

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE PUBLICIDAD**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN PUBLICIDAD**

TEMA

**ANÁLISIS DEL EFECTO PSICOSOCIAL DE LA CAMPAÑA
“DAR VIDA, ESTÁ EN TUS MANOS” EN LA COMUNIDAD
HOSPITALARIA DEL HOSPITAL LUIS VERNAZA.**

REALIZADO POR:

LINDAO QUIMIS CINTHYA LISSETTE

MORÁN MORA JENNIFER BETZABETH

TUTOR:

MsC. Roberto Medina Acuña

GUAYAQUIL – ECUADOR

PERIODO 2015 - 2016

DEDICATORIA

Este proyecto que he realizado con esmero y dedicación, lo dedico principalmente a Dios, quien ha sido un pilar fundamental en mi vida personal para no abandonar este proyecto de sustentación. Sin duda alguna, también lo dedico a quien ha sido mamá y papá para mí, esa persona es mi Mamá, sin ella no hubiese logrado culminar los estudios universitarios y demás actividades que conllevan ser un Profesional.

Lindao Quimis Cinthya Lissette

Dedico este trabajo a Dios, por haberme dado la sabiduría, la fuerza y la fortalece para haber obtenido este logro en mi vida, sin el respaldo de él no hubiera podido llegar a donde estoy.

A mis padres, ya que han sido mi pilar fundamental y mi gran apoyo durante toda mi vida, sin el respaldo de ustedes no creo que hubiera llegado hasta donde estoy ahora, me siento muy feliz de poder dedicarles mis logros, por haber estado en cada etapa del crecimiento como ser humano con sus sabios consejos alcanzando mis metas.

Jennifer Betzabeth Morán Mora

RECONOCIMIENTO

Agradezco de manera especial e infinitamente a mi Mamá, quien ha sido parte de mi vida estudiantil y por qué no decir de la profesional que ahora soy. Este reconocimiento también lo otorgo a todos los docentes que conforman y/o conformaron la Escuela de Publicidad, quienes qué con su arduo trabajo inculcaron el valor de ser un Profesional, sobre todo a mi tutor MsC. Roberto Medina Acuña por toda la enseñanza impartida para la elaboración de este proyecto.

Lindao Quimis Cinthya Lissette

Agradeciendo de manera especial a mis padres, por su apoyo incondicional, por el esfuerzo, sacrificio y dedicación que han tenido conmigo para poder llegar a cumplir esta meta.

A mis profesores, familia y amigos por el apoyo y conocimiento que me supieron dar, me enseñaron a ser una persona de bien, a nuestro tutor el Msc. Roberto Medina por haber depositado su confianza en nosotras y con sus amplios conocimientos guiándonos para concluir con este sueño. Gracias por su tiempo y dedicación y formar una profesional de bien.

Jennifer Betzabeth Morán Mora

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Guayaquil, 17 de marzo del 2015

Certifico que el Proyecto de Investigación titulado: **ANÁLISIS DEL EFECTO PSICOSOCIAL DE LA CAMPAÑA “DAR VIDA, ESTÁ EN TUS MANOS” EN LA COMUNIDAD HOSPITALARIA DEL HOSPITAL LUIS VERNAZA**, ha sido elaborado por las Señoritas Lindao Quimis Cinthya Lissette y Morán Mora Jennifer Betzabeth, bajo mi tutoría y que el mismo reúne los requisitos para ser defendidos ante el Tribunal que se designe para el efecto.

MsC. Roberto Medina Acuña, Tutor

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
RECONOCIMIENTO.....	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA A INVESTIGAR	2
1.1. Tema.....	2
1.2. Planteamiento del Problema.....	2
1.3. Formulación del problema.....	17
1.4. Delimitación del problema	17
1.5. Justificación del problema.....	18
1.6. Sistematización del problema.....	18
1.7. Objetivo General de la Investigación	19
1.8. Objetivos Específicos de la investigación	19
1.9. Límites de la investigación.....	19
1.10. Identificación de las variables.....	20

1.11.	Hipótesis	20
1.12.	Operacionalización de las Variables.....	20
CAPÍTULO II		21
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....		21
2.1.	Antecedentes referenciales y de investigación	21
2.1.	Marco Teórico Referencial.....	24
2.2.	Marco Legal	39
CAPÍTULO III.....		47
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION		47
3.1.	Métodos de investigación	47
3.2.	Población y muestra	48
3.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50
3.3.1.	Aplicación de Instrumentos.....	51
3.3.2.	Diseño y formato de la encuesta	51
3.4.	Recursos: fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos	56
3.5.	Tratamiento de la información.- Procesamiento y análisis	58
3.5.1.	Procesamiento de los resultados.....	59
CAPÍTULO IV.....		80
LA PROPUESTA		80
4.1.	Título de la propuesta	80
4.2.	Justificación de la propuesta.....	80
4.3.	Objetivo general de la propuesta	81
4.4.	Objetivos específicos de la propuesta	81

4.5.	Hipótesis de la propuesta.....	81
4.6.	Listado de contenidos y flujo de la propuesta	81
4.7.	Desarrollo de la propuesta	82
4.8.	Impacto de producto de beneficio obtenido	100
CONCLUSIONES		102
RECOMENDACIONES		103
BIBLIOGRAFÍA		104
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables	20
Tabla 2 Mitos y verdades asociadas a la donación de órganos	27
Tabla 3 Procedimientos de trasplante conforme la hora	28
Tabla 4 Presupuesto	58
Tabla 5 Condición del informante.....	59
Tabla 6 Género.....	60
Tabla 7 Edad	61
Tabla 8 Donación de órganos.....	62
Tabla 9 Ayuda para salvar vidas	63
Tabla 10 Campaña publicitaria	64
Tabla 11 Conocimiento de campaña	65
Tabla 12 Campañas rutinarias	66
Tabla 13 Medios de comunicación	67
Tabla 14 Impacto.....	68
Tabla 15 Agrado de campaña.....	69
Tabla 16 Desagrado de la campaña.....	70
Tabla 17 Ley de Donación de Órganos.....	71
Tabla 18 Ley actual.....	72
Tabla 19 Donación de órganos.....	73
Tabla 20 Disposición de donación	74
Tabla 21 Conocimiento de donación.....	75
Tabla 22 Flow Chart Estratégico	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Desarrollo web 2.0	4
Gráfico 2 Manejo de medios de comunicación	4
Gráfico 3 Prensa escrita	5
Gráfico 4 Capacitaciones	5
Gráfico 5 Desarrollo de capacitaciones en Colegios.....	6
Gráfico 6 Carnet	6
Gráfico 7 Carnet al reverso	7
Gráfico 8 Campañas de concienciación	8
Gráfico 9 Spot del Comercial.....	11
Gráfico 10 Spot del Comercial del gobierno.....	11
Gráfico 11 Comercial del trasplante de corazón	12
Gráfico 12 Flyer	12
Gráfico 13 Hoja volante	13
Gráfico 14 Parte exterior (hoja volante).....	13
Gráfico 15 Parte interior (hoja volante)	14
Gráfico 16 Trípticos	14
Gráfico 17 Trípticos parte interior	15
Gráfico 18 Afiches (Corazón).....	15
Gráfico 19 Afiches (Riñones)	16
Gráfico 20 Ley orgánica de Donación de órganos, tejidos y células	16
Gráfico 21 Procedimiento del trasplante de riñones	30
Gráfico 22 Estadísticas de trasplantes 2011 - 2012 - 2013 - 2014.....	32
Gráfico 23 Trasplantes renales con donantes vivos y cadavéricos realizados del 2011 al primer semestre del 2014	32
Gráfico 24 Proceso de donación y trasplante) donante cadavérico.....	46
Gráfico 25 Recursos materiales	50
Gráfico 26 Condición del informante	59
Gráfico 27 Género.....	60
Gráfico 28 Edad	61
Gráfico 29 Donación de órganos	62
Gráfico 30 Ayuda para salvar vidas	63
Gráfico 31 Campaña publicitaria	64
Gráfico 32 Conocimiento de campaña.....	65
Gráfico 33 Campañas rutinarias.....	66
Gráfico 34 Medios de comunicación	67
Gráfico 35 Impacto	68

Gráfico 36 Agrado de campaña	69
Gráfico 37 Desagrado de la campaña.....	70
Gráfico 38 Ley de Donación de Órganos.....	71
Gráfico 39 Ley actual.....	72
Gráfico 40 Donación de órganos	73
Gráfico 41 Disposición de donación	74
Gráfico 42 Conocimiento de donación	75
Gráfico 43 Desarrollo de entrevistas.....	78
Gráfico 44 Marca	82
Gráfico 45 Tipo de Letra.....	86
Gráfico 46 StoryBoard	87
Gráfico 47 StoryBoard	87
Gráfico 48 StoryBoard	88
Gráfico 49 StoryBoard	88
Gráfico 50 StoryBoard	89
Gráfico 51 StoryBoard	89
Gráfico 52 StoryBoard	90
Gráfico 53 StoryBoard	90
Gráfico 54 StoryBoard	91
Gráfico 55 Icono de cuña radial	91
Gráfico 56 Afiche.....	92
Gráfico 57 Lado Anverso.....	93
Gráfico 58 Lado Reverso	94
Gráfico 59 Lado Anverso.....	95
Gráfico 60 Lado Reverso	966
Gráfico 61 Volante.....	977
Gráfico 62 Banner.....	988
Gráfico 63 Valla 10X4 metros	999
Gráfico 64 4X3 METROS	100

INTRODUCCIÓN

La donación y trasplante de órganos en el Ecuador es un tema de interés social, pero por la falta de conocimiento sobre este tema no se han obtenido resultados positivos o mayores investigaciones sobre el mismo, lo cual es un aspecto negativo ya que cada día aumenta el número de personas que necesitan de este tratamiento para mejorar o salvar sus vidas.

Es importante acotar que en el Ecuador no existe la cultura de la donación de órganos, esto se da por diversos factores como mitos o tradiciones, miedos, porque piensan que con la nueva ley estas les exige y no le dan la potestad de elegir. De aquí nace la importancia de tomar este tema. Por lo tanto, el trabajo se basará en el desarrollo de una campaña publicitaria para para impulsar, concienciar e incentivar a las personas a que accedan a ser donantes de órganos. La estructura del trabajo se determina de la siguiente manera:

- Capítulo I: Constituye la definición del problema de investigación, donde se mencionan los aspectos relevantes que dieron origen a la necesidad de desarrollar el proyecto.
- Capítulo II: Se incluye el marco referencial del trabajo, donde se consultaron proyectos desarrollados por otros autores bajo un enfoque similar, además se incluyen teorías que permiten conocer más acerca del tema relacionado con la publicidad y la donación a nivel mundial.
- Capítulo III: Se menciona la metodología de investigación aplicada, aspectos como el tipo de investigación, la población y la muestra con la cual se trabajó para obtener la información necesaria con resultados estadísticos.
- Capítulo IV: La propuesta, en la cual se establecen los elementos de la campaña, que se ha desarrollado en base a los resultados de la investigación que se obtuvieron.
- Conclusiones y recomendaciones: Incluyen los aspectos relevantes que pudieron identificar las autoras al desarrollar el trabajo, así como también recomendaciones que se deberían aplicar para obtener mejores resultados de la campaña.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA A INVESTIGAR

La Campaña “Dar Vida, Está en tus Manos”, fue emprendida por el Ministerio de Salud Pública a través del Organismo Nacional de Donación y Trasplante (ONTOT), considerando que en Ecuador existía la cultura de la donación de órganos. La presente investigación pretende analizar la campaña como tal y determinar cuáles fueron los efectos psicosociales que la misma causó dentro de la comunidad hospitalaria (administradores, médicos, pacientes, visitantes, etc.) del Hospital Luis Vernaza en la ciudad de Guayaquil.

1.1.Tema

Análisis del efecto psicosocial de la campaña “dar vida, está en tus manos” en la comunidad hospitalaria del Hospital Luis Vernaza.

1.2.Planteamiento del Problema

La donación de órganos no es un tema de actualidad sino que nace desde el año 700 A.C., los antecedentes históricos mencionan que los primeros trasplantes de órganos se realizaron con los pobladores de la India, ellos efectuaron el trasplante de piel de glúteos con la finalidad de reconstruir la nariz y el pabellón de la oreja. Otra de las historias, es la leyenda de los Santos Cosme y Damián, ambos establecieron las primeras ideas de trasplante de un donante cadavérico con finalidad terapéutica, los Santos llegaron a amputar la pierna de un gladiador etíope muerto para reemplazar la pierna gangrenosa de un Justiniano y ofrecerle una vida mejor.

Durante los siglos XVII y XIX por primera vez se realizó con éxito un trasplante de piel tomándola de personas fallecidas. En realidad la temática de la donación de órganos tiene su inicio en el siglo XX, en esta época surge el crecimiento de los trasplantes gracias a nuevas técnicas e implementos quirúrgicos que tienden a

mejorar la calidad de vida, como también en la preservación de órganos para su implante.

En el Ecuador el 27 de julio de 1994, mediante Registro Oficial No. 492 entra en vigencia la Ley de Trasplantes de Órganos y Tejidos No. 58, la misma que en su tiempo fue desconocida por la mayoría de los ciudadanos, esta ley estuvo vigente por 16 años y al presente se encuentra como disposición derogatoria en la actual Ley. Debido al desconocimiento o a la poca importancia que pudo generar la Ley en ese año, se puede percibir que la publicidad y la cantidad de donaciones y trasplantes fueron escasas.

En el 2007, con la creación del Departamento de Comunicación del Organismo Nacional de Donación y Trasplantes de Órganos y Tejidos ONTOT, entidad adscrita al Ministerio de Salud Pública MSP, se establecen los primeros lineamientos para difundir el tema de la donación - trasplantes, gestionando espacios publicitarios en distintos medios de comunicación, así como esporádicos eventos de socialización, ruedas de prensa y agenda de medios para informar a la comunidad los avances y logros de la actividad trasplantológica en el país.

Este sistema de comunicación se mantiene hasta fines de 2009, donde se renueva el equipo de comunicación e implementan nuevas estrategias. A partir de ahí, desde inicios de 2010 se estableció el primer Plan Estratégico de Comunicación Social, basado en los lineamientos determinados por el Ministerio de Salud como su ente rector, dentro del cual se han ido implementando diversas actividades y acciones tales como:

- Desarrollo web 2.0, levantamiento de información, reestructuración página web institucional.

Gráfico 1 Desarrollo web 2.0



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Ésta ha sido diseñada con integración y estandarización en base a los lineamientos establecidos por la Presidencia de la República (ubicación de la Marca País, diseño de su imagen institucional, los gráficos determinados hacen que la página se muestre de manera atractiva, clara y uniforme generando una identidad y posicionamiento). Además su información es complementada con boletines de prensa, estadísticas, información legal, datos y noticias relevantes sobre las funciones del Gobierno.

- Manejo de medios de comunicación y publicaciones: reportajes, entrevistas, boletines, mailings y monitoreo.

Gráfico 2 Manejo de medios de comunicación



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Gráfico 3 Prensa escrita



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

En cuanto al manejo de los diferentes medios de comunicación, la Institución se encarga de supervisar las publicaciones referentes al tema de la donación y trasplante de órganos, como también se encarga de transmitir los avances de la actividad con entrevistas y reportajes que son únicamente dadas por la Dirección Ejecutiva y sus Voceros Oficiales (Coordinadores Zonales).

- Capacitaciones, mesas de registro y carnetización en colegios, universidades, empresas privadas e instituciones públicas

Gráfico 4 Capacitaciones



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Gráfico 5 Desarrollo de capacitaciones en Colegios



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Diseño del Carnet

Frontal

Gráfico 6 Carnet

A photograph of a blue and white card titled 'DONANTE VOLUNTARIO DE ÓRGANOS, TEJIDOS Y CELULAS'. The card features the logo of the 'Ministerio de Salud Pública' (MSP) in the top left corner. The main text reads: 'Yo, _____ (nombres y apellidos) Por mis propios y personales derechos, a título gratuito, dono mis órganos, tejidos y células para fines de trasplante, al momento de mi muerte, con la esperanza de ayudar a salvar vidas.' Below this, there are fields for 'Cédula Identidad: _____', 'Tipo de Sangre: _____', 'E-mail: _____', and 'Fecha Nac.: _____'. At the bottom right, there is a line for 'Firma del Donante'. The card is set against a background of a faint anatomical diagram of a human torso.

Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Al reverso

Gráfico 7 Carnet al reverso

Dirección: _____
Teléfonos: _____
En caso de emergencia comunicarse con:
Parentesco: _____ Teléfonos: _____
Datos de Emisión del Carnet
Lugar: _____ Fecha: _____
Autorizado por _____
Ministerio de Salud Pública
Dar vida está en tus manos
www.ontot.gob.ec • ontot@ontot.gob.ec
Quito: Av. de La Prensa N44-08 y E. Carvajal • 022 449 394 • 096 802 503
Guayaquil: Cerro del Carmen, Junto a Canal 2 • 04 2300 477 Ext. 4024 • 096 808 811
Cuenca: Hospital Vicente Corral Moscoso • 07 4096 600 Ext. 7791 • 084 693 656

Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

El Instituto (INDOT) se encarga de realizar diferentes talleres de capacitación a funcionarios del sector público y privado para que tengan el conocimiento de poder dar la información adecuada; entre los cuales se tiene:

“Curso de Comunicación en Situaciones Críticas” (este ayuda a que el médico encargado, pueda intervenir con los familiares del paciente fallecido, para que accedan a donar sus órganos sin tener que causarles más dolor por la pérdida de su ser querido).

“Taller de Muerte Encefálica” (el mismo trata de cómo diagnosticar y mantener al paciente fallecido en esas condiciones).

- **Muerte Encefálica.**-Cese irreversible de las funciones encefálicas, aún en presencia de un funcionamiento cardiovascular y ventilatorio artificial, certificada de acuerdo al protocolo que la Autoridad Sanitaria Nacional reglamente.

En estos talleres también se brinda capacitación a Funcionarios Judiciales para que tengan conocimiento en general de los artículos establecidos en la Ley Orgánica de Donación y Trasplantes de Órganos, Tejidos y Células.

- Suscripción de convenios interinstitucionales con entidades públicas para capacitaciones permanentes, campañas de concienciación internas y activación de voluntariado.

Gráfico 8 Campañas de concienciación



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Uno de los convenios interinstitucionales es con la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación (DIGERCIC), ésta se encarga de receptor mediante formularios establecidos la voluntad del cedido, las cuales pueden ser positiva, negativa o parcial a la donación, ésta última comprende en que se pueden acceder a donar solo órganos o solo tejidos.

Frente a esta realidad, el Ministerio de Salud Pública, a través del ONTOT, emprendió desde agosto del año 2010 una intensa campaña de concienciación e información sobre donación de órganos y tejidos, que junto a un convenio firmado con la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación

(Registro Civil), permitió por primera vez asentar la voluntad de donar de los ecuatorianos en la cédula de identidad.

En este **proceso de comunicación** solamente 17.000 ecuatorianos mayores de edad manifestaran su voluntad positiva hacia la donación de órganos y tejidos, y que en las provincias con mayor densidad poblacional como: Guayas, Pichincha, Azuay y Manabí la población cuente con mayor información del tema; otros de los ejes importantes que trascendió a partir de la promoción y socialización de la campaña fue la promulgación de la Ley Orgánica de Donación y Trasplante, marco jurídico que impulsa el fortalecimiento del Sistema Nacional de Donación y Trasplantes.

El concepto de la campaña se estableció en contribuir a la construcción del concepto de la donación, como un acto natural y cotidiano, mediante acciones que el Ministerio de Salud Pública los ejecutó a través ONTOT con el fin de sensibilizar e informar a la comunidad, con diversas actividades culturales publicitarias, recreativas y educativas a nivel nacional.

Después del 4 de marzo del 2011 fecha en que fue aprobada la Ley Orgánica de Donación y Trasplantes de Órganos, Tejidos y Células la Asamblea Nacional promulgó a través de una **campaña en televisión** en la que dieron a conocer que todos los ecuatorianos y ecuatorianas somos potenciales donantes al menos que en vida se exprese lo contrario, registrando nuestra voluntad en la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación.

En el 2012 **no se realizaron campañas** para fomentar a la donación de órganos, lo único que se hizo en ese año fue la entrega de material promocional como: trípticos, dípticos, afiches, stickers, manillas, prendedores, bolígrafos, camisetas, carpetas, bolsos, etc., siendo estas entregadas a las unidades hospitalarias, programas de casa abierta y en capacitaciones a profesionales, actividad que hasta la actualidad se mantiene.

En el primer semestre del 2013 durante los meses de abril y mayo la Junta de Beneficencia de Guayaquil a través del Hospital Luis Vernaza emprendió una **campana radial** acerca de la donación de órganos que no estuvo vinculada con el Ministerio de Salud Pública, esta campana se realiza por tratarse de ser el Luis Vernaza un hospital que realiza trasplantes tales como: riñón, córnea e hígado; sin embargo las **piezas publicitarias comunicacionales** que utiliza dicha institución en sus diversas campanas de donación y trasplantes son previamente revisados por la Dirección de Comunicación Social del INDOT con el objetivo de unificar mensajes claves, determinar concepto y línea grafica de acuerdo a las directrices que establece el INDOT, que entre sus funciones tiene:

- a) Coordinar y gestionar la provisión de órganos, tejidos y células para trasplante.
- b) Coordinar y gestionar el Sistema Nacional Integrado de Donación y Trasplantes.
- c) Planificar todo lo relacionado con la actividad de donación y trasplante de órganos, tejidos y células.
- d) Controlar y regular a las instituciones y a los profesionales que desarrollan actividades relacionadas con los procesos de donación y trasplantes de órganos, tejidos y células.
- e) Promocionar y difundir la donación de órganos, tejidos y células para trasplantes.
- f) Desarrollar y coordinar programas de capacitación de los profesionales que forman parte del Sistema Nacional Integrado de Donación y Trasplante.

Analizando todo lo que ha venido haciendo el Ministerio de Salud Pública a través del INDOT, se ha evidenciado que el objetivo de la campana no alcanzó un número considerable de individuos que aceptaran el tema de la donación y trasplante de órganos, sin embargo con este objetivo no se logró llegar ni a la tercera parte de la población ecuatoriana.

Uno de los principales problemas que causaron en que la campaña no tuviera la aceptación esperada, es que, las piezas comunicacionales que utilizaron no eran llamativas para su recordación, los colores manejados fueron de tonalidad fría, causando una negativa ante la ciudadanía.

Imágenes Spot del Comercial Pulmón

Gráfico 9 Spot del Comercial



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Gráfico 10 Spot del Comercial del gobierno



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Imágenes Spot del Comercial Corazón

Gráfico 11 Comercial del trasplante de corazón



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Diseño Flyer

Gráfico 12 Flyer



Dar vida está en tus manos.
Dona tus órganos y tejidos.

Para registrarse como Donante Voluntario de Órganos y Tejidos, puede notificarlo en el Registro Civil al momento de obtener la nueva cédula, o a través de:

www.ontot.gov.ec • ontot@ontot.gov.ec

Quito: Av. de la Prensa N900 y E. Carvajal 022 44 76 42 022 44 93 94	Guayaquil: Cerro del Carmen, Junto a Canal 2 042 300 477 Ext. 4024 • 096 808 811	Cuenca: Hospital Vicente Corral Moscoso 074 096 600 Ext. 7791 • 087 255 516
--	--	---

LA REPÚBLICA CIDADANA ESTÁ EN MARCHA

ONTOT Organismo Nacional de Transplantes de Órganos y Tejidos

Ministerio de Salud Pública

GOBIERNO NACIONAL DEL ECUADOR

Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Diseño Hoja Volante

Gráfico 13 Hoja volante

Cuando una persona manifiesta a su familia la voluntad de ser donante de órganos y tejidos, y en algún momento es diagnosticada de muerte encefálica; los familiares serán quienes autoricen la donación de sus órganos y tejidos. A través de la donación, como un gesto de bondad y altruismo, se puede salvar la vida de más de 20 personas enfermas.

Yo Soy Donante

Procedimiento para realizar un trasplante.

- Una persona manifiesta su voluntad de ser donante.
- Fallece un donante voluntario y su familia autoriza la donación de órganos y tejidos.
- El paciente enfermo se registra en la lista de espera por un órgano, en las unidades médicas acreditadas.
- Los hospitales, unidades de cuidados intensivos y salas de emergencias reportan al ONTOT la existencia de un posible donante.
- Se realizan las pruebas de compatibilidad de los donantes y los receptores de los órganos.
- Realización de las cirugías de trasplante.
- El paciente trasplantado entra en un período de seguimiento médico y retorna su vida normal y saludable.
- El cadáver del donante es entregado a su familia en perfectas condiciones para el proceso de velación.

Órganos y tejidos de donante vivo

- Piel
- Médula ósea
- Segmento de hígado
- Segmento de pulmón
- Riñón

Órganos y tejidos de donante cadavérico

- Córnea
- Pulmones
- Hígado
- Páncreas
- Corazón
- Intestino
- Riñones
- Piel
- Huesos

Un solo donante de órganos y tejidos puede beneficiar a más de 20 personas.

Para registrarse como Donante Voluntario de Órganos y Tejidos, puede notificarlo en el Registro Civil al momento de obtener la nueva cédula, o a través de:

www.ontot.gov.ec
ontot@ontot.gov.ec

Quito: Av. de la Prensa 1800 y E. Carvajal 022 44 76 42 022 44 93 94

Guayaquil: Centro del Carmen Junto a Canal 2 042 200 417 042 200 417

Cuenca: Hospital Vicente Corral Moscoso 074 596 500 Ext. 7791 087 255 516

Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Diseño Dípticos

En parte exterior

Gráfico 14 Parte exterior (hoja volante)

¿Qué es el ONTOT?

El Organismo Nacional de Trasplantes de Órganos y Tejidos es el encargado de implementar y vigilar las políticas nacionales de trasplante, el control de los procedimientos y el cumplimiento de las normas biológicas de los mismos.

