



FACULTAD DE ECOLOGÍA HUMANA

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Memoria del impacto y nivel de aceptación del plan de acción social de la campaña de sensibilización de la donación de plaquetas: “Pausa por una buena causa” en el medio empresarial.

Para optar al grado de:
Ingeniera en Gestión de Recursos Humanos

Presentado por:
Liana María González Toscanini

Equipo de Asesores:
Luis Capelo
Carola García de Capelo

GUAYAQUIL, ECUADOR
[Noviembre, 2016]

ABSTRACT

Pausa por una buena causa surge a través del conocimiento de una problemática que existe actualmente en Solca Guayaquil, el cual es la falta de donantes voluntarios de plaquetas no remunerados para niños con cáncer.

Hoy en día se requieren aproximadamente un total de 300 donantes de plaquetoféresis al mes, entre adultos y niños y únicamente se cumple con el 6% de esta demanda.

El objetivo del desarrollo de este Proyecto de Aplicación Profesional fue lograr informar y concientizar a la sociedad Guayaquileña acerca de la ausencia de donación, el bajo nivel de cumplimiento de la demanda de plaquetas requerida y la importancia de la misma.

Para esto, se realizó una campaña informativa – persuasiva dirigida a personas entre 18 y 65 años de edad cuyo objetivo fue el poder conseguir el mayor número de donantes aptos de plaquetas. Para agregarle mayor peso a nuestra acción nos dirigimos a un segundo grupo objetivo el fueron las empresas privadas de guayaquil vinculadas en acciones sociales con un número significativo de colaboradores.

Key words: plan de acción, plaquetas, cáncer infantil, recursos humanos,

1. DENOMINACIÓN	4
2. DESCRIPCIÓN	4
3. FUNDAMENTACIÓN.....	5
3.1 CÁNCER INFANTIL.....	5
3.2 DONACIÓN DE PLAQUETAS	6
3.3 PROBLEMÁTICA	6
3.4 PLAN DE ACCIÓN	9
4. OBJETIVOS	10
4.1 OBJETIVO GENERAL	10
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
5. DESTINATARIOS.....	11
6. ACTIVIDADES	11
6.1 IDENTIFICACIÓN DE EMPRESAS.....	11
6.2 ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN	12
<i>Acción 1 : campaña persuasiva</i>	<i>14</i>
<i>Acción 2: conferencia</i>	<i>14</i>
<i>Acción 3: pre chequeo día de la conferencia</i>	<i>15</i>
<i>Acción 4: Chequeo final.....</i>	<i>15</i>
<i>Acción 5: entrega de base de datos</i>	<i>16</i>
<i>Acción 6: notificación de resultados.....</i>	<i>17</i>
<i>Acción 7: donación de plaquetas</i>	<i>18</i>
<i>Acción 8: Entrega de reconocimiento</i>	<i>19</i>
6.3 VISITA A LAS EMPRESAS.....	19
6.3.1 Resultados de las visitas a empresas.....	23
6.4 EJECUCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN	25
7. RECURSOS HUMANOS.....	27
8. RECURSOS MATERIALES.....	28
9. PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	28
10. AUTOEVALUACIÓN	29
10. BIBLIOGRAFÍA.....	33

1. Denominación

Memoria del impacto y nivel de aceptación del plan de acción social de la campaña de sensibilización de la donación de plaquetas: “Pausa por una buena causa” en el medio empresarial.

2. Descripción

El siguiente documento de aplicación profesional describe la memoria del impacto y nivel de aceptación del plan de acción social de la campaña de sensibilización de donación de plaquetas : “Pausa por una buena causa” en el medio empresarial.

Se contactó a Gerentes de Recursos Humanos de empresas que en la actualidad se encuentran involucrados con planes de responsabilidad social o voluntariado corporativo, y cuentan con un número significativo de colaboradores, entre 400 y 600. De esta forma consideramos que sería más eficiente el poder lograr nuestro objetivo del plan de acción el cual es, construir una base de datos con trabajadores de empresas privadas para incrementar el número de donantes aptos voluntarios no remunerados de plaquetas para niños con cáncer en Solca Guayaquil.

Adicional, se suma a la memoria varias entrevistas realizadas para conocer la opinión de Gerentes de Recursos Humanos a los cuales se les

presentó el proyecto, optaron por apoyar la causa y en conjunto implementamos el plan de acción dentro de la organización.

