo ante a campaña.

**Acciones a realizar**

- Envío de emails a la población objetivo después de encontrarse expuestos a la campaña para la prevención del riesgo sísmico para medir la satisfacción en cuanto a la difusión del producto y el servicio brindado en los puntos de capacitación.
- Envío de emails con información acerca de los puntos de capacitación y también acerca de cómo manejar situaciones de emergencia ocasionadas por sismos.

**Otros medios de comunicación:**

- **Centros Capacitadores:**

Los centros capacitadores serán utilizados con el objetivo de educar a la población sobre la importancia de contar con una cultura preventiva ante riesgos sísmicos e informar a la población sobre el manejo de emergencias y acciones preventivas.

**Acciones a realizar**

- Proporcionar a los puntos capacitadores con flyers, trípticos y material visual que contribuyan con la sensibilización ante el riesgo sísmico y su manejo.
- Dotar a los puntos capacitadores con premios donados por los diferentes actores que contribuyen a la campaña para realizar sorteos y promocionar los beneficios de adquirir el producto social asistiendo a las capacitaciones sobre el tema.
- Proporcionar a los puntos capacitadores con cupones desprendibles donados por los diferentes actores que contribuyen a la campaña y promocionar este beneficio.

Secretaría de Gestión de Riesgos

Asiste a los puntos capacitadores y recibe increíbles beneficios

**Infórmate sobre el Riesgo Sísmico**

Sé parte de la campaña para la prevención del riesgo sísmico

Recibe premios:

- Gift Cards
- Cupones
- Tickets para el cine
- Ordenes de compra
- Automóviles
- Remodelación para tu hogar
- Motocicletas

**Figura 122.** Ejemplo de promoción de productos que motiven a la población a ser parte de la campaña para desarrollar una cultura preventiva ante el riesgo sísmico

- **Publicidad Exterior:**

La publicidad exterior se encuentra enfocada hacia una difusión masiva de las capacitaciones y sobre la importancia de conocer cómo manejar un riesgo sísmico.

**Acciones a realizar**

- Publicidad en vallas, rótulos de transporte y mobiliario urbano que motive a la población a asistir a las capacitaciones para el correcto manejo del riesgo sísmico.
- Publicidad en vallas, rótulos de transporte y mobiliario urbano sobre el manejo del riesgo sísmico y recomendaciones sobre cómo actuar durante un sismo y acciones preventivas que pueden ser utilizadas.



**Figura 123.** Ejemplo de valla publicitaria para concientizar acerca de la importancia de tener una cultura preventiva

- **Eventos patrocinados:**

- Desarrollar eventos patrocinados por el municipio del Distrito Metropolitano de Quito y donadores para motivar a la población a que asista a los centros capacitadores y proporcionar información necesaria a través de flyers, trípticos y material visual sobre el correcto manejo del riesgo sísmico y su sensibilización. Los posibles eventos en los que podrían existir puntos de exhibición son: Expo vivienda Quito, Semana Santa: Entre el Rito y la Fe, ExpoLogística, Feria de Autopartes, Agriflor, Conciertos, entre otros.



**Figura 124.** Ejemplo de evento patrocinado: Expo Vivienda 2022

*Nota. Feria de vivienda en Quito presenta más de 300 proyectos.* [Fotografía], por El Comercio, 2022, El Comercio. (<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/feria-vivienda-quito-proyectos-inmobiliarios.html>)

- Realizar eventos patrocinados relacionados con el campeonato nacional de futbol en partidos que se realicen en la ciudad de Quito con el aporte de donadores para difundir información y motivar a la población a educarse para la prevención del riesgo sísmico.



**Figura 125.** Ejemplo de evento patrocinado: Campeonato Nacional de Fútbol 2020

*Nota. Segunda categoría: ¡Definidos los encuentros de octavos de final!* [Fotografía], por Federación Ecuatoriana de Fútbol, 2020, Federación Ecuatoriana de Fútbol. (<https://www.fef.ec/segunda-categoria-definidos-los-encuentros-de-octavos-de-final/>)

- **Venta personal: Voluntariado**

La venta personal es necesaria en varias comunidades del Distrito Metropolitano de Quito, mayoritariamente rurales, también puede utilizarse en áreas urbanas en donde las personas a pesar de todos los esfuerzos de promoción de la campaña realizados no acudan a los centros capacitadores o no haya una gran afluencia en simulacros.

**Acciones a realizar:**

- Programa de voluntarios en donde vayan casa por casa recordándole a la población donde está ubicado el centro capacitador y entregándole material visual con el objetivo de sensibilizar e informar a la población sobre el manejo del riesgo sísmico



**Figura 126.** Ejemplo de cómo se realizará el programa de voluntarios puerta a puerta

*Nota. Puerta a puerta y con medidas de bioseguridad, así se adelanta campaña para prevenir el tráfico y tenencia ilegal de fauna silvestre.* [Fotografía], por Conrae, 2020, Conrae. (<https://www.cornare.gov.co/noticias-corporativas/puerta-a-puerta-y-con-medidas-de-bioseguridad-asi-se-adelanta-campana-para-prevenir-el-trafico-y-tenencia-ilegal-de-fauna-silvestre/>)

### 3.4.4. Plan de Acción

**Tabla 5. Plan de Acción: Campaña de prevención ante eventos sísmicos**

CAMPAÑA DE PREVENCIÓN ANTE EVENTOS SÍSMICOS: "Quito Unido ante Sismos"								
ACTIVIDAD/Descripción	FECHA INICIO	FECHA FINAL	RESPONSABLE	RECURSOS NECESARIOS	COSTO	BENEFICIO		KPI
						SOCIALES	PARA DONADORES	
Incrementar el número de personas que asisten a los centros capacitadores para la prevención del riesgo sísmico en un 60%	Jan-23	Aug-23	Secretaria de Gestión de Riesgos y Emergencias, COE Metropolitano y Municipio de Quito	Anuncios publicitarios en diferentes medios de comunicación masivos tradicionales y digitales acerca de información sobre la gestión del riesgo sísmico, motivando a la población a ser parte de la campaña y a educarse utilizando figuras públicas ecuatorianas reconocidas por la población.	7.826.344,00	-Disminución de pérdidas materiales y humanas. -Disminución de la saturación en hospitales y centros de salud de la ciudad al ocurrir un evento sísmico -Adoptar la cultura preventiva ante diferentes riesgos naturales dentro de la ciudad -Reactivación económica rápida después de la ocurrencia de un sismo -Disminución en los tiempos de respuesta por parte de la población ante un evento sísmico.	-Reactivación económica -Promoción y reconocimiento de las entidades participantes como donadoras -Cumplimiento de parámetros de responsabilidad social a través de la colaboración con la campaña de vacunación -Desarrollo de nuevas estrategias de publicidad y alianzas estratégicas con marcas reconocidas -Disminución en el tiempo de reingreso a los lugares de trabajo debido a el desarrollo de una cultura preventiva	Número de personas que asistan a los centros capacitadores # De personas: 1.668.985
Aumentar la cantidad de anuncios publicitarios en medios masivos de comunicación, prensa, radio y televisión dentro del DMQ en un 50%	Jan-23	Aug-23	Secretaria de Gestión de Riesgos y Emergencias, COE Metropolitano y Municipio de Quito	Anuncios publicitarios en medios de comunicación tradicionales		Reconocimiento e identificación de la campaña dentro del DMQ # rating TV: 1.500.000 # rating radio: 1.000.000 # compradores prensa: 700.000 # SMS enviados: 2.000.000 # de anuncios nuevos = (Número de anuncios nuevos / Número total de anuncios) * 100%		
Incrementar el número de publicidad dentro de las redes sociales y medios digitales del Estado y sus entidades con información relevante acerca de la campaña de prevención ante el riesgo sísmico en un 60%	Jan-23	Aug-23	Secretaria de Gestión de Riesgos y Emergencias, COE Metropolitano y Municipio de Quito	Publicidad en Facebook e Instagram, además del envío de mensajes por Whatsapp acerca de información sobre la gestión del riesgo sísmico con recomendaciones, motivando a la población a educarse y a asistir a puntos capacitadores utilizando figuras públicas ecuatorianas reconocidas por la población, además de promover la encuesta para medir la satisfacción y conocimientos de la población		Publicidad en horarios estratégicos con el objetivo de generar leads. Alcance: aprox. 800.000 views Desarrollo de # posts: Lunes a Domingo Clicks en los posts a la semana: aprox. 50.000 # de anuncios nuevos = (Número de anuncios nuevos / Número total de anuncios) * 100%		

ACTIVIDAD/Descripción	FECHA INICIO	FECHA FINAL	RESPONSABLE	RECURSOS NECESARIOS	COSTO	BENEFICIOS SOCIALES	BENEFICIOS DONADOR	KPI
Incrementar el número de patrocinadores de la campaña para la prevención del riesgo sísmico en el DMQ en un 40%	Jan-23	Aug-23	Secretaria de Gestión de Riesgos y Emergencias, COE Metropolitano y Municipio de Quito	Relaciones públicas entre el Estado y posibles entidades privadas y sin fines de lucro que quieran actuar como donadores o patrocinadores				# de patrocinadores nuevos = (Número de patrocinadores nuevos / Número total de patrocinadores) * 100%
Incrementar el nivel de satisfacción dentro de la población en relación con la educación para el manejo del riesgo sísmico en el DMQ en un 60%	Jan-23	Dec-23	Secretaria de Gestión de Riesgos y Emergencias, COE Metropolitano y Municipio de Quito	Encuestas de satisfacción e información acerca de la campaña enviada a emails	54.440,00	-Disminución de pérdidas materiales y humanas. -Disminución de la saturación en hospitales y centros de salud de la ciudad al ocurrir un evento sísmico	-Reactivación económica -Promoción y reconocimiento de las entidades participantes como donadoras	CSAT (Customer Satisfaction Score) a través de encuestas para determinar el incremento en la satisfacción.
Aumentar el conocimiento sobre el manejo del riesgo sísmico de la población en el DMQ en un 60%	Jan-23	Aug-23	Secretaria de Gestión de Riesgos y Emergencias, COE Metropolitano y Municipio de Quito	Encuestas de conocimientos acerca de la correcta gestión del riesgo sísmico		-Adoptar la cultura preventiva ante diferentes riesgos naturales dentro de la ciudad	-Cumplimiento de parámetros de responsabilidad social a través de la colaboración con la campaña de vacunación	Nivel de conocimiento acerca del manejo del riesgo sísmico= (Número de personas con conocimiento / Número total de encuestas enviadas) * 100%
Incrementar el número de publicidad exterior por parte del Estado y sus entidades respecto a información relevante sobre la campaña de prevención ante el riesgo sísmico en un 50%	Jan-23	Aug-23	Secretaria de Gestión de Riesgos y Emergencias, COE Metropolitano y Municipio de Quito	Materiales impresos y espacios predeterminados para poder realizar este tipo de publicidad	2.778.252,80	-Reactivación económica rápida después de la ocurrencia de un sismo	-Desarrollo de nuevas estrategias de publicidad y alianzas estratégicas con marcas reconocidas	Geolocalizar la publicidad en puntos estratégicos deL DMQ. Alcance por día: 500.000 # de anuncios nuevos = (Número de anuncios nuevos / Número total de anuncios) * 100%
Aumentar el alcance de venta personal, de puerta a puerta, en un 30% para motivar a la población a ser parte de la campaña para prevención del riesgo sísmico.	Jan-23	Aug-23	Secretaria de Gestión de Riesgos y Emergencias, COE Metropolitano y Municipio de Quito	Materiales impresos y rutas específicas para poder realizar este tipo de publicidad		-Disminución en los tiempos de respuesta por parte de la población ante un evento sísmico.	-Disminución en el tiempo de reingreso a los lugares de trabajo debido a el desarrollo de una cultura preventiva	Número de viviendas visitadas por voluntario
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 10.659.036,80</b>			

### 3. PRESUPUESTO Y BENEFICIOS

#### 4.1. Presupuesto

El presupuesto utilizado para la propuesta de campaña de comunicación integrada de marketing para la prevención de desastres ocasionados por sismos se ha realizado en base a costos estimados e información obtenida dentro del mercado ecuatoriano.

