

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POST-GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MAESTRÍA EN PUBLICIDAD ESTRATÉGICA Y CREATIVA**

**PROYECTO DE INTERVENCIÓN**  
**“CAMPAÑA SOCIAL PARA LA DONACIÓN DE SANGRE,**  
**PLAQUETAS Y LA PARTICIPACIÓN EN EL VOLUNTARIADO**  
**FANLYC”**

**Presentado por:**

**LICDA. DOMITILA LEZCANO Céd: 4-758-750**

**LICDA. KAREN JEMINA LOZANO M. Céd: E-8-148522**

**Trabajo de grado:**

**para optar por el título de Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa**

**Panamá, 26 de noviembre de 2018**

**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO FACULTAD DE  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**VEREDICTO**

Yo, MGTR. MARTA RODRÍGUEZ en mi condición de Tutora Académica, designado por el Departamento de Investigación y Postgrado de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá, para orientar y evaluar el Trabajo especial de grado realizado por Domitila Lezcano y Karen Jemina Lozano, apruebo la “CAMPAÑA SOCIAL PARA LA DONACIÓN DE SANGRE, PLAQUETAS Y PARTICIPACIÓN EN EL VOLUNTARIADO FANLYC”, Que presentan las mencionadas Licenciadas, de acuerdo con las normas vigentes aprobadas para la evaluación de los trabajos especiales de grado para optar por el Título de Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa.

Conforme firmo en representación del Tribunal Examinador en Ciudad de Panamá, 2018.

Domitila Lezcano y Karen Jemina Lozano

Calificación: ( ) \_\_\_\_\_ Calificación: ( ) \_\_\_\_\_

Observaciones: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Mgtr. Prof. Marta Rodríguez

Tutora Académica

## **DEDICATORIA**

A mis seres queridos, en especial a mis padres Amadeo Lezcano (Q.E.P.D)  
y Gloria Morales, quienes en todo momento me han animado a luchar por mis sueños.  
A mis hermano y hermanas por el amor que nos une y porque siempre han creído en mí.

**Domitila Lezcano**

Dedicado a mí amada bebé Lucia Janell Brandao L.

A mi madre Myrian Lucia Murillo (Q.E.P.D)

A mi padre y a mis hermanas.

Con amor.

**Karen Jemina L.**

## **AGRADECIMIENTO**

Principalmente a Dios, por sus bendiciones y por darme la fuerza necesaria para cumplir cada una de mis más preciadas metas.

A mi familia, por su apoyo incondicional, por los valores que siempre me inculcaron, los cuales me han dado la seguridad y confianza con que enfrento cada una de las metas.

A una persona especial que me brindó su apoyo incondicional durante la maestría, gracias AC.

A mis amigas (R.M.D.K) y compañeras con quienes he compartido trabajo, confianza y gratos momentos durante esta magnífica experiencia que ha sido la Maestría en Publicidad Estratégica Creativa.

A mi amiga y compañera en esta investigación Karen Lozano por su excelente esfuerzo, por el sacrificio y dedicación que compartimos para que este proyecto fuera una realidad.

A la Universidad de Panamá, nuestra alma mater, y al recinto que nos acogió en los estudios de Posgrado, tanto en el Domo como en la Facultad de comunicación Social.

A los docentes que han contribuido a mi formación profesional de manera desprendida y con gran sentido de responsabilidad, especialmente a la Profesora Marta Rodríguez, quien con paciencia y dedicación ha guiado este proyecto de intervención.

Y sumamente importante agradecerle a la Fundación Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer (FANLYC) por el apoyo con que nos brindaron toda la información requerida para nuestro proyecto, información sin la cual habría sido imposible celebrar hoy su culminación.

A todos les reitero las gracias.

**Domitila Lezcano**

Gracias a Dios por ser el motor constante en todo lo que hago en mi vida, por brindarme sabiduría y poner a las personas indicadas en mí camino.

Gracias a mi papito Luis A. Lozano, por su apoyo incondicional a lo largo de mi vida y especialmente en mi Maestría, por confiar siempre en mis decisiones y ser siempre mi gran respaldo, a mi hermano por asesorarme y ayudarme en todo este trayecto, por sus regaños constantes y su gran energía para trabajar bajo presión.

Todas aquellas terceras personas que de una u otra forma me alentaron a seguir adelante.

A mis amigas las chicas viajeras, quienes sin ningún egoísmo compartieron sus conocimientos conmigo y me brindaron su apoyo en todo momento haciendo de esta maratónica maestría una aventura inolvidable. A Domy quien decidió emprender conmigo este proyecto. Gracias por tu carácter siempre dulce, tu empeño y dedicación.

Y a cada uno de los docentes quienes se prepararon para compartir su conocimiento conmigo.

Con amor y agradecimiento.

**Karen Jemina L.**

## ÍNDICE

	<b>Página</b>
Hoja de aprobación .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	v
Índice general .....	viii
Índice de cuadro .....	xiv
Índice de gráfico.....	xvi
Resumen.....	xix
Summary .....	xx
Introducción .....	xxi
CAPÍTULO N°1 .....	26
ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO .....	26
1. Generalidades del proyecto .....	27
1.2. Presentación del proyecto .....	29
1.3. Análisis situacional .....	30
1.4. Descripción del problema .....	31
1.5. Definición del problema .....	34
1.6. Objetivos del proyecto .....	35
1.7. Justificación del proyecto .....	36
1.8. Cronograma de actividades.....	40
1.9. Presupuesto o Costo del proyecto de intervención .....	42
2. “CAMPAÑA SOCIAL PARA LA DONACIÓN DE SANGRE, PLAQUETAS Y LA PARTICIPACIÓN EN EL VOLUNTARIADO FANLYC” .....	43
2.1. Campaña social .....	43
2.1.2. Tipos de campañas.....	44
2.2. Donación de sangre, plaquetas y voluntariado.....	46

2.2.1.	Donación .....	46
2.2.2.	Donación de sangre y plaquetas .....	47
2.2.2.1.	Beneficios de la donación de sangre y plaquetas .....	50
<b>CAPÍTULO N°2:</b> .....		<b>62</b>
<b>ESTUDIO SOBRE LA PERCEPCIÓN QUE TIENEN LAS PERSONAS AL DONAR SANGRE, PLAQUETAS Y FORMAR PARTE DEL VOLUNTARIADO DE FANLYC</b> .....		<b>62</b>
2.	Planteamiento del problema .....	63
2.2	Objetivos generales y específicos .....	67
2.3	Justificación .....	68
2.4	Hipótesis .....	69
2.5	Variables conceptuales y operacionales.....	70
2.6	Clase de estudio .....	78
2.7	Población y muestra.....	79
2.8	Instrumento .....	80
2.9	Prueba piloto:.....	81
2.10	Análisis de los resultados.....	86
2.10.1	Análisis de los datos.....	86
2.11	Validación de hipótesis .....	111
2.12	Conclusiones .....	115
2.13	Recomendaciones .....	116
<b>CAPÍTULO N°3:</b> .....		<b>118</b>
<b>ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO DE CAMPAÑA SOCIAL PARA LA DONACIÓN DE SANGRE, PLAQUETAS Y PARTICIPACIÓN EN EL VOLUNTARIADO FANLYC</b> .....		<b>118</b>
3	Presentación del proyecto .....	119
3.1	Objetivos de comunicación:.....	121
3.2	Objetivos de la campaña: .....	121
3.3	Público objetivo .....	122
3.4	Duración de la campaña.....	122
3.5	Estrategia creativa.....	122
3.5.1	Mensaje esencial: idea principal.....	123

3.5.2	Soporte clave: .....	124
3.5.3	Posicionamiento:.....	124
3.5.4	Beneficios esperados: Para la donación de sangre y plaquetas. ....	125
3.5.5	Promesa básica: .....	125
3.5.6	Razón:.....	127
3.5.7	Tono del mensaje:.....	127
3.5.8	Concepto creativo:.....	127
3.6	Plan de acción para la Campaña Social para la Donación de Sangre, Plaquetas y Participación del Voluntariado de FANLYC.....	128
3.6.1	Elementos del plan de acción .....	129
3.6.1.1	Fases de la Campaña:.....	131
A.	Material gráfico para la campaña. ....	140
1.	Afiche General de la campaña .....	140
3.	Afiche dos: Temas de las Exposiciones .....	147
4.	Banner Tipos de voluntariado y sus requisitos.....	150
5.	Banner Requisitos para ser donantes.....	154
6.	Flyer uno Sabor Panameño .....	157
7.	Flyer dos Expresando el sentir .....	160
8.	Flyer tres Compartiendo y donando .....	163
9.	Tríptico Informativo sobre FANLYC .....	166
B.	Artículos promocionales .....	170
1.	Calendario .....	171
2.	Gorra .....	171
3.	T-shirt.....	173
4.	Botones.....	173
5.	Banderolas.....	174
6.	Bolitas anti-estrés .....	174
7.	Tazas .....	175
8.	Paraguas .....	175
9.	Calcomanías .....	177
10.	Separadores .....	178
11.	Llaveros.....	179

C.	Piezas Audiovisuales .....	181
1.	Anuncio de Radio Invitación para participar en la actividad. ....	181
2.	Spot de televisión .....	183
D.	Redes Sociales .....	187
1.	Carrusel de Instagram y Facebook.....	187
E.	Publicidad Exterior .....	189
1.	Mupis .....	189
2.	Valla.....	191
3.	Publicidad en Paradas .....	193
3.6.2	Estrategias de medios .....	193
3.6.3	Objetivos de Medios .....	194
3.6.4	Plan de Medios.....	195
3.6.5	Presupuesto Total .....	195
CAPÍTULO N°4: .....		197
VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA FANLYC .....		197
4.	Metodología.....	198
4.1.	Objetivo .....	199
4.2.	Muestra .....	199
4.3.	Procedimiento .....	200
4.4.	Instrumento .....	201
4.5.	Análisis de los resultados.....	206
a.	Evaluación de la campaña en pro de la fundación FANLYC .....	207
b.	Evaluación del público objetivo.....	209
4.6.	Ajustes realizados en la base al estudio / Diseño final.....	213
CONCLUSIONES .....		243
RECOMENDACIONES.....		247
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		250

## ÍNDICE DE CUADROS

I.	Cronograma.....	40
II.	Presupuesto del proyecto de intervención.....	42
III.	Hipótesis n°1 .....	112
IV.	Hipótesis n°2.....	114
V.	Actividades 1 .....	132
VI.	Actividades 2 .....	133
VII.	Actividades 3 .....	134
VIII.	Costo artículos promocionales .....	180
IX.	Spot tv .....	184
X.	Plan de medios .....	195
XI.	Presupuesto de producción .....	195
XII.	Presupuesto total .....	196
XIII.	Ajuste del presupuesto .....	241
XIV.	Ajuste de presupuesto de producción .....	242
XV.	Ajuste de presupuesto total .....	242

## **ÍNDICE DE GRAFICO**

I.	Disposici3n de las personas para donar sangre y plaquetas.....	86
II.	Motivaciones para realizar donaciones a una fundaci3n .....	87
III.	Cuidados que se deben tener a la hora de donar sangre y plaquetas.....	88
IV.	Motivos por los cuales las personas no donan sangre y plaquetas.....	89
V.	Participaci3n de los encuestados en actividades de fundaciones.....	90
VI.	Conocimientos sobre la diferencia entre sangre y plaquetas .....	91
VII.	Beneficios al donar sangre y plaquetas .....	92
VIII.	Posibilidad de participaci3n en el voluntariado de FANLYC .....	93
IX.	Invitaci3n para participar en alg3n voluntariado institucional .....	94
X.	Razones para la no participaci3n en el voluntariado, seg3n encuestados:.....	95
XI.	Acciones que motivaran la participaci3n como voluntario.....	96
XII.	¿Beneficia a la persona participar como voluntario?.....	97
XIII.	Lugares recomendables para promover el voluntariado seg3n encuestados.....	98
XIV.	Tipos de voluntariado de FANLYC en los que preferirían participar .....	100
XV.	Medio de comunicaci3n m3s efectivo para recibir informaci3n.....	101
XVI.	Existencia de publicidad sobre donaci3n de sangre, plaquetas y participaci3n de voluntariado de FANLYC, seg3n encuestados. ....	102
XVII.	Estrategia publicitaria m3s afectiva para promover la donaci3n de sangre, plaquetas y voluntariado .....	103
XVIII.	Actividades recomendadas para una estrategia publicitaria de FANLYC.....	104
XIX.	Materiales publicitarios que se deben utilizar dentro de esta estrategia publicitaria .....	105
XX.	Temas que le gustarí3a que se aborden en la estrategia publicitaria .....	106
XXI.	Colores apropiados para la estrategia publicitaria, seg3n encuestados.....	107

XXII.	Sexo.....	108
XXIII.	Edades .....	109
XXIV.	Tipos de sangre .....	110

XX

**“CAMPAÑA SOCIAL PARA LA DONACIÓN DE SANGRE, PLAQUETAS Y PARTICIPACIÓN EN EL VOLUNTARIADO FANLYC”**. Trabajo especial de grado, para optar al título de maestría en Publicidad Estratégica y Creativa. Universidad de Panamá, Vicerrectoría de Investigación y Postgrado, Facultad de Comunicación Social, Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa, Ciudad de Panamá, Panamá. 2018.

Para elaborar el proyecto de intervención se realizó una investigación cuyo fin principal fue el conocer las causas por las cuales las personas no donan sangre ni plaquetas y su poca participación en el voluntariado de FANLYC, además de obtener información que sirviera de base para crear una campaña social para sensibilizar a la población panameña a donar y a participar en dicha fundación y así incrementar las donaciones y fortalecer la solidaridad de las personas para ayudar a los niños que padecen de cáncer.

El estudio tiene un enfoque cuantitativo, y es descriptivo, con un diseño no experimental. Utiliza como método la encuesta, la cual fue previamente validada y aplicada en el mes de septiembre de 2017, a 336 personas de ambos sexos de 18 a 45 años de la ciudad capital, utilizando un margen de error de 5% y un nivel de significancia de 95%. Presenta dos hipótesis descriptivas de investigación y nulas, las mismas fueron validadas utilizando el estadígrafo Prueba Z, con un nivel de significancia del 95%.

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo observar que el 66% de los encuestados está dispuesto a donar sangre y plaquetas para contribuir con los niños de leucemia y cáncer de FANLYC. La principal causa por las cuales las personas no donan es por miedo y porque no cuentan con suficiente información de cómo acercarse a la fundación y cómo donar. Todos los encuestados estuvieron de acuerdo con la hipótesis planteada, la necesidad de realizar esta campaña social para así sensibilizar, educar y llegar a más personas, a su vez sean entes de comunicación para crear una sociedad panameña más solidaria y aumentar los donantes y la participación dentro de la Fundación FANLYC. La mayoría de los encuestados opinó que estarían dispuestos a donar sangre y plaquetas para contribuir con los niños que padecen cáncer y a la vez FANLYC continúe apoyando esta obra.

Se obtuvieron datos muy interesantes en cuanto a la donación de sangre, plaquetas y el deseo de participar del voluntariado, además de información para el desarrollo de la campaña social, tales como: colores, eslogan, información que les gustaría saber, medios donde difundir la campaña, texto, imagen, escenario, actividades a realizar, esto permitió que se desarrollara con éxito la campaña. Una vez elaborada se presentó a la Directiva de FANLYC y al público en general, para ser validada. Para ello se utilizaron las técnicas de investigación de entrevista a profundidad y el focus group, esto permitió realizar una serie de ajustes para que finalmente se presente con éxito en un futuro, si la fundación así lo considere, pues su Directiva apoyó mucho con información puesto que estaban interesados en el proyecto para el futuro.

## Xxi

"SOCIAL CAMPAIGN FOR THE DONATION OF BLOOD, PLATELETS AND VOLUNTEERING PARTICIPATION IN FANLYC". Special degree work, to apply for a Master's degree in Strategic and Creative Advertising. University of Panama, Vice-Rector for Research and Postgraduate Studies, Faculty of Social Communication, Master's Degree in Strategic and Creative Advertising, Panama City, Panama. 2018

In order to elaborate the intervention project, an investigation was carried out which main purpose was to know the causes why people do not donate blood or platelets and why we have a low participation in the volunteering within FANLYC. Apart from these reasons, the project is designed to obtain information that would serve as the basis for creating a social campaign to sensitize the Panamanian population to donate and participate in this foundation with the main purpose of increasing donations and strengthen the solidarity bonds between people and especially to help children with cancer.

The study has a quantitative approach, and it is descriptive, with a non-experimental design. It uses the survey as the tool, which was previously validated and applied in the September of 2017. It was applied to 336 people of both genders from 18 to 45 years from the capital city, using a margin of 5 % error and a level of significance of 95%. It presents two descriptive and null research hypotheses, which were validated using the Z test statistic, with a level of significance of 95%.

According to the results obtained, it was observed that 66% of the respondents were willing to donate blood and platelets and contribute to the children with leukemia and cancer in FANLYC. The main cause why people do not donate is because of fear and because they do not have enough information on how to approach the foundation and how to donate. All respondents agreed with the hypothesis statement. They need to conduct this social campaign to sensitize, educate and reach more people, to have communication entities to create a more supportive Panamanian society and increase donations and participation within the FANLYC Foundation. The majority of the respondents thought they would be willing to donate blood and platelets to contribute in this cause to help children suffering cancer and at the same time allow FANLYC to continually support this work.

Important and interesting results were obtained regarding the donation of blood, platelets and the desire to participate in volunteering, as well as information for the development of the social campaign, such as: colors, slogan, information that they would like to know, Means of communication to disseminate the campaign, text, images, setting and activities to be carried out. This allowed the campaign to be successfully developed. Once prepared, it was submitted to the FANLYC Board of Directors and the general public, to be validated. In order to do this, the in-depth interviews and the focus group research techniques were used, this allowed us to make a series of adjustments so that it would eventually be successful in the future, if the foundation considers to do so, since Directors supported a lot with needed information in our project; they were also interested to hand this project in a future.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto de intervención se desarrolla para sensibilizar y hacer un llamado a la población panameña, por medio de una Campaña Social, a que donen sangre, plaquetas y participen en el voluntariado FANLYC.

La iniciativa de una Campaña Social para FANLYC nace al observar que cada día más niños y niñas están padeciendo de cáncer y a pesar de los grandes esfuerzos de FANLYC por ayudarlos mediante la consecución de medicamentos, plaquetas y sangre, poca es la solidaridad humana y cooperación que prestan los panameños por esta causa, mientras decenas de niños y sus padres sufren al ver que es muy difícil el tratamiento, el encontrar donantes cuando lo necesitan y por el costo, el tiempo que conlleva el tratamiento, muchos los abandonan, perdiéndose una vida inocente y que pudo salvarse. Muchas personas no donan porque existen mitos en cuanto a la donación que en realidad no son verdaderos, y otros porque no conocen realmente el rol que juega FANLYC, beneficios y logros que ha llevado a cabo durante varios años. Por ello, se desarrolló esta Campaña para que las personas conozcan y se eduquen en cuanto a la forma de donar sangre y plaquetas y a la vez sean voluntarios de la fundación, Además de brindarles información de la gestión que realiza FANLYC para que más personas apoyen voluntariamente y brinden de una u otra forma su aporte ya sea a través de donación de sangre y plaquetas o formando parte de algún voluntariado, puesto que la fundación tiene varias secciones con diferentes actividades donde se puede participar y donde son bienvenidos todos sin condición alguna.

En el primer capítulo, denominado generalidades del proyecto se hace una síntesis en cuanto a las investigaciones y actualidad acerca del tema de donaciones de sangre y plaquetas que se han realizado a nivel mundial y nacional, encontrándose pocos estudios al respecto. Dentro de esta investigación se identificaron los antecedentes observando así que a diario se incrementan los casos de cáncer infantil, de acuerdo ante esta realidad, surgió la pregunta ¿Qué debe hacer la sociedad general frente a esta problemática? Lo cierto es que la sociedad parece ser cada vez más insensible ante las necesidades de los niños con cáncer; es decir, no se advierte ningún compromiso por parte de los individuos a colaborar o apoyar a estos niños que tanta ayuda necesitan, por lo cual es de suma importancia hacer un llamado a la población y así concienciar a que donen sangre y plaquetas; ya que con su aporte disminuye esta difícil y dolorosa enfermedad.

FANLYC es una fundación sin ánimos de lucro que busca ayudar a los niños con leucemia y cáncer de todo el país, atiende 702 niños, los cuales necesitan un espacio que les brinde la calidez de un hogar, un lugar donde pueden descansar después de sus extenuantes terapias. El capítulo además explica los objetivos del proyecto, justificación donde se expresa su importancia, contribución y beneficios que dará a la sociedad y se hace un breve marco referencial del cáncer infantil, de la fundación FANLYC y de lo que se entiende por campaña social.

En el Segundo capítulo del proyecto, titulado “Estudio de la percepción que tienen las personas al donar sangre, plaquetas y formar parte del voluntariado de FANLYC”; se confirmó la importancia de un proyecto de este tipo, se realizó una investigación cuantitativa descriptiva, con un diseño no experimental, que se inicia con la aplicación de

encuestas a una muestra de 336 de la población en la ciudad de Panamá. La investigación efectuada arrojó datos indicando que la mayoría de las personas sienten miedo y, por ende, se muestran resistentes a donar sangre, plaquetas; por lo cual es imperativo que proyectos como este se consoliden para cambiar la mentalidad de la población en cuanto a responsabilidad social se refiere.

Uno de los puntos relevantes ante este estudio, y que es el primer obstáculo por el cual las personas no donan sangre, es por el miedo a las agujas, seguido por cuestiones religiosas y mitos. Pocas personas conocían los beneficios y cuidados que se debe tener a la hora de participar en una donación de sangre y plaquetas.

Con la información obtenida en la encuesta se comprobó la factibilidad de implementar una estrategia publicitaria con el objetivo de incentivar a las personas a donar sangre, plaquetas y formar parte del voluntariado de FANLYC, y se obtuvieron las estrategias a seguir en cuanto a creatividad, actividades y medios a utilizar.

El tercer capítulo presenta la estructura y administración del proyecto, en él se plasma la solución creativa y estratégica de la campaña social para atacar con rapidez el problema de la falta de donación y participación en la fundación. Se utiliza un logo de campaña que presenta una conexión emocional en los colores que lo forman. El slogan “Dosis de energía para grandes luchadores” se posicionó como complemento del logo, utilizando los colores de la fundación que son morado, naranja, verde y rosado. Además, presenta los diseños gráficos utilizados en la campaña, (flyer, afiches, banners, tríptico, artes para redes sociales y artículos promocionales) las artes audiovisuales, programa de radio y spot de televisión,

los medios complementarios como las especialidades publicitarias, y finalmente el plan de medios y el presupuesto de la campaña.

En el cuarto capítulo se valida el proyecto, para la cual se realizaron entrevistas con los miembros de la fundación y un focus group con el público objetivo, obteniendo como resultados la aceptación de la campaña como parte fundamental para contrarrestar la problemática ante la falta de participación de la población en cuanto a la donación de sangre, plaquetas y voluntariado. Como parte de las recomendaciones obtenidas surgieron algunos cambios más familiarizados con la imagen actual de la fundación.

Finalmente, los Directivos de FANLYC, contemplan implementar en un futuro muy cercano esta campaña, puesto que la encontró muy interesante y persuasiva, pues la motivación que se le da a las personas en cuanto a la información y educación a la población es muy valiosa, su aporte, mantiene la esperanza latente de los niños y niñas que padecen de cáncer y es un apoyo de salud y moral a sus familiares.

## **CAPÍTULO N°1**

### **ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO**

A continuación, se explicarán aspectos generales del proyecto de intervención, sus antecedentes, su presentación, justificación, objetivos, su marco referencial, entre otros.

## **1. Generalidades del proyecto**

### **1.1. Antecedentes**

En la actualidad los casos de cáncer infantil han ido en aumento, difícil y dolorosa prueba para miles de niños panameños y sus familiares.

Ante esta realidad, surge la pregunta ¿Qué debe hacer la sociedad general frente a esta problemática? Lo cierto es que la sociedad parece ser cada vez más insensible ante las necesidades de los niños con cáncer; es decir, no se advierte ningún compromiso por parte de los individuos a colaborar o apoyar a estos niños que tanta ayuda necesitan.

No obstante, en el marco general de la sociedad existen fundaciones que se dedican con ahínco a tratar esa problemática de salud que es el cáncer, en los niños; estas instituciones enfrentan una serie de obstáculos para prestar la ayuda necesaria; entre estos se encuentran; la falta de donación de sangre y plaquetas, debido sobre todo, a los miles de mitos que existen sobre la donación, también a la falta de información, la cual puede jugar como factor determinante de esa aparente falta de sensibilidad ante el problema.

En Panamá, la ley N°17 del 31 de julio de 1986 es la encargada de la reglamentación de los bancos de sangre y las transfusiones sanguíneas.

De acuerdo con la Fundación Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer, más conocida como FANLYC, existe una carencia de donantes en el país. Con el propósito de aliviar de alguna manera el sufrimiento de estos niños FANLYC ha creado la iniciativa de un voluntariado único para la donación de sangre y plaquetas, sin embargo, tal iniciativa no ha logrado incrementar la participación. En la actualidad, FANLYC cuenta con un grupo

de voluntariado llamado: hermano de sangre y plaquetas, compuesto por un grupo de 50 personas de ambos sexos entre los 18 y los 45 años de edad, que donan sangre y plaquetas periódicamente, situación que es indispensable para superar la enfermedad. “Adicionalmente se realizan actividades para fomentar las donaciones voluntarias de sangre, pero esta cifra es muy baja para la gran cantidad de niños que son atendidos por FANLYC.

Con un déficit de 24 mil unidades de sangre, el 14 de junio del 2015, Panamá celebra el Día Mundial del Donante de Sangre, con el objetivo de superar las 56 mil unidades que fueron recogidas el año anterior -y así acercarse a las 80 mil que requieren los bancos de sangre en Panamá- la Cruz Roja Nacional, Sangre Panamá, Fundación Latidos, el Instituto Oncológico Nacional, Fundacáncer Panamá, Fundación Felipe Motta, Grupo Prisa y 3M estarán llevando a cabo una jornada de donación. (Caballero, 2015)”

Como antecedente de una estrategia publicitaria para incentivar la donación de sangre y plaquetas, se encuentra el caso de República Dominicana, donde se lanzó una campaña para aumentar el número de donantes a través de los Malls. La estrategia según Kenia Bisoño, gerente de Responsabilidad Social Corporativa de Agora Mall explicó que junto a FACCI y Hemoterapia, respondería a la creación de un banco de donantes permanente que garantizara el abastecimiento ininterrumpido de sangre de diferentes tipos. Según la misma Bisoño: “La sangre solo se puede obtener de los seres humanos. No se trata de un artículo que se vende y se puede comprar en situaciones normales. De ahí la importancia de acompañar este esfuerzo con una campaña de comunicación que

concientice a los visitantes al mall y a la opinión pública en general de la necesidad que existe en el país de disponer de sangre a tiempo, la cantidad de vidas que podemos salvar con este simple gesto de entrega”. La estrategia se conoce; “Bajo el nombre Hermanos de Sangre, se ejecutará este proyecto mediante el cual se impacta a la mayor cantidad de donantes posibles, en un ambiente seguro, bajo un procedimiento fácil, pero sobre todo asumiendo un compromiso a largo plazo para ayudar como un verdadero hermano a un niño con Cáncer”. (Remo, 2016)

## 1.2. **Presentación del proyecto**

En Panamá, el proyecto de intervención busca crear una campaña social permanentemente para la donación de sangre y plaquetas, como participación activa en el voluntariado de FANLYC, que abarca a personas de 18 a 45 años de edad, dispuestos a donar o por lo menos a intentarlo.

Esta iniciativa procura brindar información adecuada y necesaria para fortalecer la solidaridad de las personas por los niños con cáncer. Para lograr este fin, se cuenta con el aval de FANLYC, fundación que desde 1995 se encarga de ayudar a niños con cáncer, de todas las regiones de Panamá. “El mundo debe trabajar unido en solidaridad, para que todos los niños tengan acceso a una atención de calidad, asequible y dispongan del mejor tratamiento posible, apoyo psicosocial y asistencia.” (FANLYC, 2017)

La finalidad de este proyecto de intervención es incrementar la donación de sangre y plaquetas, y que más personas ingresen como voluntarios a FANLYC, crear en las personas una conciencia de responsabilidad social y un compromiso real hacia la donación.

### 1.3. Análisis situacional

La Fundación FANLYC es una Organización sin fines de lucro que brinda servicios a los niños y niñas con diagnóstico de cáncer en Panamá; como medicamentos, transporte, apoyo psico-social, alimentación saludable, educación, y más. FANLYC, en campañas anteriores, ha hecho referencia a la donación de sangre y plaquetas, e igualmente ha hecho el llamado a las personas para que se unan a la causa, como voluntarios en la Fundación, pero a pesar de la importancia de este tipo de acciones no ha tenido mucho éxito, pues son pocas las personas que donan, por consiguiente, las campañas para lograr la participación en el voluntariado buscan motivar a las personas a donar por una vida de esperanza para los niños.

Para el año 2012 según el Ministerio de Salud de Panamá se registraba un déficit de 115 mil unidades de sangre, que incluye a los centros hospitalarios privados, los del Ministerio de Salud (MINSAL) y la Caja de Seguro Social (CSS). Según el MINSAL, a la fecha, Estadísticas del Programa Nacional de Sangre revelan que las donaciones en el año 2010 fueron de 51 mil 552 unidades, de las cuales el 6.8% (3 mil 505) corresponde a las categorías de voluntarios. El resto, 48 mil 47 donantes, fue reposición de sangre para amigos y familiares o productos de transacciones comerciales.

En la actualidad (2017) en Panamá hay 702 casos de niños con cáncer, muchos de ellos no tienen los recursos necesarios para costear sus tratamientos. FANLYC ha logrado a través de la causa “mantener la esperanza”, unir a las personas y algunas, aun así, desconocen la importancia de donar, poco sienten interés por ello, debido en algunos casos a que

consideran que hacer una donación puede llegar a exigir un cuidado más minucioso en cuanto a sus hábitos alimenticios y por otro lado, es posible que no deseen un compromiso como éste.

#### 1.4. Descripción del problema

Ante el incremento actual de los índices de cáncer infantil, resulta cada vez más evidente la importancia de la donación de sangre, plaquetas y del voluntariado, que se puede efectuar a través de FANLYC, porque como bien señala esta organización:

“El tratamiento para el cáncer infantil se extiende por más tiempo que otras enfermedades de la infancia (por ejemplo, el de la leucemia dura hasta tres años) y requiere más tiempo en hospitales y centros médicos. Situaciones como estas hacen necesaria garantizar la voluntad política de los gobiernos, para que realicen una inversión financiera sostenible para la salud y apoyen inversiones en infraestructura sanitaria para niños con cáncer. En la actualidad, muchos niños y adolescentes con cáncer experimentan retrasos importantes en el diagnóstico o reciben un diagnóstico erróneo; esto conlleva que se extienda la enfermedad y se reduzcan sus posibilidades de cura. El cáncer infantil sigue siendo un problema de salud pública desatendido, marginado. (FANLYC, 2017)”

¿Por qué donar sangre y plaquetas a un niño con cáncer?

Cuando un niño padece de cáncer se aboca a la necesidad constante (según el tipo de cáncer) de solicitar donadores de sangre y/o plaquetas, ya sea para una intervención quirúrgica o durante su tratamiento, en el caso de padecer leucemias; situación en la que llegan a necesitar entre 40 unidades, e incluso en casos muy extremos, hasta 200 unidades. En la actualidad, los familiares son los responsables de conseguir a los donadores;

lamentablemente, las redes de ayuda se suelen ver limitadas en este tipo de situaciones, por diversas causas porqué:

- a) Los donadores cercanos ya aportaron las donaciones que pueden hacer en el año.
- b) El tipo de sangre del paciente no es común.
- c) Los servicios de donación de plaquetas solo se realizan durante la semana y el proceso dura aproximadamente dos horas. Debido a sus actividades personales, las personas no acuden a los llamados de donación.
- d) Si el paciente es foráneo a la localidad del hospital donde se atiende, se complica por los gastos por concepto de traslado de los familiares o amigos para donar.
- e) Desinformación y “tabúes” en la sociedad sobre el tema de la donación de sangre.
- f) Limitación de los padres al no tener amistades o contactos en la ciudad donde puedan alojarse para estar pendientes del estado de su hijo.
- g) No se cuenta con un banco de sangre con un programa especial preventivo para pacientes oncológicos adultos y pediátricos, donde se mantenga una campaña permanente de donación especial para ellos.

“El cáncer es más peligroso y más difícil de atender en hogares de bajos recursos. Sin embargo, debe señalarse que los avances logrados por medio de los tratamientos disponibles han permitido alcanzar elevadas tasas de supervivencia, próximas al 80%, pero, estas tasas de supervivencia son significativamente más bajas en niños que viven en entornos de bajos recursos, donde aproximadamente uno de cada dos niños diagnosticados de cáncer fallecerá a causa de la enfermedad. Esta disparidad es consecuencia de los retos planteados por los sistemas sanitarios, en los cuales el diagnóstico suele ser tardío y la

accesibilidad a un tratamiento adecuado limitada o a un costo demasiado elevado. (globocan, 2012)”

La situación empeora cuando la atención de esta enfermedad se vuelve demasiado costosa para algunas familias, que adicionalmente, por falta de disponibilidad de tiempo y dificultades de movilidad para llegar al hospital donde se aplica el tratamiento, hacen que los padres de familia decidan no llevar a sus hijos y abandonan el tratamiento por completo, dejando en total estado de vulnerabilidad a los niños. Tristemente la cultura actual de la sociedad encaminada prioritariamente a lo material ha dado lugar a la pérdida del sentido de solidaridad y de sensibilidad ante las necesidades del otro, lo que priva es una conducta humana del beneficio; es decir, que en todo lo que se da o se hace por otro, debe obtenerse un mínimo de beneficio.

La consideración de todo lo antes expuesto, da lugar a la idea de realizar este proyecto que se propone concienciar e incentivar a la población para que donen sangre y plaquetas, y que sean parte del voluntariado de FANLYC. Obviamente, ante esta crítica situación, toda iniciativa que ayude a paliar el problema es bien visto por espíritus solidarios deseosos de colaborar.

El proyecto de intervención tiene el aval y la colaboración del personal de FANLYC, así como de los voluntarios ya inscritos, quienes con sus experiencias aportarán un testimonio fiable y fundamental para la campana social. Mediante la investigación previa, se logra conocer los antecedentes sobre la poca participación y desinformación de la población en cuanto a la donación de sangre, plaquetas y la participación en el voluntariado.

### 1.5. Definición del problema

Como se ha señalado anteriormente, la Fundación FANLYC ha venido trabajando en la atención de los niños con cáncer y leucemia desde el 30 de mayo de 1995. Es de suma importancia que las personas se unan al esfuerzo que realiza esta fundación y donen voluntariamente sangre y plaquetas, una de las necesidades básicas de todos los niños para el éxito de sus tratamientos, por tanto, es indispensable estimular la donación y luchar para que el voluntariado sea cada vez mayor y más activo, para salvar más vidas. Existen posibles causas por las cuales las personas no donan; entre ellas están: los mitos, la falta de tiempo y la desinformación sobre los requisitos y beneficios que da el donar, muchas personas piensan que donar puede causarles enfermedades; esto es falso; es más, puede agradecerse que las consecuencias son más beneficiosas que dañinas.

Ahora bien, el problema de la falta de donantes de sangre y plaquetas no se da solo en Panamá, en otros países se presenta el mismo caso. Así, por ejemplo, en México “Por falta de donadores de sangre, niños abandonan el tratamiento contra el cáncer, informa la pediatra oncológica, Ana Bertha Rivera Martínez, del Instituto Estatal de Cancerología (Iecan)”. (Salgado, 2016)

“República dominicana, es otro claro ejemplo de las malas políticas frente al problema de la donación de sangre y plaquetas; el país cuenta con un 18% de niños con cáncer que mueren por la falta de disponibilidad de hemoderivados, sumándose a los diagnósticos tardíos e infecciones como los principales factores que provocan la defunción de estos pacientes.

De acuerdo con las estadísticas que maneja la Fundación Amigos contra el Cáncer Infantil (FACCI) se necesitarían un promedio de 20 unidades de sangre al mes para poder abastecer la demanda de los niños y niñas enfermos.

Los números que maneja la fundación arrojan que anualmente se detectan de 90 a 100 casos de pacientes nuevos con este padecimiento, siendo la Leucemia el tipo de cáncer que más padecen los infantes. (Remo, 2016)”

El suministro de plaquetas y sangre constituye el principal tratamiento para combatir el cáncer infantil; por lo tanto, todos tenemos que tomar conciencia y apoyar este tipo de proyectos cuyo objetivo principal es salvar vidas infantiles.

A través de este proyecto se pretende aportar un granito de arena para mejorar la realidad actual, creando una estrategia dirigida a personas para que sean donantes activos, es decir personas entre los 18 años y los 45 años, mayores de edad, que estén en condiciones físicas y morales para colaborar con los niños que padecen de cáncer.

#### **1.6. Objetivos del proyecto**

Los objetivos que se presentan a continuación son las guías principales en el desarrollo del proyecto de donación de sangre y plaquetas y participación en el voluntariado.

- **Objetivo general**

Contribuir con los niños de leucemia y cáncer que atiende FANLYC sensibilizando a las personas a través de una campaña social para que donen sangre y plaquetas y participen como voluntarios en la fundación.