Se narrará el proceso que se siguió para la elaboración del plan de acción social dentro de las organizaciones así como también resultados y recomendaciones.

3. Fundamentación

3.1 Cáncer infantil

Cuando hablamos de cáncer hablamos de un tumor maligno que representa un grupo de varias enfermedades que se caracterizan por el desarrollo de células anormales, que se dividen y crecen sin control en cualquier parte del cuerpo, el cual afecta también a pacientes en edad pediátrica. Varias estadísticas señalan que cada año más de 160.000 niños en el mundo son diagnosticados con cáncer y entre el 70% al 80% de los pacientes infantiles viven en países en desarrollo como el Ecuador.

El National Cancer Institute señala que los tipos más comunes de cáncer diagnosticados en niños y adolescentes son la leucemia, los tumores del cerebro y otros tumores del sistema nervioso central, el linfoma, rhabdomyosarcoma, neuroblastoma, tumor de Wilms, cáncer de hueso y tumores de células germinativas gonadales (de testículo y de ovario).

3.2 Donación de plaquetas

Los pacientes que padecen cáncer y pasan por el tratamiento de quimioterapias o radiaciones con mayor frecuencia necesitan de las donaciones de plaquetas por el procedimiento de aféresis, ya que estos destruyen por completo las células cancerosas como las sanas (entre estas las plaquetas).

La baja de plaquetas puede traerle al niño como consecuencia hemorragias internas ya que se ve afectado el proceso de coagulación de la sangre es por esto, la importancia de la donación y transfusión a tiempo. Es importante tener en cuenta que las plaquetas no se pueden almacenar como la sangre ya que cuentan con una vida útil entre 3 a 5 días desde su donación. Sin embargo, hoy en día alrededor de 30 millones de donantes voluntarios a nivel mundial donan una vez y no lo vuelven a hacer ya que no existe una cultura de donación posicionada.

3.3 Problemática

Para poder dar inicio a nuestra acción social primero se inició con una fase investigativa tanto a nivel nacional como internacional en el mes de abril para poder conocer a fondo sobre la problemática actual e implementar acciones que generen impacto.

En el ámbito internacional en países desarrollados el tema del cáncer infantil es altamente tratable ya que las condiciones médicas y recursos son muchos más altos incluso la falta de cultura donación y el conseguir donantes aptos con inmediatez no son un problema al momento de requerirlos. Por tanto, aproximadamente el 90% de los niños con cáncer luchan y combaten esta enfermedad sin ningún problema.

Sin embargo, en países en desarrollo como el Ecuador más de la mitad de los niños diagnosticados con cáncer tiene probabilidades de morir debido a que existen varios factores que afectan a la sobrevivencia tales como: el diagnóstico tardío de la enfermedad, los padres tienen que ser los encargados conseguir donantes de plaquetas para sus hijos, falta de suministros adecuados, cultura de donación de plaquetas nula, no existen bancos o una base de datos con donantes aptos calificados de plaquetas a la cual acudir, los padres de familia son de escasos recursos; muchos optan por abandonar el tratamiento por el alto costo que este representa, así como también la falta de información que se le proporciona a los padres acerca de la enfermedad y como estar preparados ante esta.

Es importante tener en cuenta que hoy en día en Solca Guayaquil el 80% de pacientes internados provienen de otras provincias, son de escasos recursos y muchas veces se encuentran en la desesperación de no encontrar donantes voluntarios y se ven obligados a pagarle una persona que se denomina “donante profesional” un monto entre \$80 a \$120 dolares por

transfusión. Adicional, cabe recalcar que este monto varia si es fin de semana o feriados, en muchas ocasiones los niños que se encuentran graves necesitan desde 3 transfusiones al día por lo tanto, en la mayoría de los casos los padres se ven obligados a abandonar el tratamiento por falta de recursos económicos.

Para donar plaquetas la persona interesada debe de pasar por un proceso un poco extenso dentro de las instalaciones de Solca Guayaquil. Como paso número uno se debe de realizar un chequeo sencillo de venas donde el doctor observa si cuenta con una vena adecuada para continuar con el proceso, ya que la aguja que se utiliza para realizar el proceso de aféresis tiene un grosor específico y la vena debe de ser correcta para la donación.

