

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO QUE AYUDE A SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR SEDE CENTRAL, A LA DONACIÓN DE SANGRE VOLUNTARIA Y ALTRUISTA PARA UN PROYECTO DE LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL EMBAJADA MUNDIAL DE ACTIVISTAS POR LA PAZ.

PRESENTADO POR:

DIEGO ARMANDO DÍAZ AYALA	DA08013
DIANE JOSÉ FERMÁN DÍAZ	FD07001
MARCO ANTONIO PANAMEÑO ARDÓN	PA10002

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MARZO DE 2017

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTRO AMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: Msc. Roger Armando Arias

Secretario general: Lic. Cristóbal Ríos

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano: Msc. Nixon Rogelio Hernández Vásquez.

Secretaria: Lic. Vilma Marisol Mejía Trujillo

TRIBUNAL CALIFICADOR

Lic. Rafael Arístides Campos

Lic. David Mauricio Lima Jaco

Msc. Carlos Armando Pineda (Docente Asesor)

MARZO DE 2017

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTRO AMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios todo poderoso, por guiarme en mí camino y no dejarme solo en ningún momento, a mi amada madre María Abelina Ayala Barahona (QEPD) por haberme apoyado y ser siempre un Ejemplo de amor y bondad, a mi padre Cristóbal Díaz de la O, por siempre apoyarme y ser un ejemplo a seguir, a mi abuela María Angelina de la O (QEPD) y a mi tía Elvira Díaz de Martínez (QEPD) quienes siempre me brindaron de sus consejos, A mi tío José Antonio Martínez por darme consejo y apoyo, a mis hermanos José Mauricio Díaz y Jorge Neftalí Díaz y mis primos Wilfredo Díaz Mirna Castillo por apoyarme en el camino, a mi asesor Carlos Armando Pineda por brindarnos su sabiduría. Muchas gracias a todos.

Diego Armando Díaz Ayala.

Agradezco a Dios por haberme permitido culminar todo el proceso universitario pues a pesar de todas las circunstancias el siempre puso a las personas y los recursos necesarios para alcanzar cada objetivo, a mi madre por ser mi pilar más grande en la vida y nunca dejarme solo ante cualquier adversidad, a mi abuela que en paz descansa por inculcarme todos los valores para poder desempeñarme como persona y estudiante, a nuestro asesor Licenciado Carlos Pineda por darnos en todo momento su apoyo de principio a fin y al resto de mi familia por siempre estar a mi lado en cada una de mis metas.

Marco Antonio Panameño Ardón.

Primeramente agradezco a Dios por tan grande bendición y haberme permitido llegar victoriosa al final de mi carrera a pesar de las adversidades, agradezco a mi papá José Antonio Fermán, mi mamá Zonia de Fermán y mi hermana Zonia Fermán por su paciencia, por siempre estar conmigo en las buenas y malas, ayudarme, proveerme, apoyarme y aconsejarme, los quiero mucho; a nuestro asesor Licenciado Carlos Pineda por habernos acompañado y guiarnos a lo largo de este proceso, por confiar en nosotros y apoyarnos en cada dificultad.

Diane José Fermán Díaz

Contenido

RESUMEN.....	i
INTRODUCCIÓN	iii
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE LAS GENERALIDADES DE LAS ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES EN EL SALVADOR.	1
1.1 antecedentes y generalidades de las organizaciones no gubernamentales.	1
1.1.1 Definición de organización no gubernamental (ONG)	2
1.1.2 Objetivos de las ONG.....	3
1.1.3 Características de las ONG.....	4
1.1.4 Marco legal.....	5
1.2 Generalidades de la ONG embajada mundial de activistas por la paz	8
1.2.1 Antecedentes	8
1.2.2 Organización actual de la embajada mundial de activistas por la paz	9
1.2.3 Finalidades que persigue la embajada mundial de activistas por la p	10
1.2.4 Objetivos de la ONG embajada mundial de activistas por la paz	10
1.2.5 Servicios que presta la ONG embajada mundial de activistas por la paz	12
1.3 Aspectos básicos sobre la sangre.....	12
1.4 Generalidades sobre la donación de sangre.....	13
1.4.1 Importancia de la sensibilización de la donación de sangre voluntaria, altruista y no remunerada	13
1.4.2 Ventajas de captar donantes voluntarios altruistas.....	14
1.4.3 Tipos de donantes de sangre.....	15
1.4.4 Tipos de sangre.....	16
1.4.5 Criterios para la protección del donante.....	21

1.4.6	Base legal	22
CAPÍTULO II GENERALIDADES DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA		22
2.1	Principios de la planeación estratégica.....	23
2.2	Importancia de la planeación estratégica.....	24
2.3	Ventajas y desventajas de la planificación estratégica	25
2.4	Proceso de planeación estratégica	26
2.5	Análisis FODA	27
2.6	Generalidades de plan estratégico de mercadeo	28
2.6.1	Proceso de la planeación estratégica de mercadeo	29
2.7	Mezcla del mercadeo	31
2.8	Planeación estratégica de las organizaciones no gubernamentales	34
CAPÍTULO III. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA DONACIÓN DE SANGRE EN LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR SEDE CENTRAL.		36
3.1	Planteamiento del problema y metodología de la investigación	36
3.1.1	Antecedentes del problema.....	36
3.1.2	Formulación del problema.....	38
3.2	Objetivos	40
3.2.1	General	40
3.2.2	Específicos.....	40
3.3	Metodología de la investigación.....	40
3.3.1	Método de investigación	40
3.3.2	Tipo de investigación	41
3.3.3	Diseño de la investigación.....	41
3.4	Técnicas de la investigación.....	41

3.5	Universo y muestra.....	42
3.5.3	Distribución proporcional de la muestra	45
3.5.4	Diagnóstico de la situación actual	46
3.5.5	Análisis de la entrevista.....	46
3.5.6	Análisis de los resultados de la encuesta.....	50
3.5.7	Observación directa.....	54
3.5.8	Análisis FODA.....	56
3.5.9	Mezcla de mercadeo.....	58
3.6	Dictamen final de la situación actual.....	62
CAPITULO IV. PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO		64
4.	Resumen ejecutivo	64
4.1	Objetivos	64
4.1.1	General	64
4.1.2	Específicos.....	65
4.2	Situación actual de mercadeo	65
4.3	Demografía de mercado	66
4.3.1	Características de los usuarios.....	66
4.3.2	Segmentación de donantes	67
4.3.3	Necesidades del mercado	68
4.3.4	Tendencias del mercado	69
4.3.5	Crecimiento de mercado.....	69
4.3.6	FODA del producto	70
4.3.7	Competencia.....	71

4.3.8	Oferta del producto.....	71
4.4	Llaves del éxito	71
4.5	Problemas críticos	73
4.6	Estrategias de mercadeo	75
4.6.1	Misión.....	75
4.6.2	Objetivos de mercadeo	76
4.6.3	Mercadeo no lucrativo.....	77
4.6.4	Mercado objetivo.....	77
4.6.5	Posicionamiento	78
4.7	Generalidades de la propuesta	79
4.7.1	Contenido de la propuesta	79
4.8	Proyecciones de las campañas de donación de sangre	82
4.9	Plan de implementación.	85
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		87
5.1	Conclusiones	87
5.2	Recomendaciones	90
VI.	BIBLIOGRAFÍA	93
VII.	ANEXOS	95

