



ESCUELA DE PSICOLOGÍA

MOTIVACIONES QUE CONLLEVAN A LA DONACIÓN DE SANGRE EN LA POBLACIÓN QUE
ACUDE A UNA ENTIDAD SIN FINES DE LUCRO EN LA CIUDAD DE QUITO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Psicóloga

Profesora Guía
Msc. Carolina Cedeño Coppiano

Autora
Glenda Liliana Almeida Coba

Año
2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Carolina Cedeño
Master en Cooperación al Desarrollo
C.C: 1718306846

DECLARACION PROFESOR CORRECTOR

“Declaramos haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajo de Titulación”

Paula Yépez
Master en Psicología
Social y Comunitaria
C.C: 1715307888

Estefanía Carrasco
Master en Intervención
y Mediación Familiar
C.C: 1714277934

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Glenda Liliana Almeida Coba

C.C: 1713545802

AGRADECIMIENTO

Agradezco con todo mi corazón y alma profundamente a las personas que estuvieron conmigo en todo momento apoyándome totalmente como a la Universidad de las Américas, familia, amigos y especialmente a mi tutora de tesis Carolina Cedeño, quien colaboró de modo incondicional, por su dedicación y soporte durante la realización de este proyecto.

DEDICATORIA

Este proyecto donde he puesto mi sacrificio, dedico especialmente a Dios y a la Virgen ya que siempre han estado a mi lado. A mi familia, quienes con su amor y apoyo incondicional me han permitido conseguir mis metas y objetivos trazados.

De igual manera, quiero dedicar esta tesis a todas aquellas personas que aprecio mucho y que de una u otra manera han estado siempre conmigo.

RESUMEN

La presente investigación se plantea como pregunta: ¿Cuáles son las motivaciones que conllevan a la donación de sangre en la población que acude a una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito?, para responder esta pregunta se llevará a cabo una dinámica de grupo (focus group) a 10 participantes que donan sangre en una entidad de Quito, con la intención de obtener información valiosa sobre las motivaciones intrínsecas como extrínsecas que poseen las personas al momento de donar sangre. Los participantes serán seleccionados mediante muestreo a base de criterios de inclusión y exclusión. Al ser un estudio cualitativo, descriptivo y narrativo, los datos serán analizados con el programa Nvivo 10, a través de una codificación abierta y árbol de códigos.

Existe una cantidad muy limitada de estudios sobre las motivaciones intrínsecas y extrínsecas que conlleva al individuo a donar sangre, sin embargo al analizar e indagar investigaciones se puede determinar que los factores tanto internos como externos juegan un papel importante en la toma de decisión en la persona al momento de hacerlo, convirtiéndose en una fuente primordial para concientizar a la población sobre este acto voluntario.

Se plantea este proyecto para futuras investigaciones con el objetivo de que se profundice sobre las motivaciones en la donación de sangre, ya que a pesar de que la persona posee los factores motivacionales (intrínseco y extrínseco), existen ciertos limitantes que no permite que lo hagan. Por lo cual, es importante tratar de incidir en ello.

Palabras clave: Motivación intrínseca, Motivación extrínseca, Donación de sangre, Disonancia Cognitiva, Conducta prosocial, Contexto Ecuatoriano.

ABSTRACT

The present study is posed as a research question: What are the motivations that lead to the blood donation in the population that goes to a non-profit organization in the city of Quito?, to answer this question will be carried out a dynamic group (focus group) of 10 participants that donate blood in a non-profit organization in Quito, with the intention of obtaining valuable information about the intrinsic and extrinsic motivations that people possess at the moment of donating blood. Participants will be selected according to the criteria sampling of inclusion and exclusion terms. Being a qualitative, descriptive and narrative study, the information will be analyzed with the Nvivo 10 program, through an open coding and code tree.

There is a very limited amount of studies of the intrinsic and extrinsic motivations that make that people donate blood, however after analyzing and inquire different investigations, it can be determined that internal and external factors play an important role in the person decision at the moment of doing, it becomes a primary source to raise public awareness about this voluntary act.

This project is planned for future research, with the aim of know about the motivations of blood donation, even though the person has this motivational factors (intrinsic and extrinsic), there are certain limitations that do not allow to do so, that is why it is important to try to influence them.

Key words: Intrinsic motivation, Extrinsic motivation, Blood donation, Cognitive dissonance, Social behavior, Ecuadorian context

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. Formulación del problema y justificación.....	4
3. Pregunta de Investigación.....	8
4. Objetivos.....	9
4.1. Objetivo General	9
4.2. Objetivos Específicos.....	9
5. Marco teórico referencial y discusión temática	10
1. CAPÍTULO I. CONTEXTO ECUATORIANO	10
1.1. Donación de Sangre.....	10
2. CAPÍTULO II. DISONANCIA COGNITIVA LEÓN FESTINGER.....	13
3. CAPÍTULO III. MOTIVACIÓN	16
3.1. Motivación intrínseca.....	16
3.2. Motivación extrínseca	17
6. Preguntas Directrices.....	18
7. Metodología del estudio	19
7.1. Tipo de diseño y enfoque.....	19
7.2. Muestreo/ participantes	20
7.3. Recolección de datos.....	21
7.4. Pre-Validación del Instrumento.....	21
7.5. Procedimiento	25

7.6. Tipo de análisis.....	26
8. Viabilidad.....	26
9. Aspectos éticos	27
9.1. Consentimiento informado	27
9.2. Tratamiento de la información.....	28
9.3. Autoreflexividad	28
9.4. Consecuencia de la investigación	29
9.5. Devolución de resultados.....	29
9.6. Derechos de autor	30
10. Análisis de la estrategia de intervención.....	30
11. Cronograma	35
REFERENCIAS	37
ANEXOS	42

1. INTRODUCCIÓN

La donación de sangre es un acto voluntario y responsable que contribuye a salvar la vida de muchas personas. En otras palabras, está no solo es un acto *individual*, es un acto *social* que representa un compromiso moral hacia la comunidad, manifestado a través de la colectividad y solidaridad. (López, 2015, p.13).

Richard Titmuss fue uno de los primeros en analizar componentes sociales desde la donación de sangre, otorgando importancia al comportamiento social del individuo que dona sangre a través de su *motivación* natural y el deseo de ayudar a otras personas de manera desinteresada como señal de reciprocidad e integración del individuo en la sociedad (López, 2015, p.18).

Por otro lado, Lahey desde la perspectiva humanista, propone como motivación a un estado interno que impulsa y proporciona dirección a nuestros pensamientos, sentimientos y acciones. Siendo este, la motivación activa, dirige la conducta, en especial para cumplir el amplio espectro de nuestras necesidades, a través de dos aspectos: intrínsecamente y extrínsecamente. El primero hace referencia a aquellas acciones que realiza el individuo por sí mismo o por su propio interés. Mientras que la motivación extrínseca, como su nombre lo indica proviene del exterior, es aquella provocada desde afuera del individuo por otras personas o el ambiente (Soriano, 2001, p. 6-9).

A partir del presente trabajo, se ha hecho un recorrido para entender el concepto de la motivación. Es así como, por un lado se encuentra Lahey quien trabaja desde el humanismo, pero a la vez, dicho concepto se encuentra trabajado por la psicología social de Ball. Ball (citado en Marín, 2009, p. 62 y 65), quien destaca que la conducta prosocial, de por sí, parte de una motivación ya sea externa o interna, donde se puede percibir lo que motiva a una persona a actuar de determinada forma, considerando que la conducta de la persona se verá influenciada en el entorno en que se desenvuelve. Es decir, influencia que ejerce la sociedad en el individuo.

Este mismo autor, define la motivación interna como un factor propio de la persona que influye en su comportamiento, pues las personas son distintas y sus necesidades varían de unas a otras. El nivel de motivación varía entre los individuos e inclusive en el mismo individuo en diferentes momentos, produciendo diversas conductas, que representan una secuencia compleja de interacciones entre las necesidades iniciales y la experiencia (Ball, 1988, p. 2 y 3).

En relación a lo planteado por los diferentes autores, la motivación exige necesariamente que haya alguna necesidad. Por lo tanto, la motivación en el ámbito de lo social es un proceso mediante el cual la persona es impulsado por fuerzas internas que actúan sobre ella; inicia, dirige y mantiene una conducta orientada a alcanzar determinados incentivos que le permiten la satisfacción de sus necesidades, mientras simultáneamente intenta lograr las metas de otra persona, he allí la necesidad de donar sangre, por ende se encuentra motivado a colaborar. De esta manera, la motivación para donar sangre se ve influenciada muchas veces por amigos y familiares. La información y las experiencias tanto positivas como negativas asociadas a la donación interferirán en la toma de decisión de la persona al momento de donar sangre (Echevarría y García, 2014, p. 470 y 471).

Por otro lado, se ha considerado importante retomar desde la psicología social, el concepto de "disonancia cognitiva" de Festinger. El autor establece que un sujeto puede atravesar por un malestar psicológico si sus pensamientos o ideas no son iguales a sus acciones (Rosero, 2015, p. 180 y 181). Es decir, en todo ser humano existe una tendencia a mantener una congruencia entre lo que piensa y lo que hace, entre sus actitudes y su conducta: "cuando existe incongruencia entre lo que piensa y lo que hace se produce un estado de disonancia, y este estado de disonancia va a generar una tensión que impulsa al sujeto a restablecer el equilibrio" (Méndez, 2007, p. 42).

Este concepto de Festinger se articula a la motivación desde la siguiente visión. Él indicó que los individuos que tienen simultáneamente dos creencias

inconsistentes o contradictorias vivencian un estado motivacional displacentero, lo cual lleva a cambiar esta disonancia para reducir la experiencia aversiva. Se da la disminución de la tensión o incomodidad que provoca hacer algo en contra de nuestras creencias y opiniones, racionalizando o justificando nuestras acciones ante nosotros mismos para la reconstrucción de nuestras actitudes (Festinger, 1954, p. 118-121). Este trabajo pretende analizar la motivación extrínseca e intrínseca en la relación al concepto de disonancia cognitiva, tomando en cuenta elementos personales y aspectos sociales para la donación de sangre.

La motivación intrínseca, es la que provoca que se realicen las actividades por el solo interés y placer de realizarlas. Dichas conductas emergen de manera espontánea por tendencias internas y necesidades psicológicas sin necesidad de recompensas externas. Se fija la motivación en el fin, no en los medios. El acto en un nivel de superficialidad extrínseca en base a un proceso de sesión experimental de estímulo-respuesta condiciona a la persona para que emita las respuestas que se espera, cuando en él mismo, no tiene significado alguno (Festinger, 1954, p. 118-121).

