
**DESCRIPCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA DONACIÓN
DE SANGRE**

**JAVIER ENRIQUE SANTELICES REYES
TECNÓLOGO MÉDICO**

RESUMEN

La sangre ha ocupado un lugar muy especial en la historia de la humanidad, desde los tiempos remotos se le ha otorgado una vital importancia y un místico concepto. Los donantes voluntarios altruistas que donan periódicamente brindan mayor seguridad ya que tienen conocimiento acerca de cómo cuidar su salud. Este estudio se basó en una revisión bibliográfica la cual tiene como objetivo principal Analizar diferentes estrategias de promoción de la donación de sangre empleadas para promover la donación de sangre altruista y la fidelización de los/las donantes; en el cual se realizó la búsqueda de estrategias de la promoción de donación de sangre y estudios que demostraran la efectividad de ellas, describiendo las principales estrategias abordadas en el mundo incluido Chile , el efecto de ellas y los principales focos a considerar para lograr la captación y la fidelización de donantes voluntarios de Sangre. Las principales estrategias descritas pueden ser clásicas como el empleo de afiches, las colectas en distintas comunidades, las charlas educativas, la celebración del día Mundial del Donante de sangre, entre otras. Mientras que el empleo del marketing como herramienta en los Bancos de Sangre, lo permite categorizar como un nuevo tipo de estrategias, a ello se le suman las redes sociales, aplicaciones, llamados y mensajes personalizados. La literatura describe como eficaces a aquellas estrategias que brindan información, generan cercanía, educan, son personalizadas como el llamado telefónico y envío de mensajes y aquellas que disminuyen las barreras que impiden donar. Los principales focos para considerar al emplear una campaña es abordar la manera en que un donante puede comportarse, que el Estado asuma un rol partícipe y activo para promover la donación de sangre, considerar los aspectos que influyen en la decisión de donar sangre, incentivar el reconocimiento de los donantes y emplear el marketing social, cercano, centrado en el donante como principal estrategia.