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Certificado de Existencia.....	95
Anexo N° 2 Separación de Hemocomponentes.....	96
Anexo N° 3 Encuesta dirigida a los estudiantes de la Universidad de El Salvador Sede Central.....	97
Anexo N° 4 Tabulación de datos.....	101
Anexo N° 5 Ficha de evaluación del donante.....	124
Anexo N° 6 Registro de donación.....	126
Anexo N° 7 Formulario para evaluación del local donde se realizará la colecta móvil de sangre.....	127
Anexo N° 8 Fotografías tomadas en el hospital rosales sobre el proceso de donación de sangre.....	128
Anexo N° 9 Afiches de la donación de sangre.....	131

RESUMEN

La idea surge a partir de la necesidad de renovar la cultura de donación de sangre por parte de las personas, luego encontrar una institución que brindará apoyo en cuanto a logística y diversos contactos siendo esta la Organización Gubernamental Embajada Mundial de Activistas por la Paz en conjunto con la Cruz Roja Salvadoreña y el Hospital Rosales. Como primer paso se busca implementarlo en la Universidad de El Salvador sede Central, teniendo como principales objetivos el conocimiento de que es una donación de sangre, la aclaración de mitos que frenan donaciones, la participación en campañas como donante habitual y no eventual, y la sensibilización de cada alumno respecto al tema. Para poder cumplir cada uno de ellos se ha utilizado el método analítico el cual consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos, sin embargo, el primer descubrimiento es el desconocimiento del tema para lo cual se buscará educar a los estudiantes por diversos medios informativos, segundo y no menos importante la realización de campañas dentro de la Universidad para que los alumnos vayan incluyendo en su diario vivir este importante gesto de humanidad y se pueda crear una cultura de donación de sangre voluntaria y altruista en cada uno de los miembros de la entidad.

La investigación será presentada a través del método analítico, el cuál es el que consiste en la desmembración de un todo para observar las causas, la naturaleza y los efectos.

Finalmente se busca consolidar este gran proyecto a partir de este año y que a medida que estos pasen vaya creciendo cada vez más y más hasta convertirse la Universidad de El Salvador en una entidad con donaciones 100% voluntarias y altruistas y que este sirva de modelo a seguir para otras instituciones, hasta lograr un verdadero impacto en el porcentaje global de todo el país.

Como principales conclusiones se pueden mencionar la social ya que no existe por parte de la población estudiantil una cultura de donación de sangre voluntaria y altruista. Por

lo que se recomienda a la Embajada Mundial de Activistas por la Paz, Cruz Roja y Hospital Rosales informar acerca de la situación actual sobre la donación de sangre para que conozcan los beneficios de ser un donante voluntario.

En cuanto a publicidad se concluye que debido a la falta de conocimiento sobre el tema los estudiantes no se sienten motivados a donar y por lo que se recomienda mejorar no solo la manera en la que se transmite la información sino que también el contenido de esta.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se enfoca en el diseño de un plan estratégico de mercadeo que ayude a sensibilizar a la población estudiantil de la Universidad de El Salvador sede central, a la donación de sangre voluntaria y altruista para un proyecto de la Organización No Gubernamental Embajada Mundial de Activistas por la Paz.

El primer apartado de esta investigación está dividido en cuatro partes, la primera describe la historia y generalidades de las Organizaciones No gubernamentales en El Salvador, explicando los objetivos y características que las definen y las bases legales que las rigen, la segunda parte hace mención sobre las generalidades de la institución, donde se describen los antecedentes, la forma como está organizada y la finalidad que esta persigue, además se muestran los objetivos y los servicios que presta, la tercera parte describe brevemente los aspectos básicos necesarios que deben conocerse sobre la sangre y finalmente la cuarta parte explica las generalidades sobre el proceso de donación de sangre.

El segundo apartado se basa en las generalidades de la planeación estratégica, describiendo los principios e importancia que posee el adecuado diseño de un plan estratégico y las ventajas que este otorga, además se indica la relevancia que tiene un análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (FODA) finalizando así este capítulo con la descripción de la mezcla de mercadeo y la planeación estratégica de las Organizaciones No Gubernamentales.

En el tercer apartado se realiza un diagnóstico de la situación actual sobre la donación de sangre dentro de la Universidad, donde se describen los métodos y técnicas utilizados para la investigación y el conocimiento de los estudiantes sobre dicho tema, así como el apoyo que la universidad muestra ante esta problemática.

El cuarto apartado se enfoca en la propuesta del plan estratégico de mercadeo, iniciando así con los objetivos que se pretenden lograr y explicando la forma en la cual se pasará

de la situación actual al resultado deseado, además se describe la forma en la cual se logrará generar una cultura de donación de sangre voluntaria y altruista dentro de la Universidad de El Salvador y lograr convertir a los estudiantes en donantes voluntarios habituales.

Finalmente en el apartado cinco se presentan las conclusiones de la investigación y las recomendaciones necesarias para que la ONG pueda implementar el plan de mercadeo propuesto.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE LAS GENERALIDADES DE LAS ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES EN EL SALVADOR.

En el presente capítulo se desarrolla la información general sobre las Organizaciones No Gubernamentales a nivel local y la Embajada Mundial de Activistas por la Paz, con el objetivo de brindar un breve panorama del desarrollo de la institución desde sus inicios hasta la actualidad.

Se describirá en forma clara los antecedentes de las ONG a nivel local y la ONG Embajada Mundial de Activistas por la Paz, denotando los siguientes aspectos: Reseña histórica, Estructura Organizativa, Marco Regulatorio Legal y Servicios que presta.

1.1 antecedentes y generalidades de las organizaciones no gubernamentales.¹

El reconocimiento formal es a partir del artículo 71 de la Carta de las Naciones Unidas (1945). Además de participar en el sistema de las Naciones Unidas, también lo hacen a nivel de los Estados nacionales que correspondan en calidad de observadores, consultores, ejecutantes de proyectos, como una forma de presión social ciudadana, etc.

Al concluir la Segunda Guerra Mundial en 1945, se generó un Nuevo Orden Global en el cual se creó la conciencia de la cooperación y la integración entre los países.

Actualmente existe un sin número de ONG que trabajan alrededor del mundo y que su tarea se ha convertido en vital importancia para la ciudadanía, ya que ofrecen asistencia a los grupos menos favorecidos, brindando oportunidades de inclusión social, educación, empleo digno etc.

¹González Acevedo, Zulma Karina y otros, Trabajo de graduación “Manual de Procedimientos para la supervisión de los recursos financieros por parte de las ONG’S administradoras de fondos que financian proyectos de desarrollo social” UES, San Salvador 2003.

En El Salvador se expanden desde los años de 1960 a 1970. El éxito de estas organizaciones consiste en mejorar la calidad de vida de las personas, a través de proyectos que vayan encaminados al desarrollo social y económico.

Durante el pasado conflicto armado interno, muchas de ellas suplieron el “achicamiento” estatal en materia de salud, educación, producción causada por la prioridad de financiar la lucha insuficiencia política y militar. Incidió también en su desarrollo, la manifestación de graves violaciones de los derechos humanos en su sentido integral, que hizo urgente que la sociedad civil se organizara.

1.1.1 Definición de organización no gubernamental (ONG)²

Se debe tomar en cuenta que una ONG puede tener diversas formas jurídicas: asociación, fundación, cooperativa, etc. Es importante resaltar que nunca buscan obtener ganancias de tipo económico, sino que son entidades de la sociedad civil que se basan en el voluntariado y que intentan mejorar algún aspecto de la comunidad.

Puede determinarse entonces que es una institución sin fines de lucro de carácter humanitario, que busca resolver un problema social a través de apoyo voluntario de las partes que lo componen.

