



UNIVERSIDAD PERUANA
CAYETANO HEREDIA
FACULTAD DE MEDICINA

**TRABAJO ACADÉMICO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE SEGUNDA ESPECIALIDAD
PROFESIONAL EN HEMOTERAPIA Y BANCO DE
SANGRE**

TÍTULO:

**ESTRATEGIAS PARA AUMENTAR LA CAPTACIÓN DE
DONANTES VOLUNTARIOS DE SANGRE EN EL
HOSPITAL CAYETANO HEREDIA**

AUTORA:

LIC. TM BELINDA MORAYMA ARIAS GUZMAN

LIMA - PERÚ

2020

DECLARACIÓN DEL AUTOR

El presente trabajo académico a presentar es original, se han seguido los lineamientos respectivos para respetar la ética en investigación y que el mismo será utilizado para obtener un Título de Segunda Especialidad.

TABLA CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	1
OBJETIVOS	3
CUERPO	
I. ÁREA DE PROMOCION Y CAMPAÑAS DEL BANCO DE SANGRE DEL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA	4
II. ESTRATEGIAS PARA PROMOVER LA DONACIÓN VOLUNTARIA DE SANGRE EN EL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA	6
III. ESTRATEGIA APLICADA EN EL MES DE JUNIO Y DIA MUNDIAL DEL DONANTE VOLUNTARIO DE SANGRE EN EL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA	17
IV. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CAMPAÑAS A NIVEL NACIONAL POR EL ÁREA DE PROMOCIÓN Y DONACIÓN VOLUNTARIA DEL BANCO DE SANGRE DEL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA	19
V. CONCLUSIONES	21
VI. RECOMENDACIONES	21, 22
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	23
VIII. ANEXOS	

RESUMEN

Contar con donantes voluntarios en un banco de sangre es difícil pero muy necesario, sin embargo hemos visto que aplicando diferentes estrategias se puede conseguir donantes voluntarios, fidelizados y por ende sangre segura.

Desde el año 2016 el Banco de Sangre del Hospital Cayetano Heredia cuenta con el área de Promoción y Campañas, desde ese año se ha visto que el porcentaje de donantes voluntarios de sangre fue aumentando, por eso el objetivo de esta monografía es dar a conocer las estrategias utilizadas para aumentar la captación de donantes en el Banco de Sangre del Hospital Cayetano Heredia. Entre febrero del 2016 hasta octubre del 2019 se realizaron 131 campañas externas de sangre a las que concurrieron 7,434 (10.67%) postulantes, de los cuales donaron 5,371 (72.25%); de estos donantes 779 fueron fidelizados (14.5%), a los cuales se trata de incorporarlos como promotores de Donación Voluntaria de Sangre. Se ha realizado un análisis comparativo de las campañas externas realizadas entre los años 2016 y 2019 (Octubre) viendo las nuevas estrategias aplicadas cada año utilizando datos estadísticos recopilados del registro interno del banco de sangre.

Una de las estrategias más importantes para nosotros es la formación de promotores en tres categorías (promotores juniors, promotores juveniles, promotores comunitarios) ellos nos acompañan en la difusión, sensibilización y colecta de sangre. Hemos empleado como Marketing las redes sociales como Facebook, YouTube WhatsApp y hoy en día nuestro Aplicativo móvil. Estrategias que poco a poco hemos mejorado en estos años, para poder captar donantes voluntarios de sangre.

Palabras claves: Estrategias, Captación, Donante voluntario.

INTRODUCCIÓN

La necesidad de disponer de sangre para transfundir es cada vez mayor, debido al incremento de la población, los accidentes y en especial por el aumento de pacientes con diferentes patologías, los cuales requieren transfusiones frecuentemente (1).

El país requiere anualmente 640,000 unidades de sangre para cubrir la demanda existente en todo el Perú, para ello se requiere contar con 214,000 donantes voluntarios de sangre repetitivos (si donaran tres veces al año). Muchas veces el desconocer la importancia de ser donante voluntario y fidelizado, no ayuda a los bancos de sangre de disponer sangre segura; el déficit de donantes crea poca oferta con respecto a la demanda actual de unidades de sangre. Las personas que donan deben ser educadas sabiendo que “la seguridad de la sangre depende del donante al considerar a la autoexclusión como la mejor herramienta de la inocuidad de la sangre”; además, que puede salvar tres o cuatro vidas porque cada unidad puede fraccionarse en varios hemocomponentes como son: paquete globular, plasma fresco congelado, plaquetas y crioprecipitado, "Estos cuatro componentes son necesitados por miles de personas a diario” (2)

El Banco de Sangre debe afrontar la alta demanda de uso de hemocomponentes, las cuales se han incrementado a lo largo del tiempo, por lo tanto, tiene una alta responsabilidad de garantizar el abastecimiento oportuno de sangre y componentes seguros, cumpliendo con todas las exigencias determinadas por los entes reguladores del ministerio de salud – DIBAN (Dirección de Banco de Sangre y Hemoterapia - PRONAHEBAS) desde la selección de los donantes hasta que el hemocomponente es transfundido a su receptor, por lo tanto es de mucha importancia, contar con adecuadas estrategias para aumentar la captación de sangre, garantizando la seguridad de la misma (3).

El Hospital Cayetano Heredia, por contar con secciones de captación de donantes y preparación de hemocomponentes debe y tiene convenios con diferentes hospitales y clínicas que solo transfunden; por lo mismo su atención trasciende el ámbito intrahospitalario.

La donación es un acto voluntario, informado y altruista, lo que proporciona sangre segura para un adecuado abastecimiento de los bancos de sangre tipo I y tipo II; es por ello que hemos tomado la iniciativa de promover la donación voluntaria de sangre en diferentes estamentos utilizando diferentes estrategias para poder lograr nuestro objetivo y de una u otra manera aumentar el porcentaje de la donación voluntaria de sangre.

OBJETIVOS

a. Objetivo General.

Describir las estrategias para aumentar la captación de donantes en el Banco de Sangre del Hospital Cayetano Heredia.

b. Objetivos Específicos.

- Evaluar la situación en el sector de la salud específicamente en el área de Bancos de Sangre de la ciudad de Lima y particularmente el Banco de Sangre del Hospital Cayetano Heredia.
- Describir la experiencia adquirida con las campañas de donación de sangre, e identificar en ella aspectos de relevancia para su fortalecimiento.

I. ÁREA DE PROMOCIÓN Y DONACIÓN VOLUNTARIA DE SANGRE DEL CENTRO DE HEMOTERAPIA Y BANCO DE SANGRE DEL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA

El Centro de Hemoterapia y Banco de Sangre del Hospital Cayetano Heredia cuenta con esta área de promoción y donación voluntaria de sangre, dejando poco a poco la donación por reposición y buscando la donación voluntaria altruista.

Desde el año 2016 se decidió programar por lo menos de 3 a 4 campañas mensuales y trabajar junto con diferentes instituciones públicas o privadas, organizaciones, iglesias, grupos comunitarios e instituciones educativas buscando generar una cultura de donación voluntaria para abastecer las necesidades de la red de instituciones que abastecemos con hemocomponentes .

El Banco de Sangre, se ha fijado como meta alcanzar en el año 2020 que el 25 % de sus donantes sean Voluntarios y de ellos 20 % sean fidelizados. Para alcanzarla estamos utilizando diversas estrategias, entre ellas, la promoción de la donación voluntaria.

La Promoción de la donación voluntaria de sangre es una de las acciones que venimos realizando en distintos ámbitos de la sociedad, a través de alianzas estratégicas con grupos que desarrollan actividades solidarias y sociales, entre ellas:

- ❖ Cruz Roja Peruana.
- ❖ Universidades locales y nacionales.
- ❖ Institutos de Educación Superior.
- ❖ Asociaciones de Estudiantes.
- ❖ Centros Educativos de Nivel Inicial, Primaria, Secundaria.

- ❖ Iglesias.
- ❖ Club Rotario – Rotaract Lima.
- ❖ Líderes Municipales.
- ❖ Medios de comunicación.

Para una mejor organización del tiempo y de las actividades, hemos desarrollado un plan anual de campañas y actividades de promoción; obteniendo resultados eficientes en el tiempo.