Luego de tener esta aprobación la persona procede a realizar un examen de pre chequeo el cual dura aproximadamente 15 minutos donde se extrae una muestra de sangre para identificar si la persona posee alguna enfermedad viral la cual pueda impedir la donación. Para obtener los resultados se debe de esperar entre 3 a 5 días laborales, si la persona resulta apta puede en cualquier momento proceder a realizar la donación de lunes a domingo, 24 horas.

Sin embargo, de acuerdo a las encuestas realizadas a un número de 384 personas como resultado se obtuvo que la mayoría de las personas no se acercan a donar por temas movilización y tiempo ya que el horario que Solca establece para realizar el pre chequeo de venas y examen de sangre es

de lunes a viernes de 8h00 – 11 am y la mayoría se encuentra en su jornada laboral y esto es un gran impedimento para conseguir la calificación de donantes.

3.4 Plan de acción

Luego de haber obtenido los resultados de investigación identificamos que no existen campañas que informen acerca de la escasa donación de plaquetas, por eso creamos “pausa por una buena causa”, una campaña que nos motiva a darnos una pausa a nuestras actividades diarias para ayudar a esta emergencia.

Para ejecutar este proyecto de forma integral se llevaron a cabo dos acciones específicas. La primera fue lanzar una campaña de tipo informativa – persuasiva dirigida al público en general de 18 a 65 años de edad de la ciudad de Guayaquil, el mismo que nos permitió captar un amplio número de personas interesadas en donar plaquetas mediante varias actividades realizadas tales como: gira de medios, asistencia a eventos, BtIs, redes sociales etc.

La segunda actividad y una de las más relevantes acciones fue el diseño de una acción comunitaria que se pudo añadir como parte de los planes responsabilidad social, de un número específico de empresas privadas de la ciudad de Guayaquil que optaron por unirse a esta causa.

Cabe recalcar que la descripción de la ejecución de la misma será tratada en esta memoria.

4. Objetivos

4.1 Objetivo general

- Describir el proceso de implementación del plan de acción social aplicado a empresas privadas de la ciudad de Guayaquil.

4.2 Objetivos específicos

- Relatar cuales fueron las particularidades para realizar y proponer el plan acción social a las empresas privadas.
- Detallar los resultados obtenidos mediante la ejecución del plan de acción social aplicado a empresas que se unieron a “Pausa por una buena causa”.
- Evidenciar la experiencia como recursos humanos al ejecutar y proponer el plan de acción social y los resultados de los mismos.

5. Destinatarios

El presente trabajo de aplicación profesional esta pensando en aquellas personas que se encuentren interesadas en emprender cualquier tipo de plan de acción social o de campañas ligadas al tema del cáncer infantil así como también para alumnos que se encuentran en proceso de titulación y buscan informarse sobre como llevar a cabo este tipo de acciones sociales.

6. Actividades

A continuación se detallará el paso a paso o acciones que permitieron llevar a cabo el plan de acción social en el medio empresarial, las cuales nos permitieron lograr nuestro objetivo.

6.1 Identificación de empresas

Se procedió a identificar las empresas que podían ser participes y optar por añadir una acción involucrada con la sociedad a sus planes de responsabilidad social corporativo en caso de tenerlos o en su defecto implementar un nuevo plan de acción social.

En nuestro caso sabíamos que son empresas que en la actualidad constantemente se encuentran involucradas con causas sociales e incluso cuentan con voluntariado corporativo. Para llegar a estas, se procedió a realizar una lista con varios nombres de empresas y contactos a los cuales acudir para posterior a esto poder coordinar la visita y diseñar el plan de acción social de acuerdo a las políticas internas de la misma.

Se construyó un perfil basado en nuestras necesidades, en este caso sabíamos que necesitamos informar al mayor número posible de personas acerca de la problemática con la que nos encontramos trabajando. Al visitar empresas medianas o grandes entre 400 a 600 colaboradores, podíamos lograr nuestro objetivo de manera más rápida y se podía abarcar en un solo lugar a una gran cantidad de personas.

6.2 Elaboración del plan de acción

Cuando hablamos de un plan acción hablamos de un instrumento y una representación estructurada y resumida de tareas que se van a realizar. Lo importante del plan de acción es que nos sirvió como una guía al momento de llevar a cabo las actividades dentro de las organizaciones y más que nada el poder darle claridad del proyecto a los Gerentes de Recursos Humanos que visitamos.