Algunas definiciones de Organización No Gubernamental (ONG) se muestran en el siguiente cuadro:

²Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2009. Actualizado: 2013. <http://definicion.de/ong/#ixzz4D1gkBgYI>

Cuadro N° 1 Definición Organización No Gubernamental (ONG)

Definición N° 1	<p>Es una entidad de carácter público, con fines y objetivos humanitarios y sociales definidos por sus integrantes, creada independientemente de los gobiernos locales, regionales y nacionales, así como también de organismos Internacionales. El financiamiento de actividades, generalmente proviene de diversas fuentes: personas particulares, estados y otras administraciones públicas, organismos internacionales, empresas, otras ONG, entre otras.</p>
Definición N° 2	<p>Son aquellas Organizaciones cuyo papel es la promoción de grupos de base, de manera que estos adquieran un mayor dominio de la situación, autonomía en sus comportamientos, capacidad de gestión de sus iniciativas como de sus proyectos e instituciones, siendo vehículos para la transferencia de conocimientos, tecnología y recursos.</p>
Definición N°3	<p>Organización cuyo financiamiento depende principalmente de donativos particulares y que se dedica a la ayuda humanitaria en una o varias de sus diferentes vertientes: asistencia técnica o médica a países subdesarrollados, auxilios en caso de catástrofes o guerras, ayuda a los necesitados en países subdesarrollados, etc.</p>

Fuente: Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2009. Actualizado: 2013.<http://definicion.de/ong/#ixzz4D1gkBgYI>., adaptado y resumido por el equipo de investigación.

1.1.2 Objetivos de las ONG³

Las ONG se rigen por una serie de objetivos, los cuales los diferencian con otros tipos de organizaciones, entre sus objetivos se pueden mencionar:

³Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2009. Actualizado: 2013.<http://definicion.de/ong/#ixzz4D1gkBgYI>

- a. Promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas.
- b. Eliminar los obstáculos que impidan o dificulten la plenitud de las personas.
- c. Contribuir a la inclusión y cohesión social y luchar para combatir las situaciones de marginación y discriminación social.
- d. Defender los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales de los sectores más vulnerables.
- e. Fomentar la calidad en los programas y servicios.

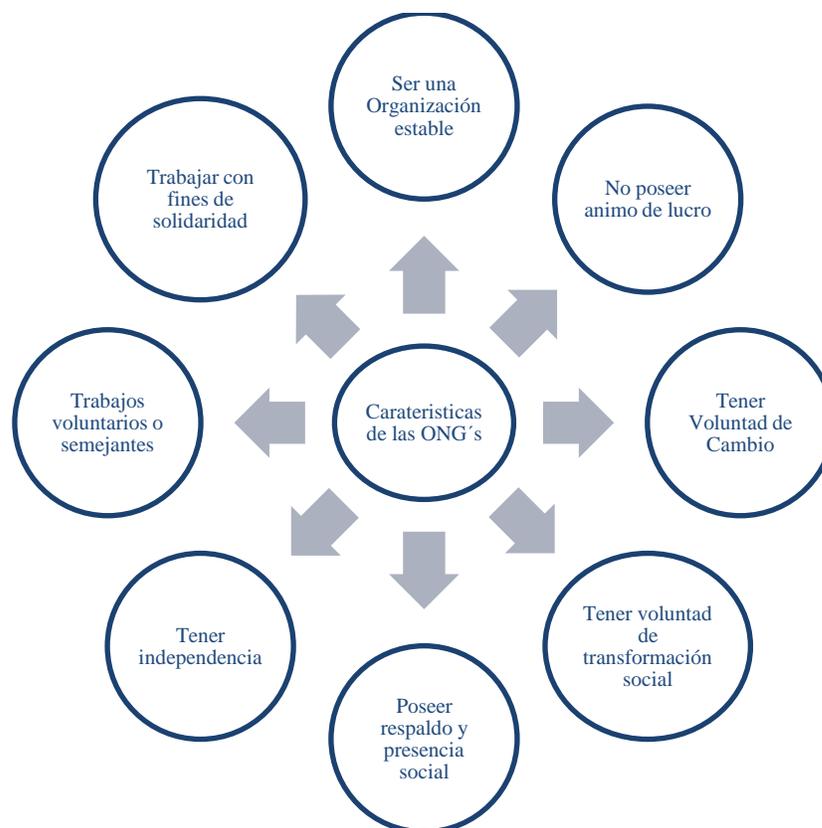
Estos objetivos ayudan a que se enfoquen en buscar el beneficio de la sociedad en general, mejorando o apoyando áreas en las cuales no se está poniendo interés y que generan un problema a la población, además estos objetivos ayudan al progreso.

1.1.3 Características de las ONG

Cuentan con características fundamentales y que son la base para su funcionamiento y a su vez ayuda a destacarse como organizaciones que no buscan el beneficio propio sino el de la sociedad.

En la siguiente figura se pueden observar las principales características.

Figura N° 1 “características de las ONG”



Fuente: Elaborado por el grupo de investigación.

1.1.4 Marco legal⁴

Las Organizaciones No Gubernamentales también están regidas por un marco legal que regula la creación de estas asociaciones sin fines de lucro, en este rubro se definen las asociaciones y fundaciones, las cuales son reguladas por el Decreto No.894 Ley de Asociaciones y Fundaciones sin fines de Lucro, publicado en el Diario Oficial, el martes 17 de diciembre de 1996. De acuerdo con el Art. 28 de la Ley que rige a estas instituciones, los estatutos constituyen el ordenamiento básico que rige sus actividades y

⁴Barahona Francisco, Díaz Jesús y otros, Trabajo de graduación “Estudio de factibilidad para la creación de una dispensa de consumo familiar a favor de los trabajadores del campus central de la UES a través de la asociación de profesionales y técnicos de la universidad de el salvador (APTUES)”. El Salvador UES sede central 2011. Pág. 8.

serán de obligatorio cumplimiento para todos los administradores y miembros de las mismas.

El estatus legal de la personalidad jurídica no es determinante para la realización de operaciones de las organizaciones no gubernamentales, pero su posesión es un requisito legal que facilita sus acciones y significa: el reconocimiento del estado y de la sociedad de una personalidad jurídica, identificada con determinados objetivos y formas de organización.

El Ministerio de Gobernación es el ente competente de otorgar la Personalidad Jurídica de las Asociaciones y Fundaciones nacionales y extranjeras legalmente autorizadas para operar en el país, su disolución y liquidación, es la institución rectora que establece los requisitos legales apegados a derecho y fundamentada en la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro y su Reglamento.

a) Ley de Asociaciones y Fundaciones Sin Fines de Lucro. Esta ley establece el régimen jurídico el cual se aplicará a todas las asociaciones y fundaciones sin fines de lucro. En esta ley se presentan las disposiciones generales de las Asociaciones en estudio; en sus capítulos también establece las diferencias entre una Asociación y una Fundación, y la forma en que estas deben de administrarse. Además menciona también el régimen jurídico interno sobre el cual se basarán estas asociaciones y fundaciones sin fines de Lucro; la forma como administra el patrimonio; si son extranjeras estas asociaciones se establece los lineamientos. La disolución de ellas también se establece en esta ley entre otros aspectos.⁵

b) Norma de Contabilidad Financiera No. 21 Registro de las Operaciones Financieras en las Organizaciones sin Fines de Lucro. En esa norma se trata cada uno de los elementos de la contabilidad que requiere una consideración especial por el tipo de entidades a las que se aplica, por lo cual el contenido debe apoyarse en otras normas de contabilidad financiera para efectos de los requerimientos que no se ha considerado, estos elementos que no presentan novedad para la contabilidad.⁶

⁵Ley de Asociaciones y fundaciones sin fines de Lucro, El Salvador, decreto No. 894, Julio de 1997