Coordina las acciones de donación y trasplante en las unidades médicas, tanto públicas como privadas, acreditadas a nivel nacional. Se encarga también de manejar las listas nacionales de espera de pacientes para cada tipo de órgano y tejido; y de la coordinación del sistema de voluntariado y las campañas de concientización y difusión sobre donación de órganos y tejidos.

Para registrarte como Donante Voluntario de Órganos y Tejidos, puedes notificarlo en el Registro Civil al momento de obtener la nueva cédula, o a través de:

www.ontot.gov.ec
ontot@ontot.gov.ec

Quito: Av. de la Prensa 1844-08 y E. Carvajal 022 44 76 42 022 44 93 94

Guayaquil: Centro del Carmen Junto a Canal 2 042 200 417 Ext. 4024 096 808 811

Cuenca: Hospital Vicente Corral Moscoso 074 596 500 Ext. 7791 084 693 656

Dar vida está en tus manos.
Dona tus órganos y tejidos.

www.ontot.gov.ec

Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

En parte interior

Gráfico 15 Parte interior (hoja volante)

La Donación de Órganos y Tejidos es un acto solidario y altruista mediante el cual se ceden voluntariamente los órganos, tejidos y células, de una persona que presenta muerte encefálica o otras que por enfermedad o insuficiencia terminal, ajenas al deterioro irreversible de una parte de su cuerpo y su única salvación es el trasplante.

Sucede únicamente cuando los familiares de la persona fallecida, autorizan la donación; y posteriormente, en un lapso de pocas horas, se realizan las cirugías de extracción de los órganos y tejidos donados.

Los avances científicos, la acreditación y la alta preparación de equipos médicos en Ecuador, permiten que cada vez más personas puedan ser tratadas con trasplante. Cada día hay más personas esperando por este tratamiento; pero hacen falta más donantes, para poder salvarles la vida.

¿Qué Órganos y Tejidos se pueden trasplantar?

Los trasplantes más comunes en nuestro país son: riñón, hígado, corazón, córnea, huesos y médula ósea, aunque se puede realizar de muchos otros órganos y tejidos.

Cuando una persona decide donar sus órganos y tejidos, puede salvar la vida de más de 20 personas.

Los trasplantes en Ecuador no tienen costo, ni para el donante en el momento de su muerte, ni para el receptor, siempre y cuando esté inscrito en las listas de espera de trasplante del Ministerio de Salud.

¿Cómo ser un donador de Órganos y Tejidos?

Puedes registrarte en el Organismo Nacional de Trasplantes de Órganos y Tejidos ONTOT para recibir tu carnet como donante voluntario en www.ontot.gov.ec, o notificado en el Registro Civil al momento de obtener tu nueva cédula. Sin embargo es importante, que comuniques tu decisión a tus familiares, quienes serán los que le indiquen tu voluntad a los médicos, cuando hayas fallecido.

Órganos y Tejidos de donante vivo

- Piel
- Médula ósea
- Segmento de hígado
- Segmento de pulmón
- Riñón

Órganos y Tejidos de donante cadavérico

- Córnea
- Pulmones
- Hígado
- Páncreas
- Corazón
- Intestino
- Riñones
- Piel
- Huesos

Un sólo donante de Órganos y Tejidos puede beneficiar a más de 20 personas.

Yo Soy Donante

Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Diseño de Trípticos

En parte exterior

Gráfico 16 Trípticos

¿Qué es el ONTOT?

El Organismo Nacional de Trasplantes de Órganos y Tejidos es el encargado de implementar y vigilar las políticas nacionales de trasplante, el control de los procedimientos y el cumplimiento de las normas bioéticas de los mismos.

Coordina las acciones de donación y trasplante en las unidades médicas, tanto públicas como privadas, acreditadas a nivel nacional. Se encarga también de manejar las listas nacionales de espera de pacientes para cada tipo de órgano y tejido; y de la coordinación del sistema de voluntariado y las campañas de concienciación y difusión sobre donación de órganos y tejidos.

Para registrarse como Donante Voluntario de Órganos y Tejidos, puede notificarlo en el Registro Civil al momento de obtener la nueva cédula, o a través de:

www.ontot.gov.ec
ontot@ontot.gov.ec

Quito: Av. de la Prensa, Nro 0 y E. Carvajal. 022 44 78 42 / 022 44 93 94

Guayaquil: Cerro del Carmen, Junco a Canal 2. 042 300 477 / Ext. 4024 - 1040 808 811

Cuenca: Hospital Vicente Corral Mosquera. 074 096 600 Ext. 7791 / 057 226 016

Un solo donante de órganos y tejidos puede beneficiar a más de 20 personas.

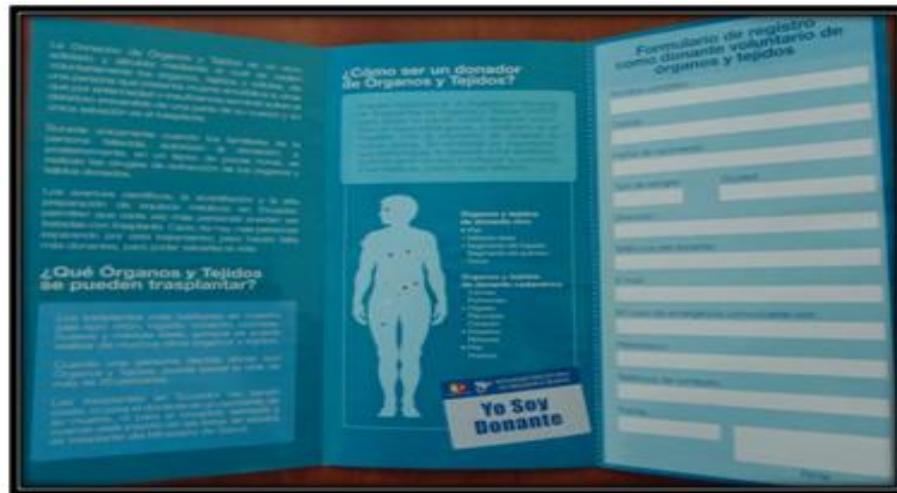
Dar vida está en tus manos. Dona tus órganos y tejidos.

www.ontot.gov.ec

Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

En parte interior

Gráfico 17 Trípticos parte interior



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Afiches

Diseño Corazón

Gráfico 18 Afiches (Corazón)



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

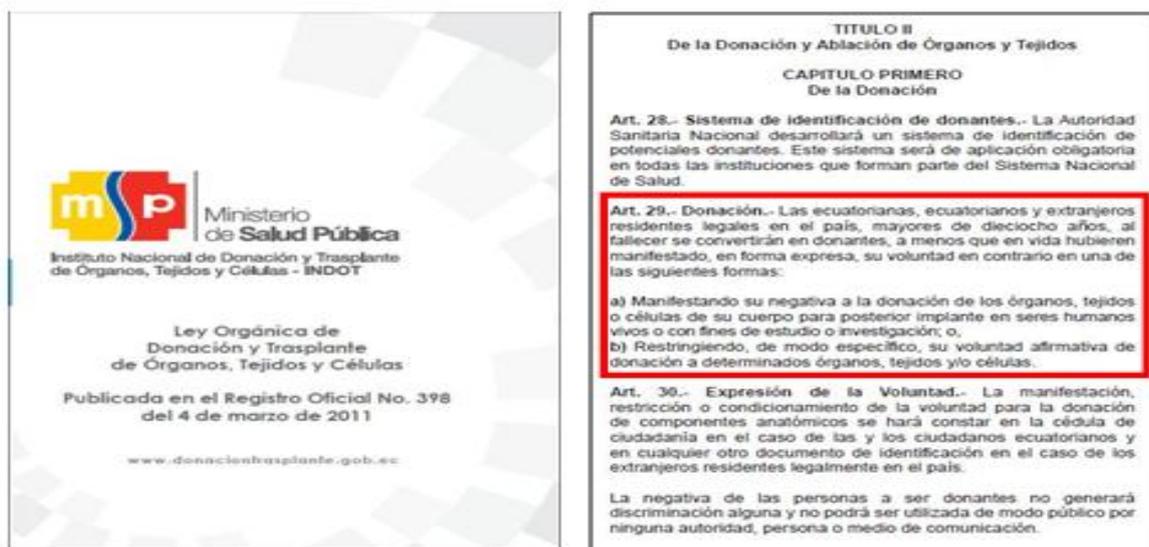
Gráfico 19 Afiches (Riñones)



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

Otro factor que interviene directamente, es que con la aprobación de la ley, la ciudadanía interpreta que se obligan a donar los órganos cuando en realidad cada quien tiene el poder de decisión.

Gráfico 20 Ley orgánica de Donación de órganos, tejidos y células



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

1.3. Formulación del problema

La campaña publicitaria “Dar Vida Esta en tus Manos” no causo el efecto psicosocial esperado en la comunidad Hospitalaria del Hospital Luis Vernaza de la ciudad de Guayaquil.

1.4. Delimitación del problema

A través de la delimitación se especificarán los alcances y la determinación de los límites, mediante la formulación de las siguientes preguntas:

1. ¿Qué se quiere analizar?

Los efectos psicosociales de la campaña “Dar Vida, Está En Tus Manos” en la comunidad hospitalaria del Hospital Luis Vernaza de la ciudad de Guayaquil.

2. ¿Cuáles son los efectos que se quiere analizar?

- Factores psicológicos y motivaciones.
- Factores sociales.
- Nivel de percepción.
- Actitudes.

3. ¿A quiénes se va a investigar?

A la comunidad hospitalaria del Hospital Luis Vernaza, la cual está conformada por: Equipo Médico, Equipo de Enfermería, Equipo Técnico, Equipo Administrativo, Equipo Religioso, Dirección General, Subinspectores y Visitantes.

4. ¿Qué perfil deben de tener a quienes se va a investigar?

Médicos Especialistas y a personas mayores de 18 años.

5. ¿En qué tiempo se va a realizar la investigación?

Ésta se realizará en 10 semanas.

6. ¿En qué lugar se va a realizar la investigación?

En el Hospital Luis Vernaza de la ciudad de Guayaquil.

Tema Delimitado: Análisis de los efectos psicosociales de la campaña “Dar Vida, Está En Tus Manos” en la comunidad hospitalaria del Hospital Luis Vernaza de la ciudad de Guayaquil, determinando los factores psicológicos y motivaciones, factores sociales, nivel de percepción y actitudes, conformada por especialistas y personas mayores de dieciocho años, en un periodo de diez semanas.

1.5. Justificación del problema

La donación de órganos es un acto de solidaridad, generosidad y amor al prójimo, es la sustitución de un órgano enfermo por uno sano, que ayuda a mejorar la calidad de vida de un ser humano. El trasplante de órganos es un tratamiento médico indicado cuando ya no hay más alternativa para recuperar la salud del paciente que se ha agotado, este tipo de cirugías solo se llega a realizar gracias a la voluntad de las personas que dan su consentimiento a la donación.

La selección de este tema es el resultado del análisis de la campaña emprendida por el Gobierno Nacional referente a la donación de órganos como forma de difundir la nueva Ley, para profundizar en los efectos psicosociales en una población que no posee una cultura de donación. La importancia de aquello radica en brindar la información necesaria a la ciudadanía para que no se dejen llevar por falsos testimonios o con opiniones negativas. Es por eso que se debe tener el conocimiento del tema, para que al momento de tomar la decisión de ser donante o no haya una respuesta positiva, ya que con esto se incrementaría el número de donantes y se lograría mejorar el nivel de muchas personas.

1.6. Sistematización del problema

Para el planteamiento de este tema es necesario realizar sub-preguntas, éstas surgen a partir de la formulación del problema y son la base para determinar los objetivos de nuestra investigación.

- 1.- ¿Cuáles son los factores sociales y motivaciones que intervienen en la campaña publicitaria?
- 2.- ¿Cuáles son los factores sociales que intervienen en la donación de órganos?

3.- ¿Cuáles son los niveles de percepción de la ciudadanía con relación a las campañas publicitarias?

4.- ¿Cuáles son las actitudes de la ciudadanía frente al estímulo generado por la campaña publicitaria?

1.7. Objetivo General de la Investigación

- Determinar los efectos psicosociales sobre la campaña “Dar Vida, Está En Tus Manos” en la comunidad hospitalaria del Hospital Luis Vernaza.

1.8. Objetivos Específicos de la investigación

- Determinar cuáles son los factores psicológicos y las motivaciones que intervienen a través de la campaña en la toma de decisiones de cada persona acerca de la donación de órganos.
- Analizar las piezas comunicacionales y contenido de la campaña.
- Analizar el impacto visual y de recordación.
- Conocer el nivel de percepción de la ciudadanía frente a las diversas campañas realizadas.
- Determinar las actitudes asumidas por la ciudadanía frente al estímulo generado por la campaña “Dar vida, está en tus manos”.

1.9. Límites de la investigación

A través de los siguientes factores se determinarán los límites u obstáculos para el desarrollo de esta investigación:

- Falta de conocimiento.
- Negativas por creencias religiosas.
- Por mitos.
- Por falsos testimonios.

1.10. Identificación de las variables

Dentro de la clasificación de las variables, se ha considerado que para el presente proyecto de investigación la que más se identifica es la independiente ya que con ésta se puede medir el efecto que causó la investigación en la ciudadanía, entre las cuales se tiene:

- Factores psicológicos y las motivaciones que intervienen en la toma de decisiones de cada persona acerca de la donación de órganos.
- Factores sociales que pueden intervenir para la donación de órganos.
- Percepción de la ciudadanía frente a las diversas campañas realizadas.
- Actitudes de la ciudadanía frente al estímulo generado por la campaña “Dar vida, está en tus manos”

1.11. Hipótesis

Si se realiza una campaña publicitaria adecuada, se causarían efectos psicosociales positivos generando la cultura de donación de órganos.

1.12. Operacionalización de las Variables

Variable Independiente:

Campaña publicitaria adecuada causando efectos psicosociales positivos

Variable Dependiente:

Generación de una cultura de donación de órganos.

Tabla 1 Operacionalización de las variables

Dimensión:
V.I. -Análisis de la comunidad hospitalaria del Hospital Luis Vernaza
V.D. - Campaña publicitaria
Indicadores:
100% desarrollado el análisis
100% diseñada la campaña

Elaborado por: Las autoras

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

A través del portal web del Hospital Luis Vernaza, la Dra. Noralma Mosquera Nefróloga de esa casa de salud destaca: “gracias a esa cultura de donación, la gente ya sabe lo importante que es donar un órgano, un acto altruista de generosidad que va a beneficiar y mejorar la condición de vida de un ser humano”. <http://hospitalvernaza.med.ec/noticias/13-noticias/1429-donacion-organos-ecuador>

2.1. Antecedentes referenciales y de investigación

En el año 1933 el ruso Voronoy, con donante cadavérico de 60 años realiza el primer trasplante renal a una joven que se encontraba en coma urémico, estos riñones implantados en aquella joven funcionaron por tan solo 2 días, posteriormente le vino la muerte a la paciente sin conocer cuáles fueron las razones por las que no sobrevivió, lo que implicó a que no fuese un trasplante exitoso.

En 1949 se realizaron otros cinco trasplantes de riñón de cadáver conservado sin éxito alguno, esto lo comunicó Voronoy.

El primer trasplante renal entre humanos con éxito de supervivencia de receptor se realizó en Boston en 1947, esta intervención se le realizó a una joven en coma profundo. El implante se realizó a nivel del pliegue del codo y se mantenía caliente con el foco de una lámpara, al primer día del post operatorio el órgano secretó orina y en su segundo día dejó de funcionar, dos días posteriores se reanuda la diuresis natural y se produjo la curación.

En 1950 en la ciudad de Chicago – EEUU se efectuó el primer trasplante renal con implantación intraabdominal a una mujer que padecía de poliquistosis renal y con función precaria, a los 2 meses se evidenció que funcionaba con normalidad.

En el año 1954 Ronald Lee Herrik hace historia a nivel mundial al convertirse en el primer donante con éxito, dándole uno de sus riñones a su hermano gemelo Richard postergándole una calidad de vida por 8 años más. Este trasplante se efectuó en el Hospital Brigham de Boston y fue realizado por el Dr. Joseph Murray, el mismo que recibe Premio Nobel marcando en la historia una nueva era en lo que sería la medicina y convirtiendo a los hermanos gemelos pioneros en el tema de la donación y trasplante de órganos. Ronald Lee Herrik fallece a los 79 años en los Estados Unidos.

Durante la década de los cincuenta profundizan la investigación inmunológica, lo que permite realizar en Boston un trasplante utilizando dosis de medicamentos inmunosupresores, el órgano implantado sobrevive sin embargo la paciente fallece a causa de infecciones provocadas por la inmunosupresión.

A partir de esa década las donaciones y trasplantes de órganos se convierten en tema de interés y mucho más comunes en casi todos los países del mundo.

En 1963 en Bruselas Guy Alexandre realiza una cirugía con donante cadavérico en muerte cerebral y con corazón latiente del cual el receptor renal fallece un año después por septicemia, al siguiente año (1964) realiza un mismo procedimiento a diferencia de que el trasplante fue garantizado a su receptor durante más de seis años. En el mismo periodo Hamburguer en Paris efectúa un segundo trasplante renal con donante cadavérico en muerte cerebral.

El primer trasplante de hígado totalmente exitoso se efectuó en el año 1963 cuando Thomas Starzl le realizó a un niño que padecía de atresia biliar, el órgano donado provenía de un niño que había fallecido por un tumor cerebral, dos meses más tarde realiza el segundo trasplante pero esta vez entre adultos.

Cuatro años más tarde (1967) Christian Barnard realizó el primer trasplante de corazón, el receptor de dicho órgano fue un hombre de 54 años de edad quien padecía miocardiopatía isquémica en estado terminal, catorce días después su

muerte es provocada por una neumonía bilateral, un mes posterior realiza su segundo trasplante del cual el receptor vivió diecinueve meses y medio.

En España, país que lleva la delantera en este tema, siendo en 1965 realizó su primer trasplante de órganos con éxito entre humanos, en Barcelona. Fue una cirugía de riñón obtenido de un cadáver con muerte cerebral.

En el mundo se han realizado diversos estudios referentes a la donación de órganos, un ejemplo de ello es Argentina que después de años de una política de trabajo serio y coordinado, llevado adelante por el Instituto Nacional Central Único Coordinador de Ablación e Implante (Incucai), junto con la implementación de la nueva ley de trasplantes de órganos, lidera el ranking de países con más trasplantes en América Latina en cantidad de donantes de órganos por millón de habitantes, con una tasa de 14,5.

En otros países, las campañas publicitarias son permanentes y éstas se desarrollan en diferentes áreas, como: ámbito educativo (docentes y estudiantes), instituciones privadas y públicas y profesionales de la salud.

Se han analizado los diferentes tipos de publicidad acerca de la donación en diferentes países como en: Argentina, México, España y comparando con las campañas realizadas en Ecuador, el material publicitario utilizado es más amplio, en cuanto a las tonalidades, colores cálidos, diseños que representan que donar es dar vida, mientras que en Ecuador la campaña publicitaria del 2010 emprendida por el Ministerio de Salud Pública, los colores utilizados fueron de tonalidad fría causando una reacción negativa, denotando muerte en lugar de vida.

Desarrollo de Publicidades de Otros Países

Argentina.- El Instituto Nacional Central Único Coordinador de Ablación e Implante (INCUCAI), entidad que se encarga de llevar los procesos de donación y trasplantes de órganos, implementa diversas actividades, tales como: difusión a través de la programación de casa abierta, elaboración de material didáctico para aprendizaje de los estudiantes desde temprana edad y en la web a través de la

página social Facebook constantemente actualizan la programación de sus actividades.

México.- El Centro Nacional de Trasplantes (CENATRA), fomenta la donación de órganos al conocimiento de los niños, mediante el Concurso Nacional de Dibujo Infantil relacionado con la donación y el trasplante de órganos que se realiza anualmente; como estrategia, influye de manera efectiva en los menores de entre 7 y 12 años de edad y en los adultos que lo rodean. En la página de YouTube se encuentran varios cortometrajes que ayudan a fomentar la donación, su material publicitario (cartel, dípticos y trípticos) han sido creadas con tonalidades cálidos, con la finalidad de no crear ante la ciudadanía una reacción negativa.

España.- Organización Nacional de Trasplantes (ONT), éste país es el líder a nivel mundial en porcentaje de donación y número de trasplantes, gracias a la cultura de la donación que existe; a diferencia de Argentina este país no realiza programas de casa abierta, su educación y conocimiento frente a este tema son muy avanzados, sin embargo realizan cortometrajes con la finalidad de seguir creando concienciación en la ciudadanía.

2.1. Marco Teórico Referencial

Una campaña publicitaria, es la difusión de una comunicación para posicionar un producto o servicio o re-posicionar uno ya existente a través de diferentes medios publicitarios.

La donación de órganos es dar una parte de tu cuerpo hacia a otra persona para salvarle la vida, esta práctica se la realiza a través de un trasplante, que es reemplazar un órgano que sufre un daño irreversible, que no permite que cumpla sus funciones normales, por otro sano proveniente de un donante vivo o cadavérico, con la finalidad de prolongar y mejorar la salud del paciente mediante este tratamiento.

En el Ecuador, el Estado a través del Ministerio de Salud Pública es quien finanza el tratamiento completo que incluye (pre-trasplante, cirugía, post-trasplante), a todos los ciudadanos que lo necesiten y que no estén afiliados a ningún seguro. Mientras que a las personas que tengan Seguro Social, Seguro de las Fuerzas

Armadas (ISSFA) y Seguro de la Policía Nacional (ISSPOL) son atendidos para dicho tratamiento en cada Institución.

Los trasplantes que deben ser realizados fuera del país, en casos específicos, deben ser tramitados por cada una de sus Instituciones.

Aunque la donación y los trasplantes son una práctica común en la actividad, hay muchas religiones como Adventistas del Séptimo Día, Asamblea de Dios, Bautistas, Budistas, Christian Scientists, Evangélicos Independientes y Conservadores, Menonitas, Mormones, Pentecostales, Protestantes, Presbiterianos y Testigos de Jehová que si aceptan la donación y trasplantes de órganos, dejándolo en conciencia individual y/o personal o en efecto de sus familias.

Otras de las religiones que si aceptan la donación y trasplantes de órganos como una acción de amor y caridad y por bienestar del receptor y de la humanidad son los: Ame y Ame Zion (Episcopal metodista africana), Amish, Católicos, Iglesia Unida de Cristo, Luteranos y los Ortodoxos Griegos.

Mientras que la Iglesia Cristiana (Discípulos de Cristo), Episcopales, Metodistas Unidos animan a donar sus órganos, bajo el principio que han sido creados para la gloria de Dios y para compartir el amor de Dios. Las religiones Islam y Judaísmo no aceptan la donación de órganos, pero a pesar de esto creen en el principio de salvar vidas humanas. Los Brethren dan por aceptado la donación de órganos mientras no dificulte o afecte la vida o apresure la muerte del donante o que venga de un niño no nacido, los Hindis y a los Shintos que consideran que el cuerpo del fallecido es intocable, impuro, peligroso y muy poderoso. Los japoneses consideran que se lastima el cuerpo del fallecido y en otras es obligado a ser reducido a cenizas.

Es muy importante donar los órganos no solo para mejorar la vida de una persona sino de varias, ya que de un mismo donante se puede extraer diferentes órganos para salvar la vida de hasta cinco personas que se encuentran en una lista de espera. Resta mencionar que en el Ecuador no existe una cultura en cuanto a la

donación de órganos lo que implica que muchas personas fallezcan sin recibir este tratamiento al no existir un donante.

Legalmente en el Ecuador tal como lo establece el artículo 29 de la Ley Orgánica de Donación y Trasplantes los donadores de órganos pueden ser desde los 18 años en adelante y extranjeros residentes legales en el País. En el caso de un menor de edad, sus padres darán autorización para este procedimiento.

Hay una condición que se exige para ser totalmente donador de órganos, la cual es:

- Certificación de la muerte encefálica del paciente, esta certificación debe de ser otorgada por un médico neurólogo o neurocirujano y del médico intensivista, sin embargo existen mitos y verdades que socialmente afectan a la donación de órganos, como se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla 2 Mitos y verdades asociadas a la donación de órganos

MITOS	VERDAD
<ul style="list-style-type: none"> • El cuerpo del donante se lo entrega deforme o no se lo entrega a su familia. 	<ul style="list-style-type: none"> • El cuerpo del donante es entregado a su familia respetando su anatomía, sin retrasar el proceso de honras fúnebres.
<ul style="list-style-type: none"> • Existe tráfico de órganos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se requieren equipos altamente tecnificados y un equipo de más de 100 especialistas en trasplantes para realizar la cirugía.
<ul style="list-style-type: none"> • Si tienes alguna enfermedad no puedes donar tus órganos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede existir un paciente con una enfermedad similar a la tuya y que esté en lista de espera y sea compatible con el donante.
<ul style="list-style-type: none"> • La persona con muerte cerebral puede revivir en cualquier momento. 	<ul style="list-style-type: none"> • A un paciente con muerte cerebral se le realizan varias pruebas para certificar su muerte antes de proceder con la donación de sus órganos.
<ul style="list-style-type: none"> • Si donas un órgano en vida, disminuye la calidad de tu salud. 	<ul style="list-style-type: none"> • Una persona que dona un riñón o parte de su hígado en vida, puede seguir su vida normal activamente después de la cirugía.

Elaborado por: Las autoras

Generalmente existen dos tipos de donación, los cuales son:

Donación cadavérica: es cuando una persona ha fallecido bajo el criterio de muerte encefálica, en este caso se podrá donar todos los órganos y tejidos ya que el concepto es la pérdida irreversible de las funciones cerebrales, las actividades orgánicas como la respiración y latidos del corazón continúan gracias al mantenimiento artificial a través del suministro de medicamentos y únicamente se cumple en las salas de terapia intensiva de los hospitales; mientras las personas que fallecen por parada cardíaca solo podrán donar tejidos como: córneas, huesos, tendones, piel y válvulas cardíacas debido a que el corazón se paraliza y deja de bombear sangre al cuerpo y por ende todos sus órganos cesan sus funciones.