- **Objetivos específicos**

Conocer, mediante un estudio, la percepción que tienen las personas en cuanto a la donación de sangre y plaquetas a los niños con cáncer y participar como voluntario en FANLYC.

Diseñar una campaña social para concienciar a la sociedad acerca de la donación de sangre y plaquetas y la poca participación del voluntariado en FANLYC.

Evaluar la estrategia publicitaria de la donación de sangre, plaquetas y la participación en el voluntariado de FANLYC con las personas y a la vez recibir el aval de la fundación para realizar los arreglos que consideren pertinentes.

### **1.7. Justificación del proyecto**

A continuación, se presenta el motivo principal para el desarrollo del actual proyecto; que consiste en crear una campaña social para incentivar la donación de sangre y de plaquetas; en esa misma línea, se busca la participación en el voluntariado de FANLYC. Esto se explica porque la necesidad básica es ayudar a los niños con cáncer y leucemia a nivel nacional.

Por tanto, surge la necesidad de promover estas prácticas a nivel nacional que son tan importantes para la construcción de la sociedad; por esta razón las investigaciones sociales son valiosas sobre todo porque la configuración de una campaña social, acerca al común denominador de la sociedad nacional a las fundaciones, para este proyecto específico FANLYC.

Con el actual proyecto, se espera alcanzar el cumplimiento de los objetivos en su totalidad; es decir, que se pueda generar la concienciación de la sociedad respecto a un

problema de salud pública como es el cáncer infantil y la leucemia. A partir del desarrollo de proyectos sociales como este, que tienen una viabilidad comprobable ya que puede realizarse alternativamente con otros proyectos de la fundación; es decir, los beneficios de esta campaña se advertirán en la medida que se alcanzan los objetivos, en la medida que las personas participan del voluntariado y en la donación de sangre y plaquetas, específicamente.

Los mayores beneficiados son los niños con cáncer y leucemia; además con la donación de plaquetas y sangre se ayuda a sus familias, porque es bien sabido lo difícil que resulta encontrar donantes y voluntarios. En esa misma línea, se ayuda a la fundación, ya que a mayor número de donantes y de voluntarios, mayor cantidad de niños atendidos.

Finalmente, también gana la sociedad panameña, pues se da respuesta a este serio problema de salud pública.

En efecto, muchas fundaciones no gubernamentales cuyo propósito es ayudar a la sociedad, se encuentran con el reto de encontrar una forma efectiva para divulgar su existencia y las distintas actividades que realizan; objetivo que, de ser logrado, permitiría la vinculación permanente por grupos vulnerables, por medio de ayudas de personas naturales o empresarios. En ese orden de ideas, en nuestro caso, es primordial realizar una estrategia publicitaria que como primera instancia dé a conocer la carencia de donantes de sangre y plaquetas y así mismo, la baja participación en el voluntariado de FANLYC, resaltando su labor altruista, valores e ideales, lo cual permitirá que se le conozca y considere como una fundación que refleja seriedad y confiabilidad. Obviamente, para lograr este fin se debe tener en cuenta que el público objetivo seleccionado sea el apropiado para suplir las necesidades de la fundación a través de la vinculación con aportes monetarios o en especie.

Una de las principales directrices es entender qué significa el voluntariado a nivel general, antes de ir específicamente a lo propuesto por FANLYC.

Ser voluntario significa ser libre al escoger; es decir, se hace referencia a la persona que, por elección propia, dedica una parte de su tiempo a la acción solidaria, altruista, ofreciendo sus conocimientos y esfuerzos, para contribuir a la creación de un mundo mejor. La misión del voluntario es brindar apoyo a la Fundación a través del trabajo voluntario para procurar el bienestar de los niños afectados por leucemia o cáncer.

Parte de la entrevista con el Sr. Luis, voluntario, donante y administrativo en FANLYC,

“Las personas para poder ser donantes de sangre y plaquetas deben llevar una vida saludable, ya que al momento de donar influyen muchos factores como:

- Si ha viajado recientemente.
- Si tiene caries en los dientes.
- Demasiada grasa.
- Problemas con colesterol.
- Consumo de alcohol, entre otros.

Cabe mencionar que un aspecto importante es que al donar una pinta de sangre estás contribuyendo con la vida de ocho niños, ya que ellos utilizan menos cantidades que un adulto; por eso, con una sola pinta de sangre podrás salvar ocho vidas.

Cada año se incrementan más casos de niños con cáncer y son pocas las personas que tenemos actualmente como voluntarios; es por eso que es importante rescatar a todas esas personas que quieran aportar y ayudar a estos niños. Aquí en la Fundación se realizan

charlas, conferencias para aclarar ciertas dudas que tienen las personas sobre el tema de cáncer, sobre si pueden donar o no.

Tenemos el caso de que los bancos de sangre muchas veces tienen, pero no tienen la que se necesita en el momento, es decir un ejemplo: Si un niño necesita A-. que es un poco más difícil de encontrar, el banco de sangre cuenta con la misma, y un familiar o voluntario quiere donar, pero no son compatibles, se requiere que donen de dos a tres pintas de A+ para compensar la A- que se va a utilizar. La idea es ir intercambiando para que el banco no quede sin tipos de sangre. Por eso, es sumamente importante incentivar a más personas, más panameños a que se unan y formen parte del voluntariado de amigo de sangre y plaquetas o si bien es cierto, de cualquier otro tipo de voluntariado que cuenta la FUNDACIÓN; toda ayuda es bienvenida.”

### 1.8. Cronograma de actividades

Para la implementación del proyecto de intervención, se elaboró un calendario debidamente planificado, de manera que sirviera de guía durante un período determinado.

CRONOGRAMA												
N°	ACTIVIDADES	2017					2018					
		AG	SEP	OC	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	MA	JUN	JUL
1	Recolección de información											
2	Investigación											
3	Revisión por la Asesora											
4	Aplicación de encuestas											
5	Análisis de las encuestas											
6	Estructura del Proyecto											
7	Revisión por la Asesora											
8	Validación											
9	Revisión y											
10	Sustentación											

El desarrollo del proyecto de intervención comprende cuatro, etapas las cuales se describen de la siguiente manera:

Fase N°1: Se realizará una investigación profunda sobre la situación actual de la donación de sangre, plaquetas y el voluntariado. Para obtener información se recurrirá a libros, revistas, instituciones, citas de internet, entre otras.

Fase N°2: Se utilizará una encuesta como instrumento para recolectar las diferentes opiniones de las personas, aportes que servirán de ayuda para desarrollar la campaña social.

Fase N°3: Se desarrollará una campaña publicitaria para motivar a las personas a donar sangre, plaquetas y a formar parte del voluntariado. Para ello, pondremos en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa de la Universidad de Panamá.

Fase N°4: Para validar el proyecto, se presentará este a la Fundación Amigos del niño con Leucemia y Cáncer (FANLYC) con la intención de que sus puntos de vista ayuden a enriquecer el proyecto y así desarrollarlo de la mejor manera para que se haga realidad a corto, mediano o largo plazo y así ayudar a muchos niños.

### 1.9. Presupuesto o Costo del proyecto de intervención

La inversión que representa el proyecto de intervención se logrará con fondos propios de las autoras, así como también de FANLYC y de otras personas.

<b>PRESUPUESTO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN</b>				
<b>N°</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>UTILES DE OFICINA</b>				
1	5 Resmas	Papel Bond 8 1/2 x 11	B./ 4.30	B/. 21.50
2	3 Cartuchos	Tinta negra	B./ 35.50	B/. 106.50
3	2 Cartuchos	Tinta de colores	B./ 38.00	B/. 76.00
4	1008 páginas	Impresión de 336 Encuestas de 3 páginas c/u	B./ 0.03	B/. 30.24
5	3	Fólders	B/. 0.15	B/. 0.45
6	1 caja	Grapas	B/. 2.05	B/. 2.05
7	Matrículas		B/. 300.00	B/. 600.00
8				
9				
10				
11				
<b>LOGÍSTICA</b>				
12	60 días aprox	Comidas, meriendas (2 personas)	B./ 5.00	B/. 300.00
13	Transporte	Metrobús-taxi-gasolina	B./ 200.00	B/. 200.00
14	<b>TOTAL</b>			B/. 1,336.74

## 2. “CAMPAÑA SOCIAL PARA LA DONACIÓN DE SANGRE, PLAQUETAS Y LA PARTICIPACIÓN EN EL VOLUNTARIADO FANLYC”

### 2.1. Campaña social

#### 2.1.1. Definición de campaña social

“Una campaña social es una iniciativa comunicacional; su objetivo es influir en la conducta de los individuos. Su propósito es sensibilizar y concienciar sobre una problemática social, y en algunos casos, alguna conducta alternativa o solución a estos problemas. Las campañas sociales pueden darse en muchos ámbitos, entre ellos: el de los derechos humanos (igualdad entre hombres y mujeres, protección de la niñez, denuncia del racismo, trato a la denuncia del racismo, trato a los migrantes, salud (prevención del SIDA, vacunación, nutrición, prevención del alcoholismo, problemas de cáncer), educación y cultura (promoción de las artes, incentivar la lectura, asistencia de las niñas a la escuela) y cualquier otra área que sea considerada como un problema social. La campaña tiene la responsabilidad de promover valores y actitudes que contribuyan al bienestar de la sociedad en su conjunto, y aunque emplean muchas técnicas similares al lenguaje publicitario, no deberían promocionar productos o servicios que beneficien a empresas o particulares”

<https://es.slideshare.net/luis-29/campaa-social-59846589>

“Una campaña social es un esfuerzo organizado conducido por un grupo (agente de cambio) que pretende convencer y otros (los destinatarios) de que acepten, modifiquen o abandonen determinadas ideas, prácticas y conductas”. (Pionce, s.f.)

<https://es.scribd.com/doc/90916858/Que-es-una-campana-social>

“Las Campañas Sociales son acciones guiadas por una estrategia encaminadas a lograr atraer la atención sobre un problema, informar e invitar a los destinatarios a participar con acciones de solución”. (ESPAÑOL3, s.f.)  
<http://espanol3cach.blogspot.com/>

“Una **campaña** también es el conjunto de actos que se llevan a cabo con la intención de lograr un determinado objetivo. Las **campañas** pueden desarrollarse desde la sociedad civil (a través de organizaciones no gubernamentales, asociaciones de ciudadanos, etc.) o a través de partidos políticos.” (biw)

Cabe resaltar que las Campañas Sociales son iniciativas a nivel comunicacional que surgen para influir en las personas sobre un bien común o ante una problemática, sensibilizándolas, para resolver y acabar con el problema existente. En este caso, se busca informar a la sociedad sobre los aumentos de casos de niños con cáncer en Panamá, y la importancia que tiene el donar sangre y plaquetas para ayudar a cientos de niños que hoy se ven afectados por esta enfermedad; y niños que son albergados y apoyados por la Fundación Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer. Adicionalmente se busca con esta campaña, que más panameños se unan a los diferentes voluntariados que tiene esta fundación y así portar un granito de arena a los más necesitados.

### 2.1.2. Tipos de campañas

- Campañas comerciales: Presentan un interés económico explícito; su meta es vender más bienes y servicios y crear la idea de que es la marca líder. Giran alrededor del nombre del fabricante o del generador de servicios.

Pueden ser para una marca concreta (Adidas, Sancor, Tarjeta Nevada, etc) o para quienes comercializan un producto en común (vinos, leche, seguros, turismo, productos de un país, otros.)

- Campañas políticas: Es la propaganda política, ya que promueven ideas, personas, partidos políticos e ideologías. La campaña política electoral tiene como fin ganar votos; proporcionan al público información sobre el candidato, su postura ideológica, sus planes, programas y demás aspectos electorales. Y la campaña política busca promover la participación política y que ésta se manifieste a través de conductas concretas. Se considera que la imagen y el estilo del candidato son factores decisivos para ganar votos. Las campañas políticas hoy, comprenden el trabajo de agencias e individuos creativos, empresas y organizaciones de relaciones públicas, mercadotecnia, publicidad, comunicación y estadísticas. Por lo tanto, se manejan cada vez más como campañas comerciales.
- Campañas de acción social o de bien público: Son patrocinadas por gobiernos, empresas o entidades sin fines de lucro y buscan sembrar una actitud positiva: rechazar las drogas, cuidar la limpieza de la ciudad, cuidar el medio ambiente y otros. Están muy presentes en temas de salud (preventivas, curativas o de causas mixtas) y educación (alfabetización, promoción de educación formal).
- Campañas de imagen institucional o corporativa: Las empresas, organizaciones o personas desean que sus públicos tengan de ellas una imagen positiva, para obtener actitudes favorables hacia las mismas o hacia sus productos.

¿Para qué se hacen las campañas de imagen?

Para que el gobierno tome decisiones que beneficien a esa organización, o bien, para contrarrestar algunas que son adversas. Para tener a la prensa de su lado o para conseguir el apoyo de algún político que apoye los intereses de la empresa (caso campo y conflicto minera San Jorge). Para felicitar o apoyar a un deportista, otros.

Las campañas también pueden ser realizadas según la etapa en la que transcurren. Ellas son:

- Campaña de expectativa: El objetivo es crear ansiedad en torno al cambio drástico de un producto, de un servicio, o al nacimiento próximo de uno nuevo. Así, la campaña posterior que anuncie su salida al mercado caerá sobre terreno abonado por la curiosidad.
- Campaña de lanzamiento: Su objetivo es informar la salida de un nuevo producto o servicio e introduce, por lo menos, su concepto (cómo se llama, qué es, qué hace).
- Campaña de relanzamiento: Los cambios del producto o de su público a veces son tan intensos que la imagen total que los públicos tienen deja de parecerse al producto y a su posicionamiento comercial. La idea de este tipo de campañas es que el público vuelva a identificar la marca como lo quiere la empresa (como una marca joven, vital, agradable, saludable, fuerte, otros, por ejemplo). (Publicado 7th March 2011 por Mario Simonovich).

## 2.2. Donación de sangre, plaquetas y voluntariado

### 2.2.1. Donación

Todo aquello que una persona desea dar sin obtener nada a cambio se puede llamar donación; por lo tanto, hay diferentes tipos de donaciones, actualmente, está de moda que las empresas donen para construir su idea de responsabilidad social.

“Se habla de donación cuando una persona, una empresa o una institución ceden sus bienes a otra. Estos pueden ser **muebles o inmuebles** (abarcan desde un escritorio hasta una vivienda), **fungibles** (si se donan alimentos) o **monetarios** (cuando se dona capital). Si el objetivo es construir un centro para personas en riesgo de exclusión social, las donaciones pueden abarcar desde el dinero para ponerlo en marcha hasta una caja de lápices, un cargamento de comida o el propio edificio. La cuestión es que siempre son artículos que están dentro del comercio, según establece el artículo 1271 del Código Civil”. (Caorsi, 2010)

La donación es un regalo, un obsequio que se materializa formalmente mediante un contrato a través del cual se transfiere de manera gratuita un bien a otra persona que acepta dicha transferencia. Las partes en este acuerdo se denominan donante y donatario, siendo el primero el que transfiere el bien y el segundo el que lo recibe.

### 2.2.2. Donación de sangre y plaquetas

Es importante que toda persona dispuesta a donar sangre y plaquetas sea responsable con sus hábitos y su alimentación, teniendo en cuenta que el acto de donar algo tan valioso conlleva compromiso.

No se trata de donar solo para sentir que se está haciendo algo positivo o sentir realización personal por ayudar a los demás. Aunque a muchas personas les parezca un acto sencillo, la mayor parte de la sociedad no lo está haciendo quizás sea por:

- La religión no me lo permite.
- Me engordo.
- Por temor a adquirir enfermedades.

- La donación debilita.
- Por miedo a las agujas.
- No se puede donar con tatuaje.

Donar sangre y plaquetas periódicamente, es algo indispensable para superar la enfermedad, en FANLYC se les refiere a los bancos de sangre de los hospitales que atienden a los niños.

También se les explica cómo pueden donar sangre, siendo esto un gesto de gran solidaridad que ejerce una persona para ayudar a otra sin recibir nada a cambio; habitualmente se desconoce que además de donar sangre, se puede donar plaquetas.

¿Qué significado tiene donar plaquetas?

La donación de plaquetas requiere un procedimiento terapéutico, en este se le extrae sangre a la persona donante, con un equipo especial, se seleccionan y retienen las plaquetas contenidas en esa sangre, se devuelven a la circulación sanguínea los otros elementos de la sangre y se conserva para luego ser transfundidos al receptor.

Diferencia entre la donación de sangre y la de plaquetas:

- Lo que dura el procedimiento de extracción: alrededor de 2 horas y media para donar plaquetas; Alrededor de 40 minutos para donar sangre.
- La forma en que se extrae la sangre
- Para donar plaquetas se necesita un equipo especial.
- Con qué frecuencia se puede donar: Cada 3 días en el caso de plaquetas, Cada 60 días en el caso de sangre.

- Grupo sanguíneo:

No es necesario tener en cuenta el grupo sanguíneo para donar plaquetas.

Para la donación de sangre sí importa el grupo sanguíneo.

- Peso

El donante debe pesar más de 60 kilos para donar plaquetas. El donante debe pesar más de 50 kilos para donar sangre

¿Por qué son importantes las plaquetas?

Son de gran importancia porque ayudan a detener las hemorragias; además, son fundamentales para la coagulación

Entre los requisitos para donar sangre están:

- Buena salud física y mental.
- Ser mayor de edad, desde los 18 hasta los 45 años.
- Mantener un peso de más de 110 libras.
- La persona no puede padecer enfermedades cardíacas, de transmisión sexual, hepatitis, insuficiencia renal o diabetes.
- No tener un comportamiento de riesgo asociado a enfermedades de transmisión sexual.
- La persona dispuesta a donar no debe haber sido intervenida por algún tipo de cirugía en el último año.
- En el último mes antes de la donación el donante no debe ser vacunado de ninguna forma.
- Presentar su documento de identidad personal.
- Su donación debe ser voluntaria, sin ánimo de lucro.

### 2.2.2.1. **Beneficios de la donación de sangre y plaquetas**

Cuando una persona decide ser donante, se le realizan algunos exámenes previos a la donación, con los cuales se puede revisar su presión sanguínea, sus niveles de hemoglobina y temperatura, entre otras 13 pruebas para descartar enfermedades infecciosas.

En muchas ocasiones, las personas deciden donar sangre para sentirse más realizadas y poder ayudar a los demás. Pese a ser tan sencillo como acudir al centro más cercano, la mayor parte de la población no lo hace, y entre las razones se encuentran el miedo a las agujas o el simple hecho de que nunca habían pensado donar sangre.

Aunque tenga razones de carácter más social que científico, donar sangre aumenta nuestra esperanza de vida. Las personas que se ofrecen voluntarias por razones altruistas como ayudar a los demás, suelen vivir más que aquellos que se ofrecen voluntarios pensando en lo que obtienen.

“Los que donan sangre por estas razones viven una media de 4 años más. Sin embargo, esto depende del contexto y de la personalidad de cada uno, donar cada año no es algo fácil, requiere que estemos mentalmente preparados para ayudar a los demás. (Benitez, 2014)”

Por cada pinta de sangre que done una persona se puede contribuir con 8 niños enfermos de cáncer.

Para que la sociedad se sienta motivada a donar y se superen los mitos acerca de la donación es relevante informar los beneficios de ser donante.

Además de salvar vidas, la donación de sangre puede traer muchos beneficios a la salud del donante, por ejemplo:

- **Rejuvenece el organismo:** El cuerpo al percatarse que baja el nivel del fluido genera nuevas células y da paso a una sangre limpia y fresca.
- **Equilibra los niveles de hierro:** Un adulto sano tiene alrededor de 5 gramos de hierro en el cuerpo, al donar sangre se pierde un poco. Esta pérdida se repone días después con los alimentos, regulándose en forma natural.
- **La sangre fluye mejor:** Con la donación, la sangre fluye de manera menos perjudicial para el revestimiento de los vasos sanguíneos, lo que evita menor bloqueo arterial y menor riesgo de sufrir un ataque al corazón y accidentes cerebrovasculares.
- **Mini revisión médica:** Para estar en capacidad de donar sangre es necesario revisar tu pulso, presión, niveles de hemoglobina y si padeces VIH.
- **Vivir más:** Las personas que donan de manera altruista tienen un riesgo menor de morir que las que son “obligadas”. (Health Psychology)

### 2.2.3. **Voluntariado.**

Voluntario es la persona que, por elección propia, dedica una parte de su tiempo a la acción solidaria, altruista, ofreciendo sus conocimientos, ese esfuerzo contribuye a la creación de un mundo mejor. Así, en el caso que nos ocupa el voluntariado contribuye a que la fundación haga realidad sus objetivos de procurar el bienestar de todos los niños con cáncer.

**Misión del voluntariado:** Brindar apoyo a la Fundación a través del trabajo voluntario para procurar el bienestar de todos los niños con cáncer.

FANLYC ha establecido una serie de requisitos para los interesados en ser parte del voluntariado. Son las siguientes:

- Ser mayor de edad y, en el caso de ser menor de edad contar con la aprobación de sus padres o tutores, sin distinción de nacionalidad, sexo, religión, ocupación, profesión o ideales políticos.
- Tener tiempo y disponibilidad para participar de manera activa de las actividades programadas.
- Recibir curso de inducción, según el tipo de voluntariado que va a ejercer y pasar por cualquier otro requisito dispuesto para el tipo de voluntariado de su elección.
- Aceptar, sin excepción alguna, la utilización de los diferentes distintivos, otorgados por la Fundación, a fin de identificar de manera fácil y práctica a qué tipo de voluntariado pertenece la persona.
- El voluntario tiene el compromiso irrenunciable de respetar los principios básicos de la Fundación y no puede comprometer la imagen ni utilizar la organización con fines personales o pecuniarios, los cuales lesionarían la función social que desempeña la Fundación.
- Los voluntarios deben ajustarse al horario establecido para cada tipo de voluntariado.
- Los voluntarios deben participar en la Jornada de Capacitación del voluntariado.
- Cada año se hará una evaluación del cumplimiento de estos requisitos.

Existen varias clases de voluntariado

El voluntariado está organizado en diferentes áreas de responsabilidades y de acción, lo cual permite mayor efectividad en el desempeño de las actividades de la Fundación. Cada tipo de voluntariado cuenta con una estructura según su función. Esta estructura puede ser modificada de acuerdo con el crecimiento, funcionamiento eficiente

o necesidades de la Organización, A continuación; se hace referencia de cada uno de los tipos de voluntariados.

#### Participación en grupo

- Súper amigos: Son niños y niñas de 6 a 13 años cuya función principal es muy sencilla: JUGAR. Además, participan en talleres, dan fortaleza, brindan compañía y participan en las actividades de FANLYC con funciones específicas. También lideran o participan en campañas de educación en sus escuelas.
- Grupo E: Es el grupo de la juventud, de 14 a 18 años, caracterizado por la energía, entusiasmo y por las ganas de contribuir con la Fundación. Ellos realizan labores de acompañamiento en la Posada, ayudan a los niños con las tareas escolares y les leen cuentos; realizan actividades lúdicas para todos los niños, participan en las actividades de FANLYC y hacen campañas en sus colegios o universidades.
- Grupo de soporte: Está constituido por voluntarios mayores de edad, que realizan una labor de acompañamiento a los niños y a sus familiares en el proceso de la enfermedad, tanto en el hospital como en la Posada.

FANLYC los capacita y los organiza en órdenes de ángeles, para que también se ayuden entre sí a superar los momentos difíciles. Deben ser personas cariñosas, fuertes y alegres, deben cumplir un horario, un mínimo de horas anuales y mantener permanente capacitación.

- Grupo huellas: Voluntariado de personas de la tercera edad, para aportar su tiempo disponible y talentos en la atención a las familias y visitas durante su estadía en la Posada. Cumplen con un horario establecido de atención de visitas de la Posada, son

los Ángeles del Portal, reciben a las personas que llegan a hospedarse, visitar, donar, realizar un trabajo voluntario y los orientan con amabilidad y cariño, para ser atendidos por el personal de FANLYC. (FANLYC, 2017)

### Participación individual

- Amigos de posada: Son Amigos de Posada, aquellos voluntarios que apoyan en las tareas de diferentes áreas de servicios en la Posada Yo Tengo un Amigo, para atender a los beneficiarios y sus familiares. Al inscribirse como Amigo de Posada, debe elegir en qué área desea servir.
- Organización de eventos: Son los voluntarios que colaboran con la realización y organización de las actividades de recaudación de fondos o de recreación para los niños, trabajando mano a mano con el equipo de colaboradores de FANLYC y otros tipos de voluntariado. Es el grupo de voluntariado más numeroso y requiere de diferentes talentos para alcanzar el éxito en las actividades que realiza la organización en pro del bienestar de todos los niños con cáncer.
- Amigo estrella: Donan mensualmente recursos económicos (de B/.20.00 en adelante). Estos voluntarios eligen la forma de efectuar su donación: tarjeta de crédito, ACH, libretas de depósito del Banco General, en efectivo o Banca en Línea.
- Hermanos de sangre y plaquetas: Donan sangre y plaquetas periódicamente; lo cual es indispensable para superar la enfermedad. Se inscriben en FANLYC, y serán referidos para donar en los bancos de sangre de los hospitales que atiendan a los niños afectados.

### Institucional o corporativo

- Servicio social: Participación voluntaria a través del programa de Servicio Social obligatorio de colegios y universidades. Son referidos a través de una nota del encargado de servicio social en su colegio, reciben una inducción al inicio de sus labores y se le asignan funciones en la Posada y en las actividades de FANLYC.
- Proyectos internacionales: Estamos afiliados a diferentes programas internacionales para recibir voluntarios de otros países por un tiempo determinado, sus aportes deben ser definidos para tareas administrativas, educativas o proyectos específicos.
- Voluntariado corporativo: Está compuesto por voluntarios organizados por las diferentes empresas, instituciones que apoyan nuestra causa. Pueden ser empresas que participan para desarrollar sus programas de responsabilidad social, o instituciones privadas públicas que organizan un voluntariado para apoyar nuestra causa. Participan en las actividades de FANLYC o crean sus propias actividades de recaudación para donar recursos y desarrollar proyectos para beneficiar a la Fundación.

“Ser voluntario refuerza el lazo con la comunidad y permite comprender la realidad de quienes necesitan ayuda. Somos lo que hacemos día a día, de modo que la excelencia no es un acto, sino un hábito.” (FANLYC, 2017)

### ¿Qué es FANLYC?

Los altos porcentajes de abandono del tratamiento de cáncer infantil en Panamá, un grupo de padres de niños con leucemia y algunos médicos pediatras, decidieron organizarse en torno a una hermosa labor, brindar apoyo a los niños con cáncer del país. De esta forma

se creó lo que hoy se conoce como Fundación Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer (FANLYC) el 30 de mayo de 1995.

Gracias a este esfuerzo, se ha logrado erradicar el abandono del tratamiento, y actualmente alrededor de setecientos niños al año son beneficiados con los programas, mejorando de una forma importante el pronóstico de estas enfermedades.

El primer paso fue hacer una campaña de educación y un llamado a la comunidad sobre la necesidad de la labor voluntaria en diferentes áreas.

Desde 1995, FANLYC provee la quimioterapia ambulatoria gratuita a los niños y niñas con cáncer que no cuentan con Seguro Social ni recursos para comprar sus medicamentos. Anualmente son diagnosticados 150 casos, los cuales son referidos a la Fundación brindándoles apoyo desde el primer momento gracias a las donaciones recibidas, que facilitan la movilización por todo nuestro país, niños y niñas acompañados por sus padres por tierra, mar y aire para llegar a tiempo a sus citas en el hospital, gracias al aporte económico que brinda diariamente FANLYC a todos los que no pueden costear sus pasajes de transporte. Este aporte se da en efectivo durante los años de tratamiento y los años de control. Gracias a las donaciones durante todos estos años se ha evitado el abandono al tratamiento por falta de recursos para volver a sus citas. Miles de voluntarios han entregado su amistad y alegría a los niños y adolescentes con cáncer apoyando las actividades que realiza la Fundación transformando el dolor en esperanza.

“El bienestar y la sanación han sido la intención de todos. El regalo que todos hemos compartido, es el amor”. (FANLYC, 2017)

En Panamá, se tiene más de 800 casos de niños con cáncer; muchos de ellos no tienen los recursos necesarios para costear sus tratamientos. FANLYC trabaja para facilitar su

situación. Hace diecisiete años, cuando un grupo de padres de niños con leucemia decidieron trabajar contra el cáncer infantil, solo eran 150 pacientes, y el 25% de ellos abandonaban sus tratamientos.

La Fundación Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer (FANLYC) se creó para brindar diferentes tipos de ayuda a los niños y sus familiares para evitar que dejen el tratamiento. Actualmente se ha logrado erradicar tal abandono, pero aún queda mucho trabajo por hacer. Son muchas las personas y empresas que se han unido a FANLYC alrededor de esta causa: mantener la esperanza.

- VISION “Ser la Organización sin fines de lucro, con un alto nivel de responsabilidad social y credibilidad, comprometida con la comunidad”.
- MISION “Crear conciencia social y educar a la comunidad sobre el cáncer infantil, conectando la intención de participar como Amigos y Voluntarios, con la atención de las necesidades físicas, psicológicas, espirituales y sociales de los niños con cáncer y sus familias, para mejorar su calidad”.
- Servicios ofrecidos

Actualmente gracias a los aportes que obtiene FANLYC cuenta con varios programas de apoyo, tanto para los niños con cáncer como para sus familiares.

Entre sus programas están los siguientes:

- Posada yo tengo un amigo

Está ubicada en la Avenida México muy cerca del Hospital del Niño. Inaugurada en el 2006; Un lugar que brinda paz a los niños en el corazón de la ciudad. La instalación cuenta con un total de 24 habitaciones, áreas sociales, áreas de servicio, oficinas administrativas. Cuenta con 8 habitaciones acondicionadas para pacientes de trasplante de médula ósea, una capilla, área de lavandería, comedor. Es un puente entre el hospital y la casa. Los niños vienen cuando tienen cita.

Este lugar está diseñado para que todos esos niños y sus familiares se sientan acogidos por una mano amiga, que sientan que a pesar de la enfermedad que están pasando no están solos y que todo es posible. Cuentan con distracción como lo son las áreas sociales para que durante su estadía puedan divertirse ante los largos y dolorosos tratamientos.

- Alimentación

FANLYC cuenta con un comedor, mejor conocido como El Árbol de la Vida, donde se brinda diariamente alrededor de 70 comidas y suple 4065 comidas mensuales (desayuno, almuerzo, cena y 2 meriendas).

Como parte de la gran labor que realiza FANLYC ofrecen alimentación diaria a todos los niños con leucemia y cáncer y sus familiares al momento de sus citas o estadías en las instalaciones, siendo esto un pilar muy importante en la vida de estos niños.

- Transporte

La fundación provee ayuda económica para el transporte del niño y su familiar para que puedan asistir a sus citas desde cualquier punto del país, esto se cubre durante el

tiempo que dure su tratamiento y control, cuando son referidos por algún centro hospitalario, se cuenta con autobuses encargados del servicio de transporte al Hospital, terminales de transporte, aeropuertos y otro de ser necesario.

Como punto importante FANLYC ayuda con el transporte a cada niño y familiar del mismo, con sus pasajes durante el tratamiento desde cualquier punto del país, siendo esta una ayuda inigualable como lo es el factor económico ya que es esta una de las razones por la cuales muchos padres abandonan los tratamientos de sus hijos por tener falta de solvencia económica.

- Habitaciones

Quince de las 23 habitaciones se inspiran en las imágenes y valores de cuentos infantiles que están relacionados con las chacras del cuerpo. Resaltando así el color, el símbolo, el elemento y el valor espiritual de cada uno en forma sutil.

Ocho habitaciones se utilizan especialmente para la estadía de los niños que son referidos después de un Trasplante de Médula Ósea.

Cada una de las habitaciones es patrocinada por un donante o amigo, puede ser una empresa, una ONG, una familia o una institución, quien cubre los costos anuales de mantenimiento y brinda todos los servicios de atención, alimentación y hospedaje de forma gratuita a los beneficiarios.

Cabe destacar que cada niño que se hospeda y utiliza una de las habitaciones que brinda FANLYC se envuelven en cada pared de esperanza, amor, valentía y mucha fe con todos los cuartos llenos de colores que los inspira y les hace dejar un poco esa parte amarga que

viven por la enfermedad, es como dejar atrás los días grises y ponerles color a sus vidas. Todo esto es posible gracias a personas, empresas de gran corazón que aportan su granito de arena para que los niños tengan comodidad dentro la situación en que viven.

- Posada en Chiriquí

La Provincia de Chiriquí también cuenta con *la Posada Yo Tengo Un Amigo en la Ciudad de David*; desde hace 9 años está en funcionamiento, para atender las necesidades de los niños tales como: medicamentos, transporte, hospedaje y alimentación, cuenta con 4 habitaciones, con personal de psicología quien brindar apoyo emocional a los niños y sus familiares. Ubicada en Vía Aeropuerto, una casa donde lo primordial es la paz, el cariño y la devoción, ya que está rodeada por un hermoso jardín que permite los niños sentirse como en casa, acostarse en hamacas, jugar y montar en bicicleta, y así puedan sentir que hay una clara intención de brindarles mucho afecto para que puedan recuperarse en un ambiente de amor.

Tal como lo describe FANLYC, estas instalaciones inspiran a cada niño, siéntese así luchadores ante la batalla que enfrentan al tener esta enfermedad, por la comodidad, la paz, las personas que los ayudan, todo esto los motiva a seguir y vencer el cáncer, para que sean entes multiplicadores de que existen estos lugares o más instituciones como FANLYC que luchan por el bienestar de los niños panameños.

## Conclusión

Dentro del avance de esta investigación cabe resaltar la importancia de realizar una Campaña social para incentivar a más personas a que donen sangre y plaquetas y así se pueda ayudar a cientos de niños panameños que hoy padecen de enfermedades como cáncer, leucemia entre otras.

FANLYC fundación que vela y sigue a los niños con cáncer requiere de toda tu ayuda, para contar oportunamente con más tipos de sangre en el banco y que cada vez que un niño requiere cualquiera sea el tipo de sangre, no tenga que esperar y pueda realizar de inmediato el tratamiento correspondiente. Para lograr este propósito, es necesario llegar a más personas, ya que actualmente solo se cuenta con alrededor de 50 voluntarios fijos, los cuales son muy pocos para la demanda de niños con cáncer que hay en el país.

Por otro lado, los tipos de voluntariados son un pilar importante de la Fundación. Cada uno de ellos esta conformados por cientos de panameños, que sin pedir nada a cambio ayudan de una u otra forma a los niños con cáncer. Sin embargo, se requiere más apoyo; por tanto, se busca también a través de campañas sociales rescatar a todas esas personas que desean aportar su grano de arena, para que formen parte de algún voluntariado o sean donantes de sangre o plaquetas.

En el siguiente capítulo, se profundizará sobre la percepción que tiene las personas sobre donar sangre, plaquetas o formar parte del voluntariado de FANLYC, ya que son muchas las personas que no conocen esta fundación o tienen muy pocas referencias sobre los requisitos para formar o formar parte de voluntariados también como sobre los tan conocidos mitos o tabúes que se generan al hablar de este tema.

## **CAPÍTULO N°2:**

### **ESTUDIO SOBRE LA PERCEPCIÓN QUE TIENEN LAS PERSONAS AL DONAR SANGRE, PLAQUETAS Y FORMAR PARTE DEL VOLUNTARIADO DE FANLYC**

## 2. Planteamiento del problema

“FANLYC es una fundación sin fines de lucro desde 1995, que brinda varios servicios a los niños y niñas con diagnóstico de cáncer en Panamá como: medicamentos, transporte, apoyo psico-social, alimentación saludable, educación y más.

Según datos de abril, en Panamá había 654 pacientes infantiles con cáncer, de estos 290 son femeninos y 364 masculinos; la mayoría de ellos (56%) vive en condiciones de pobreza extrema, de acuerdo con las estadísticas de FANLYC.

Entre los tipos de cáncer que se encuentran en Panamá tenemos la leucemia (343 casos) tumores abdominales (77 casos) y linfomas (63 casos). Las provincias con mayores casos son Panamá (234), Chiriquí (107) Y Panamá Oeste (80). (Ch., 2016)”

En vista del aumento de casos de niños con cáncer en Panamá, es necesario realizar una estrategia publicitaria para concienciar a las personas acerca de la importancia de la donación sangre y plaquetas, ya que con solo una pinta de sangre se benefician ocho niños que padecen esta enfermedad, la cual no solo produce daños físicos sino también psicológico y emocionales que hacen difícil la aceptación de todos los cambios y padecimientos que esta enfermedad conlleva.

¿Por qué donar sangre y plaquetas a un niño con cáncer?

Cuando un niño padece cáncer se ve en la necesidad constante (según el tipo de cáncer) de solicitar donadores de sangre y/o plaquetas, ya sea para una intervención quirúrgica o durante su tratamiento, en casos muy constantes de leucemias, donde llegan a necesitar entre 40 unidades y en casos muy extremos hasta 200 unidades.

Los familiares son los responsables de conseguir a los donadores, desgraciadamente las redes de ayuda se suelen ver limitadas por diversas causas:

- a) Los donadores cercanos ya agotaron sus donaciones que pueden hacer durante el año
- b) El tipo de sangre del paciente no es común.
- c) Debido a que los servicios de donación de plaquetas solo son entre semana y el proceso dura aproximadamente 2 horas, las personas por sus actividades personales no acuden a los llamados de donación.
- d) Si el paciente es foráneo a la localidad del Hospital donde se atiende, se complica por los gastos de traslado de los familiares o amigos para donar.
- e) Desinformación y “tabues” en la sociedad sobre el tema de la donación de sangre.
- f) Limitación de los padres al no tener amistades o contactos en la ciudad donde atienden a su hijo.
- g) No se cuenta con un banco de sangre con un programa especial preventivo para pacientes oncológicos adultos y pediátricos, donde se mantenga una campaña constante de donación especial para ellos.