Lo importante de esta matriz, es que no detalla el qué, cómo, cuando y con quien se van a realizar las acciones para que no quede ninguna duda al momento de ejecutar el proyecto.

Dentro del mismo se detallaron varios indicadores importantes tales como: actividades, objetivos, tiempo, lugar, responsables y los recursos a utilizar para llevar a cabo cada una de las actividades u acciones previstas.

Es importante mencionar que sabíamos que nos estábamos enfocando en empresas medianas y grandes por lo tanto, en varias de las acciones detalladas se requirió usar diferentes recursos, los cuales varían dependiendo del nivel jerárquico que ocupan las personas de las empresas en este caso administrativo u operativo, ya que la comunicación para llegar a estos grupos y el medio debe de ser distinta.

El plan de acción creado dirigido para las empresas fue modificado posterior a las visitas, ya que debía ser acoplado de acuerdo a las políticas internas de cada una de ellas.

A continuación se detallará paso a paso cada una de las acciones propuestas en el plan de acción :

Acción 1 : campaña persuasiva

Ejecución de una campaña de persuasión la misma que invita a los colaboradores a asistir días posteriores a una conferencia, donde se brinda información relevante relacionada al tema de donación de plaquetas mediante varios medios de comunicación interna.

Los recursos se dividen de acuerdo al tipo de personal en este caso al personal administrativo mediante videos y personal operativo mediante afiches y flyers que son expuestos en las carteleras.

Los responsables asignados a esta actividad es el grupo Solca (encargado de Recursos Humanos) y el personal de Recursos Humanos encargado de comunicación interna de la empresa.

Acción 2: conferencia

Mediante una conferencia se brinda información en temas relacionados a la donación de plaquetas tales como: cumplimiento de la demanda vs. oferta, mitos, tabúes, requisitos para donar y accesibilidad para hacerlo. El soporte de la misma es de un Dr. representante de Solca para profundizar la temática y aclarar dudas en caso de que existan por parte del personal voluntario.

Los recursos para poder llevarla a cabo son: espacio/infraestructura asignada por la empresa, banners, trípticos, afiches, y videos.

Los responsables de dicha acción son los integrantes del grupo Solca (independientemente de las carreras), personal de Solca para despejar dudas y soporte del personal de Recursos humanos de la empresa.

Acción 3: pre chequeo charla

El mismo día de la charla realizada se invita a los voluntarios a conocer su nivel de probabilidad de poder ser parte de esta acción social por medio de un pre chequeo que verifique si es un donante potencial. Este será un primer filtro para reconocer a grandes rasgos si podrán o no donar plaquetas. El mismo consiste en revisión de venas ya que el grosor de la misma es muy importante el momento de donar.

Para esta acción se quiere como responsables y el apoyo de los integrantes del grupo Solca, personal u doctor asignado por Solca especializado en exámenes de pre chequeo y si la empresa desea, el apoyo del médico ocupacional de la empresa.

Acción 4: Chequeo final

Se realiza un último chequeo médico para aquellas personas que pasaron el pre chequeo por venas. Este consiste en realizar una prueba de no más de 15 minutos la cual se extrae una muestra de sangre la cual luego es enviada a un laboratorio y se determina si la persona cuenta con algún tipo de enfermedad viral que no la permita donar, estos resultados son entregados entre 3 a 5 días laborales.

Lo importante de esta prueba es determinar cuales son las personas aptas y calificadas ya para donar, las mismas proceden a ser registradas a una base de datos. Este examen se realiza en las instalaciones de Solca o las unidades móviles pueden visitar las empresas para la extracción pero siempre dependerá del número de personas sean más de 15 que ya pasaron el pre – chequeo y el presupuesto asignado.

Los recursos establecidos para esta acción dependiendo del caso son : espacio asignado por Solca, utensilios médicos, unidades móviles, banners y afiches. Los responsables de esta son los integrantes del grupo Solca y el personal de Solca.

Acción 5: entrega de base de datos

La creación de la base de datos con los donantes aptos de plaquetas de las empresas, es entregada a la persona de Recursos Humanos responsable u encargada del proyecto, siendo el nexo entre la empresa y el Grupo Solca.

Se pensó en esto ya que como plus o beneficio que recibe la empresa al momento de unirse a la causa es el poder contar con una base de datos de su personal que ya se encuentre apto para poder realizar la donación de plaquetas de ser el caso que algún colaborador o familiar lo requiera en algún momento.