**Tabla 7.** Costo de publicidad en televisión

Item	Canal	Programa	Horario	Cantidad de transmisiones	Precio por segundos en dólares	Cantidad de segundos	Total
Comercial informativo sobre la gestión del riesgo sísmico	TeleAmazonas	Masterchef	21:00 - 22:30	160	109,83	30,00	527.200,00
Comercial con artistas ecuatorianos que promuevan la campaña para la prevención del riesgo sísmico	TeleAmazonas	Masterchef	21:00 - 22:31	160	109,83	30,00	527.200,00
Comercial informativo sobre la gestión del riesgo sísmico	TeleAmazonas	Noticiero 24 Horas	7:00 - 8:00	160	38,33	30,00	184.000,00
Comercial informativo sobre la gestión del riesgo sísmico	TeleAmazonas	Noticiero 24 Horas	13:00 - 15:00	160	69,67	30,00	334.400,00
Comercial con artistas ecuatorianos que promuevan la campaña para la prevención del riesgo sísmico	TeleAmazonas	Noticiero 24 Horas	13:00 - 15:00	160	69,67	30,00	334.400,00
Comercial informativo sobre la gestión del riesgo sísmico	TeleAmazonas	Noticiero 24 Horas	20:00 -21:00	160	109,83	30,00	527.200,00
Comercial con artistas ecuatorianos que promuevan la campaña para la prevención del riesgo sísmico	TeleAmazonas	Noticiero 24 Horas	20:00 -21:00	160	109,83	30,00	527.200,00
Comercial informativo sobre la gestión del riesgo sísmico	Ecuavisa	El Poder del Amor	20:00 - 22:30	160	18,93	30,00	90.880,00

Comercial con artistas ecuatorianos que promuevan la campaña para la prevención del riesgo sísmico	Ecuavisa	El Poder del Amor	20:00 - 22:31	160	18,93	30,00	90.880,00
Comercial informativo sobre la gestión del riesgo sísmico	Ecuavisa	Noticiero Televistazo al Amanecer	6:00 - 7:45	160	22,33	30,00	107.184,00
Comercial informativo sobre la gestión del riesgo sísmico	Ecuavisa	Noticiero Televistazo	13:00 - 14:00	160	26,13	30,00	125.440,00
Comercial con artistas ecuatorianos que promuevan la campaña para la prevención del riesgo sísmico	Ecuavisa	Noticiero Televistazo	13:00 - 14:00	160	26,13	30,00	125.440,00
Comercial informativo sobre la gestión del riesgo sísmico	Ecuavisa	Noticiero Televistazo	19:00 -20:00	160	63,47	30,00	304.640,00
Comercial con artistas ecuatorianos que promuevan la campaña para la prevención del riesgo sísmico	Ecuavisa	Noticiero Televistazo	19:00 -20:00	160	63,47	30,00	304.640,00
Comercial informativo sobre la gestión del riesgo sísmico	RTS	Combate	9:30 - 11:00	160	16,67	30,00	80.000,00
Comercial con artistas ecuatorianos que promuevan la campaña para la prevención del riesgo sísmico	RTS	Combate	9:30 - 11:01	160	16,67	30,00	80.000,00
Comercial informativo sobre la gestión del riesgo sísmico	TC Televisión	Soy el Mejor	17:30 - 19:00	160	55,00	30,00	264.000,00
Comercial con artistas ecuatorianos que promuevan la campaña para la prevención del riesgo sísmico	Tc Televisión	Soy el Mejor	17:30 - 19:01	160	55,00	30,00	264.000,00
<b>Total</b>							<b>\$4.798.704,00</b>

**Tabla 8.** Costo de emisión de publicidad en radio

Item	Emisora	Cantidad	Horario	Tiempo (segundos)	Precio por cuña	Total
Anuncio informativo sobre la campaña de prevención ante el riesgo sísmico	JC Radio	720	Rotativo	60,00	21,28	15.321,60
Anuncio informativo sobre la campaña de prevención ante el riesgo sísmico	EXA FM	720	Rotativo	60,00	33,60	24.192,00
Anuncio informativo sobre la campaña de prevención ante el riesgo sísmico	Radio Canela	720	Rotativo	60,00	20,16	14.515,20
Anuncio informativo sobre la campaña de prevención ante el riesgo sísmico	FM Mundo	720	Rotativo	30,00	33,60	24.192,00
Anuncio informativo sobre la campaña de prevención ante el riesgo sísmico	La Metro FM	720	Rotativo	60,00	29,12	20.966,40
<b>Total</b>						<b>\$99.187,20</b>

**Tabla 9.** Costo de emisión de publicidad en prensa

Item	Periódico	Sección	Cantidad	Horario	Precio por página en dólares	Total
Emisión de información sobre centros capacitadores y la importancia de contar con una cultura preventiva	El Comercio	Sección General	32	Lunes a Viernes	1.816,00	58.112,00
Información de reacción y prevención ante el riesgo sísmico	El Comercio	Sección General	64	Lunes a Viernes	1.816,00	116.224,00
Publicidad con personalidades reconocidas de Ecuador que promueva la campaña de prevención ante riesgos sísmicos	El Comercio	Sección General	32	Lunes a Viernes	1.816,00	58.112,00
Caricaturas que promuevan la prevención del riesgo sísmico	El Comercio	Sección General	32	Lunes a Viernes	1.816,00	58.112,00

Emisión de información sobre centros capacitadores y la importancia de contar con una cultura preventiva	El Universo	Primera Sección	32	Lunes a Viernes	7.615,00	243.680,00
Información de reacción y prevención ante el riesgo sísmico	El Universo	Primera Sección	64	Lunes a Viernes	7.615,00	487.360,00
Publicidad con personalidades reconocidas de Ecuador que promueva la campaña de prevención ante riesgos sísmicos	El Universo	Primera Sección	32	Lunes a Viernes	7.615,00	243.680,00
Caricaturas que promuevan la prevención del riesgo sísmico	El Universo	Primera Sección	32	Lunes a Viernes	7.615,00	243.680,00
Emisión de información sobre centros capacitadores y la importancia de contar con una cultura preventiva	El Telégrafo	Comerciales y no comerciales	32	Lunes a Viernes	3.430,56	109.777,92
Información de reacción y prevención ante el riesgo sísmico	El Telégrafo	Comerciales y no comerciales	64	Lunes a Viernes	3.430,56	219.555,84
Publicidad con personalidades reconocidas de Ecuador que promueva la campaña de prevención ante riesgos sísmicos	El Telégrafo	Comerciales y no comerciales	32	Lunes a Viernes	3.430,56	109.777,92
Caricaturas que promuevan la prevención del riesgo sísmico	El Telégrafo	Comerciales y no comerciales	32	Lunes a Viernes	3.430,56	109.777,92
Emisión de información sobre centros capacitadores y la importancia de contar con una cultura preventiva	Metro Ecuador	Comerciales y no comerciales	32	Lunes a Viernes	3.960,00	126.720,00
Información de reacción y prevención ante el riesgo sísmico	Metro Ecuador	Comerciales y no comerciales	64	Lunes a Viernes	3.960,00	253.440,00
Publicidad con personalidades reconocidas de Ecuador que promueva la campaña de prevención ante riesgos sísmicos	Metro Ecuador	Comerciales y no comerciales	32	Lunes a Viernes	3.960,00	126.720,00

Caricaturas que promuevan la prevención del riesgo sísmico	Metro Ecuador	Comerciales y no comerciales	32	Lunes a Viernes	3.960,00	126.720,00
<b>Total</b>						<b>\$2.691.449,60</b>

**Tabla 10.** Costo de publicidad SMS

Item	Compañía telefónica	Cantidad	Precio por mensaje en dólares	Total
Mensajes SMS a los teléfonos de la población, indicando información sobre la campaña de prevención ante el riesgo sísmico y lugares de información como puntos capacitadores y redes sociales	América Móvil - Claro	1.000.000,00	0,032	32.000,00
Mensajes SMS acerca de cómo actuar antes, durante y después de un evento sísmico	América Móvil - Claro	1.000.000,00	0,032	32.000,00
Mensajes SMS para medir el conocimiento del riesgo sísmico y su nivel de satisfacción en una encuesta	América Móvil - Claro	500.000,00	0,032	16.000,00
Mensajes SMS a los teléfonos de la población, indicando información sobre la campaña de prevención ante el riesgo sísmico y lugares de información como puntos capacitadores y redes sociales	Telefónica - Movistar	1.000.000,00	0,032	32.000,00
Mensajes SMS acerca de cómo actuar antes, durante y después de un evento sísmico	Telefónica - Movistar	1.000.000,00	0,032	32.000,00
Mensajes SMS para medir el conocimiento del riesgo sísmico y su nivel de satisfacción en una encuesta	Telefónica - Movistar	500.000,00	0,032	16.000,00

Mensajes SMS a los teléfonos de la población, indicando información sobre la campaña de prevención ante el riesgo sísmico y lugares de información como puntos capacitadores y redes sociales	CNT - Estado ecuatoriano	1.000.000,00	0,032	32.000,00
Mensajes SMS acerca de cómo actuar antes, durante y después de un evento sísmico	CNT - Estado ecuatoriano	1.000.000,00	0,032	32.000,00
Mensajes SMS para medir el conocimiento del riesgo sísmico y su nivel de satisfacción en una encuesta	CNT - Estado ecuatoriano	500.000,00	0,032	16.000,00
<b>Total</b>				<b>\$240.000,00</b>

**Tabla 11.** Costo de publicidad en redes sociales

Ítem	Red social	Número de días	Precio por un día de publicidad en dólares	Total
Publicaciones informativas acerca de cómo actuar antes, durante y después de un sismo	Facebook	240	5,00	1.200,00
Videos informativos acerca de cómo actuar antes, durante y después de un sismo	Facebook	240	5,00	1.200,00
Publicaciones informativas acerca de los puntos capacitadores	Facebook	240	5,00	1.200,00
Videos informativos acerca de los puntos capacitadores	Facebook	240	5,00	1.200,00
Publicaciones de concientización sobre la importancia de contar con una cultura preventiva	Facebook	240	5,00	1.200,00
Videos de concientización sobre la importancia de contar con una cultura preventiva	Facebook	240	5,00	1.200,00

Publicaciones motivando a las personas a ser parte de la campaña para la prevención del riesgo sísmico por parte de personalidades reconocidas en Ecuador	Facebook	240	5,00	1.200,00
Videos motivando a las personas a ser parte de la campaña para la prevención del riesgo sísmico por parte de personalidades reconocidas en Ecuador	Facebook	240	5,00	1.200,00
Publicación que incentive a la población a realizar la encuesta para medir la satisfacción y el conocimiento sobre el riesgo sísmico	Facebook	240	5,00	1.200,00
Publicaciones informativas acerca de cómo actuar antes, durante y después de un sismo	Instagram	240	5,00	1.200,00
Videos informativos acerca de cómo actuar antes, durante y después de un sismo	Instagram	240	5,00	1.200,00
Publicaciones informativas acerca de los puntos capacitadores	Instagram	240	5,00	1.200,00
Videos informativos acerca de acerca de los puntos capacitadores	Instagram	240	5,00	1.200,00
Publicaciones de concientización sobre la importancia de contar con una cultura preventiva	Instagram	240	5,00	1.200,00
Videos de concientización sobre la importancia de contar con una cultura preventiva	Instagram	240	5,00	1.200,00
Publicaciones motivando a las personas a ser parte de la campaña para la prevención del riesgo sísmico por parte de personalidades reconocidas en Ecuador	Instagram	240	5,00	1.200,00
Videos motivando a las personas a ser parte de la campaña para la prevención del riesgo sísmico por parte de personalidades reconocidas en Ecuador	Instagram	240	5,00	1.200,00

Publicación que incentive a la población a realizar la encuesta para medir la satisfacción y el conocimiento sobre el riesgo sísmico	Instagram	240	5,00	1.200,00
Información acerca de puntos capacitadores	Whatsapp	240	0,00	00,00
Información acerca de cómo actuar antes, durante y después de un sismo	Whatsapp	240	0,00	00,00
Mensaje que incentive a la población a realizar la encuesta para medir la satisfacción y el conocimiento sobre el riesgo sísmico	Whatsapp	240	0,00	0,00
<b>Total</b>				<b>\$21.600,00</b>

**Tabla 12.** Costo de email marketing

Item	Plataforma de email marketing	Cantidad de correos por mes	Precio en dólares mensual	Total por 8 meses
Envío de emails a la población para medir la satisfacción, conocimiento en cuanto al producto social e información sobre la campaña	NEOLO	1.000.000,00	280	<b>\$3.840,00</b>

**Tabla 13.** Costo de publicidad exterior

Tipo	Cantidad	Tipo2	Precio en dólares	Total por mes	Total anual
Vallas	15	Vallas 9x4m	4.500,00	67.500,00	540.000,00
Rótulos de transporte	20	Rótulos de transporte 6x4m	185,33	3.706,60	29.652,80
Paradas de autobus	20	Columna paradas de autobus 6x2m	165,00	3.300,00	26.400,00
<b>Total</b>				<b>\$74.506,60</b>	<b>\$596.052,80</b>

\* Incluye ploteo e instalación

**Tabla 14.** Costo de impresión de publicidad exterior

Item	Lugar	Cantidad	Tipo	Precio en dolares	Total
Promoción de cupones y sorteos que motiven a la población a recibir capacitaciones para la prevención del riesgo sísmico	Puntos capacitadores	120,00	Lona publicitaria de 120x300	25,00	3.000,00
Publicidad que sensibilice a la población ante el riesgo sísmico	Puntos capacitadores	120,00	Lona publicitaria de 120x300	25,00	3.000,00
Información sobre cómo actuar antes, durante y después de un sismo	Puntos capacitadores	120,00	Lona publicitaria de 120x200	17,00	2.040,00
Flyers informativos acerca de la importancia de contar con una cultura preventiva e información acerca de los puntos capacitadores	Puntos capacitadores, puntos de exhibición y venta personal	800.000,00	Flyers A4 lado y lado full color	0,04	32.000,00
Flyers informativos sobre el manejo del riesgo sísmico	Puntos capacitadores, puntos de exhibición y venta personal	800.000,00	Flyers A4 lado y lado full color	0,04	32.000,00
Tripticos sobre el manejo del riesgo sísmico con cupones, sorteos e información	Puntos capacitadores, puntos de exhibición y venta personal	800.000,00	Tripticos full color	0,13	104.000,00
Folleto sobre el manejo del riesgo sísmico con cupones, sorteos e información	Puntos capacitadores, puntos de exhibición y venta personal	500.000,00	Folleto A4 12 hojas	4,00	2.000.000,00
<b>Total</b>					<b>\$2.176.040,00</b>