Toda enfermedad o situación crítica que requiere sangre de urgencia es importante pues una vida está en riesgo, pero en muchas de ellas son situaciones momentáneas o no constantes donde los familiares podrán captar a los donadores de sangre para un par de ocasiones, en cambio en el cáncer de acuerdo a nuestra experiencia hablando de un caso en particular, un niño de 12 años cada semana requería donación de plaquetas y sangre. (Narizroja, s.f.)

“Otro aspecto importante en que se debe enfatizar es en formar parte de un voluntariado quien deben ser personas que, por elección propia, dedica una parte de su tiempo a la acción solidaria, altruista, ofreciendo sus conocimientos, y dicho esfuerzo contribuye a la creación

de un mundo mejor, brindando apoyo a la fundación para procurar el bienestar de todos los niños con cáncer. (Fanlyc, s.f.)”

Actualmente, FANLYC cuenta con varios tipos de voluntariados, algunos de ellos son los siguientes: Hermanos de sangre y plaquetas, Servicio social, Amigos de posada, Amigos estrellas, corporativos, entre otros. Cada uno de ellos realiza una labor importante pero siempre con el mismo propósito AYUDAR. Cabe resaltar que ante un entorno cada vez más complejo se requiere tener más solidaridad con los que más necesitan, ya que una enfermedad como el Cáncer puede afectar a cualquiera. Los índices actuales de cáncer infantil se incrementan por año, es ahora pues cuando debemos unirnos como país y formar más grupos voluntarios y motivar a la participación en grupos de ayuda sobre todo a los más vulnerables.

Este estudio será la base del capítulo III donde se realizará una Estrategia publicitaria para incrementar la donación de sangre y plaquetas y participación en el voluntariado de FANLYC.

### **2.1 Situación actual del problema**

La falta de donación de sangre, plaquetas y la poca participación en los voluntariados de fundaciones, hospitales, instituciones entre otros, es un tema al que se debe prestar atención, ya que en la actualidad a nivel mundial cada vez son más los casos de cáncer infantil, y los respectivos tratamientos, que, en este caso, requieren muchas transfusiones ya sea de sangre o plaquetas dependiendo del tipo de cáncer que padezca el niño.

Es por ello, que esta es una problemática que debemos atacar con rapidez para ayudar y mejorar la calidad de vida de los menores que sufren esta enfermedad.

### Preguntas de investigación

Después de lo planteado, se propone con este estudio, investigar y responder las siguientes interrogantes:

#### Preguntas principales:

- ¿Qué opinan de la donación de sangre, plaquetas y la participación en el voluntariado de FANLYC las personas de 18 a 45 años de edad de la ciudad capital?
- ¿Es necesario realizar una estrategia publicitaria para incrementar la donación de sangre, plaquetas y la participación en el voluntariado de las personas entre 18 a 45 años de la ciudad capital?

#### Preguntas secundarias:

- ¿Estarían dispuestas las personas a donar sangre, plaquetas y ser voluntarios de FANLYC?
- ¿Qué tipo de información necesitan las personas para donar sangre, plaquetas y ser voluntarios de FANLYC?
- ¿Actualmente las personas conocen si se está promoviendo la donación de sangre, plaquetas y la participación en el voluntariado de FANLYC?
- ¿Cuál sería la estrategia más efectiva para impactar a las personas y lograr su participación en la donación de sangre, plaquetas y el voluntariado de FANLYC?
- ¿Qué actividades debería incluir la estrategia publicitaria para lograr que las personas donen sangre, plaquetas y participen del voluntariado de FANLYC?

## 2.2 Objetivos generales y específicos

1. Analizar la opinión que tienen las personas de 18 a 45 años de edad de la ciudad capital acerca de donar sangre, plaquetas y de participar como voluntarios en FANLYC.
2. Establecer qué estrategias de publicidad son más afectivas en personas de 18 a 45 años de edad para incrementar la donación de sangre, plaquetas y la participación en el voluntariado de FANLYC.

Los objetivos específicos son:

1. Definir si las personas están dispuestas a donar sangre, plaquetas y ser parte de los voluntarios de FANLYC.
2. Determinar si las personas de 18 a 45 años de edad conocen los requisitos para donar sangre, plaquetas y ser parte de los voluntarios de FANLYC.
3. Evaluar si las personas tienen conocimiento de cómo donar sangre u plaquetas en FANLYC.
4. Describir las estrategias publicitarias consideradas más efectivas para estimular a las personas de 18 a 45 años a donar sangre o plaquetas en el voluntariado de FANLYC.
5. Identificar otras actividades que pueden contribuir a que las personas donen sangre, plaquetas y participen del voluntariado de FANLYC.

### 2.3 Justificación

Se justifica la realización de una investigación sobre la falta de donación de sangre, de plaquetas y la poca participación en el voluntariado de FANLYC, como un problema que amerita realizar esfuerzos para sensibilizar y concienciar a la población, particularmente entre los 18 y 45, sobre la importancia que tiene la donación de sangre y plaquetas a los niños que padecen de cáncer, quienes por sus tratamientos requieren realizarse transfusiones. La poca participación de la población en actividades solidarias y de ayuda social da lugar a que muchos niños de escasos recursos, enfermos de leucemia o cáncer abandonen sus tratamientos y pierdan la vida. También influye en esta situación la falta de participación en el voluntariado de FANLYC.

Con este estudio se espera brindar información científicamente válida y oportuna sobre la donación de sangre y plaquetas; también sobre un voluntariado como FANLYC, información que puede ser útil para los administrativos de la organización y para la comunidad en general.

En el aspecto práctico, la investigación resultara confiable para quienes desean estudiar este tipo de fenómenos sociales, pues se tratarán aspectos determinantes que identifican sus implicaciones y sus consecuencias, la cual generara un acercamiento hacia las posibles soluciones del problema. Es así como, esta investigación es destacable por su pertinencia y contribución al conocimiento de una organización como FANLYC. La investigación es viable, debido a que se cuenta con los recursos económicos, e información necesaria para su realización. Será la base para el desarrollo de la estrategia publicitaria que se propone incrementar la donación de sangre, plaquetas y el voluntariado de FANLYC.

## 2.4 Hipótesis

Como el estudio es descriptivo, comprende dos hipótesis descriptivas de investigación y dos nulas, las cuales serán validadas con la prueba estadística Z a un nivel de significación de 95%.

### Hipótesis No. 1

Hi. Más del 70% de las personas encuestadas están dispuestas a donar sangre, plaquetas y a participar en el voluntariado de FANLYC.

Ho. Menos del 70% de las personas encuestadas están dispuestas a donar sangre, plaquetas y a participar en el voluntariado de FANLYC.

### Hipótesis estadística

1. Hi:  $\% \geq 70$

2. Ho:  $\% \leq 70$

### Hipótesis No. 2

Hi. Más del 70% de las personas encuestadas consideran que las redes sociales son el medio más efectivo para promover la estrategia publicitaria que busca concienciar a las personas para que donen sangre, plaquetas y participen como voluntarios de FANLYC.

Ho. Menos del 70% de las personas encuestadas consideran que las redes sociales son el medio más efectivo para promover la estrategia publicitaria que busca concienciar a las personas para que donen sangre, plaquetas y participen como voluntarios de FANLYC.

Hipótesis estadística

1. Hi:  $\% \geq 70$

2. Ho:  $\% \leq 70$

## 2.5 Variables conceptuales y operacionales

Es importante conocer la definición de las variables principales del estudio, con la finalidad de establecer un concepto claro de los aspectos que se desea medir en la investigación y aquellos términos definidos utilizando fuentes bibliográficas.

Definición conceptual de variables

a) Opinión:

La palabra opinión proviene de raíces latinas de la palabra “opinari” que quiere decir formar un juicio. Entonces, se entiende por opinión el dictamen o juicio que se tiene sobre algo, alguien o sobre alguna cosa cuestionable en particular. En otras palabras, es el modo o manera de juzgar sobre un asunto en específico. Otras fuentes definen opinión como el pensamiento de un individuo expuesto sobre algún tema. Otro uso de la palabra es para describir el concepto o fama en que se tiene de una entidad o cosa.

En el ámbito de la filosofía, la opinión o “doxa”, según Platón filósofo griego seguidor de Sócrates y maestro de Aristóteles, es un “conocimiento parcial no-verdadero, insuficiente

e incompleto que se fundamenta en la percepción, se refiere al mundo sensible; es decir, a las cosas espacio-temporales, a las entidades corporales, y, en la escala de los conocimientos”.

Y la opinión se divide en dos tipos de conocimientos, primero tenemos la conjetura, que es el conocimiento que se tiene a través de un juicio que se forma a partir de datos incompletos y la creencia, que es el conocimiento que poseemos de las cosas cuando las observamos y percibimos directamente y creamos un juicio sobre ellas.

Por último, también se habla de opinión pública para hacer mención del juicio de un determinado grupo o conjunto de personas acerca de un asunto en particular. En el ámbito periodístico y político se usa para reflejar o plasmar lo que un país o una ciudad piensan sobre una cuestión en especial. Y se determina mediante entrevista y encuestas para que cada individuo opine y exprese sus pensamientos sobre cualquier tema. (concepto definición, s.f.)

b) Necesidad:

“Es una carencia o escasez de algo que se considera imprescindible. También se utiliza esta palabra para significar obligación. Hace referencia también a una situación difícil que atraviesa alguien. Especialmente en plural, 'necesidades' significa evacuación corporal de orina o heces. En Psicología, una necesidad es un impulso surgido de un estado de tensión debido a una carencia concreta. Procede del latín *necessitas, -ātis*. Puede definirse como el estado de una persona en relación con los medios necesarios o útiles para su existencia y desarrollo. Ideo respecto a los medios necesarios o útiles para su existencia y desarrollo. (significados, s.f.)”

c) Persona:

Concepto de persona

En el lenguaje cotidiano, la palabra persona hace referencia a un ser con poder de raciocinio, que posee conciencia sobre sí mismo y que cuenta con su propia identidad.

El ejemplo excluyente suele ser el hombre, aunque algunos extienden el concepto a otras especies que pueblan este planeta.

Una persona es un ser capaz de vivir en sociedad y que tiene sensibilidad, además de contar con inteligencia y voluntad, aspectos típicos de la humanidad. Para la psicología, una persona es alguien específico (el concepto abarca los aspectos físicos y psíquicos del sujeto que lo definen en función de su condición de singular y único). (de, 2017)

d) Donación

Una donación es la entrega voluntaria de algo que se posee. La donación es una acción que consiste en una liberalidad voluntaria entre personas vivas, siendo imprescindible para que exista la participación de dos partes, una que será la que realiza la disposición gratuita de uno o varios de los bienes que son de su propiedad, o en su defecto de los cuales por cualquier título se encuentra facultado para disponer, el donante y la otra parte, llamada donatario, que tendrá la facultad de aceptar la misma o rechazarla, sin necesidad de entregar ningún tipo de contraprestación, salvo que se aclare que la donación se hace con cargo. En algunos ordenamientos jurídicos, la mencionada acción se encuentra regulada, a través de un contrato. (Ucha., 2010).

e) Sangre

La sangre es un tejido líquido que recorre el organismo a través de los vasos sanguíneos, que transporta las células necesarias para llevar a cabo las funciones vitales (respirar, formar sustancias, defenderse de agresiones). La cantidad de sangre de una persona está en relación con su edad, peso, sexo y altura. Una persona adulta tiene entre 4,5 y 6 litros de sangre, es decir, un 7% de su peso corporal.

La sangre transporta los principios nutritivos desde el aparato digestivo hasta las células, donde se recogen también las sustancias de desecho para eliminarlas gracias a los riñones, el hígado y otros órganos de excreción. También es la encargada de regular el transporte de oxígeno y la eliminación del anhídrido carbónico. Tiene un papel importante en funciones como la coagulación, la inmunidad y el control de la temperatura corporal. (Dona sangre, s.f.)

f) Voluntariado

Cuando hablamos de voluntariado, estamos haciendo referencia a aquella actividad que se realiza de manera voluntaria, pero que se caracteriza especialmente por poner la energía, los conocimientos o las ganas al servicio de quien más lo necesita en la comunidad sin recibir nada a cambio. El voluntariado es un estilo de vida, que toca no solo a quien es ayudado (ya que le cambia la vida en muchos aspectos), sino que también toca de manera sensible a aquel que ayuda y que comprende la importancia del trabajo en común y de la entrega por los demás.

La noción de voluntariado es característica de estas últimas décadas en las cuales, debido a diferentes situaciones de crisis, tanto específicas como generalizadas, problemáticas a las

que nunca antes se les había prestado demasiada atención, como la pobreza, la miseria, la violencia doméstica, el abuso y el maltrato, tanto contra seres humanos como contra animales, han ganado especial importancia y presencia en todas las comunidades. Así, surgen las ONG (u organizaciones no gubernamentales; es decir, que funcionan de manera independiente) y otras formas de organización social que tienen por objetivo principal buscar soluciones para aquellos problemas que siguen sin ser atendidos.

El voluntario se inserta en esta red de organizaciones como la figura central, ya que es a partir de él que tales instancias pueden funcionar. El voluntariado es el que mueve todos los hilos y toca todas las puertas en pos de conseguir fondos, colaboraciones o simplemente concienciar a la ciudadanía sobre la temática que le incumbe. El voluntario, como se dijo antes, realiza todas estas tareas de manera espontánea y es por eso que no gana nada a cambio, la razón de ser del voluntario es justamente entregarse de manera completa aun sabiendo las complicaciones que eso implica.

Hoy en día, la enorme cantidad de organizaciones sociales de todo tipo hace que el número de voluntarios sea infinito, pudiendo algunos de ellos compartir diferentes causas. En la mayoría de los casos, el voluntariado es una tarea llevada a cabo por jóvenes y adultos jóvenes, aunque también hay muchas personas de la tercera edad que dedican su tiempo libre a cuestiones solidarias y altruistas. (Bembibre, 2009)

g) Estrategia

Es el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.

En tanto y como les decía, una estrategia es plausible de ser aplicada y necesaria en diferentes ámbitos, como el militar y el empresarial, por nombrar tan solo algunos de los más comunes y corrientes para nosotros.

En el campo puramente militar, la estrategia se entiende como el arte, del cual, por supuesto gozan unos pocos, de dirigir las operaciones militares en un enfrentamiento armado y claro, llevarlas a buen puerto para conseguir la victoria que es en este caso, el militar, el tan ansiado fin de la estrategia. La persona que tenga a cargo una operación militar deberá ocuparse, como parte integrante de la estrategia, del planeamiento y la dirección de la campaña bélica, así como también de la disposición y el movimiento de las fuerzas propias, tanto en su propio campo como y lo más importante, en territorio enemigo, que suele ser el terreno más peligroso y proclive a ser atacado, si no existe una buena planificación al respecto. Y junto con la táctica y la logística, se dice que la estrategia es una de las tres patas que conforman el arte de la guerra. Esta realidad se reconoce desde tiempos inmemoriales, siendo acaso los orientales quienes lograron capitalizarla en su forma más notable. Así, los chinos y su Arte de la Guerra, por un lado, y los árabes con su estrategia de expansión geográfica y cultural durante la Edad Media, por el otro, son símbolos contundentes de la importancia de la estrategia en términos del despliegue militar desde antaño. En la actualidad, la estrategia comprende a la inteligencia y la contrainteligencia como fenómenos indispensables, en especial en el ámbito de las grandes potencias geopolíticas. (Ucha, Estrategia, 2008)

#### h) Actividad

Presenta varias referencias dependiendo del contexto en el cual se le emplee.

Psicología: la interacción del ser humano con el medio circundante

Como parte de la Psicología, la actividad resulta ser aquella situación que mediatiza la vinculación que el sujeto tiene con el mundo que lo rodea, poniéndola en términos un poco más formales, la actividad es el conjunto de fenómenos que presenta la vida activa, como son los instintos, los hábitos, la voluntad y las tendencias, entre otros y que son junto a la sensibilidad y la inteligencia las partes fundamentales de la psicología clásica.

La mayoría de las veces la actividad se encuentra vinculada a cierta necesidad que despierta la búsqueda.

En el mismísimo momento de la actividad, ya sea individual o colectiva, tiene lugar el reflejo psíquico de la realidad y es allí donde se produce la formación de la conciencia.

#### Capacidad de obrar

Otra aplicación del término es para referirse a la facultad de obrar. “Aun a pesar de los años, el profesor se mantiene en constante actividad”.

Este sentido del término lo aplicamos especialmente a las personas, los objetos y cualquier otro elemento que produce una acción, porque de esa manera está justamente manifestando una actividad. Lo opuesto a la actividad es la inacción.

Actividad física para gozar de salud y mantenernos en forma.

#### Actividad mental

Por otra parte, debemos decir que las personas tenemos una constante actividad mental e intelectual que es la que nos permite reflexionar acerca de la vida, realizar elecciones y por supuesto también aprehender conocimiento de diferente tipo. Si bien en este puntual caso no es evidente la actividad, porque la persona suele estar quieta y en una disposición más bien estática cuando piensa de este modo, la actividad es ciertamente constante.

### Sin actividad

Y, por otra parte, el concepto sin actividad es utilizado de manera extendida en nuestra lengua para indicar que alguien o nosotros mismos nos encontramos sin trabajo por x razón, porque nos despidieron, porque estamos desempleados o porque renunciamos al empleo que teníamos.

También, cuando de algo se dice que se encuentra sin actividad es porque está parado, detenido, no está produciendo. (Ucha, Actividad, 2010)

### Definición operacional

En este apartado se describen las variables operacionales que se pretenden medir con el estudio, que han sido definidos por el investigador a los efectos de cumplir los propósitos, es decir, todas las variables serán medidas con la encuesta donde se colocarán preguntas específicas sobre las variables.

#### a) Voluntariado:

Personas dispuestas a participar o formar parte de un grupo de FANLYC sin recibir remuneración monetaria de algún proyecto, fundación, grupos sociales, institucionales y otros.

#### b) Donación de Sangre:

Se refieren a esto como aporte necesario para apoyar a los niños con padecimiento de cáncer, en el momento en que requieran transfusiones de sangre en FANLYC.

c) Estrategia publicitaria:

Plan de acción a seguir con la finalidad de ayudar a concienciar a las personas acerca de la donación de sangre y plaquetas para las transfusiones a niños con cáncer y atraer a las personas para que formen parte del voluntariado de FANLYC.

d) Concienciación:

Acción que se debe tener ante una causa o problema que exista en la sociedad; en este caso, el aumento de niños con cáncer, se debe realizar una estrategia de concienciación para dar aportes a través de la donación de sangre, o plaquetas y la participación en el voluntariado.

## 2.6 Clase de estudio

El estudio es exploratorio porque es la primera vez que se realiza un estudio sobre la donación de sangre, plaquetas y voluntariado; además, porque se recoge una serie de información y se realizaron entrevistas a directivos de FANLYC.

Es descriptivo porque se medirán por medio de una encuesta una serie de variables como: Donación de sangre y plaquetas, aceptación de participación como voluntariado, percepción respecto a FANLYC, necesidad del desarrollo de una estrategia publicitaria para incrementar la donación sangre, plaquetas y el voluntariado de FANLYC, entre otras.

## 2.7 Población y muestra

- Población:

La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar, donde la unidad de población posee una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación, en este caso personas entre 18 a 45 años en la ciudad de Panamá que estén interesados en donar sangre.

- Muestra:

La muestra es una parte de la población, la cual es metódicamente seleccionada con la finalidad de exponerla a ciertas variables estadísticas, para inferir resultados sobre la totalidad del universo investigado. Para el cálculo del tamaño de la muestra, que en este caso son personas de ambos sexos de 18 a 45 años de edad, se empleó la fórmula para universos infinitos, debido a que no hay estadísticas de la población que desee donar sangre, plaquetas y ser voluntario de FANLYC, por lo cual, se toma en cuenta la amplitud de la población; el error de estimación (05%) y el nivel de confianza de 95%.

$$n = \frac{Z^2(pq)}{e^2}$$

$$n = ?$$

$$Z^2 = \text{nivel de confianza } 95\% = 2^2$$

$$e = \text{error permitido} = 5$$

$$p = \text{probabilidad que no se dé el fenómeno} = 70$$

$$q = \text{probabilidad que se dé el fenómeno} = 30$$

$$n = \frac{2^2(70*30)}{5^2}$$

$$n = \frac{4(2100)}{25}$$

$$n = \frac{8400}{25}$$

$$n = 336$$

***Con un error de 5% la muestra es de 336 personas de 18 a 45 años que estén dispuestas a donar sangre.***

## **2.8 Instrumento**

El instrumento ayuda a registrar los datos observados que aproximan más al investigador a la realidad de las personas; aporta la mayor posibilidad a la representación fiel de las variables a estudiar. Para el estudio se utilizó un cuestionario directo estructurado y compuesto por 22 preguntas cerradas.

A continuación, los objetivos de la encuesta:

- Evaluar las causas del por qué las personas no donan sangre, plaquetas ni participan en el voluntariado de FANLYC.
- Identificar información relevante sobre la falta de donación de sangre, plaquetas y la poca participación en el voluntariado de FANLYC que tienen las personas de 18 a 45 años de edad de la Ciudad de Panamá.
- Medir la factibilidad de realizar la estrategia publicitaria para disminuir la falta de donación de sangre, plaquetas y la poca participación en el voluntariado de FANLYC, en las personas de 18 a 45 años de edad de la Ciudad de Panamá.

## 2.9 Prueba piloto:

Una prueba piloto es el nombre con el cual se denomina a aquella prueba iniciática; es decir, que se lleva a cabo por primera vez y que se desarrolla con un fin experimental, para comprobar determinadas situaciones, si son viables o no.

Ahora bien, al tratarse de un ensayo que se realiza por vez primera, puede fallar; es decir, puede no salir bien y no ayudar en el avance de una cuestión que se investiga; pero por otra parte, sí puede resultar sumamente beneficiosa y ayudar a resolver una problemática; por eso resulta ser una buena alternativa de implementar en algunos casos. (Ucha, definicionabc, 2014)

Antes de aplicar el cuestionario final se realizó una prueba piloto para validar el cuestionario, a 20 personas con las características de la muestra, para saber si las preguntas del cuestionario estaban bien redactadas, si se comprendían, si el orden era el correcto, si faltaba alguna pregunta, entre otras. Finalmente, se realizaron los ajustes necesarios y se aplicó el cuestionario.

Muestreo:

- Aleatorio:

Todos los miembros de la muestra han sido elegidos al azar, de manera que cada miembro de la población tuvo igual oportunidad de salir en la muestra.

- Sistemático:

Se ordenan previamente los individuos de la población, después se elige uno de ellos al azar; a continuación, a intervalos constantes, se eligen todos los demás hasta completar la muestra.

- Procedimiento:

La muestra fue tomada en tres días del mes de septiembre en la Cinta Costera y Cinépolis del Dorado.

Las personas encuestadas se eligieron de la siguiente manera; al azar se escogió el primero y en intervalos de tres personas se encuestaba el siguiente.

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Esta encuesta es parte del Trabajo de Grado para obtener la Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa. Se agradece su cooperación. Toda información que se brinde será confidencial y utilizada solo para el estudio.

Instrucciones: marque con un gancho (√), o una equis (x) la opción que concuerde con su opinión.

**I. DONACIÓN DE SANGRE Y PLAQUETAS**

1. ¿Estaría dispuesto a donar sangre, plaquetas para contribuir con niños que padecen cáncer, a los cuales ayuda FANLYC?

Sí

1. ¿Qué lo motivaría a realizar su donación a una Fundación?

Que la fundación ayude a niños con cáncer

Ver feliz a un niño con cáncer

Recibir remuneración

Por solidaridad

Una campaña social

3. ¿Cuáles de estos cuidados usted considera que debe tener a la hora de donar sangre y plaquetas para niños con cáncer?

Buena salud física

No tener VIH

No haber ingerido licor durante la semana antes de la donación

Tener buena salud bucal

Todas las anteriores

4. Algunas decisiones por las cuales las personas no donan sangre y plaquetas pueden ser:

La religión no me lo permite

Me engordo

Por temor a adquirir enfermedades

La donación debilita

Por miedo a las agujas

No se puede donar con tatuaje

5. ¿Ha realizado algún tipo de donación a una fundación sin fines de lucro?

Algunas veces

Una vez

Nunca

6. ¿Sabe usted la diferencia que existe entre sangre y plaquetas?

Sí

No

7. ¿Qué beneficio obtiene usted al donar sangre y plaquetas?

Rejuvenece el organismo

Equilibra los niveles de hierro

La sangre fluye mejor

( ) Mini revisión médica

## II. PARTICIPACION EN EL VOLUNTARIADO

8. ¿Le gustaría participar en el voluntariado de FANLYC?

( ) Sí

( ) No

9. ¿Lo han invitado a participar en proyectos de voluntariado de cualquier institución?

( ) Una vez

( ) Más de una vez

( ) Nunca

10. ¿Si nunca ha participado? ¿Por qué?

( ) Falta de tiempo

( ) No me interesa

( ) No he tenido la oportunidad

11. ¿Qué considera que se debe hacer para que las personas participen más como voluntarios?

( ) Ofrecer mayor información sobre el voluntariado a través de campañas

( ) Recibir incentivos por su participación

( ) Tiempos flexibles para el voluntario

12. ¿Considera que participar como voluntario puede aportar algún beneficio personal?

( ) Sí, mucho

( ) Algo

( ) No, nada

13. ¿Dónde considera usted que se debe promover el voluntariado?

( ) Hogar

( ) Fundaciones

( ) Escuelas

( ) Universidades

Le gustaría: ( ) Donar su sangre y plaquetas a FANLYC para contribuir a las transfusiones para niños con cáncer

( ) Participar como voluntario (a) de FANLYC

14. ¿En cuáles de los tipos de voluntariados de FANLYC le gustaría participar?

( ) Hermanos de sangre y plaquetas

( ) Amigos de posada

( ) Súper amigos

( ) Amigo estrella

( ) Voluntariado corporativo

( ) Grupo Huellas

## III. ESTRATEGIA PUBLICITARIA PARA INCREMENTAR LA DONACIÓN DE SANGRE Y PLAQUETAS Y EL VOLUNTARIADO DE FANLYC.

15. ¿Qué medio cree usted es el más efectivo para que las reciban información?

( ) Teléfono

( ) Medios convencionales

- E-mail  
 Redes sociales
16. ¿Recuerda alguna publicidad sobre donación de sangre, plaquetas y participación de voluntariado de FANLYC?
- Sí  
 No
17. ¿Cuál medio considera que es más efectivo para promover la estrategia publicitaria de donación de sangre, plaquetas y voluntariado?
- Redes sociales  
 Medios tradicionales (Televisión, radio, periódico)
18. ¿Qué tipos de actividades le gustaría que se realizara con esta estrategia publicitaria?
- Familiares (Día de donación de sangre y plaquetas en FANLYC)  
 Educativas (Charlas en universidades – Charlas informáticas FANLYC)  
 Artística (Compartir una tarde de pintura con los niños de FANLYC?)
19. ¿Qué tipos de materiales publicitarios considera usted que se deben utilizar dentro de esta estrategia publicitaria?
- Volantes  
 Afiches  
 Banners  
 Vídeos  
 Página Web  
 Artículos publicitarios  
 Todas las anteriores
20. ¿Qué temas le gustaría que se aborden en la estrategia publicitaria?
- Conocimiento de la donación de sangre y plaquetas  
 Importancia del voluntariado  
 Acerca de las señales de alarma de la leucemia y el cáncer infantil
21. ¿Qué lema le pondría a la estrategia publicitaria?
- \_\_\_\_\_
22. ¿Qué colores considera usted serian apropiados para la estrategia publicitaria?
- Rosado  
 Azul claro  
 Verde caña  
 Amarillo

**Generales:**Sexo:  Hombre  MujerRango de edad:  18 a 25  25 a 35  35 o másTipo Sangre: O+  O-  A+  A-  B+  B-  AB+  AB- 

Gracias por su colaboración....

## 2.10 Análisis de los resultados

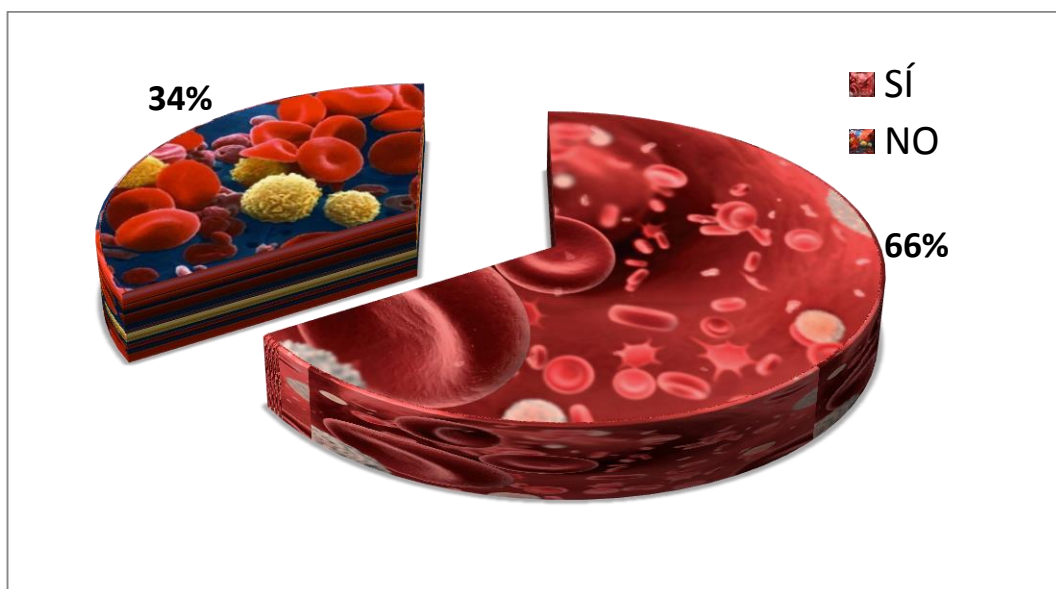
### 2.10.1 Análisis de los datos

Dentro de este marco, se presenta el análisis de los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento de recolección de datos, significa, entonces, que se detallará brevemente en cada gráfica los datos obtenidos en la encuesta y el análisis de cada una de las preguntas de ellas.

#### I. Donación de sangre y plaquetas

### GRÁFICA N° 1

Disposición de las personas para donar sangre y plaquetas.



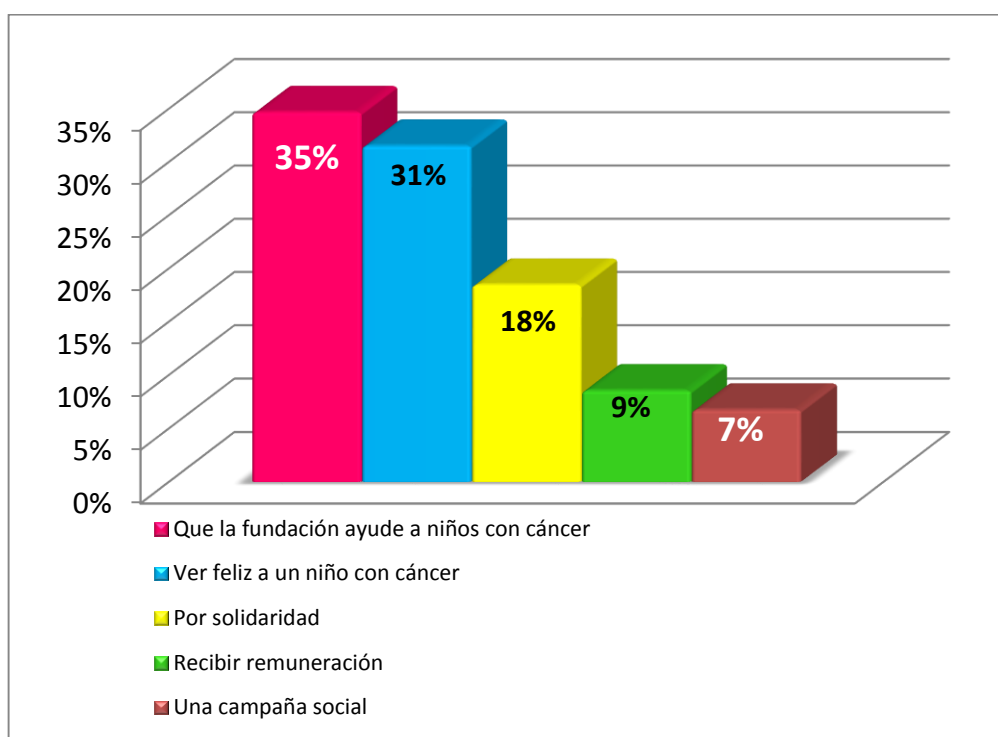
Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

El 66% de los encuestados aseguró estar dispuestos a donar sangre y plaquetas para contribuir con los niños con leucemia y cáncer de FANLYC. Por otra parte, el 34% afirmó

no estar dispuestos a donar. Lo importante es que hay la disposici3n de la mayoria de las personas por donar, es un buen indicador que las dos terceras partes de la muestra se declaren inclinados a donar sangre y plaquetas.

## GRÁFICA N° 2

Motivaciones para realizar donaciones a una fundaci3n



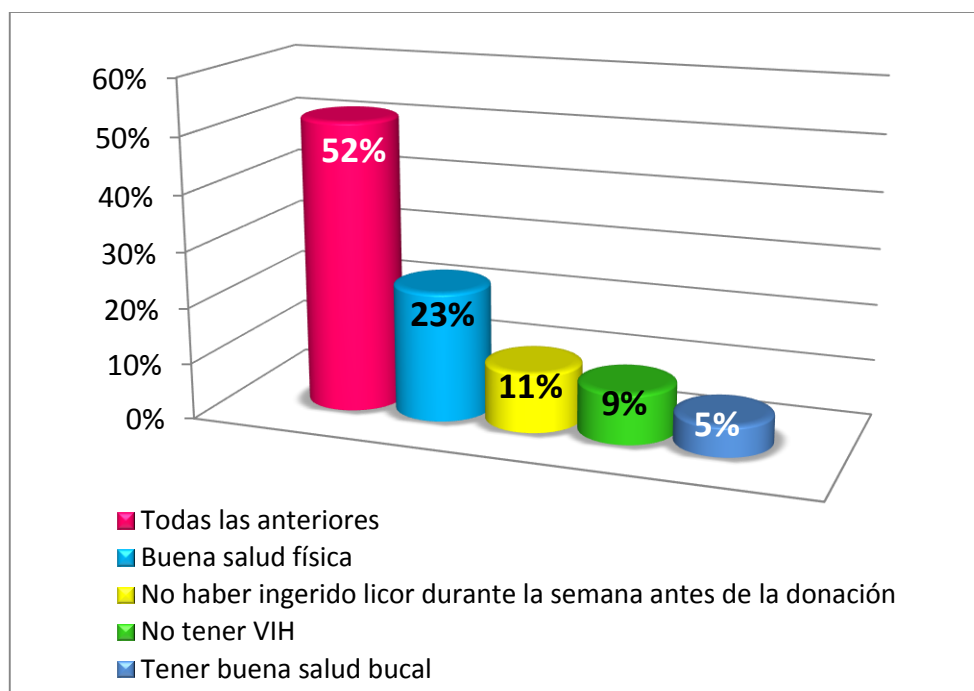
Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panam3, septiembre 2017.

Se puede observar en la gr3fica, que el 35% de los encuestados manifest3 que se motivar3a a donar, porque la fundaci3n ayuda a ni os con c3ncer; el 32% asegura sentirse motivados a donar sangre y plaquetas para ver feliz a un ni o con c3ncer; el 18% considera que lo har3a por solidaridad. Como se observa, todav3a hay personas que no se han sensibilizado del beneficio que representa donar sangre por una causa o salvar a un ni o, pues el 9%

expresó que lo motivaría la remuneración. Aunque este último porcentaje es menor, se refiere que hay necesidad de una campaña para sensibilizar y motivar esa acción.

