

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	9
OBJETIVOS	10
1. OBJETIVO GENERAL	10
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
METODOLOGÍA DE BÚSQUEDA Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN	11
MARCO TEÓRICO	12
1. DONACIÓN DE SANGRE.	12
1.1 Requisitos generales	13
1.2 Tipos de donantes	13
2. EFECTO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LAS DONACIONES.	17
3. ESTRATEGIAS GENERALES DE PROMOCIÓN DE LA DONACIÓN DE SANGRE UTILIZADAS.	22
3.1 Definición de promoción	22
3.2 Marketing social	22
3.3 Campañas de donación de sangre	24
4. ESTRATEGIAS UTILIZADAS PARA RECLUTAR DONANTES EN PANDEMIA POR COVID-19.	28
4.1 Asia	30
4.1.1 China	30
4.2 Europa	32
4.2.1 Italia	32

4.2.2 <i>España</i>	33
4.3 América	36
4.3.1 <i>EE.UU</i>	36
4.3.2 <i>Brasil</i>	36
4.3.3 <i>Argentina</i>	38
4.3.4 <i>Colombia</i>	40
4.3.5 <i>Chile</i>	41
4.4 Otras estrategias utilizadas alrededor del mundo	46
5. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA POBLACIÓN PARA DONAR.	49
CONCLUSIÓN	54
BIBLIOGRAFÍA	55

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tipos de donantes y su respectiva definición.	14
Tabla 2. Cantidad de donantes en todos los Servicios de Sangre de Chile en el año 2019.	16
Tabla 3. Cantidad donantes que se requieren según procedimiento médico o quirúrgico.	18
Tabla 4. Resumen comparativo del % de disminución de donaciones sanguíneas altruistas en pandemia.	21
Tabla 5. Recopilación de estrategias utilizadas por el Hemocentro UNICAMP.	37
Tabla 6. Estrategias implementadas durante la pandemia por COVID-19 en el Banco de Sangre del Hospital FVL.	40

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Etapas del proceso de donación de sangre.	12
Figura 2. Total de donaciones sanguíneas y transfusiones de glóbulos rojos de enero a diciembre 2019 en Chile.	20
Figura 3. Total de donaciones sanguíneas y transfusiones de glóbulos rojos de enero a diciembre 2020 en Chile.	20
Figura 4. Características importantes para crear símbolos.	24
Figura 5. Tipos de estrategias de promoción de la donación de sangre ocupadas en el mundo.	26
Figura 6. Proyecto Matrix.	27
Figura 7. Orientaciones provisionales de la OMS.	29
Figura 8. Resumen de estrategias ocupadas por Cruz Roja de Hong Kong.	31
Figura 9. Mensaje de texto enviado a donantes por el Banco de Sangre y Tejidos en Barcelona.	35
Figura 10. Bus de donación en Chile.	42
Figura 11. Bloodtruck.	43
Figura 12. Afiches chilenos de donación sanguínea publicados en pandemia.	44
Figura 13. Estrategias de promoción: Semáforo de la donación.	45
Figura 14. Material didáctico para captar donantes.	46
Figura 15. Afiches y postales para redes sociales publicados por la OPS en el día mundial del donante de sangre.	47
Figura 16. Ejemplos de memes utilizados en redes sociales en español e inglés en periodo de pandemia por COVID-19.	48
Figura 17. Esquematización del modelo de comportamiento del donante de sangre.	50
Figura 18. Factores a considerar en encuestados en el Festival de Primavera en Zhejiang.	52