Donación en vida: es cuando el cuerpo se puede dar un riñón o un segmento de hígado a aquellos familiares que lo necesiten, esto cumpliéndose hasta el cuarto grado de parentesco o en algunos casos si se llegara a tratar del cónyuge o

conviviente en unión libre, como requisito indispensable el donante debe ser mayor de 18 años con plenas facultades mentales y que sea compatible.

En ninguna parte del mundo existe un banco de órganos, porque una vez que éstos son extraídos del cuerpo del fallecido no se los podrá mantener por muchas horas debido a que cada uno de ellos tiene su tiempo máximo de preservación y se debe de utilizar en el menor tiempo posible para este tipo de procedimiento.

Tabla 3 Procedimientos de trasplante conforme la hora

Órgano o Tejido	Tiempo máximo para la retirada	Tiempo máximo de preservación extracorpórea
Riñón	Antes de la PC	Máximo 48 horas
Hígado	Antes de la PC	12 a 24 horas
Córnea	6 horas pos PC	7 días
Corazón	Antes de la PC	4 a 6 horas
Páncreas	Antes de la PC	12 a 24 horas
Pulmón	Antes de la PC	4 a 6 horas
Hueso	6 horas pos PC	Máximo 5 años

*PC: Parada Cardíaca

Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Gracias al convenio interinstitucional que se realizó entre el Instituto Nacional de Donación y Trasplante de Órganos, Tejidos y Células (INDOT) con la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación (DIGERCIC), el funcionario de esta última está en la obligación de realizar la pregunta ¿Desea mantener su condición de donante? al momento de manifestar Si, la decisión queda almacenada en la base de datos de la persona cedulada.

Es importante que la familia se mantenga informada sobre la decisión que tomó en vida, de suceder algo imprevisto que le lleve a la muerte, su manifestación hará que se respete su voluntad y que este convenio se difunda a través de distintos

medios de comunicación, con una campaña publicitaria planificada con el fin de promover la donación y los trasplantes.

Si su decisión es no ser donante de órganos y tejidos podrá acercarse al Registro Civil y registrar mediante un formulario su voluntad en contrario, en aquel documento también podrá manifestar su decisión de manera parcial, la misma que puede ser:

Donación parcial: donar solo órganos o solo tejidos.

Negativa a la donación total: ni órganos ni tejidos

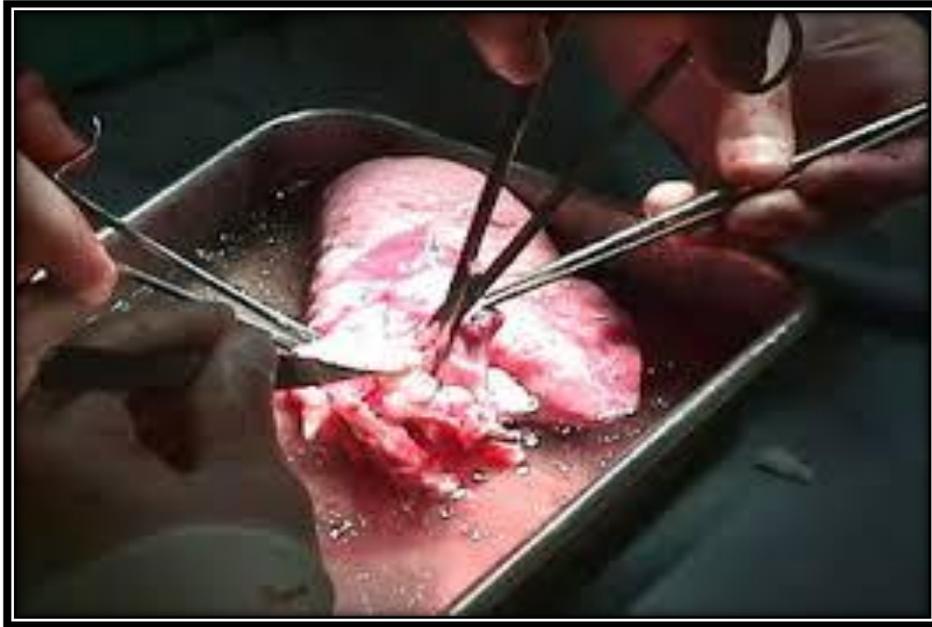
En caso de que quiera modificar su decisión de no ser donante podrá acudir nuevamente al Registro Civil y llenar el formulario de revocatoria.

Cabe mencionar que la única institución que registra la voluntad de los ciudadanos sobre la donación de órganos es el Registro Civil. A ese registro accederá únicamente el Instituto Nacional de donación y Trasplantes de Órganos, Tejidos y Células. (Indot), con el fin de consultar la decisión que adoptó en vida un ciudadano respecto a la donación de órganos y tejidos.

Gracias a los avances tecnológicos, científicos y médicos que han existido a lo largo de estos años se ha logrado alargar y mejorar la calidad de vida de muchas personas que han sido diagnosticados por una enfermedad catastrófica, esto gracias a la donación de órganos.

Actualmente en el país se donan los siguientes órganos: riñones, hígado, corazón, páncreas.

Gráfico 21 Procedimiento del trasplante de riñones



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

La problemática de este tema se presenta a la poca cultura o falta de conocimiento entre la población. Es de naturaleza saber que el Estado Ecuatoriano otorga a la ciudadanía el derecho a la salud.

En el Ecuador como en muchos países no se ha desarrollado la cultura de donación de órganos, es por esta razón que en Ecuador se promulgó a través de la Asamblea Nacional la Ley Orgánica de Donación y Trasplante de Órganos, Tejidos y Células, la misma que fue publicada en el Registro Oficial N°. 398 del 4 de marzo del 2011 y que cuenta con su Reglamento General publicado oficialmente mediante N° 745 el 13 de julio del 2012. Esta Ley es desconocida por la población ecuatoriana.

Adicionalmente el Gobierno Nacional desarrolló una campaña para difundir la existencia de esta ley, fue exactamente la Asamblea Nacional del Ecuador que impulsó esta campaña promocional, dando a conocer a la población de que en el Ecuador a partir del 4 de marzo del 2011 entraba en vigencia una nueva ley, ésta resaltaba una parte de uno de sus principales artículos, “todos los ecuatorianos mayores de dieciocho años son potenciales donantes de órganos, al menos que en vida se exprese lo contrario”.

Desde ese entonces hasta la actualidad, no ha habido múltiples campañas publicitarias a través de entidades Gubernamentales que ayuden a fomentar la donación de órganos en este país.

En base a las investigaciones que se ha realizado a través del canal YouTube, se puede constatar que desde el 2011 al 2014 la Asamblea Nacional solamente ha pautado dos campañas, lo que representa un gran déficit en la difusión de este tema tan importante.

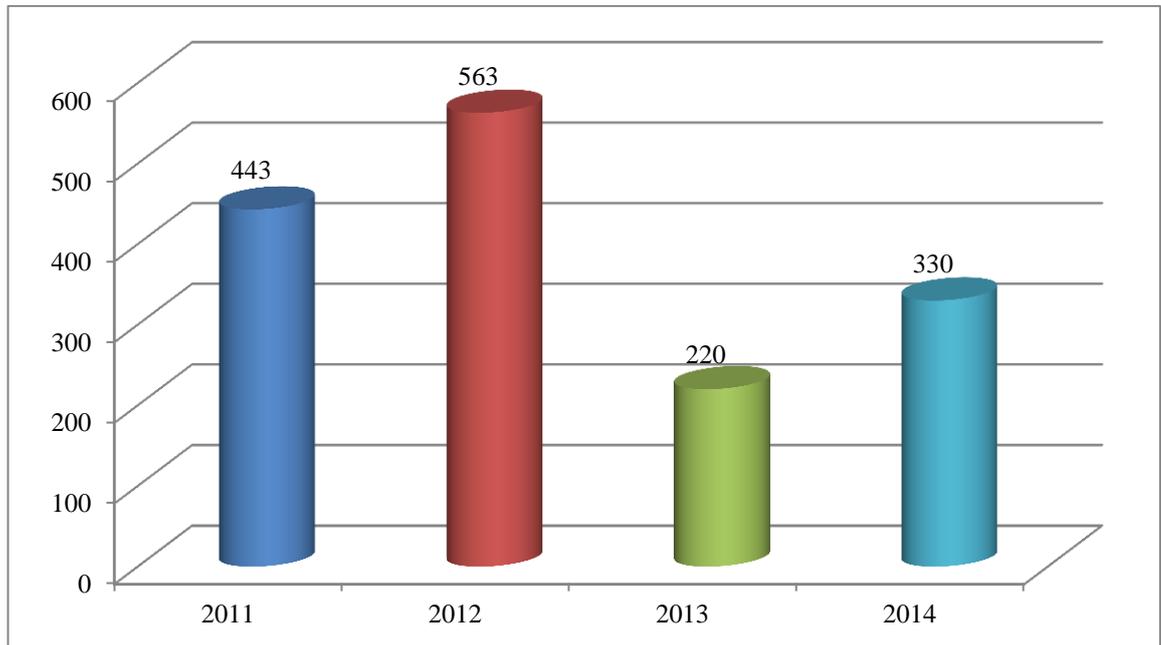
Dentro de la problemática de la donación de órganos se encuentra una situación que resulta determinante en el proceso de cambio de cultura en este ámbito, como es la falta de información y el bajo nivel de difusión del ente regulador a través de los medios de comunicación teniendo como principal problemática los comentarios negativos basados en hechos no reales, como: el miedo al tráfico de órganos, por mitos o por la supuesta obligatoriedad que manifiesta la ley, esto complica realizar la aceptación de este proceso para llegar a la donación de órganos.

Los trasplantes son la única y última solución para miles de personas que sufren de enfermedades catastróficas y que tienen un deterioro irreversible de algunos de sus órganos, que les asegura la muerte a mediano y corto plazo.

Actualmente hay muchas personas que se encuentran inscritas en la lista de espera deseando obtener un nuevo órgano para mejorar su calidad de vida pero, lastimosamente el bajo porcentaje de las donaciones en el país hacen que sean muy pocas las personas que se benefician.

A continuación se observan los gráficos, que ayudarán a comparar las estadísticas de cómo ha sido la actividad de la donación y trasplantes en el periodo del 2011 al 2013.

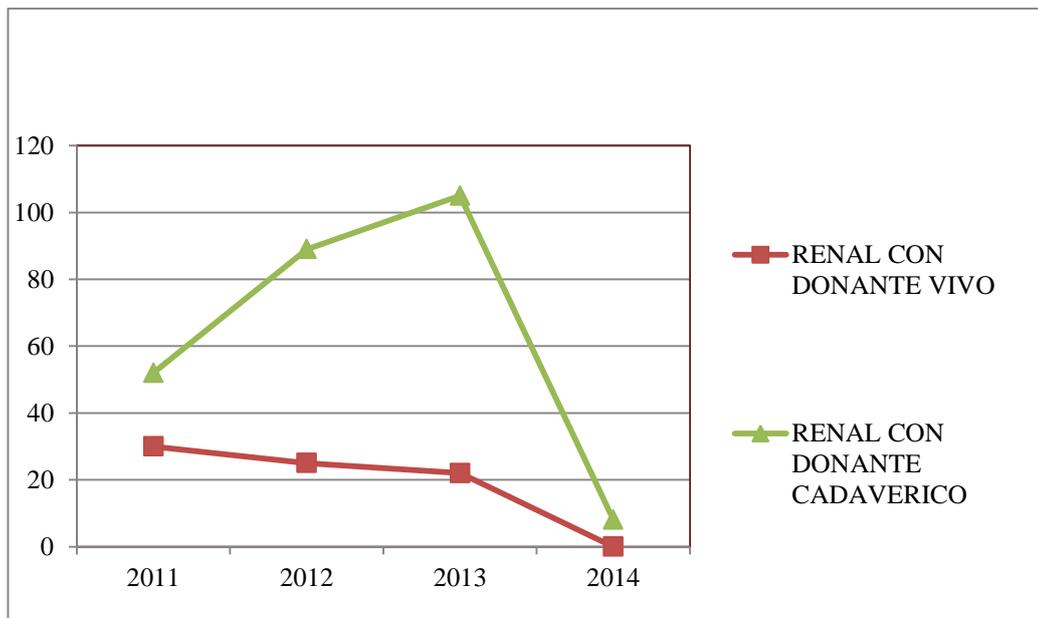
Gráfico 22 Estadísticas de trasplantes 2011 - 2012 - 2013 - 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

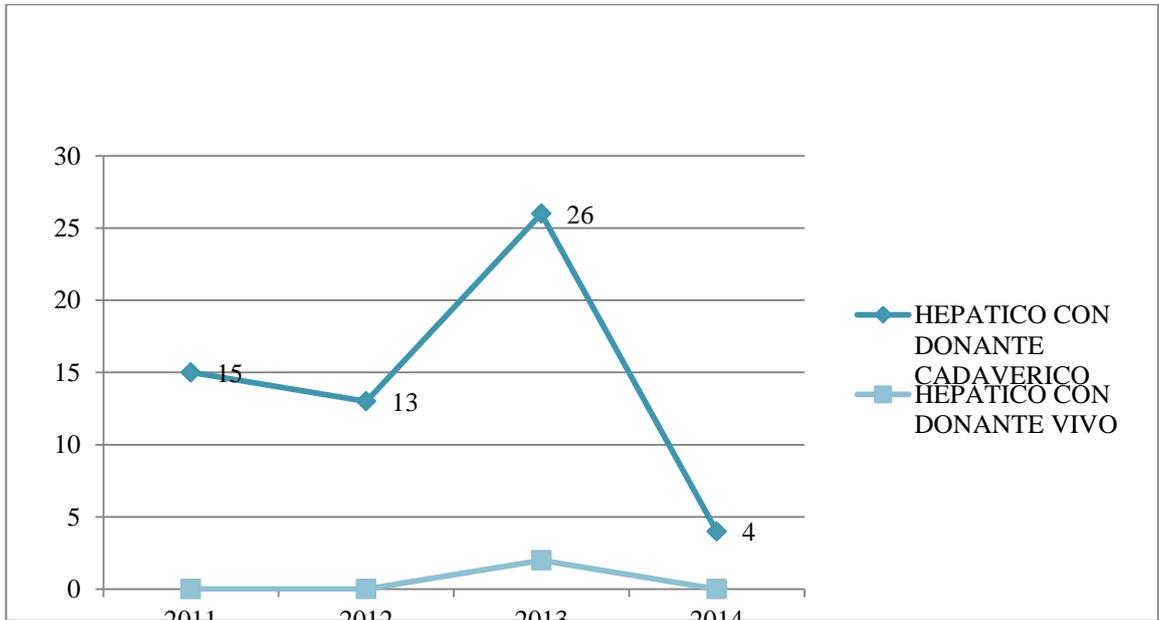
Gráfico 23 Trasplantes renales con donantes vivos y cadavéricos realizados del 2011 al primer semestre del 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

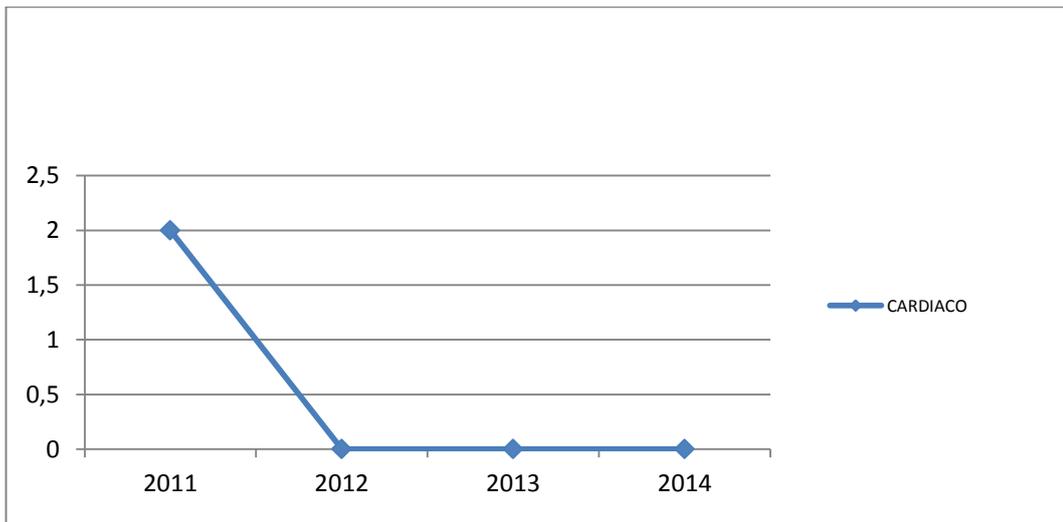
Gráfico 3 Trasplantes hepáticos con donantes cadavéricos y vivos realizados del 2012 al primer semestre del 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

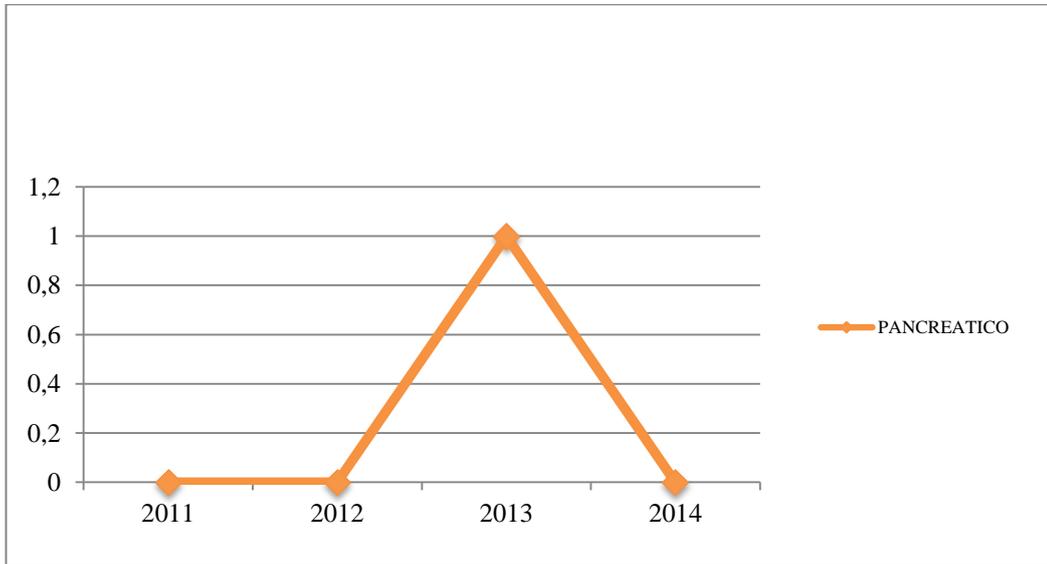
Gráfico 4 Trasplantes cardíacos realizados del 2011 al primer semestre del 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

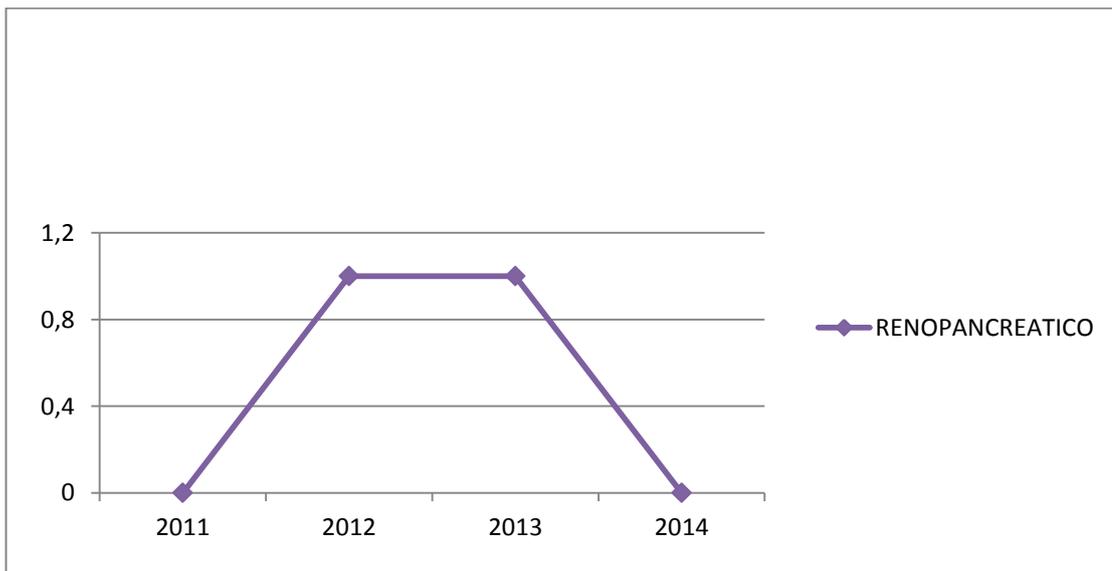
Gráfico 5 Trasplantes pancreáticos realizados del 2011 al primer semestre del 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

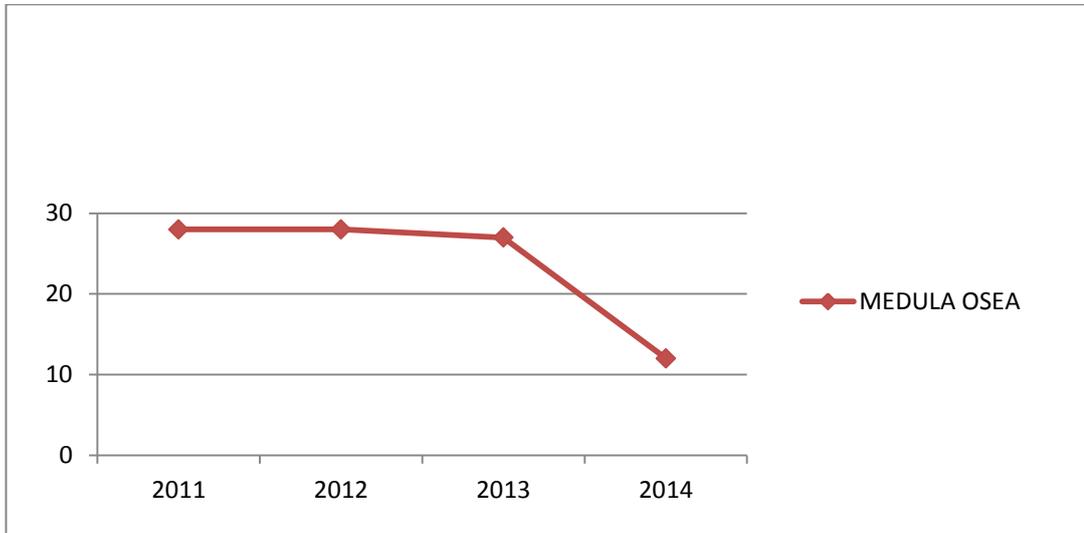
Gráfico 6 Trasplantes reno pancreático realizados del 2011 al primer semestre del 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

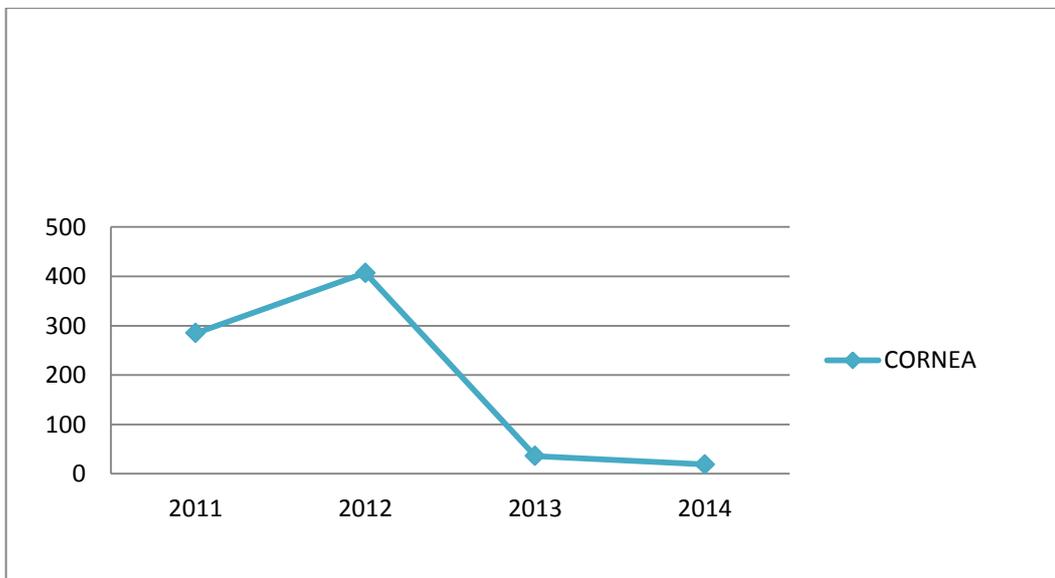
Gráfico 7 Trasplantes de médula ósea realizados del 2011 al primer semestre del 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

