

LAS 4 ESTRATEGIAS DEL MODELO INTEGRAL



1 FASE

Secretaría de Salud

Diagnóstico de Percepción
ciudadana sobre los cuidados
del COVID-19 por grupos
focales



- **Adolescentes 12 a 19 años**
- **Adultos 20 a 30 años**
- **Adultos 30 a 50 años**
- **Adultos mayores 65 años en adelante**

2 FASE

Mesas de Salud y
Comunicación

Con los resultados del
diagnóstico se trabaja en la
propuesta de
contenidos y estrategia
de comunicación



- **Medios masivos**
- **Redes sociales**
- **Educocomunicación**

3 FASE

SECOM

Produce y
pauta productos
comunicacionales

4 FASE

Mesas de Salud y
Comunicación

Evaluación

1 FASE: Diagnóstico de percepción ciudadana sobre la COVID-19.

Grupos focales realizados a través de autogestión institucional del 17 al 22 de julio

Adolescentes 11 a 19 años

Adultos jóvenes 20 a 30 años

Adultos de 31 a 49 años

Adultos mayores 65 años en adelante

Género:
Femenino y masculino

Total participantes:
320 personas

Sectores:
centro, sur y norte de la ciudad

Barrios (7):

San Luis de Chillogallo, Colinas del Sur, Guamaní, Panecillo, Toitiuco, Calderón, Carapungo. Además, 60 y piquito

Equipo:
Dirección de Promoción y Vigilancia de la Salud y Coordinación de Comunicación Social

Situación general:

Existe conocimiento de lo que es la COVID-19

Hay inconformidad con las medidas tomadas por las autoridades nacionales

Preocupación por el estado actual de sus sectores

Intranquilidad debido al incumplimiento de las medidas en sectores de la población

Exigen mayor control en los barrios y acciones de intervención

Sienten miedo de que sus familiares se contagien

Piensen que la gente (los otros) no sabe cómo cuidarse, no usan bien la mascarilla y no mantiene la distancia. Ellos si se cuidan bien.

No salieron de casa excepto por asuntos médicos y manifiestan que sí visitan a sus familiares

Les genera pánico contraer la enfermedad y que en el hospital no exista ayuda

Expresan malestar emocional: irritabilidad, miedo, frustración, tristeza, llanto, temor por pérdida de trabajo, terror que algún familiar muera

Adolescentes 11 a 19 años:

Manifiestan que se reúnen con sus amistades en las casas y se invitan por redes sociales

La información sobre la COVID 19 les genera miedo

Requerimientos:

Mayor información sobre el uso correcto y desecho de mascarillas

Concurso por las redes sociales sobre eventos culturales (pintura de murales y video jugos)

Esperan eventos musicales en sus barrios.

Adultos jóvenes 20 a 30 años:

El grupo cuenta con información bastante acertada respecto de la temática

Le han perdido el miedo al virus

Afirman que toman las medidas necesarias para el cuidado, pero los otros (la ciudadanía en general) no

Requerimientos:

Estaciones de agua para lavarse las manos en lugares públicos

Adultos de 31 a 49 años:

Tienen temor de contraer la enfermedad por la poca capacidad de respuesta hospitalaria y desabastecimiento de medicamentos

Indican que desinfectan las mascarillas

La medida de aislamiento es oportuna cuando se evidencia diagnóstico positivo de COVID 19 a través de prueba PCR

Desconocen información sobre los asintomáticos.

Manifiestan que la realidad actual implica asumir otro estilo de vida

Requerimientos:

Seguir con estrategias de promoción de salud en los barrios de mayor contagio y con información actualizada.

Grupo adulto mayores:

Tiene conocimiento de lo que es la COVID-19 y la prevención

Conocen que están en vulnerabilidad

Reconocen que no han salido, cumplen con la normativa emitidas por las autoridades

Hay cierta desinformación de cómo se produce el contagio

Tienen visitas de sus familiares

Hacen referencia al lavado de manos, uso de alcohol y distanciamiento social

Fase 2 Estrategia de comunicación y educación



1.- COMUNICACIÓN MASIVA

Difusión masiva
(medios de comunicación)

Quito Informa
(plataforma SECOM)



medios

Entrevistas
Difusión en Redes

Boletines



requerimientos

Colaboración de voceros

Información actualizada
Conocimiento de ajustes operativos

2.- COMUNICACIÓN EN AISLAMIENTO

Radio Amiga
(radio Pacha)

Teleasistencia
(apoyo comunicacional)

Talleres lúdicos
virtuales

Botiquín comunitario
(apoyo comunicacional)

medios

Programa radial 3 veces x
semana (horario 9 a 10h)

Entrega de mensajes
comunicacionales

Preparación de
juegos lúdicos

Diseño e imagen de
botiquines

requerimientos

Definición de participantes
Coordinación con Radio
Pacha y SECOM

Preparación de mensajes
en coordinación con
DMGSS-DMPPVS

Preparación de contenidos
y diseño de materiales

Definición de contenidos
con DMGSS-DMPPVS

3.- COMUNICACIÓN COMUNITARIA

ASOMA VE (Secretaría de Cultura)
AMT

Radio Parlante coordinación
con SECOM

Chat Comunitario (Administraciones
Zonales)

medios

Acciones de motivación en territorio

Equipos audio, parlantes, micrófonos
consola, locutores, animadores

Red de vigilantes comunitarios

requerimientos

Incidir en mensajes de dependencias
municipales

Transformador de energía,
movilización, contenidos, voceros/as,
coordinador de programa, AMT

Contactos con líderes

Avances fase 2:

Difusión masiva permanente de la estrategia de intervención y medidas de bioseguridad:

Plan de medios con voceros y voceras
Entrevistas
Cobertura periodística

Difusión en redes (SECOM):
campana medidas de bioseguridad, información periodística de estrategia de intervención y de la COVID-19

Con los resultados de los grupos focales, se está trabajando en los nuevos contenidos