Para esta acción se quiere como recurso contar con la lista digital con información de donante aptos/calificados y como responsables de la entrega de la misma los integrantes del grupo y el personal de recursos humanos de la empresa.

Acción 6: notificación de resultados

Se entrega a cada uno de los colaboradores los resultados del chequeo final, ya sean negativos o positivos. En el caso de ser positivos se entrega una carta personalizada, la misma que se encuentra ubicada en sus puestos de trabajo la misma que contiene el mensaje “Felicitaciones has sido calificado como potencial donante”.

. Si el resultado del colaborador es negativo, se notifica vía correo electrónico adjuntando distintas formas de cómo puede apoyar la causa como, brindándole información que puedan compartir en sus redes sociales, influyendo así a sus seguidores a vincularse a la problemática que ayuda a salvar la vida de niños con cáncer.

Los recursos a utilizar para esta acción para el personal administrativo son cartas dirigidas y mailings como comunicación interna y para el personal operativo mediante la cartelera de la planta y afiches.

Los responsables son los integrantes del grupo Solca de recursos humanos y personal de Recursos Humanos de la empresa.

Acción 7: donación de plaquetas

Se procede a realizar la donación respectiva de plaquetas por parte de los colaboradores de la empresa. Junto al equipo de recursos humanos se define el horario y fecha que los colaboradores aptos pueden movilizarse a realizar la donación. Cabe recalcar que la cantidad de días de donación varían dependiendo del número de colaboradores que proceden a realizar la donación ya que esta toma un tiempo aproximado de 2 horas y Solca cuenta con 4 máquinas de plaquetoféresis.

Para esta actividad se requiere vehículo para movilización, snack para el donante y un diploma de reconocimiento; el mismo que es entregado por el padre de familia del niño hospitalizado. Los responsables son los integrantes del grupo, personal de Recursos Humanos de la empresa y personal de Solca.

Acción 8: Entrega de reconocimiento

Finalmente se procede a entregar un reconocimiento a cada una de las empresas que se unió a nuestra acción social. El recurso a utilizar es el reconocimiento que se establezca y llevará a cabo por parte del grupo y personal de la empresa aliada.

6.3 Visita a las empresas

Luego de haber definido y realizado el plan de acción con actividades concretas y claras sobre lo que queríamos realizar dentro de las organizaciones, procedimos a enviar correos e hicimos contacto con 4 empresas medianamente grandes las cuales por su nivel de responsabilidad social y número de colaboradores nos llamaban la atención.

El contacto directo con cada una de ellas fue con los Gerentes de Recursos Humanos, de los cuales tuvimos respuestas de manera inmediata y favorable. Lo mismos nos abrieron las puertas, detallándonos día y hora para poder presentar el proyecto.

A continuación, se describirá un breve resumen del perfil e historia de cada una de las empresas visitadas:



Diario EL UNIVERSO nació en una época en que nuestro país vivía importantes cambios sociales y políticos. Ha ido de la mano con los cambios tecnológicos y periodísticos en estos 91 años de vida pública en Ecuador. Diario El Universo se ha producido en cuatro locales distintos, este diario es actualmente el más importante de la ciudad y uno de los más grandes del país.

Tienen como objetivo ser una organización sólida y cohesiva, identificada con los más caros intereses nacionales, enfocada a su razón de ser y líder en contenidos periodísticos, para ser el mayor y mejor diario nacional.

A lo largo de su historia la empresa también se ha caracterizado por ser una empresa con de gran responsabilidad social ya que ha apoyado distintas causas sociales tales como: voluntariado para ayudar a niños abandonados en Ecuador, voluntarios para la Cruz Roja, apoyo a campañas de no al maltrato infantil ni abuso sexual entre otras.



Grupo Bimbo es una empresa Multinacional fundada en la Ciudad de México en 1945 y hoy en día cuenta entre las empresas de panificación más importantes del mundo, por su volumen de producción, ventas y posicionamiento de marca.

Tiene más de 100 marcas de reconocido prestigio. Su compromiso de ser una compañía altamente productiva y plenamente humana, así como innovadora, competitiva y orientada a la satisfacción total de sus clientes y consumidores.

En la actualidad, Bimbo adquirió Supan empresa Ecuatoriana de la industria del pan. Esta transacción implicó la entrada al mercado ecuatoriano, conforme a la estrategia de seguir fortaleciendo la presencia de Grupo Bimbo en América. La empresa cuenta con alrededor de 900 colaboradores y dos plantas ubicadas en Guayaquil y Quito.