Muchas veces en la donación de sangre resulta difícil diferenciar los motivos: lo que comienza siendo motivado intrínsecamente puede pasar a ser de ambos tipos, ya que conviene entonces pensar en un continuo extrínseco-intrínseco. Si una persona tiene motivación intrínseca para determinada tarea y hay una motivación extrínseca ulterior, convertirá la actividad más interesante y acrecentará el esfuerzo puesto.

A pesar de que la motivación parte de la visión humanista, se abordará el tema de motivaciones intrínsecas como extrínsecas desde la fundamentación de la psicología social, tomando como aportes complementarios a los criterios de la teoría de la disonancia cognitiva. Es importante para concluir esta introducción, mencionar que la motivación que conlleva a la donación de sangre se relaciona con la psicología social desde un aspecto intrínseco, ya que posee un enfoque individual o personal donde es el acto en sí de ayudar a la otra persona, nace de la persona, es decir, se encuentra determinado por un factor interno para

que la persona ejecute este acto de donar sangre. Sin olvidar que la motivación extrínseca, tendrá aspectos sociales como lo son los factores ambientales, siendo estos la presión e influencia social de terceras personas al momento que la persona done sangre.

El trabajo se llevará a cabo con un enfoque cualitativo, en base un diseño narrativo y un alcance descriptivo con la finalidad de indagar las motivaciones que poseen las personas cuando donan sangre. Para esto se realizará un focus group mediante el cual se pretende alcanzar los objetivos planteados sobre la temática a tratar.

Finalmente, el trabajo se dividió en secciones. La primera engloba, la formulación del problema y justificación de la disonancia cognitiva, tomando en cuenta elementos personales y aspectos sociales para la donación de sangre. Asimismo, las preguntas y objetivos de la Investigación, seguido por el marco teórico referencial y discusión temática conllevan las teorías y conceptos de la motivación intrínseca y la motivación extrínseca. El diseño y enfoque de la investigación, así como también, el muestreo y la recolección de datos y procedimiento del mismo. Para luego obtener un la viabilidad y los aspectos éticos. Por último, se plantean los resultados esperados.

2. Formulación del problema y justificación

La presente investigación, tiene como propósito conocer las motivaciones intrínsecas y extrínsecas que impulsan a las personas a realizar este acto de donación de sangre, el cual es vital para conservar la vida. De igual manera, es importante poder escuchar y compartir alguna experiencia o vivencia personal en cuanto al beneficio de donar sangre, ya que éste puede generar un impacto positivo en la percepción sobre realizarlo (Beerli y Martín, 2008, p. 27-30). A partir de ahí, la influencia social jugaría un papel importante, en relación a la motivación.

La Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y Media Luna Roja (2000, p. 6) expone que los donantes en varias ocasiones han manifestado que los mejores actos de motivación para donar sangre son una palabra de

agradecimiento de los pacientes que se benefician con la contribución solidaria y la relación que se va creando entre el donante y el servicio de sangre.

A su vez, la Revista de Investigación Médica Sur realizada por Baptista (2009, p.159 y 160) comenta que la mayoría de los donadores que participan por primera vez, acuden influenciados por un amigo o el deseo de ayudar a un pariente (47.2%), algunos declaran hacerlo por altruismo (40.3%). También es común la respuesta a los llamados que hacen los medios o redes sociales de Internet (23.5%) y en menor medida por responsabilidad social (19.7%). El mayor obstáculo para donar lo constituye “la flojera” (19.1%), seguido del temor a las agujas (10.5%). “Este tipo de respuestas hacen que las personas donen sangre por vez primera, el cual es un avance que hay que aprovechar, con el fin de que se conozca la importancia de la donación de sangre altruista y no remunerada” (Baptista 2009, p.159 y 160).

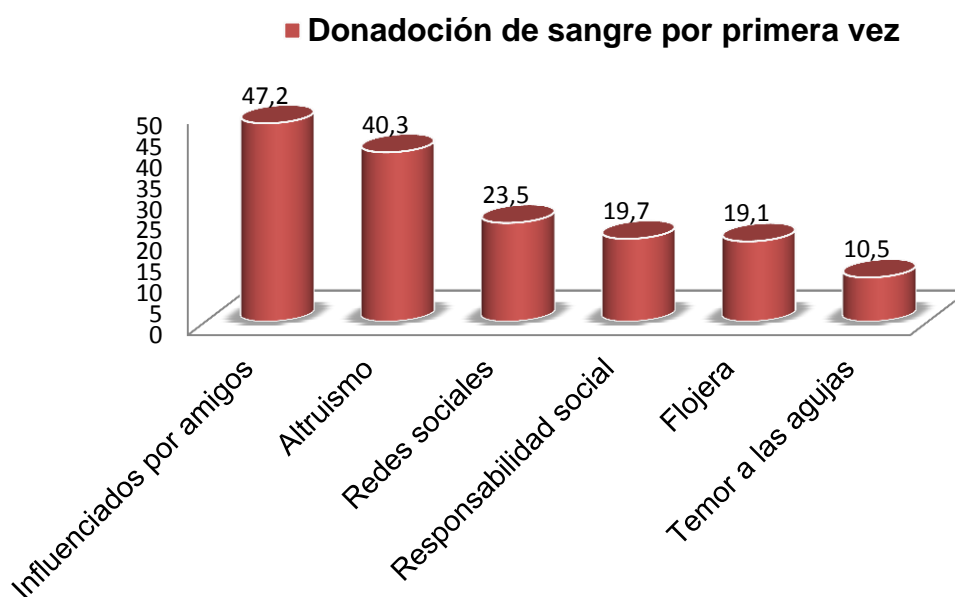


Figura 1. Donación de sangre por primera vez

En el Ecuador la donación voluntaria de sangre aún no cumple con la meta propuesta por la Organización Mundial de la Salud, pero la recolección de pintas de sangre se encuentra en ascenso. El organismo citado considera que 25 personas por cada 1 000 habitantes deben donar sangre, sin embargo, en el

Ecuador conforme último censo la cifra es de 14 donantes (OMS, 2013, párr. 1). Según la Cruz Roja Ecuatoriana, en el país existe una falta de estrategias a mediano y largo plazo sobre la promoción, información y educación de la importancia de la donación voluntaria de sangre. Esto influye en el compromiso y participación activa de todos los ciudadanos para salvar una vida (OMS, 2013, párr. 2).

En Ecuador, ha sido poca la divulgación en información para motivar a los donantes de sangre como en otros países. Según la OMS, la población desconoce la importancia de donar sangre para mejorar la calidad de vida del donante, como de otra persona. Pese a esto los estudios reflejan que persiste el miedo y temor debido a creencias y mitos de donar sangre, es por ello que los medios de comunicación social representan un vehículo muy importante para motivar y dar a conocer la necesidad de este acto (OMS, 2013, párr. 2-3).

Sin embargo, el presente año la OMS realizó una campaña este año teniendo con el lema «La sangre nos conecta a todos», la cual se centra en agradecer a los donantes sus donaciones, destaca la dimensión de «solidaridad» y «conexión» que existe entre donante y paciente. Además, también se adoptó el lema «Comparte la vida-Dona sangre» para llamar la atención sobre la importancia de los sistemas de donación voluntaria como vía para fomentar la cohesión comunitaria. De igual manera, la campaña giró en torno a los testimonios de personas cuyas vidas han podido salvarse gracias a una donación de sangre, con el fin de motivar a los donantes habituales a seguir haciéndolo, alentar a las personas a que gocen de buena salud y los que nunca han donado, en especial los jóvenes, comiencen a donar sangre (OMS, 2016, párr. 1 y 2).

La Revista Latinoamericana Enfermagem realizada por Echevarría y García (2014, p. 470) señaló en un estudio sobre una muestra de 800 donantes que cuando es la primera vez que una persona va a donar sangre, la motivación que prima es el deseo de ayudar a un familiar o amigo; mientras que en el caso de los donantes habituales, la razón principal es el altruismo conocido como el

deseo de ayudar de manera desinteresada o sentimiento de deber, es decir, sin ninguna necesidad de recibir una recompensa a cambio.

No obstante, hay que tener en cuenta que “en los países desarrollados prácticamente todo el suministro de sangre hoy en día se obtiene de donadores voluntarios (donantes de sangre que donan porque así lo desean, su motivación es ayudar a los pacientes sin obtener beneficios personales). Sin embargo, los países en desarrollo todavía dependen principalmente de donantes que acuden cuando un familiar o amigo les solicita su ayuda (donante de reposición) o los que donan su sangre a cambio de dinero u otra forma de retribución (donante remunerado)” (Licón, 2007, párr. 2).

A estas últimas personas se las puede considerar peligrosas ya que al donar sangre por obligación o por dinero podrían ocultar situaciones de riesgo que los descalifiquen como donadores. Por otro lado, en Estados Unidos reportan el 100% de donaciones de sangre voluntarias, pero la gran mayoría de los países de Latinoamérica reportan que las unidades de sangre obtenidas provienen de donadores de reposición, y algunos países reconocen la existencia de hasta el 24% de donantes remunerados (Licón, 2007, párr. 2).