**Tabla 15.** Costo de producción de publicidad en TV y radio

Item	Medio de comunicación	Tiempo en segundos	Cantidad	Precio en dolares	Total
Comercial informativo sobre la gestión del riesgo sísmico	TV	30	5	500,00	2.500,00
Comercial con artistas ecuatorianos que promuevan la campaña para la prevención del riesgo sísmico	TV	30	8	500,00	4.000,00
Anuncio informativo sobre la campaña de prevención ante el riesgo sísmico	Radio	60	5	752,64	3.763,20
<b>Total</b>					<b>\$10.263,20</b>

**Tabla 16.** Costo de diseño e ilustraciones de publicidad

Item	Medio de Comunicación	Cantidad	Precio en dolares	Total
Diseño de publicidad informativa sobre centros capacitadores y la importancia de contar con una cultura preventiva 1 página	Prensa	3	210,00	630,00
Diseño de publicidad informativa sobre acciones de prevención y reacción ante eventos sísmicos	Prensa	4	210,00	840,00
Diseño de publicidad con personalidades reconocidas de Ecuador que promueva la campaña de prevención ante riesgos sísmicos 1 pagina	Prensa	8	210,00	1.680,00
Caricaturas que promuevan la prevención del riesgo sísmico 1 página	Prensa	3	210,00	630,00

Diseño de publicaciones informativas acerca de cómo actuar antes, durante y después de un sismo	Redes sociales: Instagram y Facebook	10	100,00	1.000,00
Diseño de videos informativos acerca de cómo actuar antes, durante y después de un sismo	Redes sociales: Instagram y Facebook	8	240,00	1.920,00
Diseño de publicaciones informativas acerca de los puntos capacitadores	Redes sociales: Instagram y Facebook	8	100,00	800,00
Diseño de videos informativos acerca de los puntos capacitadores	Redes sociales: Instagram y Facebook	8	240,00	1.920,00
Publicaciones de concientización sobre la importancia de contar con una cultura preventiva	Redes sociales: Instagram y Facebook	8	100,00	800,00
Videos de concientización sobre la importancia de contar con una cultura preventiva	Redes sociales: Instagram y Facebook	8	240,00	1.920,00
Diseño de publicaciones motivando a las personas a ser parte de la campaña para la prevención del riesgo sísmico por parte de personalidades reconocidas en Ecuador	Redes sociales: Instagram y Facebook	10	100,00	1.000,00
Diseño de videos motivando a las personas a ser parte de la campaña para la prevención del riesgo sísmico por parte de personalidades reconocidas en Ecuador	Redes sociales: Instagram y Facebook	10	240,00	2.400,00
Diseño de publicación que incentive a la población a realizar la encuesta para medir la satisfacción y el conocimiento sobre el riesgo sísmico	Redes sociales: Instagram y Facebook	2	100,00	200,00

Promoción de cupones y sorteos que motiven a la población a recibir capacitaciones para la prevención del riesgo sísmico: Lona publicitaria de 120x300	Puntos capacitadores	2	150,00	300,00
Publicidad que sensibilice a la población ante el riesgo sísmico: Lona publicitaria de 120x300	Puntos capacitadores	2	150,00	300,00
Información sobre cómo actuar antes, durante y después de un sismo: Lona publicitaria de 120x200	Puntos capacitadores	2	150,00	300,00
Flyers informativos acerca de la importancia de contar con una cultura preventiva e información acerca de los puntos capacitadores	Puntos capacitadores, puntos de exhibición y venta personal	1	100,00	100,00
Flyers informativos sobre el manejo del riesgo sísmico	Puntos capacitadores, puntos de exhibición y venta personal	1	100,00	100,00
Trípticos sobre el manejo del riesgo sísmico con cupones, sorteos e información	Puntos capacitadores, puntos de exhibición y venta personal	1	300,00	300,00
Folletos sobre el manejo del riesgo sísmico con cupones, sorteos e información	Puntos capacitadores, puntos de exhibición y venta personal	1	650,00	650,00
Stand para puntos de exhibición en eventos patrocinados	Puntos de exhibición	1	510,00	510,00
Publicidad que motive a la población a asistir a las capacitaciones para el correcto manejo del riesgo sísmico. : Vallas 9x4m	Vallas 9x4m	2	360,00	720,00

Información sobre el manejo del riesgo sísmico y recomendaciones sobre cómo actuar antes, durante y después de un sismo: Vallas 9x4m	Vallas 9x4m	2	360,00	720,00
Publicidad que motive a la población a asistir a las capacitaciones para el correcto manejo del riesgo sísmico: Rótulos de transporte 6x4m	Rótulos de transporte: 6x4m	2	360,00	720,00
Información sobre el manejo del riesgo sísmico y recomendaciones sobre cómo actuar antes, durante y después de un sismo: Columna paradas de autobús 6x2	Columna paradas de autobús: 6x2	2	360,00	720,00
Publicidad que motive a la población a asistir a las capacitaciones para el correcto manejo del riesgo sísmico: Columna paradas de autobús 6x2	Columna paradas de autobús: 6x2	2	360,00	720,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$21.900,00</b>

**Tabla 17.** Costo total de la campaña de marketing social

<b>Ítem</b>	<b>Costo total en dólares</b>
Anuncios de televisión	4.798.704,00
Anuncios en radio	99.187,20
Anuncios en prensa	2.691.449,60
Anuncios SMS	240.000,00
Anuncios en redes sociales	21.600,00
Email marketing	3.840,00
Publicidad exterior	596.052,80
Costos de impresión	2.176.040,00
Producción de comerciales y anuncios para TV y radio	10.263,20
Diseño de ilustraciones y videos	21.900,00
<b>Total</b>	<b>\$10.659.036,80</b>

## 4.2. Financiamiento

La presente propuesta de campaña para fomentar la prevención ante desastres ocasionados por sismos dentro del Distrito Metropolitano de Quito será financiada principalmente por el Estado ecuatoriano, la Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, el COE Metropolitano y el Municipio de Quito, organizaciones públicas cuya competencia es la correcta gestión del riesgo sísmico y la promoción de su prevención.

Por otro lado, es necesario destacar que el aporte del sector privado será a través de donaciones, en donde estos actores se encuentren motivados a participar dentro de la campaña a través de beneficios económicos, reconocimiento de marca y promoción de las empresas participantes, evitar pérdidas materiales y humanas y otros beneficios que también podrán ser otorgados por el Estado.

Las empresas sin fines de lucro también podrán ser parte de la campaña a través de sus donaciones debido al beneficio social que representa para la población del Distrito Metropolitano de Quito el conocer cómo actuar de forma correcta ante un evento sísmico. Es importante también destacar el rol de la academia dentro de la campaña, que, si bien no aportará con un donativo monetario, podrá participar a través de la disposición de recursos necesarios como espacios físicos, personal capacitado y voluntarios.

De manera que, se propone una distribución del financiamiento de la campaña para los actores mencionados anteriormente de la siguiente manera:

**Tabla 18.** Financiamiento de la campaña

<b>Financiación</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor en dólares</b>
Estatal	50%	5.329.518,40
Empresa privada	30%	3.197.711,04
Empresa sin fines de lucro	20%	2.131.807,36
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>10.659.036,80</b>

## 4.3. Proyección de Beneficios

La presente campaña de comunicación tiene el objetivo de ser el primer acercamiento hacia la población para la adopción y sensibilización sobre la prevención del riesgo sísmico. De manera que, se destaca que a pesar que la adopción de una cultura preventiva es un proceso de mediano y largo plazo, se realizará la estimación de los beneficios dentro de ocho meses,

que es el tiempo estimado de duración de la campaña de comunicación, en donde se ha establecido el objetivo de incrementar el nivel de conocimiento sobre el manejo del riesgo sísmico dentro de la población del Distrito Metropolitano de Quito en un 60% de enero a agosto de 2023, que representa a 1.668.985 de habitantes. Por otro lado, es importante destacar que durante la campaña se realizará la medición del nivel de satisfacción y de conocimientos.

**Tabla 19.** Proyección de beneficios

Meses	Margen de difusión cognitiva y de adopción del producto	Inversión en dólares	Beneficio social en número de personas
Enero	7,50%	1.332.379,60	208.623,08
Febrero	7,50%	1.332.379,60	208.623,08
Marzo	7,50%	1.332.379,60	208.623,08
Abril	7,50%	1.332.379,60	208.623,08
Mayo	7,50%	1.332.379,60	208.623,08
Junio	7,50%	1.332.379,60	208.623,08
Julio	7,50%	1.332.379,60	208.623,08
Agosto	7,50%	1.332.379,60	208.623,08
TOTAL	60,00%	10.659.036,80	1.668.984,60

Dentro del presente cuadro se encuentra la distribución del margen de difusión cognitiva y adopción del producto, la inversión en dólares y el beneficio social en cuanto a número de adoptantes dentro del Distrito Metropolitano de Quito, durante los meses en los que será realizada la campaña, de acuerdo a los objetivos planteados.

Otro indicador que se ha determinado es la cantidad de dinero que se gasta por persona al desarrollarse la campaña, de acuerdo al siguiente calculo:

$$\text{Cantidad de dinero invertido por persona} = \frac{\text{Costo total de la campaña}}{\text{Número de adoptantes}}$$

$$\text{Cantidad de dinero invertido por persona} = \frac{10.659.036,80}{1.668.984,60}$$

$$\text{Cantidad de dinero invertido por persona} = \$6.39$$

Sin embargo, es importante tomar en cuenta que no se puede realizar una proyección de beneficios clara debido a la falta de información y naturaleza del presente trabajo de investigación, ya que no existe información anterior a otras campañas relacionadas con la reducción del riesgo sísmico en donde se pueda obtener información para estimar los beneficios. Por otro lado, también se debe tomar en cuenta que los beneficios sociales directos e indirectos son complejos de determinar debido a la naturaleza del presente trabajo, ya que se encuentra medido a través del bienestar social, disminución de conductas nocivas y buenas prácticas adoptadas dentro de la población.

De manera que, se estima que la proyección de beneficios será la adopción de una conducta positiva, que permita a la población actuar de forma correcta ante un riesgo sísmico, en donde por lo menos el 60% del total de la población quiteña sepa cómo actuar antes, durante y después de un sismo independientemente del lugar en el que se encuentren.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones:

- El Marketing Social es una herramienta efectiva que permite el posicionamiento de conductas positivas para el bien común de la población, evitando hábitos nocivos, a través de conceptos de marketing tradicional.
- El principal objetivo del Marketing Social dentro de la prevención de desastres naturales es fomentar una cultura preventiva para mitigar los efectos negativos producto de un siniestro, influyendo positivamente en la creencias y actitudes de la población, mediante estrategias de marketing tradicional que permitan el desarrollo de un sistema de comunicación continuo en donde se adopte el producto social.
- Mediante el análisis situacional interno se determinó que Ecuador cuenta con un sistema deficiente en cuanto a la prevención de desastres naturales, evidenciándose una falta significativa de legislación, normativa y organización por parte del Estado para el desarrollo de una cultura preventiva.
- Mediante el análisis situacional externo se determinó que Chile es un país líder en la gestión de desastres naturales, en donde su población cuenta con una cultura preventiva siendo poco probable que existan grandes pérdidas humanas y materiales producto de desastres naturales, debido a la legislación, normativa y organización con la que cuenta el Estado, que ha sido desarrollada a través de su historia ya que es un territorio propenso a sufrir sismos.
- Al momento de realizar una campaña de comunicación para la prevención del riesgo sísmico es importante que sea realizada por un equipo multidisciplinario, con el objetivo de que exista complementariedad dentro de cada una de sus especialidades en dirección hacia la correcta difusión del mensaje social.
- A través de las encuestas empleadas en Quito-Ecuador y en Santiago-Chile, se determinó la percepción ante el riesgo sísmico, su manejo y promoción dentro de cada una de las ciudades, con el objetivo de replicar, incluir estrategias y mejorar la comunicación a través de una campaña de comunicación integrada para la prevención del riesgo sísmico en el Distrito Metropolitano de Quito.

