



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Coordinación de Ciencias de la Comunicación

Tesis que para obtener el título de Lic. En Ciencias de la
Comunicación

Campaña social para promover la donación de cabello para la
fabricación de pelucas oncológicas para personas con cáncer

Presenta:

María José Sil Bañales

Asesor:

Gerardo Dorantes y Aguilar

México D.F.

20 de agosto de 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

	Página
Introducción	3
<u>Capítulo 1 Entendiendo el cáncer y la quimioterapia</u>	
1. Tipos más comunes de cáncer en los niños y mujeres de México	8
2. Tratamientos contra el cáncer: quimioterapia	14
a. Cómo funciona la quimioterapia	
b. Efectos secundarios de la quimioterapia	
c. La caída del cabello como efecto secundario de la quimioterapia	
3. ¿Qué es una peluca oncológica y como se realizan las pelucas oncológicas?	21
4. Asociaciones dedicadas a recopilar pelo para la fabricación pelucas en México	24
a. Rizos de Alegría	
b. Casa de la Amistad/ Trencitas de Amor	
c. Fundación Castro Limón	
<u>Capítulo 2 Cambiando cabello por sonrisas</u>	
Introducción	32
1. Campaña	34
2. Investigación	36
a. Modelo de Encuesta	
b. Resultados de las Encuestas	

3. Plataforma Creativa	43
a. Brief	
i. Problema Objetivo	
ii. Objetivo de Comunicación	
iii. Grupo Objetivo	
iv. FODA	
v. Posicionamiento	
vi. Estrategia de Comunicación	
b. Estrategia creativa	
i. Slogan	
ii. USP	
c. Plataformas	
i. Web	
ii. Carteles	
iii. Activación	
4. Plan de Medios	49
a. Flowchart	
5. Presupuesto	55
6. Ejecuciones	56
7. Conclusiones	69
<u>Fuentes y Bibliografía</u>	71

Campana social para promover la donación de cabello para la Fabricación de pelucas Oncológicas para personas con cáncer en el Distrito Federal dirigida a alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM

Introducción

Según Kotler, el padre de la mercadotecnia, el marketing es la función empresarial encargada de identificar necesidades y deseos, determinar a qué público objetivo puede atender mejor la organización y decidir, en este caso, los servicios y programas más idóneos para conseguirlo. La tarea principal de ésta es satisfacer las necesidades de los consumidores por medio de un conjunto de actividades conjuntas, que permitan a la organización cumplir sus objetivos y metas.

La mercadotecnia social, usada en esta campana, se emplea para influenciar a una audiencia en el cambio de comportamiento a causa de problemas de salud, prevención de enfermedades, medio ambiente o en la comunidad.

En esta ocasión, la meta es influenciar a una comunidad de alumnos a dirigir su atención a una causa de problema de salud pero también en un cambio en la comunidad.

Si bien en este caso no se ofrece un bien tangible como recompensa al cambio de actitud de los estudiantes, se ofrece un bien emocional, un cambio en perspectiva de la vida por medio de una pequeña acción, se obtiene la satisfacción de saber que por un momento, la vida de otra persona se volvió mejor gracias a nuestras acciones.

Para obtener esto, se debe concientizar, primeramente a un pequeño grupo de personas, que por medio de la palabra vaya haciendo publicidad de boca en boca y dé a conocer a los demás lo que se está haciendo.

Se empezará en pequeño, pero por medio de esta campaña se espera que de poco en poco el resto de la población, primero del Distrito Federal, y luego de toda la República Mexicana tenga en su conocimiento que una pequeña acción, como lo es donar cabello, puede hacer felices a millones de mujeres y niñas que se encuentran luchando contra el cáncer.

La población de la República Mexicana es de 110 millones de habitantes, de acuerdo al último censo del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). De esta población, 57% tiene menos de 18 años de edad y la incidencia de cáncer en menores de 15 años de edad es de 122 por millón por año, situación que obliga a las autoridades del Sector Salud Federal el planteamiento del cáncer infantil como un problema de salud nacional.

Con estas cifras, es posible concluir que se presentaron 7,686 casos nuevos en 2001 y que, por tanto, el número acumulado teórico se incrementa cada año.¹

Hay diferentes tratamientos contra el cáncer, estos son: cirugía, radioterapia, quimioterapia y trasplante de médula, de los cuales la quimioterapia y radioterapia llevan a la pérdida de cabello de los pacientes en tratamiento.

¹ El cáncer en México en: <http://ciencias.jornada.com.mx/noticias/aumenta-el-cancer-infantil-en-mexico>

Los medicamentos quimioterapéuticos, al actuar sobre células que se dividen con frecuencia como las células cancerosas lo hacen, también pueden actuar sobre aquellas células normales que también se dividen con frecuencia. Estas células son por ejemplo, las células de la médula ósea (donde se fabrican las células sanguíneas) y las membranas mucosas del conducto gastrointestinal. Los folículos pilosos también se dividen con frecuencia y son sensibles a algunos medicamentos de quimioterapia.²

Por esta razón, algunos de estos fármacos producen náuseas, vómitos, diarrea, llagas en la boca. Otros dan lugar a una pérdida temporal del cabello. La médula queda temporalmente perjudicada en su función de producir células sanguíneas, por lo que es más fácil que se produzcan infecciones, pues el número de leucocitos es inferior, o que se produzca cansancio o anemia, ya que el número de hematíes también puede disminuir.

La pérdida del cabello asociada al cáncer, ha dado lugar a que la creación de pelucas oncológicas para ayudar a los pacientes que están recibiendo tratamientos contra el cáncer, ya que el hecho de perder el cabello a causa de tratamientos de quimioterapia, es un evento traumante para los pacientes, y por medio de las pelucas, se les ayuda a subir su autoestima y a seguir luchando contra su enfermedad. Ya que además de someterse a dolor de traumas físicos y mentales, también los pacientes con cáncer pueden sentirse emocionalmente agotados por su belleza perdida. Las extensiones de

² Tratamientos contra el cáncer en <http://www.aquinadieserinde.org.mx/>

pelo natural son una muy buena idea para quienes sufren de esta enfermedad.

Muchos niños y mujeres, que padecen de cáncer pierden su cabello debido a los tratamientos de radiación o quimioterapia, lo que afecta su estado anímico. En razón de ello, la campaña de donación de pelo busca entregar pelucas que se adapten a su gusto y la puedan usar por el tiempo que sea necesario.

Cuando se realiza una donación de cabello se le ofrece la oportunidad a otra persona de poder utilizar una peluca de cabello natural tras sufrir una enfermedad que le haya causado la pérdida de pelo. Lamentablemente, las personas no están conscientes de que con un gesto tan pequeño como este, se puede ayudar a la autoestima de los niños, mujeres y jóvenes que están sufriendo por el tratamiento contra el cáncer.

Perder el cabello durante un tratamiento de quimioterapia es, sin duda, uno de los momentos más tristes y difíciles que pasa un paciente de cáncer. De hecho, más de la mitad de un grupo de mujeres con cáncer (seleccionadas para un estudio en la Universidad de California) aseguró recientemente que el efecto secundario que más le preocupa es la alopecia.

Por estos motivos se presenta una propuesta de campaña social con el propósito de ayudar a la concientización de la población, ya que el cáncer infantil en México es la segunda causa de mortandad en niños, sólo después de los accidentes. Muchos niños y mujeres enfermos de cáncer pierden su cabello debido a los tratamientos de radiación o quimioterapia, lo que afecta su estado anímico.

Esta campaña ayudará a crear conciencia sobre cómo y dónde se puede donar cabello para la fabricación de pelucas oncológicas, ya que la falta de conocimiento sobre este tema evita la donación para apoyar a las personas que se encuentran en tratamiento contra algún tipo de cáncer.

Esta tesis habla sobre los tipos de cáncer que más afectan a la población infantil y femenina de la República Mexicana, los tratamientos contra el cáncer que llevan a la caída del cabello, requisitos para poder donar cabello, las asociaciones mexicanas que se encargan de fabricar y repartir las pelucas oncológicas, la investigación y la propuesta de campaña para aumentar la donación de cabello.

El objetivo de esta tesis es informar, convencer y por lo tanto aumentar el número de donadores de cabello para que se puedan realizar las pelucas que ayudaran a los niños y mujeres con cáncer.

Por lo tanto, se realizará una campaña dirigida a alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, como parte inicial de campaña, para concientizarlos y convencerlos a aportar a esta causa.

Para lograr dicha campaña, se llevará a cabo una investigación en dicha Facultad que se conformará de 100 encuestas aplicadas a los alumnos.

Si bien con esta campaña no se solucionará el problema del cáncer, ayudará a crear conciencia sobre la donación de cabello y a aumentar la cantidad de donadores voluntarios para la fabricación de pelucas oncológicas.

Capítulo 1.- Entendiendo el cáncer y la quimioterapia

1.- Los tipos más comunes de cáncer en los niños y mujeres de México

Hoy en día, la mortalidad por cáncer infantil en el ámbito mundial y en especial en México pudiera disminuirse si la prevención o la detección temprana fuera factible de manera sistemática.³

El cáncer es la tercera causa de muerte en México y según estimaciones de la Unión Internacional contra el Cáncer, cada año se suman más de 128,000 casos de mexicanos. Desde el 2008, es la principal causa de muerte en el mundo.

Existen 100 tipos de cáncer, la mayoría son curables si se detectan en etapas tempranas. En México, el 60% de los casos son detectados en etapas avanzadas. En 2009 la tasa de mortalidad por cáncer en México fue de 65 por cada 100,000 habitantes, según las cifras más recientes, del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Actualmente, tres cuartas partes de las neoplasias malignas de la infancia son curables con las medidas terapéuticas disponibles, con inclusión de cirugía, radioterapia, quimioterapia y terapéutica molecular.

Sin embargo, el conocimiento de la prevención y la detección temprana en los países en vías de desarrollo es limitado. Esta situación se debe a la restricción de recursos financieros y técnicos,

³ El cáncer en México en: <http://ciencias.jornada.com.mx/noticias/aumenta-el-cancer-infantil-en-mexico>

así como al limitado conocimiento epidemiológico del cáncer en estas naciones al escaso conocimiento de la población.

Es incuestionable que la prevención y la detección temprana requieren de especialistas en la materia, quienes a su vez deben participar cercanamente con los servicios de salud locales y federales, de tal manera que el clínico general, familiar o pediatra, se encuentre sensibilizado de este problema de salud.

La aproximación a éste debe llevarse a cabo a través del conocimiento compartido del epidemiólogo y del hemato-oncólogo⁴. También con la emisión de programas de educación médica continua, no sólo para el médico familiar, sino para la población en general.

Tales esfuerzos facilitarán, en aquellas entidades patológicas sensibles de detección temprana, las funciones más eficaces en beneficio de la comunidad y los pacientes.