Importadora Andina es una empresa ecuatoriana dedicada atender las necesidades del mercado ecuatoriano brindando el servicio y asesoramiento en venta, post venta y mantenimiento automotriz a través de un personal altamente calificado.

El objetivo principal es fortalecer las relaciones comerciales con clientes y proveedores, obteniendo así los mejores resultados para la organización y sus accionistas.

Así como también, ser una organización esencial en el progreso país, comprometida con el servicio, brindando al sector automotriz, industrial, comercial y particular, productos de calidad y asesoramiento con personal altamente calificado.



Empresa de redes de transporte a nivel internacional que conecta a usuarios con vehículos premium a través de una app móvil para

Cabify funciona como punto de contacto entre usuarios y el selecto grupo de conductores privados, a través de la aplicación móvil disponible para Android y iPhone, al igual que en su página web. Tienen como objetivo principal que cada trayecto de un cliente sea una experiencia única.

6.3.1 Resultados de las visitas a empresas

En cada una de las empresas visitadas (4) tuvimos resultados favorables, como grupo sabíamos que íbamos a vender una causa real por lo tanto, fuimos con un plan de acción establecido el cual fue entregado de forma física y de manera formal así como también, videos junto con testimonios y casos reales que se viven día a día en Solca, los mismos que fueron de gran soporte para nuestra presentación.

Sabíamos que al enfocarnos en empresas podía contribuir a solucionar problemas sociales por lo tanto, en todo momento tuvimos que resaltar los beneficios de optar por esta causa y venderla de tal forma que se inclinen ante este plan de acción y no otros.

En todo momento dejamos claro la importancia y beneficios para la misma tales como: fortalecimiento de su reputación e imagen, valor social y económico, y que la acción social sea parte de la estrategia corporativa y esté en coherencia con la visión, misión y valores de la empresa es un plus

para la misma. Pero, uno de los beneficios más importantes que resaltamos era la satisfacción y el resultado de fomentar la campaña “Pausa por una buena causa” por lo niños con cáncer.

Los resultados fueron positivos por parte de Diario El Universo, Bimbo, Importadora Andina y Cadify. Cada uno de los representantes de las mismas que les presentamos el proyecto se sintieron identificados con la enfermedad del cáncer, incluso sin tener el conocimiento dos Gerentes de distintas empresas visitadas habían pasado por esta terrible enfermedad años anteriores.

3 de las 4 empresas nos abrieron las puertas a realizar cada uno de los pasos de nuestro plan de acción, el mismo día de la presentación del proyecto con cada una de ellas tuvimos la oportunidad de reunirnos y definir fechas exactas para dar arranque a nuestra campaña.

En el caso de Cadify fue de la misma manera sin embargo, es una empresa que se dedica al servicio de transporte y con toda la pre disposición e entusiasmo decidieron unirse ofreciendo sus servicios de transporte para movilizar a los donantes calificados del lugar donde se encuentren hasta la institución Solca.

6.4 Ejecución del plan de acción

Al finalizar la etapa de negociación con las empresas para aprobar la ejecución de la acción social dentro de la misma, como se mencionó se determinaron los días en los cuales podíamos arrancar con nuestra campaña interna “Pausa por una buena causa”, los mismos que fueron respetados. En el caso de Diario El Universo, Importadora Andina y Bimbo arrancamos una a dos semanas posteriores a la visita.

Como se mencionó nuestro objetivo de esta acción fue poder encontrar voluntarios aptos no remunerados que quieran dar una “pausa por una buena causa” en su jornada laboral por los niños de Solca, y así poder ayudar a satisfacer la demanda de plaquetas para su recuperación.

Iniciamos nuestra campaña siguiendo cada uno de los pasos establecidos en el plan de acción. Empezamos en cada una de ellas con una campaña persuasiva e informativa días antes a nuestra visita como invitación a la charla próxima a realizar. Para la ejecución de la misma, nos soportamos con herramientas de comunicación interna tales como: envío de mailings a los colaboradores con estadísticas, mitos e información sobre la donación de plaquetas así como también, afiches en carteleras, comedores y pasillos. Los cuales facilitaron el involucramiento de los empleados y la motivación para asistir de manera voluntaria a las charlas.