- Se determinó que el principal problema dentro del Distrito Metropolitano de Quito es la falta de información y actitud desinteresada ante la gestión del riesgo sísmico, debido a la inexistencia de campañas de comunicación.
- Un factor de éxito dentro de la gestión del riesgo sísmico de Santiago de Chile, es la participación de diversos actores, es decir, el Estado, empresas privadas, organizaciones sin fines de lucro y la academia, dentro de las diferentes acciones y campañas para reducir los efectos negativos producto de eventos sísmicos
- La comunicación de la campaña enfocada hacia prevención del riesgo sísmico debe realizarse tomando en cuenta segmentación de mercados, estrategias de posicionamiento, desposicionamiento, AIDA, inbound marketing y mix de marketing social, con el objetivo de reconocer las actitudes, percepciones y opiniones del grupo objetivo para el desarrollo de una campaña masiva de comunicación que permita el desarrollo de una cultura preventiva dentro de la población.
- El desarrollo de una cultura preventiva, tomando en cuenta qué hacer antes, durante y después de un sismo, tiene el objetivo de reducir pérdidas humanas y materiales, debido a que un evento sísmico no se puede prever, por lo que es necesario difundir de forma masiva información comprensible acerca de este fenómeno hacia la población a través de diferentes medios de comunicación masivos tanto tradicionales como digitales.
- Es necesario realizar contenido comprensible y llamativo para la población, para promocionarlo dentro de medios tradicionales y digitales de comunicación, utilizando información importante, motivadores como cupones, sorteos y publicaciones con personalidades reconocidas del Ecuador. Sin embargo, es necesario destacar que es importante incluir el factor sentimental con el objetivo de alcanzar una sensibilización completa, por lo que es necesario utilizar contenido acerca de situaciones de desastre para concientizar a la población.
- Con la implementación de la propuesta de campaña, existirá una mayor afluencia de personas hacia los diferentes puntos capacitadores distribuidos alrededor de sectores urbanos, suburbanos y rurales del Distrito Metropolitano de Quito, con el objetivo de incrementar el conocimiento y la sensibilización de la población ante el riesgo sísmico.
- El principal objetivo de las estrategias de publicidad dirigidas hacia el grupo objetivo es el desarrollo de una cultura preventiva y aprendizaje significativo, en donde los

individuos independientemente de donde se encuentren puedan gestionar el riesgo de manera correcta, siendo posteriormente los promotores de información y concientización sobre la importancia de conocer cómo actuar ante un sismo.

- Con el objetivo de contar con recursos para poder realizar la campaña de comunicación integrada es necesario el aporte económico de diferentes sectores, siendo el Estado el principal gestor, seguido de la empresa privada, las organizaciones sin fines de lucro y la academia.
- Al finalizar la campaña de comunicación integrada, el 60% del total de la población del Distrito Metropolitano de Quito contará con una cultura preventiva ante la gestión del riesgo sísmico.

### **Recomendaciones:**

- Se recomienda poner en marcha el plan de campaña con el aporte de los diferentes actores mencionados anteriormente, con el objetivo de evitar pérdidas humanas y materiales durante un evento sísmico a través de la convivencia responsable con el riesgo.
- Sensibilizar a la población acerca de la importancia de contar con una cultura preventiva, promoviendo la conciencia colectiva enfocada hacia el bien común sobre los posibles escenarios catastróficos que pueden ocurrir al no conocer acerca del manejo del riesgo sísmico.
- La presente campaña de comunicación es catalogada como el primer acercamiento hacia el desarrollo de una cultura preventiva, de manera que, al ser este un proceso de educación continua, es necesario que existan más campañas de comunicación dentro de un periodo de 5 a 10 años, con el objetivo de profundizar en la adopción de conductas positivas ante el correcto manejo del riesgo sísmico.
- Utilizar equipos multidisciplinarios con el objetivo de formar sinergias entre diferentes ámbitos de conocimiento que permita la correcta difusión de información.
- Ante la falta de información y actitudes desinteresadas por parte de la población es necesaria la concientización sobre la importancia de la propuesta de campaña.
- Promoción de alianzas estratégicas a nivel nacional a través de los actores estatales, empresas privadas y sin fines de lucro con el objetivo de expandir la campaña para la prevención del riesgo sísmico en las diferentes provincias del país.

- Incluir a expertos internacionales que participen dentro la campaña para fomentar la prevención del riesgo sísmico, con el objetivo de reproducir experiencias exitosas en cuanto al manejo de situaciones de emergencia.
- Distribuir de forma eficiente los puntos capacitadores de acuerdo a la población de las diferentes zonas urbanas, suburbanas y rurales del Distrito Metropolitano de Quito
- Utilizar medios de comunicación masivos, tanto tradicionales como digitales para obtener un mayor alcance dentro del Distrito Metropolitano de Quito.
- Promover una mayor regulación, normas y legislación referente a la gestión de riesgos por parte del Estado, con el objetivo de desarrollar políticas públicas que obliguen a la población a convivir e informarse sobre el riesgo sísmico.

## ANEXOS

### Anexo A

#### Formato de Entrevista Especialistas Distrito Metropolitano de Quito:

1. Quito es una ciudad propensa a sufrir daños ocasionados por eventos sísmicos ¿Por qué ocurre este fenómeno dentro de la ciudad?
2. ¿Cómo se realiza el manejo del riesgo sísmico y su prevención en Quito?
3. ¿Cuál considera que es la percepción de la población en cuanto al riesgo sísmico?
4. ¿Cuáles son los efectos negativos de que la población no cuente con una cultura preventiva?
5. ¿Cuál es la principal razón por la que usted considera que la población no toma en cuenta las recomendaciones en cuanto a la prevención del riesgo sísmico?
6. ¿Considera que deberían existir más campañas de comunicación en cuanto a la prevención de este tipo desastres naturales?
7. ¿De qué forma cree que se puede lograr que haya más personas informadas sobre la prevención de riesgos ocasionada por desastres naturales?
8. ¿Cuáles considera que son los medios de comunicación más efectivos para desarrollar una cultura preventiva dentro de la población?
9. ¿Cómo se puede mejorar la comunicación hacia la población respecto al manejo del riesgo sísmico?
10. ¿Conoce sobre el caso de manejo del riesgo sísmico en Chile? ¿Qué opina sobre este caso? ¿Cuáles son las prácticas que se podrían aplicar?

## **Anexo B**

### **Entrevista Especialistas Santiago de Chile:**

Buenos días, primero quería agradecerle por brindarme su tiempo para esta entrevista. Como le mencione anteriormente mi tema de mi trabajo de titulación son las prácticas que pueden ser aplicadas en cuanto a prevención del riesgo sísmico en Ecuador en base a Chile, por lo que realizaré algunas preguntas relacionadas con el tema

1. Santiago de Chile es una ciudad propensa a sufrir los daños ocasionados por eventos sísmicos ¿Por qué ocurre este fenómeno dentro de la ciudad?
2. ¿Cómo se realiza el manejo del riesgo sísmico y su prevención en Santiago de Chile?
3. ¿Cuál considera que es la percepción de la población en cuanto al riesgo sísmico?
4. ¿Cuáles son los efectos negativos de que la población no cuente con una cultura preventiva?
5. ¿Cuál es la principal razón por la que usted considera que la población no toma en cuenta las recomendaciones en cuanto a la prevención del riesgo sísmico?
6. ¿Considera que deberían existir más campañas de comunicación en cuanto a la prevención de este tipo de desastres naturales?
7. ¿De qué forma cree que se puede lograr que haya más personas informadas sobre la prevención de riesgos ocasionada por desastres naturales?
8. ¿Cuáles considera que son los medios de comunicación más efectivos para desarrollar una cultura preventiva dentro de la población?
9. ¿Cuáles considera que son los puntos a destacar de la gestión realizada en cuanto a comunicación para la prevención de desastres?
10. ¿Cómo se puede mejorar la comunicación hacia la población respecto al manejo del riesgo sísmico?

## **Anexo C**

- Entrevistas realizadas a especialistas en manejo del riesgo sísmico dentro del Distrito Metropolitano de Quito y la Región Metropolitana de Santiago

<https://drive.google.com/drive/folders/1RC0vqGSmVc1GosHcA0lxtJHHV6RIWQbs?usp=sharing>

## **Anexo D**

### **Formato de encuesta Distrito Metropolitano de Quito**

Objetivo: Determinar las principales razones, opiniones y comportamiento de la población quiteña y santiaguina, con respecto a la prevención de riesgo sísmico y su promoción.

Instrucciones:

Lea atentamente cada pregunta y conteste según su opinión o experiencia personal.

Edad:                      Género: M ( ) F (     )

1. ¿Ha experimentado eventos sísmicos dentro de la ciudad?
  - Si
  - No
  
2. ¿Considera que la ciudad donde habita es vulnerable ante un evento sísmico?
  - Si
  - No

#### **En caso de responder SI a la pregunta anterior:**

1. ¿Por qué considera que la ciudad donde habita o realiza sus actividades diarias es un lugar vulnerable ante un evento sísmico?
  - Construcciones que no son sismo resistentes
  - Construcciones en terreno inestable
  - Falta de lugares de encuentro y puntos seguros
  - Falta de información acerca de cómo actuar en situaciones de emergencia
  - Gestión deficiente del Estado ante un desastre natural
  - Ubicación Geográfica
  - Otro
  
2. ¿Qué tan preocupado está con el conocimiento de gestión de desastres que tiene sobre sismos?
  - Nada preocupado
  - No muy preocupado
  - Neutral
  - Algo preocupado
  - Muy preocupado
  
3. ¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre la gestión de un evento sísmico?
  - Muy bajo
  - Bajo

- Medio
  - Alto
  - Muy alto
4. ¿Hasta qué nivel se ha preparado para cualquier desastre que pueda ocurrir?
- He recogido información
  - He hablado con representantes de gestión de desastres en mi comunidad.
  - He preparado un plan familiar de emergencia.
  - He preparado kits de supervivencia ante desastres.
  - He tomado un entrenamiento especial
  - He entrenado a otros miembros de la comunidad.
  - Me he registrado con entidades que proporcionan noticias de emergencia o sistemas de alerta
  - Ninguna de las anteriores
  - Otro:
5. ¿Ha identificado un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad donde habita o dentro de su país?
- Si
  - No
6. ¿Conoce si existen leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en su país?
- Si
  - No
7. ¿Alguna vez usted o su familia han sido afectados por un desastre?
- Si
  - No
8. ¿Alguna de las siguientes instituciones le ha ayudado a usted o su comunidad a preparar un plan de gestión de desastres?
- Gobierno nacional
  - Organización no gubernamental
  - Agencia de las Naciones Unidas
  - Grupos voluntarios
  - Partidos políticos locales
  - Ninguno
  - Otro
9. ¿Ha identificado campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico?
- Si
  - No

10. ¿Cuál sería su motivación para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico?
- Proteger su bienestar
  - Proteger el bienestar de su familia
  - Evitar pérdidas materiales
  - Contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de riesgo
  - Formación técnica o educación
  - Otros:
11. ¿Conoce qué es el Comité de Operaciones Emergentes (COE) y sus funciones?
- Si
  - No
12. ¿Cómo considera el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales?
- Muy malo
  - Malo
  - Neutral
  - Bueno
  - Muy Bueno
13. ¿Qué nivel de confianza tiene en los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales?
- Muy bajo
  - Bajo
  - Neutral
  - Alto
  - Muy alto
14. ¿Por cuáles medios ha recibido información sobre la gestión del riesgo sísmico?
- Folletos
  - Reuniones públicas
  - Radio
  - Prensa
  - Televisión
  - Redes sociales
  - Correos Electrónicos
  - Vallas publicitarias
  - Ninguno
  - Otro
15. ¿En qué formato considera que ha recibido más información?
- Enlaces de noticias
  - Artículos científicos

- Videos
- Cadenas de mensajes
- Fotografías
- Ninguna
- Otra

16. ¿Considera que cuenta con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico?

- Si
- No

17. ¿Cuáles considera que son las fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico?

- Gobierno
- Organizaciones no gubernamentales
- Noticieros
- Redes sociales
- Otros

Objetivo: Determinar las principales razones, opiniones y comportamiento de la población quiteña y santiaguina, con respecto a la prevención de riesgo sísmico.

Instrucciones:

Lea atentamente cada pregunta y conteste según su opinión o experiencia personal.

Edad:                      Género: M ( ) F (     )

1. ¿Ha experimentado eventos sísmicos dentro de la ciudad?

- Si
- No

2. ¿Considera que el lugar donde habita es vulnerable ante un evento sísmico?

- Si
- No

**En caso de responder NO a la pregunta anterior:**

1. ¿Por qué considera que el lugar donde habita o realiza sus actividades diarias no es un lugar vulnerable ante un evento sísmico?