Desde el año 2016 en el desarrollo de nuestras actividades de Promoción hemos visto que el porcentaje de postulantes, donantes voluntarios, donantes fidelizados aumento en el banco de sangre, estando este año en el 18.80%.

Recordemos que es muy importante para los bancos de sangre contar con una relación de donantes voluntarios y fidelizados ya que en casos de emergencias ellos son los primeros en ser convocados para poder abastecer el banco de sangre y proporcionar sangre segura.

“Solo así los bancos de sangre de los países de la región podrán alcanzar la autosuficiencia y garantizar el acceso a la sangre para que las transfusiones sea universal” (17).

II. ESTRATEGIAS PARA PROMOVER LA DONACIÓN VOLUNTARIA DE SANGRE EN EL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA

Comprendemos por estrategias todas las acciones que vamos a planificar, las cuales no ayudaran a tomar decisiones para conseguir buenos resultados; las estrategias van a comprender diferentes tácticas las cuales nos ayudaran a conseguir nuestro principal objetivo “Fidelizar al Donante Voluntario”. Por eso, mencionaremos algunos puntos de suma importancia que se han tomado como base en el Banco de Sangre del Hospital Cayetano Heredia para llevar a cabo el desarrollo del plan de donación voluntaria de sangre.

2.1. Coordinación de campañas y Promoción de donación voluntaria de sangre.

Al realizar las coordinaciones previas a la campaña, se establece el lugar, fecha y lema de la campaña, esto nos ayuda a realizar las colectas con gran éxito, incrementando el porcentaje de donantes voluntarios. Los datos obtenidos en las reuniones de coordinación nos permiten realizar la promoción de las campañas teniendo en cuenta la población a sensibilizar.

2.2. Investigación de la Población.

Antes de realizar la campaña verificamos la cantidad de población a manejar, sea esta una casa de estudios (universidad o instituto), empresas privadas o iglesias, para tener un referente de cómo será la estrategia de difusión y sensibilización. El objetivo final es saber la cantidad de materiales que llevaremos a la campaña que suele incluir presentes, refrigerios para los donantes y los diplomas de agradecimiento.

2.3. Difusión y Sensibilización

Para este tipo de estrategia tenemos la disposición de un buen orador, para poder transmitir el mensaje adecuado. En cuanto a la difusión primero comunicamos del evento o campaña de donación a realizarse

como una forma de convocar a determinada población. Con la sensibilización tenemos contacto directo con la población donde se da toda la información necesaria incluyendo el propósito esencial de la campaña. Mediante estas estrategias se espera una respuesta pronta o a futuro de la población informada. Para la difusión estamos trabajando con las redes sociales ya que este servicio nos ayuda a establecer un contacto con otras personas por medio de Internet esto con miras a contar con una base de personas que donen sangre regularmente en nuestro Banco de Sangre, así como puedan ser convocados en caso de emergencias o desastres naturales. De igual manera con este servicio promovemos las actividades a realizarse en el transcurso del año y damos el agradecimiento público a las instituciones que se suman a nosotros dispuestos a trabajar haciendo Cultura de Donación Voluntaria.

2.4. Contar con promotores capacitados

Desde el 2016 se viene formando promotores de la donación voluntaria de sangre, en tres categorías

- Promotores Junior : Niños de 4 años – 16 años
- Promotores Juveniles : Jóvenes de 17 años a 23 años
- Promotores Comunitarios : Adultos de Diferentes empresas, Iglesias o comunidades.

La formación de los promotores es muy importante ya que nos permite llegar a diferentes poblaciones de la comunidad, sean estos colegios, academias, institutos, universidades, empresas, iglesias.

Los promotores son capacitados de forma continua utilizando técnicas participativas y talleres, donde se da a conocer la importancia de la donación de sangre, conocen como se trabaja en el banco de sangre, los hemocomponentes que se preparan y el uso de los mismos.

Damos énfasis y aclaramos los mitos que tiene la sociedad con respecto a la donación voluntaria de sangre.

Hemos visto que nuestros mejores promotores son aquellos donantes fidelizados, ya que pueden contar su experiencia en la donación voluntaria, ya sea en una campaña o acercándose a donar al banco de sangre.

El potenciar el sostenimiento de esta estrategia genera espacios de construcción y formación en los jóvenes para que ellos a su vez multipliquen y sean portavoces del mensaje preventivo frente al VIH – SIDA en infecciones de enfermedades de transmisión sexual y difusores de mensajes claves sobre estilo de vida saludable, comprometidos y responsables con la sociedad (15).

2.5 Innovación de la publicidad utilizando Lemas o Frases que ayuden a sensibilizar al público en general.

Una de las estrategias tomadas fue dar un lema o una frase para cada campaña, teniendo en cuenta muchas veces los meses más representativos del año, no dejando de lado los lemas que da la Organización Mundial de la Salud (OMS), Dirección de Banco de Sangre y Hemoterapia, del Club de Donantes Altruistas del Perú.

❖ **Lemas utilizados por la Organización Mundial de la Salud (OMS)**

▪ **Año 2017:**

No esperes a que Sobrevengan los desastres ¿qué puedes hacer?
– “Dona sangre, Dona ahora, Dona a menudo” (23).

▪ **Año 2018:**

“Date a los demás – Dona sangre. Comparte vida” (24).

▪ **Año 2019:**

“Sangre segura para todos” (25).

❖ **Lemas utilizados por la Dirección de Banco de Sangre y Hemoterapia**

▪ **Año 2016:**

“Comparte algo de ti - Dona Sangre, Salva Vidas” (26).

▪ **Año 2018:**

“Dona Sangre, Salva Vidas”

▪ **Año 2019:**

“Ama, Dona, Vive” (27).

❖ **Lemas utilizados por el Club de Donantes Altruistas del Perú**

▪ **Año 2018:** “Estés donde estés, la sangre nos conecta”

▪ **Año 2019:** “A nosotros nada nos detiene y a ti”

❖ **Lemas utilizados en los meses más importantes del año por el área de promoción del banco de sangre del Hospital Cayetano Heredia**

- **Enero - Febrero:** “Abierto por vacaciones”
- **Marzo:** “Las mujeres son Símbolo de solidaridad y amor”
- **Mayo:** “Sangre segura, para una maternidad segura”
- **Junio:** “Cada vez que alguien se prende a donar, está ayudando a que una vida no se apague – Nos estamos donando...un mundo mejor”
- **Julio:** Nosotros valoramos a nuestros héroes diarios ¡Felices Fiestas Patrias!
- **Diciembre:** “Comparte la alegría de vivir”

El Banco de Sangre del Hospital Cayetano Heredia cuenta con un lema el cual siempre se coloca en los encabezados de los documentos a presentarse, el cual es:

“Dona Sangre...Vinculo De Amor – Regalo De Vida”.

2.5. Flujograma del proceso de atención al Donante.

Se implemento un flujograma adecuado para las campañas, de ese modo poder agilizar el tiempo en la atención al postulante (ANEXO VII) .

2.6. Aplicativo Móvil – Donantes HCH.

Nos ha permitido interactuar con la población y conseguir Postulante y Donantes efectivos. Este aplicativo le permite saber a la población los lugares y fechas de campaña, poder seguirnos en las redes sociales, poder comunicarse de modo directo y efectivo con nosotros, sacar cita para venir a donar y al final poder recibir

los resultados de la Donación efectuada. El Aplicativo Móvil esta interconectado con el SIGEHO WEB y las redes sociales que manejamos. (ANEXO VIII - ANEXO IX).

2.7. Implementación del SIGEHO WEB de campañas.

Sistema interconectado con la RENIEC, que nos permite registrar al postulante y obtener datos exactos para el llenado del EG05 – FR 01 “FORMATO DE SELECCIÓN DEL POSTULANTE” y de este modo poder realizar la entrevista adecuada. Del mismo modo este sistema nos agiliza los procesos en el banco de sangre ya que le designa con código de postulante y de donante.

El SIGEHO WEB puede ser utilizado desde celular, una tablet, una laptop; dejando de lado el llenado de fichas físicas que retrasan el tiempo del postulante. Los lugares de campaña del SIGEHO WEB esta interconectado con el aplicativo móvil Donantes HCH, en el ícono de listado de campañas, de esa forma las personas pueden estar informadas de la fecha y el lugar de la campaña.