Luego de esto, realizamos la charla con el soporte de una doctora del área de Pediatría quien colaboró despejando dudas, mitos acerca de la donación de plaquetas y compartiendo junto con los colaboradores testimonios y vivencias del día a día en Solca.

Al finalizar la charla, el personal interesado y motivado a apoyar la causa pasaron por un pre chequeo de venas realizado por la doctora de Solca. Aquellos colaboradores que pasaron este filtro y una serie de preguntas en cuanto a enfermedades e historial clínico fueron registrados en nuestra base de datos para posterior a esto coordinar el día de chequeo final en las instalaciones de Solca, y en el caso de ser un donante apto proceder más adelante a realizar la donación.

Este paso próximo a seguir no se puede detallar dentro de esta memoria ya que por temas de tiempo por entrega del presente documento individual, la acción no se ha ejecutado. Sin embargo, en la actualidad nos encontramos coordinando días y número de colaboradores a realizarse el chequeo final. Como dato positivo a nuestro plan de acción por parte de Diario El Universo contamos con 21 colaboradores registrados que pasaron por pre – chequeo, Importadora Andina 12 y Grupo Bimbo 14. Los mismos que en semanas próximas se realizaran el chequeo final.

Lo importante de esto fue el haber comunicado la problemática el cual era nuestro objetivo principal y que a través de esta acción se logró

promover el involucramiento de los colaboradores en actividades con la sociedad.

Buscamos realizar alianzas estratégicas con empresas que opten por aumentar esta acción a su plan de responsabilidad social corporativo y tenemos la satisfacción que se logró.

7. Recursos Humanos

Es importante recalcar la función de cada una de las personas que participaron de manera voluntaria en este proyecto y aportaron en el desarrollo del mismo.

Nuestro plan de acción definitivamente no hubiera sido posible sin el apoyo del personal administrativo de las empresas, en este caso cada uno de los Gerentes y Asistentes del área de Recursos Humanos que se unieron a la causa y nos abrieron las puertas para informar acerca de la problemática.

A la doctora Nathaly Cisneros del área de Pediatría quien de manera voluntaria tomó sus días libres de guardias en el hospital para acompañarnos a las charlas en las empresas aliadas.

8. Recursos materiales

Los recursos materiales utilizados para la presentación y ejecución de nuestro plan de acción a presentar en las empresas fueron los siguientes:

Actividad	Recursos materiales
Presentación del plan de acción en empresas	Videos - power point - carpeta "Pausa por una buena causa" con información y matriz del plan de acción.
Campaña persuasiva e informativa	Piezas gráficas para el envío mailings a colaboradores administrativos y piezas gráficas para afiches en carteleras y pasillos – flyers.
Charlas a colaboradores	Equipos de sonido – proyecto – computadora – adaptador – flyers – tripticos - banners - infraestructura asignada por parte de la empresa.

9. Plan de financiamiento

PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DEL PLAN DE ACCIÓN SOCIAL					
Item	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal	Financiento
Video Caso	Para presentación a Gerentes de Rrhh	1	\$250	\$250	Auspicio
Video Colaboradores	Charla	1	\$250	\$250	Auspicio
Afiches	Comunicación interna carteleras y pasillos en empresas	20	\$1	\$20	Feria de Dulces UCG
Flyers	Campaña	\$100	/	\$25	Feria de Dulces UCG
Banners	Soporte en charlas	3	\$15	\$45	Feria de Dulces UCG
Diseñador	Piezas gáficas y logo	1	\$120	\$120	Autofinanciado por Grupo Solca

10. Autoevaluación

Definitivamente el desarrollo de la campaña “Pausa por una buena causa” nos deja muchos aprendizajes a cada uno de nosotros. En mi caso, fue tanto a nivel personal como a nivel profesional. Como futuras Ingenieras de Recursos Humanos sabíamos que dentro del proyecto a realizar debíamos de involucrar un proyecto integral donde por parte de recursos humanos también podamos aplicar todo lo aprendido durante todos estos años de estudio.

Así fue, como se narró en esta memoria creamos un plan donde involucraba a las empresas, uno de nuestros fuertes y donde sabía que lo tenía que hacer de la mejor manera.