La problemática de salud y cáncer infantil constituye una de tantas contrariedades que es necesario solventar. En algún momento y de modo muy probable, esta problemática se resolverá, en la población abierta, con la reciente creación del “Seguro Popular”.⁵ Una de las múltiples funciones de las campañas de detección temprana del cáncer infantil es promover el diagnóstico temprano y oportuno,

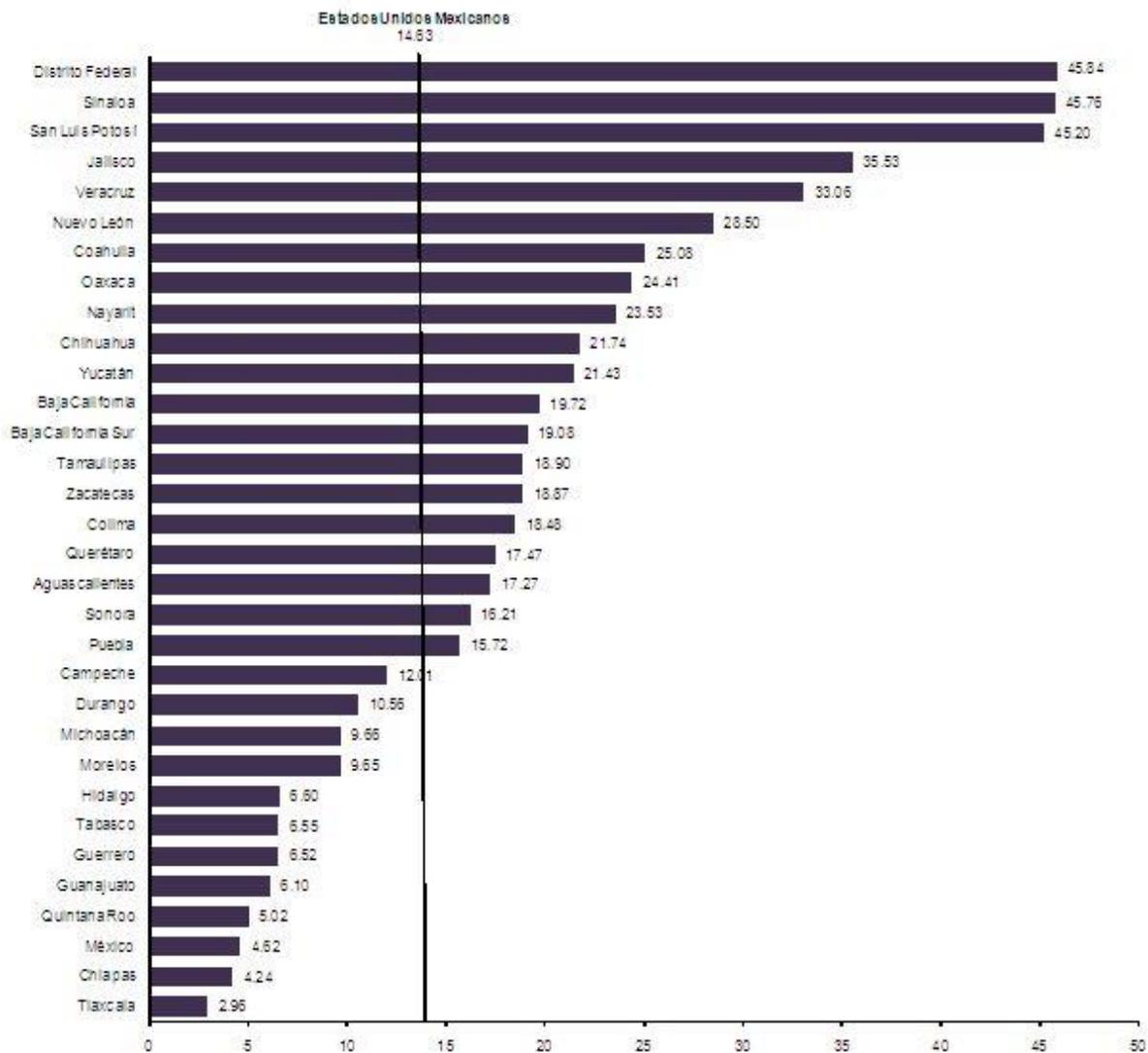
⁴ La hematología es la especialidad de la medicina que se dedica al diagnóstico y tratamiento de las enfermedades de la sangre y los órganos relacionados como la médula ósea, los ganglios linfáticos y el bazo, entre otros. Esta especialidad está muy ligada con la oncología por lo que en la mayor parte de los centros asistenciales ambos especialistas trabajan muy estrechamente. En http://redsalud.uc.cl/link.cgi/Especialidades/hematologia_-_oncologia.act

⁵ El cáncer en niños de México http://aquinadieserinde.org.mx/la_enfermedad.html

además de la prevención en los pocos casos en que puedan emitirse normas en oncología pediátrica.

En 2008 el Distrito Federal fue la entidad federativa que presentó más casos de cáncer de mama.⁶

Incidencia de tumor maligno de mama en la población femenina por entidad federativa 2008
Por cada 100 mil mujeres de 15 años y más



Fuente: Sistema Único de Información para la Vigilancia Epidemiológica, Dirección General de Epidemiología, Secretaría de Salud (2011). Anuarios de morbilidad. Consultado el 12 de enero de 2011 de: <http://www.dgepi.salud.gob.mx/surbar/informarbarb.html>

⁶ Estadísticas a propósito del día mundial contra el cáncer datos nacionales <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2011/cancer11.asp?c=2781&ep=51>

Lamentablemente, El cáncer de mama es detectado principalmente por la propia mujer en etapas avanzadas; por ello, la promoción de la autoexploración y del examen clínico de senos adquiere una gran relevancia en la prevención y el control en países como el nuestro; por ello, la promoción de la autoexploración y del examen clínico de senos adquiere una gran relevancia en la prevención y el control en países como el nuestro

Tipos más comunes de cáncer en México⁷

-Cáncer de próstata⁸

El cáncer de próstata afecta más a los adultos mayores. En el 2009, el 9.3% de los pacientes con dicho padecimiento tenía entre 70 a 74 años de edad, mientras que el 19.7% era mayor de 80 años, según el INEGI.

- Cáncer de mama⁸

En 2008, el 10.9% de los casos de cáncer en México estaban relacionados con tumores en las mamas. Este tipo de cáncer ocupa el segundo lugar en prevalencia a nivel nacional y es el primero si se toma en cuenta únicamente a la población femenina, según Globocan.

Casi el 70% de los casos de cáncer de mama se presenta en mujeres de entre 30 y 59 años de edad, según el INEGI. Sin embargo, la tasa de mortalidad más alta se da en las mujeres mayores de 60 años. En el 2009, se registraron 25.5 muertes por cada 100,000 habitantes,

⁷ Tipos de cáncer en México en

http://www.aquinadieserinde.org.mx/tipos_comunes.html

⁸ 5 tipos de cáncer que más afectan a los mexicanos:

<http://www.spps.gob.mx/noticias/1445-5-tipos-cancer-mas-afectan-mexicanos.html>

mientras que para las mujeres de 30 a 59 años, la mortalidad fue de siete por cada 100,000 habitantes.

-Cáncer cervicouterino⁸

La presencia de tumores malignos en el cuello del útero, es el tercer tipo de cáncer con mayor prevalencia en México. En 2008, según Globocan, el 8% de las pacientes presentaba este tipo de cáncer.

Según el INEGI, el porcentaje más alto de prevalencia en este tipo de padecimiento se concentra en la población de entre 45 a 49 años, que representa el 15.1% de las pacientes con tumores malignos.

Las mujeres de entre 40 y 44 años y las de 50 a 54 años alcanzan una proporción de 14% y 13.2% respectivamente.

-Cáncer de pulmón⁸

En México, el 7.2% de los pacientes con cáncer tienen tumores malignos en los pulmones, según estimaciones de Globocan. El cáncer de pulmón es el segundo más mortal para los hombres, con el 14% de las muertes por tumores malignos, después del de próstata, según el INEGI.

-Cáncer de estómago⁸

En México el 6.2% de los enfermos de cáncer presenta tumores en el estómago, según las cifras de Globocan.

Cuando se toma en cuenta a ambos sexos, el cáncer con la mayor tasa de mortalidad es el de los órganos digestivos, al ocasionar 15 decesos por cada 100,000 habitantes en adultos de 30 a 59 años, según cifras del INEGI.

-Leucemias⁷

El cáncer más común de los 0 a 18 años de edad lo constituyen las leucemias, esta incidencia es el común denominador a nivel mundial, de tal manera que gran parte de los esfuerzos de investigación y tratamiento tanto en México como a nivel internacional es precisamente con este grupo de enfermedades.

Las leucemias representan alrededor del 35% de todos los cánceres infantiles tanto en estadísticas nacionales como internacionales. Al ser un gran grupo de enfermedades y a pesar de que no se conoce en la gran mayoría de los niños su causa, si existen factores que predisponen en forma importante a que el niño pueda desarrollar con mayor frecuencia leucemia, como la exposición a radiación, insecticidas organofosfados, etc.

-Linfomas⁷

Este es un grupo de enfermedades que se presentan en la población infantil desde los 3 a 18 años de vida. Afectan más frecuentemente a los niños. Se caracterizan por existir dos grandes variedades, el linfoma de Hodgkin y el linfoma no Hodgkin. En ambas variedades la afección inicia principalmente en los ganglios.

En el primero el sitio más común de presentación es en los ganglios del cuello manifestándose con crecimiento progresivo en unas cadenas ganglionares o ambas durante varios meses, para posteriormente diseminarse por abajo del diafragma produciendo infiltración a bazo seguido de hígado y a otros sitios.

La otra presentación menos frecuente es en los ganglios del mediastino (zona anatómica entre los dos pulmones por arriba del corazón), la cual produce súbitamente dificultad respiratoria por el crecimiento exagerado que comprime las vías respiratorias. Siendo necesario en este caso el diagnóstico temprano y el tratamiento inmediato, de lo contrario el paciente puede fallecer con asfixia.

2. Tratamientos contra el cáncer: quimioterapia⁹

La cirugía es el método más empleado para aquellos tumores pequeños y localizados en un lugar concreto. Para que sea completamente eficaz se precisa extirpar parte del tejido que rodea el tumor para asegurar así que todas las células cancerosas han sido extirpadas.

Si el cáncer se ha extendido a otras zonas, a través de la sangre o de la linfa, habrá que realizar otros tratamientos, bien sean añadidos a la cirugía o únicos y distintos a ella.

El tratamiento conjunto de radioterapia y quimioterapia se utiliza también con frecuencia. A veces, el empleo de quimioterapia antes de la radioterapia hace a las células cancerosas más sensibles a la radiación. Se emplea la radioterapia después de la quimioterapia para asegurar la eliminación de todas las células cancerosas.

El paciente tendrá que ir, de forma ambulatoria, a la clínica u hospital donde le administren la radioterapia. La duración de cada sesión son unos veinte minutos. El enfermo estará solo en una sala aislada para que las radiaciones no se propaguen. Las zonas donde se tiene que

⁹ Tratamientos contra el cáncer:
http://aquinadieserinde.org.mx/transplante_de_medula.html

aplicar la radioterapia estarán marcadas y las demás se protegerán de la radiación. Después de la sesión, el paciente podrá marcharse a su casa. La quimioterapia consiste en el empleo de medicinas para tratar el cáncer. Son medicamentos cuya función es eliminar, dañar o retrasar el crecimiento de las células cancerosas.⁹

El principal problema que produce este tratamiento viene derivado de que las células cancerosas no son agentes o cuerpos extraños al organismo sino que son parecidas a las células que las rodean. Esto hace que los fármacos, que actúan sobre todo contra las células del cáncer, tengan también efectos sobre las células normales.⁹

Radioactividad contra el cáncer

La quimioterapia actúa sobre las células que se dividen con gran rapidez, que es lo que suelen hacer las cancerosas. Pero también existen otras células, que no son cancerosas y que también se dividen de forma rápida.