2.8. Uso de las redes sociales.

Se empezó a utilizar una página de Facebook, a la cual se denominó “**Donantes Voluntarios de Sangre Cayetano Heredia**”, donde publicamos nuestras campañas externas y actividades relacionadas con la Promoción de la Donación Voluntaria de Sangre; contamos con más de 2676 “Amigos” y 263 seguidores, quienes comparten nuestras publicaciones. La cuenta en Facebook está diseñada para el

público en General. También contamos con una página en YouTube con acceso a información que desee la población la misma que se puede consultar mediante el uso de WhatsApp.

A continuación, presentamos un análisis de los resultados obtenidos aplicando las diferentes estrategias desde el 2016.

▪ **ESTRATEGIAS EMPLEADAS EN EL AÑO 2016**

- ✓ La investigación de la población, esta estrategia es empleada desde el 2016, obteniendo grandes resultados ya que podemos convocar al mayor porcentaje de la población y logrando que muchos de ellos se presenten como postulantes en una colecta. Esta estrategia nos ayuda mucho porque podemos ver a que público nos estamos dirigiendo al momento de realizar la difusión y sensibilización, teniendo en cuenta la edad, sexo, religión. Desde ese año hemos logrado que en algunas instituciones el personal interesado se inscriba antes de realizar la charla de sensibilización y muchos de ellos se han convertido en donantes voluntarios de sangre.
- ✓ La difusión y sensibilización cuenta como una estrategia de suma importancia ya que logramos llevar el mensaje deseado a la población de forma directa, donde se aclaran las dudas y mitos que hay sobre la donación voluntaria de sangre. Se vienen realizando charlas de sensibilización para aquellas instituciones o empresas que lo solicitan, tal cual es el caso de las casas de Estudio Superiores.

- ✓ Contar con promotores capacitados, nos brinda muchas oportunidades ya que nos sirve de enlace con las diferentes poblaciones y comunidades. Nuestros promotores son convocados muchas veces a instituciones grandes como es el caso de las instituciones universitarias; se recorren las diferentes facultades y visitamos aula por aula llevando el mensaje de donación voluntaria.
- ✓ El uso de Lemas en los volantes, dípticos, flyer suelen tener un gran impacto al sensibilizar a las personas ya que buscamos obtener donantes fidelizados y a su vez sangre segura, para pacientes que lo necesitan.
- ✓ El uso de las redes sociales nos abrió las puertas hacia la sociedad y nos permitió llegar al público a nivel nacional. Es importante destacar que el uso del Facebook es solamente para publicar las actividades que se vienen realizando por la donación voluntaria, incluimos fotos de las campañas, flyer informativos de la donación y acontecimientos importantes como el 14 de junio, donde se celebra el día mundial del donante de sangre (ANEXO XI).

Estas estrategias nos permitieron tener acogida en las campañas y colectas extramurales, llegando a tener 1,409 postulantes y 1,111 Donantes Voluntarios de Sangre (ANEXO I), cantidad que triplico la del 2015; estas tres estrategias son aplicadas hasta el día de hoy.

▪ **ESTRATEGIAS EMPLEADAS EN EL AÑO 2017**

- ✓ Incluimos el uso de un flujograma de campaña, el cual pudo agilizar los tiempos de atención al postulante, sabiendo donde poder dirigirse después del registro, toma de muestra, entrevista y flebotomía.

El flujograma es presentado a cada institución con la que se realizara la campaña para poder ver los espacios adecuados para la colecta correspondiente (ANEXO VII).

- ✓ A nivel de las redes sociales incluimos los mensajes por WhatsApp a nuestros donantes, haciendo recordar cuando es su siguiente fecha de donación, de ese modo logramos fidelizar a muchos de ellos, llegando a 330 fidelizados en el 2017.

Hemos continuado utilizando las estrategias empleadas en el 2016, aumentando así la cantidad de postulantes 1,861 y donantes voluntarios 1,417 (ANEXO II), del mismo modo gracias al buen uso de las redes sociales (Facebook) fuimos invitados a organizar campañas en la ciudad de Huaraz y Trujillo, teniendo en esas dos ciudades éxito.

▪ **ESTRATEGIAS EMPLEADAS EN EL AÑO 2018**

- ✓ Incluimos el uso YouTube a nivel de redes sociales, pudiendo llegar a una mayor cantidad, donde se informa las actividades que ha realizado el banco de sangre, campañas, formación de promotores, videos educativos en cuanto a donación voluntaria de sangre; videos que son compartidos en el Facebook y WhatsApp (redes sociales empleadas en años anteriores).

- ✓ La Implementación del SIGEHO WEB de campañas, es un sistema interconectado con la RENIEC, el cual nos permite registrar al postulante con datos exactos para el llenado del EG05 – FR 01, el SIGEHO WEB nos permite colocar en tiempo real el estado físico del postulante (hemoglobina, grupo sanguíneo) y la entrevista médica, de este modo se puede imprimir la ficha con los datos del postulante para ser efectiva o no la donación voluntaria. El SIGEHO WEB acorta tiempos en las colectas (ANEXO X).

Hemos continuado utilizando las estrategias empleadas en el 2016, 2017 aumentando así la cantidad de postulantes a 2,223 y donantes voluntarios a 1,434 (ANEXO III), del mismo modo gracias al trabajo que venimos realizando hemos sido invitados a organizar campañas en la ciudad de Huaraz y Cajamarca, teniendo en esas dos ciudades éxito.

- **ESTRATEGIAS EMPLEADAS EN EL AÑO 2019**

- ✓ En marzo del 2019 se realizó el lanzamiento del Aplicativo Móvil – Donantes HCH, el cual nos ha permitido interactuar con la población, ya que cuenta con el área de información donde el postulante o donante se puede poner en contacto con nosotros mediante las redes sociales, ya que lo enlaza directamente con el WhatsApp, Facebook, YouTube y le indica el lugar de ubicación de las campañas (ANEXO IX). También el donante puede ver sus resultados de Tamizaje siempre y cuando estos sean No Reactivos, tiene información de su hemoglobina, grupo sanguíneo y entrevista médica.

El aplicativo cuenta con un área para que pueda sacar una cita y pueda ver cuando le toca volver a donar.

Esta es una de las mejores estrategias que hemos podido dar al público en general ya que nos está permitiendo seguir fidelizando donantes (ANEXO X).

Hemos continuado utilizando las estrategias empleadas en el 2016, 2017, 2018 aumentando así la cantidad de postulantes a 1,076 y donantes voluntarios a 770 hasta el mes de junio del 2019 (ANEXO IV), del mismo modo gracias al trabajo que venimos realizando hemos sido invitados a organizar campañas una vez más en la ciudad de Huaraz y la ciudad de Arequipa.

Aplicando estas ocho estrategias nos hemos dado cuenta que el porcentaje de la donación voluntaria subió desde el 2016 a junio del 2019 y hemos visto el progreso en las campañas de Promoción y Donación Voluntaria de Sangre (ANEXO V).

III. ESTRATEGIA APLICADA EN EL MES DE JUNIO Y DIA MUNDIAL DEL DONANTE VOLUNTARIO DE SANGRE EN EL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA

Desde el año 2004 se celebra el Día Mundial del Donante de Sangre cada 14 de junio, con el objeto de ayudar a crear una cultura mundial de la donación voluntaria de sangre. De este modo, se rinde homenaje a los donantes y se pone de manifiesto la función singular que desempeñan en la salud de su comunidad por el hecho de salvar vidas (13).

Cada 14 de Junio desde el 2016 se tomó como estrategia principal celebrar este día, donde los protagonistas son los donantes voluntarios, decidimos ese día impartir salud para todos es decir realizando diferentes actividades de celebración para ellos, por ejemplo realizamos concursos de dibujos y pintura sobre la donación de sangre en niños de 4 a 10 años, la creación de lemas alusivos a este día especial con niños de 11 a 15 años y composiciones musicales en jóvenes de 16 a 20 años de edad.

Por otro lado, desarrollamos actividades para la comunidad, invitamos diferentes agrupaciones artísticas como grupos estudiantiles de música, de danza y grupos especiales como mariachis para dar serenata a cada uno de los donantes voluntarios y de ese modo agradecer el compromiso que tienen con la donación voluntaria de sangre.