⁶Norma de Contabilidad Financiera No. 21 Registro de las Operaciones Financieras en las Organizaciones No Gubernamentales sin Fines de Lucro (ONG'S)

c) Código Civil⁷. El Código Civil vigente contiene una serie de artículos referentes a las Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro que regula fundamentalmente los aspectos siguientes:

- ✓ La obtención de la Personalidad Jurídica según el artículo 541
- ✓ Aprobación de los estatutos
- ✓ Regulación del patrimonio y limitación de la responsabilidad de los que la componen en caso de deudas de la corporación, mediante el artículo 543.
- ✓ El artículo 546 establece lineamientos para la administración en el sentido de que las corporaciones son representadas por las personas a quienes la ley o las ordenanzas respectivas han conferido este carácter.
- ✓ Validez de los estatutos (Artículo 548)
- ✓ Traslado a la jurisdicción del Código Penal en caso de fraude en los fondos de la corporación, sobre la base del artículo 550)
- ✓ Artículo 551 se establece la forma de adquirir los bienes, conservarlos y enajenación dentro de los dos años subsiguientes al día en que hayan adquirido la posesión de ellos.
- ✓ Artículo 554 dice: “Las corporaciones no pueden disolverse por sí mismas, sin la aprobación de la autoridad que legitimó su existencia. Podrán ser también disueltas por “disposición de la Ley o por decreto del Órgano Ejecutivo, a pesar de la voluntad de sus miembros, si llegan a comprometer la seguridad o los intereses del Estado o no corresponden al objeto de su institución”. El proceso de disolución por parte del Órgano Ejecutivo se describe en el párrafo 3 de este artículo y demás disposiciones en los artículos 555 y 556.

d) Ley de Impuestos Sobre la Renta y su Reglamento. Las ONG'S no son sujetos obligados al pago de impuesto sobre la renta, por ser consideradas no lucrativas y

⁷Código Civil, decreto No. 7 año 2004.

creadas con fines de asistencia social, es lo que establece el Art. 6 de la Ley de Impuesto Sobre la Renta.⁸

e)Código Tributario. El Art. 50 determina la solidaridad de los representantes legales o titulares de las corporaciones y fundaciones de derecho y utilidad pública. Las ONG estarán obligadas a la presentación de la declaración de impuesto sobre la renta e informar de todas las donaciones que se les efectúen.⁹

f)Registros de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro. La Dirección del Registro de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro en el país es una institución integrante del Ministerio de Gobernación, que fue creada para lograr una aplicación efectiva, apegada a derecho, de la ley de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro y su reglamento, a fin de garantizar al ciudadano el respeto a la libertad de asociación consagrada en la Constitución de la República de El Salvador.

Podemos decir entonces que las ONG están reguladas por una base legal en donde su principal ente competente es el Ministerio de Gobernación el cual otorga la personalidad jurídica, asimismo es el encargado de su disolución y liquidación, cabe mencionar que estas organizaciones están exentas del pago del impuesto sobre la renta pero deben informar sobre las donaciones que estas perciben asimismo deben hacer declaraciones de Impuesto al Valor Agregado (IVA).

1.2 Generalidades de la ONG embajada mundial de activistas por la paz

1.2.1 Antecedentes

La Embajada Mundial de Activistas Por La Paz es una organización sin fines de lucro, de carácter mundial, que surgió en octubre del año 2012, en Cayey, Puerto Rico, como una inspiración del activista por la Paz, Dr. William Soto Santiago, quien desde hace varias décadas ha liderado múltiples iniciativas orientadas a la promoción y defensa de los Derechos Humanos.

⁸Reglamento de la Ley de Impuesto Sobre la Renta, Decreto Legislativo N° 134, de fecha 18 de diciembre de 1991, publicado en el Diario Oficial N° 242, Tomo 313 del 21 del mismo mes y año.

⁹Código tributario, decreto No. 230, Agosto 2010. Corte Suprema de Justicia, San Salvador, El Salvador, C.

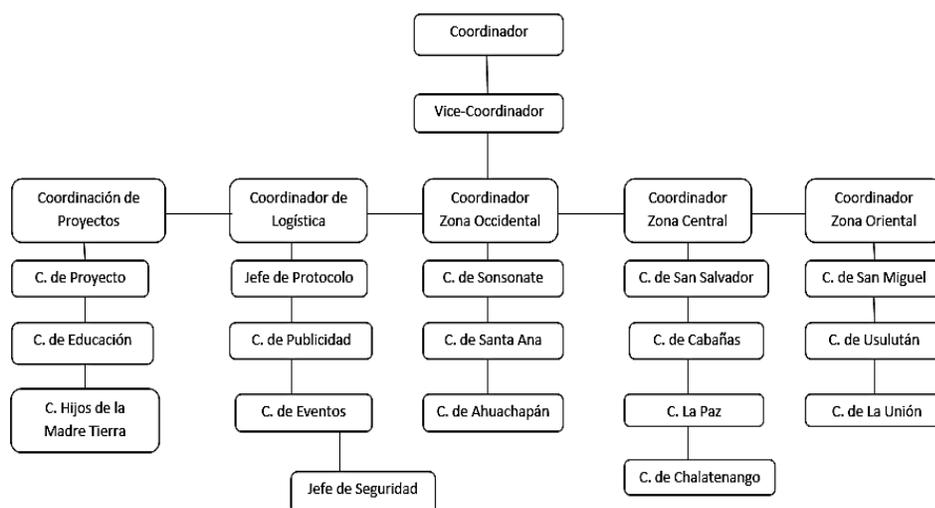
Debido a la necesidad constante de sangre segura, en el momento y en el lugar en que se precise (ya sea por un accidente de tránsito, una transfusión sanguínea, un parto o intervención quirúrgica), y a la inmediatez con la que se requiere, la Embajada Mundial de Activistas por la Paz desarrolla el proyecto “En la Sangre está la vida”, en el cual busca sensibilizar a la población respecto a la importancia de donar sangre de manera voluntaria y altruista, el proyecto se realiza en iglesias, empresas, hospitales y centros de salud, también dentro de la campaña se comunica a la población sobre las ventajas y beneficios que conlleva donar sangre, de igual forma desmintiendo mitos y creencias.

La finalidad es captar más donantes voluntarios y hacer un llamado de donaciones regulares a los ya considerados donantes voluntarios.

1.2.2 Organización actual de la embajada mundial de activistas por la paz¹⁰

Según la estructura de la Organización No Gubernamental Embajada Mundial de Activistas Por La Paz, está constituida de la siguiente manera:

Esquema #1 Organización actual de la Embajada Mundial de Activistas Por La Paz



Fuente: Estatutos de la Embajada Mundial de Activistas por la Paz.

¹⁰Información proporcionada por el representante de la Embajada Mundial de Activistas por la Paz en El Salvador.

1.2.3 Finalidades que persigue la embajada mundial de activistas por la paz¹¹

Tiene como finalidad promover la paz a nivel mundial, trabajando de manera integral para el fortalecimiento de los principios universales de tolerancia, solidaridad, cooperación, prevención y solución de conflictos, fomentando el entendimiento entre personas, pueblos y naciones en el marco del diálogo pacífico y el respeto de los Derechos Humanos.

Transformar mentalidades y generar acciones para el fortalecimiento de la paz, la fraternidad y la felicidad en individuos, familias, escuelas, universidades, organizaciones, entidades públicas y privadas, parlamentos, grupos religiosos, comunidades originarias y medios de comunicación.