Algunos medicamentos quimioterapéuticos actúan interrumpiendo la fase donde la célula cancerosa se divide y esto hace que el tiempo de crecimiento sea mayor y que la célula muera.

Otros medicamentos intervienen en todas las fases de la célula. Como las células cancerosas son más frágiles que las normales, resultan más afectadas que las normales, por lo que la acción de los medicamentos recae sobre todo en ellas.

Otros fármacos cambian las condiciones externas del organismo para que les sean desfavorables a esas células. Éste sería el caso de las hormonas que pueden bloquear la acción de determinadas

sustancias y con ello no favorecer el crecimiento de las células malignas.

En los últimos años, se están empleando combinaciones de quimioterapéuticos porque se ha comprobado que su acción conjunta es más eficaz para destruir el cáncer.

Se suelen combinar medicamentos anticancerígenos con modos de acción distintos y capacidad para producir efectos diferentes.

Hay tratamientos que contienen un medicamento que interviene en una fase de la célula, otro que interviene en otra fase y una hormona que cambia las condiciones externas a las células.

Estas combinaciones pretenden ser más eficaces sobre las células cancerosas y menos dañinas para las células normales.

Los medicamentos quimioterapéuticos pueden administrarse de diferentes formas: a través de un comprimido por vía oral; mediante un suero o inyección intravenosa; por inyección intramuscular o mediante una inyección a través de una punción en la médula ósea.

¿Cómo funciona la quimioterapia?

El trasplante de médula ósea se realiza cuando se ha producido un daño en la médula ósea que le impida realizar las funciones que, antes de la quimioterapia, estaba realizando. Estas funciones consisten en la formación de las células sanguíneas, papel fundamental para la vida humana.

La quimioterapia se administra para destruir las células cancerosas pero, al mismo tiempo, puede dañar la médula ósea y otros órganos. Por esto generalmente no se suelen utilizar dosis muy elevadas.

Cuando el cáncer no desaparece con una dosis moderada de quimioterapia y se requiere, para la curación, administrar otra dosis mucho mayor, junta con el empleo en ocasiones de radioterapia, será necesario realizar un trasplante de médula ósea porque ésta va a ser destruida por la quimioterapia.

A la administración de quimioterapia previa al trasplante, se le denomina acondicionamiento. Con este trasplante se administra células madre que son productoras de las células que forman la sangre. Las células madre se pueden conseguir directamente de la médula ósea o de la sangre periférica.

En ocasiones, este procedimiento supone la única posibilidad de curación para algunos pacientes con leucemia u otras enfermedades como aplasia medular, mieloma múltiple, linfoma maligno, talasemia mayor, etc.

Existen dos tipos de trasplante de células madre, el alogénico y el autológico. Se habla de trasplante alogénico cuando las células que se trasplantan, sean de médula ósea o de sangre periférica, son de un donante, familiar o no, cuyo tipo tisular es casi idéntico al del paciente.

El trasplante autólogo consiste en obtener médula ósea del propio paciente, mientras la enfermedad está en remisión, para mantenerla congelada y realizar el trasplante después de aplicarle al paciente una dosis alta de quimioterapia.

Este tipo de trasplante se realiza cuando no existe un posible donante o se considera que el riesgo es muy elevado con el trasplante alogénico, por el posible rechazo que pueda sufrir el paciente.

Si no tiene un hermano gemelo, las posibilidades de conseguir un donante compatible no son superiores al 35%.

El trasplante autólogo tiene menos riesgos que el alogénico al no existir el rechazo. Sin embargo, hay mayor índice de recidivas porque es posible que al extraer la médula del propio paciente quede alguna célula cancerosa que produzca después del trasplante que la enfermedad reaparezca.

Una vez que se ha realizado el trasplante, la médula tarda en reconstituirse unas 3-4 semanas. Durante este período, denominado aplasia, el paciente no posee un número de células sanguíneas suficiente como para mantenerse con vida. Debido a esto, el riesgo de sufrir infecciones o hemorragias es elevado, por lo que debe permanecer en el hospital, para recibir transfusiones, antibióticos o tratamientos para estimular el crecimiento de los granulocitos.¹⁰

Efectos secundarios de la quimioterapia

Cualquier medicamento puede producir efectos secundarios no deseables debido a su acción sobre el organismo.

Los medicamentos quimioterapéuticos, al actuar sobre células que se dividen con frecuencia como las células cancerosas lo hacen, también pueden actuar sobre aquellas células normales que también se dividen con frecuencia. Estas células son por ejemplo, las células

¹⁰ Tratamientos contra el cáncer IDEM

de la médula ósea (donde se fabrican las células sanguíneas) y las membranas mucosas del conducto gastrointestinal. Los folículos pilosos también se dividen con frecuencia y son sensibles a algunos medicamentos de quimioterapia.

Por este motivo, algunos de estos fármacos producen náuseas, vómitos, diarrea, llagas en la boca. Otros dan lugar a una pérdida temporal del cabello. La médula queda temporalmente perjudicada en su función de producir células sanguíneas. Por esto es más fácil que se produzcan infecciones, pues el número de leucocitos es inferior, o que se produzca cansancio o anemia, ya que el número de hematíes también puede disminuir.

Al ser medicamentos muy fuertes, los efectos secundarios también lo son. Debido a sus efectos secundarios, la quimioterapia se administra en forma de ciclos, durante un período de tiempo se administran los medicamentos y seguidamente se deja un período de descanso.

Este período de descanso se utiliza para que se produzca una recuperación hematológica ya que, como hemos dicho antes, estos medicamentos producen efectos sobre las células cancerosas y sobre otras, que no lo son.

Los efectos secundarios dependerán del tipo de medicamento que se administre, de la duración del tratamiento y del estado general del paciente. Estos efectos son limitados y temporales.

Existen medicamentos que atenúan los efectos secundarios de la quimioterapia, como podrían ser los antieméticos que disminuyen o hacen desaparecer la sensación de náuseas.

Junto a la quimioterapia, se administran esos medicamentos para disminuir o anular, en la medida de lo posible, muchos de estos efectos secundarios.

La caída del cabello como efecto secundario de la quimioterapia

La quimioterapia es un tratamiento que pretende acabar con las células dañinas, pero también extermina otras, las llamadas células de recambio, éstas tienen un ciclo de vida y, como su nombre lo indica, podrán recuperarse. Durante la quimioterapia, la pérdida del cabello es el efecto secundario más evidente, a la mayoría de las personas les resulta difícil de aceptar, por lo que intentan subsanarla, ya que la misma quimioterapia puede llevar a la depresión, aislamiento social y a tener una baja autoestima, por esta razón, la pérdida del cabello constituye para los afectados una carga añadida al resto de problemas de salud. Con la caída del cabello el ánimo baja, ya que en la sociedad un cabello abundante es sinónimo de vitalidad, atractivo y confianza en unos mismos. El tratamiento acaba con los folículos o raíces, por lo que la cabeza del paciente sufre calvicie, permanece expuesta al frío, al sol en forma directa o a la circunstancia de un golpe accidental. El cuero cabelludo resulta extremadamente sensible y se presentan dolores que no permiten ningún roce, golpes o peso sobre la piel.

3. ¿Qué es una peluca oncológica y como se realizan?

Existen en el mercado pelucas convencionales que no son las apropiadas para estos casos, pues están diseñadas para otros usos, como: el disfraz, el cambio de imagen, caracterización, moda o glamour, ideales para algún evento. El uso de pelucas comunes, para una persona con tratamiento quimioterapéutico, le ocasiona molestias pues el diseño, peso, y materiales, se convierten en elementos que resultan muy incómodos convirtiéndose en algo intolerable. Las pelucas tradicionales pueden estar elaboradas con grandes cantidades de cabello y se vuelven incómodas, y a veces los materiales pueden ser sintéticos o de baja calidad, raspan y pican por los materiales utilizados, aprietan ya que la forma de sujetarse es a base de resortes y esto las vuelve incómodas e inseguras además que son muy pesadas.¹¹

La peluca oncológica grado médico se ha desarrollado con la colaboración de centros médicos y centros de investigación internacionales de desarrollo tecnológico. La peluca está especialmente diseñada para usarse en situaciones como las que provoca la quimioterapia, ya que el cuero cabelludo se encuentra en un estado distinto al normal.

Son pelucas que al contacto con el cuero cabelludo son totalmente lisas, por lo que no raspan, no dan comezón, son de un material transparente a través del cual se aprecia el color de su cuero cabelludo real y son muy delgadas, por lo que no pesan

¹¹ Pelucas Oncológicas en <http://spaciocapilart.com.mx/pelucas.html>

absolutamente nada, su diseño anatómico se acomoda perfectamente a la forma de su cabeza sin apretar.

La peluca oncológica no se sujeta con resortes sino que está hecha de un material que con la temperatura de la piel se vuelve anti resbalante y segura. Se puede utilizar durante todo el día, sin que ocasione cansancio o molestia alguna.¹²

Para realizar una Peluca Oncológica, es preciso concentrar el cabello en el Estado de México, posteriormente se envía a China para procesarlo, se requieren en promedio 8 trenzas para elaborar una sola peluca. Las pelucas elaboradas a base de cabello natural no tienen fecha de caducidad, pero requieren mantenimiento una vez al año (lavarse cuidadosamente).

El cabello comienza a caerse dos o tres semanas después que comienza la quimioterapia por lo que se recomienda tener la peluca lista durante las primeras semanas del tratamiento.

Los costos de fabricación de estas van de los \$6,500 a los \$8,500 pesos, pero se pueden encontrar subsidiadas por organizaciones contra la lucha del cáncer.¹³

Los requisitos para la donación de cabello son: El cabello debe estar amarrado en una trenza o cola de caballo, donde este de punta a raíz. La trenza debe medir por lo menos 25 centímetros de largo, y si son chinos, la longitud debe ser medida con los rizos estirados. El cabello

¹² Pelucas Oncológicas en http://pelucasoncologicas.com.mx/pelucas_oncologicas-2.html

¹³ IDEM

en capas se puede usar siempre y cuando la capa más corta tenga un mínimo de 25 cm.

Para realizar una Peluca Oncológica¹⁴, es preciso concentrar el cabello en el Estado de México, posteriormente se envía a China para procesarlo, se requieren, en promedio 8 trenzas para elaborar una sola peluca. Las pelucas elaboradas a base de cabello natural no tienen fecha de caducidad, pero requieren mantenimiento una vez al año (lavarse cuidadosamente).

En México hay distintas asociaciones a donde se puede mandar el pelo para la donación. Rizos de Alegría y Casa de la Amistad en el Distrito Federal; Trencitas de Amor en Tampico y Fundación Castro-Limón en Baja California

¹⁴ Pelucas oncológicas en: <http://pelo.about.com/od/saludable/tp/pelucas-solidarias.html>

4. Asociaciones dedicadas a recopilar cabello para la fabricación pelucas en México

Para ayudar a los niños y mujeres que sufren de los efectos de la quimioterapia, hay varias asociaciones en México que se dedican a recaudar pelo y dinero para hacer las pelucas. El problema es que esta forma de donación no es muy conocida, por lo son escasos los recursos para continuar con este bien para la sociedad.