Por ello cada 14 de Junio NO realizamos campañas, CELEBRAMOS el compromiso del donante voluntario para con la sociedad donde les damos un reconocimiento por la labor ALTRUISTA que vienen realizando.

Desde el 2016 el mes de junio se convirtió para nosotros una celebración, donde se da homenaje a todos los donantes voluntarios de sangre. Los primeros y últimos días del mes se programan campañas que no incluyen el 14 de junio ya que ese día se da la celebración central, y otorgamos el tiempo a nuestros donantes frecuentes.

En los meses de junio de cada año se logra marcar la diferencia de donantes participantes respecto a otros años, como se muestra en la siguiente tabla:

AÑOS	DONANTES VOLUNTARIOS
Junio 2016	137
Junio 2017	296
Junio 2018	178
Junio 2019	434

Es así que cada inicio de año vamos viendo como dar homenaje al donante voluntarios en los meses de junio.

IV. ESTRATEGIAS DE PROMOCION Y DE ORGANIZACIÓN DE CAMPAÑAS APLICADAS A NIVEL NACIONAL POR EL AREA DE PROMOCIÓN Y DONACIÓN VOLUNTARIA DEL BANCO DE SANGRE DEL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA

En vista del trabajo que se viene realizando empezaron a invitarnos a los diferentes cursos, charlas de Promotoría y organización de campañas a nivel nacional, el lugar más representativo fue la ciudad de Huaraz donde desde el año 2017 se vienen organizando actos simbólicos por la Donación Voluntaria de Sangre en el mes de mayo; dos de ellos fue escalar el Nevado ISHINKA (2017 – 2018), Nevado Mateo (2019), donde se puso en el pico del Nevado la bandera de “DONAR SANGRE – SALVA VIDAS”, concluido el acto simbólico se realizó la organización de la campaña de donación voluntaria de sangre en la plaza de armas de la ciudad de Huaraz; aplicando las estrategias de Investigación de la población, difusión y sensibilización, promotores capacitados, lemas de la donación voluntaria de

sangre y las redes sociales, las cuales fueron efectivas en las campañas realizadas.

Otros lugares donde se viajó para formar promotores y apoyar en la organizar campañas fue la ciudad de Jaén (2017), Trujillo (2017), Cajamarca (2018) y Arequipa (agosto 2019), en coordinación con el PRONAHEBAS Regional, Hospitales Regionales y casas universitarias dispuestas a trabajar por la Donación Voluntaria de Sangre.

En el 2017 se dio el primer curso-taller: “Donación de sangre”, dirigido a comunicadores de los establecimientos de salud y diversos medios de comunicación, con la finalidad de fomentar cultura de donación de sangre. El cual, se realizó en las instalaciones del Instituto Nacional de Salud del Niño San Borja y contó con la participación de 73 asistentes (10).

En el 2018 junto la Dirección de Banco de Sangre y Hemoterapia – PRONAHEBAS desarrolló el curso de formación de Promotores Universitarios de donación Voluntaria de Sangre en la Universidad Mayor de San Marcos (11).

Del mismo modo el curso se dictó en la Universidad Federico Villareal, donde se tiene activos a muchos de ellos en nuestro Banco de Sangre.

El trabajo estrategias empleadas en muchos bancos, casas de estudios y otras entidades está causando gran impacto, por ello estamos dispuestos a dar el apoyo necesario para poder hacer el cambio que el Perú necesita.

En nuestro país, también es necesario enfocarnos en la mejora de los conocimientos de la población sobre la donación de sangre, debido a que en algunos estudios nacionales en Lima y otras regiones (17,18) refieren que la falta de conocimientos es una de las principales causas de la baja frecuencia

de donantes voluntarios. Por eso, PRONAHEBAS a través de su última resolución emitida (RM N°672-2018-MINSA) invertirá en el equipamiento y materiales para realizar las campañas de donación, en la capacitación del personal y en los medios de comunicación para difundir información sobre donación de sangre.

V. CONCLUSIONES

- ❖ Una buena difusión y sensibilización en las diferentes instituciones, comunidades y poblaciones, ha mostrado ser la estrategia de elección para captar donantes voluntarios fidelizados.
- ❖ Los promotores son de gran apoyo para la realización de la campaña de donación ya que ellos nos ayudan a difundir, sensibilizar y compartir mediante las redes sociales el desenvolvimiento de la colecta.
- ❖ El uso de estrategias de comunicación virtual como el uso de redes sociales y el aplicativo son nuevas dinámicas de trabajo, que captó la atención de nuevos donantes y de donantes fidelizados.
- ❖ Podemos decir entonces que el área de promoción y donación voluntaria de sangre es la “Marca que llega a tu mente y consigue un comportamiento, una marca que llega a tu corazón y consigue un compromiso” [Scott Talgo] (14). Nosotros ya tenemos una **marca a la cual denominamos “Donantes Voluntarios de Sangre Cayetano Heredia”**.

VI. RECOMENDACIONES

- ❖ Para la difusión se necesita tener el material visual adecuado para garantizar que información llegue al público deseado.
- ❖ Se debe formar promotores de la donación voluntaria de sangre cada semestre, de eso modo contaremos con el apoyo necesario en las campañas.
- ❖ Actualizar de manera constante las redes sociales e ir integrando novedades en el aplicativo móvil, y responder las dudas que pueden presentar los donantes.
- ❖ Para poder mantener nuestra marca, se debe seguir creando un impacto positivo en la sociedad, sea este a nivel publicitario o en la formación de

promotores; es así donde se deben sumar todos sus esfuerzos para seguir llevando a cabo este gran programa de donación altruista de sangre, donde las estrategias de marketing tienen que ser su principal actividad para la promoción de donación de sangre y debe tener en cuenta la actitud positiva, buen trato, conversaciones previas de concientización, información clara y motivación. (4)

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Planeación estratégica para aumentar la captación de donantes del banco de sangre del hospital universitario del valle. [Tesis de Maestría]. Colombia: Universidad del Valle; 2015. [Fecha de acceso 31 de agosto del 2018]. URL disponible en:
<http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/10468/1/CB-0530324.pdf>
2. Andina, Agencia Peruana de noticias [Internet]; Lima 22 de abril 2019 .URL disponible en:<https://andina.pe/agencia/noticia-donacion-640000-unidades-sangre-se-requieren-el-pais-cada-ano-749275.aspx>
3. Ministerio de Salud del Perú [Internet]. Guía Técnica para la Selección del Donante de Sangre Humana y Hemocomponentes; [Resolución Ministerial del 22 de marzo del 2018]. URL disponible en:
ftp://ftp2.minsa.gob.pe/normaslegales/2018/R.M_241-2018-MINSA.PDF
4. Organización Panamericana de la Salud [Internet]. Washington: Programas y proyectos; 2015 [citado 20 de junio 2015]. En el Día Mundial del Donante de Sangre, la OPS/OMS agradece a los donantes voluntarios y alienta a los jóvenes a donar. URL disponible en:
http://www.paho.org/per/index.php?option=com_content&view=article&id=3021:enel-dia-mundial-del-donante-de-sangre-la-opsoms-agradece-a-lo
5. Ministerio de Salud de El Salvador [Internet]. Manual de Promoción, Captación y Selección de Donantes de Sangre. Ministerio de Salud, Viceministerio de Políticas Sectoriales, Dirección de Regulación y Unidad de Vigilancia Laboratorial de El Salvador, [octubre 2010]. URL disponible en:

https://www.paho.org/els/index.php?option=com_docman&view=download&alias=1554-manual-de-promocion-captacion-y-seleccion-de-donantes-de-sangre-1&category_slug=publicaciones-destacadas&Itemid=364