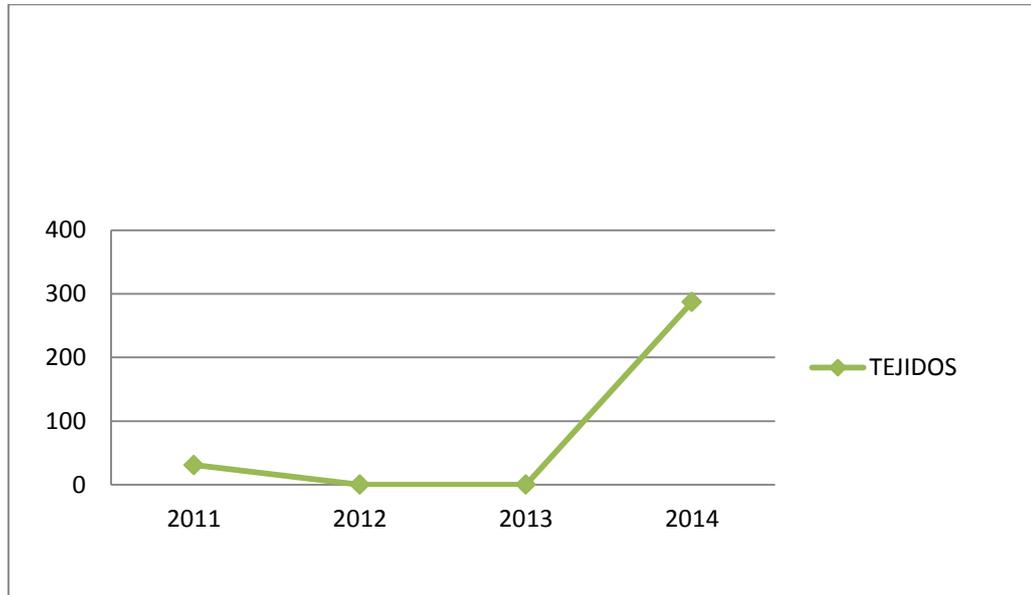
Gráfico 8 Trasplantes de córnea realizados del 2011 al primer semestre del 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 9 trasplantes de tejidos realizados del 2011 al primer semestre del 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

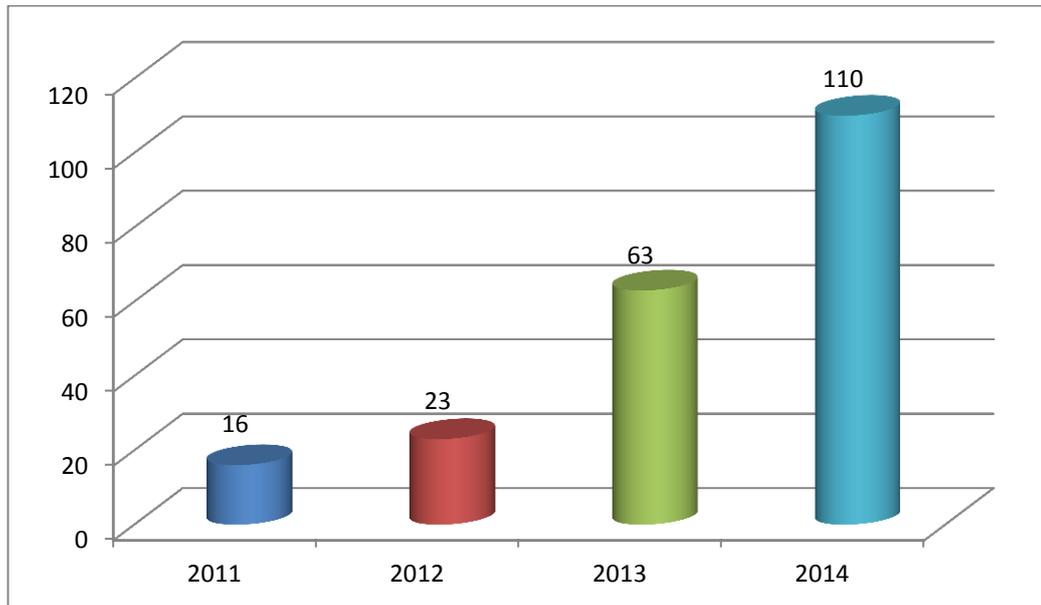
Elaborado por: Las autoras

Tabla 4 Trasplantes del 2011 al primer semestre del 2014

TRASPLANTES DEL 2011 AL PRIMER SEMESTRE DEL 2014	2011	2012	2013	2014
RENAL CON DONANTE VIVO	30	25	22	0
RENAL CON DONANTE CADAVERICO	52	89	105	8
HEPATICO CON DONANTE CADAVERICO	15	13	26	4
HEPATICO CON DONANTE VIVO	0	0	2	0
CARDIACO	2	0	0	0
PANCREATICO	0	0	1	0
RENOPANCREATICO	0	1	1	0
MEDULA OSEA	28	28	27	12
CORNEA	285	407	36	19
TEJIDOS	31	0	0	287
TOTAL	443	563	220	330

Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

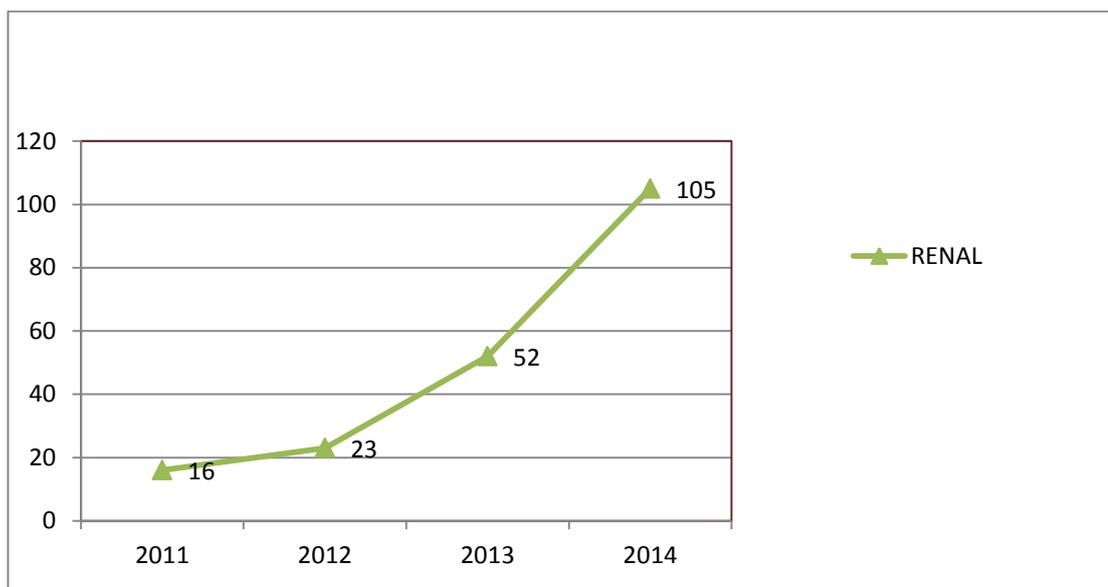
Gráfico 10 Pacientes en lista de espera 2011-2012-2013-2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

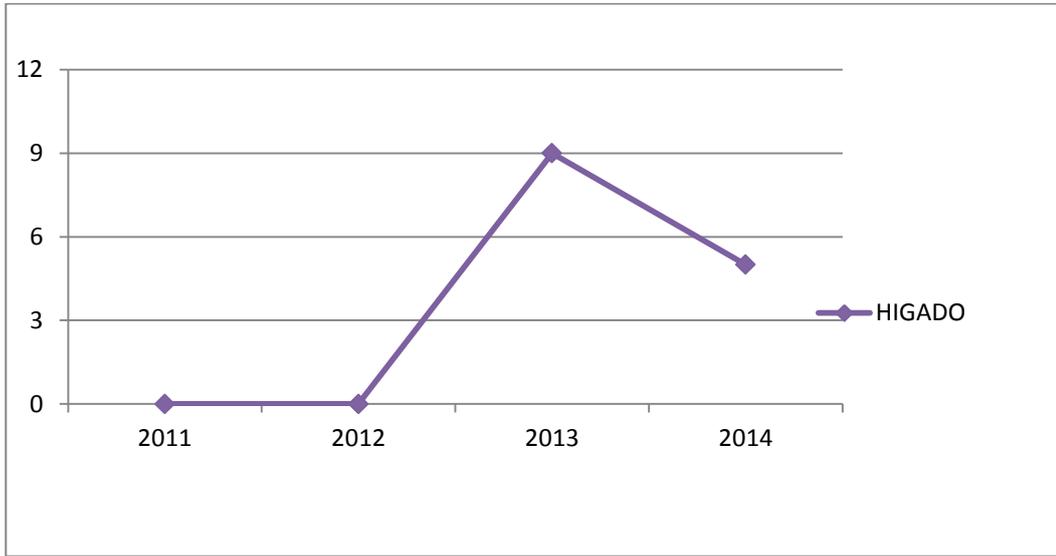
Gráfico 11 Lista de espera renal del 2011 al primer semestre del 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

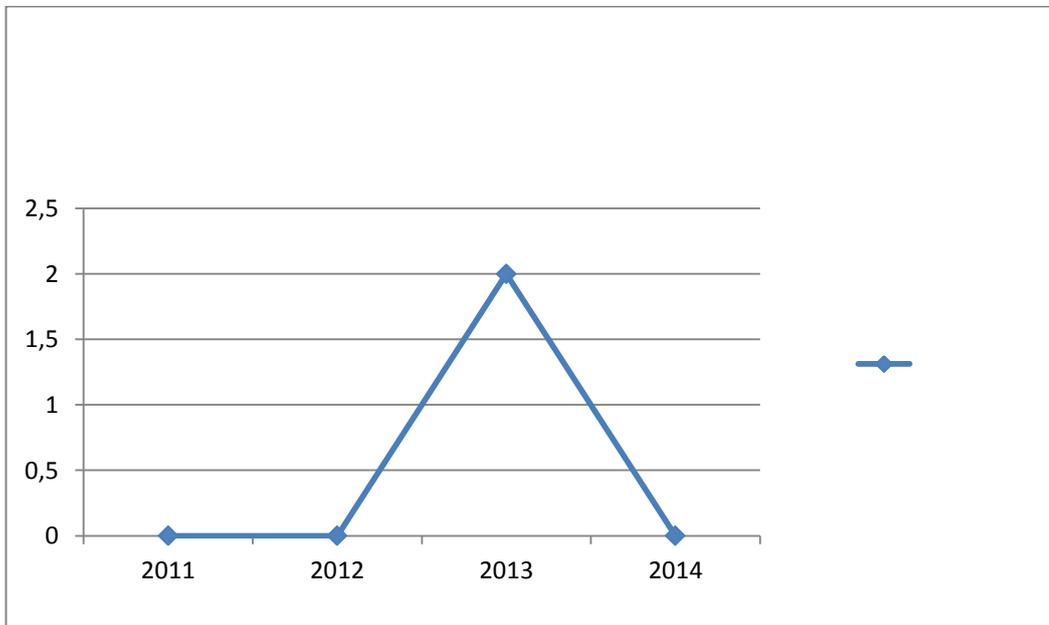
Gráfico 12 Lista de espera de hígado del 2011 al primer semestre del 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 13 Lista de espera cardiaco del 2011 al primer semestre del 2014



Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Elaborado por: Las autoras

Tabla 5 Lista de espera del 2011 al primer semestre del 2014

LISTA DE ESPERA DEL 2011 AL PRIMER SEMESTRE DEL 2014	2011	2012	2013	2014
RENAL	16	23	52	105
HIGADO	0	0	9	5
CARDIACO	0	0	2	0
TOTAL	16	23	63	110

Fuente: (Instituto Nacional de donación y trasplante de órganos, tejidos y células., 2015)

Como se puede ver en el gráfico, desde el año 2011 todavía hay pacientes que se encuentran inscritos en la lista de espera, lo que ayudará a deducir que existe el déficit de los donantes y eso es debido a la falta de comunicación y/o campañas publicitarias que no ayudan a que la ciudadanía tome conciencia de lo importante que es la donación de órganos.

2.2. Marco Legal

La Ley Orgánica de Donación y Trasplante de Órganos, Tejidos y Células en el Ecuador fue aprobada por la Asamblea Nacional y entró en vigencia el 4 de marzo de 2011. El Reglamento General que regula el desarrollo y aplicación de esta Ley rige desde el 13 de Julio de 2012, tras su publicación en el Registro Oficial. No. 745.

Con la vigencia de este cuerpo legal se da la transición del Organismo Nacional de Trasplantes de Órganos y Tejidos (ONTOT) al Instituto Nacional de Donación y Trasplantes de Órganos, Tejidos y Células (INDOT). El Instituto Nacional de Donación y Trasplantes de Órganos, Tejidos y Células es una entidad adscrita al Ministerio de Salud Pública que se encarga de la regulación, coordinación, control, promoción, vigilancia y evaluación de la actividad de trasplantológica a nivel nacional, funciones que antes ejercía el ONTOT.

El INDOT trabaja con los más altos estándares técnicos basados en principios éticos, de equidad y transparencia en el fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Donación y Trasplantes. La sede de la institución se encuentra en Quito y se despliega con regionales en Guayaquil y Cuenca. Sin embargo las campañas que han realizado para fomentar esta cultura no han sido suficientes para generar un cambio de concienciación en la ciudadanía y actualmente no existe ningún tipo de publicidad y/o campaña que establezca un cambio de actitud con relación a los artículos establecidos en la Ley.

Sección Tercera

Del Sistema Nacional Integrado de Donación y Trasplantes

Art. 25.- Lista de Espera Única Nacional.- Los órganos, tejidos y/o células serán distribuidos respetando la Lista de Espera Única Nacional; y, en casos específicos, en base de las escalas técnicas adoptadas para cada órgano y tejido en particular.

La Lista de Espera Única Nacional se establecerá de acuerdo a los parámetros definidos de conformidad con el reglamento que, para cada órgano y/o tejido, establezca la autoridad competente. La Autoridad Sanitaria Nacional administrará esta base de datos y asignará los componentes anatómicos respetando principios y criterios universales y constitucionales, en especial el interés superior de las niñas y niños y las condiciones de doble vulnerabilidad.

Se reconoce el derecho que tienen las y los ecuatorianos residentes en el exterior, que requieran algún trasplante, a ser incorporados en la Lista de Espera Única Nacional de acuerdo al reglamento que se dicte para el efecto y de acuerdo a los convenios internacionales referentes a la materia que suscriba el estado ecuatoriano.

TITULO II

De la Donación y Ablación de Órganos y Tejidos

CAPITULO PRIMERO

De la Donación

Art. 29.- Donación.- Las ecuatorianas, ecuatorianos y extranjeros residentes legales en el país, mayores de dieciocho años, al fallecer se convertirán en donantes, a menos que en vida hubieren manifestado, en forma expresa, su voluntad en contrario en una de las siguientes formas:

a) Manifestando su negativa a la donación de órganos, tejidos o células de su cuerpo para posterior implante en seres humanos vivos o con fines de estudio o con investigación: o,

b) Restringiendo, de modo específico, su voluntad afirmativa de donación a determinados órganos, tejidos y/o células.”

Art. 30.- Expresión de la voluntad.- La manifestación, restricción o condicionamiento de la voluntad para la donación de componentes anatómicos se harán constar en la cedula de ciudadanía en el caso de las y los ecuatorianos y en cualquier otro documento de identificación en el caso de los extranjeros residentes legalmente en el país.

La negativa de las personas hacer donantes no generará discriminación alguna y no podrá ser utilizada de modo público por ninguna autoridad, persona o medio de comunicación.

CAPITULO TERCERO

Del régimen de infracciones administrativas

Sección segunda

De las infracciones y sanciones administrativas

Art. 73.- Sanciones por comercialización.- Sin perjuicio de las sanciones civiles y penales a que hubiere lugar, será sancionado con:

a) Multa de cincuenta remuneraciones básicas unificadas del trabajador privado, quien comercialice órganos, tejidos, células y/o componentes anatómicos. En el caso de que estos provengan de personas vivas la multa será de cien remuneraciones básicas unificadas del trabajador privado; y,

b) Multa de cincuenta remuneraciones básicas unificadas del trabajador privado, quien facilite o proporcione a otro con ánimo de lucro, uno o más órganos propios para ser usados con fines de trasplante;

La donación de órganos solamente podrá realizarse a título gratuito.

Se prohíbe, en consecuencia, y será nulo y no tendrá valor jurídico alguno, al apto o contrato que, a título oneroso o a cualquier otro tipo de compensación contenga la promesa de entrega de uno o más órganos para efectuar un trasplante.

Art. 79.- Irrespeto a la Lista Única Nacional.- Sin perjuicio de las sanciones civiles y penales a que hubiera lugar, la institución y/o profesional de la salud que incumpla lo dispuesto en esta ley respecto del orden establecido en la Lista de Espera Única Nacional serán sancionados de la siguiente manera:

- a) Clausura temporal de la institución hasta por cinco años; y,
- b) Suspensión de la autorización o acreditación del o la profesional de la salud para realizar actividades de trasplante hasta por cinco años.

En ambos casos se aplicará una multa de veinte remuneraciones básicas unificadas del trabajador privado; y, en caso de reincidencia, se impondrá la clausura definitiva de la institución o la suspensión definitiva de la autorización o acreditación del o la profesional de la salud para realizar actividades de trasplante.

Artículos Referentes a la Publicidad y Promoción

Ley Orgánica de Donación y Trasplante

TITULO III

DE LA AUTORIDAD REGULADORA

Art. 62.- Publicidad y Promoción.- El Estado garantizará a través de las instancias correspondientes, la difusión y promoción, mediante campañas de información nacional en los medios de comunicación masiva destinadas a orientar a la población hacia una cultura de donación y trasplante de órganos, tejidos y/o células, así como a informar respecto del derecho de la población a no ser donante.

Reglamento General a la Ley Orgánica de Donación y

Trasplante

Capítulo III

De la Promoción y Publicidad de la Donación

Artículo 5.- Promoción y Publicidad para la Donación de órganos, células y tejidos para trasplante.- Toda actividad de promoción y publicidad en apoyo de la donación de órganos, células y tejidos deberá cumplir con las directrices y disposiciones legales y reglamentarias establecidas.

La normativa incluirá restricciones o prohibiciones adecuadas en materia de publicidad sobre su uso y utilidad de los trasplantes de órganos células y tejidos, con el objetivo de que no sea posible impulsar el ofrecimiento o la obtención de un beneficio económico o una ventaja comparable. No se podrán promocionar terapias que se encuentren en proceso de experimentación.

Toda información promocional relacionada con donación y trasplante de órganos, tejidos y células deberá ser veraz, objetiva, demostrable, sustentada en datos y experiencias avaladas por organismos de salud de los cuales el Estado es miembro, además debe ser de carácter público y estar sujeta a verificación.

Artículo 6.- Prohibiciones a los Medios de Comunicación.- Se prohíbe que por cualquiera de los medios de comunicación se realice lo siguiente:

1. La difusión de los nombres de donantes y receptores o cualquier dato que permita su identificación o vinculación entre éstos;
2. La oferta de órganos, tejidos y células por cualquier medio, con finalidad de trasplante u otra relacionada, que promueva o induzca a un intercambio comercial;
3. La difusión de información que promueva o de lugar al tráfico de órganos o turismo de trasplante.

2.3. Marco Conceptual

- **Impacto:** permite conocer la percepción de la sociedad ante la campaña publicitaria generada.
- **Medios de comunicación:** son aquellos que transmiten la difusión de una campaña publicitaria en un contrato entre la agencia de publicidad y el medio, emitiendo la pauta durante un horario previamente fijado por la agencia.
- **Pauta:** Es el conjunto de espacios de publicidad que se seleccionan para comunicar algo durante un período de tiempo.
- **GRP (GROSS RATING POINTS):** Puntos de rating acumulados a lo largo de un periodo de tiempo normalmente mayor a una semana (anual, trimestral, mensual o por duración de campaña).

- **Rating:** Ayuda a determinar quién está viendo la televisión, composición de sus demográficos (sexo, edad, nivel socio económico, región).
- **Alcance:** Porcentaje total del target que ha sido contactado por lo menos una vez (por lo menos un minuto) durante un periodo específico de campaña.
- **Frecuencia:** Número de promedio de veces que la audiencia alcanzada es expuesta a una publicidad durante periodo de análisis de la campaña.
- **CPR (COSTO POR PUNTO DE RATING):** Es el costo de cada punto de rating logrado pasado de la tarifa de cada canal.
- **CPM (COSTO POR MIL):** Es el elemento de medición para evaluar y comprar la eficiencia y el costo relativo entre las variables alternativas de medios.
- **Universo:** Conjunto total de individuos claramente delimitados que proveen información acerca de una variable aleatoria.
- **Muestra:** Proporción de la población que representa el universo.
- **Población:** Todas las posibles mediciones de una variable aleatoria, asociadas a las unidades en estudio.
- **Cobertura:** Proporción (normalmente expresada en porcentaje) de un grupo objetivo que ha sido expuesta a una publicidad en particular.
- **Penetración:** Proporción (usualmente expresada en porcentaje) de un grupo objetivo que ha aceptado el producto o idea de alguna forma.
- **Detección del donante:** El potencial donante es detectado en las unidades hospitalarias sea pública o privada, para lo cual debe haber fallecido con muerte encefálica, es decir que la sangre y oxígeno dejaron de llegar al cerebro y por ende, éste muere.

- **Diagnóstico de muerte encefálica:** Cese irreversible de las funciones encefálicas, aún en presencia de un funcionamiento cardiovascular y ventilatorio artificial, certificada de acuerdo al protocolo que la Autoridad Sanitaria Nacional reglamente.
- **Notificación a la familia:** Se notifica a los familiares del fallecimiento de la persona, se les hace conocer que el fallecido esta en óptimas condiciones para ser donante.
- **Mantenimiento artificial del donante:** El donante es mantenido a través de un respirador artificial, con este mantenimiento los órganos se mantendrán hasta que sean extraídos antes de que el donante haga una parada cardiaca.
- **Cirugía de extracción:** Este proceso es realizado por médicos que están acreditados a través de su unidad hospitalaria, para lo cual la unidad también debe estar acreditada por parte del Instituto Nacional de Donación y Trasplantes de Órganos, Tejidos y Células INDOT.
- **Asignación de los órganos:** La realiza únicamente el Instituto Nacional de Donación y Trasplantes de Órganos, Tejidos y Células, bajo criterios médicos y de los resultados de pruebas de histocompatibilidad entre la sangre del donante y receptor, el beneficiario será el que mayor porcentaje obtuvo de compatibilidad.
- **Transporte del órgano a trasplantar:** Una vez que se hayan extraídos los órganos y/o tejidos serán transportados hasta el lugar en donde se efectuara el trasplante, cuyo proceso puede ser en cualquier unidad hospitalaria acreditada por el INDOT.
- **Trasplante:** Es el reemplazo, con fines terapéuticos, de componentes anatómicos en una persona, por otros iguales y funcionales, provenientes del mismo receptor, de un donante vivo o cadavérico.

- Paciente trasplantado:** Es la persona que después de haber estado inscrito por un periodo en la lista de espera única nacional, es elegido como receptor del órgano, por altos porcentajes de compatibilidad.

Gráfico 24 Proceso de donación y trasplante) donante cadavérico



Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2010 - 2014)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

3.1. Métodos de investigación

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Según los autores Santa Paella y Filiberto Martins (2010), define: La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

Otro concepto, dado por el autor Fidias G. Arias (2012), define: La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables algunas, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes.

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Según el autor Fidias G. Arias (2012), define: la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Los autores: Hernández, Fernández y Baptista (2006) señalan que una investigación descriptiva consiste en presentar la información tal cual es. Indicando cual es la situación en el momento de la investigación analizando, interpretando, imprimiendo y evaluando lo que desea.

METODOLOGÍA CUANTITATIVA

Según Sampieri R. (2004), el enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas.

Émile Durkheim indica que la metodología cuantitativa presenta como estrategia de investigación el empirismo o positivismo metodológico, es decir, se centra en los aspectos observables susceptibles de cuantificación, y utiliza la estadística para el análisis de los datos.

A partir de los diferentes conceptos, dados por diversos autores de los diferentes tipos de investigación, para el **Análisis del Efecto Psicosocial, de la Campaña “Dar Vida está en tus Manos” en la comunidad hospitalaria del Hospital Luis Vernaza** se utilizará: Según su lugar será una **INVESTIGACIÓN DE CAMPO**, porque de esta manera se logrará conseguir la situación lo más real posible; según la naturaleza de los objetivos será **DESCRIPTIVA**, ésta ayudará a describir una realidad y según la naturaleza de los datos se realizará con una **METODOLOGÍA CUANTITATIVA**, debido a que con sus instrumentos se puede recolectar datos de manera sistemática y tabular los mismos como resultado.

Con estos métodos se podrá determinar cuál fue el nivel de impacto que tuvo la campaña frente a la ciudadanía, con la finalidad de obtener información para el desarrollo de la propuesta y realizar la campaña publicitaria.

3.2. Población y muestra

Muestra: Proporción de la población que representa el universo.

Población: Todas las posibles mediciones de una variable aleatoria, asociadas a las unidades en estudio.

Este estudio de investigación, tiene como principal objetivo analizar el efecto psicosocial de la campaña “Dar Vida, Esta en tus Manos” en la Comunidad Hospitalaria del Hospital Luis Vernaza.

Para lograr el objetivo del proyecto se realizaran encuestas, a través de ésta se determinará una muestra sobre la cual se trabajará y sustentará todo el trabajo de nuestra investigación.

Con la realización de encuestas, se determina el grado de conocimiento y aceptación que tuvo la campaña dentro del Hospital.

La población que se ha determinado para hacer el trabajo de investigación, pertenece a la Comunidad Hospitalaria del Hospital Luis Vernaza de la ciudad de Guayaquil comprendida entre administradores, médicos, pacientes y visitantes.

Para lo cual se aplicará la siguiente fórmula que permitirá determinar la muestra a investigar:

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2pqN}{e^2(N - 1) + Z^2pq}$$

Simbología:

n: Total de datos de la muestra

Z: Nivel de significancia (constante igual a 2)

p: Probabilidad que ocurra el evento (50%)

q: Probabilidad que no ocurra el evento (50%)

N: Tamaño de la población

e: Error de estimación (8% = 0.08)

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de este proyecto se basarán en: Entrevistas y Encuestas; como instrumentos se tendrán los siguientes: cámara fotográfica, video cámara, grabadora de voz, cuestionario de preguntas abiertas y/o cerradas.