Las asociaciones que se encuentran en México para este fin son:

-Rizos de Alegría¹⁵



Rizos de Amor y Alegría, A.C.

Rizos de Alegría es un proyecto cuyo objetivo es proporcionar pelucas, de manera gratuita, hechas a la medida y con cabello natural a niños y niñas mexicanos de bajos recursos que sufran de pérdida de cabello crónica o a largo plazo causadas por cualquier tipo de padecimiento. Para poder proporcionarles a los niños pelucas cómodas y de la más alta calidad, utilizamos pelo natural proveniente de donativos del público en general.

La misión de Rizos de Alegría es ayudar a niños y niñas mexicanas que padecen de pérdida de cabello a restablecer su autoestima, a

nutrir la confianza en sí mismos y a fomentar la convivencia con otros niños.

El proceso comienza cuando alguien quiere donar parte de su cabello y cumple con ciertos requisitos. El cabello se manda a Rizos de Alegría, quién se encarga de elaborar una peluca de la más alta calidad de manera artesanal y a la medida de un niño que sufre de pérdida de cabello. Los niños y sus familias que califiquen como candidatos para recibir una peluca solicitan una a Rizos de Alegría. Los candidatos entran a una lista de espera mientras Rizos de Alegría revisa que califiquen y toma sus medidas. Finalmente, los niños reciben una peluca a su medida junto con las instrucciones para su uso y cuidado. Aunque las donaciones de pelo reducen drásticamente el costo de una peluca, la mano de obra tiene un costo alto. Rizos de Alegría vende una fracción del cabello donado para poder subsidiar este costo. Los costos de la peluca también se subsidian por medio de donativos de dinero. También se puede ayudar donando dinero, por que como ya se había mencionado anteriormente, el costo de producción de estas van de \$6500 a \$8500 pesos.¹⁵

Para poder donar cabello se tiene que cumplir con los siguientes requisitos:

- El cabello a donar debe tener 25 cm de longitud como mínimo y preferentemente más. Si el cabello es chino, su longitud se mide extendiéndolo.

¹⁵ Fundación Rizos de Alegría en: <http://rizosdealegria.org>

- El cabello debe estar en buenas condiciones, es decir saludable. No puede estar oxigenado o decolorado, aunque sí puede estar teñido o con permanente.
- Se debe ser mayor de edad o contar con el permiso de los padres.

Si se cumple con los requisitos, se puede ser donador. Sin embargo, para que se puedan elaborar las pelucas, se debe cortar el cabello y mandarlo de manera especial:

1. El cabello a donar debe tener un mínimo de 25 cm de punta a punta.
2. Cuando se corta el pelo hay que asegurarse de que todo esté colocado en la misma dirección, es decir de punta a raíz. Es importante que no se mezcle en direcciones opuestas ya que no se puede separar y por lo tanto no sirve.
3. Se puede realizar una cola o trenza antes de cortarlo (si no se encuentra en capas) y cortarla toda.
4. Hay que colocar una liga de cada lado (o más si es necesario) para prevenir que la trenza se deshaga.

Se recomienda que el cabello sea cortado en salones que participan en el proyecto, ya que ellos conocen los requisitos y procedimientos muy bien.

5. El cabello debe de estar limpio y completamente seco a la hora de enviarlo.
6. Colocar el cabello dentro de una bolsa de plástico y ponerla dentro de un sobre. Llenar la forma de donador de cabello e incluirlo en el sobre.

Puntos importantes sobre la donación:

- El cabello que ha sido guardado por algún tiempo también puede ser donado, con tal de que cumpla con el resto de los requisitos y esté en buenas condiciones.
- El cabello recogido del piso no se puede utilizar.
- El cabello en capas se puede usar siempre y cuando la capa más larga tenga un mínimo de 30 cm.
- Es preferente que el cabello en capas sea separado en varias colas o trenzas.
- Se puede usar el cabello de cualquier persona: hombres y mujeres de cualquier edad y cabello de cualquier color.
- No hay un límite máximo de longitud.

Por medio de esta Fundación, Algunas semanas después de mandar el cabello, el donador recibe una carta de agradecimiento de Rizos de Alegría a la dirección del donador, igualmente el donador se convierte en miembro de Rizos de Alegría y recibe informes periódicamente, también se pueden hacer las donaciones de forma anónima.

Para poder pagar los gastos de la fabricación de las pelucas, una parte del cabello recibido en donación se vende. El cabello gris también se puede donarlo y, de igual manera, se vende para subsidiar costos.

- Casa de la Amistad/Trencitas de Amor¹⁶



La Escuela Americana de Tampico, a través de su programa “Trencitas de Amor”, ofrece a la comunidad, la oportunidad de realizar labor social a beneficio de las personas que han perdido su cabello a consecuencia del cáncer, alopecia o cualquier otra condición médica. Este programa fomenta la cultura de la donación, creando un vínculo de empatía y apoyo moral por medio de la entrega de pelucas oncológicas de cabello natural.

Los alumnos, padres de familia, personal y un grupo de voluntarios vía Facebook trabajan conjuntamente donando tiempo, dinero y cabello con el único objetivo de devolver una sonrisa en el rostro de quienes han visto afectada su salud y autoestima debido a la pérdida de cabello por circunstancias médicas.

Por medio de la Fundación Trencitas de Amor, la Casa de la Amistad recopila las donaciones de cabello en el Distrito Federal y las manda a Trencitas de Amor.¹⁶

Ubicación:

Trencitas de amor

Casa de la amistad

Calle Hidalgo # 100 Col.

Aldama No. 2 Col.

Tanco, Tampico,

Tepepan, Xochimilco 16020

Tam. México.

México DF

CP 89320.

¹⁶ Fundación Casa de la Amistad en: <http://www.casadelaamistad.org.mx/como-apoyamos/>



La Fundación Castro Limón nace en memoria de Juan Carlos Castro Munguía e Irineo Limón Vargas, jóvenes empresarios bajacalifornianos quienes en el 2002 fueron diagnosticados con cáncer y ambos determinaron enfrentar su enfermedad y unir esfuerzos brindando apoyo moral, espiritual y económico a niños de escasos recursos víctimas del mismo padecimiento.

Su misión es ofrecer a los niños con cáncer una Esperanza de Vida, en el Centro Oncológico Pediátrico de B.C., (COP).

La visión de esta fundación es procurar fondos de fuentes diversas tanto dentro como fuera del país, bajo un marco institucional, ético y profesional, con reconocimiento y cultivo sistemático de nuestros

patrocinadores para continuar ofreciendo Esperanza de Vida en el COP a niños con cáncer.¹⁷

Ubicación

Fundación Castro-Limón,

Av. Paseo del Río s/n 3a etapa del Río Tijuana,

Tijuana, B.C. México

¹⁷ Fundación Castro Limón en: <http://www.fundacioncastrolimon.org/club.de.donativos>

Capítulo 2 Cambiando cabello por sonrisas

Introducción

Se realizaron 100 encuestas a alumnos de distintas carreras, sexos y edades en la Facultad de Ciencias políticas y Sociales, para indagar que tanto saben acerca del tema, que tanto estarían dispuestos a donar y cuáles serían las resistencias por los que no están muy convencidos para donar. Gracias a la investigación es más fácil saber cómo llegar a los estudiantes para incitarlos a la donación de su cabello para pelucas oncológicas.

Por medio de este texto y de la campaña se busca informar que la donación de cabello es más sencilla de lo que se cree, y que con una acción tan insignificante como lo es cortarnos el cabello, puede alegrar el día de una persona que está luchando contra alguno de los diferentes tipos de cáncer que existen, ya sean mujeres adultas o niñas.

Por medio de la campaña se busca informar a los alumnos y maestros de la Facultad los beneficios, requisitos y los lugares donde se pueden realizar las donaciones.

Esto es muy importante, ya que si no se busca o se sabe específicamente acerca de esto, no se da información por parte de ninguna campaña, fundación u organización. Para saber acerca del tema es necesario tener un conocimiento previo y saber que se está buscando, ya que de otra manera, la información es irrelevante para la población.

Las organizaciones que buscan donaciones para el cáncer, como por ejemplo Fundación Danone, recaudan dinero para donarlo para tratamientos de quimioterapia, pero nosotros podemos hacer una diferencia con un pequeño gesto.

EL tipo de cáncer que más afecta a la población femenina, es el cáncer de mama, y esta campaña busca llegar a las afectadas por éste.

Quizás no sea lo mismo que una gran fundación, pero poco a poco se puede llegar a algo más grande con la ayuda de todos, en este caso, iniciando con la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

1.-Campana

Esta campana está dirigida a los alumnos de la facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM

La campana se llevará a cabo dentro de las instalaciones de la facultad de Ciencias Políticas y Sociales, tanto en físico (carteles y activación), como en digital (redes sociales).

Se realizó una investigación previa, por medio de encuestas, dentro de la Facultad para saber cuántos alumnos tienen conocimiento sobre el tema de las pelucas, cuántos estarían dispuestos a donar y cuáles son las resistencias de los que no estn seguros o no quieren donar.

La campana tiene como objetivo informar sobre la donación de cabello y posteriormente incitar a los alumnos a donar.

2.-Investigación

Modelo de Encuesta



Facultad de Ciencias Políticas y
Sociales
Universidad Nacional Autónoma de
México



Encuesta: Donación de Cabello para la Fabricación de Pelucas Oncológicas para personas con cáncer

Esta es una encuesta para saber su posición acerca de la donación de cabello para la fabricación de pelucas oncológicas. Favor de contestar las siguientes preguntas tachando los círculos con la respuesta que más se adecue a su forma de pensar.

1.-Sexo: 1) Masculino
 2) Femenino

2.- carrera _ _ _ _ _

3.-Semestre _ _ _ _ _

4.- ¿Tienes algún familiar o conocido que haya sufrido de cáncer?

1) Si 2) No

5.- ¿Sabes cuáles son los efectos de la quimioterapia?

1) Si 2) No

6.- ¿Sabes que son las pelucas oncológicas?

1) Si 2) No

7.- ¿Sabes algo sobre la donación de cabello para dichas pelucas?

1) Si 2) No (pasa a la pregunta 12)

8.- ¿Estaría dispuesto(a) a donar cabello para pelucas oncológicas para personas con cáncer?

1) Sí

2) No,

porque -----

9.- ¿Por qué medios de comunicación te informas?

1) Televisión

3) Radio

2) Periódicos

4) Internet

10.- En el caso de internet, ¿Cuáles son las plataformas que más utilizas?