1.2.4 Objetivos de la ONG embajada mundial de activistas por la paz¹¹

La Organización No Gubernamental Embajada Mundial de Activistas por la Paz posee una serie de objetivos los cuales le ayudan a llevar a cabo un correcto funcionamiento así como impulsar sus propias actividades y facilitar el logro de aquellas que benefician a la sociedad en general, sus objetivos se muestran en el cuadro siguiente:

¹¹ <http://embajadamundialdeactivistasporlapaz.com/es>

Cuadro N° 2 “Objetivos de la ONG Embajada Mundial de Activistas por la Paz”

1. Organizar las condiciones para desarrollar sus propias actividades, celebrar contratos o convenios y asociarse en cualquier forma permitida en la ley, con otras entidades con o sin ánimo de lucro, en su domicilio principal o en cualquiera de sus delegaciones.
2. Realizar, patrocinar, organizar, sistematizar toda clase de eventos, en el país y a nivel internacional, que contribuyan al cumplimiento del presente objeto social.
3. Apoyar, patrocinar y/o facilitar la ejecución de ideas presentadas por personas o grupos, cuyos propósitos y objetivos concuerden con los de la Embajada.
4. Realizar, directa o indirectamente, por cuenta propia o ajena, sola o mediante consorcios, uniones temporales o alianzas estratégicas con organizaciones no gubernamentales u organizaciones de la sociedad civil o entidades del sector privado, nacionales o extranjeras, todas aquellas actividades encaminadas a proyectar, ejecutar, administrar, coordinar, controlar o evaluar planes, programas o proyectos, orientados a buscar el cumplimiento de los objetivos de la Embajada.
5. Impulsar por sí misma proyectos que se adapten a los fines de la Embajada. Dentro de este objetivo se puede mencionar la campaña “En la Sangre esta la Vida” base de la investigación.
6. Apoyar, asociarse, establecer alianzas y/o contratar con otras Instituciones, nacionales o extranjeras, que tengan fines similares o complementarios, y hacerles aportes y donaciones en dinero, en especie o en servicios.
7. Establecer programas de desarrollo y asistencia social, educativa, en salud, comunicaciones, cultural, de vivienda, de economía solidaria, y demás que sean necesarias para el cumplimiento de los objetivos de la Embajada.

Fuente: Estatutos de la Embajada Mundial de Activistas por la Paz

1.2.5 Servicios que presta la ONG embajada mundial de activistas por la paz

Los activistas por la paz promueven proyectos y campañas en los diferentes ámbitos donde se desarrolla el ser humano: familia, comunidades, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales, organizaciones privadas y públicas, Estados y/o naciones, pueblos originarios, grupos humanos y organismos de carácter supranacional.

Dentro de estas campañas se encuentra “En la Sangre está la Vida” que es una de las más importantes de la ONG y la cual será una de las bases para la investigación a realizar.

1.3 Aspectos básicos sobre la sangre

La sangre es un tipo de tejido conectivo que se encuentra en estado líquido por todo el cuerpo, sus principales funciones son: El transporte de nutrientes, vitaminas, hormonas y de oxígeno hacia las células del organismo; la protección del cuerpo contra virus, bacterias y cuerpos extraños, la regulación de la temperatura y de la presión sanguínea.

Luego de la donación de sangre esta es separada en sus hemocomponentes los cuales son: Glóbulos rojos, glóbulos blancos, plaquetas y plasma.

(Ver anexo 2)

Los glóbulos rojos transportan el oxígeno de los pulmones hacia los tejidos y captan el anhídrido carbónico producido en los tejidos que es eliminado luego por las vías respiratorias.

Los glóbulos blancos defienden al organismo contra las infecciones bacterianas y virales.

Las plaquetas impiden las hemorragias favoreciendo la coagulación de la sangre.

El plasma además de servir como transporte para los nutrientes y las células sanguíneas, contiene diversas proteínas y factores de coagulación que son de utilidad en la terapia transfusional.

1.4 Generalidades sobre la donación de sangre

La donación de sangre es un procedimiento médico por el cual a una persona se le realiza una extracción de sangre que luego se inyecta en otra persona. Dado que la sangre humana es una sustancia que actualmente no se puede sintetizar, es necesario extraerla de otra persona.

1.4.1 Importancia de la sensibilización de la donación de sangre voluntaria, altruista y no remunerada

Constituye el lado humano y social de la Medicina Transfusional, para salvar vidas de personas afectadas por accidentes o por enfermedades que requieran algún componente de la sangre.

La sangre no se puede fabricar, la única solución es que una persona quiera donar una pequeña cantidad de su sangre, de manera voluntaria y altruista.

El cuerpo humano de un adulto tiene entre 5 y 6 litros de sangre, esto depende de edad, peso y altura. La cantidad a donar es de 450mL lo cual es menos de medio litro, cantidad que no interfiere con el funcionamiento normal del organismo. Del total de la sangre donada se hace la separación de los hemocomponentes que son el plasma, glóbulos rojos, y plaquetas.

No hay específicamente una cantidad máxima o mínima de transfusión ya que esto va a depender de la gravedad del caso, así será la cantidad de sangre a transfundir así como sus hemocomponentes

Si la transfusión se realiza en hospitales privados y este carece de algún tipo o tiene insuficiente sangre, la Cruz Roja es la encargada de brindar la sangre pero el receptor

está obligado a reponerla por medio de donantes y pagando \$82 dólares por donante ya que este es el costo del tamizaje que se realiza a la sangre de cada uno, respecto a los hospitales públicos cuando la Cruz Roja suministra la sangre esta asume todos los costos.

1.4.2 Ventajas de captar donantes voluntarios altruistas

A continuación se presentan las ventajas de las donaciones de forma voluntaria y altruistas:

Cuadro N° 3 “Ventajas de captar donantes voluntarios altruistas”

1. No están bajo presión para donar sangre, por lo cual no omiten información y en general reúnen los criterios de donación más frecuentemente que los otros grupos (mayor seguridad y disponibilidad).
2. Están dispuestos a donar sangre regularmente, lo cual es importante para mantener cubiertas las necesidades de sangre en un hospital.
3. Los donantes voluntarios están frecuentemente libres de enfermedades transmisibles por transfusión, porque están informados, mantienen su auto cuidado y además su sangre se examina cada vez que donan sangre.
4. Están dispuestos a donar en situaciones de emergencia.
5. Constituye el lado humano y social de la Medicina Transfusional, para salvar vidas de personas afectadas por accidentes o por enfermedades que requieran algún componente de la sangre.
6. La sangre no se puede fabricar, la única solución es que una persona quiera donar una pequeña cantidad de su sangre, de manera voluntaria y altruista.
7. La cantidad donada, no interfiere con el funcionamiento normal del organismo.

8. Generar la cultura de la donación, y convertirla en un hecho habitual en la vida de los ciudadanos.
9. Da respuesta a las necesidades transfusionales de las personas que la necesitan de forma equitativa y oportuna.
10. Permite la disponibilidad de los hemocomponentes.
11. Genera la solidaridad humana.

Fuente: Manual de selección y captación de donantes de sangre, MINSAL año 2010

1.4.3 Tipos de donantes de sangre

Los centros de salud clasifican a los donantes según la necesidad que estos tengan, por lo que se describen de la siguiente manera:

a) Donante voluntario altruista no remunerado

Se define como “la persona que dona sangre, plasma o algún componente sanguíneo por su propia voluntad, con el deseo de ayudar y no recibe pago por ello, ni en efectivo o de otra forma que sea considerada como sustituto del dinero”.

b) Donante de reposición (familiar o amigo)

Es la persona que dona sangre condicionada por el centro hospitalario, con la finalidad de prever las necesidades de sangre o reponer la utilización de ésta en los pacientes.