Con la información estructurada de la muestra seleccionada obtenida a través del cuestionario, se conocerá la percepción de los encuestados con relación a la campaña publicitaria “Dar Vida, está en tus Manos” en la Comunidad Hospitalaria del Hospital Luis Vernaza.

Para la aplicación de las entrevistas se ejecutarán preguntas de nivel técnico para personal médico y de nivel social para pacientes, las mismas que permitirán obtener información real, eficaz y veraz.

Gráfico 25 Recursos materiales



Fuente: (Sony, 2015)



3.3.1. Aplicación de Instrumentos

Para el presente estudio, se levantara la información de 156 personas de 18 años de edad en adelante dentro del Hospital Luis Vernaza de la ciudad de Guayaquil, para así evaluar los conocimientos que tiene la ciudadanía en general sobre la campaña publicitaria de donación y trasplantes de órganos “DAR VIDA, ESTA EN TUS MANOS” emprendida por el Gobierno Nacional.

Datos de la muestra:

Equipo Médico: 1373

Equipo Administrativo: 712

Pacientes: 120000 – atención al año

Número de visitantes estimados por paciente 2, total 240000

M=	362085	
n=	$\frac{(2)^2 \times (0.5) \times (0.5) \times 362,085}{(0.08)^2 \times (362085-1) + (2)^2 \times (0.5) \times (0.5)}$	
n=	$\frac{362085}{2318.34}$	
n=	156.18	
n=	156	Margen de Error 8%

3.3.2. Diseño y formato de la encuesta

Para la encuesta se desarrolló un cuestionario de 16 preguntas, adicional de las que corresponden a datos demográficos de los entrevistados. Todo se desarrolló con preguntas objetivas para un mejor manejo de tiempo y de llenado de la

encuesta, las mismas que están conformadas por preguntas abiertas, cerradas y mixtas.

Esta encuesta será desarrollada con el fin de comprobar el nivel de conocimiento de la ciudadanía, referente a la campaña publicitaria de la donación y trasplantes de órganos “DAR VIDA, ESTA EN TUS MANOS” emprendida por el Gobierno Nacional.

PREGUNTAS PARA LAS ENCUESTAS

1. Condición del Informante

Administrador

Medico

Paciente

Visitante

2. Género

Masculino

Femenino

3. Edad

_____ años

4. ¿Sabe algo acerca de la donación de órganos?

Si

No

5. ¿Cree usted que la donación de órganos ayuda a salvar vidas?

Si

No

6. ¿Conoce alguna campaña publicitaria de donación de órganos?

Si

No

7. La campaña que conoce era de una institución

Pública

Privada

8. ¿Alguna vez escuchó la campaña publicitaria de donación de órganos “DAR VIDA, ESTA EN TUS MANOS”?

Si

No

9. ¿A través de qué medio de comunicación se ha informado sobre la donación de órganos?

Revistas

Afiches – Trípticos

Televisión

Radio

Periódicos

Internet

10. ¿Qué impacto le causó la campaña?

--

11. ¿Qué fue lo que más le gusto de la campaña?

12. ¿Qué fue lo que menos le gusto de la campaña?

13. ¿Conoce que existe una ley de donación de órganos?

Si

No

14. ¿Cree usted que la ley actual, le obliga hacer donante de órganos?

Si

No

15. ¿Estaría dispuesto a donar sus órganos?

Si

No

Lo haría:

En vida

Después de muerto

16. ¿Cómo le gustaría enterarse sobre la donación de órganos?

Charlas

Medios Publicitarios

Campañas del Gobierno

Campañas de Instituciones Privadas

3.4. Recursos: fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos

Para el desarrollo de este proyecto contamos con diversas fuentes bibliográficas, tomadas desde varios puntos de información: web, prensa escrita y fuente oficial del Instituto Nacional de Donación y Trasplantes de Órganos, Tejidos y Células INDOT.

Tabla 4 Presupuesto

PRESUPUESTO	
ACTIVIDAD	COSTO
MATERIALES	\$ 500,00
IMPRESIÓN	\$ 50,00
MOVILIZACIÓN	\$ 25,00
INTERNET	\$ 60,00
TOTAL	\$ 635,00

Elaborado por: Las Autoras

3.5. Tratamiento de la información.- Procesamiento y análisis

Después de las encuestas realizadas, se procederá con la tabulación de las mismas, lo cual ayudará a medir de una manera más óptima y precisa los datos que arrojará el siguiente estudio.

3.5.1. Procesamiento de los resultados

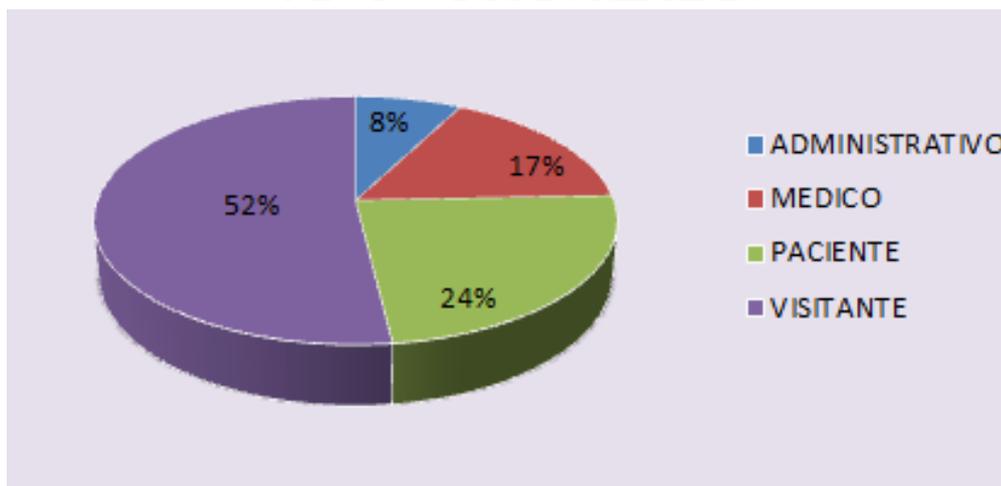
Tabla 5 Condición del informante

INFORMANTE	CANTIDAD	%
ADMINISTRATIVO	12	8%
MEDICO	26	17%
PACIENTE	37	24%
VISITANTE	81	52%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 26 Condición del informante



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Tomando en cuenta que del 100% de la muestra, de las encuestas realizadas en el hospital, el 52% de las mismas fueron realizadas a visitantes, el 24% a pacientes, el 17% a médicos y el 8% al personal administrativo.

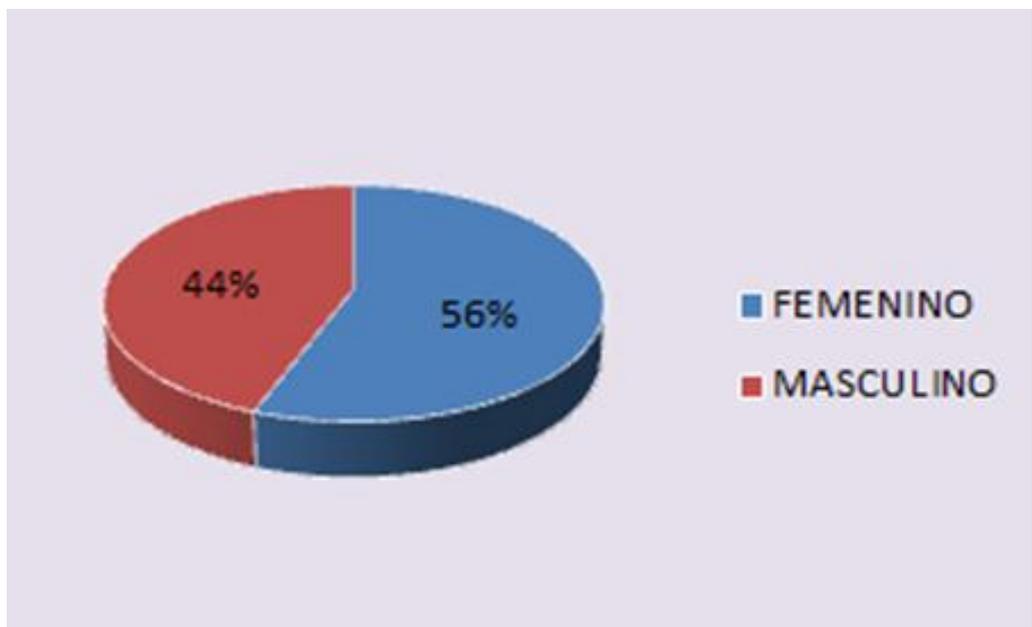
Tabla 6 Género

GENERO	CANTIDAD	%
FEMENINO	87	56%
MASCULINO	69	44%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 27 Género



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Con respecto al género se tiene que el 44% fueron realizados al género masculino y el 56% al género femenino, por lo que indica que hay una mayor cantidad de mujeres que se encuentran en el hospital en su diferente condición de informante.

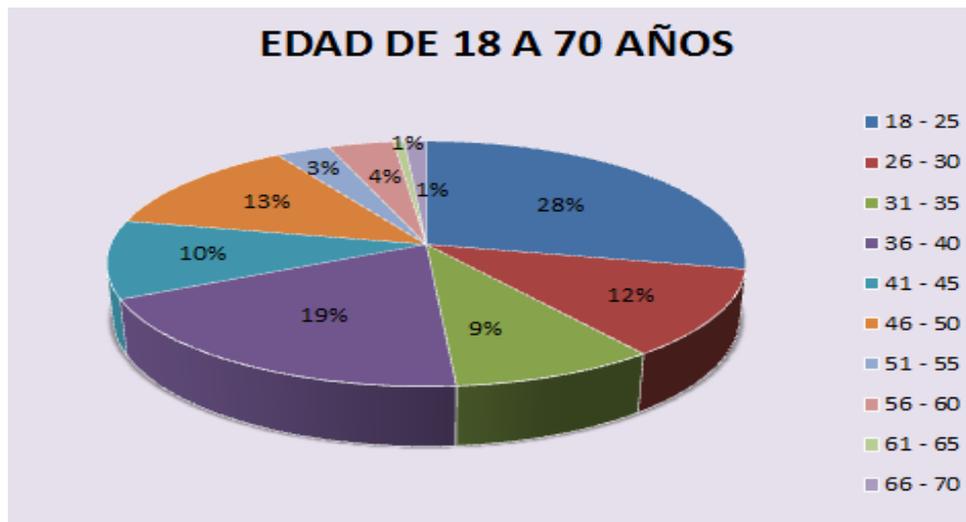
Tabla 7 Edad

EDAD	CANTIDAD	%
18 - 25	44	28%
26 - 30	18	12%
31 - 35	14	9%
36 - 40	30	19%
41 - 45	16	10%
46 - 50	20	13%
51 - 55	5	3%
56 - 60	6	4%
61 - 65	1	1%
66 - 70	2	1%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 28 Edad



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En cuanto a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, se pudo conocer que el 28% de los encuestados poseen edades comprendidas entre los 18 a 25 años, mientras que el 12% corresponde a personas con edades de 26 a 30 años, el 9% de 31 a 35, el 19% de 36 a 40, el 10% de 41 a 45 años, el 13% de 46 a 50, el 3% de 51 a 55, el 4% de 56 a 60, el 1% de 61 a 65 y de 66 a 70 años esto proporciona la pauta sobre el las edades del segmento objetivo al cual se debe enfocar la campaña.

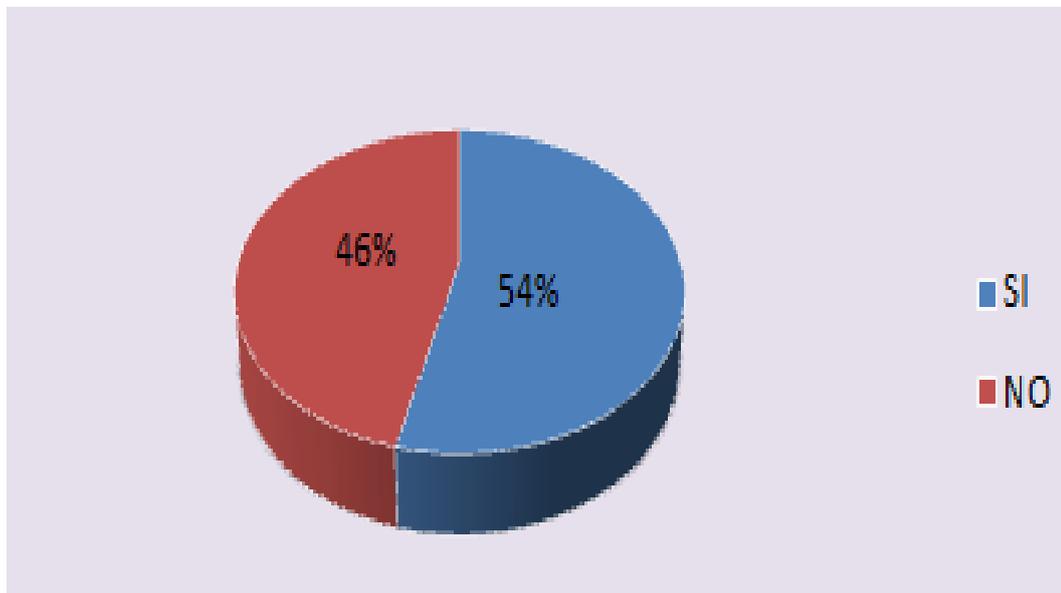
Tabla 8 Donación de órganos

PREGUNTA	CANTIDAD	%
SI	84	54%
NO	72	46%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 29 Donación de órganos



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En esta pregunta de mayor relevancia, se puede notar que el NO prevalece con el 54% a diferencia de un SI que mantiene el 46%, con esto se puede indicar que a pesar de que existe una Ley de donación de órganos, la ciudadanía no se encuentra totalmente informada.

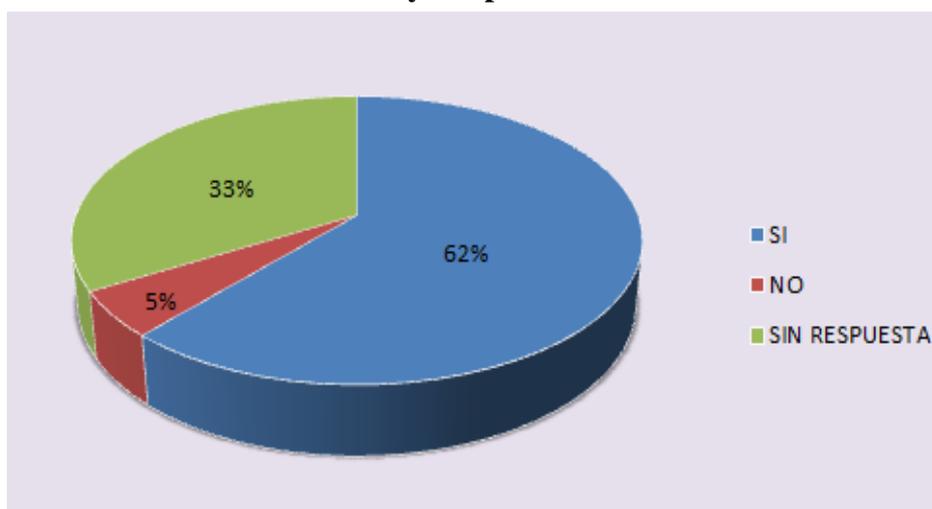
Tabla 9 Ayuda para salvar vidas

PREGUNTA	CANTIDAD	%
SI	96	62%
NO	8	5%
SIN RESPUESTA	52	33%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 30 Ayuda para salvar vidas



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

A pesar del nivel de desconocimiento que la ciudadanía mantiene frente a este tema, puede notar que el 62% cree que la donación de órganos si ayuda a salvar vidas, mientras que el 33% de los encuestados prefirió no responder, ante la falta de respuesta, se deduce que en muchas veces influyen las creencias religiosas como también en mitos, finalmente tenemos que el 5% cree que la donación de órganos no ayuda a salvar vidas.

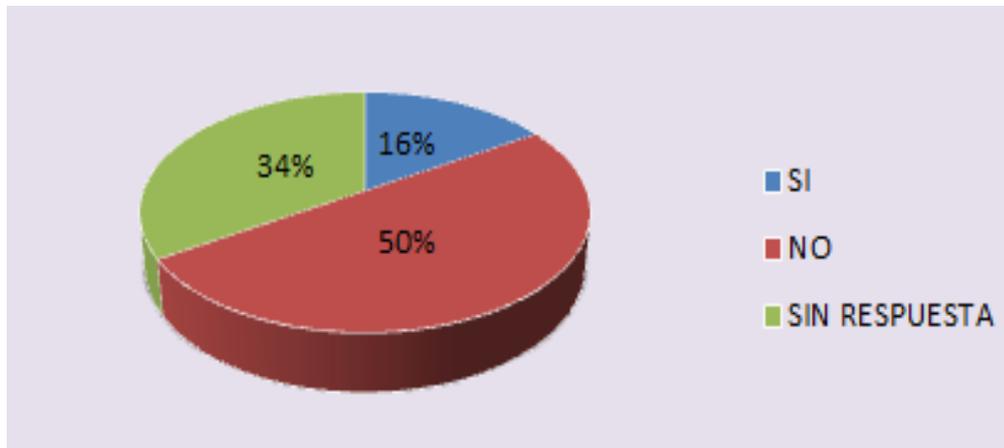
Tabla 10 Campaña publicitaria

PREGUNTA	CANTIDAD	%
SI	25	16%
NO	78	50%
SIN RESPUESTA	53	34%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 31 Campaña publicitaria



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Específicamente sobre los resultados obtenidos de esta pregunta, se fundamenta el desarrollo y propuesta de este proyecto de investigación. Como se puede observar, el 50% manifestó que hasta la actualidad NO han conocido alguna campaña publicitaria referente al tema, mientras que el 16% indicó que SI se han informado, lo cual sigue siendo un índice bajo para el número total de la población ecuatoriana, finalmente se tiene que el 34% prefirió no contestar.

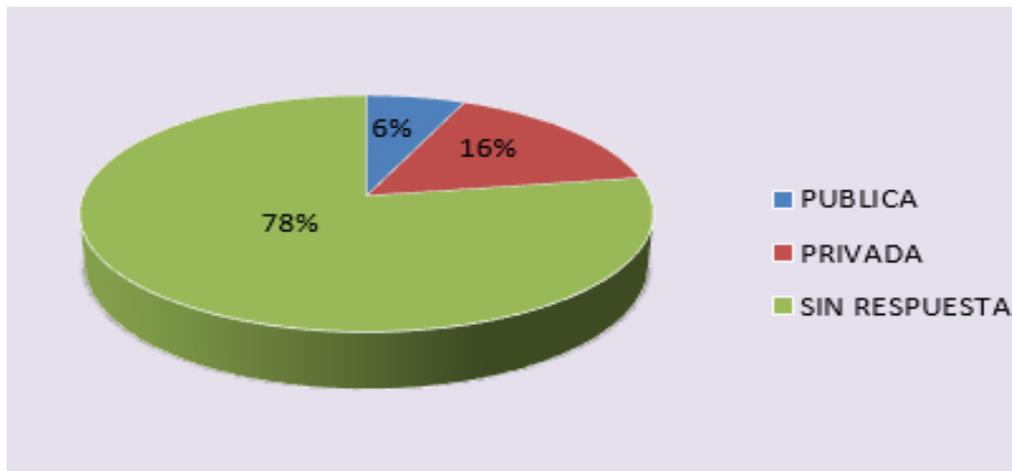
Tabla 11 Conocimiento de campaña

PREGUNTA	CANTIDAD	%
PUBLICA	10	6%
PRIVADA	25	16%
SIN RESPUESTA	121	78%
	156	94%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 32 Conocimiento de campaña



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Con los resultados señalados en esta gráfica, se puede constatar el gran déficit que mantiene el Gobierno Nacional en implementar campañas publicitarias acerca de la donación de órganos, obteniendo de esta manera que: el 78% corresponde a encuestados que no prefirió responder, luego sigue que el 16% se informó a través de instituciones privadas y tan solo el 6% se informó a través de instituciones públicas.

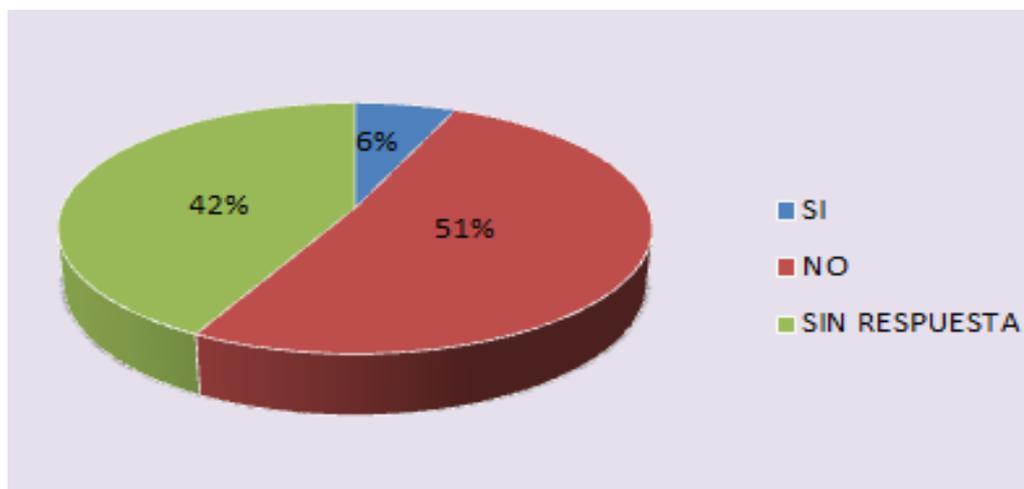
Tabla 12 Campañas rutinarias

PREGUNTA	CANTIDAD	%
SI	10	6%
NO	80	51%
SIN RESPUESTA	66	42%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 33 Campañas rutinarias



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Solo el 6% que equivale a 10 personas tuvieron conocimiento de esta campaña, mientras que el 42% de los encuestados no prefirió responder por el nivel de desconocimiento, finalmente se tiene el 51% que corresponde a los encuestados que manifestaron no.

Una vez más se ratifica que esta campaña publicitaria no fue lo suficientemente difundida a través de los medios de comunicación.

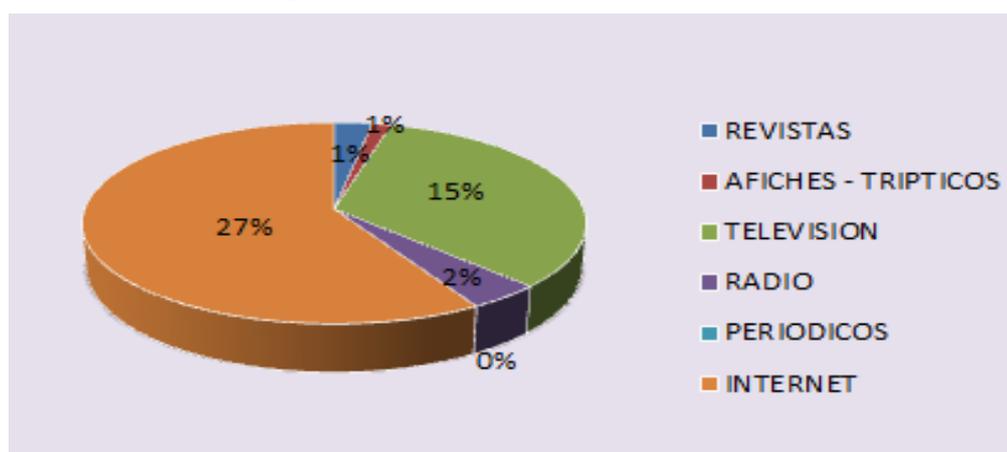
Tabla 13 Medios de comunicación

MEDIO	CANTIDAD	%
REVISTAS	2	1%
AFICHES - TRIPTICOS	1	1%
TELEVISION	24	15%
RADIO	3	2%
PERIODICOS	0	0%
INTERNET	42	27%
SIN RESPUESTA	84	54%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 34 Medios de comunicación



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Este gráfico demuestra los medios de comunicación que la ciudadanía ha utilizado como intermedio para informarse acerca de la donación de órganos, obteniendo los resultados de la siguiente manera: en primer lugar prevalece el internet con el 27%, seguido de televisión que contiene el 15%, otro de los medios más comunes para informarse es la radio, que acoge el 2% y como pocos frecuentes están la revista; afiches – trípticos con el 1% seguido del 0% que le corresponde a periódicos o comúnmente llamado prensa escrita.

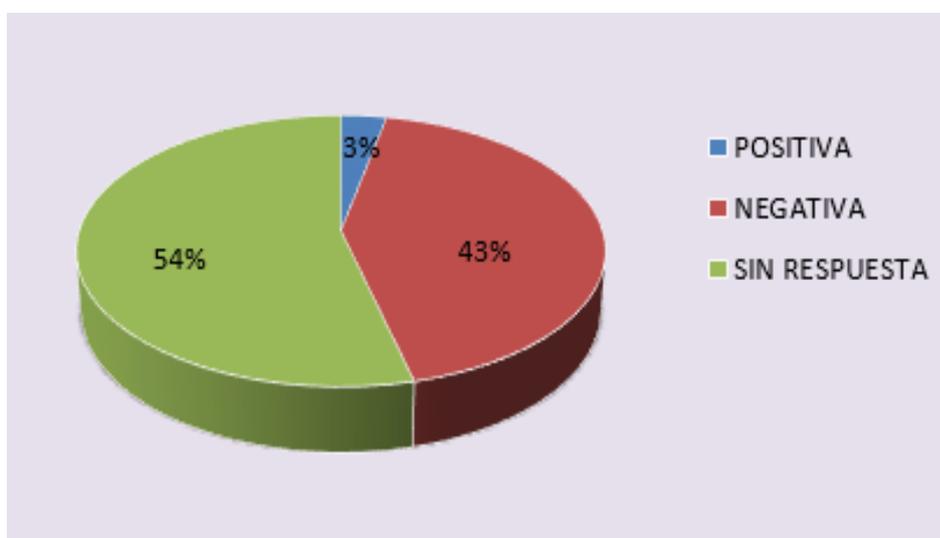
Tabla 14 Impacto

MEDIO	CANTIDAD	%
POSITIVA	5	3%
NEGATIVA	67	43%
SIN RESPUESTA	84	54%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 35 Impacto



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De los encuestados que anteriormente manifestaron que si habían escuchado la campaña publicitaria “Dar Vida, Esta en tus Manos” solo el 3% indicó que la misma había obtenido un impacto de manera positiva, luego el 43% que corresponde en que la campaña publicitaria no generó un buen impacto para llegar a crear una cultura de donación de órganos en el país, finalmente el 54% que pertenece a sin respuesta.