- Construcciones que son sismo resistentes
- Construcciones en un terreno adecuado
- Suficientes lugares de encuentro y puntos seguros

- Suficiente información acerca de cómo actuar en situaciones de emergencia
  - Buena gestión del Estado ante un desastre natural
  - Ubicación Geográfica
  - Otro
2. ¿Qué tan preocupado está con el conocimiento de gestión de desastres que tiene sobre sismos?
- Nada preocupado
  - No muy preocupado
  - Neutral
  - Algo preocupado
  - Muy preocupado
3. ¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre la gestión de un evento sísmico?
- Muy bajo
  - Bajo
  - Medio
  - Alto
  - Muy alto
4. ¿Hasta qué nivel se ha preparado para cualquier desastre que pueda ocurrir?
- He recogido información
  - He hablado con representantes de gestión de desastres en mi comunidad.
  - He preparado un plan familiar de emergencia.
  - He preparado kits de supervivencia ante desastres.
  - He tomado un entrenamiento especial
  - He entrenado a otros miembros de la comunidad.
  - Me he registrado con entidades que proporcionan noticias de emergencia o sistemas de alerta
  - Ninguna de las anteriores
  - Otro:
5. ¿Ha identificado un plan de manejo de desastres o emergencias para el área donde habita o dentro de su país?
- Si
  - No
6. ¿Conoce si existen leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en su país?
- Si
  - No
7. ¿Alguna vez usted o su familia han sido afectados por un desastre?
- Si

- No
8. ¿Alguien de lo siguiente le ha ayudado a usted o su comunidad a preparar un plan de gestión de desastres?
- Gobierno nacional
  - Organización no gubernamental
  - Agencia de las Naciones Unidas
  - Grupos voluntarios
  - Partidos políticos locales
  - Ninguno
  - Otro
9. ¿Ha identificado campañas de comunicación sobre la gestión de desastres?
- Si
  - No
10. ¿Cuál sería su motivación para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico?
- Proteger su bienestar
  - Proteger el bienestar de su familia
  - Evitar pérdidas materiales
  - Contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de riesgo
  - Formación técnica o educación
  - Otros:
11. ¿Conoce qué es el Comité de Operaciones Emergentes (COE) y sus funciones?
- Si
  - No
12. ¿Cómo considera el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales?
- Muy malo
  - Malo
  - Neutral
  - Bueno
  - Muy Bueno
13. ¿Qué nivel de confianza tiene en los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales?
- Bajo
  - Muy bajo
  - Neutral
  - Alto
  - Muy alto

14. ¿Por cuáles medios ha recibido información sobre la gestión del riesgo sísmico?

- Folletos
- Reuniones públicas
- Radio
- Prensa
- Televisión
- Redes sociales
- Correos Electrónicos
- Vallas publicitarias
- Ninguno
- Otro

15. ¿En qué formato considera que ha recibido más información?

- Enlaces de noticias
- Artículos científicos
- Videos
- Cadenas de mensajes
- Fotografías
- Ninguna
- Otra

16. ¿Considera que cuenta con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico?

- Si
- No

17. ¿Cuáles considera que son las fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico?

- Gobierno
- Organizaciones no gubernamentales
- Noticieros
- Redes sociales
- Otros

## **Anexo E**

### **Formato de encuesta Región Metropolitana de Santiago**

Objetivo: El principal objetivo de esta encuesta es determinar las principales razones, opiniones y comportamiento de la población que reside en la Región Metropolitana de Santiago con respecto a la prevención del riesgo sísmico y su promoción.

Instrucciones:

Lea atentamente cada pregunta y conteste según su opinión o experiencia personal.

Edad:                      Género: M ( ) F (     )

1. ¿Ha experimentado eventos sísmicos dentro de la ciudad?
  - Si
  - No
  
2. ¿Considera que la ciudad donde habita es vulnerable ante un evento sísmico?
  - Si
  - No

#### **En caso de responder SI a la pregunta anterior:**

1. ¿Por qué considera que la ciudad donde habita o realiza sus actividades diarias es un lugar vulnerable ante un evento sísmico?
  - Construcciones que no son sismo resistentes
  - Construcciones en terreno inestable
  - Falta de lugares de encuentro y puntos seguros
  - Falta de información acerca de cómo actuar en situaciones de emergencia
  - Gestión deficiente del Estado ante un desastre natural
  - Ubicación Geográfica
  - Otros:
  
2. ¿Qué tan preocupado está con el conocimiento de gestión de desastres que tiene sobre sismos?
  - Nada preocupado
  - No muy preocupado
  - Neutral
  - Algo preocupado
  - Muy preocupado
  
3. ¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre la gestión de un evento sísmico?

- Muy bajo
  - Bajo
  - Medio
  - Alto
  - Muy alto
4. ¿Hasta qué nivel se ha preparado para cualquier desastre que pueda ocurrir?
- He recogido información
  - He hablado con representantes de gestión de desastres en mi comunidad.
  - He preparado un plan familiar de emergencia.
  - He preparado kits de supervivencia ante desastres.
  - He tomado un entrenamiento especial
  - He entrenado a otros miembros de la comunidad.
  - Me he registrado con entidades que proporcionan noticias de emergencia o sistemas de alerta
  - Ninguna de las anteriores
  - Otro:
5. ¿Ha identificado un plan de manejo de desastres o emergencias para la ciudad donde habita o dentro de su país?
- Si
  - No
6. ¿Conoce si existen leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en su país?
- Si
  - No
7. ¿Alguna vez usted o su familia han sido afectados por un desastre?
- Si
  - No
8. ¿Alguna de las siguientes instituciones le ha ayudado a usted o su comunidad a preparar un plan de gestión de desastres?
- Gobierno nacional
  - Organización no gubernamental
  - Agencia de las Naciones Unidas
  - Grupos voluntarios
  - Partidos políticos locales
  - Ninguno
  - Otro
9. ¿Ha identificado campañas de comunicación sobre la gestión del riesgo sísmico?
- Si

- No

10. ¿Cuál sería su motivación para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico?

- Proteger su bienestar
- Proteger el bienestar de su familia
- Evitar pérdidas materiales
- Contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de riesgo
- Formación técnica o educación
- Otros:

11. ¿Conoce qué es la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI) y sus funciones?

- Si
- No

12. ¿Cómo considera el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales?

- Muy malo
- Malo
- Neutral
- Bueno
- Muy Bueno

13. ¿Qué nivel de confianza tiene en los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales?

- Muy bajo
- Bajo
- Neutral
- Alto
- Muy alto

14. ¿Por cuáles medios ha recibido información sobre la gestión del riesgo sísmico?

- Folletos
- Reuniones públicas
- Radio
- Prensa
- Televisión
- Redes sociales
- Correos Electrónicos
- Vallas publicitarias
- Ninguno
- Otro

15. ¿En qué formato considera que ha recibido más información?

- Enlaces de noticias
- Artículos científicos
- Videos
- Cadenas de mensajes
- Fotografías
- Ninguna
- Otra

16. ¿Considera que cuenta con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico?

- Si
- No

17. ¿Cuáles considera que son las fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico?

- Gobierno
- Organizaciones no gubernamentales
- Noticieros
- Redes sociales
- Otros

Objetivo: El principal objetivo de esta encuesta es determinar las principales razones, opiniones y comportamiento de la población que reside en la Región Metropolitana de Santiago con respecto a la prevención del riesgo sísmico y su promoción.

Instrucciones:

Lea atentamente cada pregunta y conteste según su opinión o experiencia personal.

Edad:                      Género: M ( ) F (     )

1. ¿Ha experimentado eventos sísmicos dentro de la ciudad?

- Si
- No

2. ¿Considera que el lugar donde habita es vulnerable ante un evento sísmico?

- Si
- No

**En caso de responder NO a la pregunta anterior:**

1. ¿Por qué considera que el lugar donde habita o realiza sus actividades diarias no es un lugar vulnerable ante un evento sísmico?
  - Construcciones que son sismo resistentes
  - Construcciones en un terreno adecuado
  - Suficientes lugares de encuentro y puntos seguros
  - Suficiente información acerca de cómo actuar en situaciones de emergencia
  - Buena gestión del Estado ante un desastre natural
  - Ubicación geográfica
  - Otros:
  
2. ¿Qué tan preocupado está con el conocimiento de gestión de desastres que tiene sobre sismos?
  - Nada preocupado
  - No muy preocupado
  - Neutral
  - Algo preocupado
  - Muy preocupado
  
3. ¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre la gestión de un evento sísmico?
  - Muy bajo
  - Bajo
  - Medio
  - Alto
  - Muy alto
  
4. ¿Hasta qué nivel se ha preparado para cualquier desastre que pueda ocurrir?
  - He recogido información
  - He hablado con representantes de gestión de desastres en mi comunidad.
  - He preparado un plan familiar de emergencia.
  - He preparado kits de supervivencia ante desastres.
  - He tomado un entrenamiento especial
  - He entrenado a otros miembros de la comunidad.
  - Me he registrado con entidades que proporcionan noticias de emergencia o sistemas de alerta
  - Ninguna de las anteriores
  - Otro:
  
5. ¿Ha identificado un plan de manejo de desastres o emergencias para el área donde habita o dentro de su país?
  - Si
  - No

6. ¿Conoce si existen leyes o políticas que aborden la gestión de desastres en su país?
  - Si
  - No
  
7. ¿Alguna vez usted o su familia han sido afectados por un desastre?
  - Si
  - No
  
8. ¿Alguien de lo siguiente le ha ayudado a usted o su comunidad a preparar un plan de gestión de desastres?
  - Gobierno nacional
  - Organización no gubernamental
  - Agencia de las Naciones Unidas
  - Grupos voluntarios
  - Partidos políticos locales
  - Ninguno
  - Otro
  
9. ¿Ha identificado campañas de comunicación sobre la gestión de desastres?
  - Si
  - No
  
10. ¿Cuál sería su motivación para aprender sobre el manejo del riesgo sísmico?
  - Proteger su bienestar
  - Proteger el bienestar de su familia
  - Evitar pérdidas materiales
  - Contar con la tranquilidad de saber cómo actuar ante una situación de riesgo
  - Formación técnica o educación
  - Otros:
  
11. ¿Conoce qué es la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI) y sus funciones?
  - Si
  - No
  
12. ¿Cómo considera el manejo del Estado antes, durante y después de desastres naturales?
  - Muy malo
  - Malo
  - Neutral
  - Bueno
  - Muy Bueno

13. ¿Qué nivel de confianza tiene en los organismos del Estado responsables del manejo del riesgo de desastres naturales?
- Bajo
  - Muy bajo
  - Neutral
  - Alto
  - Muy alto
14. ¿Por cuáles medios ha recibido información sobre la gestión del riesgo sísmico?
- Folletos
  - Reuniones públicas
  - Radio
  - Prensa
  - Televisión
  - Redes sociales
  - Correos Electrónicos
  - Vallas publicitarias
  - Ninguno
  - Otro
15. ¿En qué formato considera que ha recibido más información?
- Enlaces de noticias
  - Artículos científicos
  - Videos
  - Cadenas de mensajes
  - Fotografías
  - Ninguna
  - Otra
16. ¿Considera que cuenta con la cantidad de información suficiente sobre la gestión del riesgo sísmico?
- Si
  - No
17. ¿Cuáles considera que son las fuentes oficiales de información sobre el manejo del riesgo sísmico?
- Gobierno
  - Organizaciones no gubernamentales
  - Noticieros
  - Redes sociales
  - Otros

## **Bibliografía:**

A.N.D Publicidad (2022). *Oferta Volantes O Flyers A Un Precio Sin Igual*.

<https://andpublicidad.com/andwordpress/oferta-volantes-flyers/>

Agencia EFE (9 de agosto de 2018). *Chilenos crean un sistema de comunicación por radio ante un colapso en emergencias*. <https://www.efe.com/efe/cono-sur/tecnologia/chilenos-crean-un-sistema-de-comunicacion-por-radio-ante-colapso-en-emergencias/50000765-3716087>

Aguilar Y. (17 de mayo de 2016). *Medio televisivo nacional Ecuavisa*.

[https://prezi.com/3jf-9-\\_pgzse/medio-televisivo-nacional-ecuavisa/](https://prezi.com/3jf-9-_pgzse/medio-televisivo-nacional-ecuavisa/)

ANHCR ACNUR (s.f.). *¿Qué hacer en caso de desastres naturales?*. <https://help.unhcr.org/ecuador/bienvenido-a/informacion-general-sobre-ecuador/que-hacer-en-caso-de-desastres-naturales/>

Arana, L. (5 de diciembre de 2020). *Tipos de estrategias de mercadeo*. <https://www.gestiopolis.com/tipos-de-estrategias-de-mercadeo/>

Asociación Técnica de Diarios Latinoamericanos (2017). Reportaje: Principales Diarios de Ecuador. *ATDL Intercambio Técnico*, 32 (135). 1-32. [https://www.atdl.org/images/upload/revista/edicion/135/revista\\_135.pdf](https://www.atdl.org/images/upload/revista/edicion/135/revista_135.pdf)

Banco Interamericano de Desarrollo (2005). *Gestión de riesgo de amenazas naturales en proyectos de desarrollo: Lista de preguntas de verificación (“Checklist”)*. Banco Interamericano de Desarrollo. [https://www.eird.org/cd/toolkit08/material/proteccion-infraestructura/gestion\\_de\\_riesgo\\_de\\_amenaza/check-list.pdf](https://www.eird.org/cd/toolkit08/material/proteccion-infraestructura/gestion_de_riesgo_de_amenaza/check-list.pdf)

Banco Interamericano de Desarrollo (2018). *Indicadores de Riesgo de Desastre y de Gestión de Riesgos: Programa para América Latina y del Caribe: Ecuador*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Indicadores-de-Riesgo-de-Desastre-y-de-Gesti%C3%B3n-de-Riesgos-Programa-para-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Ecuador.pdf>

Bartesagui, I. (2011). *Investigación de Mercados* [Diapositiva de PowerPoint]. Biblioteca Esucomex.