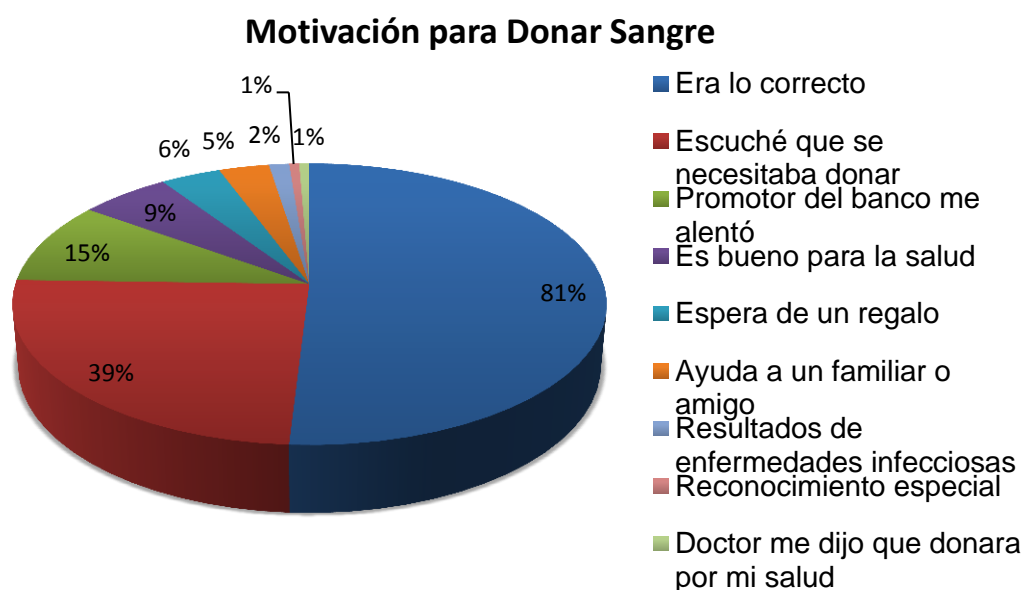


Figura 2. Motivación para donar sangre

Por otro parte, la encuesta realizada a los donadores de sangre de la Retrovirus Epidemiology Donor Study (REDS) en ocho centros de recolección de sangre de Estados Unidos en 1998, informó que la principal motivación para donar fue “era lo correcto” en 81%, seguido de “escuché que se necesitaba sangre” (39%), “un promotor del banco me alentó” (15%), “el donar es bueno para la salud” (9%), “en espera de un artículo o regalo” (6%), “ayuda a un familiar, amigo o compañero” (5%), “por los resultados de laboratorio de enfermedades infecciosas” (2%), “en espera de un reconocimiento especial” (<1%), y “un doctor me dijo que donara por mi salud” (<1%). Es necesario aclarar que muchos donadores refirieron más de una razón para donar (López, 2011, p. 68 y 69).

De esta manera, la investigación tiene como finalidad aportar información relevante a la línea de Psicología Social acerca de los factores motivacionales intrínsecos y extrínsecos que impulsan a las personas a donar sangre. Resultados que coadyudarán a futuros programas, con el propósito de intentar incidir en los mismos para conseguir o captar un mayor número de donantes estables y seguros en la donación de sangre, en las cuales, las diferentes motivaciones a las que se pueda recurrir para aceptar ser donante están reflejando desde condicionantes personales, relacionadas con la estructura mental que cada individuo posee, así mismo a las necesidades colectivas del grupo, pasando por las necesidades institucionales, políticas o económicas fundamentalmente. Motivar en este sentido es crear significaciones que surgen de las preocupaciones del individuo (Festinger, 1954, p. 118-121).

3. Pregunta de Investigación

¿Cuáles son las motivaciones que conllevan a la donación de sangre en la población que acude a una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito?

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

Identificar las motivaciones que conllevan a la donación de sangre en la población que acude a una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito.

4.2. Objetivos Específicos

- ❖ Describir las motivaciones intrínsecas que se presentan en la donación de sangre.
- ❖ Analizar las motivaciones extrínsecas en los donantes de sangre.
- ❖ Analizar la discrepancia entre motivaciones y conductas que se presentan al momento de donar sangre.

5. Marco teórico referencial y discusión temática

1. CAPÍTULO I. CONTEXTO ECUATORIANO

1.1. Donación de Sangre

En el año 1863, se conforma el Comité Internacional de la Cruz Roja, siendo este una institución que promueve la defensa y desarrollo del Derecho Internacional Humanitario. Con el tiempo, se conformaron en distintos países, sociedades nacionales de la Cruz Roja con el fin de desarrollar proyectos y actividades orientadas a la asistencia humanitaria en áreas de la salud, desastres, ambiente, comunidad, entre otras (Cruz Roja Ecuatoriana, 2011, p. 4 y 19).

La Sociedad Nacional de Cruz Roja Ecuatoriana con sede en la ciudad de Quito, viene desarrollando actividades para el mejoramiento de las comunidades gracias al continuo trabajo de voluntarios y voluntarias que conforman la Red Territorial (Cruz Roja Ecuatoriana, 2011, p. 4 y 19).

La Cruz Roja Ecuatoriana maneja tres tipos de donantes; los donantes voluntarios, los repetitivos y de conversión. El primero hace referencia a las personas que acuden por voluntad propia; el segundo son aquellas personas que donan más de una vez al año y, por último, los donantes de conversión son personas que requieren de una pinta de sangre y a cambio de la misma tienen que ser recompensadas por un familiar del solicitante (Cruz Roja Ecuatoriana, 2011, p. 18).

Asimismo, la Cruz Roja Ecuatoriana abastece el 69% de la demanda total a nivel nacional. La oferta para cubrir la demanda debería alcanzar la donación de 260.000 pintas de sangres por año, pero se receipta 160.000, existiendo un déficit de 100.000 pintas. Solamente el 33.4% de la oferta de sangre es voluntaria y se obtiene de personas entre 16 y 25 años de edad, las demás son donaciones compensatorias realizadas por familiares o conocidos cuando lo requieren y, muchas veces hay que remunerar a los donantes por los familiares de quienes necesitan (Cruz Roja Ecuatoriana, 2011, p. 5).

En el 2016, Ecuador es reconocido por los avances impulsados del Gobierno en materia de donación de sangre, así como en el aseguramiento de la calidad de la misma, gracias a la inversión pública realizada en los últimos nueve años. Según Jaqueline Calle, Viceministra de Gobernanza del Ministerio de Salud Pública (MSP), explica la importancia de este nuevo reconocimiento para el país en materia de salud a nivel internacional, por lo cual, Ecuador ha sido elegido como sede regional para la celebración del Día Mundial del Donante, justamente por los avances logrados en materia de sangre segura. En el país tenemos 22 bancos de sangre públicos y privados alineados a las normativas del Ministerio de Salud Pública como ente rector en Salud dando garantía a la ciudadanía de contar con sangre segura para los ecuatorianos (Ministerio de Salud de Educación y Salud, 2011, párr. 1 y 2).

Hoy en día, donar sangre se ha convertido en un acto de carácter social, presidido por una actitud solidaria, responsable y altruista para salvar vidas. En la donación de sangre inciden factores socioculturales que se encuentran ligados a patrones de conducta de la persona como convicciones religiosas, solidarias, de contraprestación, tabúes, estrato socioeconómico, entre otras (Jiménez, 2000, p.1). Por lo tanto, la donación de sangre “es un acto de humanismo que conlleva una serie de mecanismos intrínsecos y extrínsecos que la convierten en un proceso complejo, entre los que resaltan: proteger, conservar y promover la salud e integridad del donante” (Mendoza, Saldaña, Rodríguez, Mendoza y Domínguez, 2010, p. 76).

Es importante recalcar, que las influencias sociales constituyen una fuente significativa para la donación de sangre, si bien su incidencia varía de acuerdo al sexo y edad del donante. Por ejemplo, las mujeres expresan una mayor sensibilidad frente a la posibilidad de ayudar a los otros, a sus responsabilidades sociales y comunitarias. Los hombres son más sensibles a la presión social y a no decepcionar a quienes han solicitado sangre (Llovet et al., 2008, p.20).

De acuerdo a estándares internacionales, la Organización Panamericana de la Salud (2013, párr. 4) expone que en cada país deberían existir 50 personas

que donen sangre voluntaria y repetitivamente por cada mil habitantes. Aunque el Ministerio de Salud del Ecuador trabaja por alcanzar esa meta, el promedio de donantes ecuatorianos es de 14 personas por cada mil habitantes. Además, la Organización Mundial de la Salud da a conocer que al menos el 2% de la población debe donar sangre, es así que en Ecuador solo existe el 1.4 % de donantes voluntarios. Por lo tanto, el Ecuador es considerado como uno de los países de América Latina que se caracteriza por presentar un bajo nivel de donantes voluntarios de sangre, lo que ha generado que no se pueda satisfacer a la población que requiere de pintas de sangre (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, 2014, párr. 2-4).

Según Isabel Miño, Coordinadora nacional del Programa de Sangre del Ministerio de Salud, manifiesta que en el Ecuador se ha logrado que el 1.52% de la población, más o menos 246.000 personas donen sangre. El 68% son donantes voluntarios y el 72% donantes repetitivos; razón por la cual se busca reducir el porcentaje de donantes repetitivos, ya que en algunas ocasiones por tratar de beneficiar a un familiar el donante puede mentir en el formulario, donando sangre que no es óptima por poseer algún problema de salud. Es por ello que se apunta al donador voluntario como lo indica Isabel Miño (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica, 2016, párr. 2-4).

2. CAPÍTULO II. DISONANCIA COGNITIVA LEÓN FESTINGER

La teoría de la disonancia cognitiva de Leon Festinger manifiesta que para reducir la tensión o incomodidad que nos provoca realizar algo en contra de nuestras creencias y opiniones, racionalizamos o justificamos nuestras acciones ante nosotros mismos reconstruyendo nuestras actitudes, esto sucede u ocurre cuando se tiene actitudes formadas y estables. Muchas veces, las actitudes se encuentran influenciadas o modificadas por el medio social (Lerbinger, 1979, p. 53).

Debido a las connotaciones lógicas de los términos consistencia e inconsistencia, Festinger prefirió sustituirlos por consonancia y disonancia respectivamente usadas para referirse a las relaciones que existen entre estos elementos, por lo cual desarrolló la siguiente fórmula que mide la cantidad o nivel de disonancia (Lerbinger, 1979, p. 53):

$$\text{Disonancia} = \frac{\text{Importancia X número de cogniciones disonantes}}{\text{Importancia X número de cogniciones consonantes}}$$

Sin embargo, Festinger define a la disonancia como la existencia de relaciones entre cogniciones que no concuerdan, es un factor de la motivación y lo es por derecho propio. Mientas, que el término de cogniciones es cualquier conocimiento, opinión o creencia sobre el medio, sobre uno mismo o sobre la conducta de uno, es así que surge la teoría de la disonancia cognitiva, donde el ser humano trata de establecer una armonía interna. En algunas ocasiones las personas actúan de manera distinta o contradictoria a lo que realmente piensan (Festinger, 1954, p. 118 y 119).

Esta teoría se basa en la discrepancia que existe entre nuestras conductas y actitudes, lo que produce un estado de desacuerdo e incomodidad. Esto se debe a que nuestros pensamientos, sentimientos y decisiones se encuentran

en total disonancia con nuestras acciones o actitudes, sin embargo dicho estado va a generar una tensión que impulse al individuo a restablecer el equilibrio (Ovejero, 2015, p. 215). Festinger concibe a la disonancia como un factor motivacional, ya que la propia existencia empuja al individuo a intentar eliminar o al menos reducir tal estado buscando el bienestar o la coherencia, lo cual conlleva la modificación de dicha condición, es decir, el individuo actúa en contra de sus propias actitudes (Festinger, 1954, p. 124).