Este tipo de donante incluye dos variantes:

- ✓ En la primera, la familia dona la misma cantidad de sangre que recibe el paciente. Esta sangre ingresa al Banco de Sangre y se utiliza de acuerdo a las necesidades. El donante ignora la identidad del receptor.

- ✓ La segunda posibilidad es la donación dirigida, en la cual el donante solicita que su sangre se destine a un paciente determinado.

c) Donante autólogo

Es la persona que previa evaluación y autorización médica, dona su sangre antes de la cirugía, la cual es conservada para un requerimiento transfusional personal.

d) Donante de aféresis

Es la persona a quien se le extrae por medio de un procedimiento mecánico y de forma selectiva un componente sanguíneo, reinfundiéndole el resto de los componentes no separados.

En nuestro país el procedimiento más usado es la plaquetoféresis de un solo donante, esta práctica tiene la ventaja de coleccionar mayor número de plaquetas con la consiguiente disminución de exposición antigénica.

e) Donante remunerado o comercial

Persona que dona sangre a cambio de dinero u otra forma de retribución, que puede cambiarse por dinero. Son capaces de estafar e incluso mentir al momento de su interrogatorio, lo que pone en riesgo la seguridad de la sangre.

Fuente: Manual de Selección y Captación de Donantes de Sangre, MINSAL 2010.

1.4.4 Tipos de sangre

Las funciones de la sangre se desconocieron durante siglos. Los médicos intuían su importancia y realizaron múltiples intentos de transfusiones sanguíneas como medio para tratar distintas enfermedades. Pero, en la mayoría de los casos, resultaron nocivos para el paciente por lo que esta práctica médica estuvo prohibida.

En 1900, el patólogo alemán Karl Landsteiner comenzó a mezclar sangre de diferentes personas, encontrando que algunas mezclas eran compatibles, mientras que otras no lo eran.

Descubrió que, en la superficie de los hematíes, existían dos tipos de proteínas marcadoras o antígenas que denominó A y B. Observó, además, que el plasma contiene también dos tipos de anticuerpos que reaccionan con las proteínas de los glóbulos rojos y que llamó anticuerpos Anti-A y Anti-B. De esta manera estableció cuatro tipos de grupos sanguíneos:

Cuadro #4 Tipos de grupos sanguíneos

Grupo A	Aquel grupo de sangre cuyos glóbulos rojos tienen el antígeno A y en las que su plasma encontramos el anticuerpo Anti-B.
Grupo B	Sus glóbulos rojos tienen el antígeno B y su plasma los anticuerpos Anti-A.
Grupo AB	Los glóbulos rojos de este grupo tienen los dos tipos de antígenos: A y B; pero el plasma no tiene ningún anticuerpo.
Grupo O	En este grupo sanguíneo los glóbulos rojos no tienen antígenos, pero el plasma tiene anticuerpos Anti-A y Anti-B.

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación con base a información proporcionada por Cruz Roja Salvadoreña.

Partiendo de esta caracterización estableció la compatibilidad entre los distintos grupos según las reacciones que se producían, ya que los anticuerpos que posee cada grupo sanguíneo reacciona cuando se introducen en el torrente sanguíneo hematíes con antígenos “extraños”: Anti-A contra antígenos A y Anti-B contra antígenos B.

Cuadro # 5 Compatibilidad sanguínea

GRUPO	DONA	RECIBE
A+	A ⁺ AB ⁺	A [±] O [±]
A-	A [±] AB [±]	A ⁻ O ⁻
B+	B ⁺ AB ⁺	B [±] O [±]
B-	B [±] AB [±]	B ⁻ O ⁻
AB+	AB ⁺	Receptor Universal
AB-	AB [±]	A ⁻ B ⁻ AB ⁻ O ⁻
O+	A ⁺ B ⁺ AB ⁺ O ⁺	O [±]
O-	Donante Universal	O ⁻

Fuente: Criterios de los donantes y receptores de sangre, Manual de selección y captación de donantes de sangre MINSAL.

En El Salvador existe una variante entre los porcentajes de tipos de sangre de la población, detallados en el siguiente cuadro:

Cuadro #6 Tipos de sangre en los Salvadoreños

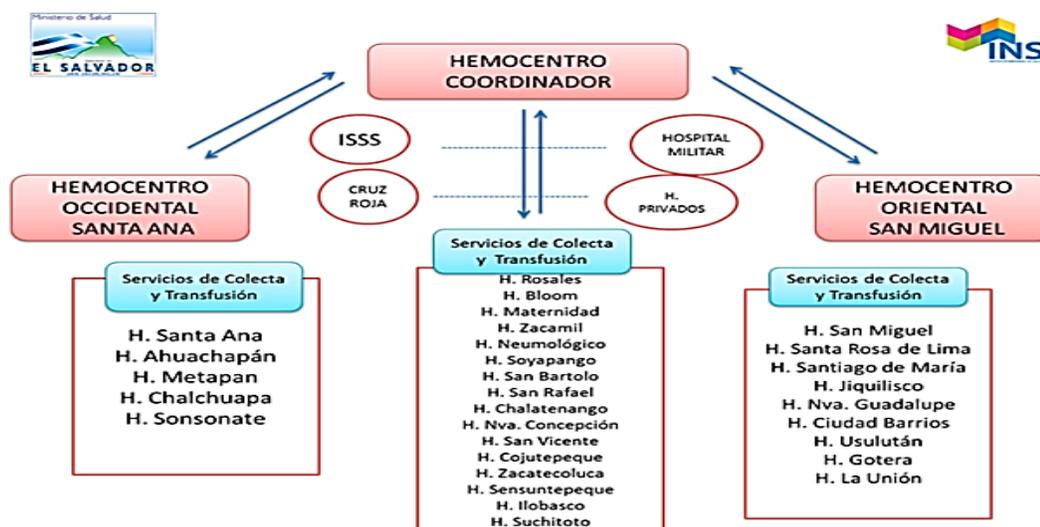
ORh+	62%
ARh+	23%
BRh+	11%
ABRh+	1%
ORh-	1%
ARh-	1%
BRh-	0.70%
ABRh-	0.30%

Fuente: Información proporcionada por la Cruz Roja Salvadoreña 2016

Los Bancos de Sangre y servicios de transfusión, son centros donde se aplican las buenas prácticas para la utilización de la sangre humana para uso terapéutico y de investigación. Debiendo promover, motivar, educar, seleccionar y registrar a los donantes, coleccionar la sangre, procesarla en componentes sanguíneos, realizar su análisis inmunohematológico y serológico, almacenarla y distribuirla, dando cumplimiento a las medidas de bioseguridad, fortaleciendo la seguridad transfusional.