<http://biblioteca.esucomex.cl/RCA/Investigaci%C3%B3n%20de%20mercado.pdfv>

Bonelli, P., Estrada Álvarez, G. M., (2016). ¿Por qué la implementación de tecnologías de resistencia sísmica puede ser un factor crítico para la competitividad? Chile, país que ha enfrentado fuertes terremotos, demostró su liderazgo, durante el evento ocurrido el 27 de febrero de 2010. Su tradición en la forma de construir permitió proteger, tanto las vidas humanas, como el patrimonio del país. *Revista Geociencias SURA*. [https://segurossura.com/blog/salud\\_planetaria/chile-ejemplo-de-gestion-del-riesgo-sismico/](https://segurossura.com/blog/salud_planetaria/chile-ejemplo-de-gestion-del-riesgo-sismico/)

Bordas Coddou, A. A. (2006). *Políticas públicas para enfrentar los desastres naturales en Chile*. [Tesis para optar al grado de magister en gestión y políticas públicas, Universidad de Chile]. Repositorio de la Universidad de Chile. [https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/102822/bordas\\_a.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/102822/bordas_a.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Centro de Apoyo al Desempeño Académico (2018). *Guía para definir objetivos basada en el método SMART* [Folleto o Panfleto]. <https://cada.udd.cl/files/2018/11/2.-B-.pdf>

Centro de Exposiciones Quito (2022). *Eventos 2022*. <https://expoceq.ec/eventos/>

Centro TV Internacional (2022). *Ratings – Ecuador 2022*. <https://www.centrotv.org/es/ratings/ratings-ecuador.html>

Chile Atiende (13 de enero de 2022). *¿Qué hacer frente a desastres naturales?*. <https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/36455-que-hacer-frente-a-desastres-naturales>

Chile Atiende (2022). *¿Qué es ChileAtiende?*. <https://www.chileatiende.gob.cl/que-es-chileatiende>

Chiluiza, C. (27 de agosto de 2015). *Radios más escuchadas por provincia*. <https://prezi.com/83pnrfoqdbt9/radios-mas-escuchadas-por-provincia/>

Chiriboga Samaniego, R. S. (2021). *Propuesta de campaña para incrementar la vacunación contra la COVID-19 dirigido a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires-Argentina en base a*

*los resultados de comunicación integrada obtenidos en Quito-Ecuador.* [Trabajo de Titulación de Grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador].

Chuy Rodríguez, T. J., (2013). *Sismos ciencia y comunidad en la gestión de los Riesgos Naturales: Una Responsabilidad compartida* [Folleto]. <https://www.scribbr.es/normas-apa/ejemplos/folleto/>

Colegio Cordillera (2018). *PISE – Plan Integral de Seguridad Escolar.* <https://www.colegiocordillera.cl/wp-content/uploads/docs/pise-cordillera-2018-02.pdf>

COMUNICARE (s.f.). *Marketing Alternativo.* [https://www.comunicare.es/marketing-alternativo/#Tipos\\_de\\_Marketing\\_Alternativo](https://www.comunicare.es/marketing-alternativo/#Tipos_de_Marketing_Alternativo)

Cornare (s.f.). *Puerta a puerta y con medidas de bioseguridad, así se adelanta campaña para prevenir el tráfico y tenencia ilegal de fauna silvestre.* <https://www.cornare.gov.co/noticias-corporativas/puerta-a-puerta-y-con-medidas-de-bioseguridad-asi-se-adelanta-campana-para-prevenir-el-trafico-y-tenencia-ilegal-de-fauna-silvestre/>

Cosgraf (2022). *Flyers o volantes.* <http://www.imprensa-cosgraf.com/volantes-flyers-diseno-grafico-imprensa-quito-ecuador/>

Delegación Provincia de Santiago. (28 de junio de 2018). *Lanzan campaña “Santiago se Prepara” ante desastres naturales.* <http://www.delegacionsantiago.gov.cl/noticias/santiago-se-prepara/>

Departamento de salud y servicios humanos condado de Montgomery, Maryland (mayo de 2008). *Respuestas sencillas a preguntas básicas sobre la preparación para emergencias públicas.* [https://www.cidrap.umn.edu/sites/default/files/public/php/347/347\\_qanda\\_spanish.pdf](https://www.cidrap.umn.edu/sites/default/files/public/php/347/347_qanda_spanish.pdf)

Digital Blue marketing inteligente (s.f.). *SMS masivo a todas las operadoras Ecuador.* <http://www.digitalblue.com.ec/sms-masivo-a-todas-las-operadoras-en-ecuador/>

Ecuador Cupón (2022). *Tríptico.* <https://tienda.ecuadorcupon.com/triptico/29-316-triptico-0000000000291.html>

El Comercio (2 de noviembre de 2021). *¿Qué es la falla de San Ramón y por qué representa un peligro para Chile?*. <https://elcomercio.pe/respuestas/que-es-falla-de-san-ramon-y-por-que-representa-un-peligro-para-chile-terremoto-sismos-revtli-noticia/?ref=ecr>

El Comercio (2019). Tarifas 2018. <https://cmvocento.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/03/TARIFAS-2019-DIARIO-El-Comercio.pdf>

El Telégrafo (2018). *Tarifario 2018*.  
<https://lotaip.eltelegrafo.com.ec/2018/junio/ELTELEGRAFO.pdf>

El Universo (2017). *Tarifas*.  
[https://corporativo.eluniverso.com/publicidad/tarifas\\_radioCity.htm](https://corporativo.eluniverso.com/publicidad/tarifas_radioCity.htm)

El Universo (s.f.). *El Universo/Medios impresos secciones*.  
[https://corporativo.eluniverso.com/publicidad/publicidadImpresa\\_primera.htm](https://corporativo.eluniverso.com/publicidad/publicidadImpresa_primera.htm)

Elizalde Durán, M. (9 de mayo de 2014). *Las demandas por atender dentro del Marketing Social*. <https://responsabilidadsocial.net/las-demandas-por-atender-dentro-del-marketing-social/?amp>

Enfoque (2017). Sociedad de las Catástrofes. *Suplemento de los estudiantes de periodismo multimedios del colegio de comunicación y artes contemporáneas: Revista Enfoque*, 38 (1390-7999), 1-4. [https://www.usfq.edu.ec/sites/default/files/2020-07/enfoque\\_2017\\_04\\_0.pdf](https://www.usfq.edu.ec/sites/default/files/2020-07/enfoque_2017_04_0.pdf)

Envios SMS (2022). *Planes y precios de envíos masivos de SMS*.  
<https://ec.enviossms.com/precios>

Espinosa, R. (s.f.). *¿Qué es el modelo AIDA en Marketing?*.  
<https://robertoespinosa.es/2017/04/11/modelo-aida-marketing-metodo/>

EUROINNOVA (s.f.). *Descubre qué es una estrategia de promoción y para qué sirven dentro del mercado de las ventas*. <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-una-estrategia-de-promocion#:~:text=Cuando%20hablamos%20de%20una%20estrategia,y%20fidelizar%20a%20los%20clientes.>

Eventos Ecuador (2022). *Archivos: Eventos*. <https://eventosecuador.com/proximos-eventos-en-ecuador/>

Fallas Moreno, T. (2018). *Segmentación de Mercados* [Diapositiva de PowerPoint]. Impulso. <https://www.meic.go.cr/meic/documentos/0d603p1jt/SegmentacionMercados.pdf>

Favola Print (2022). *Impresión de Trípticos den Guayaquil Ecuador*. <https://www.favolaprint.com/impresion-tripticos.php>

Federación Ecuatoriana de Fútbol (2 de noviembre de 2020). *Segunda categoría: ¡Definidos los encuentros de octavos de final!*. <https://www.fef.ec/segunda-categoria-definidos-los-encuentros-de-octavos-de-final/>

Feijoo Jaramillo, I., Guerrero Jirón, J. & García Regalado, J. (2017). *Marketing Aplicado en el Sector Empresarial*. Ediciones UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14270/1/Cap.2-Segmentaci%C3%B3n%20del%20mercado.pdf>

Flores, G. (11 de junio de 2021). *¿Cuánto cuesta un comercial en televisión Ecuador?*. <https://la-respuesta.com/blog/cuanto-cuesta-un-comercial-en-television-ecuador/>

FM Mundo (2022). *Tarifario 2022*. <https://fmmundo.com/wp-content/uploads/2022/04/Tarifario-2022-actualizacio%CC%81n-abril-baja.pdf>

Forero Santos, J. A. (20 de diciembre de 2002). El marketing social cómo estrategia para la promoción de la salud. *Revistas Universidad de Antioquia*, 7, 5-22. <https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/hacialapromociondelasalud/article/view/1892>

Formación Gerencial (2021). *Tarifario de diseño y digitales en Ecuador 2021*. <https://blog.formaciongerencial.com/tarifario-servicios-de-diseno-y-digitales-en-ecuador-2021/>

Galiana, P. (s.f.). *Qué es el modelo AIDA en Marketing y cómo aplicarlo*. <https://www.iebschool.com/blog/modelo-aida-como-aplicarlo-marketing-digital/#:~:text=El%20modelo%20AIDA%2C%20cuyas%20siglas,a%20trav%C3%A9s%20de%20estos%20est%C3%ADmulos.>

Giraldo, V. (14 de mayo de 2021). *¿Qué es Inbound Marketing? Conoce el Marketing de Atracción y aplícalo para atraer y conquistar clientes.* <https://rockcontent.com/es/blog/inbound-marketing/>

Gobierno de Chile (2020). *Guía para la implementación del plan para la reducción del riesgo de desastres en centros de trabajo.* Gobierno de Chile. <https://www.previsionsocial.gob.cl/sps/download/Guia-de-Implementacon-del-PRRD-en-los-centros-de-trabajo.pdf>

Gobierno de Chile (2020). *Manual de comunicación del riesgo en emergencias y desastres en salud: Mesa de comunicación del riesgo.* Gobierno de Chile. <https://degreyd.minsal.cl/wp-content/uploads/2018/04/MANUAL-COMUNICACION-DE-RIESGO-MINSAL-Versi%C3%B3n-1.0-18-diciembre-2020.pdf>

Gobierno de Chile (2020). *Política Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres: Plan Estratégico Nacional.* Gobierno de Chile. <https://emergenciaydesastres.mineduc.cl/wp-content/uploads/2021/04/POLITICA-NACIONALGESTIO%CC%81N-REDUCCIO%CC%81N-DEL-RIESGO-DE-DESASTRES-2020-2030.pdf>

Gobierno de Chile. (25 de septiembre de 2020). *Guía para la implementación del Plan para la Reducción del Riesgo de Desastres en centros de trabajo.* <https://reliefweb.int/report/chile/gu-para-la-implementaci-n-del-plan-para-la-reducci-n-del-riesgo-de-desastres-en-centros>

Gobierno de México (19 de septiembre de 2019). *#AGNRecuerda el sismo de 1985: la solidaridad de los mexicanos capturada en los cartones.* <https://www.gob.mx/agn/articulos/agnrecuerda-el-sismo-de-1985-la-solidaridad-de-los-mexicanos-capturada-en-los-cartones>

Gobierno Regional Metropolitano de Santiago (2 de noviembre de 2021). *Riesgo de Falla de San Ramón será considerado para nuevos proyectos urbanos en la zona oriente.* [https://www.gobiernosantiago.cl/riesgo-de-falla-de-san-ramon-sera-considerado-para-nuevos-proyectos-urbanos-en-la-zona-oriente/#:~:text=La%20Falla%20de%20\(San\)%20Ram%C3%B3n,poDr%C3%ADa%20extenderse%20tambi%C3%A9n%20a%20Lo](https://www.gobiernosantiago.cl/riesgo-de-falla-de-san-ramon-sera-considerado-para-nuevos-proyectos-urbanos-en-la-zona-oriente/#:~:text=La%20Falla%20de%20(San)%20Ram%C3%B3n,poDr%C3%ADa%20extenderse%20tambi%C3%A9n%20a%20Lo)

Gobierno Regional Metropolitano de Santiago. (22 de febrero de 2018). «*SANTIAGO SE PREPARA*», la campaña para la prevención de desastres naturales. <https://www.gobiernosantiago.cl/santiago-se-prepara-ante-desastres-naturales/>

Gomez Cantos, S. (3 de enero de 2022). *Televisión ecuatoriana: el 2021 fue el año de los 'reality shows' y programas de competencia*. <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/television/television-ecuador-reality-shows-nota/>

Gomez, B. (10 de octubre de 2018). *Marketing Alternativo*. <https://t4edesign.com/marketing-alternativo/>

González, I. (s.f.). *¿Qué es Inbound Marketing y cómo se aplica en la empresa?*. <https://ilifebelt.com/inbound-marketing-se-aplica-la-empresa/2016/10/#:~:text=Aplicaci%C3%B3n%20del%20Inbound%20Marketing,unas%20a%20otras%20para%20construirlo.>

GrupoK (2022). *Paradas de Bus*. <https://www.grupoksa.com/paradas-bus/>

GSMA Latin America (20 de abril de 2017). *Nos Importa Chile: Operadores móviles lanzan campaña para la preparación y respuesta ante desastres naturales*. [https://www.gsma.com/newsroom/wp-content/uploads/Nos\\_Importa\\_Chile\\_final\\_Spanish.pdf](https://www.gsma.com/newsroom/wp-content/uploads/Nos_Importa_Chile_final_Spanish.pdf)

GSMA Latin America. (20 de abril de 2017). *Nos Importa Chile: Operadores móviles lanzan campaña para la preparación y respuesta ante desastres naturales*. <https://www.gsma.com/latinamerica/es/nos-importa-chile/>.