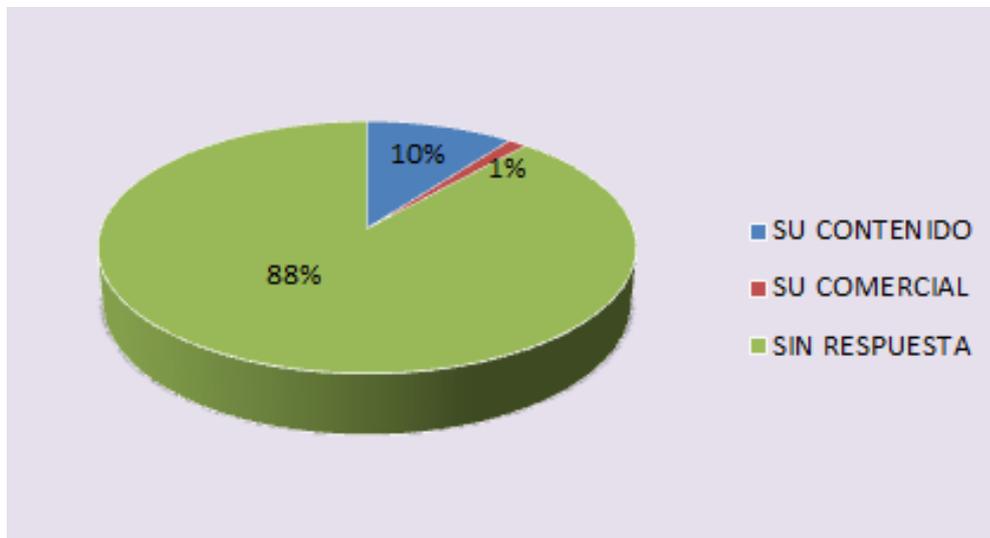
Tabla 15 Agrado de campaña

MEDIO	CANTIDAD	%
SU CONTENIDO	16	10%
SU COMERCIAL	2	1%
SIN RESPUESTA	138	88%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 36 Agrado de campaña



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Los encuestados pudieron manifestar que lo más agradable de la campaña publicitaria fue su contenido que equivale al 10%, seguido de su comercial con el 1% y como ya se ha presentado en resultados anteriores también se tiene que los encuestados optaron por no responder lo que equivale al 88%.

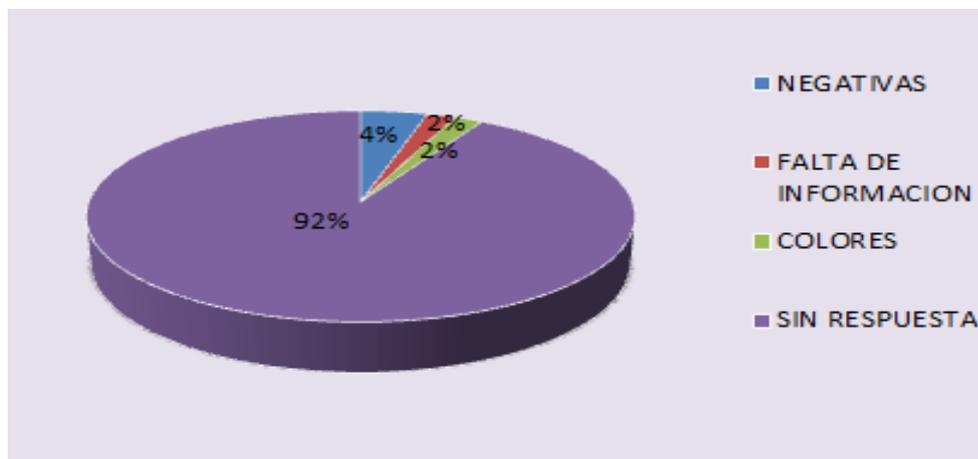
Tabla 16 Desagrado de la campaña

MEDIO	CANTIDAD	%
NEGATIVAS	7	4%
FALTA DE INFORMACION	3	2%
COLORES	3	2%
SIN RESPUESTA	143	92%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 37 Desagrado de la campaña



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

A diferencia de las respuestas anteriores, aquí se tiene que la campaña no fue bien vista por todos, esto quiere decir que: el 4% corresponde a comentarios negativos, 2% la campaña no fue lo suficientemente informada, otro de los factores que no fueron de agrado para la ciudadanía fue la utilización de tonalidades frías (colores oscuros) equivalente al 2% y finalmente el 92% no dio su respuesta.

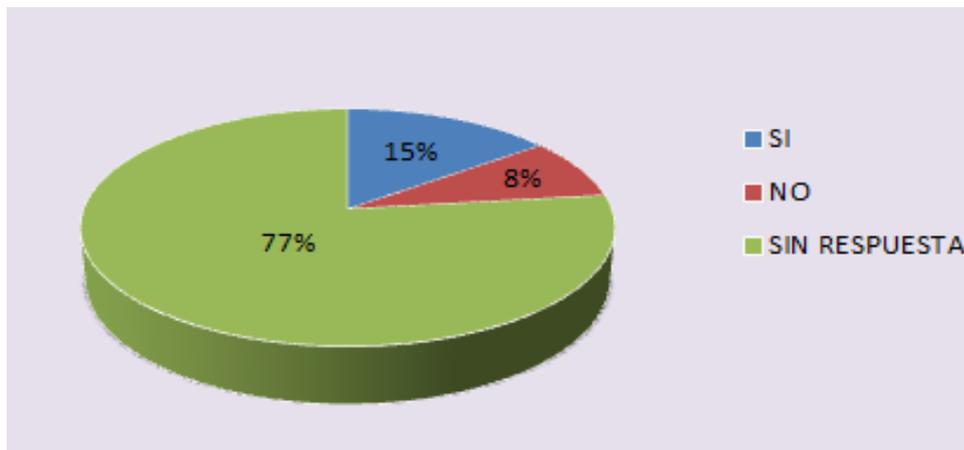
Tabla 17 Ley de Donación de Órganos

PREGUNTA	CANTIDAD	%
SI	23	15%
NO	13	8%
SIN RESPUESTA	120	77%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 38 Ley de Donación de Órganos



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

A pesar de que esta ley de donación de órganos existe desde el 4 de marzo del 2011, se puede constatar a través de este gráfico que tan solo el 15% conoce de la misma, el 8% manifestó que no conoce y el 77% prefirió no responder.

Con este nivel de desconocimiento, nunca se podrá realizar una concienciación de la donación de órganos, si antes no se realiza la difusión de la misma a través de medios masivos.

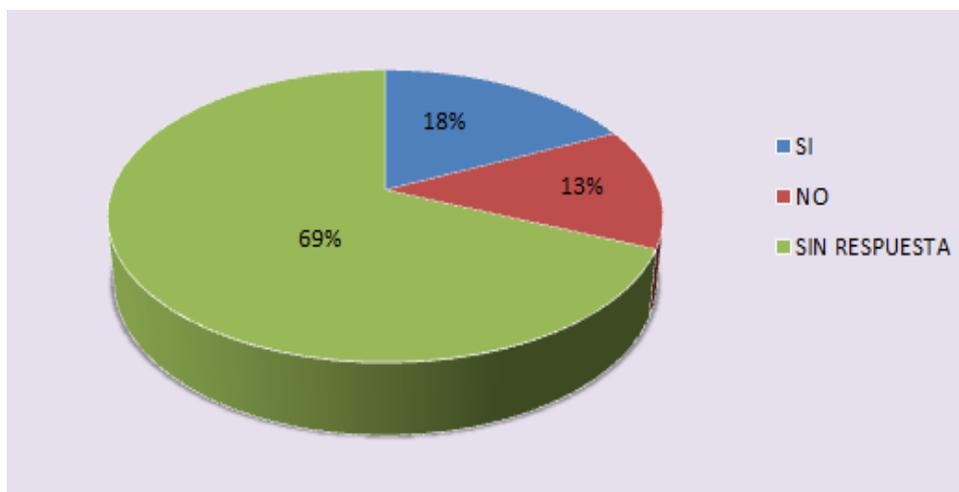
Tabla 18 Ley actual

PREGUNTA	CANTIDAD	%
SI	28	18%
NO	21	13%
SIN RESPUESTA	107	69%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 39 Ley actual



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

La Ley Orgánica, en su artículo 29 indica “todos los ecuatorianos y ecuatorianas mayores de dieciocho años son potenciales donantes al menos que en vida se exprese lo contrario”. Con esto no quiere decir que el Gobierno Nacional obliga a donar los órganos, sin embargo; cómo se puede ver los resultados, el 18% de los encuestados cree que SI se los obliga a donar, mientras que el 13% cree que no es de esa manera y el 69% que prefirió no responder.

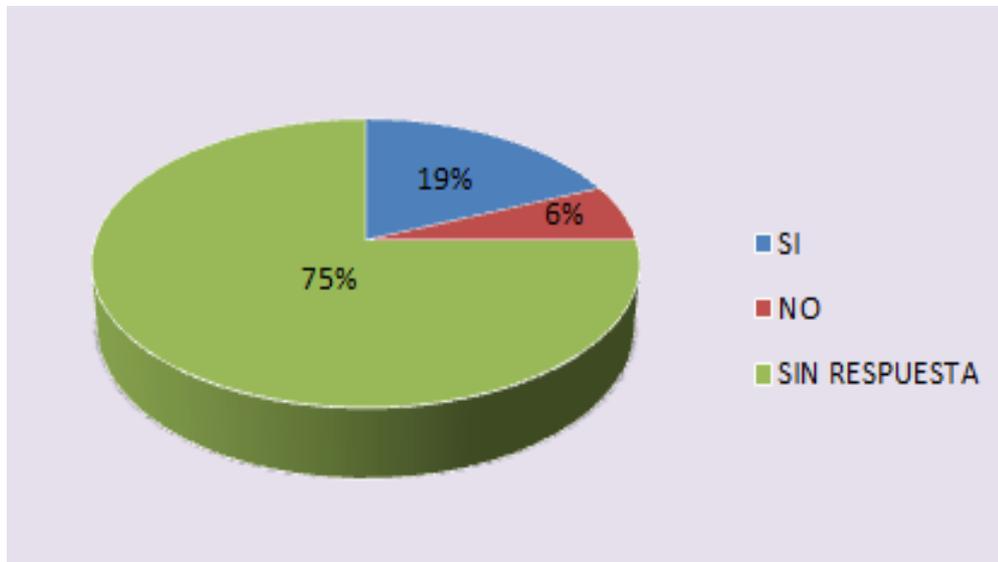
Tabla 19 Donación de órganos

PREGUNTA	CANTIDAD	%
SI	29	19%
NO	10	6%
SIN RESPUESTA	117	75%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 40 Donación de órganos



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Del total de encuestados, el 75% prefirió no responder, ya que al hablar de donación de órganos, se tendría que pensar en los factores que se involucran tales, como mitos, etc. El siguiente porcentaje corresponde a los que si les gustaría donar órgano obteniendo como resultado el 19% y finalmente el 6% de los que no están dispuestos a hacerlo.

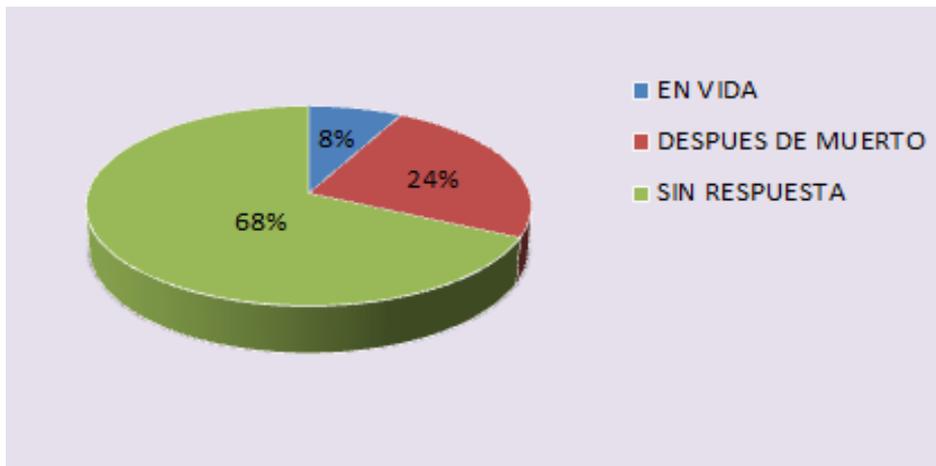
Tabla 20 Disposición de donación

PREGUNTA	CANTIDAD	%
EN VIDA	12	8%
DESPUES DE MUERTO	38	24%
SIN RESPUESTA	106	68%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 41 Disposición de donación



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 8% de los encuestados manifestaron que están de acuerdo en ser donantes en vida, mientras que el 24% indicó que le gustaría ser después de fallecidos, con estos resultados se demuestra que el número de donantes en el país es bajo y que se debería de implementar nuevas estrategias de comunicación para crear conciencia en la ciudadanía.

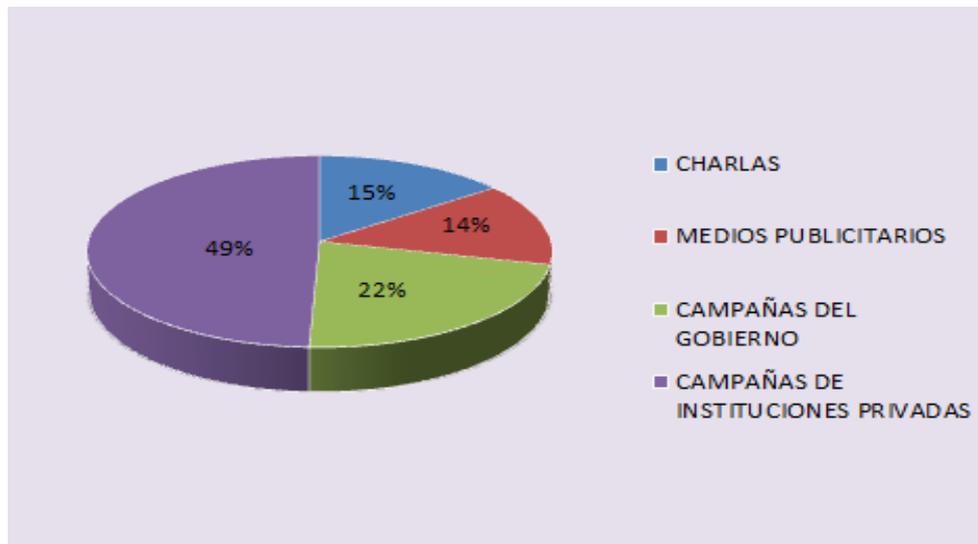
Tabla 21 Conocimiento de donación

PREGUNTA	CANTIDAD	%
CHARLAS	23	15%
MEDIOS PUBLICITARIOS	22	14%
CAMPAÑAS DEL GOBIERNO	34	22%
CAMPAÑAS DE INSTITUCIONES PRIVADAS	77	49%
	156	100%

Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 42 Conocimiento de donación



Fuente: Encuesta en el Hospital Luis Vernaza de Guayaquil

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 49% de los encuestados indicaron que les gustaría enterarse a través de instituciones privadas, mientras que el 15% a través de charlas, también se tiene a los medios publicitarios con el 14% y finalmente el 22% por el Gobierno Nacional. Esto quiere decir que a pesar de que la campaña “Dar Vida, Esta en tus Manos” no tuvo la suficiente acogida, los encuestados apoyan a que la difusión de este tema de interés también sea a través del Estado.

ENTREVISTA

Otra de las técnicas que demostró que la campaña publicitaria “Dar Vida, Esta en tus Manos” no tuvo recordación entre la ciudadanía, fue la entrevista que se le realizó a la Dra. Candela Ceballos, quien es Coordinadora Hospitalaria de Trasplantes del Hospital Luis Vernaza.

A continuación, se presentan las respuestas obtenidas a través de las preguntas planteadas durante el diálogo, la misma que duró 3 minutos con 53 segundos:

Abreviaturas utilizadas:

Pregunta (P/.): Jennifer Morán

Respuesta (R/.): Dra. Candela Ceballos

P/. ¿Cree usted que la donación de órganos ayuda a salvar vidas?

R/. Por supuesto, porque la única forma de poder hacer un trasplante, es con el órgano de un donante que es una persona que en algunos órganos como el riñón puede ser una persona viva, un familiar de la persona que está enferma, pero cuando eso no es posible, como es el caso del corazón por ejemplo donde necesariamente tiene que ese órgano venir de una persona fallecida y ese órgano se puede obtener gracias a la voluntad de la donación de cada una de las personas.

P/. ¿Actualmente ha visto alguna campaña de donación de órganos?

R/. No, lamentablemente no, pero sabemos los médicos que trabajamos en trasplante que usted puede hacer la campaña de la gaseosa más famosa como es la Coca Cola y no es eso lo que va hacer cambiar la voluntad de la gente, sino, el trabajo diario de todas las personas involucradas en el proceso y el traspaso de esa información de boca en boca es lo que va hacer cambiar la manera de pensar y la cultura de los pueblos.

P/. ¿Ha escuchado alguna vez sobre la campaña publicitaria “Dar Vida, Esta en tus Manos”?

R/. Sí, se hizo una pequeña campaña en algún momento, pero realmente si yo te tengo que decir, ni me acuerdo cuando fue ni de que se trató.

P/. ¿Algo que recuerde acerca de la campaña, lo que más le gustó, menos le gustó, de la campaña?

R/. Es que realmente no la recordamos, ósea no, para que alguien le quede un recuerdo sobre una campaña tiene que ser digamos una cosa sistemática, continua en televisión, en radio, en todos los medios de comunicación y como te digo eso ya está demostrado a nivel mundial que usted puede hacer la campaña publicitaria igual al de la Coca Cola, sí, con todo lo que eso implica de una inversión económica muy importante y realmente es muy poco lo que a uno después le puede quedar, no sé si usted se acuerda por ejemplo de esa campaña.

P/. ¿Qué opina sobre la ley de donación de órganos?

R/. Nosotros tenemos una muy buena ley que fue modificada en el año 2011, el Ecuador tenía una ley del año 1994, que había quedado un poco obsoleta con los avances científicos y tecnológicos relacionados con el trasplante, pero es más o menos lo mismo que decíamos recién en cuanto a las campañas, las leyes estarán escritas en el papel y la gente la tiene que conocer, también es cierto que el desconocimiento de las leyes no exime de cumplirlas, pero la ley puede estar muy bonita, pero si nosotros no la hacemos cumplir tampoco sirve de nada, entonces es importante que los estudiantes de los colegios primarios, secundarios, de la universidad y por supuesto los estudiantes de medicina tengan conocimiento de que existe una ley, que la ley del país dice que todos somos donantes a no ser que expresemos lo contrario en el Registro Civil, pero en la medida de que nose enseñe esto en los colegios y en las escuelas, pues quedara muy linda escrita en el papel.

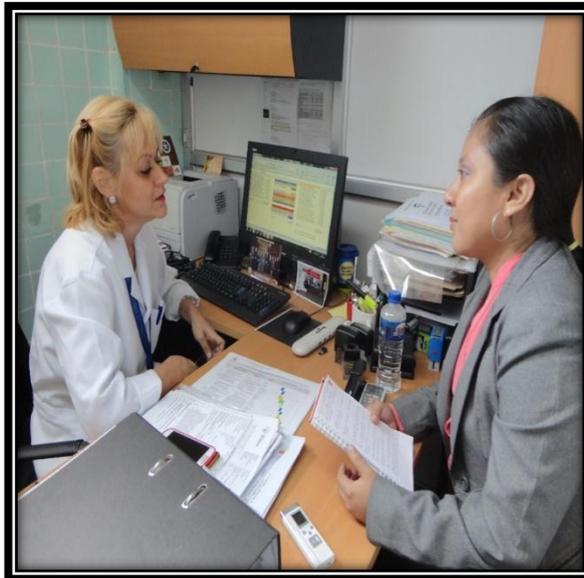
P/. ¿Cree usted que la ley nos obliga a donar?

R/. No, porque cada uno tiene derecho a elegir, a expresar su voluntad y decidir lo que quiere hacer con su propio cuerpo, así que no es una ley impositiva.

Finalización de la entrevista con palabras de agradecimiento entre ambas partes.

Evidencias de la entrevista (fotografías).

Gráfico 43 Desarrollo de entrevistas



Responsable de la grabación del audio y captura de imágenes:

Cinthy Lindao



Responsable de la grabación del audio y captura de imágenes:

Cinthy Lindao



Responsable de la grabación del audio y captura de imágenes:

Cinthya Lindao

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1. Título de la propuesta

Diseño de un Estrategia Comunicacional para lograr Concienciar e Incentivar la Donación y Trasplantes de Órganos a Nivel Nacional, a través de Medios de Comunicación Publicitaria.

4.2. Justificación de la propuesta

Luego de haber realizado las encuestas y después de haber elaborado los análisis respectivos de cada una de las preguntas, se ha notado que del 100% de los encuestados en el Hospital Luis Vernaza, tan solo el 6% manifestó que tuvo conocimiento de la campaña “**DAR VIDA, ESTA EN TUS MANOS**” lo cual equivale a que siendo un tema de gran interés no generó impacto a la ciudadanía.

Con los resultados obtenidos, se demuestra que la campaña publicitaria antes mencionada, no tuvo la aceptación ni el interés esperado para llegar a crear una cultura de donación de órganos en el Ecuador.

Es por eso que, como autoras de este proyecto de investigación queda comprobado que el nivel de desconocimiento que mantiene la ciudadanía en general sobre la donación de órganos es sumamente bajo, por tal razón se ha creado un *diseño de estrategia comunicacional para lograr concienciar e incentivar la donación y trasplantes de órganos a nivel nacional a través de medios de comunicación publicitaria.*

Con la implementación de la estrategia comunicacional, se logrará que los ecuatorianos se mantengan comunicados a través de medios publicitarios con información clara, precisa y concisa, ya que en muchas circunstancias no se toma en cuenta lo relevante que es salvar vidas a través de la donación de un órgano.

Nuestra propuesta se basa en que, los diseños de todas las piezas gráficas, serán realizados con textos de mayor relevancia y con coloraciones que puedan ocasionar al lector un impacto de interés, las imágenes y audio del comercial serán

de fácil interpretación para que el televidente pueda tener una rápida recordación y se pueda posicionar al top of main del espectador de manera sencilla, en cuanto a la cuña el audio tendrá un mensaje claro y conciso para concienciar a la ciudadanía dándoles a conocer que al aceptar el ser donante se está ayudando a salvar una vida.

4.3. Objetivo general de la propuesta

- Concienciar e incentivar a la ciudadanía a que acepten positivamente el tema de la donación de órganos y que formen parte de este proceso.

4.4. Objetivos específicos de la propuesta

- Concienciar a través de medios de comunicación publicitaria la donación de órganos.
- Incentivar y fortalecer el desarrollo de la campaña para incrementar el número de donantes de órganos.
- Establecer estrategias de comunicación a través de medios convencionales y no convencionales.

4.5. Hipótesis de la propuesta

Si se desarrolla una buena estrategia comunicacional para concienciar e incentivar a la donación de órganos a través de los medios utilizados, se logrará incrementar el número de donantes en el Ecuador.

4.6. Listado de contenidos y flujo de la propuesta

La propuesta está enfocada en desarrollar una campaña publicitaria para incrementar el número de donantes de órganos, ya que en el país la cultura acerca de la donación de órganos no ha sido lo suficientemente considerada; por ésta razón, si se utiliza una buena estrategia bajo el concepto “DA ESPERANZA, DONA VIDA” y se la difunde a través de medios publicitarios masivos y material informativo, se habrá logrado crear conciencia a la ciudadanía a que acepten ser donantes de sus órganos. Para el desarrollo de la propuesta se consideraron cuatro elementos principales, que al ser utilizados en la elaboración de una

campana publicitaria, determinaran las estrategias de comunicaci3n para diferentes medios.

A continuaci3n se detallan los principales elementos de la campana:

Gráfico 44 Marca



Elaborado por: Las autoras

4.7. Desarrollo de la propuesta

La campana publicitaria tendr3 una duraci3n de 6 meses.

Donde la estrategia a utilizar es: Los 2 primeros meses de lanzamiento, d3ndole mayor peso al primer mes para lograr posicionarnos en la mente del espectador y llegar al top of main de toda la audiencia y tener el retorno esperado que es la aceptaci3n de ser donantes, el segundo mes con un poco menos de fuerza pero no dejando de tener la presencia adecuada para tener enganchado al televidente con respecto al tema.

Los 4 meses restante ser3n de mantenimiento con una inversi3n equitativa todos los meses para no dejar de tener presencia y de esta manera no matar la campana si no tener todo el tiempo una recordaci3n de la misma.

El presupuesto será de \$1'400.000 más IVA para la campaña y para el costo de producción \$100.000+IVA, dándonos un total de \$1'500.000 más IVA.

Habrá presencia en tv, radio, vallas, pantallas y material informativo como volantes, díptico, trípticos, afiches.