La estructura organizativa y funcional del Sistema Nacional de Sangre está integrado por: el Ministerio de Salud en adelante MINSAL, quien a nivel normativo cuenta con la Coordinación Nacional de la Red de Bancos de Sangre del Instituto Nacional de Salud en adelante INS, a nivel operativo constituida por la Red de Bancos de Sangre:

Esquema #2 Distribución de centros y bancos de sangre a nivel nacional

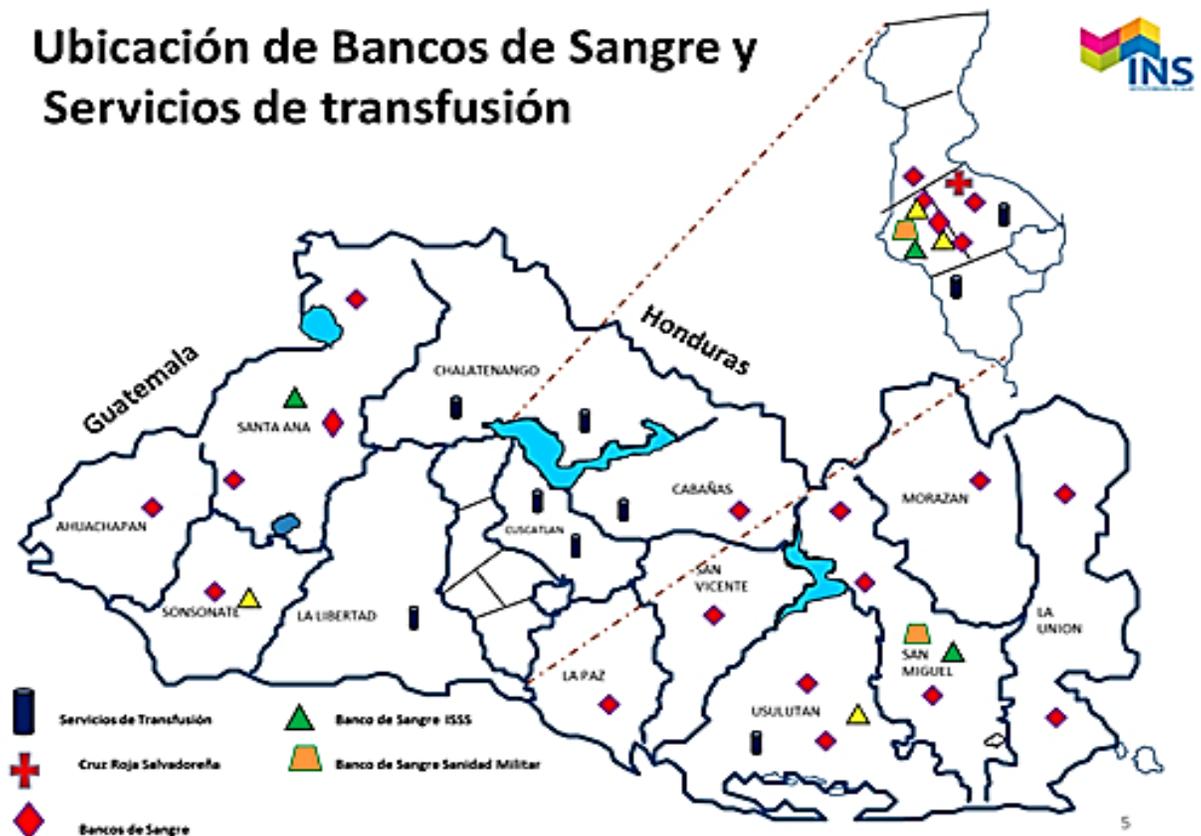


Fuente: Sitio web del Ministerio de salud

Veintiún Bancos de Sangre y nueve servicios de transfusión del MINSAL, un centro de sangre de Cruz Roja Salvadoreña, tres Bancos de Sangre y tres servicios de transfusión

del ISSS, dos Bancos de Sangre de Sanidad Militar, quince Bancos de Sangre y 10 servicios de transfusión privados los cuales están ubicados de la siguiente manera:

Imagen #1 Mapa de distribución y ubicación de centros y bancos a nivel nacional.



Fuente: Sitio web del Ministerio de Salud

La Cruz Roja Salvadoreña es la que se encarga de dar apoyo a los hospitales nacionales asumiendo el costo del procesamiento de la sangre (este ronda los \$82 en gastos de laboratorio) el cual determina si la sangre es apta para transfusión o no; para los hospitales privados, si este no cuenta con el tipo de sangre necesario o no cuenta con la

suficiente sangre, pueden recurrir a la Cruz Roja llevando los donantes, pero los costos de tamizaje los asume el receptor.

La totalidad de las unidades de sangre colectadas son tamizadas para cinco agentes infecciosos normados: Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH), sífilis, enfermedad de Chagas, hepatitis B, hepatitis C y otros. Se cuenta con un programa de evaluación externa de la calidad nacional e internacional para pruebas serológicas e inmunohematológicas.

1.4.5 Criterios para la protección del donante

Existen diversos requisitos que todo posible donante de sangre debe de cumplir para su propia protección, evitando de esta manera consecuencias posteriores a la donación entre los cuales describimos en la siguiente tabla:

Cuadro #7 Criterios para la protección de los donantes de sangre.

Criterios para la protección del donante

Apariencia saludable.
Edad: entre 18 y 65 años.
Peso: igual o superior a 50 kilos (110 lbs).
Presión arterial sistólica entre 90 y 160 mm Hg.
Presión arterial diastólica entre 60 y 90 mm Hg.
Pulso: entre 50 y 100 pulsaciones.
Hemograma, hematocrito o hemoglobina.
No estar embarazada o durante los primeros 6 meses de lactancia materna.

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación con base a la información del Manual de selección y captación de donantes MINSAL 2010.

1.4.6 Base legal¹²

Siendo que la Constitución de la República tipo de Ley Constituyente vigente desde el año 1983, establece en su Artículo 1, que la persona humana es el origen y el fin de la actividad del Estado, y que por ello debe entre otros aspectos asegurar la salud de la persona, resulta consecuente que el Artículo 65 califique la salud como un bien público, por el cual deban velar tanto el Estado como las personas.

Es por ello, y en desarrollo de la Constitución, que en el Artículo 40 del Código de Salud se determina que el Ministerio de Salud tiene la obligación de determinar, planificar y ejecutar la Política Nacional en materia de Salud; dentro de lo cual se vuelve necesario regular aspectos que son vitales, entre ellos la donación de sangre, la seguridad y calidad así como otros aspectos que no están claros en dicho cuerpo normativo. Si bien es cierto en los Artículos 128 y siguientes del Código de Salud, trata de forma indirecta la donación de órganos y tejidos humanos con fines terapéuticos y científicos, resulta ello insuficiente para la regulación de un producto humano vital como es la sangre, sus componentes y derivados, ya que ello permite el adecuado tratamiento de la población que los requiera, para la recuperación de su salud.

El Reglamento General de Hospitales del Ministerio de Salud, oficializado el catorce de junio de mil novecientos noventa y seis, regula el funcionamiento de los Bancos de Sangre como dependencia anexa a los laboratorios clínicos, encargándose de la recolección, clasificación, almacenamiento y aplicación de la sangre y sus derivados, así como otros aspectos para su administración y regulación vía normas sanitarias, tal como lo establece en el Artículo 49 y siguientes.

CAPÍTULO II GENERALIDADES DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Este capítulo se refiere a la planeación estratégica que es la forma en la que se puede decidir con anticipación de qué manera se enfrentarán los problemas, como hacerlo, cuando hacerlo y quien debe hacerlo, asignando un curso de acción que implica la

¹² Diagnóstico de situación nacional de servicios de sangre MINSAL julio 2013

selección de misiones y objetivos logrando llevar a cabo las primeras y alcanzar las segundas.

Pero la planeación estratégica no es solo eso pues también conlleva diversos componentes que serán presentados a continuación y que su aplicación se reflejará en el capítulo tres de la presente investigación.

2.1 Principios de la planeación estratégica

Los principios de la planeación sirven de guía para llevar a cabo la acción eficientemente, tomando en cuenta cada uno de ellos, los cuales se explican en el siguiente cuadro.

Cuadro #8 Principios de la Planeación estratégica.

Principios de la Planeación	
Principios	Descripción
Factibilidad	Lo que se planea debe ser realizable, es inoperante elaborar planes demasiado ambiciosos u optimistas que sean imposibles de lograr. La planeación debe adaptarse a la realidad, a las condiciones objetivas que actúan en el medio ambiente.
Flexibilidad	Al elaborar un plan es conveniente manejar márgenes de holgura que permitan afrontar situaciones imprevistas.
Unidad y Equilibrio	Todos los planes específicos de la empresa deben integrarse a un plan general y dirigirse al logro de los objetivos generales, de tal manera que sean consistentes, armónicos en cuanto al equilibrio e interrelación que debe existir entre estos.