1) Facebook

4) Tumblr

2) Twitter

5) Youtube

3) Blogs

6)

otras -----

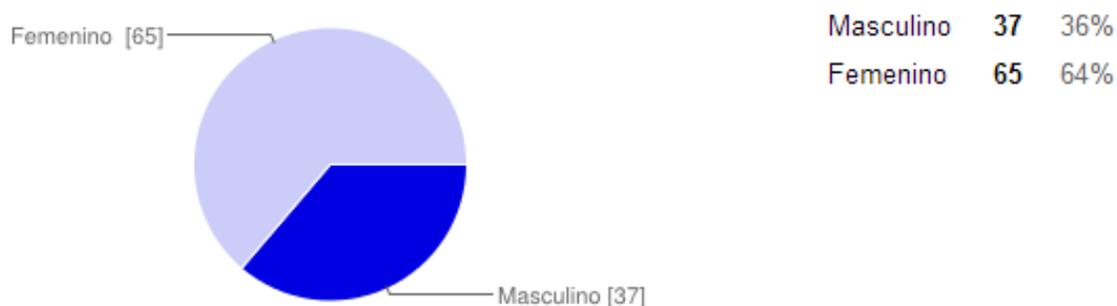
-

Muchas gracias por tu participación.

Resultados de las encuestas

Se encuestaron a 102 alumnos, de 7373, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de los cuales:

Sexo



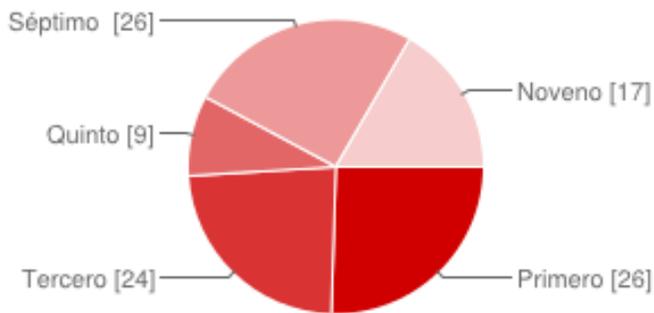
La población femenina en la facultad es mayor a la masculina, por lo que los encuestados fueron en un 64% mujeres y en un 36% hombres.

Carrera



El 70% de los encuestados son de la carrera de Ciencias de la Comunicación, esto se debe a que esta carrera cuenta con la mayoría de alumnos en la FCPyS.

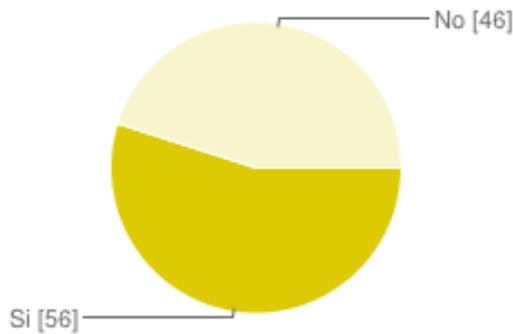
Semestre



Primero	26	25%
Tercero	24	24%
Quinto	9	9%
Séptimo	26	25%
Noveno	17	17%

Los encuestados fueron en un 25% de primer y séptimo semestre, dejando a los de quinto semestre con un 9%.

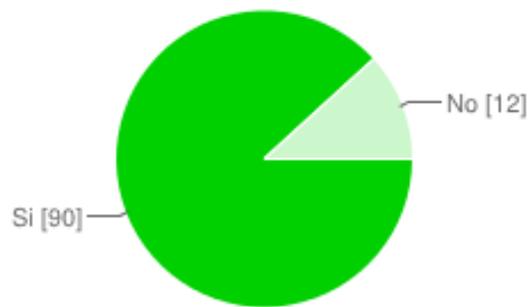
¿Tienes algún familiar o conocido que haya sufrido de cáncer?



Si	56	55%
No	46	45%

El 55% de los encuestados tienen algún conocido que ha padecido de cáncer. Esta pregunta se formuló para poder crear consciencia dentro de los estudiantes que conozcan la enfermedad, e informar a los que no.

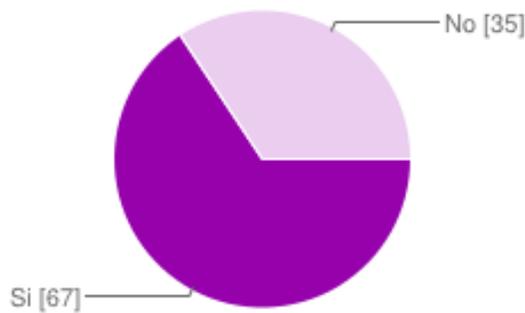
¿Sabes cuales son los efectos de la quimioterapia?



Si	90	88%
No	12	12%

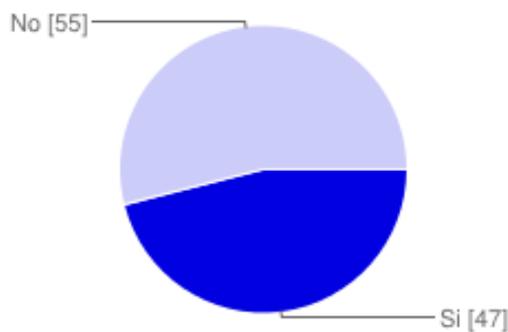
88% de los encuestados tienen conocimiento sobre los efectos de la quimioterapia, por lo que solo el 67% de ellos sabe sobre las pelucas oncológicas.

¿Sabes que son las pelucas oncológicas?



Si	67	66%
No	35	34%

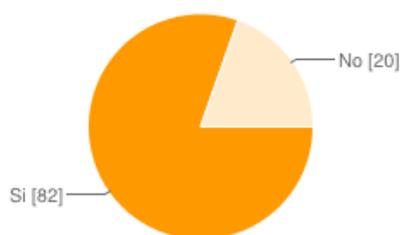
¿Sabes algo sobre la donación de cabello para pelucas oncológicas?



Si	47	46%
No	55	54%

Aunque, Menos de la mitad de los alumnos encuestados, un 46%, sabe algo sobre la donación de cabello para estas pelucas.

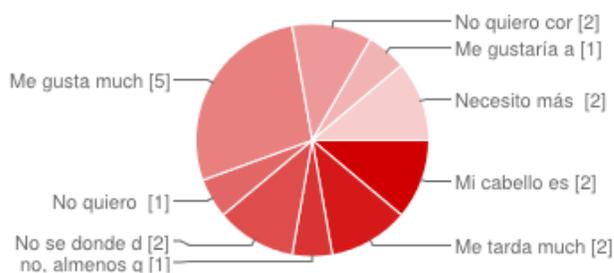
¿Estarías dispuesto(a) a donar cabello para las pelucas oncológicas para personas con cáncer?



Si	82	80%
No	20	20%

De los 102 alumnos encuestados, solo un 20% dijo que no estarían dispuestos a donar su cabello, las razones que dieron fueron:

No ¿Porque?

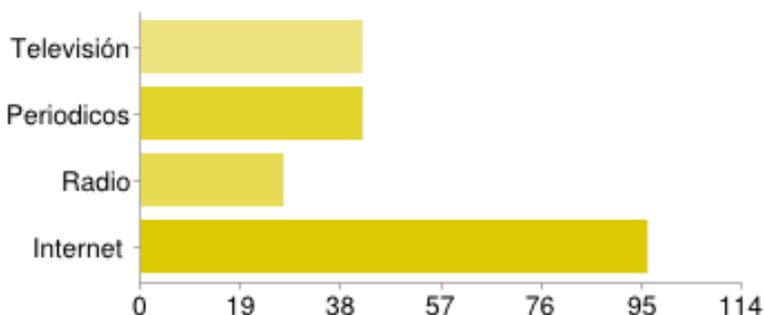


Mi cabello es muy débil	2	11%
Me tarda mucho en crecer el cabello	2	11%
no, al menos que sea alguien cercano a mi	1	6%
No se donde donar	2	11%
No quiero	1	6%
Me gusta mucho mi cabello	5	28%
No quiero cortarme el pelo	2	11%
Me gustaría apoyar a las personas	1	6%
Necesito más información al respecto	2	11%

La razón más común, fue “me gusta mucho mi cabello” con un 28%. Esto nos ayuda a saber en qué hacer énfasis al momento de informar a través de la campaña.

Para los medios de información que más utilizan estos estudiantes para informarse, éstos respondieron:

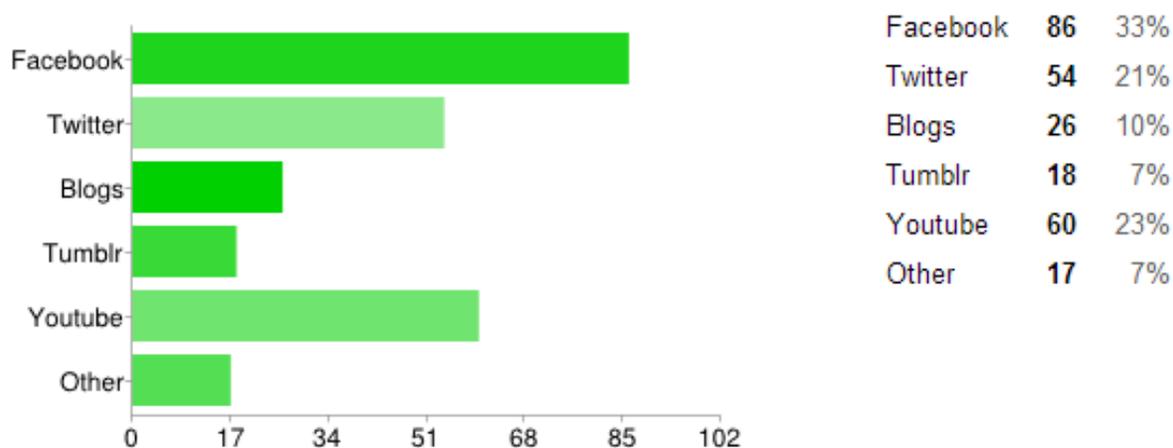
¿Por qué medios de comunicación te informas?



Televisión	42	20%
Periodicos	42	20%
Radio	27	13%
Internet	96	46%

Un 46% de ellos dijo informarse en mayormente a través de internet, por lo que será prudente utilizar este medio para la campaña.

En el caso de internet ¿Cuales son las plataformas que más utilizas?



En otros medios, los alumnos, utilizan plataformas como periódicos en línea, portales de información de medios de comunicación formato web e Instagram

Por lo mismo, será prudente lanzar la campaña online, utilizando los medios Youtube, compartirla por medio de Facebook, twitter e Instagram, para llegar al target deseado.

Gracias a las encuestas, se conoció la opinión de los alumnos acerca de la donación de cabello para pelucas oncológicas. Algunos de los encuestados tienen la idea de que es necesario cortar todo el pelo para poder donarlo, por lo que se informara sobre los requisitos para la donación en la campaña, al igual que no tienen mucho conocimiento sobre el tema, y otros si tienen conocimiento, pero no saben de las fundaciones encargadas de recolectar el cabello para las donaciones.

Aunque las mujeres son el principal target de esta campaña, ya que son las que tienen el cabello largo, algunos hombres dijeron estar dispuestos a dejar crecer su cabello para poder donarlo y apoyar a las personas con cáncer.

Igualmente, gracias a las encuestas, supimos que el medio que más utilizan los alumnos para informarse, es el internet, por lo que la campaña será dirigida mayormente por este medio, pero igualmente se colocaran carteles dentro de las inmediaciones de la facultad para que sean visibles por todos los que acuden a dicha facultad.