### GRÁFICA N° 3

Cuidados que se deben tener a la hora de donar sangre y plaquetas

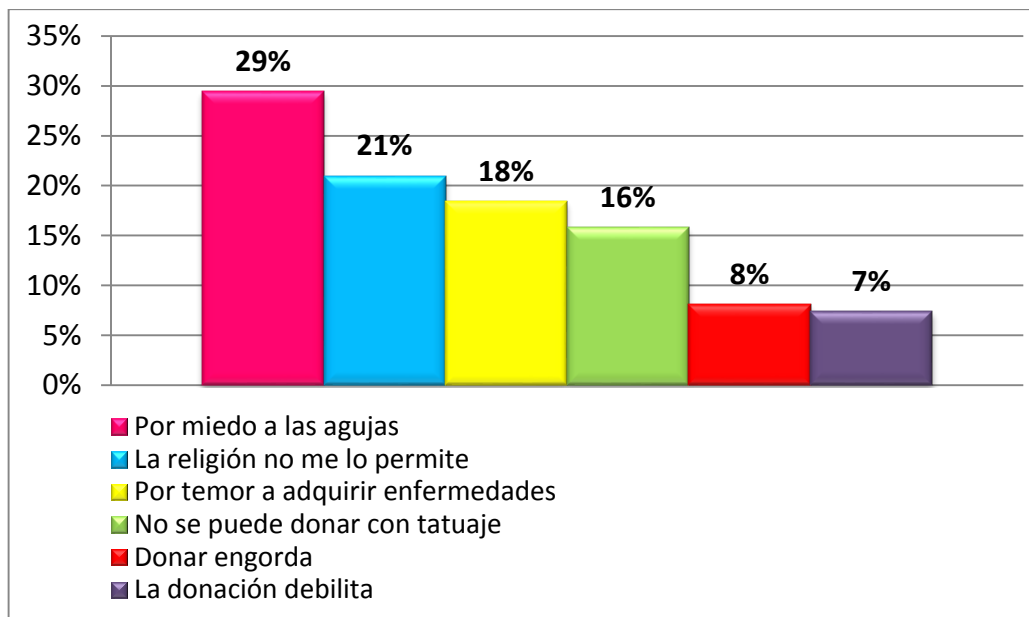


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

De acuerdo con el 52% de la muestra, todos los cuidados señalados en la encuesta son necesarios a la hora de donar; el 23% considera que tener buena salud física es suficiente para la donación; el 11% respondió que lo primordial es no haber ingerido ningún licor durante la semana previa a la donación; el 9% no ser portadores de VIH y el 5%, tener una buena salud bucal. Se advierte que más de mitad de los encuestados están bien informadas sobre los cuidados previos a una donación.

## GRÁFICA N° 4

Motivos por los cuales las personas no donan sangre y plaquetas

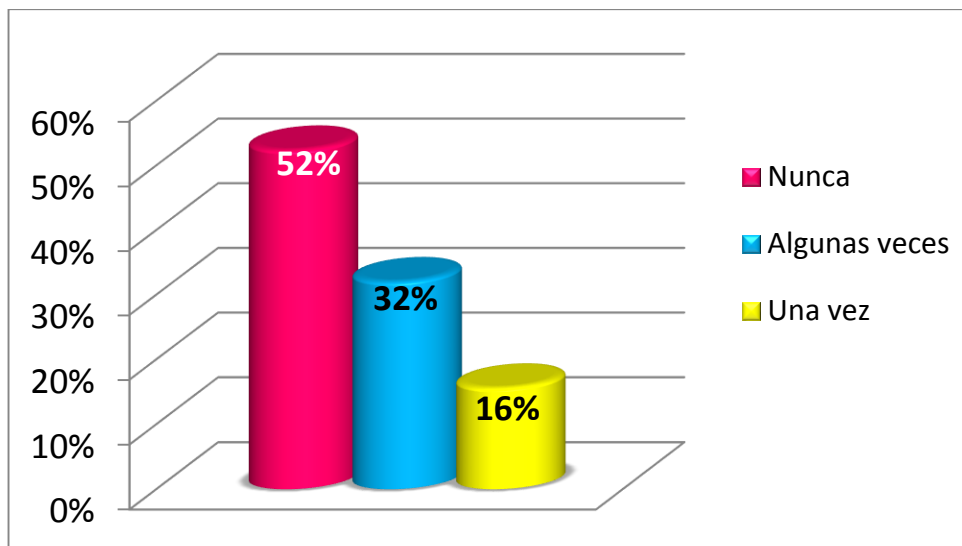


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Ante el cuestionamiento sobre por qué las personas no donan sangre y plaquetas el 29% de la muestra contestó que el motivo más fuerte para no donar es por miedo a las agujas; el 21% no donan por razones religiosas, el 18% por miedo a adquirir enfermedades; por otra parte, el 16% opinó que por los tatuajes; el 8% aduce que si donar sangre y plaquetas engorda y el 7% expresó que esta acción debilita el organismo.

## GRÁFICA N° 5

Participación de los encuestados en actividades de fundaciones

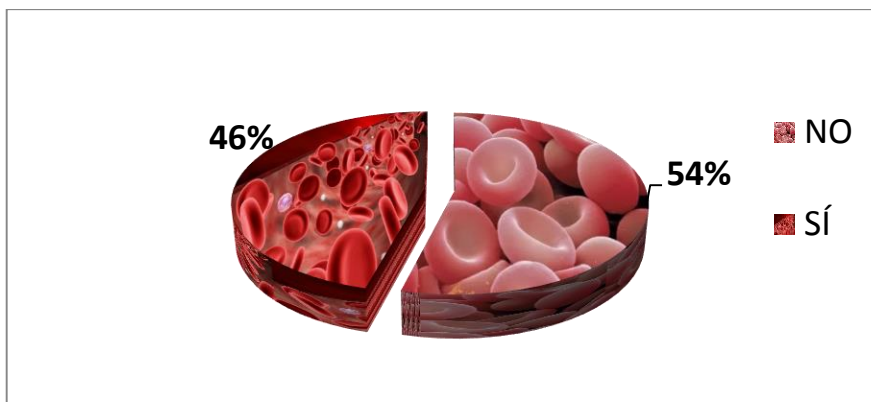


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Como puede advertirse en la gráfica 5, el 52% de la muestra expresó que nunca han participado en una fundación, el 32% afirman haber colaborado algunas veces; mientras que el 16% solamente una vez ha dado un aporte a alguna fundación.

## GRÁFICA N° 6

Conocimientos sobre la diferencia entre sangre y plaquetas

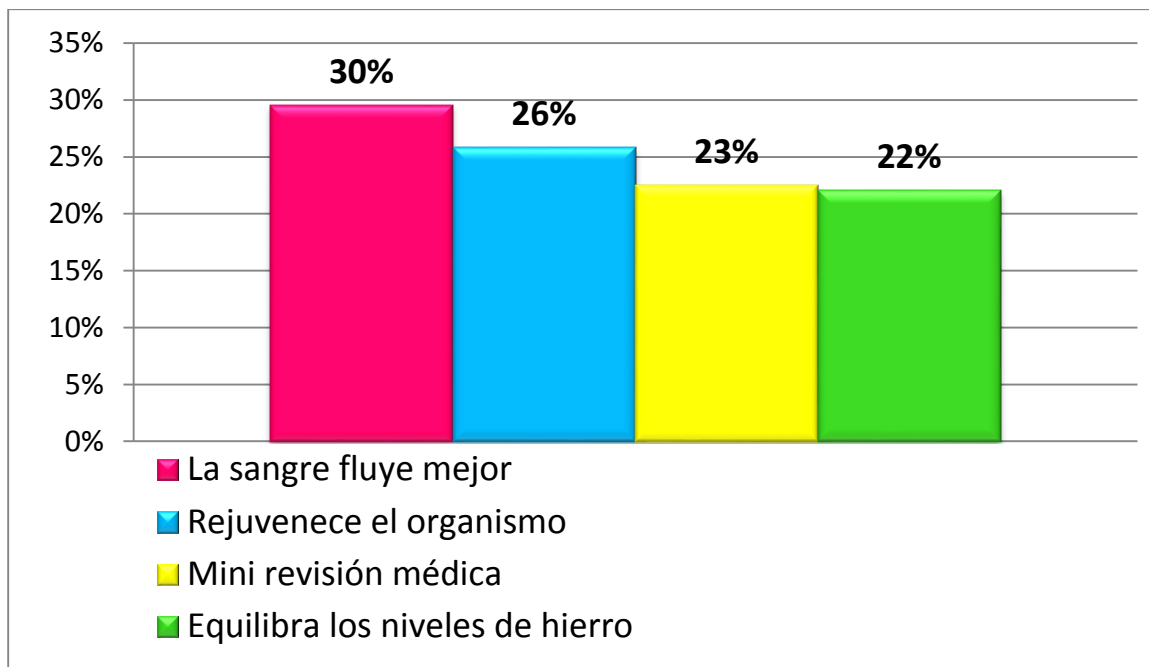


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Los resultados que presenta la gráfica 6 permite observar que el 54% no conoce la diferencia entre sangre y plaquetas; el 46% expresa que si sabe en qué consiste esa diferencia. Estos datos nos indican lo importante que es difundir estos conocimientos para sensibilizar hacia la donación.

## GRÁFICA N° 7

Beneficios al donar sangre y plaquetas

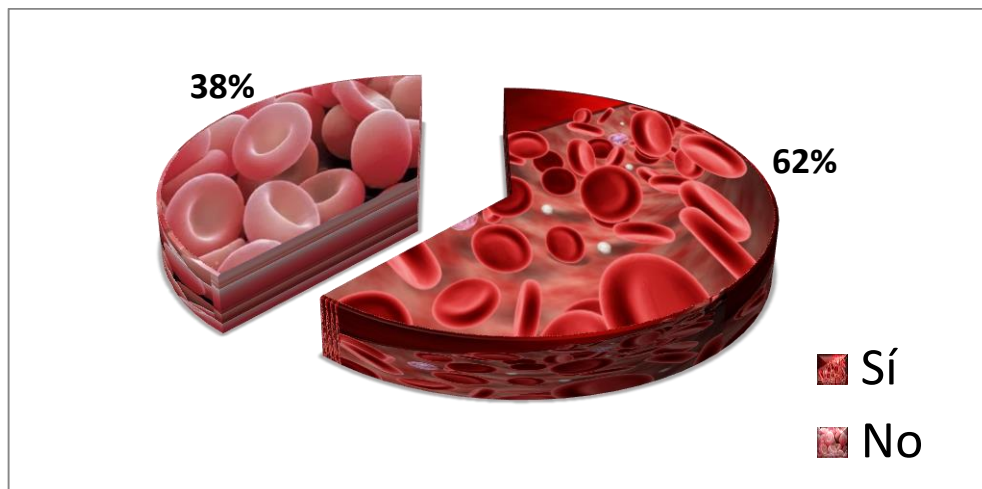


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Todas las opciones que ofrece esta interrogante constituye beneficios por ello es importante que las personas no tengan miedo en el momento de donar sangre. Según el 30% de los encuestados cuando se dona la sangre fluye mejor; el 26% afirmó que rejuvenece el organismo; el 23% ve positivo que permite una revisión médica, mientras que el 22% prefirió la opción de que donan para equilibrar los niveles de hierro.

### GRÁFICA N° 8

Posibilidad de participación en el voluntariado de FANLYC

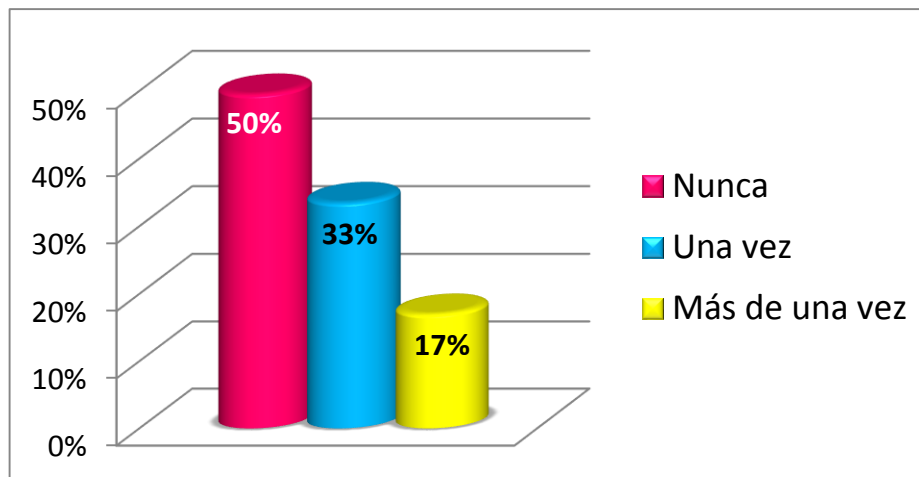


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Ante la consulta de que si les agradaría participar en el voluntariado de FANLYC, se pudo observar que las personas sí están dispuestas a participar como voluntarios de FANLYC, el 62% de los encuestados respondieron que sí lo harían; mientras el 38% afirma que no les gustaría participar como voluntarios. Lo que se infiere de estos datos es que, si se hace una campaña para motivar la participación en el voluntariado de FANLYC, se podría tener éxito o logros positivos.

## GRÁFICA N° 9

### Invitación para participar en algún voluntariado institucional

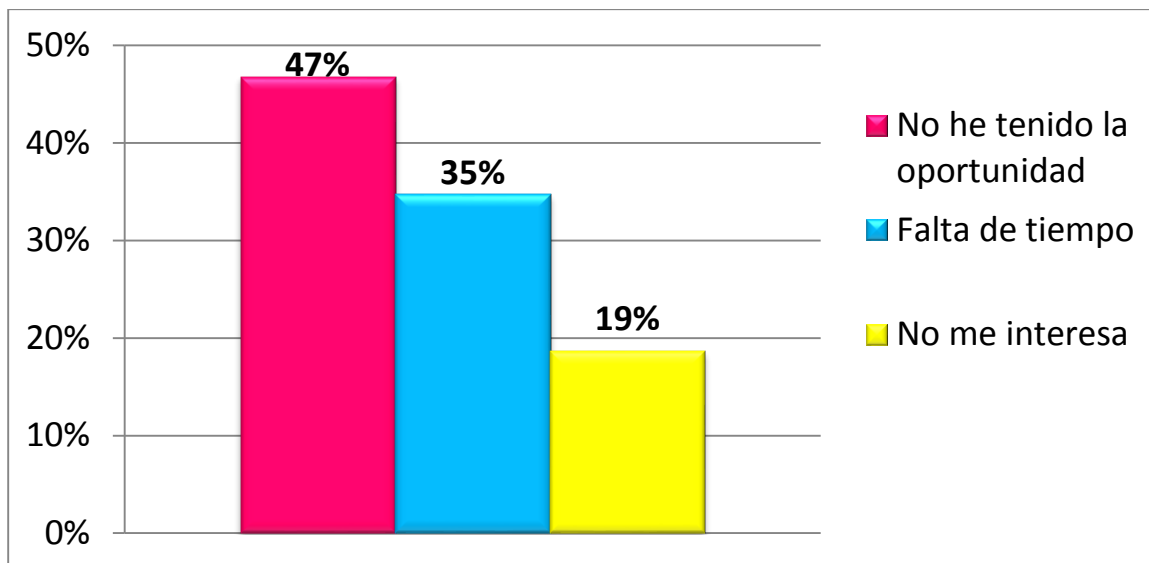


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

La gráfica deja en evidencia de que la mitad de los encuestados, el 50% nunca ha sido invitado para participar en un proyecto de voluntariado; el 33% indica que ha sido invitado solo una vez, mientras el 17% restante opinó que más de una vez ha participado como voluntario en alguna institución. Evidentemente es notable que las personas, aunque manifiesten tener interés en participar, no lo están haciendo.

### GRÁFICA N° 10

Razones para la no participación en el voluntariado, según encuestados:

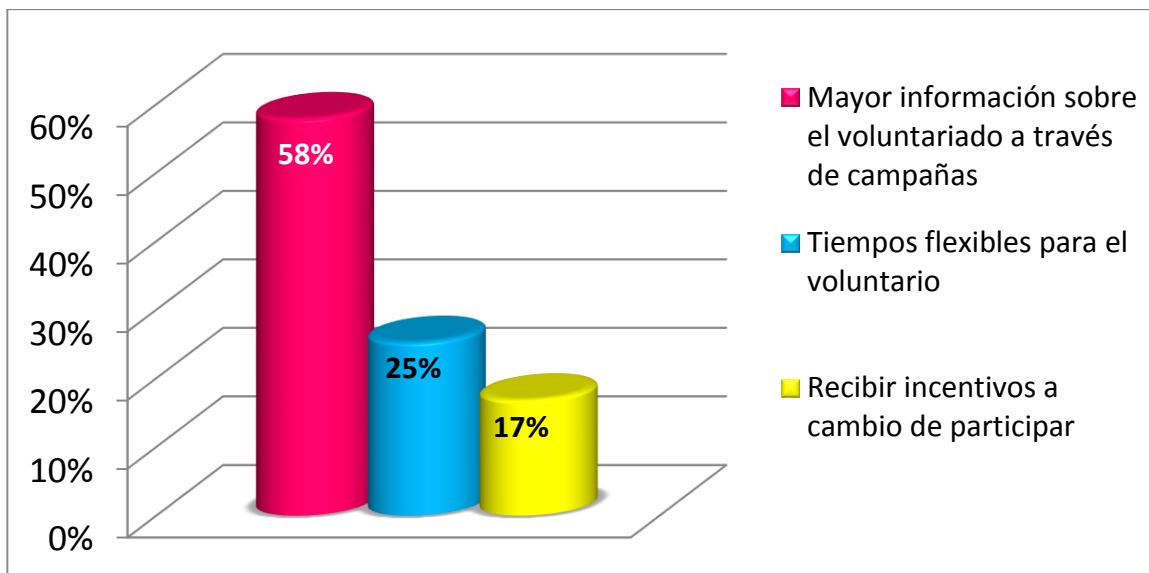


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Al consultársele a la muestra las razones por las cuales no ha participado en el voluntariado, el 47% señaló no han tenido la oportunidad; el 35% expresó que por la falta de tiempo, y el 19% señaló simplemente que no les interesa ser parte de ningún voluntariado. Aunque en la gráfica N° 8 el mayor porcentaje (62%) dijo que sí le interesaría participar en el voluntariado, y el 38% dice que le gustaría participar como voluntario, en la gráfica 10 solo el 19% señala que no le interesa ser voluntarios.

## GRÁFICA N° 11

Acciones que motivaran la participación como voluntario

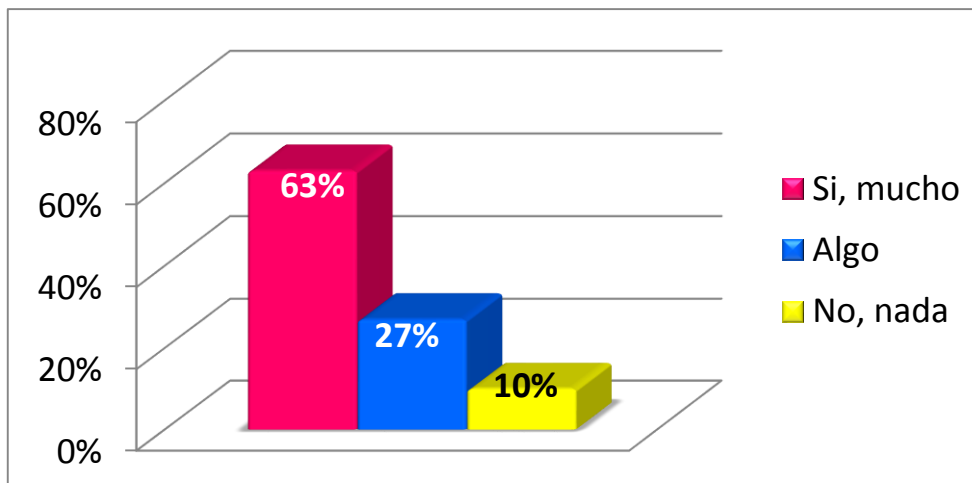


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

El 58% de las personas encuestadas considera que para motivar la participación como voluntarios se requiere mayor información respecto al voluntariado, a través de campañas; mientras que el 25% quisiera ayudar, pero para hacerlo las empresas donde trabajan deben aplicar su responsabilidad social, flexibilizando los tiempos; solo el 17% dice que sería motivado si recibe incentivo a cambio de su participación.

## GRÁFICA N° 12

¿Beneficia a la persona participar como voluntario?

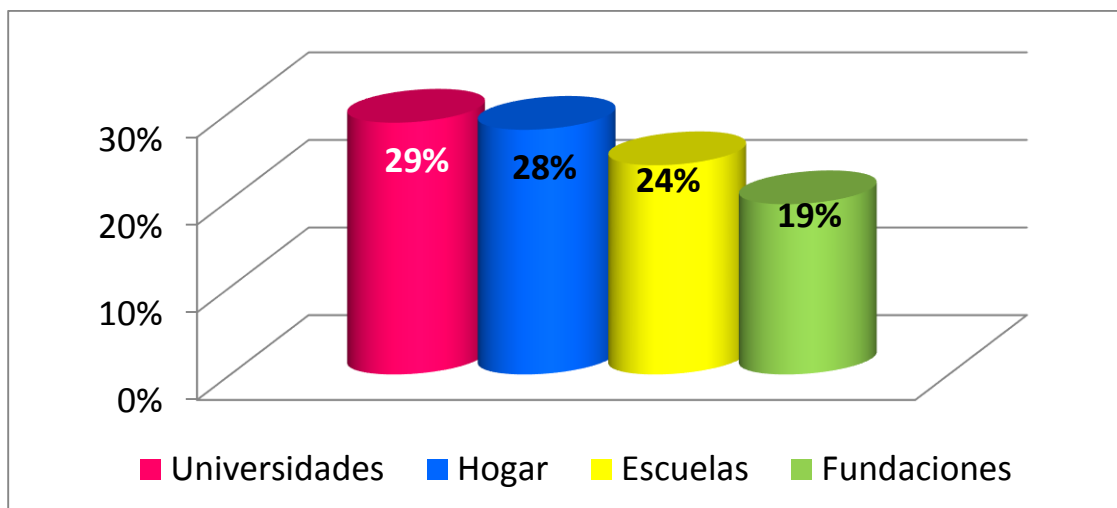


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

La mayor parte de los encuestados 63% sienten que participar como voluntario deja muchos beneficios personales; mientras el 27% considera que solo se obtiene algo de beneficios y un 10% opinó que No, nada. Esto quiere decir que las personas sienten que al participar como voluntario siempre dejará algo positivo a quienes actúan solidariamente con los más vulnerables, pues están apoyando una causa que da mucha esperanza de vida.

### GRÁFICA N° 13

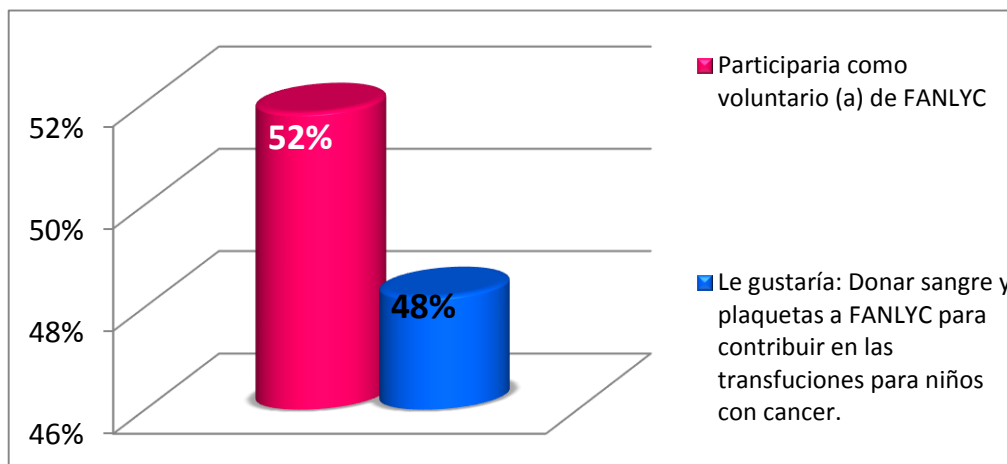
Lugares recomendables para promover el voluntariado según encuestados.



Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Los encuestados ante la pregunta 13 que cuestiona a los encuestados sobre cuál es el sitio más apropiado para promover el voluntariado, el 29% opina que las universidades constituyen el mejor lugar para promover el voluntariado; mientras el 28% asegura es el hogar; muy seguido está el 24% de la muestra que opina debe ser en las escuelas y el 19% sostiene que en las fundaciones. Esto refleja que los consultados consideran que una actividad seria como el voluntariado solo puede ser promovida en sitios importantes de la comunidad.

### Pregunta para sensibilizar

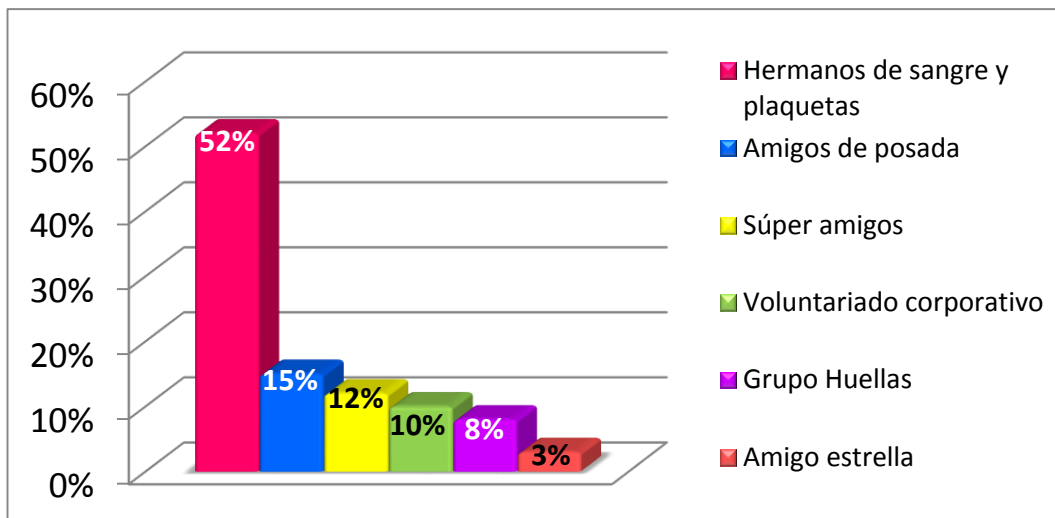


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Con el propósito de conocer hasta qué punto el encuestado podría convertirse en voluntario de FANLYC, se le cuestiona si le gustaría colaborar y de qué manera. El 52% de los encuestados contestó que estaría dispuesto a participar como voluntarios de FANLYC y el 48 % afirma que le gustaría donar sangre y plaquetas. Este resultado es indicador de que, si se lanza la campaña de FANLYC para estos dos temas, sería bien acogido por la población.

### GRÁFICA N° 14

Tipos de voluntariado de FANLYC en los que preferirían participar

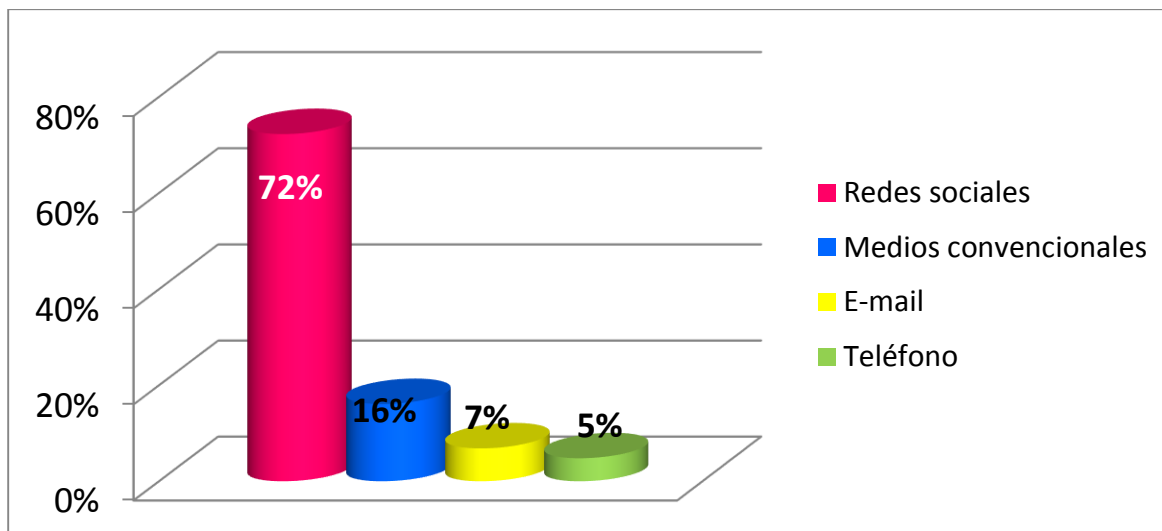


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

La información apostada como respuesta a la pregunta para sensibilizar dio lugar al cuestionamiento de en qué tipo de voluntariado estaba dispuesto a participar el consultado. Los resultados muestran que 52% estaría dispuesto a participar en el voluntariado de Hermanos de Sangre y plaquetas dentro de FANLYC; el 48% restante lo obtuvieron los otros tipos de voluntariado.

### GRÁFICA N° 15

Medio de comunicación más efectivo para recibir información

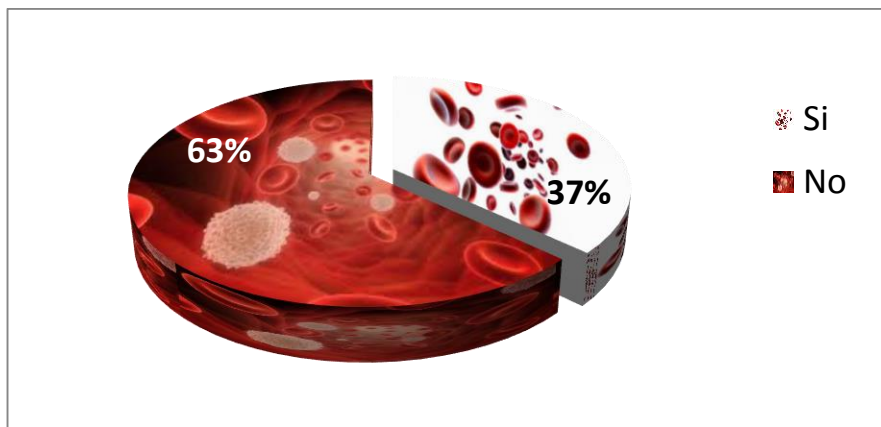


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Los encuestados afirman que el medio más efectivo para recibir información son las redes sociales con un 72 %, mientras que los medios convencionales registran el 16% y con un porcentaje muy bajo, el E-mail con 7% y el teléfono con 5%. De esto se infiere que los encuestados en su mayoría utilizan las redes sociales para informarse y contactarse. De ahí, que no se puede dejar de pautar en estos medios, al efectuar cualquier tipo de promoción.

### GRÁFICA N° 16

Existencia de publicidad sobre donación de sangre, plaquetas y participación de voluntariado de FANLYC, según encuestados.

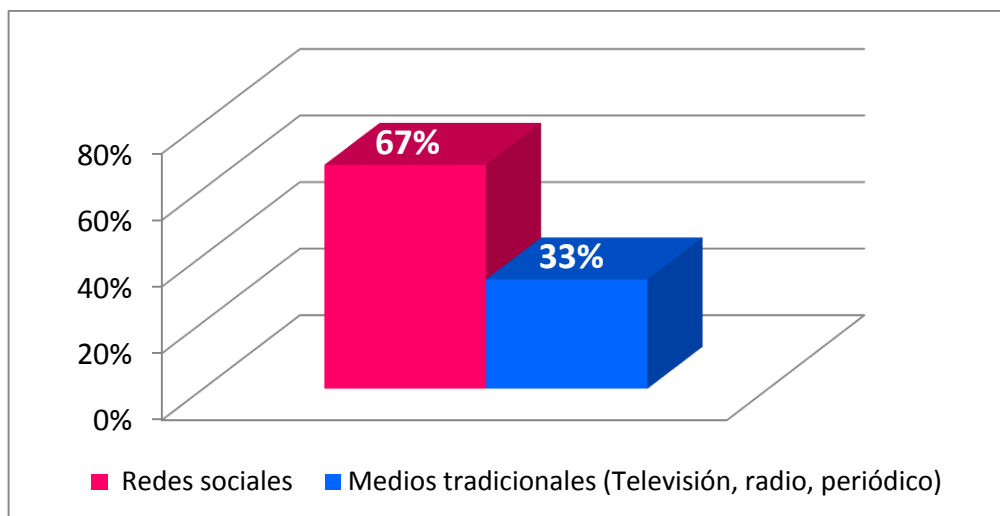


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

El 63 % de los encuestados afirman no haber visto publicidad sobre la donación de sangre plaquetas y voluntariado de FANLYC, mientras que el 37 % respondió que sí la ha visto.

### GRÁFICA N° 17

Estrategia publicitaria más afectiva para promover la donación de sangre, plaquetas y voluntariado

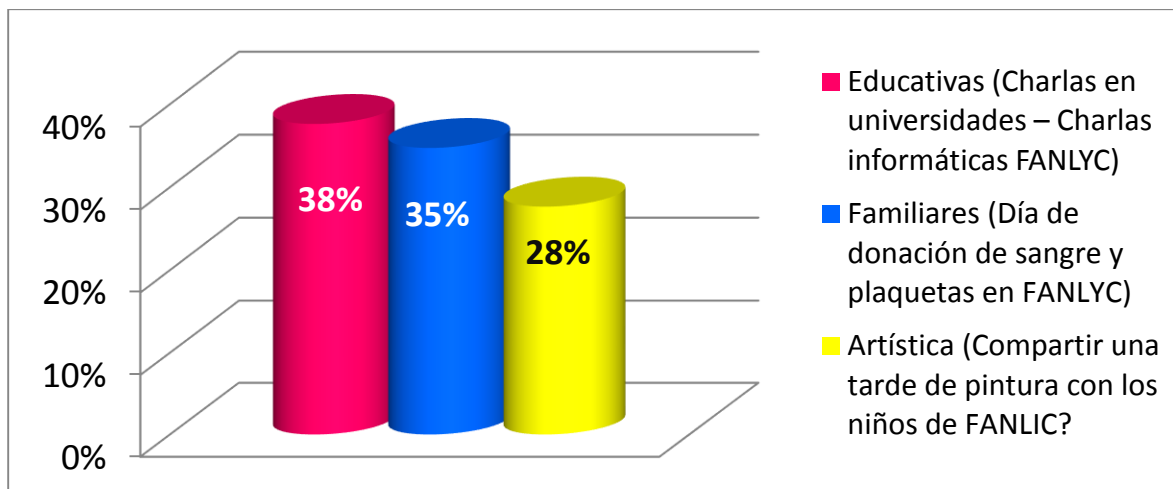


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

De acuerdo con el 67% de los encuestados, las redes sociales serian el medio más efectivo para promover la estrategia publicitaria de donación de sangre plaquetas y voluntariado, y el 33% opina que los medios tradicionales son los más efectivos. Puede advertirse que este resultado coincide con las respuestas a la pregunta 15, donde se consideran las redes sociales como los medios más efectivos para difundir información.

## GRÁFICA N° 18

Actividades recomendadas para una estrategia publicitaria de FANLYC

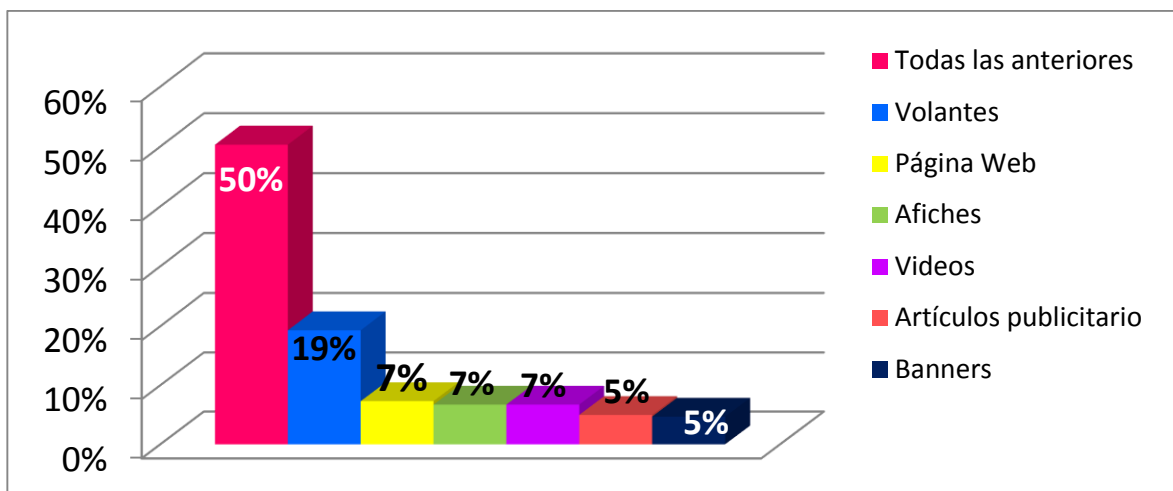


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

En esta grafica se observa que el 38% de los encuestados sugieren que las actividades que debe incluir la estrategia publicitaria de FANLYC deben ser educativas; el 35% considera que deben ser familiares y el 28% dice que artísticas. Será de alguna manera muy acertado, para asegurar el éxito de cualquier tipo de promoción de las actividades de FANLYC, considerar los porcentajes que recibieron cada una de las opciones planteadas, las cuales no solo producirán efectos en la actividad, sino también a futuro.