Guijarro Tarradellas, E. & de Miguel Molina, M., (s.f.). *El Marketing Social*. [https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/39432/Objetivo%20Aprendizaje\\_Marketing%20social.pdf?sequence=1](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/39432/Objetivo%20Aprendizaje_Marketing%20social.pdf?sequence=1)

Herrero, A. (19 de julio de 2021). *¿Qué es inbound marketing?*. <https://www.titular.com/blog/que-es-inbound-marketing>

HubSpot (2021). *¿Qué es el inbound marketing?*. <https://www.hubspot.es/inbound-marketing>

Ideas para impresionar (2022). *Promoción: Volantes Full Color Láser desde \$10 en una hora*. <https://grupoideas.com.ec/portal/index.php/promociones/60-promociones-tarjetas-de-presentacion-2>

Imprenta Ramírez (4 de mayo de 2022). *Contáctanos*. <https://www.olx.com.ec/item/1000-tripticos-a4-abierto-full-color-en-papel-couche-iid-1104094043>

Instituto Geofísico y Escuela Politécnica Nacional (s.f.). *¿Qué hacer en caso de sismo?*. <https://www.igepn.edu.ec/que-hacer-ante/un-sismo>

Instituto Nacional de Defensa Civil de Perú (2021). *Plan de emergencia en caso de sismos*. <https://yomecuido.com.pe/emergencias-y-desastres/plan-de-emergencia-en-caso-de-sismos>

Jácome, E. (6 de abril de 2022). 94% de construcciones de Quito no está listo para un terremoto. *El Comercio*. [https://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/casas-construccion-sismos-peligro-quito.html?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=photopost](https://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/casas-construccion-sismos-peligro-quito.html?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=photopost)

JC Radio (2021). *Cuñas y Menciones PROMOCIÓN 2021*. <http://www.jcradio.com.ec/index.php/single-post/tarifas-quito/page/>

Jessica (14 de agosto de 2014). *Mapa Sitios Seguros Quito – Sismo Quito 2016*. <https://noticiasec.com/mapas-con-sitios-seguros-de-quito-sismo-quito/>

Justiano Moreno, D. (2020). Marketing Social y Responsabilidad Social Corporativa. *Revista latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales*, 7(1), 39-71. [http://www.scielo.org.bo/pdf/rlces/v5n1/v5n1\\_a04.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/rlces/v5n1/v5n1_a04.pdf)

La Imprenta (2022). *Impresión de Folletos Grapados*. [https://imprentaonline.laimprentacg.com/es/producto/66-folletos-grapados?utm\\_source=web-blog&utm\\_medium=boton&utm\\_campaign=catalogos&utm\\_content=catalogos](https://imprentaonline.laimprentacg.com/es/producto/66-folletos-grapados?utm_source=web-blog&utm_medium=boton&utm_campaign=catalogos&utm_content=catalogos)

La República (18 de febrero de 2022). *Lasso firma convenio para promover inversiones destinadas a reducir riesgo de desastres*. <https://www.larepublica.ec/blog/2022/02/18/lasso-firma-convenio-promover-inversiones-destinadas-reducir-riesgo-desastres/>

Landázuri Rivadeneira, D. S., Estrategias de comunicación para la secretaria nacional de gestión de riesgos a fin de disminuir el impacto en caso de que haya un sismo que afecte al área de Quito urbano [Tesis de Grado, Universidad Internacional del Ecuador]. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/227/1/T-UIDE-0212.pdf>

Laprensa.news (2019). *Periódicos de Ecuador*. <https://laprensa.news/periodicos-de-ecuador/>

Lara Belmar, C. & Barrenecha Riveros, F., (s.f.). *Distribución de la frecuencia sísmica en Chile: un aporte a las políticas públicas en gestión de riesgo de desastres*. <http://www.observatorioubogrd.cl/distribucion-la-frecuencia-sismica-chile-aporte-las-politicas-publicas-gestion-riesgo-desastres/>

Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (2017). *Medios Públicos del Ecuador: Radio, Televisión y Agencia de Noticias*. <https://lotaip.eltelegrafo.com.ec/2017/marzo/RADIOYTVPUBLICA.pdf>

Master Marketing (22 de febrero de 2021). *Qué es el modelo AIDA y como se aplica a las ventas*. <https://www.mastermarketing-valencia.com/ventas-y-gestion-comercial/blog/modelo-aida-ventas-aplicacion/>

Maturana, A., (septiembre de 2011). *Evaluación de riesgos y gestión en desastres. 10 preguntas para la década actual*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864011704655>

Max Color (2022). *Catálogo de productos*. [https://maxcolorimpresores.com/?gclid=CjwKCAjwp7eUBhBeEiwAZbHwkSyV8ZIYN79aQ5b9TYU-RB\\_mqFUjtoE0jFVgB2QAHYDCYgMgkfdeaRoCR98QAvD\\_BwE](https://maxcolorimpresores.com/?gclid=CjwKCAjwp7eUBhBeEiwAZbHwkSyV8ZIYN79aQ5b9TYU-RB_mqFUjtoE0jFVgB2QAHYDCYgMgkfdeaRoCR98QAvD_BwE)

Mazolli, S., (s, f.). *Cómo crear una Campaña de Comunicación en 8 pasos*. <https://www.silviamazzoli.com/como-crear-una-campana-de-comunicacion-en-8-pasos/>

Medios Públicos EP (2019). Tarifario 2019. [https://lotaip.eltelegrafo.com.ec/2020/mayo/TARIFAS\\_EcuadorTV\\_Publica\\_MD\\_2019.pdf](https://lotaip.eltelegrafo.com.ec/2020/mayo/TARIFAS_EcuadorTV_Publica_MD_2019.pdf)

Mendoza, F., Arenas, F. & Camus, P. (2017). *Conceptos y herramientas prácticas para un Manual de Reducción de Riesgo de Desastre en Chile*. Centro Nacional de Investigación para

la Gestión Integrada de Desastres Naturales (CIGIDEN).  
[http://geografia.uc.cl/images/destacados/MANUAL\\_FINAL\\_nov.pdf](http://geografia.uc.cl/images/destacados/MANUAL_FINAL_nov.pdf)

Metro Ecuador (2015). *Tarifario 2015*. <https://dokumen.tips/marketing/metro-ecuador-tarifario-2015.html?page=1>

Montes, C. (21 de octubre de 2021). *Falla San Ramón vuelve a “activarse”: lapidario informe del Congreso alerta que podría generar terremoto de 7,5°*.  
<https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/falla-san-ramon-vuelve-a-activarse-lapidario-informe-del-congreso-alerta-que-podria-generar-terremoto-de-75/TFMZIMJNOJGHLDDAD2TKISTBBVM/>

Moraes, J. (3 de mayo de 2019). *¡Descubre qué es el modelo AIDA y cómo aplicarlo en tu estrategia de Marketing Digital!*. <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-el-modelo-aida/>

Morales Ramírez, M. Y. (2006). Estrategias de mercadeo de las PYMEs del sector confección de la región zuliana. *Revista Multiciencias*, 6(1), 1-21.  
<https://www.redalyc.org/pdf/904/90460102.pdf>

Mueles, C. (26 de agosto de 2020). *4 estrategias de marketing que dispararán tus ventas*.  
<https://aplazame.com/blog/estrategias-marketing/>

Municipalidad de La Vicuña (2021). *Infórmate sobre el Sistema de Alerta de Emergencias (SAE)*. <https://www.municipalidadvicuna.cl/informate-sobre-el-sistema-de-alerta-de-emergencias-sae/>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2015). *Atlas de amenazas naturales y exposición de infraestructura del Distrito Metropolitano de Quito: Segunda Edición*.  
<https://www.quito.gob.ec/index.php/municipio/218-atlas-amenazas-naturales-dmq>

Naciones Unidas (2015). *Marco de Sendai para la Reducción del Riesgo de Desastres: 2015-2030*. Naciones Unidas.  
[https://www.unisdr.org/files/43291\\_spanishsendaiframeworkfordisasterri.pdf](https://www.unisdr.org/files/43291_spanishsendaiframeworkfordisasterri.pdf)

Naya, V., (2010). *El riesgo sísmico en Quito: Análisis y simulaciones*.  
[https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins\\_textes/divers11-12/010053328.pdf](https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/divers11-12/010053328.pdf)

NEOLO (2022). *Email Marketing para tu negocio*. <https://www.neolo.com/ecuador/email-marketing/#:~:text=Es%20una%20de%20las%20propiedades,%2442%2C%20seg%C3%BAn%20estudios%20de%20Hubspot>.

New Little College La Florida (2020). *Plan Integral de Seguridad Escolar*. <https://www.colegionlc.cl/wp-content/uploads/2020/04/PISE.pdf>

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2019). *PISE*.

<https://www.onemi.gov.cl/pise/#:~:text=El%20Plan%20Integral%20de%20Seguridad,una%20conciencia%20colectiva%20de%20autoprotecci%C3%B3n>.

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2019). *Plan Integral de Seguridad Escolar: Hacia una cultura del autocuidado y la prevención de riesgos*. Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública. <https://emergenciaydesastres.mineduc.cl/wp-content/uploads/2021/04/Plan-Integral-de-Seguridad-Escolar.pdf>

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2021). *Chile Preparado*. <https://www.onemi.gov.cl/chile-preparado/>

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública. (01 de junio de 2020). *Presentación Guía para la Implementación del Plan para la Reducción del Riesgo de Desastres en centros de trabajo*. <https://www.onemi.gov.cl/noticia/presentacion-guia-para-la-implementacion-del-plan-para-la-reduccion-del-riesgo-de-desastres-en-centros-de-trabajo/>

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2020). *Guía para la implementación del plan para la reducción del riesgo de desastres en centros de trabajo*. Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres (RRD) & Gobierno de Chile. [https://siac.onemi.gov.cl/documentos/TEMP/Guia\\_RRD\\_Centros\\_Trabajo.pdf](https://siac.onemi.gov.cl/documentos/TEMP/Guia_RRD_Centros_Trabajo.pdf)

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2018). *Cómo Chile Enfrenta las Emergencias: Ciclo de Gestión del Riesgo de Desastres Respuesta –Rehabilitación*. Gobierno de Chile. <https://www.eird.org/pr18/presentaciones/65-ricardotoro.pdf?>

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública. (25 de marzo de 2021). *Organizaciones se unen y lanzan campaña que busca concientizar a los chilenos en la reducción del riesgo de desastres*. <https://www.onemi.gov.cl/noticia/organizaciones-se-unen-y-lanzan-campana-que-busca-concientizar-los-chilenos-en-la-reduccion-del-riesgo-de-desastres/>

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2021). *Planes Nacionales*. <https://www.onemi.gov.cl/planes-nacionales/>

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2021). *Preparación Inclusiva*. <https://www.onemi.gov.cl/preparacion-inclusiva/>

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2021). *Pruebas SAE*. <https://www.onemi.gov.cl/pruebas-sae/>

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2021). *Familia Preparada*. <https://www.onemi.gov.cl/campana/familia-preparada/>

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2021). *Conoce los 8 pasos de una Familia Preparada: Estar preparado es tarea de todos*. ONEMI. <https://www.onemi.gov.cl/wp-content/uploads/2016/01/Manual-Familia-Preparada.pdf>

Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2021). *Visor Chile Preparado*. <https://www.onemi.gov.cl/visor-chile-preparado/>

Oficina Regional de Las Américas y el Caribe (s.f.). *Ecuador: Diagnóstico País*. [https://www.eird.org/wiki/images/Diagn%C3%B3sticoPa%C3%ADsEcuador\\_enero09\\_V3.pdf](https://www.eird.org/wiki/images/Diagn%C3%B3sticoPa%C3%ADsEcuador_enero09_V3.pdf)

Ordóñez Díaz, M. M., Montes Arias, L. M. & Garzón Cortés, G. P. (2017). Importancia de la educación ambiental en la gestión del riesgo socio-natural en cinco países de América Latina y el Caribe. *Revista Electrónica Educare*. 22(1), 345-363. <https://www.redalyc.org/journal/1941/194154980016/html/>

Organización Panamericana de la Salud (Julio de 2009). *Gestión de la información y comunicación en emergencias y desastres*.