6. Marina Rosas-Naranjo - Marketing en donadores altruistas de sangre.
Cruz Roja Mexicana Banco de Sangre DF. Gac Méd Méx .2004;140 Suppl 3: S125-126. URL disponible en: <http://www.medigraphic.com/pdfs/gaceta/gm-2004/gms043am.pdf>
7. OPS, C. D. (2010). Suministro de Sangre para transfusiones en los países de Latinoamérica y del Caribe. Washington, DO: OPS.
8. Ortegón, E. (2007). Manual de prospectiva y decisión estratégica: bases teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe. United Nations Publications - (Vol. 51) .
9. Amaya, J. A. (2005). Gerencia: Planeación & Estrategia.
Revista Argentina de Transfusión - Vol. XLIII / N° 3 / 2017
10. Ministerio de Salud del Perú [Internet] Dirección de Banco de Sangre y Hemoterapia (DIBAN). "Curso taller dirigido a comunicadores “dona sangre, salva vidas”"
URL disponible en:
<http://www.minsa.gob.pe/digdot/diban/index.asp?op=7&gal=6>
11. Facultad de Medicina de la Universidad Nacional mayor de San Marcos [Internet], Ministerio de Salud - curso de sensibilización sobre donación de sangre. URL disponible en:
<http://unmsm.edu.pe/noticias/ver/facultad-de-medicina-y-minsa-organizan-curso-de-sensibilizacion-sobre-donacion-de-sangre>

12. Asociación Civil Dale Vida de Argentina [Internet]. Cuadernillo para la Formación de promotores para la Donación Altruista y habitual de sangre. URL disponible en:
<https://www.dalevida.org.ar/wp-content/uploads/2015/11/TALLER.pdf>
13. Fernández Cid, Gabriela – Fontana, Daniel. Donación de sangre voluntaria y habitual: educar para un cambio cultural. 1a ed. - Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación; Ministerio de Salud de la Nación, 2011.
URL disponible en:
<http://www.msal.gob.ar/images/stories/ryc/graficos/0000000888cnt-cuadernillo-educacion.pdf>
14. Granero Taberner S., Técnico de Planificación Centro de Hemoterapia y Hemodonación de Castilla y León - Herramienta a tener en cuenta en la promoción de la donación de sangre. URL disponible en:
<http://www.sets.es/index.php/cursos/biblioteca-virtual/galeria-trabajos-promocion/2013/145-premios-promocion-2013-12-herramienta-para-la-promocion-de-la-donacion-de-sangre/file>
15. Ruiz de Maya S. El comportamiento del consumidor en marketing. Del método científico a su posición en la empresa. Cuad Adm. 2001;17(26):35-57.
16. Heras Luna M., Estrategias para la implementación y funcionamiento sostenible del Club 25 en la ciudad de Azogues. URL disponible en:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4285/1/UPS-CT002619.pdf>
17. OPS/OMS Perú. Aumentan los donantes voluntarios de sangre, pero aún están lejos del número necesario para garantizar un suministro suficiente | OPS/OMS [Internet]. Pan American Health Organization / World Health Organization. 2017 [citado el 2 de diciembre de 2018]. URL disponible en:

https://www.paho.org/per/index.php?option=com_content&view=article&id=3807:aumentan-los-donantes-voluntarios-de-sangre-pero-aun-estan-lejos-delnumero-necesario-para-garantizar-un-suministro-suficiente&Itemid=900

18. Arias S, Moscoso M, Matzumura J, Gutiérrez H, Pesantes A. Experiencias y percepciones de los donantes de sangre sobre la donación en un hospital público de Perú. *Horiz Méd.* 2018;18 (3):30–6.
19. Paredes M. Conocimientos, actitudes y práctica sobre la donación de sangre altruista en los estudiantes de la facultad de medicina humana en la Universidad Nacional de Ucayali en el año 2014 [Internet] [Tesis de Licenciatura]. [Ucayali]: Universidad Nacional de Ucayali; 2016 [citado el 5 de diciembre de 2018]. URL disponible en: <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/1612>
20. Delgado A, Cabrera M, Zacca E. Construcción de un instrumento para evaluar la implantación del sistema informático para la red nacional de bancos de sangre en Cuba, 2013. *Rev Cuba Inf En Cienc Salud.* 2013;24(2):209–22.
21. Alfonso M, Lam R, Ballester J, Cao W, Ballester L, Morales C, et al. Estructura y funcionamiento de los bancos de sangre en 4 provincias cubanas. *Rev Cuba Hematol Inmunol Hemoter.* 2004;20(1).
22. Alfonso M, Lam R, Ballester J, Cao W, Ballester L, Morales C, et al. Aspectos socioculturales relacionados con la donación de sangre en Cuba. *Rev Cuba Hematol Inmunol Hemoter.* 2002;18(3).
23. OMS - Día Mundial del Donante de sangre 2017. URL disponible en: <http://origin.who.int/campaigns/world-blood-donor-day/2017/social-media/es/>
24. OMS - Día Mundial del Donante de sangre 2018. URL disponible en: <https://www.who.int/es/campaigns/world-blood-donor-day/2018>
25. OMS - Día Mundial del Donante de sangre 2019. URL disponible en: <https://www.who.int/es/campaigns/world-blood-donor-day/2019>

26. Plataforma digital única del Estado Peruano – Ministerio de Salud. URL disponible en: <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/30153-todos-podemos-ser-donantes-voluntarios-de-sangre>
27. Ministerio de Salud del Perú [Internet] - Dirección de Banco de Sangre y Hemoterapia. URL disponible en: <https://www.minsa.gob.pe/digdot/diban/>
28. Ministerio de Sanidad y Consumo de España. Promoción de la Donación de Sangre, Vol. II. Criterios básicos para la selección de donantes de sangre y componentes. Ministerio de Salud y Consumo, Madrid, 2006.
29. Organización Panamericana de la Salud. Elegibilidad para la donación de Sangre. Recomendaciones para la educación y la selección de donantes potenciales de sangre. OPS, 2009.
30. Ministerio de Salud de Argentina. Criterios para la Selección de Donantes de Sangre. Buenos Aires, 2013.
31. Ministerio de Salud Pública del Ecuador. Norma Técnica "Donación de Sangre", Quito: Ministerio de Salud Pública, Dirección Nacional de Normatización, Programa Nacional de Sangre-MSP; 2015. 06p.
32. Red Interamericana de Programas de Sangre de la Cruz Roja. Documento marco. Costa Rica: Santillán; 1998
33. Grifolls-Espes J. ¿Cómo promocionar la donación de sangre? México: Artes Gráficas; 1991

VIII. ANEXOS

ANEXO I

Porcentaje de la Promoción y Donación Voluntaria de Sangre año 2016

N°	FECHA	LUGAR DE COLECTA	POSTULANTES	DONANTES	FIDELIZADOS
1	23/03/2016	FACULTAD DE MEDICINA USMP (LA MOLINA)	63	40	0
2	13/04/2016	IGLESIA DE DIOS SOCIEDAD MISIONERA MUNDIAL	106	70	0
3	14/04/2016	UNIVERSIDA PERUANA CAYETANO HEREDIA	101	79	0
4	10/05/2016	UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA	49	39	0
5	24/05/2016	DP WORLD	40	40	0
6	10/06/2016	INSTITUTO SUPERIOR DE SALUD SAN PABLO	90	64	0
7	13/06/2016	MUNICIPALIDA DE LOS OLIVOS	15	10	0
8	14/06/2016	HOSPITAL CAYETANO HEREDIA	63	48	0
9	15/06/2016	HOSPITAL DE PUENTE PIEDRA	30	18	0
10	18/06/2016	IGLESIA DE DIOS MISIONERA MUNDIAL	69	57	0
11	22/06/2016	CASA DE LA JUNVENTUD LOS OLIVOS	16	11	0
12	31/07/2016	REAL PLAZA "SALAVERRY"	21	15	0
13	25/08/2016	MUNICIPALIDAD DE CARABAYLLO	20	15	0
14	28/08/2016	CRUZ ROJA	18	13	0
15	8/09/2016	UNIVERSIDA DPERUANA CAYETANO HEREDIA	38	33	3
16	14/09/2016	HOSPITAL MUNICIPAL DE LOS OLIVOS	24	17	0
17	25/09/2016	REAL PLAZA "SALAVERRY"	20	17	0
18	28/09/2016	MICRORED SANTA LUZMILA	8	7	0
19	5/10/2016	UNIVERSIDA NACIONAL DE INGENIERIA	17	17	
20	20.21/10/2016	UNIVERSIDAD DE LIMA	98	87	4
21	25/10/2016	BCP (CHORRILLOS)	75	62	0
22	27/10/2016	FACULTAD DE MEDICINA USMP (LA MOLINA)	95	69	5
23	8/11/2016	UTP SEDE NORTE	38	28	0
24	15/11/2016	UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES	40	25	4
25	29/11/2016	DP WORLD	28	26	5
26	3/12/2016	CENTRO CIVICO	42	42	2
27	6/12/2016	INCA GARCILASO DE LA VEGA (FAC. TEC. MED.)	25	19	2
28	7/12/2016	INSTITUTO SUPERIOR DE SALUD SAN PABLO	31	31	0
29	15/12/2016	CUARTEL HOYOS RUBIO – RIMAC	30	21	0
30	ENERO - DICIEMBRE	BANCO DE SANGRE DEL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA	99	91	6
		TOTAL	1409	1111	31
		TOTAL DONANTES POR REPOSICIÓN hasta 31 de Diciembre 2016		7110	
		PORCENTAJE EN DONACIÓN VOLUNTARIA DE SANGRE		15.60%	