A nivel personal puedo decir que desde la elección del tema me sentí identificada con el proyecto ya que, por familiares y amigos he vivido varias experiencias relacionadas al tema del cáncer. Sin embargo, desde que inició la fase investigativa me sentí involucrada, por que nunca pensé que al momento de investigar, pasando varias horas en las instalaciones de Solca, viviendo no del todo pero la mayor parte de la realidad que viven los padres día a día con sus hijos hospitalizados debido a la enfermedad del cáncer, era como vivirlo en carne propia y sabía que de esa manera tenía que transmitirlo al momento de llevar el mensaje.

Uno vez que estuvimos embarcados en el fase de ejecución definitivamente tuvimos varias trabas y momentos de desesperación ya que era un proyecto en el que debíamos de depender de varias entidades para poder llevarlo a cabo.

Por parte de la institución Solca, necesitábamos permisos para poder realizar entrevistas, grabaciones, pre chequeos médicos, unidades móviles, uso de las instalaciones del área de transfusional y doctores para asistencia a charlas. A pesar de que el proyecto beneficiaba a niños hospitalizados dentro del hospital, Solca lo veía como un proyecto más y no le daban la debida importancia. No fue fácil, pero la perseverancia nos permitió conseguir la mayoría de los recursos tanto humanos como materiales para poder ejecutar de la mejor manera este proyecto.

Por otro lado, para visitar empresas sabíamos que nuestro plan de acción debía de tener credibilidad y el escenario “ideal” era que una fundación adopte nuestro proyecto ya que es una causa social real que se vive todos lo días y queríamos que esto sea sostenible en el tiempo.

Nuestro primer y único acercamiento fue con una fundación la cual al ser multinacional necesitaba permisos de afuera para poder adoptar el proyecto ya que se encontraban muy interesados y aprovecharon un viaje de reuniones a Chicago donde fue presentado. Días posteriores a esto, nos comunicaron que por temas de imagen e involucramiento y al ser algo

innovador debíamos de alguna manera “demostrar que esto si puede funcionar”.

Luego de esto, tuve mucha incertidumbre y miedo ya que a nivel personal pensé que quizás nuestra voz no iba hacer escuchada dentro de las empresas y que necesitábamos algo “más” que nos represente y nos brinde mayor credibilidad. Así como también, pensamos equivocadamente que tal vez nadie se iba a casar con nuestra causa ya que días antes un 16 de abril vivimos la tragedia de un terremoto y el Ecuador entero se encontraba centrado en esto.

Después de pensar tanto, nos llenamos de valor y como grupo dijimos “ok, demostremos que 7 personas pueden hacer que las cosas si funcionen” como lo mencionó la fundación. Y así fue, tocamos la puerta de tres empresas y las tres fueron abiertas sin embargo, a nivel personal fue un gran reto el poder diseñar un plan de acción social y adaptarlo a las políticas internas de cada una, realizar una presentación del proyecto adelante de Gerentes de Recursos Humanos y en ocasiones de Marketing, los nervios no faltaban pero aprendí a confiar en mí misma, a dejar la incertidumbre y a los miedos.

Pausa por una buena causa definitivamente lo puedo describir como “vida” y aprendizaje, vida por el esfuerzo que hicimos para cada uno de los guerreros que se encuentran hospitalizados quienes muchos de ellos hoy por hoy fallecen no por la enfermedad sino, por no encontrar personas

voluntarias no remuneradas que deseen donar plaquetas y salvarles la vida. Siempre supimos que nosotros teníamos este reto tan serio y no podíamos tomarlo a la ligera ya que se trata de vida, se trata de niños, se trata de padres y de una familia entera.

Sé que quizás no pudimos resolver todos los casos que existen dentro del hospital y las transfusiones no pudieron ser para todos por que día a día este número incrementa y muchas veces se nos fue de las manos, pero lo que hicimos fue de corazón y a nivel personal tengo la satisfacción de haber colaborado en un proyecto tan real, tan humano y con tanto impacto en la sociedad.

10. Bibliografía

American Red Cross. (2016). *Donación de plaquetas*. Obtenido de

American Red Cross Blood:

<http://www.redcrossblood.org/espanol/donating-blood/types-donations#platelets>

El Diario. (15 de Febrero de 2015). Leucemia, el cáncer infantil más común.

El Diario.

Medicina Transfusional. (2016). *Donación voluntaria*. Obtenido de

Medicina Transfusional: <http://medicinatransfusional.es.tl/Concepto-de-donaci%F3n-voluntaria-de-sangre.htm>