### GRÁFICA N° 19

Materiales publicitarios que se deben utilizar dentro de esta estrategia publicitaria

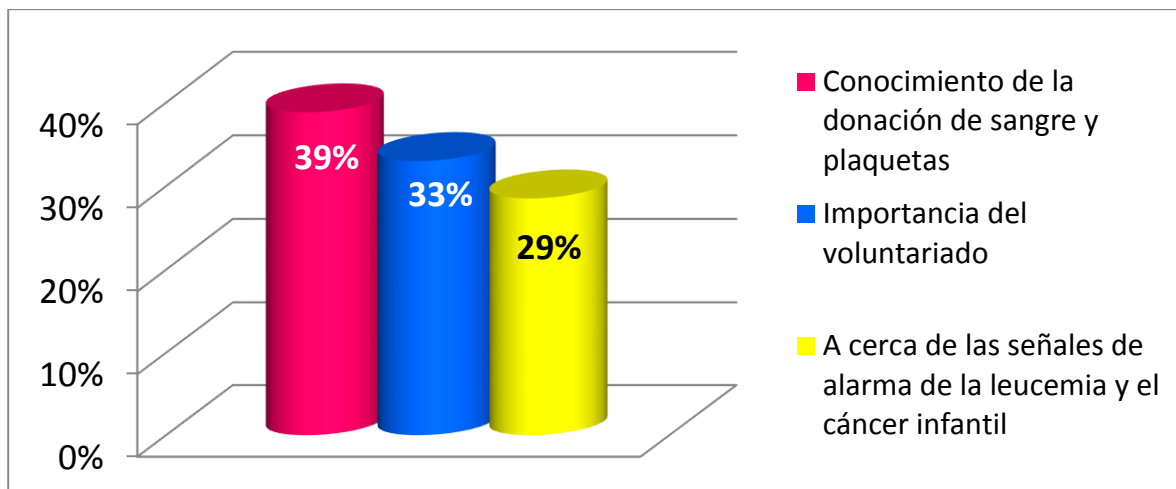


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Los materiales publicitarios siempre son buenos porque contribuyen a difundir información sobre un producto, lo cual amplía sus posibilidades de aceptación; por ello, el 50% de los encuestados opinaron que todos los tipos de materiales publicitarios deben ser incluidos en la campaña publicitaria de FANLYC; el 19% indica que las páginas web y materiales como afiches y videos recibieron cada uno de ellos un porcentaje del 7% y los artículos publicitarios y banners tuvieron un porcentaje de 5%. Debe señalarse que todas las opciones incluidas en este caso deben ir ligadas con las redes sociales como el medio más efectivo para difundir información.

## GRÁFICA N° 20

Temas que le gustaría que se aborden en la estrategia publicitaria



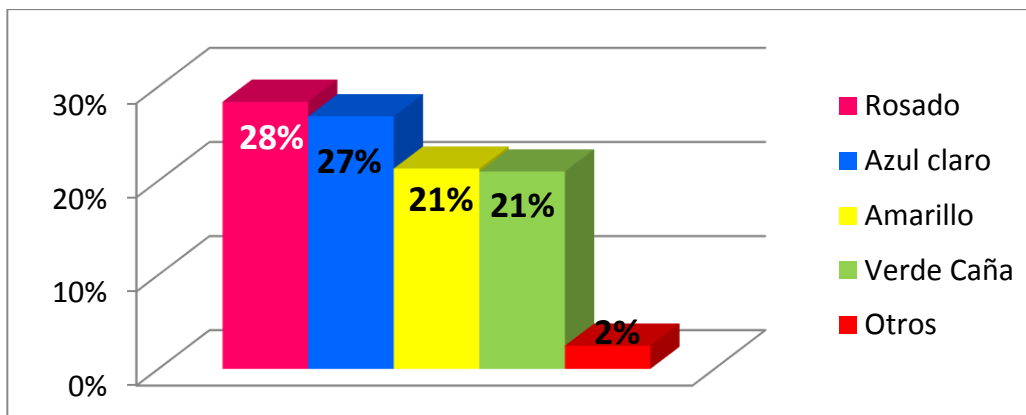
Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Los temas que les gustaría que se tocaran en la estrategia publicitaria son en primer lugar conocimientos sobre la donación de sangre y plaquetas con un 39%; mientras el 33% señalaron que la importancia del voluntariado y por último con el 29% expresaron que se debe hacer referencia a las señales y alarmas de la leucemia y cáncer infantil.

Como se observa los encuestados están interesados en conocer temas con todo lo relacionado a la campaña que se proyecta realizar para FANLYC.

## GRÁFICA N° 21

Colores apropiados para la estrategia publicitaria, según encuestados

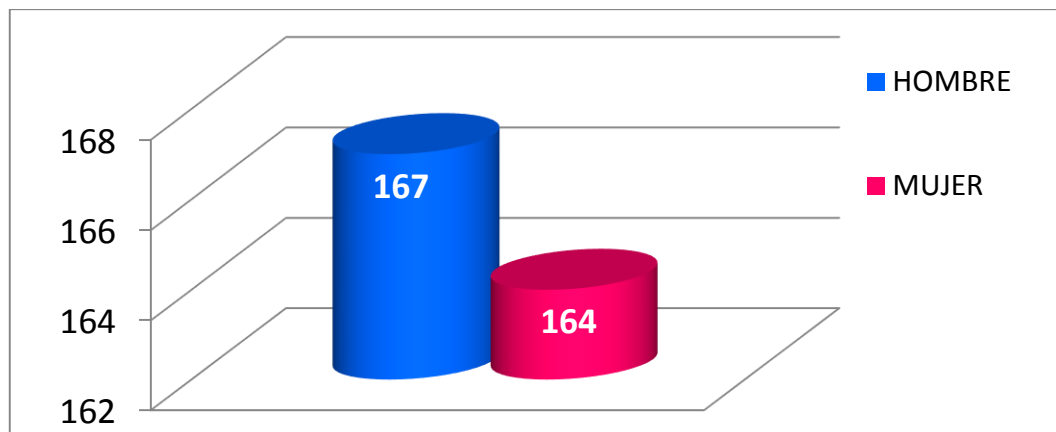


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

Dentro de los colores que más sugirieron a la hora de utilizarlos en la estrategia publicitaria son el rosado con un 28%; el azul claro con un 27%; verde caña y amarillo con 21% y una minoría opinó que otros con 2%.

## GRÁFICA N° 22

Sexo

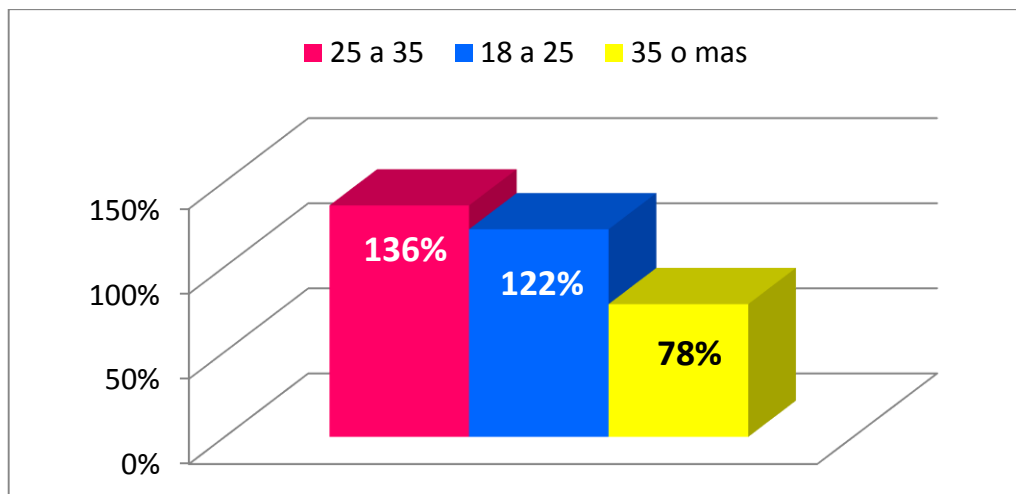


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

167 de los encuestados son hombres, mientras que 164 son mujeres.

### GRÁFICA N° 23

Edades

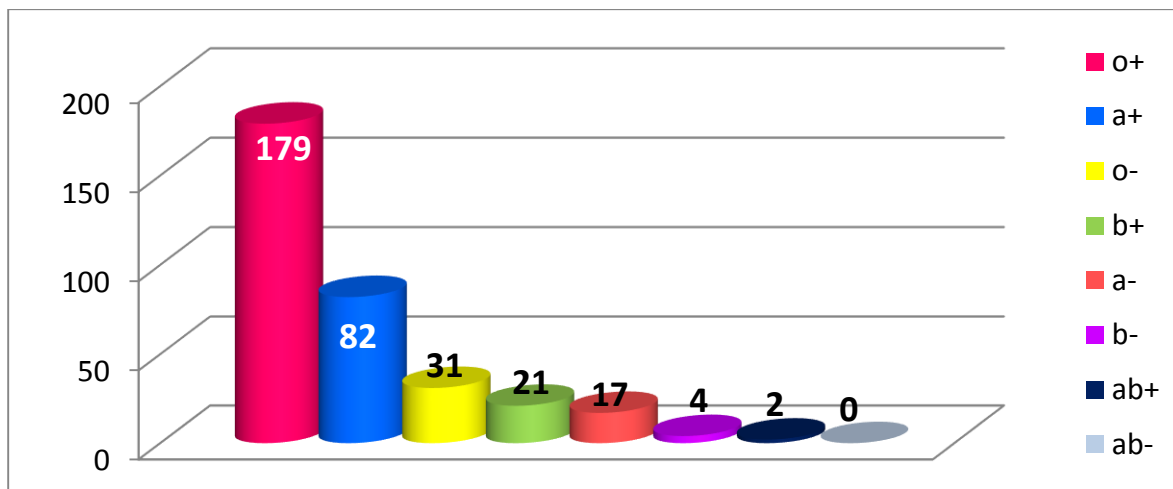


Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

En cuanto a rangos de edad de los encuestados, 136 están entre los 25 a 35 años; 122 tienen entre 18 a 25 años y 78 tienen 35 o más años.

## GRÁFICA N° 24

Tipos de sangre



Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

El tipo de sangre de la mayoría de los encuestados (179) es O+; 82 personas son A+, mientras que 31 personas son O-, y 21 personas son B+. Las personas restantes tienen los otros tipos sanguíneos.

Eslogan escogidos:

1. Juntos por más corazones felices
2. Las gotas que dan vida
3. Atrévete a salvar vidas

## 2.11 Validación de hipótesis

Después de realizar el análisis de los resultados de la encuesta, se procederá a validar las dos hipótesis descriptivas de la investigación. La verificación se hace a través del estadígrafo prueba Z con nivel de significación de 95%

### Hipótesis No. 1

Hi. Más del 70% de las personas encuestadas están dispuestas a donar sangre y plaquetas a niños con leucemia y cáncer de FANLYC.

Ho. Menos del 70% de las personas encuestadas están dispuestas a donar sangre y plaquetas a niños con leucemia y cáncer de FANLYC.

### Hipótesis estadística

1. Hi:  $\% \geq 70$

2. Ho:  $\% \leq 70$

Para validar esta hipótesis se utiliza el cuadro correspondiente a la gráfica N° 1, en donde se le preguntaba al encuestado sí estaría dispuesto a donar sangre y plaquetas y a niños con leucemia y cáncer de FANLYC; el estadígrafo para validar es la proporción Z, a un nivel de confianza de  $0.05=1.96$

### CUADRO No. 17

¿Estaría dispuesto a donar sangre y plaquetas para niños que padecen cáncer a los que ayuda FANLYC?

Hipótesis N°1

ALTERNATIVA	CANTIDAD	TOTAL
SI	222	66%
NO	114	34%
TOTAL	336	100%

Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

A continuación, se despeja la fórmula de la proporción Z.

Po = Proporción propuesta en la hipótesis 70%

P1 = Proporción verdadera obtenida 66%

P2 = Proporción falsa obtenida 34%

n = 336 muestra

$$Z = \frac{P1 - Po}{\sqrt{\frac{p1 * p2}{n}}}$$

$$Z = \frac{0.66 - 0.70}{\sqrt{\frac{0.66 * 0.34}{336}}}$$

$$Z = \frac{-0.04}{\sqrt{\frac{0.2244}{336}}}$$

$$Z = \frac{-0.04}{\sqrt{0.0006678}}$$

$$Z = \frac{-0.04}{0.0258418}$$

$$Z = -1.547$$

Como la Z calculada es menor a 1.96 ( $Z = 7.86 > 1.96$ ), (nivel alfa expresado en una puntuación Z), se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la nula, es decir, que no existe un nivel significativo al propuesto 70%, pues la encuesta arrojó solo (66%) de encuestados que estarían dispuestos a donar sangre y plaquetas a niños con leucemia y cáncer de FANLYC.

#### Hipótesis No. 2

Hi. Más del 70% de las personas encuestadas consideran que las redes sociales en vez de los medios tradicionales son el medio más efectivo para promover la estrategia publicitaria para que las personas donen sangre, plaquetas y participen como voluntarios de FANLYC.

Ho. Menos del 70% de las personas encuestadas consideran que las redes sociales y no los medios tradicionales, son el medio más efectivo para promover la estrategia publicitaria para que las personas donen sangre, plaquetas y participen como voluntarios de FANLYC.

#### Hipótesis estadística

1. Hi:  $\% \geq 70$

2. Ho:  $\% \leq 70$

Para validar esta hipótesis se utiliza el cuadro correspondiente a la gráfica N° 17, donde se preguntaba ¿Cuál medio considera es más efectivo para promover la estrategia publicitaria de donación de sangre, plaquetas y el voluntariado?; el estadígrafo para validar es la proporción Z, a un nivel de confianza de  $0.05 = 1.96$ .

### CUADRO No. 17

¿Cuál medio considera más efectivo para promover la estrategia publicitaria de donación de sangre, plaquetas y el voluntariado?

Hipótesis N°2

ALTERNATIVA	CANTIDAD	TOTAL
REDES SOCIALES	201	67%
MEDIOS TRADICIONALES	98	33%
TOTAL	299	100%

Fuente; Encuesta aplicada a residentes en la ciudad de Panamá, septiembre 2017.

A continuación, se despeja la fórmula de la proporción Z.

Po = Proporción propuesta en la hipótesis 50%

P1 = Proporción verdadera obtenida 59%

P2 = Proporción falsa obtenida 41%

n = 257 muestra

$$Z = \frac{P1 - Po}{\sqrt{\frac{p1 * p2}{n}}}$$

$$Z = \frac{0.67 - 0.70}{\sqrt{\frac{0.67 * 0.33}{336}}}$$

$$Z = \frac{-0.03}{\sqrt{\frac{0.2211}{336}}}$$

$$Z = \frac{-0.03}{\sqrt{0.000658}}$$

$$Z = \frac{-0.03}{0.0256515}$$

$$Z = -1.1695$$

Como la  $Z$  calculada es menor a 1.96 ( $Z = 7.86 > 1.96$ ), (nivel alfa expresado en una puntuación  $Z$ ), se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la nula; es decir, que no existe un nivel significativo (67%) de encuestados que consideran que las redes sociales son el medio con mayor efectividad para promover la estrategia publicitaria para que las personas donen sangre, plaquetas y participen como voluntarios de FANLYC.

## 2.12 Conclusiones

- Más de la mitad de las personas encuestadas estarían dispuesta a donar sangre, plaquetas y formar parte del voluntariado de FANLYC. Cada persona consultada se está sensibilizando respecto al tema, debido a la realidad que se vive en el País, ya que cada día se incrementan más los casos de los niños con cáncer. Las personas se están sensibilizando y quieren apoyar más y formar parte de fundaciones.
- Es factible implementar una estrategia publicitaria con el objetivo de incentivar a las personas a donar sangre, plaquetas y formar parte del voluntariado de FANLYC.
- Un porcentaje alto está interesado en ayudar y aportar algo a esos niños que día a día sufren por esa dolorosa enfermedad como lo es el cáncer.

### I. Donación de sangre y plaquetas

Se puede concluir que la mayoría de las personas están interesadas en donar sangre y plaquetas; pero muchas de ellas no saben cómo hacerlo.

## II. Participación en el voluntariado

Existe gran cantidad de personas que desean ayudar y formar parte de fundaciones donde puedan aportar algo de forma solidaria; pero no conocen los tipos de voluntariados, ni a qué se dedican. Cabe destacar que el interés es mayoritario y se pueden sumar más personas.

## III. Estrategia publicitaria para incrementar la donación de sangre y plaquetas y el voluntariado de FANLYC.

- Es necesario realizar una estrategia publicitaria para incrementar la participación de la sociedad y hacer menos difícil el procedimiento de los niños que sufren de cáncer o leucemia.
- Los medios más efectivos para informar a más personas son las redes sociales.

### 2.13 **Recomendaciones**

- Se requiere implementar más capacitaciones informativas, tanto en la fundación como en las comunidades acerca de los cuidados que deben tener las personas en el momento de donar sangre y plaquetas con el propósito de que estas no sean afectadas por prejuicios y puedan contribuir y aportar algo positivo a todos esos niños que lo necesitan.
- Es necesario orientar a la población respecto a los cuidados, así como los lugares donde pueden acudir y que cada cierto tiempo pueden repetir la donación. También concienciar a las personas interesadas y motivarlas para que transmitan lo que saben, para interesar cada vez más a otras personas.

- Tomar las medidas necesarias para captar más personas y mantener las existentes
- Debido a la importancia que tiene el donar sangre plaquetas y formar parte del voluntariado de FANLYC se recomienda lo siguiente:
- Es necesario implementar una estrategia publicitaria para incentivar a las personas de 18 a 45 años a que donen sangre plaquetas y que formen parte del voluntariado de FANLYC.
  - Desarrollar mejores estrategias en cuando a los canales de comunicación dentro de la fundación FANLYC para captar más personas que se unan a una noble causa como lo es ayudar a niños con cáncer. Las redes sociales constituyen la mejor alternativa para la divulgación, ya que actualmente casi todas las personas tienen acceso al mundo tecnológico al cual pueden acceder o con solo darle un clic.
  - Será muy conveniente para una amplia divulgación de estas obras de carácter social realizar actividades recreativas e informativas donde las personas interesadas se informen y puedan compartir esta información con otros panameños.
  - Estimar un tiempo desde el lanzamiento de las estrategias publicitarias para evaluar el comportamiento de las personas y qué tan efectiva ha sido la campaña.
  - Los colores son muy importantes dentro de la campaña publicitaria; por eso, se utilizarán los colores sugeridos por los encuestados.

### **CAPÍTULO N°3:**

## **ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO DE CAMPAÑA SOCIAL PARA LA DONACIÓN DE SANGRE, PLAQUETAS Y PARTICIPACIÓN EN EL VOLUNTARIADO FANLYC**

### 3 Presentación del proyecto

La estructura, soluciones creativas y estratégicas a cerca de la campaña social para la donación de sangre, plaquetas y voluntariado de FANLYC, se basa en la investigación realizada y presentada en el segundo capítulo, en el cual se plantea la falta de donantes y voluntarios para FANLYC. Desde hace varios años, este problema que afecta a cientos de niños se ha incrementado. En la actualidad son cada vez más, los casos de cáncer infantil, razón por la cual el problema de donación de sangre y plaquetas aumenta, pues los niños en sus tratamientos requieren transfusiones ya sea de sangre o de plaquetas, dependiendo del tipo de cáncer que padezcan. Es por ello que esta problemática se debe atacar con rapidez, para asegurar la ayuda necesaria a los niños con cáncer. En Panamá existen alrededor de 712 casos de cáncer infantil, conocidos a través de la Fundación Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer; (FANLYC). Muchos de ellos se han visto obligados a abandonar el tratamiento por varios factores, el más común e importante es la falta de dinero, lo cual les impide costear los tratamientos. En FANLYC se les brinda toda esta ayuda, pero se requiere concienciar a la comunidad para que donen sangre, plaquetas y formen parte del voluntariado. De esta manera se podrá ayudar a más niños panameños. Esta campaña se justifica, pues se necesita sensibilizar y comunicar a las personas de 18 a 45 años, posibles donantes respecto al tema, pues como hay muy poca participación de la población, no se cuenta con la sangre y plaquetas necesaria. Tristemente hay niños que abandonan el tratamiento por la carencia de sangre y de recursos económicos. Es importante recalcar también la necesidad de participación en el voluntariado de FANLYC, factor muy importante dentro de la fundación porque contar con más voluntarios se aseguran mayores aportes y mayor atención a los tratamientos de los niños.

A través de la Campaña para FANLYC se busca aumentar el número de personas que donen sangre y plaquetas tanto en forma constante como periódica. Con lo cual se obtendrán beneficios de todo orden tanto para los niños como para sus familiares.

La campaña propuesta tendrá una duración de 5 meses, desde agosto hasta diciembre. Inicia con un spot de TV, anuncio de radio, afiches, publicidad exterior; todo esto desde el 1 de agosto.

En la Semana del Libro, del 22 al 29 de septiembre se realizarán unas exposiciones informativas, cuyo lema es **“Instrúyete y salva una vida”**. Estas exposiciones se efectuarán en la Universidad de Panamá y en la Universidad Tecnológica de Panamá, con la finalidad de informar a la población estudiantil acerca de la importancia de donar y formar parte del voluntariado en FANLYC y los beneficios que obtendrán.

El 30 de septiembre se realizará la actividad tarde autóctona **“Sabor Panameño”** que tiene como fin compartir una tarde de venta de comida típica panameña. El 18 de noviembre se llevará a cabo el día de talentos **“Expresando el sentir”**, con el propósito de interactuar y compartir con los niños de la Fundación FANLYC. Como cierre de la campaña, el 2 de diciembre se realizará un día familiar **“Compartiendo y Donando”** con el objetivo de lograr la mayor participación de personas que donen sangre y plaquetas; se espera recaudar como meta 300 pintas de sangre.

Como el propósito de la campaña es informar sobre las diferentes actividades, se utilizará material gráfico como: flyer, afiches, banners, tríptico, anuncio de radio, artes para redes sociales, correo masivo en mailchimp, spot de TV, publicidad exterior. Estos recursos

tienen el fin de informar a las personas sobre campaña social para la donación de sangre, plaquetas y participación en el voluntariado de FANLYC.

La campaña estará dirigida sobre todo a personas entre los 18 y 45 años, de la ciudad capital, para que se vean motivados a donar y formar parte del voluntariado FANLYC.

Con su aporte estarían ayudando a cientos de niños que padecen de esta enfermedad.

### **3.1 Objetivos de comunicación:**

- Informar a la población de la ciudad capital sobre la necesidad de donar sangre, plaquetas y participar del voluntariado FANLYC y motivarla para que brinden su apoyo solidario y voluntario a los niños con cáncer.

### **3.2 Objetivos de la campaña:**

- Sensibilizar a la población panameña de ambos sexos de 18 a 45 años, sobre la importancia de la donación de Sangre, Plaquetas y la Participación del voluntariado FANLYC.
- Contribuir con los niños que padecen leucemia y cáncer, logrando que la población done y sea parte del voluntariado FANLYC.
- Informar a la población acerca de la forma adecuada para donar sangre y plaquetas y los distintos grupos de voluntariado en los que pueden participar.
- Incentivar a los jóvenes a ser parte del voluntariado FANLYC.
- Lograr donaciones de sangre y plaquetas para los niños con cáncer y a la vez colaborar con la fundación FANLYC.

### **3.3 Público objetivo**

Según los resultados de la investigación el público objetivo para esta campaña va en un rango de personas de 18 a 45 años, de la ciudad capital.

- **Público Primario:** Personas que cuentan con buena salud física, es uno de los requisitos más importante al momento de ser donante, según información brindada por la Fundación Amigos del niño con leucemia y cáncer.
- **Público Secundario:** Grupo que no están en condiciones de donar, pero están interesados en formar parte del Voluntariado FANLYC.

### **3.4 Duración de la campaña**

La campaña tendrá una duración de 5 meses, y está compuesta por (3) fases.

### **3.5 Estrategia creativa**

La estrategia será enfocada en lograr que la comunidad panameña se informe, a través de diferentes medios, sobre la problemática de la falta de donantes de sangre, plaquetas y la poca participación en el voluntariado de FANLYC, y de esta manera se sensibilicen para lograr el objetivo de campaña.

La estrategia creativa se apoyará en los medios complementarios impresos, como flyer, afiches, banners, tríptico, anuncio de radio, artes para redes sociales, en los cuales se resaltan las actividades planificadas, todas para hacer énfasis en la problemática de la fundación FANLYC.

De igual manera, se ha considerado necesaria la utilización de medios alternativos como parte de algunas de las actividades, para lograr un impacto positivo en el público objetivo de una manera creativa; en quienes se espera promover un cambio de actitud significativo, frente al problema de falta de donantes de sangre, plaquetas y participación en el voluntariado FANLYC. Conociendo esto, el mensaje de la campaña será reforzado a través de las piezas audiovisuales con las que se busca persuadir a la población y lograr la participación en las actividades propuestas. Se ha planteado la utilización de diferentes artículos promocionales (Calendario 2019, gorras, T-Shirts, botones, banderolas, bolitas anti-estrés, paraguas, tazas, calcomanías, llaveros, separadores.) los cuales se pueden promocionar en las actividades propuestas y en la misma fundación FANLYC; todo esto con la finalidad de reforzar la lista de donantes de sangre, plaquetas y participantes en el voluntariado FANLYC.

### **3.5.1 Mensaje esencial: idea principal**

Según algunos de los datos obtenidos en la investigación, se pudo conocer que la mayoría de las personas no donan por falta de información o por miedo a las agujas; esto muestra la importancia de informar bien a la población, cómo donar, sus beneficios y saber que pueden salvar una vida. La campaña hará énfasis en la falta de donantes y de voluntarios de FANLYC.

Aunado a esto, las personas encuestadas dijeron estar dispuestas a participar en los distintos voluntariados de FANLYC; sugirieron mayor información sobre el voluntariado, mediante la campaña.

Es por ello, que el tema de la sensibilización se ha incorporado al mensaje esencial en toda la campaña a través de las frases “#seunamigomasdeFANLYC”; además del eslogan o frase de la campaña “Dosis de energía para grandes luchadores”.

### **3.5.2 Soporte clave:**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación, se evidencia la necesidad de realizar la campaña por la falta de donantes de sangre, plaquetas y la poca participación en el voluntariado FANLYC. Esta campaña permitirá tomar las medidas necesarias para fortalecer la conciencia de la población y así lograr que sean parte de la fundación FANLYC, ya sea como donantes o voluntarios.

Como resultado de esta estrategia el grupo objetivo va a:

- Disminuir el miedo que tienen las personas al donar, por una oportunidad para los niños.
- Reflexionar sobre la falta de donantes de Sangre, Plaquetas.
- Pensar en formar parte del voluntariado FANLYC.
- Lograr inscripciones en los voluntariados de FANLYC.
- Enfatizar en que la sangre es un tejido irremplazable y que no se puede fabricar.
- Saber que la falta de donantes y voluntarios es grave.

### **3.5.3 Posicionamiento:**

Posicionar la campaña en la mente de la población sobre la importancia de donar sangre, plaquetas y formar parte del voluntariado FANLYC, con el eslogan “Dosis de energía para grandes luchadores”. De tal manera, que la campaña llegue a impactar, la

misma va acompañada de imágenes de la fundación, videos de testimonios, imágenes relacionadas al tema de donar sangre y plaquetas con el fin de motivar a la población sobre la importancia y beneficios de ser donantes y voluntarios.

#### **3.5.4 Beneficios esperados: Para la donación de sangre y plaquetas.**

- Salvar más vidas de niños
- Mayor demanda de donantes
- Satisfacción emocional del donante
- Jóvenes motivados a donar
- Mejoran la condición del paciente
- Lograr las transfusiones de sangre y plaquetas que se requieran.

Beneficios esperados: Para la participación en el voluntariado.

- Más voluntarios dispuestos
- Más Familias agradecidas
- Jóvenes motivados a ser parte del voluntariado FANLYC
- Más voluntarios inscritos

#### **3.5.5 Promesa básica:**

A pesar de ser FANLYC una fundación con varios años en Panamá, que cumple una misión extraordinaria como es ayudar a los niños con serias afecciones, son pocas las personas que asisten a donar sangre y plaquetas o que participan en alguno de sus

voluntariados; por ello, la necesidad de realizar esta campaña que busca sensibilizar de manera efectiva a la población y lograr cambios que contribuyan a mejorar la calidad de vida a los niños con cáncer y leucemia.

La promesa básica de la campaña es “Dosis de energía para grandes luchadores”. Con este slogan se quiere lograr que la población de 18 a 45 años se solidarice y se motive a participar en la donación de sangre, plaquetas y en los distintos voluntariados de FANLYC. Esta promesa básica comprende el logo que identifica la campaña, el cual presenta una conexión emocional en los colores que lo forman; principalmente con el color rojo que se complementará con el color azul. Se utilizaron los colores sugeridos por los encuestados estos fueron: rosado, celeste y verde; usando el rosado para las palabras “DOSIS DE ENERGÍA PARA”, el celeste para la palabra “GRANDES” y el verde para la palabra “LUCHADORES”.

Por último, se resalta en la identificación de la campaña, la incorporación de ilustraciones, son estas la silueta de una persona y un corazón que simula ser la bolsa de sangre, para lograr darle mayor impacto visual y que capte más la atención de la población.



### **3.5.6 Razón:**

El concepto general de la campaña se realiza con un contenido de sensibilización y persuasión, el cual pretende demostrar al público la importancia de donar sangre, plaquetas y participar en el voluntariado FANLYC. Por lo cual, como parte de las decisiones del diseño se ha incorporado el color rojo, azul, rosado, celeste y verde en el logo, el slogan y las artes gráficas, los cuales fueron sugeridos durante la investigación realizada.

### **3.5.7 Tono del mensaje:**

La campaña utilizará el tono racional, mediante la información general con que contarán las diferentes artes para lograr el aporte de la población en cuanto a donación de sangre, plaquetas y participación del voluntariado FANLYC. A través de esto se consigue el tono emocional, el cual refleja la felicidad en los niños, que se puede percibir en las diferentes imágenes utilizadas a lo largo de la campaña. Lo cual incentiva a la población a solidarizarse con los niños de FANLYC.

### **3.5.8 Concepto creativo:**

Como parte de la investigación se les solicitó a los encuestados escribir una frase como eslogan para promoverlo en la campaña. De todas las opciones dadas se escogieron cinco, las cuales se combinaron para conformar la frase “Dosis de energía para grandes luchadores”. Las otras opciones presentadas fueron “Juntos por más corazones felices”, y “Atrévete a salvar vidas”.

Si se detalla el contenido de la frase, se puede evidenciar que comienza con la palabra clave “DOSIS DE ENERGÍA”, la cual implica la necesidad que tienen los niños con leucemia y cáncer por la falta de donantes de sangre y plaquetas para la fundación FANLYC.

Esta palabra se relaciona, con el resultado de la campaña que debe ser informativa y necesariamente sensibilizadora. Luego se resalta la palabra “GRANDES” pues es lo que se quiere demostrar que son los niños, y por último la palabra “LUCHADORES” un concepto que invita a actuar de inmediato en favor de todos esos niños que libran una batalla contra la enfermedad.

Una vez más, el diseño busca resaltar la necesidad de prestar atención a la problemática de la fundación FANLYC como una situación que es vital para todos.

### **3.6 Plan de acción para la Campaña Social para la Donación de Sangre, Plaquetas y Participación del Voluntariado de FANLYC.**

Este se desarrolla con base en la investigación que se describe en el segundo capítulo, en el cual se indica la necesidad de informar a través de una campaña social el problema. La campaña va dirigida principalmente a la población de 18 a 45 años con el propósito de incentivarlos y que apoyen esta noble causa que lleva adelante FANLYC.

La campaña se enfoca en motivar la mayor cantidad posible de donantes para recaudar sangre, plaquetas y participar en el voluntariado FANLYC. Entre las actividades que serán desarrolladas en la campaña están las exposiciones informativas “**Instrúyete y salva una vida**”, tarde autóctona “**Sabor Panameño**”, talent show

“**Expresando el sentir**” y día familiar “**Compartiendo y donando**”, estas jornadas serán reforzadas en las redes sociales, tv, radio y elementos gráficos como afiche, flyers, banners, tríptico y artículos promocionales: Calendario 2019, gorras, T-Shirts, botones, banderolas, bolitas anti-estrés, paraguas, tazas, calcomanías; llaveros, separadores.

El propósito del plan de acción para la campaña es aumentar la cantidad de donantes de sangre, plaquetas y participantes en el voluntariado, y así beneficiar a los niños con leucemia y cáncer de la fundación FANLYC.

### 3.6.1 Elementos del plan de acción

La campaña que comprende el plan de acción se desarrollará en 3 fases. A continuación, se explican los componentes y de dónde salió la idea del logo, eslogan y el tema de la campaña.

- Logo:



El logo está compuesto por líneas azules que pueden ser interpretadas o asociadas con la campaña en dos formas, simula una persona que pueden ser los niños o niñas recibiendo la transfusión de sangre a los donantes, y un corazón que simula ser la bolsa de sangre, para mostrar que la donación es un acto de corazón y que puede salvar la vida de los niños.

También se puede asociar con el amor, felicidad que recibirán los niños y el amor con que se dona. Los colores utilizados fueron azul que denota seguridad y compromiso y el color rojo que es amor y principalmente el color de la sangre. Estos colores fueron sugeridos por los encuestados en el estudio.

- Eslogan:

El eslogan de la campaña “DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES”, está compuesto por 3 colores, los cuales fueron seleccionados por los encuestados. El color rosado “DOSIS DE ENERGIA”, representa a las niñas y el azul “GRANDES”, a los niños que reciben el beneficio, pues a los niños con cáncer, por lo general, les hace falta energía; con una transfusión de sangre estarían recuperándose, mejorando, lo que ayudaría a motivar a las personas a donar. El verde que lleva la palabra “LUCHADORES” significa la esperanza de mejorar y el concepto FANLYC que siempre utiliza el rojo que significa amor.

Referente a la tipografía, se utilizaron tres tipos de letras, en el eslogan; LITHOS PRO black y MLP regular, ambas a un tamaño de 24 pt realizado en Adobe Illustrator. Y la palabra FANLYC su tipografía es COMIC SAN MS en un tamaño de 18 pt. Se coloca la palabra FANLYC para que las personas reconozcan la fundación.

En cuanto al uso de la mayúscula sostenida es por el tipo de tipografía solo tiene su presentación en mayúscula, la cual conviene a la necesidad de levantar la voz ante un problema que afecta a los niños de la fundación FANLYC.

Como se puede observar, en las palabras “GRANDES LUCHADORES” hay representaciones de corazones en varias de sus letras, para reforzar la imagen del logo y apelar a que contribuir con los niños de FANLYC es una tarea de corazón.

- Tema:

El tema principal de la campaña es la donación de sangre, plaquetas y la participación en el voluntariado FANLYC, cuyo incremento solo es posible a través de la participación activa de la población.

### **3.6.1.1 Fases de la Campaña:**

Como se señaló, la campaña comprende tres fases con una duración de cinco meses, y están compuestas por una serie de actividades participativas que a su vez sirven para orientar a las personas acerca de la falta de donantes de sangre, plaquetas y la poca participación en el voluntariado FANLYC. A continuación, se detalla cada fase.

- Fase de lanzamiento

En esta fase se mostrarán las diferentes estrategias para captar el interés de la población en favor de la campaña de donación de sangre, plaquetas y participación en el voluntariado FANLYC.

Actividades 1

ACTIVIDADES	RECURSOS	FECHA DE INICIO Y TERMINACIÓN	RESPONSABLE	INDICADORES
Afiche general	Afiches, imágenes, computadora, diseñadores	1 de agosto de 2018	<b>FANLYC</b>	Se estima el 60% de asistencia de la población durante la campaña.
Muppi	Muppi, imágenes, computadora, diseñadores	1 de agosto de 2018	<b>FANLYC</b>	Se estima el 60% de asistencia de la población durante la campaña.
Valla	Valla, imágenes, computadora, diseñadores	1 de agosto de 2018	<b>FANLYC</b>	Se estima el 60% de asistencia de la población durante la campaña.
Spot televisivo	Video, cámara filmadora, computadora, imágenes, sonidos, diseñadores	1 de agosto de 2018	<b>FANLYC</b>	Se estima el 60% de asistencia de la población durante la campaña.
Exposiciones educativas “Instrúyete y salva una vida” en la Universidad de Panamá y Universidad Tecnológica de Panamá	Expositores, Aula, sillas, temas, estudiantes, elementos de respaldo para las exposiciones.	La semana del libro del 22 al 29 de septiembre 2018 De 5:00 pm a 6:00 pm	<b>FANLYC</b>	Se estima lograr la asistencia de 300 estudiantes de la universidad de Panamá y la UTP, dispuesta a participar en la donación.
Calendario de Actividades	Afiches, imágenes, computadora, diseñadores	1 de agosto 2018 Durante toda la campaña	<b>FANLYC</b>	Se estima el 50% de participación de la población en las diferentes actividades.
Afiche Informativo	Afiches, imágenes, computadora, diseñadores	1 al 15 de septiembre 2018	<b>FANLYC</b>	Se estima lograr el 40 % de la asistencia de la población estudiantil en las exposiciones.

Banner (dos)	Banner, computadora, imágenes relacionadas, arte, diseñadores, roll-up.	5 de diciembre 2018 domingo de 9:00 am a 4.30pm	<b>FANLYC</b>	Se estima que el 30% de las personas visualicen los banners.
--------------	---	---	---------------	--

- Fase de recordación

En esta etapa se mantendrá la integración de la campaña con la población a través de la participación en las actividades.

#### Actividades 2

ACTIVIDADES	RECURSOS	FECHA DE INICIO Y TERMINACIÓN	RESPONSABLE	INDICADORES
Tarde autóctona “Sabor Panameño”	Cocineros, ingredientes varios.	30 de septiembre 2018 10:00 am a 4:00 pm	<b>FANLYC</b>	Se estima aproximadamente mil tamales vendidos durante la actividad.
Entrega de Flyres	Flyres, computadora, diseño, imágenes y diseñadores	15 de agosto 2018 3:00 pm a 5:00 pm	<b>FANLYC</b>	Se estima el 30% de participación de la población que vea el flyer en las diferentes actividades.
Talent Show “Expresando el sentir”	Escenario, micrófono, pelucas, televisión, computadora, bocinas, datashow y participantes.	18 de noviembre 2018 1:00 pm a 5:00 pm	<b>FANLYC</b>	Cantidad de personas que asistan a la actividad, se estima el 40% de los que visualicen la campaña.
Entrega de Flyres	Flyres, computadora, diseño, imágenes y diseñadores	15 de octubre 2018 3:00 pm a 5:00 pm	<b>FANLYC</b>	Se estima el 30% de participación de la población que vea el flyer en las diferentes actividades.

