

---

**INFLUENCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING SOCIAL EN EL  
AUMENTO DE DONACIÓN ALTRUISTA DE SANGRE EN LA  
REGIÓN DEL MAULE**

**CAMILA PAZ SANDOVAL BRICEÑO  
TECNÓLOGO MÉDICO**

**RESUMEN**

En la búsqueda por mejorar y fomentar acciones favorecedoras para la sociedad y cómo llevarlas a la práctica, surge la amplificación de la disciplina de Marketing en un contexto social donde se pretende influenciar al público objetivo con una idea sin obtener un beneficio monetario, sino un cambio en el comportamiento de la comunidad, implementadas principalmente por organizaciones no lucrativas estatales o privadas, expandiéndose a otras áreas diferentes a lo comercial. Si bien el Marketing Social tiene una finalidad más empática que el marketing comercial, ambos trabajan bajo las mismas técnicas y consideraciones para el alcance de sus objetivos. La comercialización social, a pesar de obtener resultados a largo plazo, son bien aceptadas por la comunidad, debido a que promueve temas potentes como la eliminación de estereotipos, desigualdad e injusticias, logrado importantes cambios que benefician al colectivo sin hacer diferencias entre la diversidad de las personas. La implementación de estrategias de marketing social en el área de medicina transfusional es reciente, pero ha demostrado buenos resultados en el alcance de los nuevos objetivos en cuanto a la promoción ética de la donación de sangre altruista y fidelizada a nivel mundial. Chile, adherido a este fundamento ha incrementado positivamente la tasa de donación altruista debido a todos los esfuerzos de los establecimientos nacionales que recolectan sangre como lo es la Casa del Donante de Sangre de la Región del Maule.