Esta disonancia se refleja por ejemplo en nuestra sociedad, cuando las personas poseen creencias religiosas que no les permite donar sangre por razones dogmáticas propias de la religión. Sin embargo, en ciertas ocasiones cuando un familiar o pariente necesita de la transfusión de sangre dejan de lado la religión a la que pertenecen por salvar la vida de un ser querido. Este es el caso de algunos testigos de Jehová que se niegan a recibir transfusión de sangre o donar sangre a segunda persona, pero algunos admiten sólo la extracción terapéutica de sangre y que sea otorgada únicamente a la propia familia (Casado, 2004, p. 140-143). Por lo tanto, las personas hacen todo lo posible para reducir esta disonancia cognitiva, alterando el sistema de creencias para acoger una idea nueva y recuperar la consistencia interna, reduciendo o modificando la importancia de uno de los elementos disonantes para lograr un equilibrio entre sí (Festinger, 1954, p. 126).

Por otra parte, García Gutiérrez et al. (2003) y Zaller et al. (2005) consideran que “en algunos países persisten tabúes y mitos sobre la donación de sangre que influyen negativamente en la predisposición a la donación, tales como que la donación de sangre engorda, provoca infartos, debilidad o contagiarse de algunas enfermedades” (citados en Beerli y Martín, 2008, p. 30). Por este tipo de creencias o dudas que posee la sociedad, se ha dificultado en ciertos casos la posibilidad de generar donaciones de sangre.

Del mismo modo, el Ministerio de Educación y Salud (2011, p. 27) expresa que muchas personas no donan sangre debido a una serie de creencias o

prejuicios, es decir, por motivos mal infundados, por lo cual, algunas personas no donan sangre o temen hacerlo como: “donar sangre debilita”, “me puedo quedar sin sangre”, “si dono sangre me puedo adquirir algún tipo de enfermedad”, “la sangre se vende”, entre otras. Para que estas creencias dejen de ser barreras que impidan o dificulten la donación voluntaria de sangre, es necesario informarse sobre resultados que puede generar este proceso.

3. CAPÍTULO III. MOTIVACIÓN

3.1. Motivación intrínseca

La motivación intrínseca es la que nos impulsa a hacer cosas por el simple gusto de hacerlas. La propia ejecución de la tarea es la recompensa. Las características principales para que una conducta se considere intrínseca tienen que ver con dos conceptos: la autodeterminación y la competencia. Estos dos elementos son los responsables de guiarnos por valores intrínsecos bajo nuestra motivación propia en lugar de vernos influidos por factores extrínsecos a nosotros mismos (González, Valle, Núñez y González, 1996, p. 4).

Ball (1988, p. 4) destaca que la motivación es la conducta prosocial, que parte de un factor, bien sea interno externo. El elemento crucial y complejo estriba en cómo se puede percibir lo que motiva a una persona a actuar de determinada manera, dado que lo que se percibe es el acto observable, en este caso la ayuda, y sólo quien actúa de determinada forma es el indicado para expresar la motivación que lo impulsó a actuar. No obstante, a partir de la observación de la conducta de las personas y el entorno en el cual se desenvuelven, se pueden inferir los estados interiores.

Con respecto a la conducta prosocial, la psicología refiere que los comportamientos y las respuestas de las personas ante episodios que se presentan cotidianamente siempre generan cierto tipo de consecuencia. De esta manera, la evaluación en términos de aprobación o desaprobación que se le da a una persona que dona sangre, influye en la posible aparición de una conducta similar. Lo anterior tiene relación con el elemento reforzador para que los individuos se motiven e involucren a otros individuos.

Esta premisa, aporta una explicación sobre la formación de las conductas prosociales: si tras la aparición de una conducta prosocial, el medio procura reforzamiento, es más probable que la persona que acudió a donar sangre presente continúe actuando solidariamente; en cambio si la conducta prosocial no es reforzada tiende a extinguirse y aparecen comportamientos indiferentes,

así se presenten circunstancias favorables a las conductas de ayuda (Ball, 1988, p.4).

Asimismo, el autor Según Kenneth Thomas (2001, párr. 54), sugiere que el ser humano posee comportamientos innatos relacionados con la competencia y el control que se encuentran asociadas con la motivación intrínseca. La motivación extrínseca se considera como las recompensas que posee un determinado evento para lograr la satisfacción de dichas necesidades. La motivación intrínseca está relacionada con la idea de competencia y control. El sujeto necesita controlar el ambiente y sentirse competente en él. Para obtener el objetivo deseado hay que considerar la relevancia personal y social, así como la recompensa que se puede lograr.

Por último, Gynn et. al (2002) analiza las motivaciones de los donantes para llevar a cabo su acción, los cuales son la presión social, necesidad de reemplazar sangre usada por un familiar o amigo, búsqueda de reconocimiento, pero sobre todo una motivación altruista (desinteresada). También, se encuentran otras motivaciones que pueden ser identificadas o consideradas como factores externos, por ejemplo la presión e influencia de los amigos o parientes, así como la entrega de regalos o estímulos físicos. En cambio, se consideran como factores internos el deseo o impulso que posee el individuo por ayudar a otra persona y la satisfacción de haber ayudado a quien lo necesita (citado en Llovet et al, 2008, p. 20).

3.2. Motivación extrínseca

La motivación extrínseca es aquella actividad en la cual los motivos que impulsan la acción son ajenos a la misma, es decir, están determinados por las contingencias externas. Esto se refiere a incentivos o reforzadores tanto negativos como positivos externos al propio sujeto y actividad. Por ejemplo, en el caso de donar sangre es muy frecuente que se dé una motivación extrínseca basada en conseguir determinados objetivos. Si se logra satisfacer las expectativas de recibir la donación, entonces se logra un premio de recompensa. Generalmente es el agradecimiento de familiares o amigos

necesitados de dicha donación o remuneración (González, Valle, Núñez y González, 1996, p. 4 y 5).

El Ministerio de Sanidad y Consumo (1989, p. 23), realizó un estudio, donde manifiesta que un alto porcentaje de donantes se sentirían motivados y alentados a regresar para volver a donar sangre si recibieran avisos de los centros de transfusión tales como: cartas, llamadas telefónicas, emails, entre otras, sin perder el contacto con los mismos. De igual manera, se ha observado que el contacto personal para la captación de donantes ha mostrado ser un motivador muy poderoso y fundamental en los donantes, siendo hasta cuatro veces más efectivo que una llamada telefónica, especialmente entre los que donan por primera vez.

Sin embargo, ¿Cuáles son los factores motivacionales que influyen al momento de donar sangre? existen dos factores motivacionales, que son lo intrínseco y lo extrínseco. El primero hace referencia a la disposición de ayudar al otro de forma desinteresada, es decir, se considera un acto en sí, en cuestión de solidaridad humana. Mientras que el segundo son aquellas situaciones que se podrían presentar en el entorno al momento de donar sangre. Al igual, otro de los factores que influyen dentro de esta motivación es la recompensa monetaria como la difusión de mitos que se da en la sociedad (Santana y Palacio, 2008, p. 29).

Finalmente, la motivación engloba dos grandes categorías: motivos [internos] y motivos [externos]. Los motivos internos son innatos o no aprendidos. Mientras que los motivos externos están determinados por el medio ambiente y por la cultura que impera en este medio, y también la interacción que los sujetos establecen con los miembros del grupo al cual pertenecen. Estas dos motivaciones son fundamentales en la toma de decisión al momento de donar sangre, ya que ejercen una gran influencia en la persona (Arana, Meilán, Gordillo y Carro, 2010, p. 28).

6. Preguntas Directrices

1. ¿Qué motivó a los/las donantes a donar sangre por primera vez?

2. ¿Cuáles son las razones personales por las que los/las donantes de sangre son parte de este acto voluntario?
3. ¿Consideran los/las donantes de sangre que las creencias, pensamientos, sentimientos juegan un papel importante para convertirse en voluntario/a?
4. ¿Qué beneficios o reconocimientos obtienen los/las donantes de sangre cuando participan de este acto?
5. ¿Consideran los/las donantes de sangre que participar en donaciones fortalece el vínculo con un grupo determinado?
6. ¿Consideran los/las donantes de sangre que la opinión de terceras personas impulsa en la decisión de participar en este acto voluntario?
7. ¿Qué podría interferir o ha interferido en la motivación de los/las donantes al momento de donar sangre?
8. ¿Ha existido en los/las donantes de sangre algún conflicto entre lo que piensa o siente cuando dona sangre?
9. ¿Cuáles serían los motivos de los/las donantes voluntarios para dejar de donar sangre?

7. Metodología del estudio

7.1. Tipo de diseño y enfoque

La investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que “se enfoca en comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto”, llevándose a cabo por medio de una técnica de entrevista a grupos focales (Hernández, Fernández, Baptista, 2010, p. 365). Por otro lado, se ejecutará un diseño narrativo, el cual pretende entender la sucesión de hechos, historias, situaciones, fenómenos, procesos y eventos donde se involucran pensamientos, sentimientos, emociones e interacciones, a través de las vivencias contadas o relatadas por quienes han tenido esta experiencia (Hernández, Fernández, Baptista, 2010, p. 487), con la finalidad de conocer las vivencias que han tenido los donantes en cuanto al beneficio o desventaja de brindar sangre por medio de la discrepancia entre las motivaciones y conductas

que se presenta al momento de donar sangre. Por último, el alcance de esta investigación es descriptivo debido a que “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernández, Fernández, Baptista, 2010, p. 92-81), lo cual permitirá indagar los factores motivacionales intrínsecos y extrínsecos de las personas al donar sangre.

7.2. Muestreo/ participantes

Se realizará un muestreo a base de criterios: “primero se elaboran algunos criterios que los casos deben cumplir; luego se escogen aplicando dichos criterios” (Pineda y Alvarado, 2008, p. 138-139). Se ejecutará un focus group, en el cual participarán aproximadamente 10 donantes de sangre, de edad comprendida desde los 18 a 25 años, que acuden a una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito.

Tabla 1.