Anuncio de radio	Locutor, micrófono, consola, bocinas, programa de edición.	1 de octubre al 30 de noviembre. Dos cuñas por día durante un mes.	<b>FANLYC</b>	Se estima que el 90% de los oyentes asistan a la actividad de cierre.
------------------	--	---	---------------	---

- Fase de cierre de campaña.

La etapa final de la campaña se centra en la actividad familiar donde culminan todas las actividades y se espera que la población asista y donen sangre, plaquetas y se inscriban en el voluntariado FANLYC.

### Actividades 3

ACTIVIDADES	RECURSOS	FECHA DE INICIO Y TERMINACIÓN	RESPONSABLE	INDICADORES
Día familiar “Compartiendo y donando”	Carpa, utensilios médicos, micrófono, televisión, bocinas, datashow, voluntarios y participantes.	2 de diciembre 2018 domingo de 10:00 am a 4.30pm	<b>FANLYC</b>	Cantidad de pintas de sangre y plaquetas recaudadas; se estima lograr un 60%
Flayer	Flyres, computadora, diseño, imágenes y diseñadores	19 al 23 de noviembre	<b>FANLYC</b>	Se estima el 50% de participación de la población dispuesta a donar en las diferentes actividades.
Banner	Banner, computadora, imágenes relacionadas, arte, diseñadores, roll-up.	2 de diciembre 2018 domingo de 9:00 am a 4.30pm	<b>FANLYC</b>	Se estima que el 90% de las personas visualicen los banners.
Tardes de Testimonio en FANLYC	Cámara filmadora, personas, computadora.	2 de diciembre 2018 domingo de 9:00 am a 4.30pm	<b>FANLYC</b>	Se estima lograr un 40% de testimonios en la actividad con los donantes y voluntarios de FANLYC.

- Fase de lanzamiento (Duración dos meses)

#### Objetivo

Despertar el interés de participar en las actividades que conforman la campaña.

#### Estrategias

Sensibilizar a las personas con cada una de las actividades, planificadas las cuales se darán a conocer mediante artes creativos, frases, colores llamativos que motiven a las personas a donar y participar en el voluntariado, y se sientan identificados con la fundación FANLYC durante la fase de lanzamiento.

#### Actividades

- Afiche general: Se realizarán cincuenta afiches que serán distribuidos en las diferentes instituciones gubernamentales y el sector privado en la ciudad capital.
- Muppi: Se dispondrá de veinte muppis, los cuales serán distribuidos en las paradas de las principales vías de la ciudad capital, de esta manera: cinco en la Vía Transístmica, cinco en Tumba Muerto, cinco en Vía España, cinco en Calle 50.
- Valla: Se dispondrá de tres vallas, ubicadas en las principales vías de la ciudad capital.

- Afiche de calendario de actividades: Se realizarán cuarenta afiches, veinte para la Universidad de Panamá y veinte para la Universidad Tecnológica. Se colocarán en puntos estratégicos de la institución, donde hay más cantidad de tráfico estudiantil, con el propósito de invitarles a participar en las diferentes actividades que complementan la campaña social de donación de sangre, plaquetas y participación en el voluntariado FANLYC.
- Afiche Informativo: Se realizarán veinte afiches, diez para la Universidad de Panamá y diez para la Universidad Tecnológica. Ubicados donde hay más tráfico estudiantil con el propósito de informar sobre los diferentes temas que se discutirán en las exposiciones para la campaña social de donación de sangre, plaquetas y participación en el voluntariado FANLYC.
- Banner uno: Se realizará un banner informativo donde se dan a conocer los requisitos para que una persona puede ser donante de sangre y plaquetas.
- Banner dos: Se elaborará un banner informativo para comunicar los diferentes tipos de voluntariados existentes, para que puedan definir con cual se sienten identificadas las personas y así participar en ellos.
- Exposiciones: Se harán dos exposiciones sobre el mismo tema, una se realizará en la Universidad de Panamá y la otra en la Universidad Tecnológica. El miércoles 26 de septiembre de 5:00 pm a 6:00 pm. Bajo el nombre de **“Instrúyete y salva una vida”**.

Durante la actividad se repartirá un pequeño refrigerio, habrá venta de artículos promocionales y al finalizar las exposiciones se procederá a inscribir a todo aquel que esté interesado en formar parte de alguno de los voluntariados.

- Fase de recordación (Duración dos meses)

#### Objetivo

Mantener activa la comunicación sobre la campaña, para continuar motivando la donación de sangre, plaquetas y participar en el voluntariado FANLYC.

#### Estrategias

Permanecer en la mente de nuestro público objetivo para reforzar el compromiso de la población con la fundación FANLYC mediante el desarrollo de actividades atractivas y anuncios que despiertan la atención y deseo de apoyar a FANLYC.

#### Actividades

- Tarde autóctona: Se realizará en el parque Urracá, con el propósito de que las personas compren comida típica panameña, conozcan de la fundación, se inscriban en los diferentes tipos de voluntariado y animen a donar sangre y plaquetas en el cierre de campaña; esta actividad lleva como nombre “**Sabor Panameño**” y será en horario de 10:00 am a 4:00 pm, el domingo 30 de septiembre de 2018. Dicha actividad también contará con inflables para niños y venta de artículos promocionales.

- **Talent Show:** Con esta actividad se busca despertar el interés de las personas para la participar en la fundación FANLYC, como donantes o como voluntarios. Esta actividad lleva como nombre **“Expresando el sentir”** y será en horario de 1:00 pm a 5:00 pm, el 18 de noviembre de 2018 en el parque Omar. Esta actividad contará con venta de comida y artículos promocionales. La idea de la actividad es que las personas que asistan interactúen con los niños de la fundación, ya sea cantando o bailando.
- **Entrega de Flyres:** Se realizarán quinientas volantes de información acerca de cada una de las actividades de la segunda fase de la campaña.
- **Anuncio de Radio:** Se realizará un anuncio informativo acerca de la actividad de cierre.
- **Fase de cierre de campaña (Duración un mes)**

### Objetivo

Lograr mediante la actividad de cierre, la mayor participación de la población en la donación de sangre, plaquetas y participación en el voluntariado FANLYC.

### Estrategias

Recaudar la mayor cantidad de pintas de sangre, plaquetas y la inscripción de participantes en los diferentes tipos de voluntariados, y que las personas continúen donando.

## Actividades

- Día familiar: Se desarrollará en la Cinta Costera Tres, en el área de los estacionamientos. Con esta gran actividad de cierre de campaña se desea concretar la participación de la población en cuanto a la recolección de sangre y plaquetas y el aumento de las personas inscritas en los diferentes tipos de voluntariados que ofrece actualmente FANLYC. Esta actividad lleva como nombre **“Compartiendo y Donando”** y será en horario 9:00 am a 4:30 pm; el 2 de diciembre 2018. Como material de apoyo se contará con la participación de voluntarios que cuentan las anécdotas vividas, ya sea como donantes de sangre y plaquetas o como voluntarios; se convocará a los voluntarios, a través de una invitación enviada por correo masivo. Se tendrá venta de comida, inflables para niños, pintas caritas, y venta de artículos promocionales.
- Flyer: Se realizarán mil volantes acerca de la actividad del cierre de la campaña que serán repartidas en toda la ciudad de Panamá.
- Banner uno: Se elaborará un banner informativo para comunicar los requisitos para que una persona puede ser donante de sangre y plaquetas.
- Banner dos: Se diseñará un banner informativo para informar los diferentes tipos de voluntariados que le permitirá a los interesados identificarse para participar en alguno de ellos.

## **A. Material gráfico para la campaña.**

### **1. Afiche General de la campaña**

A través de este elemento de comunicación se da a conocer la esencia general de la campaña con el propósito de que las personas se vayan sensibilizando y relacionando con esta, lo cual generará un interés y el logro de los objetivos propuestos.

- **Objetivo**

Comunicar a la población la importancia de la campaña para asegurar los mejores resultados.

- **Estrategia**

Para la primera fase, se realizó este afiche general, el cual se colocará en los lugares más concurridos de la ciudad de Panamá, en las diferentes instituciones gubernamentales y en el sector privado, en la ciudad capital. El afiche contiene la esencia de la campaña para motivar a que más personas participen y se unan a esta noble causa.

- **Descripción de los artes**

Afiche 11”x17”, impreso en cartulina satinada. Será diseñado según las sugerencias salidas de las encuestas, utilizando los colores recomendados rosado, verde, azul e imágenes propias de FANLYC. En la mano izquierda de la parte de arriba se colocó el logo, a su lado el título “Sé parte de la campaña FANLYC”. A continuación, parte del texto que incentiva a participar en la campaña; luego se utilizó en formas de círculo,

imágenes que muestran las diferentes actividades que se realizan en la Fundación. Se colocó el #seunamigomasdefanlyc como un texto que aparecerá en toda la campaña como un elemento de recordación. Adicional se encuentra el logo de la Fundación. En la parte de abajo se encuentra la información sobre la localización de la Fundación, sus números de teléfonos redes sociales y dirección del web, con iconos que representan esta información. La tipografía utilizada es Time New Roman. Termina con el elemento en forma de círculo que se maneja en los diferentes artes, con los colores de la campaña, elemento tomado de Freepik.



# Se parte de la Campaña FANLYC

DOSIS DE ENERGÍA PARA  
**GRANDES  
LUCHADORES**  
Fanlyc

Participa con tu donación de sangre, plaquetas e inscripción en los diferentes tipos de voluntariados.



#seunamigomasdefanlyc



Calidonia, Avenida México. Calle 33



(507) 227-7626 - 225-5986  
227-7535



info@fanlyc.org  
@fanlyc @fanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

- Recursos necesarios

Afiche, voluntarios para pegarlos, diseñador.

- Logística de implementación

Se confeccionarán cincuenta afiches que serán distribuidos en las diferentes instituciones gubernamentales y el sector privado en la ciudad capital y los lugares más transcurridos de la ciudad.

- Indicador

La efectividad de la campaña se evaluará por la cantidad de personas que asistan y participen en las diversas actividades de las tres fases de la campaña.

- Costo

Serán impresos 50 afiches cuyo costo por unidad es de B/. 3.00, el costo del diseñador es de B/. 60.00, lo que suma de B/. 210.00.

## **2. Afiche uno: Calendario de Actividades**

Es un texto por medio del cual se difunde un mensaje con intención de promover un servicio o producto, o bien, para invitar a participar o actuar de cierta forma en una actividad.

- Objetivo

Invitar a la población para que asista a las diferentes actividades que se realizarán en beneficio de FANLYC.

- Estrategia

Como inicio de la primera fase, se realizó este afiche informativo el cual se colocará en los lugares más transcurridos dentro de la Universidad de Panamá y la Universidad Tecnológica. Afiche colorido y fácil de leer, para motivar a que las personas participen.

- Descripción de los artes

Afiche 11”x17”, impreso en cartulina satinada; será diseñado según las sugerencias aportadas con las encuestas, utilizando los colores recomendados rosado, verde, azul e imágenes propias de FANLYC. El diseño consta de tres columnas en las cuales se presentan las fases de la campaña, cada una representada por un recuadro de un color; se usaron tres imágenes de actividades antes realizadas por FANLYC; el logo de la campaña está ubicado en la parte inferior en un fondo blanco para mejor visibilidad. Además, se incluye un diseño redondeado en la parte de abajo para dar la sensación de movimiento y le da un toque de diversión a la composición, dejando en un fondo limpio el logo de la campaña para lograr mayor impacto en las personas que vean el afiche. En la parte de abajo se encuentra la información sobre la localidad de la fundación, sus números de teléfonos, redes sociales y dirección del web de la fundación con iconos que representan esta información. Las tipografías utilizadas son Time New Roman y AR

JULIAN. Termina con el elemento en forma de círculo que se maneja en los diferentes artes con los colores de la campaña, elemento tomado de Freepik.

# CALENDARIO DE ACTIVIDADES



## 1ra Actividad: “Instrúyete y salva una vida”

Lugar:  
- Universidad de Panamá  
- U. Tecnológica

Fecha:  
- Semana del 22-29 de Septiembre de 2018.  
10:00 am

## 2da Actividad: “Sabor Panameño”

30 de Septiembre 2018  
10:00 am - 4:00 pm  
Parque Urraca

## “Expresando el sentir”

Domingo  
18 de Nov de 2018.  
1:00 pm - 5:00 pm  
Parque Omar

## 3ra Actividad: “Compartiendo y Donando”

Domingo 2 de Dic de 2018.  
9:00 am - 4:30 pm  
Lugar:  
Estacionamientos cinta costera 3



#seunamigomasdefanlyc



Calidonia, Avenida México, Calle 33



(507) 227-7626 - 225-5986  
227-7535



info@fanlyc.org  
@fanlyc @fanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

- Recursos necesarios

Afiche, voluntarios para pegarlos, diseñador.

- Logística de implementación

Se confeccionarán cien afiches que serán distribuidos en la Universidad de Panamá, en la universidad Tecnológica, en diferentes instituciones gubernamentales y en el sector privado en la ciudad capital.

- Indicador

Los indicadores de la efectividad de la campaña estarán determinados por la cantidad de personas que asistan a las diversas actividades de las tres fases de la campaña.

- Costo

Se imprimirán 40 afiches, con un costo por unidad de B/. 3.00; el costo del diseño es de B/. 60.00, lo que suma B/. 180.00.

### **3. Afiche dos: Temas de las Exposiciones**

El objetivo es convencer al receptor de algo determinado. Se caracteriza porque puede ser leído rápidamente y capturar la atención del receptor. Es capaz de cumplir varias funciones; a través de él, se puede interactuar y comunicarnos con el exterior.

- Objetivo

Informar los temas que se expondrán en las conferencias para lograr captar el interés de las personas y contar con su asistencia.

- Estrategia

Mantener la comunicación bajo la misma línea de diseño, para lograr que las personas asocien las actividades y tengan mayor interés por participar en la campaña.

- Descripción de los artículos y artes

Afiche 11”x17”, impreso en cartulina satinada. Para este diseño se utilizó solo un tipo de tipografía para ser más agradable a la vista y de fácil legibilidad, también se utilizaron seis fotografías relacionadas con el tema de las exposiciones, además se mantiene la línea de diseño para que la población asocie las imágenes y recuerde la campaña en desarrollo de FANLYC. El logo se colocó en el centro de las imágenes. En la parte de abajo se encuentra la información sobre la localidad de la fundación, sus números de teléfonos, redes sociales y dirección del web de la fundación, con iconos que representan esta información. Termina con el elemento en forma de círculo que se maneja en los otras artes, con los colores de la campaña, elemento tomado de Freepik.



# Te invita a las exposiciones



## Temas a Exponer

#seunamigomasdefanlyc

- Tipos de voluntariados
- La importancia de donar
- Requisitos para donar
- Beneficios de donar
- Cáncer infantil

Fecha del 22 al 29 Septiembre  
Hora de 5:00 pm a 6:00 pm.



Calidonia, Avenida  
México, Calle 33



(50) 227-7626 - 225-5986  
227-7535



info@fanlyc.org  
@fanlyc @fanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

- Recursos necesarios

Afiche, voluntarios para pegarlos, diseñador.

- Logística de implementación

Se realizarán cinco afiches, dos para la Universidad de Panamá, dos para la Universidad Tecnológica y uno ubicado en la fundación FANLYC, Los que se colocarán en la Universidad de Panamá y en la Universidad Tecnológica se fijarán donde hay más tráfico estudiantil, con el propósito de invitar a las exposiciones donde se abordarán temas relacionados con la campaña.

- Indicador

Se evaluará por la cantidad de personas que asistan a estas conferencias.

- Costo

Cada uno de los afiches tiene un costo de B/. 3.00, el costo por el diseño es de B/. 60.00, lo que totaliza B/. 75.00.

#### **4. Banner Tipos de voluntariado y sus requisitos**

Entre los elementos gráficos impresos se realizó un banner, el cual presenta la información sobre los requisitos y tipos de voluntariados de FANLYC. Está diseñado con imágenes, textos y colores que forman parte de la identidad de la campaña. El banner es un expositor gráfico portátil, utilizado para llamar la atención de la población.

En este caso para aumentar la participación e integración a los diferentes tipos de voluntariados.

- **Objetivo**

Captar la atención de la población a través del mensaje y resaltar la esencia de la campaña.

- **Estrategia**

Diseñar un banner impreso por medio del cual la población capte la información necesaria y se motive a una mayor participación e integración a los diferentes tipos de voluntariados de FANLYC, con la finalidad de aumentar la cifra actual de voluntarios.

- **Descripción de los artes**

El banner cuenta con un diseño rectangular, con el fondo blanco. En la parte superior izquierda está colocado el logo de FANLYC con cuatro líneas a la mano derecha resaltando los colores de nuestra campaña. Seguido, se muestra parte del texto principal con la información sobre el voluntariado. En cada cuadro están los diferentes tipos de voluntariados separados por los siguientes colores verde, rosado y azul. Luego en la forma circular se plasmaron imágenes de las diferentes actividades de los grupos de voluntariado FANLYC, en el medio se colocó el logo y eslogan de la campaña “DOSIS DE ENERGIA PARA GRANDES LUCHADORES”. La otra parte del texto presenta la información de los requisitos identificados con pequeños círculos rosados.

En la parte de abajo, se encuentra la información de localidad de FANLYC sus números de teléfonos, redes sociales y dirección del web de la fundación, con iconos que representan cada una de estas informaciones. Termina con el elemento en forma de círculo que se maneja en los diferentes artes, con los colores de la campaña, elemento tomado de Freepik. El banner posee un tamaño de 33 pulgadas por 79, con su estructura y la tipografía utilizada es Times New Roman.



## Voluntariados

Brindan apoyo a la Fundación a través del trabajo voluntario para procurar el bienestar de todos los niños con cáncer.

### Únete a los diferentes Tipos de Voluntariados

Participación en grupo	Participación Individual	Institucional o Corporativo
<p>SúperAmig@s</p> <p>Grupo E</p> <p>Grupo de Soporte</p> <p>Grupo Huellas</p>	<p>Amigos de Posada</p> <p>Organización de Eventos</p> <p>Amigo Estrella</p> <p>Hermanos de Sangre y Plaquetas</p>	<p>Servicio Social</p> <p>Proyectos Internacionales</p> <p>Voluntario Corporativo</p>



### Requisitos generales

#seunamigomasdefanlyc

- Ser mayor de edad y en caso de ser menor de edad contar con la aprobación de sus padres o tutores, sin distinción de nacionalidad, sexo, religión, ocupación, profesión o ideales políticos.
- Tener tiempo y disponibilidad para participar de manera activa de las actividades programadas.
- Recibir curso de inducción según el tipo de voluntariado que va a ejercer y pasar por cualquier otro requisito dispuesto para el tipo de voluntariado de su elección.
- Los voluntarios deben ajustarse al horario establecido para cada tipo de voluntariado.
- Los voluntarios deben participar en la Jornada de Capacitación del voluntariado.
- El voluntario tiene el compromiso irrenunciable de respetar los principios básicos de la Fundación y no puede comprometer la imagen ni utilizar la misma con fines personales o pecuniarios, los cuales lesionarían la función social que desempeña la Fundación.
- Aceptar, sin excepción alguna, la utilización de los diferentes distintivos, otorgados por la Fundación, con el fin de identificar de manera fácil y práctica a qué tipo de voluntariado pertenece la persona.
- Cada año se hará una evaluación del cumplimiento de estos requisitos.



Calidonia, Avenida  
México, Calle 33



(507) 227-7626 - 225-5986  
227-7535



info@fanlyc.org  
@fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

- Recursos necesarios

Computadoras, diseñador, imágenes, información, impresión del arte.

- Logística de implementación

El banner se colocará en lugares estratégicos durante las diferentes actividades como parte de la campaña, para motivar y resaltar estos puntos importantes y así lograr la mayor inscripción de personas en los diferentes tipos de voluntariados.

- Indicador

Por la cantidad de personas que se acerquen a leer la información del banner, que tendrá un punto estratégico en las diferentes actividades como por ejemplo en la entrada. De estas personas que se acerquen lean y luego se inscriban.

- Costo

El diseño del arte del banner tendrá un costo de Bl. 65.00 y su impresión, un roll up con estructura cuesta Bl. 85.60, la cual totaliza Bl. 150.60.

## **5. Banner Requisitos para ser donantes**

Entre los elementos gráficos impresos se realizó el segundo banner, el cual cuenta con información sobre los requisitos para ser donante de sangre y plaquetas a la Fundación Amigos del niño con leucemia y cáncer. Este gráfico se ha diseñado con imágenes, textos y colores que forman parte de la identidad de la campaña, los cuales buscan llamar la atención de la población y despertar el interés de ser donantes.

- Objetivo

Captar la atención de la población a través del mensaje y resaltar la esencia de la campaña.

- Estrategia

Diseñar un banner impreso que informe a la población sobre los requisitos para ser donante de sangre y plaquetas a la Fundación Amigos del niño con leucemia y cáncer.

- Descripción de los artes

El banner cuenta con un diseño rectangular, con el fondo blanco; en la parte superior izquierda está colocado el logo de FANLYC con cuatro líneas a la mano derecha, que resaltan los colores de la campaña. Seguido se muestra parte del texto principal con la información Hermanos de Sangre y Plaquetas. En cada círculo que ocupa el centro del gráfico, se plasmaron imágenes de donación de sangre y plaquetas. Inmediatamente después se colocó el logo y eslogan de la campaña “DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES”. La otra parte del texto contiene la información sobre los requisitos para ser donante, identificados con pequeños círculos rojos.

En la parte de abajo se encuentra la información donde se localiza la fundación, sus números de teléfonos, redes sociales y dirección del web, con iconos que representan esta información. Termina con el elemento en forma de círculo que se maneja en las diferentes artes con los colores de la campaña, elemento tomado de Freepik. El banner posee un tamaño de 33 pulgadas por 79, cuenta con su estructura y la tipografía utilizada es Times New Roman.



## HERMANOS DE SANGRE Y PLAQUETAS

Donan sangre y plaquetas periódicamente, algo que es indispensable para superar la enfermedad. Se inscriben en FANLYC, y serán referidos para donar en los bancos de sangre de los hospitales que atiendan a los niños.



#seunamigomasdefanlyc

### Requisitos generales

- Gozar de buena salud física y mental.
- Ser mayor de edad, entre 18 a 65 años.
- Pesar más de 110 libras.
- No sufrir de enfermedades crónicas, de transmisión sexual, hepatitis, insuficiencia renal o diabetes.
- No tener un comportamiento de riesgo asociado a enfermedades de transmisión sexual.
- El donante no debe haber sido intervenido por algún tipo de cirugía en el último año.
- El donante no debe haber sido vacunado de ninguna forma en el último mes antes de la donación.
- Tener documentos de identidad personal.
- La donación debe ser voluntaria y no pagada.



Calidonia, Avenida  
México, Calle 33



(507) 227-7626 - 225-5986  
227-7535



info@fanlyc.org  
@fanlyc @fanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

- Recursos necesarios

Computadora, diseñador, imágenes, información, impresión del arte.

- Logística de implementación

El banner se colocará en lugares estratégicos durante las diferentes actividades como parte de la campaña para motivar y resaltar estos puntos importantes y así lograr la mayor inscripción de personas en los diferentes tipos de voluntariados.

- Indicador

Su eficacia dependerá de la cantidad de personas que se acerquen a leer la información del banner, que estará en punto estratégico en las diferentes actividades de la campaña por ejemplo en la entrada.

- Costo:

Diseño del arte Bl. 65.00; impresión de un roll up con estructura Bl. 85.60. Lo cual totaliza un costo de Bl. 150.60.

## **6. Flyer uno Sabor Panameño**

A pesar de que los flyers han disminuido su importancia como medio de difusión, se incluyó dentro de la campaña por su función informativa y publicitaria. El flyer es uno de los formatos más utilizados en forma publicitaria; en esta campaña se plantea como medio gráfico de utilidad para informar las actividades de la campaña para la fundación FANLYC.

- Objetivo

Invitar a la población para que asista a la actividad que se realizará en la fase dos de la campaña, la cual tiene el fin de incentivar a las personas para que asistan al gran cierre de la campaña.

- Estrategia

Utilizando un flyer sencillo, claro y llamativo se busca invitar a la población a compartir con los niños de FANLYC en la actividad realizada; con ello recordaran la importancia de la campaña.

- Descripción de los artes

Diseño tamaño 5.5"x8.5", impreso en papel bond de 20 libras, full color, realizado sobre la misma línea ya antes planteada, promocionando una de las actividades de la 2da fase. Se utilizó dos tipografías distintas la Time new Román, y Ar Julian; además, los títulos de las actividades son de color rosado para que resalte entre el resto del texto, utilizamos tres imágenes de actividades similares realizadas por la fundación FANLYC. El logo se encuentra en la parte superior izquierda al lado del título del flyers, En la parte de abajo se encuentras la información de localidad de FANLYC, sus números de teléfonos, redes sociales y dirección del web de la fundación con iconos que representan esta información, y el #seunamigomasdefanlyc. Termina con el elemento en forma de círculo que se maneja en los diferentes artes con los colores de la campaña, elemento tomado de Freepik.



# TE INVITA

DOSIS DE ENERGÍA PARA  
**GRANDES  
LUCHADORES**  
Fanlyc



## "SABOR PANAMEÑO"

**Venta de tamales para compartir  
y ayudar a los niños de la  
fundación.**



**30 de Septiembre 2018  
10:00 am - 4:00 pm  
Parque Urraca**



**#seunamigomasdefanlyc**



Calidonia, Avenida  
México, Calle 33



(507) 227-7626 - 225-5986  
227-7535



info@fanlyc.org  
@fanlyc @fanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

- Recursos necesarios

Flyers, repartidores, diseñador, computadora.

- Logística de implementación

Se confeccionarán quinientas volantes; la entrega será el quince de agosto de 2018, días antes de la actividad; el horario de entrega será de 3:00 pm a 5:00 pm, en paradas principales de Transistmica, vía España, Calle Cincuenta y Tumba Muerto.

- Indicador

Se evaluará por la cantidad de personas que asistan a las actividades e indiquen que se enteraron por medio del flyers.

- Costo

El costo del diseño del flyers es B/. 60.00 y su impresión de los 500 ejemplares en papel bond de 20 libras, a full color tiene un costo de B/. 150.00, lo cual totaliza B/. 210.00.

## **7. Flyer dos Expresando el sentir**

Los flyers, denominados también, "Volantes" son folletos de pequeñas dimensiones y gramajes reducidos, que se utilizan para transmitir información publicitaria sobre productos y servicios de una empresa.

- Objetivo

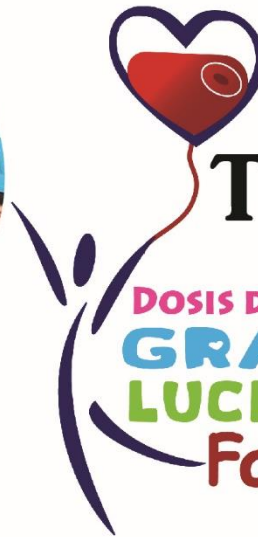
Invitar a la población para que asista a la actividad que se realizará en la fase dos de la campaña con el propósito de que las personas compartan con los niños y se animen a donar o a ser parte del voluntariado de FANLYC.

- Estrategia

Utilizando un flyer sencillo, claro y llamativo se busca invitar a la población a compartir con los niños de FANLYC, en la actividad realizada como recordación de la importancia de la campaña.

- Descripción de los artes

Diseño tamaño 5.5”x8.5” impreso en papel bond de 20 libras, full color, realizado sobre la misma línea ya antes planteada, promocionando una de las actividades de la 2da fase. Se utilizó dos tipografías distintas la Time new Román, y Ar Julian, además los títulos de las actividades son de color rosado para que resalte entre el resto del texto, utilizamos tres imágenes de actividades similares realizadas por la fundación FANLYC. El logo se encuentra en la parte superior derecha al lado del título del flyers, En la parte de abajo se encuentras la información de localidad de la fundación sus números de teléfonos redes sociales y dirección del web de la fundación con iconos que representan esta información, y el #seunamigomasdefanlyc. Termina con el elemento en forma de círculo que se maneja en los diferentes artes con los colores de la campaña, elemento tomado de Freepik.



# TE INVITA

DOSIS DE ENERGÍA PARA  
**GRANDES**  
**LUCHADORES**  
Fanlyc

## “EXPRESANDO EL SENTIR”

Talent show para compartir  
con los niños de la fundación.

**Domingo 18 de Nov de 2018.**

**1:00 pm - 5:00 pm**

**Parque Omar**

**#seunamigomasdefanlyc**



Calidonia, Avenida  
México, Calle 33



(507) 227-7626 - 225-5986  
227-7535



info@fanlyc.org  
@fanlyc @fanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

- Recursos necesarios

Flyers, repartidores, diseñador, computadora.

- Logística de implementación

Se realizarán quinientos volantes, la entrega será el primero de noviembre de 2018, días antes de la actividad, el horario de entrega será de 3:00 pm a 5:00 pm, en paradas principales de Transistmica, Via España, Calle Cincuenta y Tumba Muerto.

- Indicador

Se evaluará por la cantidad de personas que asistan a las actividades e indiquen que se enteraron por medio del flyers.

- Costo

Los quinientos flyers impresos en papel bond de 20 libras, a full color tiene un costo de B/. 60.00 por diseño y de B/. 150.00 dólares, por impresión, lo que totaliza un gasto de B/. 210.00.

## **8. Flyer tres Compartiendo y donando**

A pesar de que los flyers han disminuido su importancia como medio de difusión, se incluyó en la campaña por su función informativa y publicitaria. En esta actividad se plantea como medio gráfico de utilidad para informar sobre las actividades de la campaña para la fundación FANLYC.

- **Objetivo**

Activar el apoyo de toda la población para que se sientan parte de la campaña y participen en la última y más importante actividad.

- **Estrategia**

Incentivar a las personas a través del flyer para que asistan al gran cierre de campaña, y contribuyan con los niños de FANLYC, y que se logre la meta propuesta en cuanto a la donación de Sangre, Plaquetas la participación en el voluntariado FANLYC.

- **Descripción de los artículos y artes**

Diseño tamaño 5.5”x8.5”, impreso en papel bond de 20 libras, full color, promocionando el cierre de la campaña y la actividad más importante, la recolecta de sangre, plaquetas e inscripción en los distintos voluntariados que brinda FANLYC. Se utilizó dos tipografías distintas la Time new Román, y Ar Julian, la tipografía en color negro y utilizándo una imagen sobre la donación. El logo se encuentra en la parte inferior izquierda, más abajo se encuentra la información de localidad de FANLYC, sus números de teléfonos, redes sociales y dirección del web de la fundación con iconos que representan esta información. Termina con el elemento en forma de círculo que se maneja en los diferentes artes con los colores de la campaña, elemento tomado de Freepik.



## RECOLECTA DE SANGRE, PLAQUETAS E INSCRIPCIÓN EN EL VOLUNTARIADO

### “COMPARTIENDO Y DONANDO”



**Domingo 2 de Diciembre de 2018**

**9:00 am - 4:30 pm**

**Estacionamientos  
cinta costera 3**

**Te invita**



**#seunamigomasdefanlyc**

  
Calidonia, Avenida  
México, Calle 33

  
(507) 227-7626 - 225-5986  
227-7535

  
info@fanlyc.org  
@fanlyc @fanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

- Recursos necesarios

Flyer, diseñador, computadora, repartidores.

- Logística de implementación

Se realizarán mil volantes de información acerca de la última actividad; la entrega será del diecinueve al veintitrés de noviembre, días previos al cierre de campaña, el horario de entrega será de 3:00 pm a 5:00 pm, en paradas principales de Transistmica y Tumba Muerto.

- Indicador

Se evaluará por la cantidad de personas que asistan al cierre de la campaña e indiquen que se enteraron por medio del flyers.

- Costo

Se realizarán mil volantes impresos en papel bond de 20 libras, a full color tiene un total es de de B/. 360.00, de los cuales B/. 60.00 son por diseño y B/. 300.00 por la impresión.

## **9. Tríptico Informativo sobre FANLYC**

Se ha planteado el tríptico como un material gráfico complementario. En este caso, el tríptico incluye información sobre la fundación FANLYC, actividades y valiosos datos sobre el cáncer infantil.

- Objetivo

Transmitir un mensaje y que al desplegar el folleto el mensaje logre impactar al lector.

- Estrategia

Indicar los datos más relevantes de la fundación, desde sus inicios hasta sus labores actuales. Rescata las actividades que realiza durante todo el año y la importancia de la donación de sangre y plaquetas para los niños.

- Descripción de los artes

Tríptico tamaño 8.5”x11” dividido por temas de la fundación. Se resaltan todas las actividades de FANLYC y se hace un llamado a la conciencia de las personas para que se animen a ser parte de FANLYC; se habla sobre el cáncer pediátrico y las señales de alarma en los niños. En la parte inferior, hay tres franjas de color verde, rosado y azul que siguen la línea de diseño que acompaña a los demás artes.

En la parte de atrás, se encuentran datos sobre la localidad de FANLYC, sus números de teléfonos, redes sociales y dirección del web de la fundación con iconos que representan esta información. También al reverso se incluye el logo de la campaña.

## VOLUNTARIADO

Voluntario es la persona que, por elección propia, dedica una parte de su tiempo a la acción solidaria, altruista, ofreciendo sus conocimientos, y dicho esfuerzo contribuye a la creación de un mundo mejor.



### MISIÓN DEL VOLUNTARIADO

Brindar apoyo a la Fundación a través del trabajo voluntario para procurar el bienestar de todos los niños con cáncer.



## TIPOS DE VOLUNTARIADO

### PARTICIPACIÓN EN GRUPO

SúperAmig@s  
GRUPO E  
GRUPO DE SOPORTE  
GRUPO HUELLAS

### PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL

AMIGOS DE POSADA  
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS  
AMIGO ESTRELLA  
HERMANOS DE SANGRE Y PLAQUETAS

### INSTITUCIONAL O CORPORATIVO

SERVICIO SOCIAL PROYECTOS  
INTERNACIONALES  
VOLUNTARIADO CORPORATIVO



## SIGNOS Y SÍNTOMAS DE LA LEUCEMIA EN LOS NIÑOS

Cansancio, fiebre (por dos o tres semanas), palidez, petequias, equimosis, sangrado, crecimiento del hígado y bazo, ganglios aumentados de tamaño e infiltración a testículos o sistema nervioso central. Hay que tener en cuenta que el diagnóstico final se realiza por aspirado de médula ósea.



## NUESTROS EVENTOS

Cada año realizamos 3 eventos importantes de educación a la comunidad y recaudación de fondos, en los que participan más de 5000 voluntarios: Fest 4u, Radiomaratón y Relevo por la Vida.

También se realizan otros eventos importantes de educación y recreación dirigidos a los niños beneficiarios como el Campamento de Verano y la Fiesta de Navidad, esta última logra incentivar a muchas empresas amigas y cientos de voluntarios para colaborar con la alegría de más de 400 niños y sus familiares.

**DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES**  
**Fanlyc**

#seunamigomasdefanlyc

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7526 - 225-9886 - 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

## SABES ALGO SOBRE FANLYC

FANLYC es una Organización sin fines de lucro que brinda varios servicios a los niños y niñas con diagnóstico de cáncer en Panamá como medicamentos, transporte, apoyo psico-social, alimentación saludable, educación, y más.

En nuestro país tenemos más de 800 casos de niños con cáncer; muchos de ellos no tienen los recursos necesarios para costear sus tratamientos. Hace veinte años, cuando un grupo de padres de niños con leucemia decidimos trabajar contra el cáncer infantil, solo eran 150 pacientes, y el 25% de ellos abandonaban sus tratamientos. Actualmente, se ha logrado erradicar tal abandono.

- Recursos necesarios

Trípticos, diseñador, computadora, repartidores.

- Logística de implementación

Se imprimirán quinientos trípticos; se repartirán durante toda la campaña en las distintas fases; además, se repartirán los mismos días de entregas de los flyers.

- Indicador

Se evaluará por las personas que muestren interés en ser parte de la fundación FANLYC.

- Costo

Cada tríptico tiene un costo de impresión en papel satinado de B/. 1.00 por cada cara, sería B/. 2.00 dólares por unidad, más 60.00 del diseñador, el costo asciende a B/. 1'060.00.

## **B. Artículos promocionales**

Los artículos promocionales procuran comunicar la esencia de la campaña. Las calcomanías y las bolitas anti estrés serán un recordatorio para los donantes y voluntarios, para que permanezca y recuerden la campaña.

Los demás artículos promocionales estarán a la venta durante las actividades como complemento de la campaña.

Los artículos promocionales que se diseñaron son calendario 2019, gorras, t-shirts, bolsas, paraguas, botones, calcomanías, separadores, taza, llaveros, cada uno con el logo, eslogan y colores de la campaña. Al entregarse en forma de premio, los artículos promocionales tienen un gran impacto en la población y el mensaje se transmitirá visualmente.

- Objetivo

Fortalecer la esencia de la campaña a través de los artículos promocionales.

- Estrategia

Implementar una línea de artículos promocionales que resulten llamativos para la población de 18 a 45 años de la ciudad de Panamá, los cuales serán antes de comunicación directa del mensaje esencial de la campaña.

