

## Gaceta Médica de México

Volumen  
Volume 139

Suplemento  
Supplement 3

Septiembre-Octubre  
September-October 2003

*Artículo:*

### Hagamos la diferencia

Derechos reservados, Copyright © 2003:  
Academia Nacional de Medicina de México, A.C.

**Otras secciones de  
este sitio:**

- 👉 Índice de este número
- 👉 Más revistas
- 👉 Búsqueda

***Others sections in  
this web site:***

- 👉 *Contents of this number*
- 👉 *More journals*
- 👉 *Search*



**Medigraphic.com**

# Hagamos la diferencia

Norma Angélica Morales-Alfaro, Hugo Domínguez-Pérez, Sergio Arturo Sánchez-Guerrero

El Centro Nacional de la Transfusión Sanguínea (CNTS) fue creado con el propósito de implementar acciones que permitan la captación de unidades de sangre con la máxima seguridad, inocuidad, disponibilidad y racionalidad, teniendo como misión el garantizar un abasto suficiente y seguro de sangre, conforme a lo establecido en la legislación sanitaria. Eventos importantes en nuestro país que definieron el cómo obtener unidades de sangre con menor riesgo de transmitir enfermedades a través de la sangre, fue la prohibición de la comercialización de la sangre y la obligatoriedad de las pruebas serológicas, esto dio pauta para que cada banco de sangre capte unidades de sangre de aquellos donadores que sean de bajo riesgo.<sup>1-5</sup>

Organizaciones como la Cruz Roja, la Media Luna Roja y la Organización Mundial de la Salud/Organización Panamericana de la Salud promueven el desarrollo de servicios sanguíneos nacionales basados en la donación de sangre de manera voluntaria. Este empuje global hacia la promoción de la donación de sangre voluntaria hace que cada nación adopte la responsabilidad de proveer en el sistema de salud herramientas que permitan el desarrollo de programas nacionales de donación de sangre altruista.

Uniéndonos a esta responsabilidad mundial hemos adoptado el programa *hagamos la diferencia* el cual nos da las herramientas para iniciar el proceso de cambio de actitudes y creencias sobre la donación voluntaria en nuestra población mediante campañas de promoción y de educación.

El éxito del reclutamiento de donadores de bajo riesgo depende de la educación y el uso de la mercadotecnia como una herramienta para cambiar las actitudes negativas hacia la donación de sangre.

Es muy posible que cada sector de nuestra población tenga diferentes necesidades de información y educación o que requiera de ser abordado de diferente manera; el objetivo del estudio de mercado es precisamente el conocer sus diferentes necesidades. Para que podamos definir el que hacer y se pueda adoptar la idea de donar

sangre en forma voluntaria hay que lograr el cambio de actitud de la población hacia la donación de sangre y una vez aprendido esto, lograremos que las donaciones sean frecuentes.

*Encontrar qué motiva o desalienta a la persona para que done sangre constituye la base para dirigir nuestros mensajes educativos e información a través de carteles o folletos.*

Es necesario obtener la mayor cantidad de información posible de la comunidad, de manera que el mensaje sea adecuado y atractivo para los receptores. El conocimiento de los hábitos de la audiencia, la cultura local y el ambiente le ayudaran a decidir. Para lograr lo anterior hay que tener en cuenta lo siguiente:

Desarrollar una imagen positiva de los servicios de sangre, es decir hacer atractiva la imagen de la donación de sangre, desterrar imágenes amarillistas de accidentes y otros siniestros relacionados con sangre; deberá implantarse la calidad de los servicios y de las instalaciones de los bancos de sangre. Deberá inspirar confianza y credibilidad.

El donador de sangre tiene que ser visto por el personal de banco de sangre como un cliente exclusivo; por tal motivo, debe de existir un ambiente de cordialidad y de comunicación. Es frecuente que la capacidad del personal de ofrecer un servicio de calidad sea proporcional al nivel de entusiasmo que dicho personal tiene por su empleo.

El trabajo en equipo es de suma importancia ya que cada uno tiene que asumir la responsabilidad por su trabajo pensando siempre en el bienestar del donador. La calidez y la amistad son aptitudes importantes en el servicio y sobre todo inspirar confianza a través de sus conocimientos profesionales.

Este ambiente se ve fortalecido cuando existe el reconocimiento del buen desempeño, mantener al equipo informado y tomar en cuenta sus sugerencias para el mejoramiento de la calidad en el servicio.

**Un brazo lastimado sana mas rápidamente que un**

## ego lastimado

En el CNTS se realizan campañas de donación de sangre altruista desde 1987, realizando éstas primeramente en escuelas a nivel profesional empresas privadas, universidades privadas y públicas, escuelas a nivel media superior, mercados y delegaciones. No fue hasta el 2002 que todos nuestros esfuerzos se abocaron a sustituir la donación familiar por la donación altruista, implementando acciones de promoción, educación para la retención de donadores de bajo riesgo.

El avance y los resultados de la implantación del programa "Hagamos la diferencia" en el CNTS serán presentados en el congreso.<sup>4-8</sup>

## Referencias

1. **Berenstein M.** Mercadotecnia social, estrategias para el cambio en el comportamiento público. México; 2002.
2. Fundación para Combatir la Leucemia. Guías para la promoción y captación de donantes voluntarios de sangre. Buenos Aires. Argentina: FCL; 2002.
3. **Grifols EJ.** Cómo promocionar la donación de sangre. Artes gráficas Venus. 1a. edición. 1990. Madrid.
4. **Grifols EJ.** Seguridad en medicina transfusional. 1ª edición. Madrid España; Artes gráficas; 1998.
5. **Organización Mundial de la Salud.** Gestión de servicios de transfusión de sangre. Geneva, Switzerland: OMS; 1991.
6. **Organización Mundial de la Salud.** Guía metodológica para la investigación de aspectos socioculturales relacionados con la donación voluntaria de sangre. OMS; 1999.
7. **Organización Mundial de la Salud,** Federación internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja. Hagamos la diferencia. Manual para el reclutamiento del donador altruista de sangre. 1ª edición. El Salvador: oms;. 2002.
8. **Secretaría de Salud.** Programa de acción: Transfusión sanguínea. 1ª. edición. México; SSA; 2002.