Criterios de Inclusión y exclusión de Donantes de Sangre

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Personas de ambos sexo que acuden a una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito que cumplan con cada criterio o estándar de la Cruz Roja Ecuatoriana (Anexo #2).	Donantes repetitivos de sangre. Los cuales, hayan donado 3 a 4 veces al año.
Hombres y mujeres de 18 a 25 años.	Personas de ambos sexos que hayan tenido relaciones en la última semana al momento de donar sangre ya que pueden adquirir alguna enfermedad contagiosa.
Personas que han sido donantes voluntarios durante los últimos 10 años.	Mujeres embarazadas no pueden donar sangre en periodo de lactancia porque pierden nutrientes al momento de dar de lactar al bebé.

7.3. Recolección de datos

Para la recolección de datos, se realizará un focus group donde “el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre el tema desaseado” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 418). Es decir, se desarrollará un guion previamente diseñado, el cual podrá ser modificado a medida que se realizan las preguntas, ya que posiblemente surgirán nuevos datos e información relevante o específica del tema investigado. También da la libertad suficiente para que el participante se pueda expresar en sus propios términos, debido a que consiste en reuniones de pequeños o medianos grupos (3-10 personas) con un ambiente relajado e informal bajo la conducción de un especialista. Es importante que el focus group se realice en una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito a la población que acude a la misma, para conocer las distintas motivaciones tanto intrínsecas como extrínsecas que posee cada persona sobre la donación voluntaria de sangre.

7.4. Pre-Validación del Instrumento

El instrumento utilizado para el presente estudio, se considera confiable ya que sus preguntas fueron derivadas en base a los objetivos específicos, al contenido del marco teórico y validado por un panel de expertos en el tema a tratar.

1. Cuestionario Inicial

En primera instancia se estableció un cuestionario inicial en base a revisiones bibliográficas de tesis y revistas indexadas, tomando “como principales” las siguientes:

- ❖ “El comportamiento del donante de sangre desde la perspectiva del marketing social: factores determinantes de la predisposición a donar” (Beerli y Martín, 2008, sección figura 1 y análisis de los resultados).

- ❖ “Conocimientos y actitudes hacia la donación de sangre en una población universitaria de Chile” (Vásquez, Ibarra y Maldonado, 2007, sección resultados y cuestionario).
- ❖ “Conocimientos y actitudes sobre la donación de sangre en adolescentes de Jaén (España)” (Muñoz, 2014, sección resultados).
- ❖ “Donación de sangre y Capital Social” (López, 2011, sección guía de preguntas).

Con las revisiones efectuadas se evidenció la existencia de índices, los cuales justificaron los factores investigados, los mismos que sirven como guía para elaborar preguntas que se aplicarán en la dinámica de grupo (focus group). Cabe recalcar que el desarrollo de las preguntas posee autoría propia.

Motivación intrínseca

- ¿Qué le motivó a usted a convertirse en donante de sangre?
- ¿Recibe o ha recibido algo a cambio de su donación?
- ¿Estaría dispuesto a donar sangre por un llamado urgente de sangre a un familiar o amigo o por solidaridad?
- ¿Conoce los procesos que conlleva este acto de donar sangre en el Banco Nacional de Sangre Ecuatoriano?
- ¿Qué significa para usted el término motivación?
- ¿Qué le hace falta para que usted se motive a donar sangre?
- ¿Considera que las creencias, pensamientos, sentimientos, entre otras juegan un papel importante para convertirse en donante?
- ¿Cuáles son los motivos que usted estima que influyen para tomar la decisión de no donar sangre?

Motivación extrínseca

- ¿Qué beneficios o reconocimientos obtiene la persona al donar sangre?
- ¿Considera que las campañas publicitarias motivan lo suficiente para que las personas quieran participar de la donación de sangre?
- ¿De qué depende que usted done sangre?

- La última vez que donó sangre, alguien le pidió que lo hiciera? ¿Quién le pidió?
- ¿Le han otorgado algún tipo incentivo o remuneración después de donar sangre?
- ¿Considera usted que el donar sangre le permite conocer más personas o socializar con ellos?

Disonancia Cognitiva

- ¿Cuáles son los factores que usted considera que desmotiva a las personas para no donar sangre?
- ¿Alguna vez tuvo algún tipo de conflicto entre sus creencias al momento de donar sangre?
- ¿Alguna vez tuvo algún tipo de conflicto entre sus motivaciones al momento de donar sangre?
- ¿Usted considera que el conflicto entre creencias y motivaciones, limita la donación de sangre?
- ¿A pesar de no tener los insumos necesarios para donar sangre, usted lo haría por salvar una vida?
- ¿Cuáles son los motivos que usted estima que influyen para tomar la decisión de no donar sangre?
- ¿Considera que la opinión de terceras personas impulsa la donación de sangre?

2. Preguntas Directrices

Objetivo 1: Describir las motivaciones intrínsecas que se presentan en la donación de sangre

1. ¿Qué motivó a los/las donantes a donar sangre por primera vez?
2. ¿Cuáles son las razones personales por las que los/las donantes de sangre sean parte de este acto voluntario?
3. ¿Consideran los/las donantes de sangre que las creencias, pensamientos, sentimientos juegan un papel importante para convertirse en voluntario/a?

Objetivo 2: Analizar las motivaciones extrínsecas en los donantes de sangre

4. ¿Qué beneficios o reconocimientos obtienen los/las donantes de sangre cuando participan de este acto?
5. ¿Consideran los/las donantes de sangre que participar en donaciones fortalece el vínculo con un grupo determinado?
6. ¿Consideran los/las donantes de sangre que la opinión de terceras personas impulsa en la decisión de participar en este acto voluntario?

Objetivo 3: Analizar la discrepancia entre motivaciones y conductas que se presentan al momento de donar sangre.

7. ¿Qué podría interferir o ha interferido en la motivación en los/las donantes al momento de donar sangre?
8. ¿Ha existido en los/las donantes de sangre algún conflicto entre lo que piensa o siente cuando dona sangre?
9. ¿Cuáles serían los motivos de los/las donantes voluntarios para dejar de donar sangre?

3. Preguntas focus group

- ¿Qué le motivó a donar sangre por primera vez?
- ¿Cuáles son sus razones personales para ser parte de este acto voluntario?
- ¿Consideran usted que las creencias, pensamientos, sentimientos juegan un papel importante para convertirse en voluntario/a?
- ¿Qué beneficios o reconocimientos obtiene usted cuando participa de este acto?
- ¿Consideran usted que participar en donaciones fortalece el vínculo con un grupo determinado?
- ¿Consideran usted que la opinión de terceras personas impulsa en su decisión de participar en este acto voluntario?

- ¿Qué podría interferir o ha interferido en su motivación al momento de donar sangre?
 - ¿Ha existido algún conflicto entre lo que piensa o siente cuando dona sangre?
 - ¿Cuáles serían sus motivos para dejar de donar sangre?
- ❖ Entrevista semi-estructurada siempre se adecuará a la dinámica de grupo de cada investigación.

7.5. Procedimiento

Se seleccionarán a las personas idóneas que formarán parte del procedimiento anteriormente mencionado a partir de la autorización o aprobación de la carta al Coordinador de una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito, cada individuo deberá firmar un modelo previo de consentimiento informado acerca del tema a investigarse logrando una participación colaborativa y comprometida de los mismos, donde se resolverá cualquier tipo de dudas que poseen los participantes sobre la donación de sangre. Una vez finalizado el focus group se procederá a compartir información mediante folletos o volantes de la Cruz Roja Ecuatoriana sobre el tema de la donación de sangre. La reunión se registrará en video y audio para posteriormente analizarlos. El encuentro estará estructurado de la siguiente manera:

Tabla 2.

Programación del Focus Group

PROGRAMACIÓN DEL FOCUS GROUP	
ACTIVIDAD	TIEMPO
Recepción de los participantes	5 minutos
Palabras de Bienvenida	5 minutos
Exposición del tema	5 minutos
Desarrollo del tema (focus group)	35 minutos
Recomendaciones de motivación	5 minutos
Cierre y palabras de agradecimiento	5 minutos

7.6. Tipo de análisis

A partir de los datos e información obtenida mediante el focus group, se procederá con la transcripción de las mismas, las cuales serán grabadas y registradas con un dispositivo de voz. Después, se agrupará la información (ideas principales) en categorías ubicando a la información obtenida de las entrevistas en el cuadro de análisis mediante el proceso de codificación abierta, es decir, identificando patrones y relaciones, los cuales permitirán la creación de categorías en base a la teoría fundamentada.

Posteriormente, se realizará la categorización con el programa Nnivo 10 y un árbol de códigos (nodos), el cual permitirá estructurar, clasificar y sintetizar la información que emergen los participantes en el fenómeno de estudio, a través de un "esquema de categorías y códigos para clasificar y organizar los datos, e identificar patrones y estructuras" (Pineda y Alvarado, 2008, p. 209). El momento que el focus group no manifieste información relevante o nueva para la investigación, se procederá a concluir la recopilación de datos para poder proceder con la exposición de los resultados obtenidos a lo largo de la investigación (Arias, 2014, p. 254).

8. Viabilidad

La presente investigación se considera viable por lo siguiente:

- ❖ **Recursos Financieros:** Será proporcionado por la estudiante, es decir, mi persona y con la ayuda de mis padres.
- ❖ **Recursos Humanos:** Colaboración y participación de los ciudadanos ecuatorianos con el apoyo de una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito.
- ❖ **Recursos materiales:** Los materias que se brindará para la investigación correrán por mi cuenta y con la participación de una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito, por ejemplo: folletos, volantes, grabadora, entre otros. En cuanto a incentivos o reconocimientos como: refrigerios o prendedores que se otorgará a lo largo de la ejecución y aplicación del tema a tratarse.

- ❖ **Accesibilidad a la muestra:** El grupo es accesible para la investigación, ya que aportarán y se obtendrá información relevante que es de suma importancia para la misma.
- ❖ **Limitaciones:** Las posibles limitaciones en la investigación, podría ser que las personas que acuden a una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito se encuentren de vacaciones o no puedan asistir por el horario de trabajo. Para minimizar este contratiempo, se contará con el apoyo de un cronograma previo para realizar cada actividad en un tiempo determinado. De igual manera, se podría tener la dificultad de acceder a las tutorías con la tutora de tesis por tema de horarios (tiempo).
- ❖ **Lugar:** El proyecto se podrá realizar en una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito.
- ❖ **Tiempo:** El desarrollo de la presente investigación se encuentra estimado para culminar o finalizar aproximadamente en 3 meses, utilizando el plazo estipulado por la Universidad de la Américas para la disertación de la misma.
- ❖ **Sugerencias y/o recomendaciones:** Se recomienda llegar a un acuerdo sobre el tiempo y lugar donde que se llevará a cabo la investigación entre los participantes y el entrevistador para evitar cualquier tipo de inconveniente o dificultad.