- Descripción de los materiales promocionales

## 1. Calendario

Los calendarios son bien aceptados en las campañas, pues son muy útiles a las personas que los adquieren y es un artículo promocional llamativo e importante porque se utiliza por un año completo. Para la campaña se creó un diseño con dos versiones de imágenes diferentes, quedan así dos opciones de calendario.



## 2. Gorra

Las gorras se diseñaron con los colores representativos de la campaña, con ella se busca llamar la atención de la población y que permanezca el recuerdo de la campaña a través del logo y eslogan que estarán en la parte frontal.

Para las gorras se realizó un solo tipo de diseño con los diferentes colores de la campaña rojo, rosado, azul y el color negro que no es un color que aparezca mucho dentro de la campaña, pero en las gorras, es un color muy utilizado por tal razón se incluyó en el diseño. En la parte frontal de la gorra se encuentra el logo y eslogan como eje central de enfoque para que sea identificado con facilidad con unas líneas separada en pequeños cuadrillos estilo bordado del mismo color de la visera. Cada gorra está representada por un color y en la parte de atrás de la gorra se localiza el logo de la fundación Amigos del niño con leucemia y cáncer.



### 3. T-shirt

Los t-shirts son un artículo esencial dentro de la campaña durante su ejecución; resulta un medio visual útil para el reconocimiento de la campaña.

El color blanco, permite resaltar perfectamente los colores del logo y eslogan para ser apreciados con mayor facilidad la parte del cuello se diseñó con los colores negro, azul y rojo, para que armonice con el logo de la campaña y las gorras.



### 4. Botones

Los botones o pines son un elemento esencial en la campaña los cuales logran llamar la atención de las personas. Su diseño es simple pero muy elegante su fondo de color blanco con el logo de la campaña y el eslogan.



## 5. Banderolas

Las banderolas promocionales son muy creativas con las cuales se obtiene la visibilidad del mensaje o esencia de la campaña, se colocan en diversos lugares para que sean vistas por la población y así contagiarlos y llamar su atención.

Para el diseño de las banderolas se utilizaron los colores de la campaña celeste, rosado, verde utilizando el logo.



## 6. Bolitas anti-estrés

Como parte esencial en el momento de donar sangre, siempre se utiliza una bolita-antiestrés para relajar tensiones en ese momento. Como parte de la campaña se diseñaron estas bolitas con los diferentes colores de la campaña, el logo y su eslogan.



## 7. Tazas

Las tazas son parte de los artículos promocionales que nunca deben faltar en una campaña, pues cumplen una función importante. Se pueden utilizar en todo momento y siempre será un medio visual para llamar la atención de las personas que vean y reconozcan el logo y eslogan de la campaña.



## 8. Paraguas

Como la campaña se estará ejecutando en los meses en que Panamá tiene temporada lluviosa se desarrollaron paraguas como parte de los artículos promocionales. Los diseños fueron enfocados en los colores de la campaña.

Campana Social para la Donación de Sangre, Plaquetas y Participación en el voluntariado FANLYC



## 9. Calcomanías

Las calcomanías siempre están presentes en las campañas; son accesibles a ser colocadas en cualquier lugar para las personas puedan verlas y reconocer la campaña. Se diseñaron varias opciones para ofrecer la mayor variedad y con los colores de la campaña.



## 10. Separadores

Los separadores de libros son muy prácticos y cumplen con la función de dejar una marca donde se queda en la lectura para luego continuar, como un registro o guía para saber dónde se ha leído el libro. Se implementaron dos diseños de separadores para la campaña a fin de que sean recordados los mensajes principales de la misma.



## 11. Llaveros

Los llaveros juegan un papel muy fundamental dentro de los productos promocionales en una campaña, se pueden utilizar en todo momento para llevar consigo las llaves de casa, carro, oficina y demás y a las personas les gusta como souvenir. Se desarrollaron tres modelos, dos con diferentes colores redondos y el otro cuadrado; todos con el logo y eslogan de la campaña.



Recursos: Calendario, gorras, T-shirts, botones, banderolas, bolitas anti-estrés, tazas, paraguas, calcomanías, separadores y porta llaveros.

Indicador: Se evaluará por la cantidad de personas que usen los artículos promocionales.

**Costo:**

**Costo Artículos Promocionales**

<b>Artículos</b>	<b>Costo de artes</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo total de impresión, artículo y arte</b>	<b>Costo de Venta</b>
<b>Calendario</b>	B/. 25.00	B/. 1.50	500	B/. 750.00	<b>B/. 3.00 = 1,500</b>
<b>Gorras</b>	B/. 25.00	B/. 2.75	200	B/. 550.00	<b>B/. 5.00 = 1,000</b>
<b>T-shirts</b>	B/. 25.00	B/. 7.50	100	B/. 750.00	<b>B/. 10.00 = 1,000</b>
<b>Botones</b>	B/. 25.00	B/. 1.25	200	B/. 250.00	<b>B/. 3.00 = 600</b>
<b>Banderolas</b>	B/. 25.00	B/. 2.50	50	B/. 125.00	<b>Actividades</b>
<b>Bolita anti-stres</b>	B/. 25.00	B/. 0.50	1000	B/. 500.00	<b>Regalar</b>
<b>Tazas</b>	B/. 25.00	B/. 3.00	150	B/. 450.00	<b>B/. 5.00 = 750</b>
<b>Paraguas</b>	B/. 25.00	B/. 4.50	100	B/. 450.00	<b>B/. 7.00 = 700</b>
<b>Calcomanías</b>	B/. 25.00	B/. 0.20	600	B/. 120.00	<b>Regalar</b>
<b>Separadores</b>	B/. 25.00	B/. 0.25	500	B/. 125.00	<b>B/. 0.75 = 375</b>
<b>Llaveros</b>	B/. 25.00	B/. 1.50	150	B/. 225.00	<b>B/. 2.50 = 375</b>
<b>Total</b>	<b>B/. 275.00</b>			<b>B/. 4, 295.00</b>	<b>B/. 6, 300.00</b>

**La utilidad para la Fundación sería B/. 6,300.00 – B/. 4,295.00 = B/. 2,005.00**

## C. Piezas Audiovisuales

### 1. Anuncio de Radio Invitación para participar en la actividad.

- Objetivo

Impactar al oyente para que recuerde la gran actividad de cierre de campaña.

- Estrategia

Se busca captar la atención de la población utilizando una voz agradable al oído y que hagan sentir el deseo de participar en el evento.

- Descripción de los artículos y artes

Versión mensaje de voz general uno

DFX:

VOZ MASCULINA: Existen aproximadamente 654 casos de niños con cáncer en Panamá....

Al contribuir con tu donación de sangre y plaquetas a FANLYC podrías salvar muchas vidas....

LOC. INST: Únete al voluntariado FANLYC y **regala dosis de energía a grandes luchadores.**

Versión mensaje de voz general dos

DFX:

VOZ MASCULINA: Sé un amigo más de FANLYC...apoya la campaña social de donación de sangre, plaquetas y voluntariado FANLYC.

LOC. INST: Los niños de la fundación estarán muy agradecidos y **regala dosis de energía a grandes luchadores.**

Versión mensaje de voz tres, actividad de cierre.

DFX:

VOZ MASCULINA: ¿sabes que la sangre no se fabrica? Se necesitan más voluntarios como Tú.....en FANLYC

Asiste este dos de diciembre en los estacionamientos de la Cinta Costera tres; desde las 9:00 de la mañana y regala “Dosis de energía a grandes luchadores”. Te invita FANLYC.

LOC. INST: Es más importante salvar vidas, vence tus temores y conviértete en un héroe de FANLYC.

Participa en la gran recolecta de sangre y únete a el voluntariado de FANLYC.

Asiste este dos de diciembre en los estacionamientos de la Cinta Costera tres desde las 9:00 de la mañana y regala Dosis de energía a grandes luchadores.

Los niños de FANLYC te lo agradecerán.

- Recursos necesarios

Locutor, micrófono, consola, bocina, programa de edición.

- **Logística de implementación**

El anuncio de radio será escuchado diez veces al día por dos meses, en las emisoras radio Disney, la ky, fm corazón.

- **Indicador**

Se evaluará por la cantidad de personas que asistan a las actividades e indiquen que escucharon el anuncio de radio.

- **Costo**

El anuncio de radio tiene un costo total de B/. 5,850.00, invertidos de la siguiente manera: B/. 270.00 del talento, B/. 12.00 por mención en cada emisora pautando cinco veces al día en el mes de agosto, lo que suma B/. 5,580.00.

## **2. Spot de televisión**

- **Objetivo**



Invitar a la población de la ciudad capital a participar de la campaña “Dosis de energía para grandes luchadores”.



- **Estrategia**



A través del video se quiere incentivar a la población a que se solidaricen con los niños de la fundación FANLYC.

- **Descripción de los artículos y artes**

Spot TV

Toma	Descripción	Complemento
	<p>Fondo negro, pantalla completa se muestra una línea de vida en color blanco con efecto de parpadeo.</p>	<p>Voz: Sabes que la sangre no se fabrica, se necesitan más voluntarios como tú. Pito de cardiaco débil.</p>
	<p>Fondo rojo, pantalla completa se muestra una línea de vida en color blanco con efecto de parpadeo.</p> <p>Texto: Tú puedes salvar vidas.</p>	<p>Voz: Es más importante salvar vidas, vence tus temores y conviértete en un héroe. Participa en la gran recolecta....</p>

	<p>Fondo blanco pantalla completa, imagen de niños sonriendo.</p> <p>Texto: Únete al voluntariado Regala energía</p>	<p>Voz: De sangre y únete al voluntariado de FANLYC, y regala dosis de energía...</p>
		

	<p>Fondo blanco pantalla completa, logo de la fundación y de la campaña.</p>	<p>Voz: a grande luchadores.</p>
		

- Recursos necesarios

Cámara filmadora, localidad, diseñador, imágenes, sonidos.

- Logística de implementación

El video será transmitido en TVN y Telemetro, en un horario de:

TVN:

Martes: Noticias medio día

Viernes: En Hellou

Telemetro:

Lunes: Noticias Matutinas

Miércoles: En la lotería

- Indicador

Cantidad de personas que vean el spot.

- Costo

Costo total del video B/. 32,090.00 invertidos de la siguiente manera: B/. 250.00 por edición, B/.19, 600.00 en Telemetro y B/.12, 240.00 en TVN.

#### **D. Redes Sociales**

Se trabajará con Facebook e Instagram, complementario a la tv, pues son medios más personales y abarca gran parte del público objetivo.

##### **1. Carrusel de Instagram y Facebook**

- Objetivo

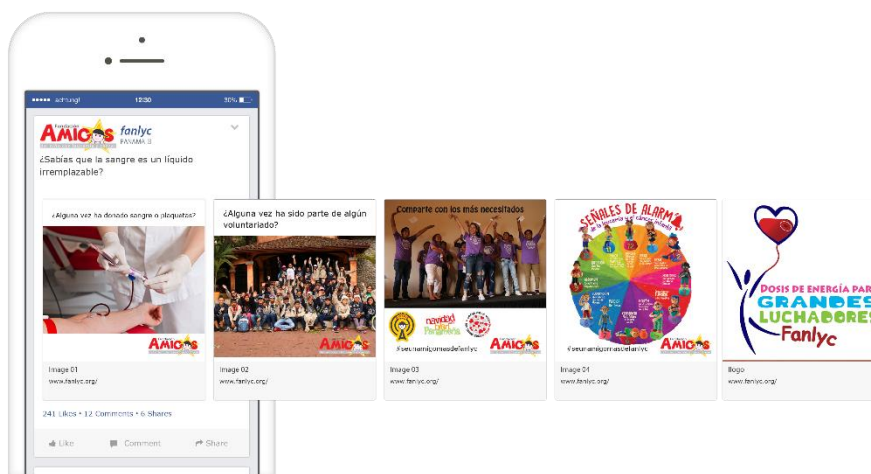
Difundir de manera eficaz a través de esta red social el mensaje de la campaña.

- Estrategia

Publicar el carrusel en Instagram dos veces a la semana por un mes.

- Descripción de los artes

El arte de Instagram, se enfocó en los temas principales de la campaña, para de esta manera informar a las personas cómo pueden ayudar y su importancia. Este arte va vinculado a la cuenta de Facebook.



- Recursos necesarios

Producción de las artes, diseñador, imágenes.

- Indicador

Se evaluará por la cantidad de personas que lo vean, comenten y le den “like” a los artes en Facebook e Instagram.

- Costo

Diseño de artes B/. 75.00

## **E. Publicidad Exterior**

Como parte de la campaña se implementará la publicidad exterior que es un medio de divulgación en lugares públicos y que está expuestas a la visibilidad de los transeúntes y peatones. Se trata de un recurso muy eficaz y productos dentro de la campaña ante el público objetivo.

- **Objetivo**

Impactara una gran cantidad de personas que transitan por estos lugares estratégicos donde estará colocada la publicidad exterior, con el fin de vincularlos con la campaña.

- **Estrategia**

Cautivar a través de una publicidad creativa, la atención de toda la población, generando grados de importancia sobre la recordación de la campaña.

- **Descripción de la publicidad exterior**

### **1. Mupis**

Los famosos Mupis no podrán faltar en esta campaña, ya que son soportes de menor tamaño que otras publicidades exteriores; pero estas son utilizadas para impactar tanto a peatones como automóviles logrando así tener más cobertura y que el mensaje principal de la campaña llegue a más personas.

Costo por arte: Bl. 80.00.



## **2. Valla**

La valla publicitaria es un soporte plano sobre el que se fijan anuncios o carteles que contienen mensajes breves con la finalidad de captar la atención de los usuarios. Como parte de la campaña se realizó una valla para que la esencia del mensaje sea comprendida por más personas y que estas se unan a esta noble causa.

Costo por arte: B/. 125.00.



### 3. Publicidad en Paradas

La publicidad de paradas de buses es un formato dirigido específicamente a los transeúntes y pasajeros de buses, quienes observan con facilidad el mensaje o la esencia de la campaña.

Costo por arte: B/. 125.00.



#### 3.6.2 Estrategias de medios

Para la ejecución de este proyecto planteado en la investigación, los medios que se utilizarán son:

- Medios tradicionales: Los medios de comunicación tradicionales tienen la particularidad de llegar a grandes audiencias; por ello se conocen como medios masivos. Por tal razón, se utilizará la radio como una ventaja para una buena aceptación, además de ser un medio económico si se le compara con los otros.

- **Redes sociales:** Se sabe que en la actualidad las redes sociales cumplen una misión importante en la sociedad. Por tal razón, se utilizará este medio para llegar a más personas, con lo cual se dejará así el mensaje de la campaña en su mente.
- **Medios impresos:** Estos medios serán utilizados como material de apoyo durante la campaña (afiches, flyers, banners, trípticos).
- **Medios alternativos:** Se ejecutarán una serie de actividades para dar a conocer el propósito de la campaña y obtener la mayor cantidad de donantes y voluntarios para la fundación FANLYC.

### **3.6.3 Objetivos de Medios**

Captar el 40% de la inscripción que se logre en los diferentes tipos de voluntariado.

Llegar a un 50% de las donaciones que se registran de sangre y plaquetas para niños con leucemia y cáncer.

### 3.6.4 Plan de Medios

#### Plan de Medios

Medio	Vehículo	Justificación
Radio	Ciudad de Panamá Radio Disney Fm corazón La ky	Anuncio de radio estará en el aire cinco veces al día por un mes.
Spot de TV	Ciudad de Panamá TVN Telemetro	Anuncio de televisión que saldrá al aire tres veces al día por un mes

### 3.6.5 Presupuesto Total

#### Presupuesto de producción

#### Presupuesto de Producción

Producción Total	Medio	Descripción	Total
<b>Producción de Artes</b>	Artes	Elaboración de todos los artes	<b>B/. 1,230.00</b>
<b>Anuncio de radio</b>	Radio	Elaboración del anuncio de radio (talento, estructuración del guion, al aire.	<b>B/. 5,850.00</b>
<b>Spot de TV</b>	Video	Elaboración del spot de TV (talento, estructura del guion, grabación, gastos, entre otros).	<b>B/. 32,090.00</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>			<b>B/. 39,170.00</b>

Presupuesto Total

### Presupuesto Total

<b>Presupuesto</b>	<b>Monto</b>
<b>Presupuesto de producción</b>	<b>B/. 39,170.00</b>
<b>Presupuesto de impresión de artes y artículos promocionales</b>	<b>B/. 6,351.20</b>
<b>Publicidad exterior (Muppi, valla, parada)</b>	<b>B/. 22,520.00</b>
<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>	<b>B/. 68,041.20</b>

Nunca faltan imprevistos durante una campaña; por tal razón, se dispondrá de B/.500.00 para cualquier eventualidad que se presente en cuanto a precios del mercado u otras situaciones.

**CAPÍTULO N°4:**  
**VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA**  
**FANLYC**

#### **4. Metodología**

La metodología a utilizarse para la validación del proyecto de intervención de la campaña social para la donación de sangre, plaquetas y participación en el voluntariado FANLYC, consiste en una entrevista que se les realizará a los directivos de la fundación FANLYC y una entrevista en grupo o focus group que se desarrollará con doce integrantes del público objetivo de la campaña.

Este es un enfoque cualitativo que usa la investigación exploratoria con la aplicación de las técnicas entrevista individual y focus group, para lo cual se elaborará un cuestionario semi estructurado y una guía con preguntas abiertas.

El propósito principal de la evaluación es obtener el aval de FANLYC para que esta campaña pueda ser ejecutada en un futuro y se le hagan las correcciones que sean necesarias. En cuanto a la evaluación del público objetivo se espera que estos den sus impresiones acerca de la campaña y con base en ello, se realicen los ajustes convenientes.

El material publicitario a avalar es el siguiente:

1. Afiches
2. Mupi
3. Valla
4. Banners
5. Flyers

6. Tríptico
7. Calendario
8. Material audiovisual (anuncio de radio, spot de TV)
9. Artículos Promocionales: (Gorras, T-shirt, Botones, banderolas, bolitas anti-estrés, tazas, paraguas, calcomanías, llaveros, separadores)
10. Material para redes sociales (Arte para Facebook e Instagram)
11. Presupuesto (Solo para directivos FANLYC)

#### **4.1. Objetivo**

A continuación, los objetivos que se pueden lograr con esta evaluación:

- Establecer si las autoridades de FANLYC dan el aval y considerarían desarrollar el proyecto de intervención a futuro.
- Analizar las diferentes opiniones del público objetivo sobre las piezas gráficas que contiene la campaña social para FANLYC.
- Realizar los cambios sugeridos por las autoridades de FANLYC y el público objetivo encuestado.

#### **4.2. Muestra**

La muestra la comprenden doce (seis hombres y seis mujeres) de 18 a 45 años de edad de la ciudad de Panamá que forman parte del público objetivo de la campaña y seis miembros del personal directivo de FANLYC.

### **4.3. Procedimiento**

#### a) Personal Directivo de FANLYC

- Solicitud de permiso a FANLYC para la aplicación de entrevista a profundidad
- Concretar cita con los miembros del personal directivo
- La presentación del proyecto se realizará el viernes 10 de agosto a la 1:30 pm, a través de una reunión con cada miembro evaluador.
- Se dará a conocer todo el proceso, los objetivos del proyecto, resultados de las encuestas entre otros.
- Se entregará un formulario mientras se explican a detalle las piezas diseñadas para su validación.
- Al formulario del personal directivo se le agregaron diversos criterios: el presupuesto, acerca del enfoque de la campaña, objetivo de comunicación y eslogan.
- Duración una hora y media (15 minutos por persona).
- Análisis descriptivo de la información dada.

#### b) Público Objetivo

- Redacción de la guía
- Validación del instrumento para el proyecto de intervención para FANLYC
- Presentación de la campaña (fecha)
- Grabación del Focus groups
- Presentación del moderador
- Realizar las preguntas

- Debate de opiniones
- Transcribir la grabación
- Análisis
- Duración del Focus Groups (35 minutos)
- Ajustes de artes en base a entrevista y focus group

#### **4.4. Instrumento**

Para que la campaña social sea aceptada y llevarla a cabo se realizarán dos cuestionarios, el que debe presentársele a la Fundación FANLYC consta de diez preguntas, y el del focus groups para el público objetivo consta de quince preguntas abiertas de respuestas múltiples.

A continuación, los cuestionarios:

Para directivos de FANLYC.

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La siguiente encuesta tiene como objetivo validar las piezas gráficas del Proyecto de Intervención para optar por el título de Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa. Agradecemos su cooperación.

**Marque con una X la opción que es de su agrado.**

Para miembros del personal de FANLYC

Se presenta la campaña como parte del proyecto de intervención para conocer su opinión y sugerencias

- 1. ¿Cuál es su opinión en relación con las actividades a realizar en la campaña, serán efectivas para lograr el objetivo que se desea para FANLYC?**

Sí

No

¿Por qué?:

---



---



---

- 2. ¿Cuál de las actividades propuestas en la campaña les gustó más?**

	SÍ	¿POR QUÉ?
Instrúyete y salva una vida (Exposiciones)		
Sabor Panameño (Tarde autóctona)		
Expresando el sentir (Talent show)		
Compartiendo y Donando (Feria familiar)		

- 3. ¿Están las siguientes artes gráficas relacionadas con la campaña? ¿Y qué cambiarías o agregarías? (tipografía, colores, imágenes, formas)**

	SÍ	NO	¿Qué le cambiaría?	¿Qué le agregaría?
			(texto, imagen, forma, colores)	
Flyers				
Afiches				
Muppi				
Banners				
Valla				
Publicidad parada de autobús				
Material Audiovisual (Anuncio de radio y spot de TV)				
Arte de redes sociales (Instagram)				
Arte de redes sociales (Facebook)				

**4. ¿Cuál es su opinión acerca de los artículos promocionales para la campaña?**

	Bueno	Malo	¿Qué le cambiaría?
Gorra			
T-shirt			
Botones			
Banderolas			
Bolitas anti estrés			
Tazas			
Calendarios			
Paraguas			
Calcomanías			
Llaveros			
Separadores			

**5. La idea de la campaña resalta:**

	La Fundación Amigos con leucemia y Cáncer (FANLYC)
--	--

	La importancia de donar
	Interés en ser parte del voluntariado y donar sangre y plaquetas

**6. El eslogan “DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES”**

	Resalta el problema
	Persuade
	Crea conciencia del problema
	Llama la atención
	No llama la atención
	Despierta el interés a donar
	Se asocia al problema de FANLYC
	Ninguna de las anteriores

**7. ¿Cuál es su opinión acerca del presupuesto?**

**ALTO      BAJO      ADECUADO**

---



---

**8. ¿Cuál es su opinión acerca del objetivo de comunicación?**

	Se puede lograr
	No se puede lograr
	Si su respuesta fue NO, explique ¿por qué?

**9. En general, cómo evalúa el proyecto o la campaña.**

**Excelente    Bueno    Malo**

**10. Existe la posibilidad de ejecutar este proyecto en un futuro en FANLYC**

**SÍ NO**

Sugerencias para mejorar la campaña:

---



---

**¡MUCHAS GRACIAS!**

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

VICERRECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El siguiente focus group tiene como objetivo validar las piezas gráficas del Proyecto de Intervención para optar por el título de Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa. Agradecemos su cooperación.

Público objetivo de la “CAMPAÑA SOCIAL PARA LA DONACIÓN DE SANGRE, PLAQUETAS Y PARTICIPACIÓN DE VOLUNTARIADO FANLYC”

Presentar la campaña como parte del proyecto de intervención para conocer su opinión, sugerencias

Preguntas de entrada

INTRODUCCIÓN (3 minutos)

DINÁMICA ROMPE HIELO (5 minutos)

TEMA NO. 1. FUNDACIÓN FANLYC (10 minutos)

- Conocen ustedes de la Fundación FANLYC
- Cuál es su opinión sobre la Fundación
- Cuál es su opinión de donar sangre y plaquetas para niños son leucemia
- Sabe usted que en FANLYC se necesita sangre para los tratamientos de los niños.

**TEMA NO. 2. EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA CAMPAÑA**  
(Descripción de las actividades) (10 minutos)

1. ¿Cuál es su opinión acerca de las actividades que se estarán realizando en la campaña? **Explicar cada una**
  - **Instrúyete y salva una vida (Exposiciones)**
  - **Expresando el sentir (Talent show)**
  - **Sabor Panameño (Tarde autóctona)**
  - **Compartiendo y Donando (Feria familiar)**
2. ¿Cuál de estas actividades le gustó más?
3. ¿Cuál de las actividades eliminaría?
4. ¿Qué le agregaría o cambiaría a cada una de ellas?
5. ¿Estarían dispuestos a participar en las diferentes actividades?
6. En general ¿Cómo evalúa las actividades?

### **TEMA NO. 3 ARTES GRÁFICAS**

7. Qué opinan del eslogan
8. ¿Qué opinan de los siguientes artes gráficos? Explicar cada una  
flyres,  
Afiches  
banners,  
¿y qué les cambiarían (colores, imágenes, tipografías, formas)?
9. ¿Qué opinan del anuncio en la radio (Poner el audio) (voz, efecto, texto)?  
¿Qué opinan de los artículos promocionales?  
¿Cuál le gustó más?  
¿Qué otro artículo agregaría?
10. ¿Qué opinan acerca del arte para redes sociales (Instagram y Facebook)?
11. ¿Creen ustedes que los medios seleccionados son los adecuados (redes sociales, material impreso, audiovisual)? ¿Por qué?
12. ¿Qué le inspira esta campaña?
13. En general ¿Cómo evalúa la campaña?
14. ¿Estarían dispuestos a donar y a participar en el voluntariado de FANLYC después de haber visto la campaña?
15. Sugerencias

**¡MUCHAS GRACIAS!**

#### **4.5. Análisis de los resultados**

**a. Evaluación de la campaña en pro de la fundación FANLYC**

Se detallarán los resultados obtenidos en la evaluación realizada por los miembros de la fundación amigos del niño con leucemia y cáncer (FANLYC)

1. ¿Cuál es su opinión en relación con las actividades a realizar en la campaña? ¿Serán efectivas para lograr el objetivo que se desea para FANLYC?

Los miembros de FANLYC, que participaron en el proceso de evaluación consideraron que las actividades a realizar en la campaña son efectivas porque contienen puntos específicos que van ligados a la fundación.

2. ¿Cuál de las actividades propuestas en la campaña les gustó más?

Durante la evaluación, los miembros de FANLYC indicaron que dentro de las actividades las que tienen mayor resultado son:

- Instrúyete y salva una vida (Exposiciones), porque instruye a las personas y se incentivan a donar desde temprana edad.
- Compartiendo y donando (Feria familiar), porque se obtiene la donación por voluntad propia.

3. ¿Están las siguientes artes gráficas relacionadas con la campaña? ¿Y qué le cambiarías o agregaría? (tipografía, colores, imágenes, formas).

Los miembros de FANLYC afirmaron que las artes gráficas sí están ligadas a la campaña, en general. Los cambios sugeridos fueron las líneas horizontales de la parte superior, los colores que fueran adecuados a los de la fundación.

En cuanto al material audiovisual a la fundación no le interesa pautar en televisión, ya que es un medio excesivamente costoso.

4. ¿Cuál es su opinión acerca de los artículos promocionales para la campaña?

En cuanto a las sugerencias obtenidas por los miembros de la fundación, se debe reducir la cantidad de artículos promocionales, adecuarlos a los colores de la fundación y eliminar algunos, tales como los separadores y botones.

5. La idea de la campaña resalta:

Los miembros de FANLYC en su mayoría coincidieron que la campaña resalta el interés en ser parte del voluntariado y donar sangre y plaquetas.

6. El eslogan “DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES”

En la evaluación los miembros de FANLYC coincidieron en que el eslogan crea conciencia del problema, llama la atención, despierta el interés en donar, y se asocia al problema de la fundación.

7. ¿Cuál es su opinión acerca del presupuesto?

Los miembros de FANLYC opinan que el presupuesto es elevado. La fundación podría trabajar parte de la campaña y lo demás por medio de patrocinios.

8. ¿Cuál es su opinión acerca del objetivo de comunicación?

Todos los miembros de FANLYC afirmaron que se puede lograr el objetivo de comunicación.

9. En general cómo evalúan el proyecto o la campaña.

La evaluación general de los miembros de FANLYC es buena.

10. Existe la posibilidad de ejecutar este proyecto en un futuro en FANLYC

Los miembros de FANLYC en su mayoría dijeron que sí.

Sugerencias dadas por los miembros de FANLYC.

Cambiar los colores, adaptarlos a los de la Fundación y hacer mucho énfasis en las exposiciones.

#### **b. Evaluación del público objetivo.**

A continuación, se detallan los resultados obtenidos en el focus group (Personas de 18 a 45 años).

Tema 1: Fundación FANLYC:

1. ¿Conocen ustedes de la Fundación FANLYC?

En general sí conocen acerca de la fundación la cual beneficia a niños con leucemia y cáncer.

2. ¿Cuál es su opinión sobre la Fundación?

Consideran que es buena porque ayudan a los niños de escasos recursos.

3. ¿Cuál es su opinión de donar sangre y plaquetas para niños son leucemia?

Opinan que es un hábito que se debe fomentar, ya que con la donación se pueden salvar vidas.

4. ¿Saben ustedes que en FANLYC se necesita sangre para los tratamientos de los niños?

En su mayoría sí sabían, pero no conocían cuán importante es para los niños.

Tema 2: Evaluación de las actividades de la campaña.

1. ¿Cuál es su opinión acerca de las actividades que se estarán realizando en la campaña?

Al público objetivo les parecen interesantes las actividades y todas cumplen con la idea principal de la campaña.

2. ¿Cuál de las actividades les gustó más?

Dentro de las actividades que más le gusto al público objetivo están:

- Expresando el sentir
- Día familiar

3. ¿Cuál de las actividades eliminaría?

El público objetivo sugirió no eliminar ninguna de las actividades, ya que todas le parecen interesantes.

4. ¿Qué le agregaría o cambiaría a cada una de ellas?

El público objetivo solo sugirió agregarle a la actividad del sabor panameño, diferentes tipos de comidas y presentaciones folclóricas.

**5. ¿Estarían dispuestos a participar en las diferentes actividades?**

En su totalidad el público objetivo afirmó que sí están dispuestos a participar.

**6. En general cómo evalúa las actividades**

El público objetivo planteo que todas las actividades están bien estructuradas, son positivas y motivan a la participación.

**Tema 3: Artes gráficas:**

**1. ¿Qué opinan del eslogan?**

La opinión del eslogan según el público objetivo es que es muy llamativo y adecuado para la campaña.

**2. ¿Qué opinan de los siguientes artes gráficos? ¿y qué les cambiarían (colores, imágenes, tipografías, formas)?**

El público objetivo en general opinó que las artes van acordes con el objetivo de la campaña; sin embargo, sugirieron cambiar los colores.

**3. ¿Qué opinan del anuncio en la radio (Poner el audio) (voz, efecto, texto)**

La voz del anuncio de radio va de acuerdo con la campaña según el público objetivo ya que inspira.

- ¿Qué opinan de los artículos promocionales?

Opinaron que están acordes con las actividades de la campaña.

- ¿Cuál le gustó más?

Entre los más gustados están las gorras y las bolitas.

- ¿Qué otro artículo agregaría?

Agregarían vasos térmicos, bolígrafos y bolsas.

4. ¿Qué opinan acerca del arte para redes sociales (Instagram y Facebook)?

El público objetivo sugiere crear otro post para publicidad general de la campaña.

5. ¿Creen ustedes que los medios seleccionados son los adecuados (redes sociales, material impreso, audiovisual)? ¿Por qué?

En general, al público objetivo le parece adecuado los medios seleccionados para la campaña, ya que incentivan a la población.

6. ¿Qué le inspira esta campaña?

La mayor inspiración para el público objetivo es ir a donar y ayudar a aquellos que lo necesitan.

7. En general ¿Cómo evalúa la campaña?

En general al público objetivo le parece una buena iniciativa, porque muchas personas desconocen de distintas fundaciones y sus necesidades.

8. Estarían dispuestos a donar y a participar en el voluntariado de FANLYC después de haber visto la campaña.

Todos coincidieron en que sí participarían en la campaña.

#### 9. Sugerencias

El público objetivo sugiere que más personas se unan a la causa ya que es muy importante ayudar al bienestar de los niños de la fundación.

#### 4.6. Ajustes realizados en la base al estudio / Diseño final

De acuerdo con las validaciones realizadas al público objetivo y a los miembros de FANLYC, se decidió realizar los siguientes ajustes sugeridos.

- En cuanto al logo:

Se adecuaron los colores a los utilizados por la Fundación para tener un mejor enlace con la publicidad que ellos actualmente manejan. Con esto, se logrará que las personas asocien la campaña con la fundación.

- Dentro de las artes gráficas se optó por eliminar las líneas horizontales en la parte superior.
- Se ajustaron los colores en la plantilla de todas las artes gráficas.
- Se agregó por sugerencia el post para redes sociales sobre la campaña general.
- En los artes generales de la campaña se le agregó la tilde a Sé.
- En el presupuesto se realizó un ajuste a las cantidades de los artículos promocionales.

**Logo**

**Antes**



**Después**



**Afiche General de la campaña**

**Antes**

**Después**

**Se parte de la Campaña FANLYC**

**DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES Fanlyc**

Participa con tu donación de sangre, plaquetas e inscripción en los diferentes tipos de voluntariados.

#seunamigomasdefanlyc

AMiCos

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7626 - 225-5986 - 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

**Sé parte de la Campaña FANLYC**

**DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES Fanlyc**

Participa con tu donación de sangre, plaquetas e inscripción en los diferentes tipos de voluntariados.

#seunamigomasdefanlyc

AMiCos

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7626 - 225-5986 - 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

## Afiche uno de calendario de actividades

### Antes

**CALENDARIO DE ACTIVIDADES**

<p><b>1ra. Actividad:</b>  <b>“Instrúyete y salva una vida”</b>                  Lugar:                  - Universidad de Panamá                  - U. Tecnológica                  Fecha:                  - Semana del 22-29 de Septiembre de 2018.                  10:00 am</p>	<p><b>2da. Actividad:</b>  <b>“Sabor Panameño”</b>                  30 de Septiembre 2018                  10:00 am - 4:00 pm                  Parque Urraca  <b>“Expresando el sentir”</b>                  Domingo                  18 de Nov de 2018.                  1:00 pm - 5:00 pm                  Parque Omar</p>	<p><b>3ra. Actividad:</b>  <b>“Compartiendo y Donando”</b>                  Domingo 2 de Dic de 2018.                  9:00 am - 4:30 pm                  Lugar:                  Estacionamientos cinta costera 3</p>
---	--	--

**DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES**  
**Fanlyc**

#seunamigomasdefanlyc

Calidonia, Avenida México, Calle 33  
 (507) 227-1626 - 225-5986 / 227-7133  
 info@fanlyc.org / fanlyc - @fanlyc  
[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

### Después

**CALENDARIO DE ACTIVIDADES**

<p><b>1ra. Actividad:</b>  <b>“Instrúyete y salva una vida”</b>                  Lugar:                  - Universidad de Panamá                  - U. Tecnológica                  Fecha:                  - Semana del 22-29 de Septiembre de 2018.                  10:00 am</p>	<p><b>2da. Actividad:</b>  <b>“Sabor Panameño”</b>                  30 de Septiembre 2018                  10:00 am - 4:00 pm                  Parque Urraca  <b>“Expresando el sentir”</b>                  Domingo                  18 de Nov de 2018.                  1:00 pm - 5:00 pm                  Parque Omar</p>	<p><b>3ra. Actividad:</b>  <b>“Compartiendo y Donando”</b>                  Domingo 2 de Dic de 2018.                  9:00 am - 4:30 pm                  Lugar:                  Estacionamientos cinta costera 3</p>
---	--	--

**DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES**  
**Fanlyc**

#seunamigomasdefanlyc

Calidonia, Avenida México, Calle 33  
 (507) 227-1626 - 225-5986 / 227-7133  
 info@fanlyc.org / fanlyc - @fanlyc  
[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

## Afiche dos temas de las Exposiciones

### Antes



**Fundación AMIGOS** Te invita a las exposiciones

**DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES**  
Fanlyc

#seunamigomasdefanlyc

**Temas a Exponer**

- Tipos de voluntariados
- Requisitos para donar
- Cáncer infantil
- La importancia de donar
- Beneficios de donar

Fecha del 22 al 29 Septiembre  
Hora de 5:00 pm a 6:00 pm.

Calidonia, Avenida México, Calle 33  
 (50) 227-7026 - 225-5986 / 227-7535  
 info@fanlyc.org @fanlyc ofanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

### Después



**Fundación AMIGOS** Te invita a las exposiciones

**DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES**  
Fanlyc

#seunamigomasdefanlyc

**Temas a Exponer**

- Tipos de voluntariados
- Requisitos para donar
- Cáncer infantil
- La importancia de donar
- Beneficios de donar

Fecha del 22 al 29 Septiembre  
Hora de 5:00 pm a 6:00 pm.

Calidonia, Avenida México, Calle 33  
 (50) 227-7026 - 225-5986 / 227-7535  
 info@fanlyc.org @fanlyc ofanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

## Banner tipos de voluntariados y sus requisitos

Antes

**Fundación AMIGOS**

### Voluntariados

Brindan apoyo a la Fundación a través del trabajo voluntario para procurar el bienestar de todos los niños con cáncer.