[https://www.paho.org/chi/dmdocuments/GestionDeInformComunica\\_LowRes%20Dic%2009.pdf](https://www.paho.org/chi/dmdocuments/GestionDeInformComunica_LowRes%20Dic%2009.pdf)

Órganos de Palencia (23 de diciembre de 2021). *¿Cuál es la radio más escuchada en Quito?*. <https://organosdepalencia.com/biblioteca/articulo/read/67548-cual-es-la-radio-mas-escuchada-en-quito#question-0>

Ovando, T. (8 de abril de 2007). *Dirección de empresas informativas: Costos de Publicidad*. <http://direcciondeempresas.blogspot.com/2007/04/costos-publicidad-expo3.html>

Parra Rivero, E. (30 de noviembre de 2013). *Información de monitoreo de la propaganda electoral difundida en medios de comunicación social*. <https://slideplayer.es/slide/5560573/>

Peralta, P. (23 de enero de 2020). *“La minería no es el cuento de hadas que el mismo Estado avala”, aseguran activistas*. <https://www.pichinchacomunicaciones.com.ec/sintonia-en-medios-de-comunicacion-cayo-en-un-50-debido-a-su-baja-credibilidad/>

Pérez Romero, L. A., (2004). *Marketing Social teoría y práctica*. Pearson Educación.

Pin Molina, J. A. (20 de agosto de 2018). *Chile como ejemplo de reducción de riesgo sísmico*. <https://sites.ipleiria.pt/seismicknowledge/chile-como-ejemplo-de-reduccion-de-riesgo-sismico/>

Pin Molina, J. A., (20 de Agosto de 2018). *Chile como ejemplo de reducción de riesgo sísmico*. <https://sites.ipleiria.pt/seismicknowledge/chile-como-ejemplo-de-reduccion-de-riesgo-sismico/>

Ponce Talancón, H. (2007). La matriz FODA: Alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12(1), 113-130. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>

Prensa Escrita (s.f.). *Periódicos Diarios del Ecuador*. <https://www.prensaescrita.com/america/ecuador.php>

Primicias (2022). *Ecuador enfrenta los desastres naturales sin una ley de gestión de riesgos*. <https://www.primicias.ec/noticias/politica/ecuador-desastres-naturales-sin-ley-gestion-riesgos/>

Proaño, N. (8 de febrero de 2022). *Revelación de Masterchef Ecuador: Con tres finales se elegirá al ganador*. <https://www.metroecuador.com.ec/entretenimiento/2022/02/08/revelacion-de-masterchef-ecuador-con-tres-finales-se-elegira-al-ganador/>

Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo. (4 de abril de 2014). *La ONU alaba la reacción rápida y ordenada en Chile tras el terremoto*. <https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/es/home/presscenter/articles/2014/04/04/c-hile-la-gesti-n-del-riesgo-de-desastres-es-responsabilidad-de-todos-y-todas-.html>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2012). *Conceptos Generales sobre Gestión del Riesgo de Desastres y Contexto del País: Experiencias y Herramientas de aplicación a nivel regional y local*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. [https://www.preventionweb.net/files/38050\\_38050conceptosbsicos.pdf](https://www.preventionweb.net/files/38050_38050conceptosbsicos.pdf)

Programa de Riesgo Sísmico & Universidad de Chile (2019). *Informe programa de riesgo sísmico (PRS) 2018-2019*. Programa de Riesgo Sísmico & Universidad de Chile. <https://prs.dgf.uchile.cl/wp-content/uploads/2020/05/Informe-Final-PRS-2018-2019-VF-.pdf>

Programa de Riesgo Sísmico & Universidad de Chile (2020). *Informe programa de riesgo sísmico 2020*. Programa de Riesgo Sísmico & Universidad de Chile. <https://prs.dgf.uchile.cl/wp-content/uploads/2021/04/informe-prs-2020-mar-2021.pdf>

Programa de Riesgo Sísmico (2021). *¿Qué es el PRS?*. <https://prs.dgf.uchile.cl/portada/que-es-el-prs/>

Programa de Riesgo Sísmico (2021). *Material de Apoyo*. <https://prs.dgf.uchile.cl/difusion-valoracion-ciudadana/material-de-apoyo/>

Programa de Riesgo Sísmico (2021). *PAR EXPLORA*. <https://prs.dgf.uchile.cl/difusion-valoracion-ciudadana/par-explora/>

Programa de Riesgo Sísmico (2021). *Ruta de los Saberes*. <https://prs.dgf.uchile.cl/difusion-valoracion-ciudadana/ruta-de-los-saberes/>

Programa de Riesgo Sísmico. (2021). *Nuestros patrimonios presentes y futuros, nuestros desastres pasados*. [Folleto]. Programa de Riesgo Sísmico.

Proyecto DIPECHO (1998). *La comunicación social en la gestión del riesgo*. Proyecto DIPECHO. <https://dipecholac.net/docs/files/258-la-comunicacion-social-en-la-gestion-de-riesgo.pdf>

PUBLITRANS (2022). *Publicidad en Trole Bus y Ecovia Quito*. <https://www.publitrans.com/sitio/publicidad-en-trole-bus-y-ecovia-quito/>

QuestionPro (s.f.). *Preguntas De La Encuesta De Gestión De Desastres + Plantilla De Cuestionario De Muestra*. <https://www.questionpro.com/es/survey-templates/disaster-management-survey-questions/>

Quiroz, M., (19 de enero de 2018). *Las mejores prácticas en 3 países para hacer frente a los sismos*. <https://obras.expansion.mx/construccion/2018/01/19/las-mejores-practicas-en-3-paises-para-hacer-frente-a-los-sismos>

Rados.com.ec (s.f.). *Emisoras de radio de top 40*. <https://radios.com.ec/genero/top-40/>

Ramos, M. (7 de junio de 2021). *Qué es una estrategia de mercadeo: las claves para lograr el éxito en tus esfuerzos de marketing*. <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-una-estrategia-de-mercadeo/>

Rebold (12 de mayo de 2021). *MÉTODO AIDA EN MARKETING: QUÉ ES Y CÓMO APLICARLO CORRECTAMENTE*. <https://letsrebold.com/es/blog/metodo-aida-en-marketing/>

Red Geográfica de Chile (17 de marzo de 2018). *Nuevos mapas de América del Sur que muestran proyecciones de terremotos en los próximos 100 años*. <https://twitter.com/RedGeoChile/status/975091010962362368>

Registro Civil (2014). *Inversión en Televisión*. <https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/01/10DIFUSION-Y-COMUNICACION-INFORME-COMUNICACION-SOCIAL.pdf>

Revista Líderes (s.f.). *El anunciante vende y da vida a las paradas*. <https://www.revistalideres.ec/lideres/anunciante-vende-da-vida-paradas.html>

Revista Líderes (s.f.). *La publicidad se mueve a 50 kilómetros por hora en Quito*. <https://www.revistalideres.ec/lideres/publicidad-mueve-50-kilometros-hora.html#:~:text=El%20costo%20estimado%20para%20pautar,la%20EPQ%20y%20pued en%20variar.>

Revuelta Valdéz, R. (2019). *Incidencia del rating en la televisión abierta para la toma de decisiones comerciales de los anunciantes en las ciudades de Quito y Guayaquil en el periodo*. <https://slideplayer.es/slide/13459582/>

Ro, A. (9 de mayo de 2022). *25 Estrategias de Marketing para hacer un buen Marketing Mix*. <https://aulacm.com/estrategias-marketing-mix/>

Rosgaby Medina, K., (1 de Febrero de 2019). *Métodos para medir la efectividad de tus campañas*. <https://branch.com.co/marketing-digital/metodos-para-medir-la-efectividad-de-tus-campanas/>

Rugiero, V. & Wyndham, K. (2013). Identificación de capacidades para la reducción de riesgo de desastre: enfoque territorial de la participación ciudadana en la precordillera de comuna de La Florida, Santiago de Chile. *Investigación Geográfica Chile*, (46), 57-78.

Sánchez, R. (7-11 de mayo de 2012). *El riesgo y el peligro como factores de construcción y organización de la ciudad de Santiago de Chile* [Discurso principal]. XII Coloquio Internacional de Geocrítica, Bogotá, Colombia. <http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2012/actas/07-R-Sanchez.pdf>

Santiago: Ilustre Municipalidad (2021). *Cerro Santa Lucía: Símbolo de Encuentro de Saberes*. [Folleto]. Santiago: Ilustre Municipalidad.

Secretaría de Gestión de Riesgos (2018). *Plan Nacional de Respuesta ante Desastres*. Gobierno de la República del Ecuador. <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/08/Plan-Nacional-de-Respuesta-SGR-RespondeEC.pdf>

Serrano, D. (5 de abril de 2022). *Feria de vivienda en Quito presenta más de 300 proyectos*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/feria-vivienda-quito-proyectos-inmobiliarios.html>

Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (2019). *Plan Específico de gestión de riesgos 2019 - 2030*. Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias. <https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/07/plan-nacional-riesgos-web.pdf>

Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (s.f.). *Ecuador consolida el Acuerdo Nacional para la Reducción de Riesgo de Desastres 2030*. <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/ecuador-consolida-el-acuerdo-nacional-para-la-reduccion-de-riesgo-de-desastres-2030/>

Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (s.f.). *El Servicio General de Gestión de Riesgos y Emergencias presentó campaña de prevención por sismos “Ecuador Preparado ante Riesgos y Desastres. Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias*. <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/el-servicio-nacional-de-gestion-de-riesgos-y-emergencias-presento-campana-de-prevencion-por-sismos-ecuador-preparado-ante-riesgos-y-desastres/>

Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (s.f.). *Recomendaciones en caso de sismos*. <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/recomendaciones-en-caso-de-sismos/>

Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (s.f.). *Sismos*. <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/sismos/>

Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (s.f.). *SNDGR marca un antes y un después en Gestión de Riesgos, según Presidente Correa*. <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/sndgr-marca-un-antes-y-un-despues-en-gestion-de-riesgos-segun-presidente->



Torres, C. (27 de octubre de 2021). *Tras seguidilla de sismos, expertos alertan sobre el riesgo de un terremoto de gran magnitud cerca de Santiago de Chile*. <https://www.infobae.com/america/america-latina/2021/10/27/tras-seguidilla-de-sismos-expertos-alertan-sobre-el-riesgo-de-un-terremoto-de-gran-magnitud-cerca-de-santiago-de-chile/>

Trillo, C. (21 de julio de 2021). *ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN: CÓMO PROMOCIONAR MI NEGOCIO [2021]*. <https://www.evinex.com/es/estrategias-de-promocion/>

UNESCO (2012). *Análisis de Riesgos de Desastres en Chile*. VII Plan de Acción DIPECHO en Sudamérica. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232991>

UNICEF. (2018). *Índice de gestión de riesgos para América Latina y el Caribe: Actualización INFORM-LAC 2018* (Informe n° 2). UNICEF. <https://www.unicef.org/lac/media/1601/file>

Universidad de Chile. (2017). *Informe programa de riesgo sísmico: Informe Final 2017*. Universidad de Chile. <https://prs.dgf.uchile.cl/wp-content/uploads/2020/05/Informe-FINAL-PRS-2017.pdf>

Vaca Santacruz, F. (19 de abril de 2022). *El mal negocio del Municipio en las paradas de buses de Quito*. <https://www.planv.com.ec/historias/cronica/el-mal-negocio-del-municipio-paradas-buses-quito>

Valdés, P. (31 de marzo de 2022). *Inbound marketing: qué es, fases o etapas y metodología*. <https://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-que-es>

Vargas, A. (2017). *Investigación de Mercados*. Fundación Universitaria del Área Andina.

Vargas, G. & Robolledo, S. (Octubre de 2015). *La Falla San Ramón y el peligro sísmico de Santiago: Nuevos antecedentes morfoestratigráficos e implicaciones normativas*. XIV Congreso Geológico Chileno. [https://biblioteca.sernageomin.cl/opac/DataFiles/14905\\_v1\\_pp\\_379\\_381.pdf](https://biblioteca.sernageomin.cl/opac/DataFiles/14905_v1_pp_379_381.pdf)

Vatican News. (27 de marzo de 2021). *Cáritas Chile lanza campaña para gestión de desastres: Más Unidos Menos Riesgo*. <https://www.vaticannews.va/es/iglesia/news/2021-03/caritas-chile-campana-gestion-desastres-mas-unidos-menos-riesgo.html>

Vega, D. (13 de febrero de 2022). *La estrategia de promoción como herramienta de marketing*. <https://clickbalance.com/blog/la-estrategia-de-promocion-como-herramienta-de-marketing/>

Vida Nueva Digital. (30 de marzo de 2021). *Cáritas Chile lidera campaña para reducir riesgos de desastres*. <https://www.vidanuevadigital.com/2021/03/30/caritas-chile-lidera-campana-para-reducir-riesgos-de-desastres/>

VIDALPRO DIGITAL (s.f.). *Modelo AIDA: Técnica de marketing, publicidad y ventas*. <https://vidalpro.mx/marketing/modelo-aida/>

Wikipedia (20 de marzo de 2022). *Telecomunicaciones en Ecuador*. [https://es.wikipedia.org/wiki/Telecomunicaciones\\_en\\_Ecuador#:~:text=Los%20operadores%20de%20Telefon%C3%ADa%20M%C3%B3vil,Otecel%20\(Movistar\)%20y%20CNT.](https://es.wikipedia.org/wiki/Telecomunicaciones_en_Ecuador#:~:text=Los%20operadores%20de%20Telefon%C3%ADa%20M%C3%B3vil,Otecel%20(Movistar)%20y%20CNT.)