9. Aspectos éticos

Para resguardar la integridad de los participantes y el adecuado empleo de la información proporcionada y obtenida por medio de la investigación, se establecerán varios parámetros éticos. A continuación se detalla las herramientas para ejecutar la ética en la investigación.

9.1. Consentimiento informado

En el documento de consentimiento se encuentra información acerca de la investigación a ejecutarse, de igual manera se detalla el procedimiento de como se va a llevar acabo el tema a tratar a cada uno de los participantes involucrados. El formato de consentimiento que se entregará a los mismos se encuentra como anexo 3. Sí después de haber recibido la información

pertinente y adaptada al tipo de entendimiento de los participantes, ellos no se encuentran de acuerdo con la misma, pueden retirarse o no participar de la investigación. El participante podrá revocar el consentimiento brindado en cualquier momento, sin expresión de causas y sin que por ello, se derive para la misma responsabilidad ni perjuicio alguno.

9.2. Tratamiento de la información

La información obtenida a partir de la investigación, es decir, de las entrevistas proporcionadas por los participantes será exclusivamente para fines académicos o científicos, garantizando la confidencialidad y anonimato de cada participante como se encuentra estipulado en el documento de consentimiento, pero se revelará la información expuesta por los participantes en el caso de que corra riesgo la vida o se atente con la integridad de cualquier persona. La Universidad de las Américas y docentes conocerán acerca de la información otorgada por los participantes ya que se entregará el Plan de Titulación a la Universidad, no obstante, los datos que el participante proporcioné será totalmente confidencial, reguardando su identidad.

9.3. Autoreflexividad

Este tema surge a partir de una experiencia propia, ya que por una inadecuada práctica donde el personal no poseía los materiales adecuados, no contaban con la suficiente experiencia para extraer la sangre y por factor (tiempo) no volví a donar sangre, pero pese a este suceso se encuentra mi deseo y motivo de realizar este acto voluntario. La falta de promoción y difusión sobre la donación de sangre, ocasiona que las personas se limiten a hacerlo, pero es porque poseen varias dudas, interrogantes, ciertos mitos al respecto emitidos por la sociedad. Por esta razón mi motivación, es brindar información acerca de los requerimientos o procesos sobre donar sangre y en especial aclarar las dudas o desconocimiento de los mismos con la ayuda y participación de una entidad sin fines de lucro en la ciudad Quito y los medios de comunicación. De esta manera, deseo aportar con esta investigación con el fin de lograr una motivación y participación activa de las personas sobre el acto de donar

sangre. Además, incidir en los mismos para conseguir o captar un mayor número de donantes. La mayoría de personas se encuentran motivadas a realizar este acto, pero a pesar de que poseen una motivación no es suficiente para que donen sangre ya que existe algo que les detiene o limita a los donantes. Finalmente, la motivación es todo aquello que emerge de la conducta y representa algo semejante a un motor que impulsa al organismo hacia cierta dirección, en otras palabras, es una fuerza (factores) capaz de provocar mantener y dirigir la conducta del individuo hacia un objetivo deseado (Galicia, 1999, p. 237 citado en Nava, 2009, p.7).

9.4. Consecuencia de la investigación

Por medio del proyecto de investigación se podría promover una participación activa de todas las personas, logrando una sensibilización y concientización de los mismos. De igual manera conocer en sí las motivaciones intrínsecas como extrínsecas que podrían impulsar a las personas al momento de donar sangre, tomando en cuenta los aspectos individuales y sociales que se presentan en este acto.

9.5. Devolución de resultados

Los resultados emitidos por la investigación serán entregados de manera bimestral, durante un periodo de 6 meses.

Bimestre	Actividades
1er Bimestre	Entrega del plan de tesis a la Universidad de las Américas. Explicación y entrega de consentimiento informado a los participantes. Observaciones generales acerca de la temática abordar.
2do Bimestre	Aplicación, transcripción y decodificación de las entrevistas.

3er Bimestre	Transmisión de los principales resultados obtenidos de la investigación a ejecutarse.
---------------------	---

9.6. Derechos de autor

Acepto las condiciones emitidas por el reglamento de titulación.

En base al Reglamento de titulación de la Universidad de Las Américas, literal No. 13 acerca de la propiedad intelectual, señala: *La propiedad intelectual de los trabajos de titulación pertenecerá a la Universidad. En casos extraordinarios en los que el o los estudiantes tengan razones para solicitar que la propiedad intelectual les pertenezca, deberán solicitarlo directamente a su Decano o Director, quién tratará el tema con la Vicerrectoría y la Dirección de Coordinación Docente. Se comunicará la respuesta al solicitante a más tardar dentro de los 30 días siguientes a su requerimiento. Los trabajos de titulación, de aceptarse el requerimiento del estudiante, serán tratados como secreto comercial e información no divulgada en los términos previstos en la Ley de Propiedad intelectual.* (Reglamento de titulación de la Universidad de Las Américas, 2015)

10. Análisis de la estrategia de intervención

A partir de la aplicación de una encuesta realizada en un banco de sangre en la ciudad de Bogotá-Colombia, en un solo periodo de tiempo comprendido entre enero a junio de 2011, con una muestra no probabilística se estableció como criterio de inclusión ser donante de sangre y tener entre 18 y 64 años. Se observaron los principales aspectos motivacionales de los individuos que acceden a los servicios de donación de sangre. Dentro de los motivos para donar sangre, se resaltan las jornadas de promoción de la donación con el 18%; seguido de un 14,4% salvar vidas y considerar que es un hábito saludable el 13,8%. Asimismo, las campañas de promoción de donación de sangre deben tener en cuenta los aspectos motivacionales encontrados según el sexo. Por lo anteriormente dicho, diversos estudios establecen que, en la

actualidad, tanto hombres como mujeres identifican claramente aspectos en común frente a la donación voluntaria de sangre. (Fernández. 2001; Vásquez *et al.* 2007; Boulware *et al.* 2002; Buciuniene *et al.* 2006). En relación a los aspectos contemplados en promoción de la donación, la población establece claramente que ésta es la principal motivación que los direcciona hacia la realización de la donación de sangre de manera voluntaria, por lo cual, la información proporcionada por este estudio puede llegar a ser útil, en la medida que los bancos y los grupos encargados de promoción de la donación y de mercadeo social fortalezcan los mecanismos de abordaje a los potenciales donantes de sangre (García *et al.* 2003; Beltrán & Guzmán, 2002).

En este sentido, se recomienda articular las campañas de donación de sangre con los motivos para la donación de la misma, trabajando en las distintas necesidades que poseen los donantes, buscando abordarlos desde una forma en que ellos desean que las campañas promocionales emprendan en este tipo de temáticas. La mayoría de la población realiza este acto basada en procesos de educación en salud brindados por la promoción de la donación de sangre, pero también son importantes los aspectos propios del ser humano, los cuales no se ven direccionados por este tipo de procesos de marketing social para construir datos significativos acerca del tema. En Colombia, la donación de sangre ha sido centrada fundamentalmente en las causas y no se ha indagado sobre los aspectos motivacionales frente a un proceso tan difícil de abordar, a través de la historia de la promoción de la donación. (Cruz, Enrique, Fonseca, Calderón y Restrepo, 2012, sección resultados y discusión).

En Ecuador sería una excelente estrategia que en las campañas publicitarias sobre la donación de sangre sean los propios donantes los que transmitan información de este acto, ya que pueden motivar a las personas a través de su experiencia compartiendo relatos de cuan importante es brindar este líquido vital para salvar vida de quien lo necesite. Las campañas publicitarias que se realizan en Ecuador, deben dejar de lado el mensaje dramático que transmiten acerca de la donación de sangre y enfocarse en el verdadero significado que es donar sangre, logrando que más personas se sumen a este acto. A los

ecuatorianos hay que demostrarles con hechos, acciones y no solo en palabras.

Al analizar este estudio, considero que en la actualidad el rol del psicólogo ha ocupado un lugar fundamental en la sociedad, ya que busca el bienestar de las personas, ayuda a los individuos a enfrentarse a los cambios que se generan en el entorno y sobre todo adaptarse a los mismos. El psicólogo puede ayudar en el marketing o las campañas publicitarias que va a realizar cualquier entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito para atraer y motivar a las personas que desean participar en este acto, por ejemplo analizar el mensaje o las imágenes que se quiere impartir, al igual que los colores que se utilizan en la campañas promocionales para generar en la sociedad un impacto y que los donantes se motiven a donar sangre o intentar incidir en esas motivaciones; logrando captar un mayor número de personas en la donación de sangre.

Cabe recalcar, que es importante que el psicólogo participe en la donación de sangre debido a que tiene la responsabilidad de descubrir, desarrollar, concientizar y buscar la manera para que más personas deseen sumarse a este acto voluntario. Sin embargo, la capacidad de transmitir emociones no deja de ser importante, ya que como psicólogos tenemos que provocar en la otra persona la confianza, tranquilidad de ser escuchado, respeto por la información que se le entrega. Es muy importante contar con esta habilidad ya que uno, al ver las cosas objetivamente y estar seguro de lo que se pretende, puede motivar a la acción a la persona, convencer o formar, pretendiendo establecer una opinión, creencia o actitud en la persona respecto a algo (Moya y Reboloso, 1991, párr. 8 y 9).