Aunque solo el 20% de los encuestados dijeron que no estarían dispuestos a donar, las resistencias que se encontraron fueron: La principal razón de las mujeres fue que no donarían porque les gusta mucho su cabello. Algunas otras razones fueron que la mayor parte de las mujeres dijo que su cabello tarda mucho en crecer y que es muy débil, otras dijeron que no desearían donar al menos que fuera para alguien cercano, y algunas otras dijeron que no donarían porque no tienen información suficiente al respecto y no saben dónde se puede donar.

Para pasar estas resistencias, la campaña tiene que sensibilizar a las mujeres principalmente, mostrarles que el cáncer le puede pasar a cualquiera, que no duele hacer este tipo de donación, que a ellas el cabello les volverá a crecer sin problema y que no es necesario cortar todo el cabello para donar.

3.- Plataforma Creativa

Brief

-Problema Objetivo

La falta de información de los alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas y sociales, y por lo tanto la falta de iniciativa de estos para ser donadores de cabello para la realización de pelucas oncológicas para mujeres y niños que están bajo un tratamiento de quimioterapia

-Objetivo de comunicación

Por medio de esta campaña, se busca concientizar a los alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, sobre el efecto que tiene la quimioterapia, por lo cual son necesarias las pelucas oncológicas para niños y mujeres, y convencerlos de que este tipo de donación no duele, el cabello vuelve a crecer y que es una pequeña acción que se convierte en un bien social.

-Público Objetivo

Alumnos y alumnas de la Facultad de Ciencias políticas y Sociales de la UNAM, de las diferentes carreras: Administración Pública, Relaciones Internacionales, Ciencia Política, Ciencias de la comunicación y Sociología.

Se eligió a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales sobre la Facultad de Medicina o la Escuela nacional de Enfermería y Obstetricia, ya que estas deben de tener conocimiento acerca de los efectos de la quimioterapia y porque, ésta al ser una campaña social, se busca observar cual es el comportamiento y las reacciones sociales de los estudiantes en torno a este tema ya que en la FCPyS

es lo que se estudia, el comportamiento, las relaciones y las reacciones de índoles social entre los seres humanos.

-FODA

Fortalezas	Oportunidades
<p>La sociedad mexicana apoya a las causas, por lo que los alumnos de la UNAM no son la excepción, la mayoría donaría cabello para la causa.</p> <p>No cuesta</p>	<p>El tema de la donación de cabello no ha sido tocado por ninguna fundación, por lo que va a ser novedad.</p>
Debilidades	Amenazas
<p>No todos los alumnos de la FCPyS donarían, ya que la mayoría de los hombres no cumplen con el requisito de 25cm de longitud de cabello para donar, así que la donación se vería compuesta por las mujeres.</p>	<p>La falta de información que circunda este tipo de eventos, ya que las personas no saben dónde se puede donar, y los requisitos que se necesitan.</p> <p>Igualmente puede ser confundida la campaña con una campaña del Teletón o Danone.</p>

-Posicionamiento Actual

Este tipo de campañas en apoyo a las personas con cáncer es tocado por empresas como *DANONE*. En el año 2009, dentro de la campaña de Teletón, se incluyó el “Pelontón” donde se aceptó donación de efectivo y de cabello para pelucas, y fue presidida por Rebecca de Alba.¹⁸

De la misma manera en abril de 2014 se realizó el “Hair Fest”, una campaña que por medio del apoyo de la asociación Casa de la Amistad, la cual consistió en obtener una entrada gratuita a cambio de un trozo de cabello superior a 25 cm. Para los que no pudieran donar parte de su melena también cabía la posibilidad de donar 70 pesos para la causa., esta se llevó acabo en el Polyforum Siqueiros.¹⁹



¹⁸ Pelontón en. <http://www.wradio.com.mx/actualidad/noticias/pelonton-del-teleton/20091202/nota/918734.aspx>

¹⁹ Hair Fest, donde tu cabello puede ser muy útil en: <http://www.factorde.com/blog/hair-festival-un-poco-de-tu-cabello-puede-ser-muy-util>

-Posicionamiento deseado

El posicionamiento que se quiere tener entorno a esta campaña, es que los alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales apoyen la causa y donen cabello para las pelucas oncológicas, y que por medio de la misma campaña web y de publicidad de boca en boca, el resto de Ciudad Universitaria apoye la causa con sus donaciones.

-Estrategia de comunicación

La campaña se llevará a cabo por medio de mix marketing, ya que se realizaran spots que se transmitirán via web, youtube, Facebook, twitter, y por medio de carteles que se colocaran estratégicamente a lo largo de la facultad para que los alumnos de dicha facultad los puedan ver.

Estrategia creativa

-Slogan

“Se cambia cabello por sonrisas”

El slogan hace referencia a que gracias a las donaciones de cabello, se pueden hacer pelucas oncológicas para los pacientes con cáncer, por lo que se aumenta su autoestima, regalándoles así sonrisas y fuerzas para seguir luchando contra el cáncer.

-Tono y Atmósfera

El tono de la campaña será una dramatización acerca del efecto de la quimioterapia en una paciente, y el beneficio de recibir una peluca como parte de la donación.

Se apelará a los sentimientos ya que el cáncer es una enfermedad parte de la vida cotidiana y muchas personas tienen conocidos o familiares que lo han sufrido, por lo que las emociones que se buscan son las de amor, fraternidad y orgullo.

Esta campaña está orientada a la acción de los alumnos, ya que intenta estimular una respuesta de los receptores.

Con esta campaña no busca solucionar el problema del cáncer, pero busca crear un ambiente de cooperación en torno a las personas que lo padecen y están bajo tratamientos de quimioterapia, dándoles un apoyo moral por medio de las pelucas, para que continúen su lucha. Beneficiará a dichas personas y creará un valor de cooperación a los alumnos de la Facultad de forma respetuosa, amena y fácil.

Se crea una conexión con el target ya que nunca se sabe quién podrá necesitar de apoyo, pues el cáncer es una enfermedad que no discrimina sexo, raza ni edad, y es probable que la mayoría de los integrantes del target, ya tengan un acercamiento con la enfermedad por medio de familiares o conocidos.

-USP

Esta campaña será recordada y será innovadora, ya que el tema de las pelucas oncológicas no ha sido muy tocado por las fundaciones. No se ha creado una campaña nacional en si para promover la donación de cabello, meramente se han realizado carteles por parte de las fundaciones para informar sobre los requisitos de la donación, pero no hay una campaña de promoción. Las campañas que se han realizado han sido, en México, de carácter universitario, mientras

tanto en países como Estados Unidos, si hay varias campañas que juntan cabello para mandarla a las organizaciones.

Últimamente, el Teletón ha empezado a promover las donaciones de cabello para su fundación, igualmente se han hecho pequeñas campañas donde daban una entrada a un concierto a cambio de pelo para donación, pero no han sido publicitados de gran manera, por lo que la mayoría de la gente no sabe sobre las campañas

Plataforma

-Web

Se crearán páginas de *Facebook* y *Twitter*, donde se proporcionará información sobre los requisitos de donación, en donde se puede donar, las diferentes fundaciones que reciben donaciones y hacen pelucas, los beneficios de donar, etc. Igualmente se abrirá un canal de *Youtube* por donde se publicaran spots de la campaña.

Dentro de las páginas de redes sociales, *Facebook* y *twitter*, se subirán los carteles para promocionar la campaña, y se compartirán los spots de *Youtube*.

-Carteles

Se colocaran carteles en los lugares más concurridos de la Facultad de Ciencias Políticas y sociales, al igual que en redes sociales.

Habrá un cartel que apele a los sentimientos y a la vez que informe sobre los requisitos para las donaciones y donde se pueden realizar estas. Igualmente habrá un cartel informando sobre la activación que se hará para los donadores voluntarios de cabello dentro de la FCPyS.

-Activación

Se realizará una activación a lo largo de una semana para invitar a los alumnos a donar su cabello para las pelucas oncológicas, también se informara sobre la realización de éstas.

4.- Plan de Medios

Para esta campaña se utilizaran los siguientes medios:

Facebook: se creará una página de Facebook donde se agregará a los alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, y se subirá información sobre como donar, donde donar, los carteles, las diferentes ONG y fundaciones, al igual que se compartirá el material, videos, imágenes, etc.

Twitter: se creará una página para promover la semana de la activación de la campaña, al igual que se dará información acerca de dónde y cómo se puede donar cabello, fundaciones etc.

Youtube: la plataforma será utilizada para subir el video, y varios spots, para que sean compartidos por este medio y las redes sociales, al igual que se utilizaran banners y espacios publicitarios antes de otros videos.

Gaceta UNAM: una vez a la semana, durante 3 meses, se publicaran los carteles informativos sobre la campaña.

Gaceta FCPyS: se hará una nota informativa acerca de la semana en la que se realiza la activación.

Activación: durante una semana se realizará una activación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, en donde se incitará a la

donación voluntaria de los alumnos para la causa. Será promovida por las páginas de *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* y los carteles. En los carteles se mencionan las páginas de las redes sociales de la campaña.

Carteles: Se colocarán carteles a lo largo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, durante 9 semanas serán informativos, sobre la campaña, tres semanas previa a la activación, habrá más carteles que informen sobre la campaña y sobre la activación, cuando será, los requisitos y como se llevará a cabo.

Gracias a las Asociaciones con las que se está trabajando, los costos de carteles y de community managers se reduce, ya que apoyaran los community managers de cada Asociación para publicar conjuntamente en las redes sociales de la campaña.

Para los carteles se utilizaran las impresoras de las Asociaciones y convenios que tienen estas con otras empresas para que los carteles no tengan precio. Igualmente en la semana de la donación apoyaran con personal para cortar el cabello dentro de las instalaciones de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y resolver dudas acerca de las donaciones y Asociaciones.

Para no diferenciar entre mujeres y niñas, se utilizaron iconos de caritas felices con pelucas, para que fuera más homogéneo. En el primer cartel se muestra que no importa el color o tipo de cabello, mientras mida 25 cm para la donación.

En el segundo cartel se muestra por medio de la imagen que el cabello debe tener 25cm de longitud, finalmente en el tercer cartel se

informa sobre la donación y donde se llevará a cabo para invitar a la comunidad estudiantil a ser parte de la campaña donando.

Se utilizan colores pastel en los tres carteles, ya que son colores relajantes y son de uso útil para las campañas sociales.

En los tres carteles hay apartados donde se muestran los lugares donde se puede adquirir información del tema, ya sea en las redes sociales de la campaña o en las páginas de internet de las ONG's patrocinadores.