ANEXO II

Porcentaje de la Promoción y Donación Voluntaria de Sangre año 2017

N°	FECHA	LUGAR DE CAMPAÑA	POSTULANTES	DONANTES	FIDELIZADOS	CAMPAÑAS REALIZADAS Y ORGANIZADAS CON OTRAS INSTITUCIONES	
1	23-Feb	HOSPITAL CARLOS LANFRANCO LA HOZ DE PUENTE PIEDRA	37	25	4	0	
2	17-Mar	UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA	102	67	10	0	
3	18-Mar	INST. SUPERIOR DE SALUD SAN PABLO	55	40	15	20	Clínica Jesús del Norte - LIMA
4	19-Mar	UNI	44	28	4	0	
5	24, 25, 26 ABRIL	MINISTERIO TRABAJO - ATE	43	38	0	0	
6	28-Abr	IGLESIA MISIONERA MUNDIAL	74	74	16	0	
7	18-May	IST ARZ. LOAYZA	101	60	0	0	
8	23-May	UNIV. TECNOLOGICA DEL PERÚ- SEDE NORTE	46	24	3	0	
9	31-May	PLAZA DE ARMAS HUARAZ	50	25	0	25	Hospital Victor ramos Guardia - HUARAZ
10	14-Jun	BANCO DE SANGRE HCH - DIA DEL DONANTE	67	47	10	0	
11	14-Jun	COMUNIDAD ANDINA	24	17	5	0	
12	17-Jun	IGLESIA JUT-TAHUANTINSUYO	154	101	62	0	
13	17-Jun	IGLESIA JUT-LOS OLIVOS	92	71	34	0	
14	19-Jun	HOSPITAL CARLOS LANFRANCO LA HOZ DE PUENTE PIEDRA	49	28	14	0	
15	27, 28 JUNIO	EMPRESA DP WORLD	40	40	32	0	
16	21, 22 JULIO	HOSP. SOLIDARIDAD MUNICIPALIDAD LIMA - CAMANÁ	77	62	2	0	
17	18-Ago	HOSP. SOLIDARIDAD MUNICIPALIDAD LIMA - SURQUILLO	72	42	0	0	
18	28-Ago	PODER JUDICIAL- LIMA CENTRO	28	28	0	0	
19	22-Set	INST. SUPERIOR DE SALUD SAN PABLO	126	90	10	30	Clínica Jesús del Norte - LIMA
20	5-Oct	INST. SUPERIOR DE SALUD ARZOBISPO LOAYZA	90	61	3	0	
21	12, 13 OCTUBRE	UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA	112	82	5	0	
22	24-Oct	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO – LIMA NORTE	37	36	1	0	
23	27-Oct	UNIV. PRIVADA ANTENOR ORREGO - TRUJILLO	120	90	0	90	Hospital Regional de Trujillo
24	31-Oct	INSTITUTO CIBERTEC - PRONABEC	20	10	0	0	
25	14-Nov	UNIV. TECNOLOGICA DEL PERÚ- SEDE NORTE	37	21	3	0	
26	22,23 NOVIEMBRE	EMPRESA DP WORLD	43	37	37	0	
27	27-Nov	IGLESIA MISIONERA MUNDIAL	75	55	5	0	
28	2-Dic	ACTIVISTAS POR LA PAZ	46	28	0	0	
29	ENERO - DICIEMBRE	BANCO DE SANGRE DEL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA		90	55	0	
TOTAL			1861	1417	330	165	

TOTAL DONANTES POR REPOSICIÓN HASTA 30/12/17		9220		
PORCENTAJE EN DONACIÓN VOLUNTARIA DE SANGRE 2017		15.36%		

ANEXO III

Porcentaje de la Promoción y Donación Voluntaria de Sangre año 2018

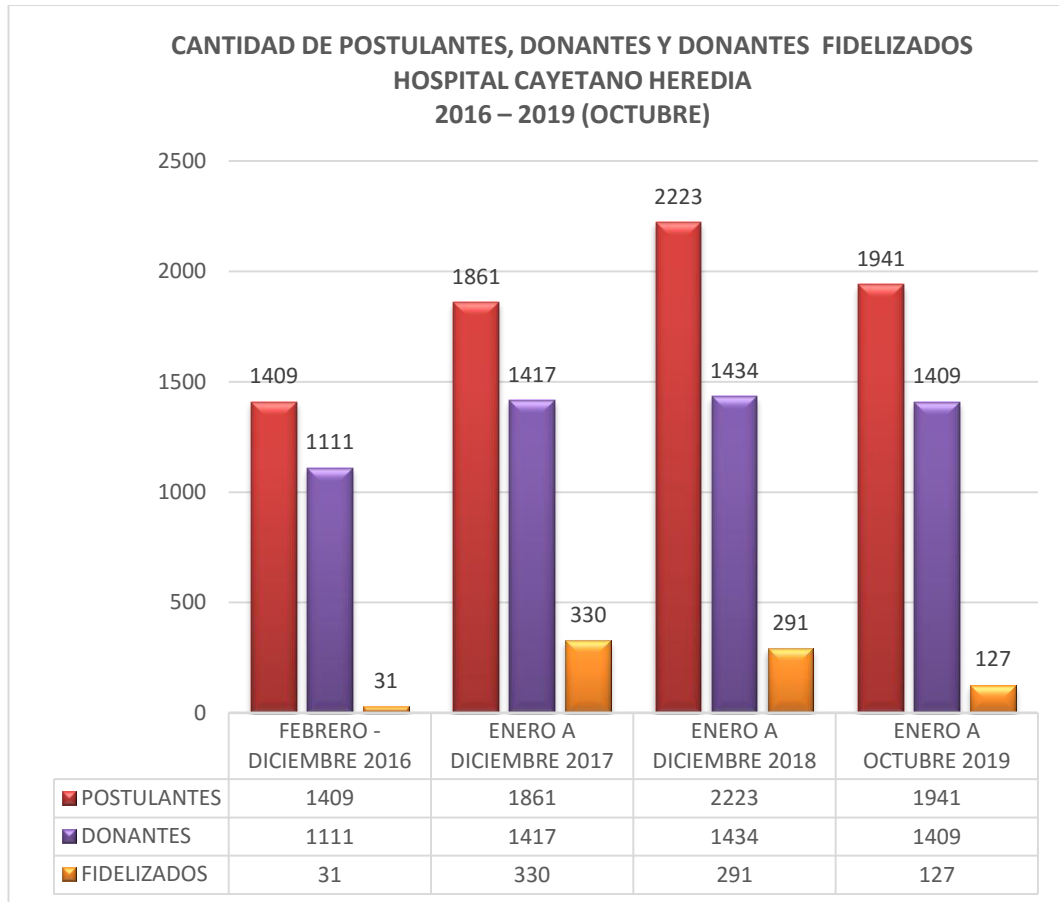
N°	FECHA	LUGAR DE COLECTA	POSTULANTES	DONANTES	FIDELIZADOS	CAMPAÑAS REALIZADAS Y ORGANIZADAS CON OTRAS INSTITUCIONES	
1	11/12 Ene	Hospital Cayetano Heredia	51	22	10	0	
2	29-Ene	Seguros Rimac	62	44	1	0	
3	27-Feb	HEINZ GLAS PERU	16	14	0	0	
4	15-Mar	Financieras Oh!	28	22	0	0	
5	18-Mar	Rotary Club Lima	14	14	8	0	
6	26/27 Mar	Universidad San Martín - Facultad Medicina	107	86	28	0	
7	03/04 Abr	Universidad Cayetano Heredia	196	127	34	0	
8	18-Abr	Iglesia Sociedad Misionera Mundia	98	45	35	0	
9	26-Abr	Universidad Tecnológica del Perú - Sede Lima Norte	49	26	3	0	
10	7-May	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	148	85	14	0	
	17-May	Universidad Cesar Vallejo - Lima Norte	28	15	1	0	
12	22-May	Instituto Superior de Salud San Pablo	114	66	5	0	
13	29-May	Campaña Plaza de Armas Huaraz	60	48	0	48	Hospital Victor ramos Guardia - HUARAZ
14	14-Jun	Día Mundial del Donante – BSHCH	73	37	17	0	
15	16.21 Jun	MEGAPLAZA	44	34	0	0	
16	23-Jun	Embajada Mundial Activistas por la Paz	34	22	5	0	
17	26-Jun	Instituto Superior Arzobispo Loayza	43	23	0	0	
18	21-Jul	Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Tiempos	63	62	5	0	
19	12-Ago	Rotary Club Lima	22	18	4	0	
20	22-23 Ago	Universidad Cayetano Heredia	183	130	34	0	
21	7-Set	Universidad de Ciencias y Humanidades	14	7	4	0	
22	14.15 Set	Hospital de la Solidaridad – Sede Camaná	40	26	7	0	
23	20-Set	Universidad Tecnológica del Perú	38	27	7	0	
24	21-Set	Universidad Nacional de Ingeniería	34	23	11	0	
25	25-Set	Financiera O!	28	19	10	0	
27	4-Oct	Instituto Superior de Salud Arzobispo Loayza	69	41	5	0	
28	25-Oct	Universidad Cesar Vallejo - Lima Norte	54	27	3	0	
29	4-Nov	The Walking Dead	2	1	0	0	
30	06-07 Nov	Universidad San Martin - Facultad de Medicina	82	29	0	0	
31	6-Nov	Universidad De Cajamarca	80	50	0	50	Hospital Regional de Cajamarca
32	14-Nov	Instituto Superior De Salud San Pablo	106	60	3	30	Clínica Jesús del Norte - LIMA
33	25-Nov	Embajada Activistas por la Paz	29	21	5	0	
34	4-Dic	Universidad Cayetano Heredia	70	41	5	0	
35	18-Dic	Sistemas Analíticos	24	20	0	0	
36	ENERO - DICIEMBRE	BANCO DE SANGRE DEL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA	120	102	27	0	
		TOTAL	2223	1434	291	128	
TOTAL DONANTES POR REPOSICIÓN hasta 31/12/17				8261			
PORCENTAJE EN DONACIÓN VOLUNTARIA DE SANGRE				17.35%			