Por otro lado, en Costa de Marfil existen 4 centros de donación voluntaria que son administrados por el Ministerio de Salud. La Sociedad de la Cruz Roja de Costa de Marfil en colaboración con el Ministerio de Salud, la asociación de donantes de sangre no remunerados y la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y la Media Luna Roja son los responsables del reclutamiento de los donantes, especialmente en el medio rural donde las características culturales, el alto índice de analfabetismo y el acceso limitado a

la información adecuada sobre la donación voluntaria de sangre son asuntos muy graves. Uno de los problemas por resolver consiste en la alta incidencia de infecciones por VIH, ya que actualmente el 13 por ciento de la población posee. Las personas frecuentemente no desean donar debido a que temen recibir malas noticias, como el resultado positivo de la prueba del VIH. Existe escasez de materiales para realizar las pruebas; por otra parte, la actual explosión demográfica y el crecimiento de la infraestructura sanitaria ha producido un aumento en la demanda de sangre, por lo que la situación es crítica. Las técnicas de reclutamiento varían, pero los mensajes se enfocan especialmente en combatir el miedo y la superstición que existe en la sociedad sobre donar sangre. Por ejemplo: "Su sangre no será utilizada para embrujarlo, ni le dará poder a alguien sobre usted. No dañará su salud de forma alguna, ya que el volumen de su sangre seguirá siendo el mismo"; estos mensajes son transmitidos a la gente de diferentes formas mediante testimonios personales, en que una persona habla con un grupo, visitas de puerta en puerta por parte de los voluntarios de la Cruz Roja, representaciones teatrales, con voluntarios de la Cruz Roja y niños de las escuelas desempeñando el papel de actores. Además, los incentivos para los donantes incluyen la reducción en los costos hospitalarios si el donante requiere algún tratamiento. En caso de que sea necesaria una transfusión, la sangre es gratuita para el donante voluntario y no remunerado o para sus familiares inmediatos. De esta manera, el temor y la superstición están comenzando a ser derrotados por el conocimiento del público sobre la necesidad de la donación de sangre voluntaria y no remunerada, así como de que el servicio de sangre salva vidas (Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y Media Luna, 2000, p.26).

Como se puede observar en este estudio, considero que en el Ecuador para poder eliminar los tabúes, supersticiones y mitos que persisten en nuestra sociedad se debe realizar una estrategia de motivación a las personas, en donde sean los propios donantes sangre los que se contacten con la población impartiendo mensajes a través de testimonios personales acerca de su experiencia al momento de donar sangre o visitas puerta a puerta con algún profesional de la Cruz Roja Ecuatoriana; para así lograr acabar con la

información errónea que brinda la sociedad acerca de la donación de sangre. De igual manera, los Bancos o Centros de acopio de sangre deberían de impartir talleres y charlas tanto en las distintas entidades sin fines de lucro que existen en el país, a través de los profesionales de la Cruz Roja conjuntamente con un profesional del Ministerio de la Salud Pública, durante un periodo de tiempo en distintos horarios para que la población pueda asistir sin ningún inconveniente, con la finalidad de resolver cualquier duda, mito e inquietud que posea la población sobre la donación de sangre y sobre todo conozcan los procedimientos y requisitos que conlleva la misma, logrando de esta manera que más personas se encuentren motivadas a donar y se convierten en potenciales donantes voluntarios.

No hay mejor información que la que pueden brindar los propios profesionales para romper con los tabúes que aún existen en nuestra sociedad sobre este acto, ya que muchas veces la información que proporcionan otras fuentes no es la adecuada y los mismos ejercen una gran influencia en la toma de decisión del individuo al momento de donar sangre. Es decir, la comunidad en general posee un amplio desconocimiento en torno a la sangre, a sus beneficios y riesgos; es así, que se sugerirá crear un espacio de escucha donde las personas puedan impartir la experiencia gratificante de ayudar al otro como lo hacen los voluntarios de sangre y compartir las experiencias sobre los beneficios de brindar sangre para salvar vidas. Asimismo, se brindará algún tipo de incentivo o reconocimiento a los donantes de sangre para que sigan participando de este acto y conseguir que más gente se siente estimulada a realizar este acto.

En Argentina, la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), celebró sus 400 años de fundación al sumarse a la causa social de escasos donantes voluntarios de sangre, a través de la creación de un Banco de Sangre para los jóvenes universitarios. Los resultados de este programa fueron positivos ya que generó una gran influencia en la sociedad para que las personas se unan y motiven a donar sangre, gracias al producto de un trabajo continuo con el cuerpo de voluntarios de los 400 años de promoción en todo el ámbito

universitario, y de propaganda permanente en algunos de los medios más consumidos por los cordobeses. A lo largo de los años, el Banco de Sangre de la Universidad Nacional de Córdoba ha realizado distintas campañas de concientización en los universitarios para captar su atención sobre la donación de sangre y a su vez realizó varias acciones como otorgar incentivos, pases para conciertos, entre otros con el propósito de fidelizar a los donantes generando en ellos una conducta repetitiva de la donación. (Gil, 2013, párr. 6 y 12).

El presente programa se puede adaptar al contexto Ecuatoriano, a través de motivar e impulsar a la creación de Bancos o Centros de acopio de sangre en las distintas Universidades para que de esta manera los jóvenes universitarios se unan a este acto voluntario de donar sangre otorgándoles beneficios (incentivos), contando con una infraestructura adecuada, materiales necesarios y sobre todo con personal capacitado para resolver inquietudes y transmitir información acerca del proceso y requerimiento que conlleva la donación de sangre. Asimismo, fomentar el uso de las redes sociales como medio de difusión, ya que es una herramienta poderosa que puede movilizar a la población a que se unan o se involucren este acto voluntario. Sin embargo, es importante que el psicólogo junto con los profesionales de alguna entidad de donación de sangre, analicen y profundicen las motivaciones que conlleva al individuo a donar sangre, dando un valor agregado a los reconocimientos o actividades que ejecuten para conseguir que las personas se involucren y participen en este acto.

11. Cronograma

Tabla 3.

Cronograma

Actividades	Fecha/mes	Descripción
1. Introducción	21 Septiembre 2016	Antecedentes y relevancia de la investigación.

2. Formulación del Problema y Justificación	28 Septiembre 2016	Objeto, argumentos y estudios previos.
3. Pregunta Inicial	5 Octubre 2016	Pregunta de investigación que guiará el estudio.
4. Objetivos	5 Octubre 2016	Expresan la intención principal del estudio. Son las guías de la investigación.
5. Marco Teórico	12 Octubre 2016	Conceptos y definiciones claves de la investigación.
6. Marco Teórico	18 Octubre 2016	Principales Hallazgos y teóricas relevantes.
7. Preguntas directrices	27 Octubre 2016	Elaboración del instrumento: Entrevistas.
8. Metodología	9 Noviembre 2016	Ampliación del diseño y enfoque.
9. Metodología	17 Noviembre 2016	Ampliación de muestreo y recolección de datos
10. Metodología	25 Noviembre 2016	Ampliación del procedimiento y tipo de análisis
11. Viabilidad y aspectos éticos	31 Noviembre 2016	Factibilidad de realizar el estudio y aspectos éticos que se van a considerar en el proyecto.
12. Resultados esperado	7 Diciembre 2016	Estrategia de intervención del tema.
13. Pre-Validación del instrumento	21 Diciembre 2016	Validación del instrumento por expertos.
14. Asignación de Correctores del proyecto	6 Enero 2017	Revisión del documento del proyecto.
15. Informe Correctores	10 Febrero 2017	Retroalimentación y correcciones del proyecto.
16. Entrega del proyecto final	3 Marzo 2017	Entrega del documento final.

REFERENCIAS

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (2016). *Ecuador está por debajo de las donaciones de sangre establecidas por la OMS; mañana inicia una campaña*. Recuperado de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/ecuador-esta-debajo-donaciones-sangre-establecidas-oms-manana-inicia-campana.html>
- Arana, J., Carro., J., Gordillo., F y Meilán, J. (2010). Monográfico de la motivación del consumidor: Estrategias motivacionales y de aprendizaje para fomentar el consumo. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 8(35), 20-39. ISSN-1138-493X.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (5.^a ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Ball, S. (comp). (1977). *La motivación en la educación*. Nueva York, EEUU: Academic Press.
- Baptista, H. (2009). *La donación voluntaria de sangre*. Una actividad social. *Revista de Investigación Médica Sur*, 16(3), 159-162. Recuperado de <http://www.medigraphic.com/pdfs/medsur/ms-2009/ms093g.pdf>
- Beerli, A., y Martín, J. (2008). El comportamiento del donante de sangre desde la perspectiva del marketing social: factores determinantes de la predisposición a donar. *Revista española de Investigación de Marketing ESIC*, 12(1), 27-41. Recuperado de http://www.esic.edu/documentos/revistas/reim/080522_104844_E.pdf
- Casado, D. (2004). Credo, sangre y biomedicina: un análisis desde la donación de sangre. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 106, 139-157. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/997/99717667005.pdf>
- Cruz, F., Moreno, J., Fonseca, A., Serrano, C., y Sierra, P. (2012). Aspectos motivacionales de donantes voluntarios de sangre en un móvil de recolección de la ciudad de Bogotá, Colombia. *Scielo*, 15(1). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-42262012000100003&script=sci_arttext&tlng=es

- Cruz Roja Ecuatoriana. (2011). *“Salvando vidas, construyendo vidas”*. Recuperado de http://www.cruzroja.org.ec/pdf/Estrategia_2011_2015.pdf
- Cruz Roja Ecuatoriana. (2016). *Requisitos, procesos y beneficios*. Recuperado de <http://www.cruzroja.org.ec/index.php/donasangre/requisitos-proceso-y-beneficios>
- Echevarría, C., y García, S. (2014). Modelo de comportamiento de los donantes de sangre y estrategias de marketing para retenerles y atraerles. *Revista Latino-Americana Enfermagem*, 22(3), 467-75. doi: 10.1590/0104-1169.3398.2439
- Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y Media Luna Roja. (2000). *Reclutamiento de donantes de sangre voluntarios no remunerados*. Recuperado de <http://www.paho.org/hq/dmdocuments/2009/FuentelIdeas2006.pdf>
- Festinger, L. (1954). *Una teoría de los procesos de comparación social*. Recuperado de <http://www2.psych.ubc.ca/~schaller/528Readings/Festinger1954.pdf>
- Gil, S. (2015). *Pensar la promoción de salud en el Banco de Sangre de la UNC: Desafíos para una comunicación participativa*. Recuperado el 22 de diciembre de 2016, de <http://www.eci.unc.edu.ar/archivos/companam/ponencias/Comunicaci%C3%B3n%20y%20Salud/-Unlicensed-Comunicaci%C3%B3n-y-Salud.Gil.pdf>
- González, J., Valle, S., Núñez, J., y González, P. (1996). *Motivación y aprendizaje escolar*. México, México D.F: McGraw-Hill Interamericana
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5.^a ed.). México, México D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Lerbinger, O. (1979). *Diseños para una comunicación persuasiva*. México, México D.F: El Manual Moderno.