ESTRATEGIA DE MEDIOS FLOWCHART

MES: ENERO

DIA	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		
FECHA	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V		
FACEBOOK	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█		
TWITTER	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█		
YOUTUBE				█							█									█													
GACETA UNAM								█																						█			
GACETA FCPYS																																	
CARTELES INFORMACION																																	
CARTELES ACTIVACION																																	
ACTIVACION																																	

MES: FEBRERO

DIA	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
FECHA	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V
FACEBOOK																												
TWITTER																												
<u>YOUTUBE</u>																												
GACETA UNAM																												
GACETA FCPYS																												
CARTELES INFORMACIÓN																												
CARTELES ACTIVACIÓN																												
ACTIVACIÓN																												

MES: MARZO

DÍA	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	
FECHA	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	
FACEBOOK	[Blue shaded cells]																															
TWITTER	[Light blue shaded cells]																															
YOUTUBE			[Red]							[Red]						[Red]								[Red]							[Red]	
GACETA UNAM													[Purple]															[Purple]				
GACETA FCPYS																										[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]
CARTELES INFORMACIÓN	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	[Yellow]	
CARTELES ACTIVACIÓN	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]	[Green]																
ACTIVACIÓN																		[Magenta]	[Magenta]	[Magenta]	[Magenta]	[Magenta]	[Magenta]									

5.- Presupuesto ²⁰

Plan de Medios							
Redes Sociales							
Medio	Facebook	Twitter	YouTube	Horas al Mes	Costo	Apoyo ONG	Total Redes Sociales
Publicaciones Diarias	2	5	1	40	6 800 ¹		
Publicaciones al mes	62	155	31				
Total 3 meses	186	465	93				20 400
Costo total por red							
Total					20400	20400	-
Carteles							
Papel	Tamaño	Tinta	Precio por unidad	Cantidad	Costo	Apoyo ONG	Precio Total
<u>Couche</u>	90x60	Color	100	20	2000	2000	-
Gacetas							
Medio	Circulación	Sección	Día	Tamaño del Anuncio	Número de anuncios		Costo total
Gaceta UNAM	Dos veces a la Semana		Cada 15 das, los jueves	1 cara	1 por ejemplar		-
Gaceta <u>FCPyS</u>	Una vez al semestre			1 cara	1		-
Activación							
Locación	Fechas	Hrs. Al día	Voluntarios	Material	Costo Diario	Apoyo ONG	Costo Total
<u>FCPyS</u>	17-22 marzo	5	5	500	100	1000	-
Costo total de la Campaña							\$0.00

²⁰ Precio promedio de un Community manager Freelance por 40 horas al mes \$6800.-
<https://www.facebook.com/notes/asociaci%C3%B3n-espa%C3%B1ola-de-responsables-de-comunidad/cu%C3%A1nto-cobra-un-community-manager-freelancepor-dolores-vela/10150298988791497>

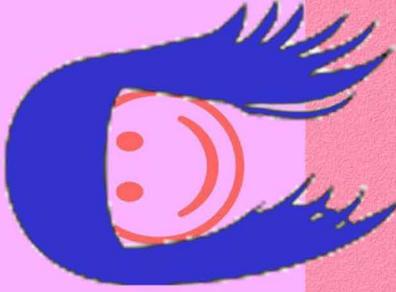
<http://www.marketingcapacitacion.com/index.php/noticias-marketing-digital/39-social-media-redes-sociales/111-icuantogana-un-community-manager>

1. Ejecuciones

Foto de perfil para Facebook y twitter

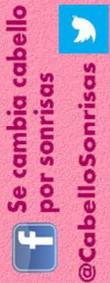


**No importa si lo tienes
LACIO ONDULADO O DE COLORES**



*Si mide más de 25cm. puedes donar,
al fin que te vuelve a crecer*

Infórmate en:



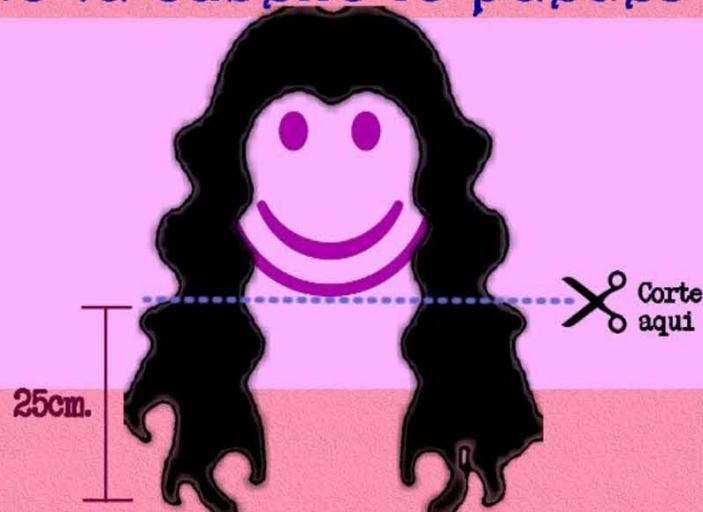
cambia por
cabello por
sonrisas

En este primer cartel se muestran tres caritas felices con diferentes tipos de cabello, haciendo referencia a que no importa el tipo de cabello, lacio, chino, rizado, de colores, etc., lo pueden donar. El cabello pintado o inclusive el canoso, es vendido por parte de las ONG's para subsidiar los costos de la fabricación de las pelucas.

La razón del uso de las caritas felices, es para que no haya distinción entre mujeres y niñas, ya que ambas se benefician de las donaciones. De igual manera se menciona a los donadores que posteriormente a su donación, su cabello volverá a crecer, haciendo de esta una donación indolora y regenerativa.

En la parte posterior se encuentran las páginas de las redes sociales de la campaña donde se puede buscar información, al igual que las páginas web de las Asociaciones Patrocinadores.

Nunca sabes quien lo puede necesitar,
pero con muy poco, puedes ayudar.
Donando tu cabello lo puedes lograr



Cuando donas, ayudas a la fabricación de pelucas oncológicas

Infórmate en:



Se cambia cabello
por sonrisas

@CabelloSonrisas



cambia
Se **cabello** **por**
sonrisas

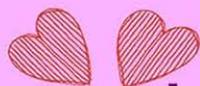


En el segundo cartel se muestra un icono de cara feliz, en donde se reitera la longitud mínima que debe tener el cabello para ser pata para la donación.

La frase hace referencia a que nadie está a salvo del cáncer, ya que en cualquier momento algún conocido puede llegar a sufrir cualquier tipo de esta afección, y en caso de mujeres y niños, que mejor que tener el apoyo de alguien por medio de una donación de cabello.

Igualmente como al donar sangre u órganos, se ayuda a personas desconocidas, pero nos gusta pensar que en algún momento ese alguien quien lo puede necesitar somos nosotros. La diferencia es que la donación de cabello es indolora y un poco vanidosa, pero si es un pequeño paso para ayudar a alguien, ¿Por qué no hacerlo?

Se 
Cambia
por *cabella*
sonrisas 



Con tan solo una trenza de 25 centímetros
ayudas a la fabricación
de pelucas oncológicas



*Dona del
17 al 22 de marzo
en la explanada
baja de la FCPyS*



Pequeños gestos que hacen una diferencias

Infórmate en:



**Se cambia cabello
por sonrisas**

@CabelloSonrisas



Fundación
CASTRO-LIMÓN
DPO. 91482 314 404881



El tercer cartel informa sobre la fecha y lugar donde se podrán hacer las donaciones e invita a la comunidad estudiantil a ser parte de la campaña y donar.

Se muestra una trenza de cabello, ya que es la forma recomendada de hacer las donaciones, de esa manera o en una cola de caballo para tenerlas acomodadas y que sean de fácil uso para las pelucas, ya que de estar sin amarrar y en direcciones opuestas, el cabello donado tendrá que ser desechado para fabricación de pelucas.

Se muestran dos caritas felices, una sin su peluca, y otra con su peluca, de esa manera dando a entender que se le ha dado la peluca gracias a la donación de cabello.

La frase hace referencia a que un pequeño acto, como lo es cortarnos el cabello, ayuda mucho a la situación emocional de las mujeres y niñas que están pasando por momentos difíciles como el cáncer.

Si bien se sabe que esto no es una solución contra el cáncer, es una gran ayuda psicológica para estas personas.

The image shows a screenshot of a Facebook page for the organization "Se cambia cabello por sonrisas". The page features a large pink banner with the text "Cambia cabello por sonrisas" in various fonts and colors. Below the banner, the page title "Se cambia cabello por sonrisas" is displayed, along with a description: "Se el primero en decir que te gusta." and a "Me gusta" button. The page also includes a "Comunidad" section with a description: "Promovemos la donación de cabello para la fabricación de pelucas oncológicas, para mujeres y niñas que están en tratamiento de quimioterapia." and a "Fotos" section with a "Lo más destacado" dropdown menu. The Facebook navigation bar at the top includes the search bar, "Busca personas, lugares y cosas", and the page name "Majo Sil".

facebook

Busca personas, lugares y cosas

Majo Sil Inicio

Estés publicando, comentando e indicando que algo te gusta como Se cambia cabello por sonrisas — Cambiar a Majo Sil

Promocionar página

Reciente 2013

Cambia **cabello** **por** **sonrisas**

Se cambia cabello por sonrisas

Se el primero en decir que te gusta.

Me gusta

Actualizar la información de la página

Comunidad

Promovemos la donación de cabello para la fabricación de pelucas oncológicas, para mujeres y niñas que están en tratamiento de quimioterapia.

Información

Fotos

Lo más destacado

Inicio @ Conecta # Descubre Cuenta

Buscar

0 TWEETS 14 SIGUIENDO 3 SEGUIDORES Editar perfil

camilia
CabelloPor Sonrisas
 @CabelloSonrisas
 Promovemos la donación de cabello para pelucas oncológicas. Con tan poco, puedes cambiar vidas.

Tweets

Mo has tuiteado todavía.

A quién seguir · Retrascar · Cuentas populares

- Biblio Vasconcelos @VSCLS Seguir
- Ext Teresa Arte Actual @terresa Seguir
- Palacio de Bellas Artes @Palacio... Seguir

Tendencias · Cambiar

- #TIMEPOY
- #FCMAR
- #IDExaFics
- #ChaméotinusDay
- #Cetillan
- Mandancia
- LostProphets

<p>CONSEJO UNIVERSITARIO</p> <p>Académica de la Facultad de Contaduría Nadima Simón Domínguez, nueva profesora emérita</p> <p>La Medalla Gabino Barreda, a 145 alumnos con el más alto promedio de calificación</p> <p>▷ 3</p>	<p>Campaña de Donación de cabello en la FCPyS</p> <p>cambia cabella por sonrisas</p> 
--	--

Ciudad Universitaria
29 de agosto de 2011
Número 4,360
ISSN 0188-5138

Gaceta



ORGANO INFORMATIVO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

► Por unanimidad, consolida y amplía la base de representación de todos los sectores de la institución

Fortalece la UNAM su Consejo Universitario



En sesión del Consejo se aprobó también el Reglamento de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales. Foto: Benjamín Chaires.