ANEXO IV

Porcentaje de la Promoción y Donación Voluntaria de Sangre año 2019

N°	FECHA	LUGAR DE COLECTA	POSTULANTES	DONANTES	FIDELIZADOS	CAMPAÑAS REALIZADAS Y ORGANIZADAS CON OTRAS INSTITUCIONES
1.	05.02.2019	HEINZ GLAS	15	13	13	0
2.	15.02.2019	Hospital Carlos Lanfranco la Hoz	28	19	4	0
3.	17.03.2019	Club Rotary de Lima	33	17	17	0
4.	28.03.2019	UPCH	72	72	15	0
5.	15-16.04/2019	Línea 1 del Metro de Lima	81	46	0	0
6.	30.04/2019	AGRORURAL - MINISTERIO DE AGRICULTURA	43	22	0	0
7.	11.05.2019	PARQUE KENNEDY	27	22	1	0
8.	17.05.2019	UTP - LIMA NORTE	36	21	4	0
9.	26-05.2019	Campaña Plaza de Armas Huaraz	62	50	10	50
10.	06.06.2019	FINANCIERA O!	19	17	6	0
11.	07.06.2019	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARCOS	103	101	0	0
12.	13.06.2019	UPCH	163	101	6	0
13.	14.06.2019	MINSA	70	38	0	0
14.	15.06.2019	IGLESIA DE JESUCRISTO DE LOS ULTIMOS TIEMPOS	69	45	2	0
15.	20.06.2019	UCV - LIMA NORTE	96	60	0	0
16.	25.06.2019	SISTEMAS ANALITICOS	27	17	5	0
17.	26.06.2019	MEGAPLAZA	72	55	0	0
18.	01 - 02.07.2019	Línea 1 del Metro de Lima	45	39	0	0
19.	11.07.2019	Hospital Carlos Lanfranco la Hoz	33	26	6	0
20.	21.07.2019	Club Rotary de Lima	20	14	5	0
21.	24.07.2019	FUNADACIÓN WE LOVE YOU	130	52	7	0
22.	25.07.2019	Municipalidad de los Olivos	16	15	0	0
23.	05.06-08.2019	Línea 1 del Metro de Lima	60	40	2	0
24.	22.08.2019	Instituto Daniel Alcides Carrión	62	36	0	0
25.	28.08.2019	IREN - AREQUIPA	70	50	0	50
26.	02.03 - 09.2019	Línea 1 del Metro de Lima	38	38	2	0
27.	05.09.2019	Instituto Simón Bolívar	63	44	0	0
28.	12.09.2019	Instituto Loayza	98	71	5	0
29.	19.09.2019	PARQUE KENNEDY	45	40	2	0
30.	03.10.2019	UPCH	130	89	18	0
31.	11.10.2019	UTP - LIMA NORTE	21	21	2	0
32.	22.10.2019	Línea 1 del Metro de Lima	21	21	1	0
33.	24.10.2019	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	31	28	3	0
34.	28 - 29.10.2019	Dirección de Aviación Policial PNP DIRAVPOL	20	20	0	0
35.	30.10.2019	UNIVERSIDAD DE LIMA	53	52	1	0
36.	ENERO - OCTUBRE	BANCO DE SANGRE DEL HOSPITAL CAYETANO HEREDIA	101	97	127	0
		TOTAL	1941	1409	127	50
	TOTAL DONANTES POR REPOSICIÓN hasta 31/10/19			8094		
	PORCENTAJE EN DONACIÓN VOLUNTARIA DE SANGRE			17.40%		