- Licón, A. (2007). Promoción de la donación voluntaria de sangre en la frontera México- Estados Unidos. *Revista Salud Pública y Nutrición*, 8(4). Recuperado de <http://www.medigraphic.com/pdfs/revsalpubnut/spn-2007/spn074a.pdf>
- Llovet, I., Dinardi, G., Llovet, D., y Berenstein, G. (2008). *Cultura y Organización en la Donación de Sangre*. Recuperado de <http://www.cedes.org.ar/Publicaciones/Salud/2008/7434.pdf>
- López, L. (2011). *“Donación de sangre y capital social”*. Recuperado de <http://www.colech.edu.mx/cont/tesis/jlopez.pdf>
- Marín, E. (2009). Conductas prosociales en el barrio Los Pinos de la ciudad de Barranquilla, Colombia. *Revista CES Psicología*, 2(2), 60-75. Recuperado de http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CCEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fdialognet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F3179934.pdf&ei=h_e6VMfQHoH-ggSXuoOoDQ&usq=AFQjCNGeWQs5iJL2WAlY1Wv7xHqpdH2wg&sig2=70Gufp152dbiLnkyggKaxw&bvm=bv.83829542,d.eXY
- Méndez, M. (2007). *Las actitudes de los estudiantes hacia la Universidad como indicador de calidad*. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=klfM-1YomdQC&pg=PA42&dq=festinger+disonancia+cognitiva&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwit1enPkLbPAhWEXR4KHYY-Avg4ChDoAQgZMAA#v=onepage&q=festinger%20disonancia%20cognitiva&f=false>
- Mendoza, L., Saldaña, L., Rodríguez, L., Mendoza, M., y Domínguez, A. (2010). *Incidencia de reacciones adversas a la donación de sangre 2006 a 2009*. *Enfermería Neurológica*, 9(2), 76-80. Recuperado de <http://www.medigraphic.com/pdfs/enfneu/ene-2010/ene102e.pdf>
- Ministerio de Educación y Salud. (2011). *Donación de sangre voluntaria y habitual: Educar para un cambio cultural*. Recuperado de <http://www.msal.gov.ar/images/stories/ryc/graficos/0000000888cnt-cuadernillo-educacion.pdf>

- Ministerio de Sanidad y Consumo. (1989). *Promoción de la Donación de Sangre* (I). Recuperado de, http://www.msssi.gob.es/profesionales/saludPublica/medicinaTransfusional/esquemaHemo/docs/promoDona_Lbrol.pdf
- Moya, R y Reboloso, A. (1991). *Psicología social*. Madrid, España: Mc Graw-Hill
- Muñoz, R. (2014). Conocimientos y actitudes sobre la donación de sangre en adolescentes de Jaén (España). Recuperado de http://www.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/revista_colombiana_enfermeria/volumen9/009-articulo7.pdf
- Nava, A. (2009). *Elementos a considerar la motivación de personal en las bibliotecas*. Recuperado de <http://www.filos.unam.mx/LICENCIATURA/bibliotecologia/textos-apoyo-docencia/nava-olmos-anastasia.pdf>
- Organización Mundial de la Salud. (2013). *Ecuador tiene un déficit de donantes voluntarios*. Recuperado de http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=949&Itemid=322
- Organización Mundial de la Salud. (2016). *Día Mundial del Donante de Sangre 2016: La sangre conecta a todos*. Recuperado de <http://www.who.int/campaigns/world-blood-donor-day/2016/event/es/>
- Ovejero, A. (2015). *Psicología social: Algunas claves para entender la conducta humana*. (2.^a ed.). Madrid: España, Biblioteca Nueva, S.L.
- Pineda, E. y Alvarado, E. (2008). *Metodología de la investigación*. (3.^a ed.). EEUU, Washington. D. C: Organización Mundial de la Salud
- Rosero, C. (2015). Disonancia cognitiva en el proceso de compra: caso smarthphone. *Revista de Ciencia de la Administración y Economía*, 10, 135-193. ISSN impreso: 1390-6291
- Santana, J., y Palacio, B. (2008). El comportamiento del donante de sangre desde la perspectiva del marketing social: factores determinantes de la predisposición a donar. *Revista española de investigación de marketing*

- ESIC*, 12(1), (27-41). Recuperado el 15 de enero de 2015, de http://www.esic.edu/documentos/revistas/reim/080522_104844_E.pdf
- Soriano, M. (2001). *La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo*. Recuperado de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjF-vmdhffPAhWJGz4KHS-QA4IQFgggMAE&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F209932.pdf&usg=AFQjCNEJV4SPQtqyroy0MHxzTj0PMllsjA&sig2=s5jQfyxrJYsBRrAV1yfiEQ>
- Thomas, K. (2001). *Motivación y plenitud 8 horas al día*. (1.^a ed.). México, México D.F.: Editorial Grijalbo
- Vásquez, M., Ibarra, P., y Maldonado, M. (2007). Conocimientos y actitudes hacia la donación de sangre en una población universitaria de Chile. *Revista Panamericana Salud Pública*, 22(5), 323-328. Recuperado de <http://www.scielosp.org/pdf/rpsp/v22n5/a05v22n5.pdf>

ANEXOS

Universidad de las Américas
Programa de Psicología
SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN

Quito,.....

Señor
Presidente
Presente,

Mediante la presente tengo el agrado de presentarme, soy Glenda Almeida, estudiante de la Universidad de las Américas y me encuentro realizando el proyecto investigativo acerca de las "Motivaciones que conllevan a la donación de sangre en la población que acude a una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito." Ante lo cual solicitamos a usted la autorización para realizar un estudio en su institución. Específicamente el trabajo a realizar consistirá en realizar un focus group a personas que acuden a donar sangre en su institución, las cuales serán grabadas, posterior al consentimiento por parte de los participantes, únicamente con fines académicos.

Informamos a usted aspectos importantes del estudio:

1. Este estudio no representa costo alguno para la institución o para los participantes.
2. La participación de cada persona es voluntaria y se pueden retirar en cualquier momento de la investigación.
3. Este estudio no presenta riesgo alguno para la integridad física o psicológica de los participantes.
4. Los datos reportados de esta investigación serán manejados bajo absoluta confidencialidad y los nombres de los participantes no aparecerán en ninguna parte del estudio.
5. La institución recibirá un informe de los resultados de la investigación.

Agradecemos su acogida favorable y aprovechamos la oportunidad para expresar a usted nuestros sentimientos de alta estima.

Atentamente,

Glenda Almeida

Cel: 0984606472

ANEXO 2

Cruz Roja Ecuatoriana-Requisitos para la donación de Sangre:

- Tener más de 17 años de edad y menos de 65.
- Estar en buen estado de salud.
- No tomar medicamentos.
- Haber desayunado o almorzado al menos 2 horas antes de la donación.
- Pesar más de 50 kilos (110 libras).
- Presentar un documento de identificación con fotografía: cédula, pasaporte, carné estudiantil, u otro.
- No haberse sometido a cirugías mayores en el último año.
- No haberse realizado tatuajes ni piercings en el último año.

ANEXO 3



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, _____, con CI _____ he sido convocado/a para colaborar en el plan de tesis acerca de la “Motivaciones que conllevan a la donación de sangre en la población que acude a una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito”

Esta investigación se realiza en el marco de formación de la carrera de psicología de la Universidad de las Américas.

Mi participación en este estudio contempla una entrevista de aproximadamente una hora, la misma que será grabada y transcrita en su totalidad. Entiendo que la información que entregue en mis relatos será de absoluta confidencial y solo conocida por el/la docente-supervisor; el resguardo del anonimato será asegurado.

La Universidad de las Américas y docentes conocerán acerca de la información otorgada por los participantes ya que se entregará el Plan de Titulación a la Universidad, sin embargo los datos que el participante proporcioné será totalmente confidencial, reguardando su identidad.

Estoy en todo mi derecho durante el focus group de suspender mi participación si así lo encuentro conveniente, sin que esta decisión tenga alguna consecuencia.

He leído esta hoja de consentimiento informado y acepto participar de este estudio

Firma del participante

Firma del estudiante

C.I. _____

C.I. _____

ANEXO 4

Quito,

SOLICITUD VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

La presente tiene por objeto solicitar su colaboración para la revisión, evaluación y validación del contenido de la entrevista semiestructurada, la misma que será aplicada en el estudio denominado “.....”, el cual será presentado como trabajo de titulación para optar por el título de Psicólogo Clínico.

A continuación firman los presentes:

Co-tutora

Co-tutor

Co-tutora

Tutora

Estudiante

ANEXO 5

La correctora Paula Yépez me recomendó:

- Colocar la pregunta de investigación antes del instrumento desarrollado.
- Aumentar tanto los criterios de inclusión y exclusión que son importantes para mi investigación sobre la donación de sangre: Personas que han sido donantes voluntarios en los últimos 10 años. De igual manera colocar los requisitos de la Cruz Roja Ecuatoriana para la donación de sangre.
- Agregar revisiones bibliográficas de otras investigaciones, a través de la cual me base para realizar el instrumento de validación. Cabe recalcar que dichas preguntas poseen autoría propia.
- Agregar al instrumento de validación las siguientes preguntas:

-¿Qué motivo a los/las donantes a donar sangre por primera vez?

-¿Consideran los/las donantes de sangre que las campañas publicitarias motivan lo suficiente para que las personas quieran participar de la donación de sangre?

-¿Considera los/las donantes de sangre que la opinión de terceras personas impulsa a la participación de este acto?

El corrector Iván Villafuerte me recomendó:

- Cambiar el orden de las preguntas en el instrumento de validación entre la 2, 3 y 8, 9.
2. ¿Cuáles son las razones personales por las que los/las donantes de sangre son parte de este acto voluntario?
 3. ¿Consideran los/las donantes de sangre que las creencias, pensamientos, sentimientos juegan un papel importante para convertirse en voluntario/a?

8. ¿Cuáles serían los factores en los/las donantes de sangre que podrían interferir o interfieren en su motivación al momento de donar sangre?

9. ¿Cuáles serían los motivos de los/las donantes voluntarios para dejar de donar sangre?

- Quitar la pregunta: ¿Qué significa para usted la motivación? ya que es una pregunta muy amplia y técnica que abarca muchos temas de la motivación en general.

La correctora Clara Cardoso me recomendó:

- Cambiar la estructura de esta pregunta: ¿Cuáles serían los factores que podrían interferir o interfieren en su motivación al momento de donar sangre? por la siguiente pregunta: ¿Qué que podría interferir o ha interferido en la motivación de los/las donantes al momento de donar sangre? para mejor entendimiento por parte de los participantes.