**Únete a los diferentes Tipos de Voluntariados**

<b>Participación en grupo</b> SúperAmig@s Grupo E Grupo de Soporte Grupo Huellas	<b>Participación Individual</b> Amigos de Posada Organización de Eventos Amigo Estrella Hermanos de Sangre y Plaquetas	<b>Institucional o Corporativo</b> Servicio Social Proyectos Internacionales Voluntario Corporativo
--	--	--

**Requisitos generales** #seunamigomasdefanlyc

- Ser mayor de edad y en caso de ser menor de edad contar con la aprobación de sus padres o tutores, sin distinción de nacionalidad, sexo, religión, orientación, profesión o ideología política.
- Tener tiempo y disponibilidad para participar de manera activa de las actividades programadas.
- Hacerlo como de dedicación total al tipo de voluntariado que va a ejercer y pasar por cualquier otro requisito dispuesto para el tipo de voluntariado de su elección.
- Los voluntarios deben ajustarse al horario establecido para cada tipo de voluntariado.
- Los voluntarios deben participar en la Jornada de Capacitación del voluntariado.
- El voluntariado tiene el deber de respetar los principios básicos de la Fundación y no podrá comprometer la imagen ni el honor ni sobrepasar los límites permitidos, sin contar con la autorización que otorga la Fundación.
- Aceptar, sin excepción alguna, la utilización de los diferentes dispositivos, otorgados por la Fundación, con el fin de identificar de manera fácil y precisa a cada tipo de voluntariado perteneciente a esta institución.
- Cada día se hará una evaluación del cumplimiento de estos requisitos.

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7626 - 225-5986 / 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

Después

**Fundación AMIGOS**

### Voluntariados

Brindan apoyo a la Fundación a través del trabajo voluntario para procurar el bienestar de todos los niños con cáncer.

**Únete a los diferentes Tipos de Voluntariados**

<b>Participación en grupo</b> SúperAmig@s Grupo E Grupo de Soporte Grupo Huellas	<b>Participación Individual</b> Amigos de Posada Organización de Eventos Amigo Estrella Hermanos de Sangre y Plaquetas	<b>Institucional o Corporativo</b> Servicio Social Proyectos Internacionales Voluntario Corporativo
--	--	--

**Requisitos generales** #seunamigomasdefanlyc

- Ser mayor de edad y en caso de ser menor de edad contar con la aprobación de sus padres o tutores, sin distinción de nacionalidad, sexo, religión, orientación, profesión o ideología política.
- Tener tiempo y disponibilidad para participar de manera activa de las actividades programadas.
- Tener tiempo y disponibilidad para participar de manera activa de las actividades programadas.
- Tener tiempo y disponibilidad para participar de manera activa de las actividades programadas.
- Hacerlo como de dedicación total al tipo de voluntariado que va a ejercer y pasar por cualquier otro requisito dispuesto para el tipo de voluntariado de su elección.
- Los voluntarios deben ajustarse al horario establecido para cada tipo de voluntariado.
- Los voluntarios deben participar en la Jornada de Capacitación del voluntariado.
- El voluntariado tiene el deber de respetar los principios básicos de la Fundación y no podrá comprometer la imagen ni el honor ni sobrepasar los límites permitidos, sin contar con la autorización que otorga la Fundación.
- Aceptar, sin excepción alguna, la utilización de los diferentes dispositivos, otorgados por la Fundación, con el fin de identificar de manera fácil y precisa a cada tipo de voluntariado perteneciente a esta institución.
- Cada día se hará una evaluación del cumplimiento de estos requisitos.

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7626 - 225-5986 / 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

## Banner requisitos para ser donantes

### Antes

**Fundación AMICOS**

### HERMANOS DE SANGRE Y PLAQUETAS

Donan sangre y plaquetas periódicamente, algo que es indispensable para superar la enfermedad. Se inscriben en FANLYC, y serán referidos para donar en los bancos de sangre de los hospitales que atienden a los niños.

**DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES**  
Fanlyc

**Requisitos generales** #seunamigomasdefanlyc

- Usar de buena salud física y mental.
- Ser mayor de edad, entre 18 a 65 años.
- Pesar más de 110 libras.
- No sufrir de enfermedades crónicas, de tratamiento actual, febriles, infecciosas, tumorales o diabéticas.
- No tener un comportamiento de riesgo asociado a enfermedades de transmisión sexual.
- El donante no debe haber sido vacunado por algún tipo de cáncer en el último año.
- El donante no debe haber sido vacunado de ningún tipo de cáncer en el último mes antes de la donación.
- Tener disculpas de actividad profesional.
- La donación debe ser voluntaria y no pagada.

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7526 - 225-5986 - 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

### Después

**Fundación AMICOS**

### HERMANOS DE SANGRE Y PLAQUETAS

Donan sangre y plaquetas periódicamente, algo que es indispensable para superar la enfermedad. Se inscriben en FANLYC, y serán referidos para donar en los bancos de sangre de los hospitales que atienden a los niños.

**DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES**  
Fanlyc

**Requisitos generales** #seunamigomasdefanlyc

- Usar de buena salud física y mental.
- Ser mayor de edad, entre 18 a 65 años.
- Pesar más de 110 libras.
- No sufrir de enfermedades crónicas, de tratamiento actual, febriles, infecciosas, tumorales o diabéticas.
- No tener un comportamiento de riesgo asociado a enfermedades de transmisión sexual.
- El donante no debe haber sido vacunado por algún tipo de cáncer en el último año.
- El donante no debe haber sido vacunado de ningún tipo de cáncer en el último mes antes de la donación.
- Tener disculpas de actividad profesional.
- La donación debe ser voluntaria y no pagada.

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7526 - 225-5986 - 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

## Flyer uno Sabor Panameño

Antes

**TE INVITA**

DOSIS DE ENERGÍA PARA  
**GRANDES LUCHADORES**  
Fanlyc

**“SABOR PANAMEÑO”**

Venta de comida típica panameña  
para compartir y ayudar a los  
niños de la fundación.

30 de Septiembre 2018  
10:00 am - 4:00 pm  
Parque Urraca

#seunamigomasdefanlyc

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7636 - 225-5986 - 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

Fundación **AMIGOS**

Después

**TE INVITA**

DOSIS DE ENERGÍA PARA  
**GRANDES LUCHADORES**  
Fanlyc

**“SABOR PANAMEÑO”**

Venta de comida típica panameña  
para compartir y ayudar a los  
niños de la fundación.

30 de Septiembre 2018  
10:00 am - 4:00 pm  
Parque Urraca

#seunamigomasdefanlyc

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7636 - 225-5986 - 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

Fundación **AMIGOS**

## Flyer dos expresando el sentir

Antes

Después



**TE INVITA**

DOSIS DE ENERGÍA PARA  
**GRANDES LUCHADORES**  
Fanlyc

**"EXPRESANDO EL SENTIR"**

Talent show para compartir  
con los niños de la fundación.

Domingo 18 de Nov de 2018.  
1:00 pm - 5:00 pm  
Parque Omar

#seunamigomasdefanlyc

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7626 - 225-5986 - 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

Fundación **AMIGOS**

## Flyer tres compartiendo y donando

Antes

Después

**RECOLECTA DE SANGRE, PLAQUETAS  
E INSCRIPCIÓN EN EL VOLUNTARIADO**

**“COMPARTIENDO Y DONANDO”**

**Domingo 2 de Diciembre de 2018**  
9:00 am - 4:30 pm

**Y REGALA**  
DOSIS DE ENERGÍA PARA  
**GRANDES LUCHADORES**  
Fanlyc

Estacionamientos  
cinta costera 3

Te invita  
Fundación  
**AMIGOS**

#seunamigomasdefanlyc

Calidonia, Avenida  
México, Calle 33

(507) 227-7620 - 225-5986  
227-7595

info@fanlyc.org  
@fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

**RECOLECTA DE SANGRE, PLAQUETAS  
E INSCRIPCIÓN EN EL VOLUNTARIADO**

**“COMPARTIENDO Y DONANDO”**

**Domingo 2 de Diciembre de 2018**  
9:00 am - 4:30 pm

**Y REGALA**  
DOSIS DE ENERGÍA PARA  
**GRANDES LUCHADORES**  
Fanlyc

Estacionamientos  
Cinta Costera 3

Te invita  
Fundación  
**AMIGOS**

#seunamigomasdefanlyc

Calidonia, Avenida  
México, Calle 33

(507) 227-7620 - 225-5986  
227-7595

info@fanlyc.org  
@fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

## Tríptico Informativo sobre FANLYC

### Antes

### VOLUNTARIADO

Voluntario es la persona que, por elección propia, dedica una parte de su tiempo a la acción solidaria, altruista, ofreciendo sus conocimientos, y dicho esfuerzo contribuye a la creación de un mundo mejor.



**MISIÓN DEL VOLUNTARIADO**

Brindar apoyo a la Fundación a través del trabajo voluntario para procurar el bienestar de todos los niños con cáncer.



### TIPOS DE VOLUNTARIADO

**PARTICIPACIÓN EN GRUPO**

- SúperAmig@s
- GRUPO E
- GRUPO DE SOPORTE
- GRUPO HUELLAS

**PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL**

- AMIGOS DE POSADA
- ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
- AMIGO ESTRELLA
- HERMANOS DE SANGRE Y PLAQUETAS

**INSTITUCIONAL O CORPORATIVO**

- SERVICIO SOCIAL PROYECTOS INTERNACIONALES
- VOLUNTARIADO CORPORATIVO



### SIGNOS Y SÍNTOMAS DE LA LEUCEMIA EN LOS NIÑOS

Cansancio, fiebre (por dos o tres semanas), palidez, petequias, equimosis, sangrado, crecimiento del hígado y bazo, ganglios aumentados de tamaño e infiltración a testículos o sistema nervioso central. Hay que tener en cuenta que el diagnóstico final se realiza por aspirado de médula ósea.



### NUESTROS EVENTOS

Cada año realizamos 3 eventos importantes de educación a la comunidad y recaudación de fondos, en los que participan más de 5000 voluntarios: Fest 4u, Radiomaratón y Relevo por la Vida.

También se realizan otros eventos importantes de educación y recreación dirigidos a los niños beneficiarios como el Campamento de Verano y la Fiesta de Navidad, esta última logra incentivar a muchas empresas amigas y cientos de voluntarios para colaborar con la alegría de más de 400 niños y sus familiares.






### SABES ALGO SOBRE FANLYC

FANLYC es una Organización sin fines de lucro que brinda varios servicios a los niños y niñas con diagnóstico de cáncer en Panamá como medicamentos, transporte, apoyo psico-social, alimentación saludable, educación, y más.

En nuestro país tenemos más de 800 casos de niños con cáncer; muchos de ellos no tienen los recursos necesarios para costear sus tratamientos. Hace veinte años, cuando un grupo de padres de niños con leucemia decidimos trabajar contra el cáncer infantil, solo eran 150 pacientes, y el 25% de ellos abandonaban sus tratamientos. Actualmente, se ha logrado erradicar tal abandono.





#seunamigomasdefanlyc

Calles 40a, Avenida Miraflores, Calle 33 | (507) 227-7535 | 227-7535 | info@fanlyc.org | @fanlyc | @fanlyc

www.fanlyc.org



## Después

### VOLUNTARIADO

Voluntario es la persona que, por elección propia, dedica una parte de su tiempo a la acción solidaria, altruista, ofreciendo sus conocimientos, y dicho esfuerzo contribuye a la creación de un mundo mejor.



**MISIÓN DEL VOLUNTARIADO**

Brindar apoyo a la Fundación a través del trabajo voluntario para procurar el bienestar de todos los niños con cáncer.



### TIPOS DE VOLUNTARIADO

**PARTICIPACIÓN EN GRUPO**

- SúperAmig@s
- GRUPO
- GRUPO DE SOPORTE
- GRUPO HUELLAS

**PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL**

- AMIGOS DE POSADA
- ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
- AMIGO ESTRELLA
- HERMANOS DE SANGRE Y PLAQUETAS

**INSTITUCIONAL O CORPORATIVO**

- SERVICIO SOCIAL/PROYECTOS INTERNACIONALES
- VOLUNTARIADO CORPORATIVO



### SIGNOS Y SÍNTOMAS DE LA LEUCEMIA EN LOS NIÑOS

Cansancio, fiebre (por dos o tres semanas), palidez, petequias, equimosis, sangrado, crecimiento del hígado y bazo, ganglios aumentados de tamaño e infiltración a testículos o sistema nervioso central. Hay que tener en cuenta que el diagnóstico final se realiza por aspirado de médula ósea.



### NUESTROS EVENTOS

Cada año realizamos 3 eventos importantes de educación a la comunidad y recaudación de fondos, en los que participan más de 5000 voluntarios: Fest 4u, Radiomaratón y Relevo por la Vida.

También se realizan otros eventos importantes de educación y recreación dirigidos a los niños beneficiarios como el Campamento de Verano y la Fiesta de Navidad, esta última logra incentivar a muchas empresas amigas y cientos de voluntarios para colaborar con la alegría de más de 400 niños y sus familiares.






### SABES ALGO SOBRE FANLYC

FANLYC es una Organización sin fines de lucro que brinda varios servicios a los niños y niñas con diagnóstico de cáncer en Panamá como medicamentos, transporte, apoyo psico-social, alimentación saludable, educación, y más.

En nuestro país tenemos más de 800 casos de niños con cáncer; muchos de ellos no tienen los recursos necesarios para costear sus tratamientos. Hace veinte años, cuando un grupo de padres de niños con leucemia decidimos trabajar contra el cáncer infantil, solo eran 150 pacientes, y el 25% de ellos abandonaban sus tratamientos. Actualmente, se ha logrado erradicar tal abandono.





**#seunamigomasdefanlyc**

 Colón, Panamá |  60752270/6075227088 |  info@fanlyc.org  
 México, Cdmx: 55 |  277-7935 |  info@fanlyc.org

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)



## Artículos promocionales

## Calendario

### Antes

#seunamigomasdefanlyc

Fundación AMIGOS

DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES Fanlyc

CALENDARIO 2019

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7626 - 225-5986 - 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

#seunamigomasdefanlyc

Fundación AMIGOS

DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES Fanlyc

CALENDARIO 2019

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7626 - 225-5986 - 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

## Después

**CALENDARIO 2019**

ENERO FEBRERO MARZO ABRIL

MAYO JUNIO JULIO AGOSTO

SEPTIEMBRE OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE

**CALENDARIO 2019**

ENERO FEBRERO MARZO ABRIL

MAYO JUNIO JULIO AGOSTO

SEPTIEMBRE OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE

Calidonia, Avenida México, Calle 33

(507) 227-7626 - 225-5986  
227-7535

info@fanlyc.org  
@fanlyc @fanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

## Gorra

### Antes



### Después





### T-shirt

#### Antes



#### Después



### Botones

Antes



Después



### Banderolas

Antes



Después



## Bolitas antiestrés

Antes



Después



## Tazas

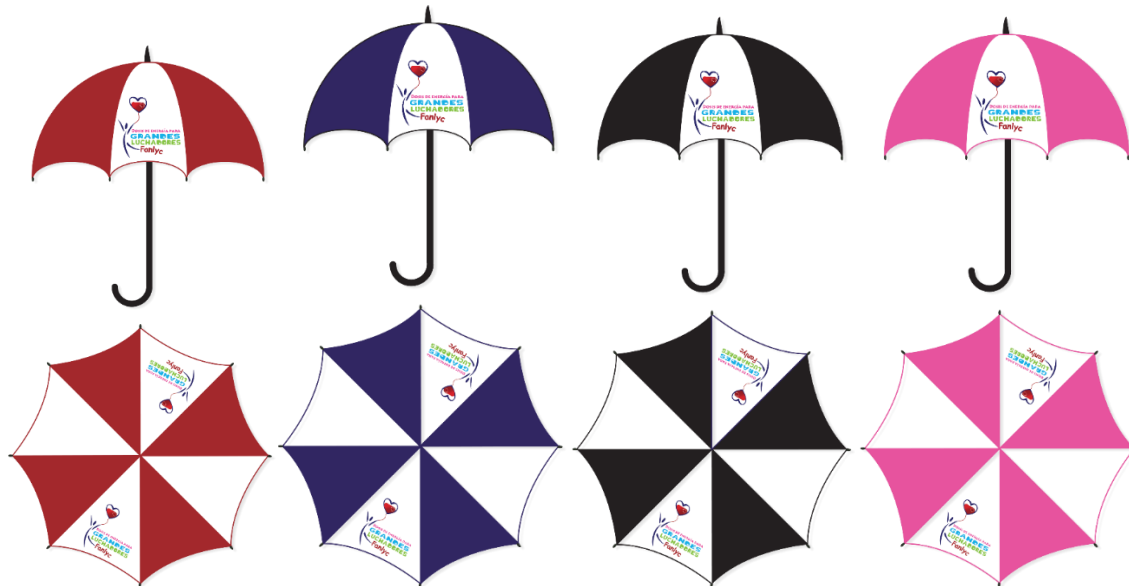
Antes

Después

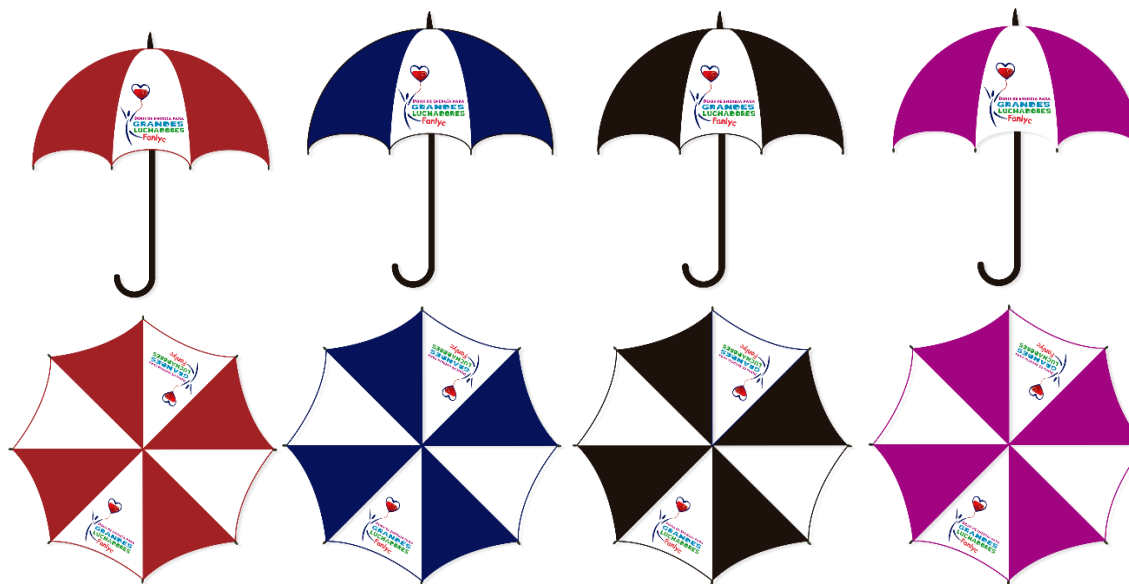


## Paraguas

### Antes



### Después

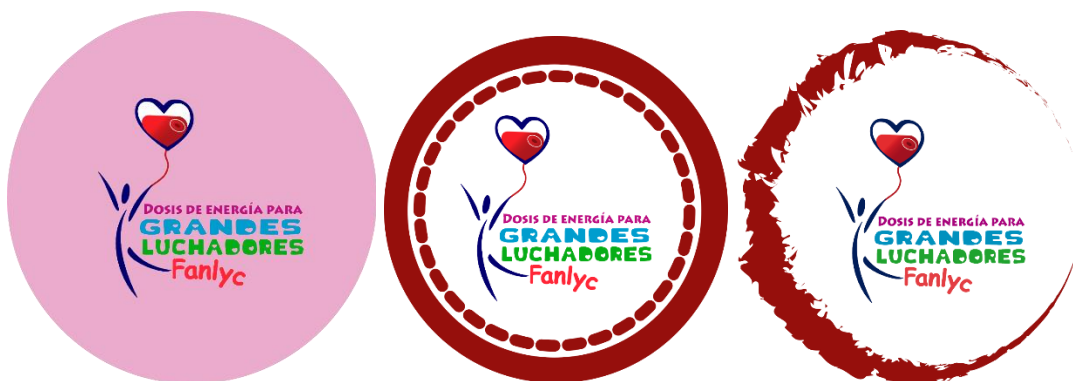


## Calcomanías

### Antes



### Después





## Separadores

### Antes



## Después

Fundación **AMIGOS**

**DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES**  
Fanlyc

#seunamigomasdefanlyc

Usted también puede ayudar a salvar una vida!

Los voluntarios no necesariamente tienen el tiempo, sino que simplemente tienen el corazón

Calidonia, Avenida México, Calle 33 | (507) 227-7626 - 225-5986 | info@fanlyc.org  
227-7535 | @fanlyc @fanlyc

www.fanlyc.org

## Llaveros

### Antes



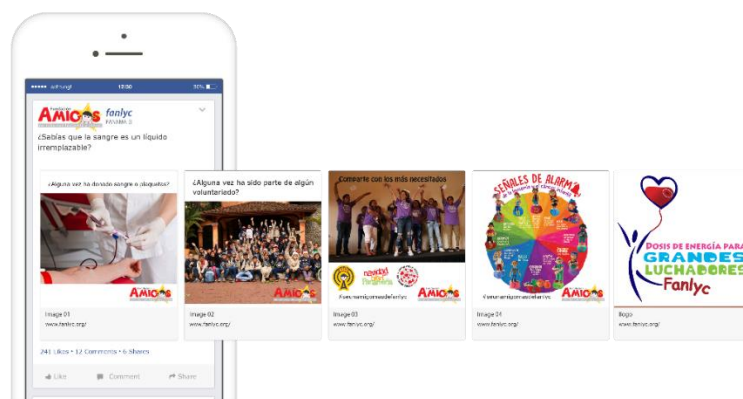
### Después



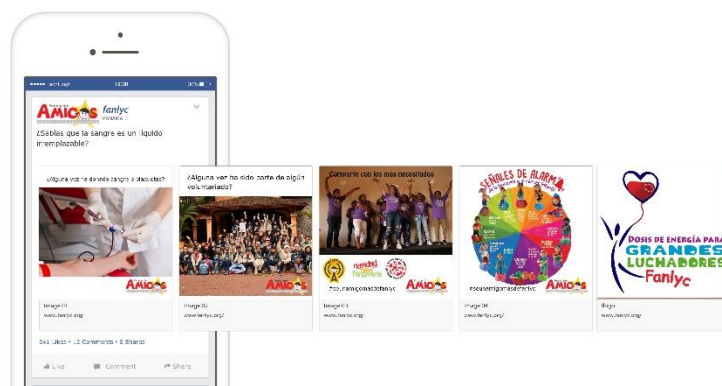
## Redes Sociales

### Carrusel de Instagram y Facebook

#### Antes



## Después



### Post para Instagram y Facebook (Solicitud)

# Sé parte de la Campaña FANLYC

**DOSIS DE ENERGÍA PARA GRANDES LUCHADORES**  
Fanlyc

#seunamigomasdefanlyc

Participa con tu donación de sangre, plaquetas e inscripción en los diferentes tipos de voluntariados.

Calidonia, Avenida México. Calle 33 | (507) 227-7626 - 225-5986 - 227-7535 | info@fanlyc.org @fanlyc @fanlyc

[www.fanlyc.org](http://www.fanlyc.org)

## Publicidad Exterior

### Mupi

### Antes



## Después



## Valla

### Antes



## Después



## Publicidad en Paradas

### Antes



### Después



### Ajustes del Presupuesto

Según lo recomendado por la Fundación FANLYC se realizaron algunos ajustes en cuanto a las cantidades de los artículos promocionales (calendario, gorras, botones, bolitas anti-estrés, tazas, calcomanías, separadores y llaveros).

#### Ajuste del Presupuesto

Artículos	Costo de artes	Costo unitario	Cantidad	Costo total de impresión, artículo y arte	Costo de Venta
<b>Calendario</b>	B/. 25.00	B/. 1.50	300	B/. 450.00	<b>B/. 3.00 = 900.00</b>
<b>Gorras</b>	B/. 25.00	B/. 2.75	150	B/. 412.50	<b>B/. 5.00 = 750.00</b>
<b>T-shirts</b>	B/. 25.00	B/. 7.50	100	B/. 750.00	<b>B/. 10.00 = 1,000</b>
<b>Botones</b>	B/. 25.00	B/. 1.25	150	B/. 187.50	<b>B/. 3.00 = 450.00</b>
<b>Banderolas</b>	B/. 25.00	B/. 2.50	50	B/. 125.00	<b>Actividades</b>
<b>Bolita anti- stres</b>	B/. 25.00	B/. 0.50	500	B/. 250.00	<b>Regalar</b>
<b>Tazas</b>	B/. 25.00	B/. 3.00	100	B/. 300.00	<b>B/. 5.00 = 500.00</b>
<b>Paraguas</b>	B/. 25.00	B/. 4.50	100	B/. 450.00	<b>B/. 7.00 = 700.00</b>
<b>Calcomanías</b>	B/. 25.00	B/. 0.20	500	B/. 100.00	<b>Regalar</b>
<b>Separadores</b>	B/. 25.00	B/. 0.25	300	B/. 75.00	<b>B/. 0.75 = 225.00</b>
<b>Llaveros</b>	B/. 25.00	B/. 1.50	75	B/. 112.50	<b>B/. 2.50 = 187.50</b>
<b>Total</b>	<b>B/. 275.00</b>			<b>B/. 2, 462.50</b>	<b>B/. 3, 212.50</b>

**La ganancia para la Fundación seria B/. 3,212.50 – B/. 2,462.50 = B/. 750.00**

**Al costo total de impresión, artículos y artes se le resta la ganancia. B/. 2,462.50 - B/. 750.00 = B/. 1,712.50**

**Ajuste de Presupuesto de producción**

<b>Producción Total</b>	<b>Medio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
<b>Producción de Artes</b>	Artes	Elaboración de todos los artes	<b>B/. 1,230.00</b>
<b>Anuncio de radio</b>	Radio	Elaboración del anuncio de radio (talento, estructuración del guion, al aire.	<b>B/. 5,850.00</b>
<b>Spot de TV</b>	Video	Elaboración del spot de TV (talento, estructura del guion, grabación, gastos entre otros).	<b>B/. 32,090.00</b>
<b>TOTAL, DE INVERSIÓN</b>			<b>B/. 39,170.00</b>

**Ajuste de Presupuesto total**

<b>Presupuesto</b>	<b>Monto</b>
<b>Presupuesto de producción</b>	<b>B/. 39,170.00</b>
<b>Presupuesto de impresión de artes y artículos promocionales</b>	<b>B/. 1,712.50</b>
<b>Publicidad exterior (Muppi,valla, parada)</b>	<b>B/. 22,520.00</b>
<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>	<b>B/. 63,402.50</b>

## **CONCLUSIONES**

- La Fundación FANLYC está realizando una labor social loable, heroica y humana que merece ser apoyada, en las actividades y necesidades que realicen en pro de la esperanza del país y de muchos niños que desean mejorar su calidad de vida.
- Se puede destacar la buena organización de la Fundación y las bases firmes que han logrado construir a lo largo de sus años de servicio a la sociedad, donde se ven beneficiados muchos familiares y niños que hoy en día padecen de cáncer.
- Es importante destacar que el costo de la enfermedad para algunas familias, la falta de disponibilidad de tiempo y dificultades de movilidad para llegar al hospital donde se aplica el tratamiento, hacen que los padres de familia decidan no llevar a sus hijos y abandonan el tratamiento por completo, dejando en total estado de vulnerabilidad a los niños.
- La mayoría de las personas no donan por temor a las agujas y la serie de tabúes que existen en cuanto a la donación, sin embargo, es beneficioso donar sangre, sobre todo para las personas que marcan una hemoglobina mayor al rango aceptado para mujeres y hombres, puesto que esto puede causar problemas de corazón y presión arterial.
- Con el actual proyecto, se espera alcanzar los objetivos planteados en su totalidad; es decir, que se pueda generar la concienciación de la sociedad respecto a un problema de salud pública como es el cáncer infantil y la leucemia
- Dentro de los conocimientos adquiridos durante el proceso de la Maestría se pueden destacar algunos puntos relevantes, tales como que somos más competitivos en el mercado laboral y más efectivos al desarrollar cada uno de los proyectos asignados en nuestras funciones en los puestos de trabajo, por lo que sería valioso que se

promueva más la maestría para que nuevos profesionales adquieran u opten por este título para tener más colaboradores eficientes con este tipo de formación académica.

- El aprendizaje obtenido en el Programa de Maestría ha sido enfocado en la atención de las necesidades de la sociedad y del mercado empresarial. Se procura formar profesionales idóneos, con un desempeño eficaz en las distintas ramas de la Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa.
- Las asignaturas de la maestría en general están bien enfocadas, pero algunas necesitan ser más reforzadas y profundizadas para que sean coherentes con la información aprendida, para que finalmente se ponga en práctica en el desarrollo del proyecto de intervención, pues es allí donde se recogen, demuestra y se ponen en práctica todos los temas o conocimientos adquiridos en la maestría.
- Es factible implementar una estrategia publicitaria con el objetivo de incentivar a las personas a donar sangre, plaquetas y formar parte del voluntariado de FANLYC, pues los medios de comunicación juegan un papel importante a la hora de hacer llegar el mensaje al público objetivo, obteniendo así grandes resultados.
- La investigación resulta confiable para quienes deseen estudiar este tipo de fenómenos sociales, pues se tratan aspectos determinantes que identifican sus implicaciones y sus consecuencias, la cual generará un acercamiento hacia las posibles soluciones del problema.
- Más del 50% de la muestra manifestó nunca haber participado en ninguna fundación, por lo que se hace de suma importancia la implementación de campañas motivadoras y no solo para la Fundación FANLYC, sino para muchas otras existentes en Panamá que están realmente realizando una buena labor social, como, por ejemplo, Funda Cáncer.

- El concepto general de la campaña se realizó con un contenido de sensibilización y persuasión, el diseño resalta la necesidad de prestar atención a la problemática de la fundación FANLYC como una situación que es vital para todos.
- Se evidenció con los miembros de FANLYC que se puede lograr el objetivo de comunicación, el cual es muy importante, pues informa a la población sobre la necesidad de donar sangre, plaquetas y participar del voluntariado FANLYC.
- La labor de las Coordinadoras de la Maestría Publicidad Estratégica y Creativa y la de la Asesora del Proyecto de Intervención, Magister Marta Rodríguez fueron eficaces y oportunas durante el transcurso de la maestría, brindando apoyo y su conocimiento para facilitar el desempeño profesional en el desarrollo de la Maestría en Publicidad Estratégica Creativa.

## **RECOMENDACIONES**

- Se debe abrir las inscripciones anuales para que los estudiantes puedan optar por el título, no esperar que termine una generación. Por consiguiente, se requiere mayor énfasis en la difusión del Programa de la maestría en los diferentes canales informativos que existen en la Universidad de Panamá, y así aprovechar y realizar una campaña digital (audiovisual) vía web que no cueste nada.
- Será altamente favorable para los participantes en el Programa de Postgrado contar con un cronograma oportuno para los trabajos finales, en todos los cursos especialmente en los que requieran diseños, como “taller de producción de material gráfico publicitario”, “seminario de community management y comercio electrónico”; de manera que permita absorber los conocimientos brindados a un 100 % y ponerlos en práctica.
- En el Programa de Maestría es importante la reorganización del orden de las asignaturas para facilitar el aprendizaje. Desde la primera materia conviene enfatizar en el proyecto de intervención para reducir el tiempo de la entrega final de dicho proyecto, y evitar que las materias de proyectos de intervención estén separadas ya que esa condición interrumpe el desarrollo de ese trabajo.
- Es necesario orientar a la población respecto a los cuidados, así como los lugares donde pueden acudir y que cada cierto tiempo pueden repetir la donación. También concienciar a las personas interesadas y motivarlas para que transmitan lo que saben, y así se vean interesadas cada vez más personas.
- Se requiere implementar más capacitaciones informativas, tanto en la fundación como en las comunidades acerca de los cuidados que deben tener las personas en el momento de donar sangre y plaquetas con el propósito de que estas no sean

afectadas por prejuicios y puedan contribuir y aportar algo positivo a todos esos niños que lo necesitan.

- Con la investigación se pudo constatar que es necesaria esta campaña y que su implementación se puede llevar a cabo con éxito. Esta se puede ejecutar mediante patrocinios para contrarrestar los costos que conlleva la implementación de publicidad en los diferentes medios.
- Dadas las limitaciones que enfrenta FANLYC para cumplir sus objetivos de atender las necesidades de los niños con cáncer y sus familias, le daremos como donación esta campaña para que la ejecute y a la vez sensibilice a la población y estimule la donación de sangre y plaquetas, así como el incremento de su voluntariado.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## **Libros**

- CORINA SCHMELKES (2000) **Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (tesis)**. Mexico, D.F.: OXFORD.
- ROBERTO HERNANDEZA SAMPIERI (1999) **Metodología de la investigación (segunda edición)**. Naucalpan de Juarez, Edo. Mex.: Mc Graw Hill.
- LUZMILA CAMPOS DE SANCHEZ (2010) **Metodología de la investigación**. Panamá.: Artes e impresiones Durbin.
- FANLYC **Revista** edición 2016, 2017, 2018. Panamá.

## **Proyector de intervención utilizados**

- Orlan Javier Parra Parra y Maribel del Carmen Rodríguez Quiroz (Propuesta para disminuir el bullying escolar en adolescentes de 12 a 15 años de edad para el instituto cultural).
- Jovani Valdés (Fundación orquesta musical de Nata de los Caballeros)



de, D. (8 de septiembre de 2017). Definiciones de. Obtenido de <https://definicion.de/persona/>

doctissimo. (s.f.). Obtenido de <http://www.doctissimo.com/es/salud/diccionario-medico/cabello>

Dona sangre. (s.f.). Obtenido de [http://www.donasang.org/que-es-la-sang/es\\_index.html](http://www.donasang.org/que-es-la-sang/es_index.html)

Elcomercio.com. (4 de febrero de 2016). el comercio.

emol. (23 de octubre de 2014).

ESPAÑOL3. (s.f.). Obtenido de <http://espanol3cach.blogspot.com/>

Española, G. D. (2016). thefreedictionary. Obtenido de Gran Diccionario de la Lengua Española © 2016 Larousse Editorial, S.L

Fanlyc. (s.f.). Recuperado el 3 de septiembre del 2017 de septiembre de 2017, de <http://www.fanlyc.org/como-puedes-ayudar/>

FANLYC. (2017). realidad swl cancer en niños y adolescentes. FANLYC, 34. Fundación Amigos del Niño con Leucemia. (s.f.). Obtenido de <http://www.fanlyc.org/como-puedes-ayudar/>

globocan. (2012). El Cancer Infantil en las Americas. Obtenido de <http://globocan.iarc.fr/Default.aspx>

Grau, D. (20 de diciembre de 2016). Donar el Pelo: Razones para hacerlo y consejos 7 Última actualización 28 enero 2017 a las 07:15. Ella Hoy, pág. a.

Health Psychology. (s.f.).

Lopez, R. G. (1984). La descripción, una operación discursiva. Obtenido de

[http://www.uv.mx/cpue/colped/N\\_34/La\\_descripcion\\_una\\_operacion\\_discursiva.htm](http://www.uv.mx/cpue/colped/N_34/La_descripcion_una_operacion_discursiva.htm)

Marketing, T. (s.f.). Todo Marketing. Recuperado el 07 de 09 de 2017, de

<http://www.todomktblog.com/2013/06/estrategias-publi.html>

Merino, J. P. (2013). Definición de prueba piloto. Recuperado el 30 de 08 de 2017, de

<https://definicion.de/prueba-piloto>

Narizroja. (s.f.). El reto Narizroja. Obtenido de [http://web.narizroja.org/informacion-programas-cancer\\_02.php](http://web.narizroja.org/informacion-programas-cancer_02.php)

PAHO.ORG. (14 de JUNIO de 2012). ORGANIZACION PANAMERICANA DE SALUD. Recuperado el 06 de 09 de 2017, de [http://www.paho.org/pan/index.php?option=com\\_content&view=article&id=665:panama-lanza-campana-promover-donacion-voluntaria-sangre&Itemid=272](http://www.paho.org/pan/index.php?option=com_content&view=article&id=665:panama-lanza-campana-promover-donacion-voluntaria-sangre&Itemid=272)

Pionce, K. (s.f.). scribd. Obtenido de scribd: <https://es.scribd.com/doc/90916858/Que-es-una-campana-social>

Publicado 7th March 2011 por Mario Simonovich. (s.f.). Obtenido de <http://clasesmgs.blogspot.com/2011/03/campanas-concepto-tipos-y.html>

Remo. (01 de febrero de 2016). remolacha.net. Recuperado el 06 de 09 de 2017, de <https://remolacha.net/2016/02/donar-sangre-republica-dominicana/>

Salgado, A. (14 de agosto de 2016). el sur periodico de guerrero. Recuperado el 06 de 09 de 2017, de <http://suracapulco.mx/4/dejan-tratamientos-anti-cancer-en-ninos-por-falta-de-donadores-de-sangre-advierte-pediatra-del-iecan/>

significados. (s.f.). Obtenido de <https://www.significados.com/necesidad/>

starmedia. (22 de diciembre de 2016). starmedia.  
Ucha, F. (12 de 11 de 2008). Estrategia. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/estrategia>

Ucha, F. (16 de 03 de 2010). Actividad. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/actividad>

Watson, O. D. (11 de septiembre de 2015). <https://www.panamaamerica.com.pa/nacion/hay-95-casos-de-cancer-infantil-cada-ano-201700>