ANEXO V



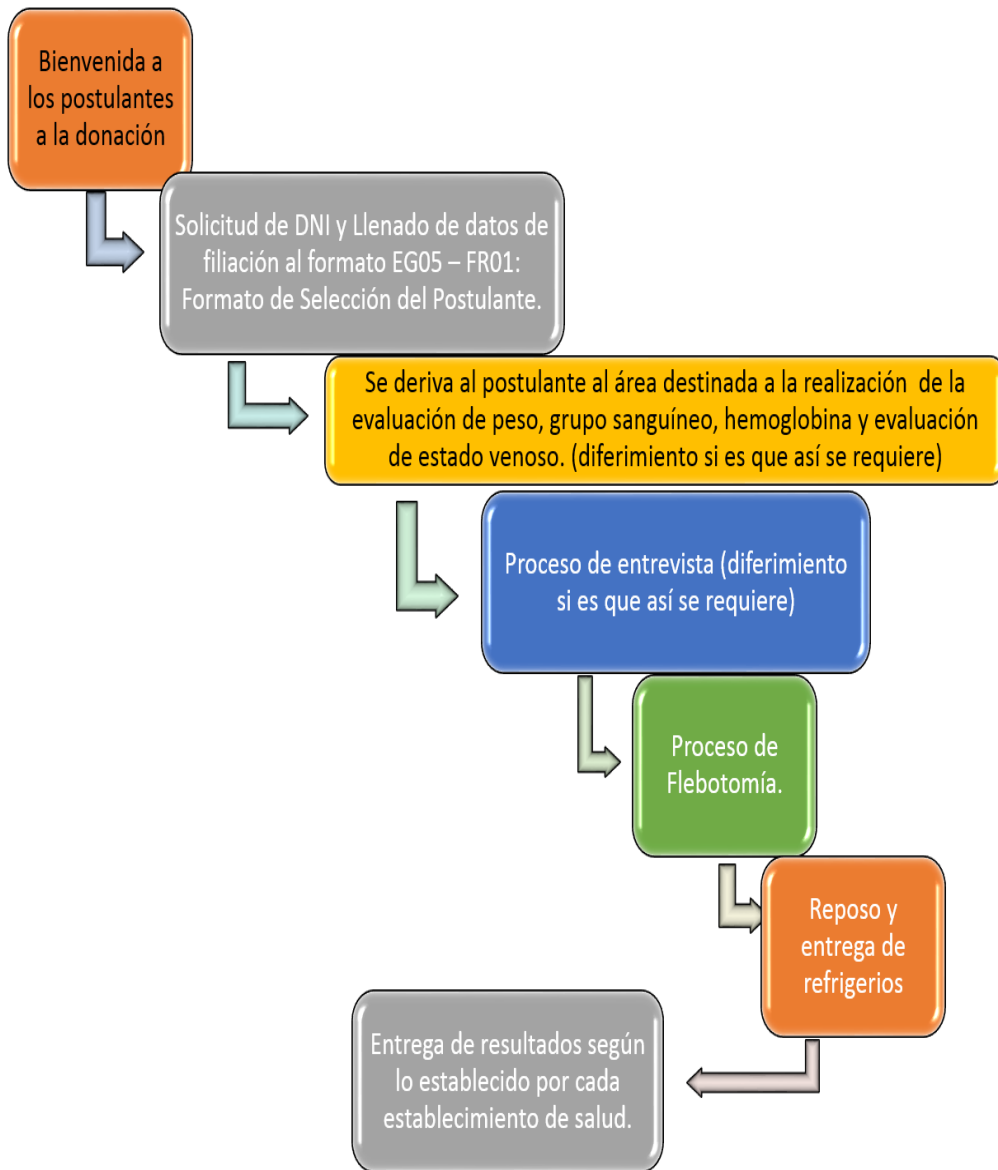
ANEXO VI



NOTA : El porcentaje refleja el trabajo que se viene realizando a nivel nacional, con los diferentes hospitales que nos invitan a realizar los cursos de promotores y a la vez organizarles la campaña de donación voluntaria de sangre.

ANEXO VII

FLUJOGRAMA DE ATENCIÓN AL DONANTE



ANEXO VIII
APLICATIVO MOVIL
(FOTOS)



ANEXO IX

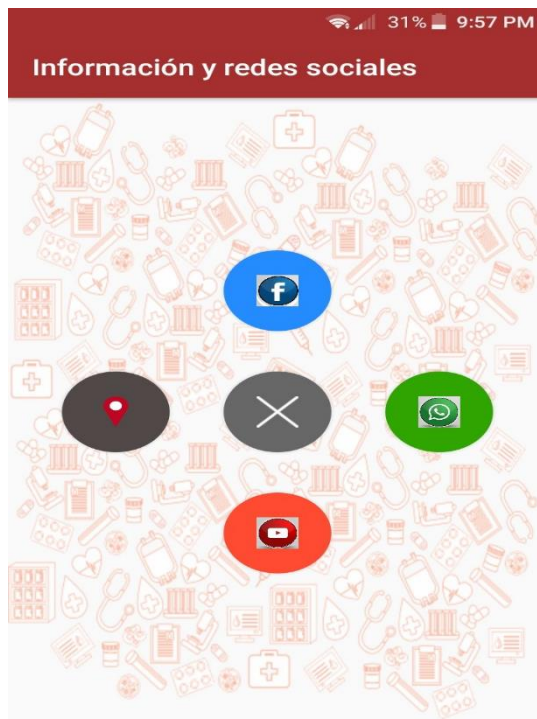
APLICATIVO MOVIL - SIGHEO WEB

32% 9:39 PM

Listado de Campañas

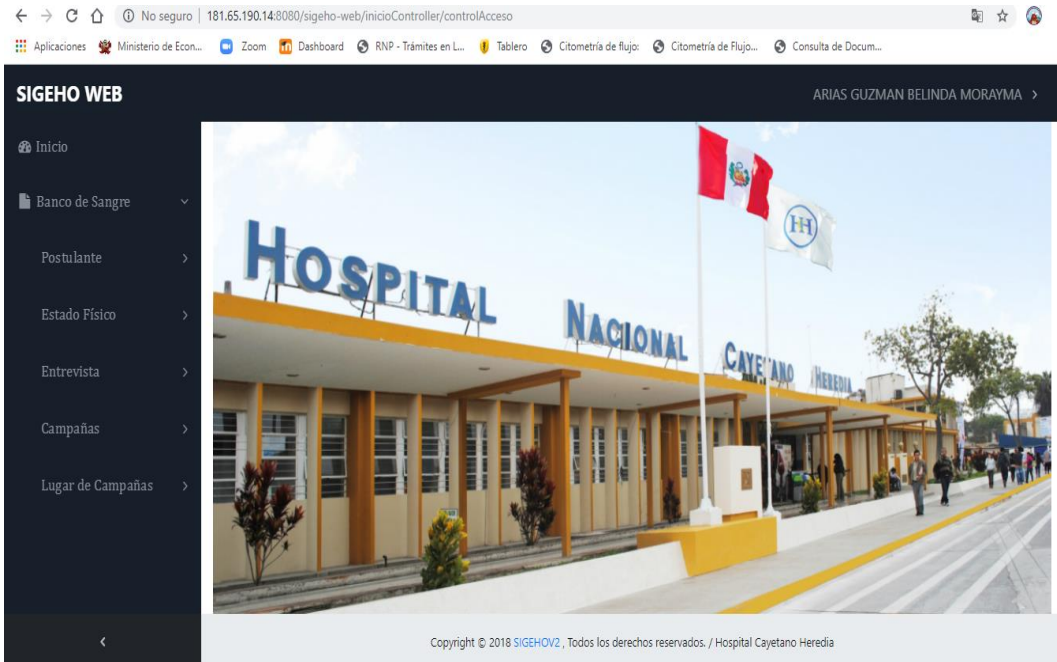
Listado de campañas

descripción	fecha ini	fecha fin	estado
Municipalidad de los Olivos	25/07/2019	25/07/2019	NO ACTIVO
Casa de la Cultura de San Miguel - Fundación Internacional WeloveU	24/07/2019	24/07/2019	NO ACTIVO
HOSPITAL DE PUENTE PIEDRA	11/07/2019	11/07/2019	NO ACTIVO
Línea 1	01/07/2019	02/07/2019	NO ACTIVO



ANEXO X

SIGEHO WEB



The screenshot shows the 'Campañas' section of the SIGEHO WEB application. It displays a table with 9 rows of campaign data. The table has columns for 'ITEM', 'NOMBRE CAMPAÑA', 'FECHA INICIO', 'FECHA TERMINO', 'SITUACION', and 'ACCIONES'. Each row includes a pencil icon for editing and a trash icon for deleting. The table is filtered to show 25 records. A search bar is located at the top right of the table area.

ITEM	NOMBRE CAMPAÑA	FECHA INICIO	FECHA TERMINO	SITUACION	ACCIONES
1	Municipalidad de los Olivos	25/07/2019	25/07/2019	NO ACTIVO	[Edit] [Delete]
2	Casa de la Cultura de San Miguel - Fundación Internacional WeLoveU	24/07/2019	24/07/2019	NO ACTIVO	[Edit] [Delete]
3	HOSPITAL DE PUENTE PIEDRA	11/07/2019	11/07/2019	NO ACTIVO	[Edit] [Delete]
4	Línea 1 Estación Angamos	01/07/2019	02/07/2019	NO ACTIVO	[Edit] [Delete]
5	MEGAPLAZA	26/06/2019	26/06/2019	NO ACTIVO	[Edit] [Delete]
6	SISTEMAS ANALITICOS	25/06/2019	25/06/2019	NO ACTIVO	[Edit] [Delete]
7	UCV - LIMA NORTE	20/06/2019	20/06/2019	NO ACTIVO	[Edit] [Delete]
8	MINSA 14 DE JUNIO	14/06/2019	14/06/2019	NO ACTIVO	[Edit] [Delete]
9	UPCH - JUNIO 2019	13/06/2019	13/06/2019	NO ACTIVO	[Edit] [Delete]

ANEXO XI

REDES SOCIALES

