



DISEÑO OPERATIVO DE LA CAMPAÑA

Dr. Arturo Canga Alonso

1



DIFUSION DE LA CAMPAÑA

1. Presentación de la política de la organización en la materia por parte del Gerente en escrito a todo el personal.
2. Desde el Servicio de Prevención se lanzó la campaña, a través de las listas dinámicas del correo electrónico invitando al personal a visitar la página web.

2



METODOLOGIA

1. **Test de Richmond (Motivación):** Lo cubren a través de la página web y automáticamente selecciona los que son subsidiarios de entrar en el programa en función de la puntuación obtenida.
2. **Programa:**
 - Modelo Conductual Multicomponente, desde el que se aborda la dependencia fisiológica, psicológica y social de la conducta de fumar.
 - Multiprofesional.

3



SISTEMATICA SEGUIDA (1):

1. **Examen global de salud:** Historia clínica detallada, hemograma y bioquímica completa buscando posibles factores de riesgo asociados.

4



SISTEMATICA SEGUIDA (2):

2. **Intervención específica (1):** Apoyada en:
- **Cooximetría:** Determinación de ppm de CO en aire expirado y % de Carboxihemoglobina.
 - **Test de Fagerström** (Nivel de adicción).
 - **Terapia psicológica grupal:** Una sesión semanal de 1 hora durante 4 semanas. En la primera se señala el día en que se abandonará el hábito.
 - **Seguimiento:** A la semana, 15 días, 3 meses, 6 meses y un año de abstinencia. Durante el mismo se repite la cooximetría aleatoriamente.

5



SISTEMATICA SEGUIDA (3):

3. **Intervención específica (2):**
- Tratamiento farmacológico 10 días antes de la, 4ª sesión, en función de la dependencia (número de cigarrillos que fumaba, craving, etc) se realiza control médico personalizado ofertando las terapias posibles:
 - Tratamiento sustitutivo con nicotina
 - Bupropion

6



RESULTADOS

- Respondieron al test de Richmond 136 personas.
- Se formaron 3 grupos
- Se citaron a 31 personas.
- No asistieron al programa 3
- Total de participantes, 25
- Tratamiento conductual: 13 personas (52%)
- Tratamiento conductual+Tratamiento farmacológico: 12 personas (48%).
- Dejaron el hábito 7 personas (28%)

7



GRACIAS POR SU ATENCION

8