Total Inversión Lanzamiento: \$650.000, el primer mes de \$375.000 y el segundo mes de \$275.000, distribución de la inversión por medio referencia flow chart estratégico.

Inversión Total Mantenimiento: \$750.000 – cada mes \$187.500, distribución de la inversión por mes en el flow chart estratégico.

En televisión habrá una pauta rotativa en canales nacionales, en programas de mayor sintonía y compra de auspicios en programas magazine con cuñas de 30”, teniendo en consideración que se está trabajando con un comercial estándar, ya que si el secundaje es mayor representaría mayor costo de producción y se elevaría el costo de las cuñas por tener los segundos más altos.

En radio habrá compra en las principales radios a nivel nacional con pauta rotativa con cuñas de 30” y menciones máximas de 20”, ya que este es el secundaje promedio que se utiliza en este medio, tiempo suficiente para poder informar a la ciudadanía sobre nuestra campaña.

En vallas se tendrá compras a nivel nacional en las principales ciudades del país, adicional existirá presencia en las vallas de los estadios de Guayaquil y Quito, ya que en este evento se captará una gran cantidad de audiencia, utilizando vallas de 10X4m, 9X4m en las ciudades y la de los estadios de 4X3 metros.

En pantallas habrá presencia en la de Gran Comercio que están afuera de las paradas de la metrovía y en las pantallas de las avenidas se mostrarán comerciales de 30”, utilizados también para televisión.

El Material Informativo; como volantes, dípticos, trípticos, afiches se entregaran en los aeropuertos, terminales y avenidas principales.

Tabla 22 Flow Chart Estratégico

FLOW CHART ESTRATEGICO								
		LANZAMIENTO		MANTENIMIENTO				
MEDIO		MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	TOTAL
TELEVISION	TRP'S	1000	800	500	500	500	500	3800
	INVERSION	\$ 200.000,00	\$ 150.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 750.000,00
	IMPACTO	150	120	80	80	80	80	590
RADIO	INVERSION	\$ 80.000,00	\$ 50.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 270.000,00
	IMPACTO	300	200	125	125	125	125	1000
VALLAS	INVERSION	\$ 50.000,00	\$ 40.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 210.000,00
	IMPACTO	20	20	12	12	12	12	88
PANTALLAS	INVERSION	\$ 30.000,00	\$ 20.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 110.000,00
	IMPACTO	15	15	10	10	10	10	70
MATERIAL INFORMATIVO	INVERSION	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 60.000,00
	IMPACTO	30000	30000	15000	15000	15000	15000	120000
COSTO DE PRODUCCION	INVERSION	\$ 100.000,00						\$ 100.000,00
TOTAL	TRP'S	1000	800	500	500	500	500	3800
	INVERSION	\$ 375.000,00	\$ 275.000,00	\$ 187.500,00	\$ 187.500,00	\$ 187.500,00	\$ 187.500,00	\$ 1.400.000,00
	IMPACTO	30485	30355	15227	15227	15227	15227	121748
							TOTAL	\$ 1.500.000,00
							IVA	\$ 180.000,00
								\$ 1.680.000,00

Elaborado por: Las autoras

Colores Institucionales

Los artes gráficos se trabajaron utilizando como color principal el azul y sus derivados, para complementar utilizamos el color rojo para el corazón, el color piel para el niño que se encuentra dentro del corazón, los tonos café para las manos, el lila para el diseño del mundo, comercial se trabajó con el fondo negro y la letra roja y blanca.

El color azul es uno de los 4 colores psicológicos primarios, provoca placidez posee fuerza, representa seriedad, el rojo representa amor, el tono piel sensibilidad, los café orgullo y actividad y el lila es técnico funcional.

Práctico	#B0C3C9	176	195	201	194°	12%	79%
-----------------	---------	-----	-----	-----	------	-----	-----

Duelo	#544F53	84	79	83	312°	6%	33%
--------------	---------	----	----	----	------	----	-----

Amor	#F93f42	250	63	66	320°	75%	100%
-------------	---------	-----	----	----	------	-----	------

Pasividad	#ACBCC9	172	188	201	207°	14%	79%
------------------	---------	-----	-----	-----	------	-----	-----

Sensibilidad	#EFE0DB	239	224	219	15°	8%	239%
---------------------	---------	-----	-----	-----	-----	----	------

Orgullo	#D8BCAE	216	188	174	20°	19%	85%
----------------	---------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

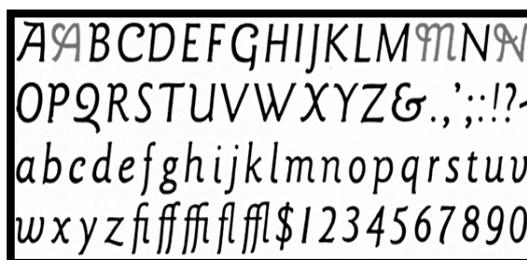
Actividad	#D6A47F	214	164	127	26°	41%	84%
------------------	---------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Técnico y funcional	#AE AFC1	174	175	193	237°	10%	76%
----------------------------	----------	-----	-----	-----	------	-----	-----

Tipo de Letra

El tipo de letra que se utilizó es Futura sin Serifas, siendo esta un tipo de letra estándar clara y fácil de comprender.

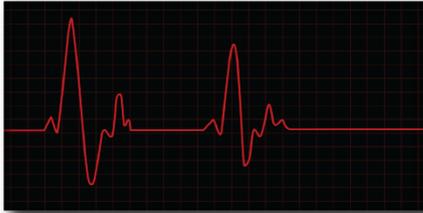
Gráfico 45 Tipo de Letra



Comercial – StoryBoard

Gráfico 46 StoryBoard

ESCENA 1

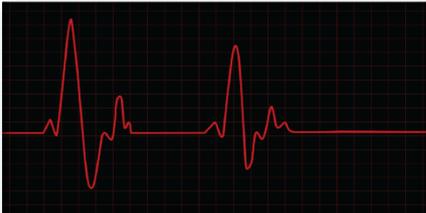


Descripción:
Linea inicia y termina, indicando el ritmo cardíaco

Sonido: **Latido del Corazón** **Duración:** **1"**

Gráfico 47 StoryBoard

ESCENA 2

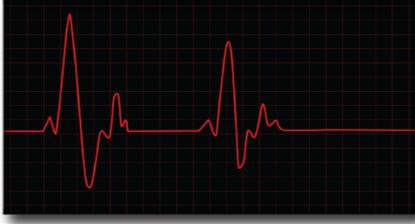


Descripción:
Linea inicia y termina, indicando el ritmo cardíaco

Sonido: **Latido del Corazón** **Duración:** **1"**

Gráfico 48 StoryBoard

ESCENA 3

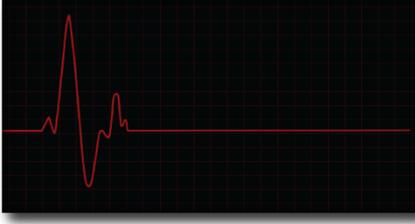


Descripción:
Linea inicia y termina, indicando el ritmo cardíaco

Sonido: **Latido del Corazón** **Duración:** **2"**

Gráfico 49 StoryBoard

ESCENA 4



Descripción:
Linea inicia y termina, indicando el ritmo cardíaco

Sonido: **Sonido de la maquina** **Duración:** **6"**

Gráfico 50 StoryBoard



Gráfico 51 StoryBoard



Gráfico 52 StoryBoard

ESCENA 7



Descripción:
Texto - ayudar, con linea de maquina cardica

Sonido:	Locución:	Duración:
Música ambiental	Ayudar	3"

Gráfico 53 StoryBoard

ESCENA 8



Descripción:
Texto - esta en tus manos, con linea de maquina cardica

Sonido:	Locución:	Duración:
Música ambiental	Esta en tus manos	3"

Gráfico 54 StoryBoard

ESCENA 9



Descripción:
Claqueta del logo de la Institucion

Sonido:	Locución:	Duración:
Música ambiental	Da esperanza , dona vida sin donante no hay trasplante	8"

Cuña

Se tendrá el audio de 30”, se escuchará el sonido de un corazón que late, luego el sonido del corazón paralizándose, empieza nuevamente a latir el corazón, (esto significa que mientras que la vida de una persona se apaga otra empieza a vivir), viene la locución en off de una persona diciendo “Expresa tu Voluntad”, viene una pausa, luego la frase Ayudar está en tus manos, viene otra pausa y luego la frase del concepto de la campaña “Da Esperanza, Dona Vida”, y termina con la frase sin donante no hay trasplante.

Gráfico 45 Icono de cuña radial



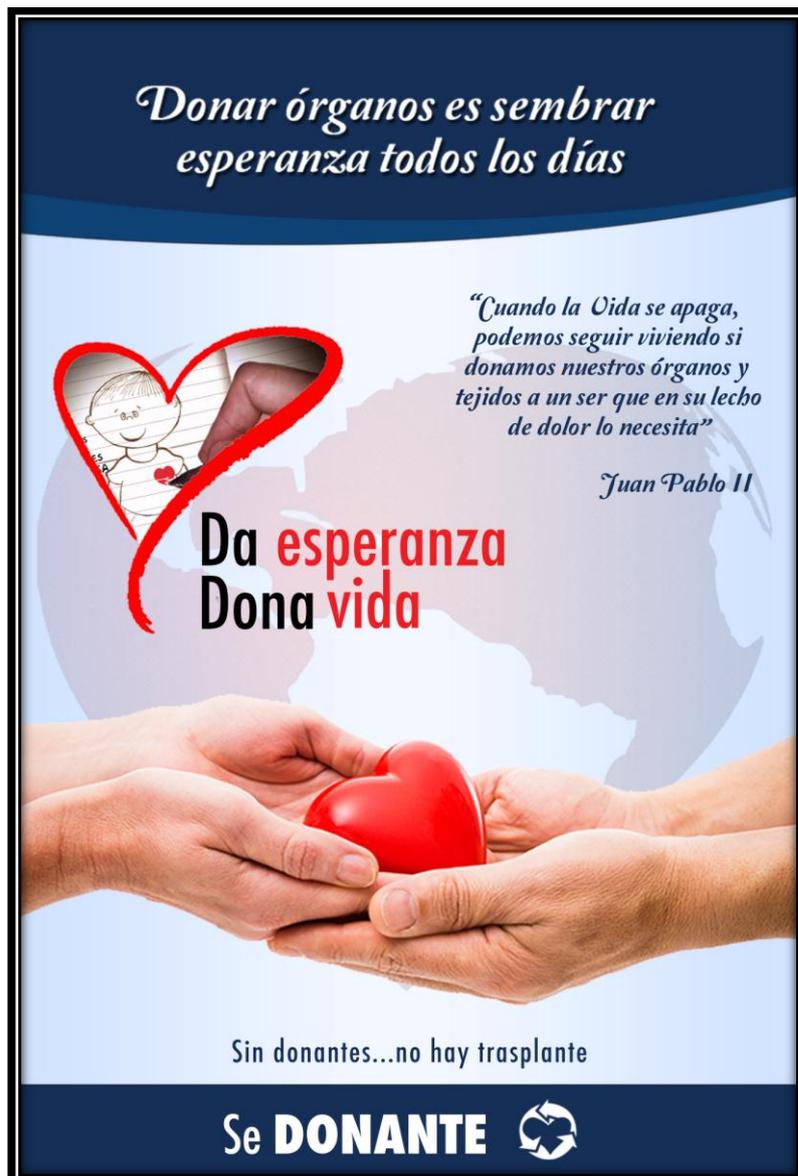
Elaborado por: Las autoras

Mención

- 1.- El locutor de la radio dará la mención diciendo Expresa tu voluntad, Ayudar está en tus manos, Sé Donante.
- 2.- La siguiente mención el locutor dirá Sin Donante no hay Trasplante, Expresa tu voluntad.

Afiche

Gráfico 46 Afiche



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

En este diseño se utilizaron colores claros, que representan luz, esperanza, la imagen de un niño que es símbolo de vida, se incluyó la frase célebre del Papa (Juan Pablo II), ya que pareció muy representativa y de gran aporte en nuestra campaña, en el texto se incluyen las palabras que aportan mucho incentivando a la ciudadanía hacer parte de este proceso de la donación de órganos.

Díptico

Gráfico 47 Parte Interior

La Donación de órganos es un acto solidario y altruista mediante el cual se ceden voluntariamente los órganos de una persona que presente muerte encefálica a otras a otras que por enfermedad o insuficiencia terminal sufren el deterioro irreversible de una parte de su cuerpo y su única salvación es el trasplante.

Sucede únicamente cuando los familiares de la persona fallecida, autorizan y, posteriormente, en un lapso de pocas horas, se realizan las cirugías de extracción de los órganos donados.

Cada día hay más personas esperando por este tratamiento, pero hacen falta más donantes, para poder salvarles la vida.

¿Qué es la Lista de Espera?

La Lista de Espera única Nacional en un registro de pacientes agrupados según el órgano que necesita ser trasplantado.

Uno de los avances más significativos de las Políticas de Salud del Ecuador es garantizar que el acceso a la Lista de Espera sea transparente y en igualdad de condiciones para los pacientes remitidos desde La Red Pública de Salud, la Red Complementaria integrada por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), el Instituto de Seguridad de Fuerzas Armadas (ISSFA), el Instituto de Seguridad Social de la Policía (ISSPOL) y además la Red Privada de Salud, que conforman el Sistema Nacional de Salud del Ecuador

¿Qué órganos se pueden donar?

Los trasplantes más comunes en nuestro país son: riñón, corazón, córneas, huesos, aunque se puede realizar de muchos otros órganos.

Cuando una persona decide donar sus órganos, puede salvar la vida de más de 20 personas.

Los trasplantes en Ecuador no tienen costo, ni para el donante en el momento de su muerte, ni para el receptor, siempre y cuando este inscrito en las listas de espera del Ministerio de Salud.

Órganos de donante vivo

- Segmento de hígado
- Segmento de pulmón
- Riñón

Órganos de donante cadavérico

- Pulmónes
- Hígado
- Páncreas
- Corazón
- Riñones

Sin donantes... ..no hay trasplante

Elaborado por: Las Autoras

Análisis

En el anverso estamos colocando material informativo sobre que es la donación de órganos, que es una lista de espera y que órganos se pueden donar en vida y después de muerto.

Gráfico 48 Parte Exterior

¿Qué es el INDOT?

El INDOT es una entidad adscrita al Ministerio de Salud Pública que se encarga de la regulación, coordinación, control, promoción, vigilancia y evaluación de la actividad de trasplante a nivel nacional.

El INDOT trabaja con los más altos estándares técnicos basados en principios éticos, de equidad y transparencia en el fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Donación y Trasplantes. La sede de la institución se encuentra en Quito y se despliega con coordinaciones zonales en Pichincha, Guayas y Azuay.

Para registrarte como Donante Voluntario de órganos, puedes notificarlo en el Registr Civil al momento de obtener por primera vez y renovar cédula.

Quito: Av. de la Prensa N44-08 y Edmundo Carvajal 022 44 93 94 ext.111 0996573179	Guayaquil: Ciudadela Kennedy Norte Edificio Las Cámaras, torre B 042 680 668 099 685 9670	Cajon: Hospital Vicente Corral M. Planta baja 074 098 499 099 657 3186
--	--	---

Donar órganos es sembrar esperanza todos los días

**Da esperanza
Dona vida**

Se DONANTE

Elaborado por: Las Autoras

Análisis

En el díptico se seguirá la misma línea gráfica, en el reverso se colocó información sobre el Indot que es el Instituto adscrito al Ministerio de Salud Pública que regula el tema de la donación y trasplante de órganos, donde y como se puede registrar si decide ser donante.

Tríptico

Gráfico 49 Parte Exterior

“Cuando la Vida se apaga, podemos seguir viviendo si donamos nuestros órganos y tejidos a un ser que en su lecho de dolor lo necesita”

Juan Pablo II

**Da esperanza
Dona vida**

¿Qué es el INDOT?

El INDOT es una entidad adscrita al Ministerio de Salud Pública que se encarga de la regulación, coordinación, control, promoción, vigilancia y evaluación de la actividad de trasplante a nivel nacional.

El INDOT trabaja con los más altos estándares técnicos basados en principios éticos, de equidad y transparencia en el fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Donación y Trasplantes. La sede de la institución se encuentra en Quito y se despliega con coordinaciones zonales en Pichincha, Guayas y Azuay.

Para registrarte como Donante Voluntario de órganos, puedes notificarlo en el Registr Civil al momento de obtener por primera vez y renovar cédula.

**Da esperanza
Dona vida**

Se DONANTE

Quito: Av. de la Prensa 144-08 y Edmundo Carvajal 022-44 93 94 ext.111 0994573179

Guayaquil: Ciudadela Kennedy Norte Edificio Las Cámaras, torre B 042 680 668 099 685 9470

Cuenca: Hospital Vicente Corral M. Planta baja 074 098 499 099 637 3186

Ministerio de Salud Pública Instituto Nacional de Donación y Trasplante de Órganos, Tejidos y Células INDOT

ecuador ama la vida

Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Manteniendo el mismo formato de los otros materiales, se tiene el tríptico, en su lado anverso incluyendo información sobre el Indot y donde pueden expresar su voluntad las personas si deciden ser parte del proceso de la donación de órganos.

Gráfico 50 Parte Interior

La Donación de órganos es un acto solidario y altruista mediante el cual se ceden voluntariamente los órganos de una persona que presente muerte encefálica a otras a otras que por enfermedad o insuficiencia terminal sufren el deterioro irreversible de una parte de su cuerpo y su única salvación es el trasplante.

Sucede únicamente cuando los familiares de la persona fallecida, autorizan y, posteriormente, en un lapso de pocas horas, se realizan las cirugías de extracción de los órganos donados.

Los avances científicos, la acreditación y la alta preparación de equipos médicos en Ecuador, permiten que cada vez más personas pueden tras tratadas con trasplante.

¿Qué tipos d donación existen?

Donación cadavérica
 Todas al morir podemos ser donantes, sin embargo, hay que diferenciar que las personas que fallecen por muerte encefálica pueden donar órganos.

La muerte encefálica es la pérdida irreversible de las funciones cerebrales, no obstante, algunas actividades orgánicas como la respiración y latidos del corazón continúan. Esto se debe al mantenimiento artificial por medio del suministro de medicamentos y el uso de la tecnología que se cumplen únicamente en las salas de terapia intensiva de los hospitales. Cuando se determina la muerte encefálica se puede donar órganos.

La muerte por parada cardíaca es cuando el corazón se paraliza y deja de irrigar sangre al cuerpo, y los organos cesan sus funciones. Esta se puede provocar por como accidentes graves, paro cardíaco, muerte natural, entre otras causas.

Donación en vida
 En vida se puede donar un riñón o un segmento de hígado a aquellos familiares que lo requieran hasta el cuarto grado de parentesco o si se trata de su conyugé o conviviente en union libre. Este tipo de donación se la realiza siempre y cuando la persona sea mayor de 18 años, esté en plenas facultades mentales y sea compatible.

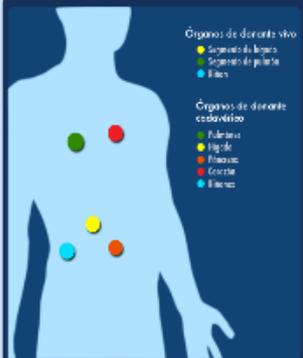
¿Qué órganos se pueden donar?

Los trasplantes más comunes en nuestro país son: riñón, corazón, hígado, pulmones, páncreas, aunque se puede realizar de muchos otros órganos.

Los trasplantes en Ecuador no tienen costo, ni para el donante en el momento de su muerte, ni para el receptor, siempre y cuando este inscrito en las listas de espera del Ministerio de Salud.

¿Existen banco de órganos?

No existen banco de este tipo porque una vez que los órganos son extraídos, no se los puede preservar por mucho tiempo, por lo que es necesario sean trasplantados en el menor tiempo posible



Órganos de donante vivo

- Segmento de hígado
- Segmento de pulmón
- Riñón

Órganos de donante cadavérico

- Pulmón
- Hígado
- Páncreas
- Corazón
- Riñón

Sin donantes...no hay trasplante

Elaborado por: Las Autoras

Volante

Gráfico 51 Volante

Donar órganos es sembrar esperanza todos los días

La Donación de órganos es un acto solidario y altruista mediante el cual se ceden voluntariamente los órganos de una persona que presente muerte encefálica a otras a otras que por enfermedad o insuficiencia terminal sufren el deterioro irreversible de una parte de su cuerpo y su única salvación es el trasplante.

Sucede únicamente cuando los familiares de la persona fallecida, autorizan y, posteriormente, en un lapso de pocas horas, se realizan las cirugías de extracción de los órganos donados.

Cada día hay más personas esperando por este tratamiento, pero hacen falta más donantes, para poder salvarles la vida.

EXPRESA TU VOLUNTAD

¿Qué es la Lista de Espera?

La Lista de Espera única Nacional en un registro de pacientes agrupados según el órgano que necesita ser trasplantado.

Uno de los avances más significativos de las Políticas de Salud del Ecuador es garantizar que el acceso a la Lista de Espera sea transparente y en igualdad de condiciones para los pacientes remitidos desde La Red Pública de Salud, la Red Complementaria integrada por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), el Instituto de Seguridad de Fuerzas Armadas (ISSFA), el Instituto de Seguridad Social de la Policía (ISSPOL) y además la Red Privada de Salud, que conforman el Sistema Nacional de Salud del Ecuador

¿Qué órganos se pueden donar?

Los trasplantes más comunes en nuestro país son: riñón, corazón, hígado, pulmones, páncreas, aunque se puede realizar de muchos otros órganos.

Los trasplantes en Ecuador no tienen costo, ni para el donante en el momento de su muerte, ni para el receptor, siempre y cuando este inscrito en las listas de espera del Ministerio de Salud.

Órganos de donante vivo

- Segmento de hígado
- Segmento de pulmón
- Riñón

Órganos de donante cadavérico

- Pulmónes
- Hígado
- Páncreas
- Corazón
- Riñones

Sin donantes...no hay trasplante

Se DONANTE

Logo of the Ministry of Health and the 'Ecuador - Sembramos la vida' campaign.

Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Siguiendo la misma línea gráfica la volante estará compuesta por tres partes, en la primera parte se tiene el diseño principal que se está utilizando en todos los artes, donde aparece el niño, símbolo de vida, las manos juntas con un corazón símbolo de ayuda, y las frases que incentivan a donar, la segunda parte se tiene material informativo trabajado en un fondo azul y letras blancas resaltando de esta manera el texto y en letras grande la frase EXPRESA TU VOLUNTAD, con la misma se le dice a la ciudadanía que se registren y dejen la decisión y en la tercera parte la gráfica de los órganos que se puede donar.

Banner

Gráfico 52 Banner

Donar órganos es sembrar esperanza todos los días

"Cuando la Vida se apaga, podemos seguir viviendo si donamos nuestros órganos y tejidos a un ser que en su lecho de dolor lo necesita"

Juan Pablo II

¿Qué órganos se pueden donar?

Órganos de donante vivo

- Segmento de hígado
- Segmento de pulmón
- Riñón

Órganos de donante cadavérico

- Páncreas
- Hígado
- Pícnoras
- Corazón
- Riñones

Da esperanza
Dona vida

Sin donantes...no hay trasplante

Se **DONANTE**

Ministerio de Salud Pública
Autoridad Nacional de Operación y Regulación de Órganos, Tejidos y Células - ANOR

ecuador ama la vida

Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Este banner será utilizado en las paradas de la metrovía en las pantallas que se encuentran en la parte de afuera, como se puede ver se mantiene la misma línea gráfica pero con poco texto, su exposición debe ser clara y se pueda apreciar ya que en este medio la publicidad rota constantemente.

Vallas

Vía Pública

Gráfico 53 Valla 10X4 metros



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Este es el diseño de valla que se utilizará en la vía pública a nivel nacional, en el mismo se conserva la misma línea gráfica, demostrando en poco texto lo que se quiere comunicar, ya que es un medio muy visible por su tamaño se puede apreciar de lejos.

Estadios

Gráfico 54 4X3 METROS



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Este es un diseño más cuadrado, el mismo se va a utilizar en los estadios, siendo este uno de los lugares más concurridos por los fanáticos del fútbol teniendo así una gran cantidad de concentración de personas, las mismas van estar en los estadios de Guayaquil y Quito.

4.8. Impacto de producto de beneficio obtenido

Con el diseño de la estrategia comunicacional establecida, se espera que se logre obtener de manera positiva un impacto que genere cambios actitudinales en la ciudadanía; sin embargo, para que esta estrategia comunicacional sea conocida por todos los ecuatorianos, se espera que la misma sea reforzada a través de programas educativos como también en el

desarrollo de otras campañas publicitarias promoviendo lo relevante de la donación de órganos.

4.9. Validación de la propuesta

Para que nuestra propuesta obtuviera una validación por parte de algún funcionario del Instituto Nacional de Donación y Trasplantes, fue necesario concurrir ante esta entidad, se espera que nuestra proposición sea ejecutada con el único objetivo de crear una concienciación en la donación y trasplantes de órganos a través de la implementación de una estrategia comunicacional. De esta manera, se obtuvo la validación por parte de:

- Instituto Nacional de Donación y Trasplante.