▷ 5

Gaceta en línea: www.gaceta.unam.mx

Políticas

Gaceta



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

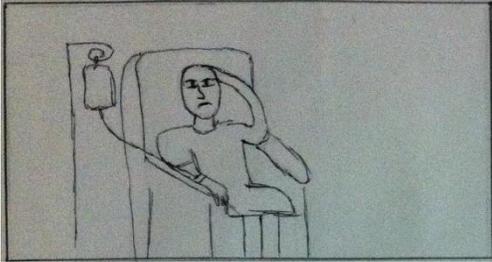
Número 273 - Nueva Época
Octubre 2013
www.unam.mx/centros/facpol



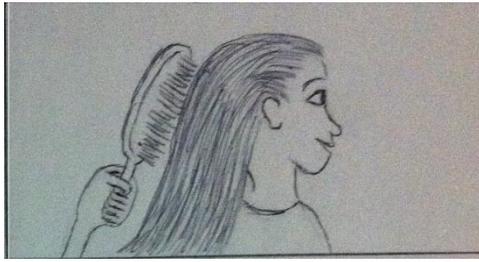
- **Monitoreo electoral ICFYSIFE**
- **En este número: línea del tiempo de la Facultad**
- **Campaña de donación de cabello en la Facultad**



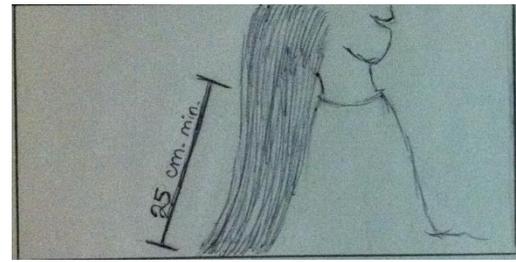
Story board



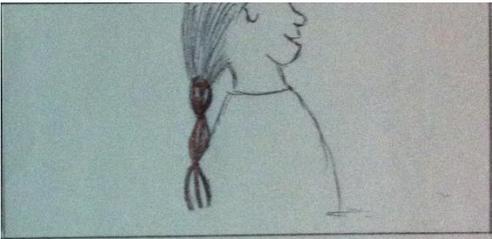
Se muestra niña en tratamiento vs. Cáncer, conectada a una intravenosa y sin cabello



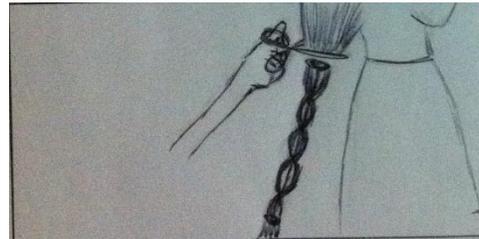
Una mujer, cepilla su cabello, toma su tiempo, lo toca con sus dedos y juega con él



Después de jugar con él, mide su cabello a 25 cm.



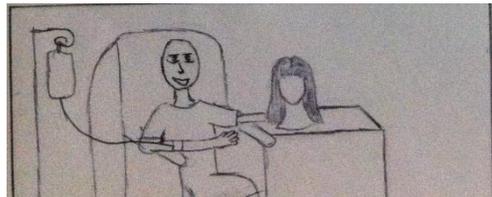
Se pone una liga en los 25 cm. Y comienza a trenzar su cabello



Coloca otra liga al final de su trenza y alguien corta la trenza sobre la primera liga



Se coloca la trenza, con las ligas dentro de una bolsa "Ziploc" de plástico con el nombre de una ONG



Sale nuevamente la niña en tratamiento, pero con una peluca mandada especial para ella, se la pone



cambia
peluca por **sonrisas**

"Cambiando cabello por sonrisas"
Duración: 30 seg.
Música: Dog days are over- Florence and the Machine

Escaletas Spots de audio e imágenes para youtube

	Voz en off	Duración	Observaciones
Spot 1	¿Sabías que para donar cabello no es necesario raparse? Con una trenza de 25 cm, basta para ayudar. Cambia una vida. Se cambia cabello por sonrisas.	15 seg.	Se muestran imágenes de mujeres y niñas en tratamiento oncológico con pelucas, cabello siendo trenzado. al final el slogan
Spot 2	Si quieres donar, tu cabello seco debes trenzar. Cambia una vida, se cambia cabello por sonrisas	10 seg.	Se muestran imágenes de cabello largo y seco siendo trenzado para la donación. Al final el slogan
Spot 3	Si cabello quieres donar, con 25 cm. O más lo puedes lograr. Cambia una vida. Se cambia cabello por sonrisas	10 seg.	Imágenes de mujeres y niñas en tratamiento oncológico con pelucas. Al final el slogan

Conclusiones

Gracias a esta campaña y por medio de la investigación realizada, me di cuenta de las dificultades que hay en una campaña como esta, ya que, a diferencia de las campañas de donación de órganos o de sangre, es que las personas pueden vivir sin cabello, no es algo esencial, ni factor de vida o muerte, por lo que tratar de convencer a los donadores es el punto clave.

Sabiendo que es una cuestión más de comodidad, de autoestima y de beneficio personal, las personas están dispuestas a donar su cabello para alegrar la vida, con un acto tan pequeño como este, de las personas que están sufriendo con enfermedades, en este caso el cáncer.

Es una acción pequeña pero que ayuda mucho, ya que si uno se siente cómodo con tu cuerpo, tienes un autoestima alto, es más probable salir triunfante contra las enfermedades, y mientras tanto, las personas se sienten alegres y sin preocuparse aunque sea por su imagen personal.

Si bien con esta campaña no puedo curar a las personas de sus enfermedades relacionadas con el cáncer, me gustaría verlas sonreír, felices, de tal forma que aunque sea por un momento, olviden que tienen que luchar contra ese horrible monstruo, y que se sientan normales, tal y como antes de que se tuvieran que enfrentar a esta enfermedad.

Esta experiencia me ha hecho crecer como persona y a darme cuenta que con los detalles más mínimos en nuestras vidas, podemos alegrar la vida de la alguien más, lo que es un simple cambio de look

para nosotras, es una sonrisa en alguien más a la que le ha llegado su peluca oncológica para no olvidar que después de su lucha, podrá volver a ser feliz, tener una vida mejor.

También me di cuenta de lo poco que conoce la gente acerca de este tema, ya que aunque la mayoría de mis encuestados dice tener un familiar o cercano que ha padecido de esta enfermedad, no tienen información sobre las pelucas, su fabricación o requerimientos. Muchos y muchas tienen la idea de que es necesario raparse para donar su cabello, cuando un mechón de cabello de 25cm es más que suficiente.

En México, este tipo de campañas no son muy populares, si bien hay fundaciones que reciben las donaciones y mandan a hacer las pelucas, no se dan a conocer, ni dan a conocer los requisitos. Internacionalmente este tema es más conocido, hay más fundaciones y las campañas ya son conocidas.

Espero que con esta campaña ayude a crear conciencia sobre el tema, que la gente se abra a la posibilidad de donar y a informarse sobre los beneficios que tienen los afectados.

Esta ha sido una gran experiencia, ya que no solo he puesto en práctica todo lo que he aprendido a lo largo de la carrera, específicamente en el área de publicidad, con esto puedo cerrar un ciclo más en mi vida y continuar haciendo esto, no trabajar para vivir, sino vivir para trabajar, y que mejor que hacerlo en lo que más te gusta, en la publicidad.

Bibliografía y Fuentes:

Kotler, Philip, *Mercadotecnia Social. Estrategias para cambiar el comportamiento público*. México Diana 1992, p.389.

Dietrich, Heinz, *Nueva Guía para la investigación científica*; Editorial Ariel; México DF 1996; 229 págs.

Münch, Lourdes y Ángeles, Ernesto; *Métodos y técnicas de investigación*; Editorial Trillas; México DF 2005; 158 págs.

Bunge, Mario; *La investigación científica: su estrategia y su filosofía*; Editorial Ariel; España 1976

1.- *Pelucas oncológicas* (s.d.) Recuperado: 2013, 26 de noviembre, disponible en: <http://pelo.about.com/od/saludable/tp/pelucas-solidarias.html>

2.- *Aumenta el cáncer infantil en México* (s.d.) Recuperado 2014, 10 de abril, disponible en: <http://ciencias.jornada.com.mx/noticias/aumenta-el-cancer-infantil-en-mexico>

3.- *Cáncer en niños, síntomas, y tratamientos contra el cáncer*, (s.d.) Recuperado 2014, 10 de abril, disponible en: <http://www.aquinadieserinde.org.mx/#!cancer-ninos/c8k2>

4.- *Aumenta el cáncer infantil en México*, (s.d.) Recuperado 2014, 10 de abril, disponible en: <http://ciencias.jornada.com.mx/noticias/aumenta-el-cancer-infantil-en-mexico>

5.- *Hematooncología* (s.d.) Recuperado 2014, 10 de abril, Disponible en: http://redsalud.uc.cl/link.cgi/Especialidades/hematologia__oncologia.act

6.- *Estadísticas a propósito del día mundial contra el cáncer datos nacionales*, recuperado 2014, 7 de junio, disponible en:

<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2011/cancer11.asp?c=2781&ep=51>

7.- *El cáncer en niños de México* (s.d.) Recuperado: 2014, 10 de abril, disponible en: http://aquinadieserinde.org.mx/la_enfermedad.html

8.- *5 tipos de cáncer que más afectan a los mexicanos*: Recuperado 2014, 7 de julio disponible en: <http://www.spps.gob.mx/noticias/1445-5-tipos-cancer-mas-afectan-mexicanos.html>

9.- *Tipos de cáncer en México* (s.d.) Recuperado: 2014, 10 de abril, Disponible en: http://www.aquinadieserinde.org.mx/tipos_comunes.html

10.- *Tratamientos contra el cáncer* (s.d.) Recuperado: 2014, 10 de abril, Disponible en: http://aquinadieserinde.org.mx/transplante_de_medula.html

11.- *Pelucas Oncológicas* (s.d.) Recuperado: 2013, Marzo 19, disponible en <http://spaciocapilart.com.mx/pelucas.html>

12 y 13.- *Pelucas Oncológicas* (s.d.) Recuperado: 2013, Marzo 18, disponible en: http://pelucasoncologicas.com.mx/pelucas_oncologicas-2.html.

14.- *Pelucas oncológicas* recuperado: 2014, 20 de marzo, disponible en: <http://pelo.about.com/od/saludable/tp/pelucas-solidarias.html>

15.- *Fundación Rizos de Alegría* (2014) Recuperado: 2014, 10 de abril, disponible en: <http://rizosdealegria.org>

16.- *Fundación Casa de la Amistad* (s.d.) Recuperado: 2013, 17 de marzo, disponible en: <http://www.casadelaamistad.org.mx/como-apoyamos/>

17.- *Fundación Castro Limón* (s.d.) recuperado: 2013, 17 de marzo, disponible en: <http://www.fundacioncastrolimon.org/club.de.donativos>

18.- *Pelontón 2009* (Diciembre 2 DE 2009) Recuperado: 2014, 9 de junio, disponible en: <http://www.wradio.com.mx/actualidad/noticias/pelonton-del-teleton/20091202/nota/918734.aspx>

19.- *Hair Fest, un poco de tu cabello puede ser muy útil*, (M Izquierdo, junio 12, 2014) Recuperado: 2014, 9 de junio, disponible en: <http://www.factorde.com/blog/hair-festival-un-poco-de-tu-cabello-puede-ser-muy-util>

20.- *Cuanto cobra un community Manager freelancer* (13 de septiembre de 2011) recuperado: 2013, 26 de noviembre, disponible en: <https://www.facebook.com/notes/asociaci%C3%B3n-espa%C3%B1ola-de-responsables-de-comunidad/cu%C3%A1nto-cobra-un-community-manager-freelancepor-dolores-vela/10150298988791497>

¿Cuánto gana un community manager? (27 de febrero de 2012) recuperado: 2013, 26 de noviembre, disponible en: <http://www.marketingcapacitacion.com/index.php/noticias-marketing-digital/39-social-media-redes-sociales/111-icuantogana-un-community-manager>