CONCLUSIONES

- La campaña publicitaria emprendida por el Gobierno Nacional “Dar Vida, Está en tus Manos” no tuvo el impacto adecuado, para ser recordada por los ciudadanos y ciudadanas, esto debido al poco tiempo en que se publicitó y además por otros factores importantes, cómo: el haber utilizado poca creatividad, ante un tema de interés.
- La ley orgánica de donación y trasplante de órganos que rige desde el 4 de marzo del 2011 en Ecuador, no ha sido lo suficientemente esclarecida por los diferentes actores gubernamentales, ya que ésta da a creer a la población ecuatoriana que los obliga a donar.
- El 50% de los encuestados manifestaron que no tuvieron conocimiento de la campaña publicitaria “Dar Vida, Está en tus Manos”, lo que determina que no generó interés.
- En Ecuador existe el gran déficit de campañas publicitarias como también la falta de incrementar el tema en la malla curricular en las instituciones educativas, como se lo indica en la ley orgánica de donación y trasplante.
- El 16% de los encuestados manifestaron que conocieron alguna campaña de donación de órganos, esto sigue evidenciando la falta de difusión del tema.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar el diseño de una estrategia comunicacional para lograr concienciar e incentivar la donación y trasplantes de órganos a nivel nacional, a través de medios de comunicación diversos, utilizando elementos que generen interés al lector.
- Fortalecer la donación de órganos a través de la ley orgánica, especificando que ésta no los obliga a donar.
- Realizar campañas publicitarias referentes al tema y que éstas estén publicitadas por un buen tiempo, con la finalidad de crear concienciación en la ciudadanía.
- Se recomienda aplicar el art. 60 de la ley orgánica de donación, la misma que especifica: “La Autoridad Educativa Nacional en coordinación con la Autoridad Sanitaria Nacional, incorporará en los planes y programas del sistema nacional de educación la temática correspondiente a la importancia y necesidad de la donación de órganos, tejidos y/o células para trasplante”.
Con la aplicación de este artículo se fomentará, en que los estudiantes de los diferentes ciclos de estudios y universitarios conozcan la importancia del tema, ya que la concienciación de la donación de órganos mejoraría a través de la educación.
- Se recomienda que a través de las diferentes entidades gubernamentales (Ministerio de Salud Pública, Asamblea Nacional y del programa Educa) se logre concienciar el tema de la donación de órganos a través de spots publicitarios.

BIBLIOGRAFÍA

INSTITUTO NACIONAL DE DONACIÓN Y TRASPLANTE DE
ÓRGANOS, TEJIDOS Y CÉLULAS INDOT.
www.donaciontrasplante.gob.ec

ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR. Ley Orgánica de
Donación y Trasplante de Órganos, Tejidos y Células,
publicada en el Registro Oficial N° 398 del 4 de marzo del
2011.

ORIGEN DE LA DONACIÓN DE ÓRGANOS. (Disponible en:
<http://html.rincondelvago.com/donacion-de-organos.html>).

MOSQUERA NORALMA, DRA. 2014. (Disponible en:
<http://www.hospitalvernaza.med.ec/noticias/13-noticias/1429-donacion-organos-ecuador>).

VORONOV. 1933. Trasplante renal con donante cadavérico a
paciente receptor en coma urémico sin éxito. (Disponible en:
<http://donacion.organos.ua.es/submenu4/historia.asp>).

VORONOV. 1949. Cinco trasplante renal de cadáver conservado
sin éxito. (Disponible en:
<http://donacion.organos.ua.es/submenu4/historia.asp>).

VORONOV. 1947. Boston. Primer trasplante renal entre humanos
con éxito de supervivencia de receptor. (Disponible en:
<http://donacion.organos.ua.es/submenu4/historia.asp>).

VORONOV. 1950. Chicago, EEUU. Primer trasplante renal con implantación intraabdominal con éxito. (Disponible en: <http://donacion.organos.ua.es/submenu4/historia.asp>).

MURRAY JOSEPH, DR. 1954. Hospital Brigham de Boston, EEUU. Ronald Lee Herrick hace historia a nivel mundial al convertirse en el primer donante con éxito, dándole uno de sus riñones a su hermano gemelo. (Disponible en: <http://mexico.cnn.com/salud/2010/12/30/ronald-herrick-hizo-historia-en-1954-al-ser-el-primer-donador-de-organos>).

GUY ALEXANDRE. 1963. Lovaina, Bruselas. Realiza una cirugía con donante cadavérico en muerte cerebral y con corazón latiente. (Disponible en: <http://donacion.organos.ua.es/submenu4/historia.asp>).

HAMBURGUER. 1964. Paris. Efectúa un segundo trasplante renal con donante cadavérico en muerte cerebral. (Disponible en: <http://donacion.organos.ua.es/submenu4/historia.asp>).

THOMAS STARZL. 1963. Realiza el primer trasplante de hígado totalmente exitoso. (Disponible en: <http://donacion.organos.ua.es/submenu4/historia.asp>).

CHRISTIAN BARNARD. 1967. Ciudad del Cabo. Realiza el primer trasplante de corazón. (Disponible en: <http://donacion.organos.ua.es/submenu4/historia.asp>).

INSTITUTO NACIONAL CENTRAL ÚNICO COORDINADOR DE ABLACIÓN E IMPLANTE INCUCAI. Argentina.

(Disponible en:
<https://www.facebook.com/incucaieducacion?fref=ts>)

CENTRO NACIONAL DE TRASPLANTES CENATRA. México.

(Disponible en:
http://www.cenatra.salud.gob.mx/material_campanas.html ;
http://www.cenatra.salud.gob.mx/interior/difusion_campanas_fomento_ninos.html)

SPOT DONACIÓN DE ÓRGANOS. 2012. México. (Disponible

en YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=yj2lX3zbN8c>).

CORTOMETRAJE DONACIÓN DE ÓRGANOS. En el lado de la vida. España. (Disponible en YouTube:

https://www.youtube.com/watch?v=r0xc4L_PX7Y).

DONACIÓN DE ÓRGANOS Y LAS RELIGIONES. (Disponible

en: <http://www.diocesisdecanarias.es/preguntarespuesta/moral-catolica/donacion-de-organos-y-las-religiones.html>).

APROBACIÓN DE LEY DE DONACIÓN Y TRASPLANTE DE ÓRGANOS. 2011. Asamblea Nacional Ecuador. (Disponible

en YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=vtDkIeqJWJ0>).

SPOT PUBLICITARIO LEY DE DONACIÓN DE ÓRGANOS.

2012. Asamblea Nacional Ecuador. (Disponible en YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=eETYoa5w0Eg>).

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ÓRGANICA DE DONACIÓN Y TRASPLANTE. 2012. (Disponible en www.donaciontrasplante.gob.ec)

SANTA PALELLA & FILIBERTO MARTINS. 2010. Investigación de campo. (Disponible en: http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html).

FIDIAS G. ARIAS. 2012. Investigación de campo (Disponible en: http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html).

FIDIAS G. ARIAS. 2012. Investigación descriptiva. (Disponible en: http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html).

HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ & BAPTISTA. 2006. Investigación descriptiva. (Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Investigacion-Descriptiva/54556853.html>).

SAMPIERI R. 2004. Metodología cuantitativa. (Disponible en: http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html).

ÉMILE DURKHEIM. Metodología cuantitativa. (Disponible en: http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html).

ANEXO 1

FORMATO DE LA ENCUESTA

1. Condición del Informante

Administrador

Medico

Paciente

Visitante

2. Género

Masculino

Femenino

3. Edad

_____ años

4. ¿Sabe algo acerca de la donación de órganos?

Si

No

5. ¿Cree usted que la donación de órganos ayuda a salvar vidas?

Si

No

6. ¿Conoce alguna campaña publicitaria de donación de órganos?

Si

No

7. La campaña que conoce era de una institución

Pública

Privada

8. ¿Alguna vez escuchó la campaña publicitaria de donación de órganos “DAR VIDA, ESTA EN TUS MANOS”?

Si

No

9. ¿A través de qué medio de comunicación se ha informado sobre la donación de órganos?

Revistas

Afiches – Trípticos

Televisión

Radio

Periódicos

Internet

10. ¿Qué impacto le causó la campaña?

11. ¿Qué fue lo que más le gusto de la campaña?

12. ¿Qué fue lo que menos le gusto de la campaña?

13. ¿Conoce que existe una ley de donación de órganos?

Si

No

14. ¿Cree usted que la ley actual, le obliga hacer donante de órganos?

Si

No

15. ¿Estaría dispuesto a donar sus órganos?

Si

No

Lo haría:

En vida

Después de muerto

16. ¿Cómo le gustaría enterarse sobre la donación de órganos?

Charlas

- Medios Publicitarios
- Campañas del Gobierno
- Campañas de Instituciones Privadas

ANEXO 2

PARA EL DESARROLLO DE ESTE PROYECTO DE INVESTIGACION, FUE NECESARIO ANALIZAR TODAS LAS PIEZAS COMUNICACIONALES DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA: “DAR VIDA, ESTÁ EN TUS MANOS” (AÑO 2010)

Imágenes Spot del Comercial Pulmón

Comercial del trasplante de pulmón





Imágenes Spot del Comercial Corazón

Comercial del trasplante de corazón



Diseño Flyer

Dar vida está en tus manos.
Dona tus órganos y tejidos.

Para registrarse como Donante Voluntario de Órganos y Tejidos, puede notificarlo en el Registro Civil al momento de obtener la nueva cédula, o a través de:

www.ontot.gov.ec • ontot@ontot.gov.ec

<p>Quito: Av. de la Prensa N900 y E. Carvajal 022 44 76 42 022 44 93 94</p>	<p>Guayaquil: Cerro del Carmen, Junto a Canal 2 042 300 477 Ext. 4024 • 096 808 811</p>	<p>Cuenca: Hospital Vicente Corral Moscoso 074 096 600 Ext. 7791 • 087 255 516</p>
---	---	--

LA REVOLUCION CIUDADANA ESTÁ EN MARCHA

Organismo Nacional de Transplantes de Órganos y Tejidos

Ministerio de Salud Pública

GOBIERNO NACIONAL

Diseño Hoja Volante

Cuando una persona manifiesta a su familia la voluntad de ser donante de órganos y tejidos, y en algún momento es diagnosticada de muerte encefálica, los familiares serán quienes autoricen la donación de sus órganos y tejidos. A través de la donación, como un gesto de bondad y altruismo, se puede salvar la vida de más de 20 personas enfermas.

Yo Soy Donante

Procedimiento para realizar un trasplante.

- Una persona manifiesta su voluntad de ser donante.
- Fallece un donante voluntario y su familia autoriza la donación de órganos y tejidos.
- El paciente enfermo se registra en la lista de espera por un órgano, en las unidades médicas acreditadas.
- Los hospitales, unidades de cuidados intensivos y salas de emergencias reportan al ONTOT la existencia de un posible donante.
- Se realizan las pruebas de compatibilidad de los donantes y los receptores de los órganos.
- Realización de las cirugías de trasplante.
- El paciente trasplantado entra en un periodo de seguimiento médico y retoma su vida normal y saludable.
- El cadáver del donante es entregado a su familia en perfectas condiciones para el proceso de velación.

Órganos y tejidos de donante vivo

- Piel
- Medula ósea
- Segmento de hígado
- Segmento de pulmón
- Riñón

Órganos y tejidos de donante cadavérico

- Córnea
- Pulmones
- Hígado
- Páncreas
- Corazón
- Intestino
- Riñones
- Piel
- Huesos

Para registrarse como Donante Voluntario de Órganos y Tejidos, puede notificarlo en el Registro Civil al momento de obtener la nueva cédula, o a través de:

www.ontot.gov.ec
ontot@ontot.gov.ec

<p>Quito: Av. de la Prensa N900 y E. Carvajal 022 44 76 42 022 44 93 94</p>	<p>Guayaquil: Cerro del Carmen, Junto a Canal 2 042 300 477 Ext. 4024 • 096 808 811</p>	<p>Cuenca: Hospital Vicente Corral Moscoso 074 096 600 Ext. 7791 • 087 255 516</p>
---	---	--

LA REVOLUCION CIUDADANA ESTÁ EN MARCHA

Organismo Nacional de Transplantes de Órganos y Tejidos

Ministerio de Salud Pública

GOBIERNO NACIONAL

Diseño Dípticos

En parte exterior

¿Qué es el ONTOT?

El Organismo Nacional de Trasplantes de Órganos y Tejidos es el encargado de implementar y vigilar las políticas nacionales de trasplante, el control de los procedimientos y el cumplimiento de las normas bioéticas de los mismos.

Coordina las acciones de donación y trasplante en las unidades médicas, tanto públicas como privadas, acreditadas a nivel nacional. Se encarga también de manejar las listas nacionales de espera de pacientes para cada tipo de órgano y tejido; de la coordinación del sistema de voluntariado y las campañas de concientización y difusión sobre donación de órganos y tejidos.

Para registrarte como Donante Voluntario de Órganos y Tejidos, puedes notificarlo en el Registro Civil al momento de obtener la nueva cédula, o a través de:

www.ontot.gov.ec
ontot@ontot.gov.ec

Quito: Av. de la Prensa 144-09 y E. Carvajal 022 44 75 42 022 44 93 94

Guayaquil: Centro del Carmen, Junto a Canal 2 042 300 427 Ext. 4024 096 808 811

Cuenca: Hospital Vicente Corral Moscoso 074 096 100 Ext. 7791 064 693 656

Dar vida está en tus manos. Dona tus órganos y tejidos.
www.ontot.gov.ec

En parte interior

La Donación de Órganos y Tejidos es un acto solidario y altruista mediante el cual se ceden voluntariamente los órganos, tejidos y células, de una persona que presenta muerte encefálica o tras que por enfermedad o insuficiencia terminal, sufren el deterioro irreversible de una parte de su cuerpo y su única salvación es el trasplante.

Sucede únicamente cuando los familiares de la persona fallecida, autorizan la donación, y posteriormente, en un lapso de pocas horas, se realizan las cirugías de extracción de los órganos y tejidos donados.

Los avances científicos, la acreditación y la alta preparación de equipos médicos en Ecuador, permiten que cada vez más personas puedan ser tratadas con trasplante. Cada día hay más personas esperando por este tratamiento, pero hacen falta más donantes, para poder salvarles la vida.

¿Qué Órganos y Tejidos se pueden trasplantar?

Los trasplantes más comunes en nuestro país son: riñón, hígado, corazón, córnea, huesos y médula ósea, aunque se puede realizar de muchos otros órganos y tejidos.

Cuando una persona decide donar sus órganos y tejidos, puede salvar la vida de más de 20 personas.

Los trasplantes en Ecuador no tienen costo, ni para el donante en el momento de su muerte, ni para el receptor, siempre y cuando esté inscrito en las listas de espera de trasplante del Ministerio de Salud.

¿Cómo ser un donador de Órganos y Tejidos?

Puedes registrarte en el Organismo Nacional de Trasplantes de Órganos y Tejidos ONTOT para recibir tu carnet como donante voluntario en www.ontot.gov.ec, o notificarlo en el Registro Civil al momento de obtener tu nueva cédula. Sin embargo es importante, que comuniques tu decisión a tus familiares, quienes serán los que le indiquen tu voluntad a los médicos, cuando hayas fallecido.

Órganos y Tejidos de donante vivo

- Piel
- Médula ósea
- Segmento de hígado
- Segmento de pulmón
- Riñón

Órganos y Tejidos de donante cadavérico

- Córnea
- Pulmones
- Hígado
- Páncreas
- Corazón
- Intestino
- Riñones
- Piel
- Huesos

Yo Soy Donante

Un sólo donante de Órganos y Tejidos puede beneficiar a más de 20 personas.

Diseño de Trípticos

En parte exterior

¿Qué es el ONTOT?

El Organismo Nacional de Trasplantes de Órganos y Tejidos es el encargado de implementar y vigilar las políticas nacionales de trasplante, el control de los procedimientos y el cumplimiento de las normas biológicas de los mismos.

Coordina las acciones de donación y trasplante en las unidades médicas, tanto públicas como privadas, acreditadas a nivel nacional. Se encarga también de manejar las listas nacionales de espera de pacientes para cada tipo de órgano y tejido; y de la coordinación del sistema de voluntariado y las campañas de concientización y difusión sobre donación de órganos y tejidos.

Para registrarse como Donante Voluntario de Órganos y Tejidos, puede notificarlo en el Registro Civil al momento de obtener la nueva cédula, o a través de:

www.ontot.gov.ec
ontot@ontot.gov.ec

Quito: Av. de la Piedad N°301 E. Corrales 022 44 76 42 022 44 93 94
Guayaquil: Camino del Carmen, Junto a Canal 2 042 300 477 Ext. 4004 046 808 811
Cuenca: Hospital Vicente Corrales Mucososa 074 096 600 Ext. 7791 067 255 516

Un solo donante de órganos y tejidos puede beneficiar a más de 20 personas.

Dar vida está en tus manos. Dona tus órganos y tejidos.
www.ontot.gov.ec

En parte interior

¿Qué Órganos y Tejidos se pueden trasplantar?

Formulario de registro como donante voluntario de órganos y tejidos

¿Cómo ser un donador de Órganos y Tejidos?

Yo Soy Donante

Afiches

Diseño Corazón



Diseño Riñones



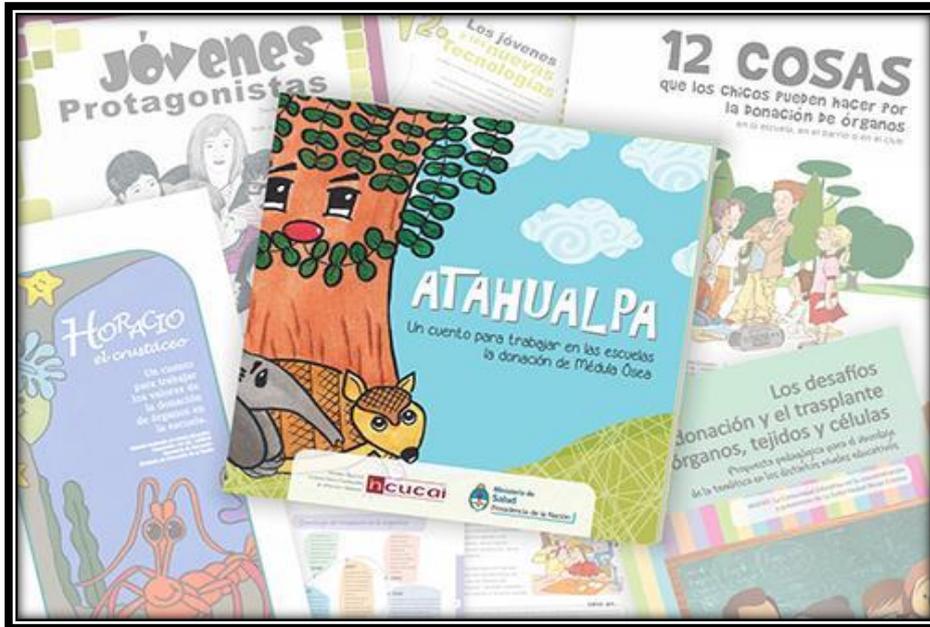
ANEXO 3

DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN OTROS PAÍSES

ARGENTINA

Material didáctico para aprendizaje de los estudiantes de temprana edad.





Socialización constante de las actividades a través de la página social Facebook.



MÉXICO

Fomenta la donación de órganos al conocimiento de los niños, mediante el Concurso Nacional de Dibujo Infantil relacionado con la donación y el trasplante de órganos que se realiza anualmente; como estrategia, influye de manera efectiva en los menores de 7 y en los adultos que lo rodean.

6º Concurso Nacional de Dibujo Infantil Relacionado con la Donación y el Trasplante de Órganos, Tejidos y Células

Convocatoria

El tema del concurso es la donación de órganos, tejidos y células con fines de trasplante. Pueden participar todas las niñas y niños entre los 7 y los 12 años, bajo las siguientes bases:

1. Se aceptará un dibujo inédito por participante a partir de la fecha de publicación de la convocatoria, considerando el periodo de recepción del 18 de abril del 2012 a las 16:00 horas.
2. La recepción de las obras se hará en las Comarca y Comarcas Estadales de Trasplantes de los estados federativos, los cuales serán: Baja California, Centro de Trasplantes del Estado de México, trasplante en Toluca, Jalisco y Veracruz ECU, sistema Libreventado, Toluca, Coahuila de México, C.P. 602196, teléfono (01 722) 232 88 93 y (01 800) 905 35 43, correo electrónico: comarca_c@transplante.gob.mx y comarcas@transplante.gob.mx.
3. Los dibujos se pueden realizar con materiales y técnicas: lápiz, guión, alfiler, lápiz de colores, lápiz de ceras, crayones, gises, acuarela y pastel.
4. Se recibirá solamente los trabajos con un formato de 50 por 65 centímetros (cartafole cartulina).
5. Los dibujos se deberán montar sobre un soporte rígido (papel tabacalera).
6. En una hoja tamaño carta, firmemente adherida a la parte posterior se indicarán los siguientes datos: nombre completo del autor (s), edad, domicilio completo, teléfono, estado y dirección de su escuela, grado que cursa, fecha del dibujo y una breve explicación del significado de la obra realizada.
7. Dedicar un espacio del área de trabajo al "formato de cédula de derechos" firmado por el padre, madre o tutor.

Los ganadores de los primeros lugares recibirán una bicicleta y un sistema. Los ganadores de los siguientes diez lugares recibirán un diploma de mención honorífica.

Los casos no contemplados en la presente convocatoria se resolverán de acuerdo con el estatuto de las organizaciones y del Jurado Calificador. El fallo del mismo tendrá carácter de irrevocable.

Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.

SALUD SECRETARÍA DE SALUD

INSTITUTO MEXICANO DE SEGURIDAD SOCIAL

SECRETARÍA DE ECONOMÍA

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE SALUD

Diseño Afiche

SALUD SECRETARÍA DE SALUD

LAS HISTORIAS DE VIDA SE ESCRIBEN DE DIFERENTES MANERAS

YO ESCRIBO LA MÍA

SOY DONADOR DE ÓRGANOS

INFORMES: 01 800 201 78 61 y 62 • www.cenatra.salud.gob.mx

Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.

Diseño dípticos

En parte exterior

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

SALUD
SECRETARÍA DE SALUD

INFORMES

01 800 201 78 61 y 62
www.cenatra.salud.gob.mx

Carretera Picacho Ajusco No. 154, piso 6.
Col. Jardines en la Montaña, Del. Tlalpan.
C.P. 14210, México, D.F.



“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.”

LAS HISTORIAS DE VIDA
SE ESCRIBEN
DE DIFERENTES MANERAS



YO ESCRIBO LA MÍA
SOY DONADOR DE ÓRGANOS

En parte interior

EL CENATRA

Es un organismo del Gobierno de la República que difunde las políticas de salud en materia de donación y trasplantes de órganos y tejidos; registramos la información de donaciones y trasplantes en el país y promovemos campañas de donación.

DONACIÓN DE ÓRGANOS

Hay algunas personas que tienen padecimientos en los que se les han agotado las posibilidades de tratamiento, y solo tienen un recurso para recuperar su salud, o continuar viviendo: El trasplante...

...Y para realizar un trasplante se requiere de un donador...

No todas las personas que fallecen pueden ser donadores de órganos.

Los órganos se obtienen únicamente cuando existe el diagnóstico de muerte encefálica, la cual legalmente está reconocida en nuestro país.

Lo que puedes donar después de la vida son órganos: corazón, riñones, pulmones, hígado y páncreas.

Pero si te encuentras en un hospital y falleces por paro cardio-respiratorio, existe la posibilidad de poder donar tejidos: córneas, huesos y piel.

COORDINADOR HOSPITALARIO

Es el responsable en el hospital que cuenta con experiencia en materia de donación y trasplantes y está capacitado por el Centro Nacional de Trasplantes y la Universidad Nacional Autónoma de México.

Desempeña las funciones de evaluar, detectar y seleccionar al potencial donador; solicita el consentimiento y acompaña durante todo el proceso de donación a los familiares.

Coordina las acciones de la donación y el trasplante dentro del hospital, cumpliendo siempre con lo señalado por la Ley General de Salud.

HACERME DONADOR DE ÓRGANOS

Ya que te has informado y aclarado tus dudas, puedes hacer manifiesto tu deseo, que no es revocable por terceros a través de la tarjeta de donación.

No olvides platicarlo con tu familia, ellos pueden hacer realidad tu deseo.

Y hacer que tu historia continúe...

Continuará



Diseño tríptico

PROCESO DE ASIGNACIÓN DE UN ÓRGANO O TEJIDO

Para la asignación de un órgano o un tejido a un paciente, el comité interno de trasplante se rige por lo establecido en la Ley General de Salud:

"Artículo 336. Para la asignación de órganos y tejidos de donador no vivo, se tomará en cuenta la gravedad del receptor, la oportunidad del trasplante, los beneficios esperados, la compatibilidad con el receptor y los demás criterios médicos aceptados, así como la ubicación hospitalaria e institucional del donador.

Cuando no exista urgencia o razón médica para asignar preferentemente un órgano o tejido, ésta se sujetará estrictamente a las bases de datos hospitalarias, institucionales, estatales y nacional que se integrarán con los datos de los pacientes registrados en el Centro Nacional de Trasplantes".

MÉXICO
GOBIERNO DE LA FEDERACIÓN

SALUD
SECRETARÍA DE SALUD

Las Historias de Vida
SE ESCRIBEN
DE DIFERENTES MANERAS

INFORMES

01 800 201 78 61 y 62
www.cenatra.salud.gob.mx

Carretera Picacho Ajusco No. 154, piso 6.
Col. Jardines en la Montaña, Del. Tlalpan.
C.P. 14210, México, D.F.



YO ESCRIBO LA MÍA
SOY DONADOR DE ÓRGANOS

Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.

DONACIÓN DE ÓRGANOS Y TEJIDOS

A mi Familia le comparto mi deseo de donar

A) Cualquiera de mis Órganos y/o Tejidos

B) Sólo mis Órganos y Tejidos siguientes:

Para fines de trasplantes después de mi muerte, siempre y cuando las condiciones médicas, legales y administrativas lo permitan.

Y expreso mi deseo, no revocable, para que me apoyen dando aviso al coordinador hospitalario de la donación, y logremos que una más de nuestras historias como familia y la de muchas otras, continúen.



Cortometrajes que fomentan la donación de órganos en YouTube.





España

A diferencia de Argentina este país no realiza programas de casa abierta, su educación y conocimiento frente a este tema son muy avanzados, sin embargo realizan cortometrajes con la finalidad de seguir creando concienciación en la ciudadanía.