Cambio de estrategias	Cuando un plan se extiende en relación al tiempo (largo plazo), será necesario rehacerlo completamente. Esto no quiere decir que se abandonen los propósitos, sino que la empresa tendrá que modificar el curso de acción.
Objetividad	Los planes deben basarse en hechos reales y no en opiniones subjetivas.
Cuantificación	Los planes deben expresarse en cantidades, volúmenes y porcentajes.
Precisión	Los planes no deben ser vagos e inexactos sino precisos, para lo cual deberán basarse en la objetividad y la cuantificación.

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

2.2 Importancia de la planeación estratégica

La planeación estratégica proporciona una visión de lo que se puede lograr en el futuro en una entidad lo cual genera tranquilidad y sentido de pertenencia provocando motivación a la hora de colaborar y trabajar en equipo, a continuación se mencionan algunas razones por las cuales es importante la Planeación Estratégica.

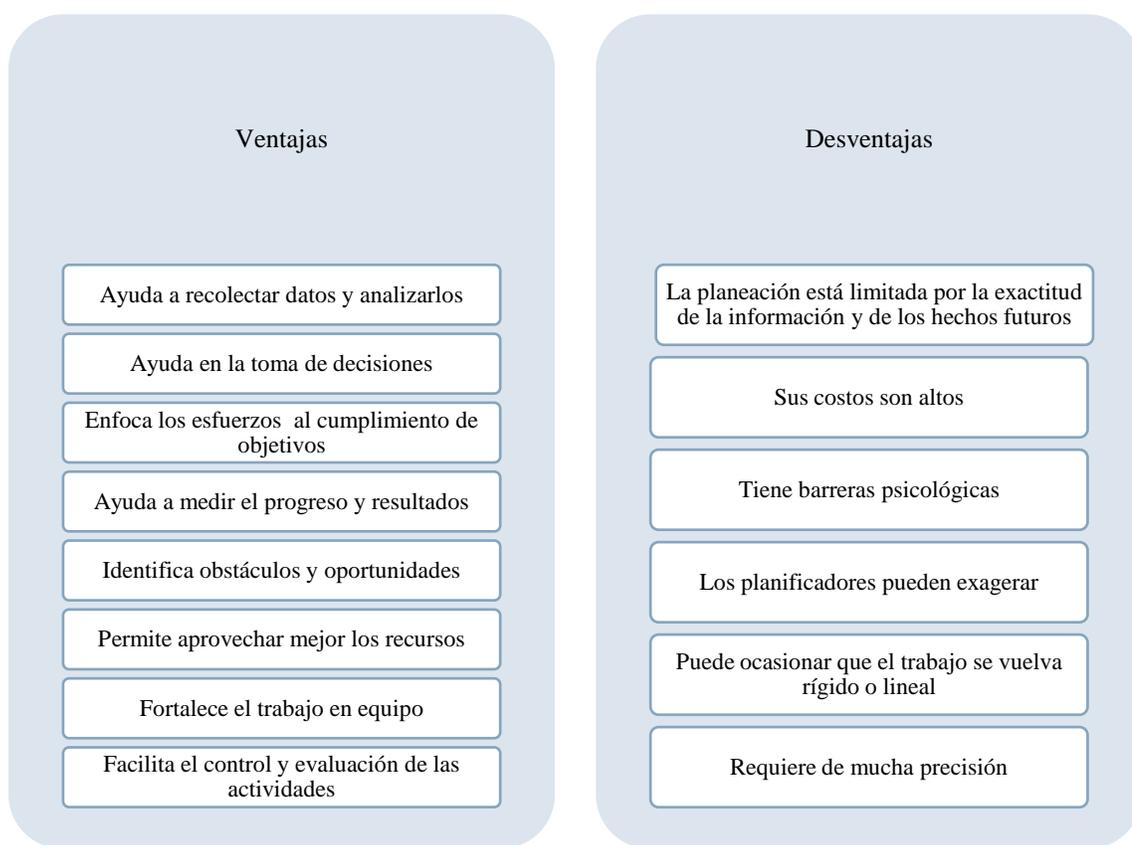
- a. Describe el futuro de la organización
- b. Permite evaluar el número de alternativas
- c. Ayuda a determinar los objetivos y como lograrlos
- d. Ayuda a anticiparse a las oportunidades y riesgos
- e. Reduce el nivel de incertidumbre
- f. Ayuda a alcanzar el éxito de la empresa
- g. Previene el fracaso de la empresa.

2.3 Ventajas y desventajas de la planificación estratégica

El hecho de planificar implica la generación de beneficios y también de aspectos que pueden ser no favorables, para poder desarrollar una gestión más eficiente y mejor calidad en los procesos.

Las principales ventajas y desventajas de la Planeación Estratégica se muestran en la siguiente figura:

Figura #2 Ventajas y Desventajas de la Planeación estratégica.



Fuente: Elaborado por el equipo de investigación con base al libro de Philip Kotler, Kevin Lane Keller. “Dirección de Marketing” 12º Edición, Editorial Pearson educación, México 2006.

Como podemos observar en la figura #2 La planeación estratégica nos proporciona una serie de ventajas que contribuyen al buen funcionamiento de las empresas, logrando así una mayor eficiencia en sus procesos así mismo en la puesta en marcha de nuevos proyectos.

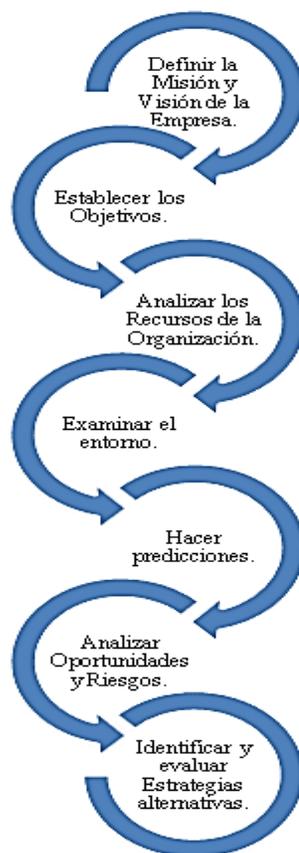
2.4 Proceso de planeación estratégica

Planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación.

La planeación estratégica empieza por el desarrollo de las declaraciones de la visión, misión y los valores de la empresa el cual se detalla a continuación la siguiente figura.

El proceso de la planeación estratégica se divide en 7 pasos los cuales son:

Figura # 3 El proceso de la Planeación Estratégica



Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

2.5 Análisis FODA

Este es un planteamiento estructurado para evaluar la posición estratégica de un negocio, lo cual consiste en identificar sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

A continuación se presenta un esquema del análisis FODA:

Figura #4 Diagnóstico de la situación actual.



Fuente: Conceptos y Técnicas de la administración y dirección estratégica, Thompson-Strickland 1985 Editorial Mc Graw Hill.

2.6 Generalidades de plan estratégico de mercadeo

El proceso de la planeación estratégica de mercadeo puede ser muy completo o relativamente sencillo. Aunque los problemas difieren, el proceso de planeación es el mismo en muchos aspectos. Finalmente, las metas y objetivos pueden ser muy similares, grandes o pequeños, todos los mercadólogos buscan cubrir las necesidades de sus clientes al tiempo que cubren sus objetivos de negocios o mercadeo.

Una forma de pensar en el proceso de planeación estratégica es imaginarla como un embudo. En la parte superior se encuentran las decisiones corporativas importantes

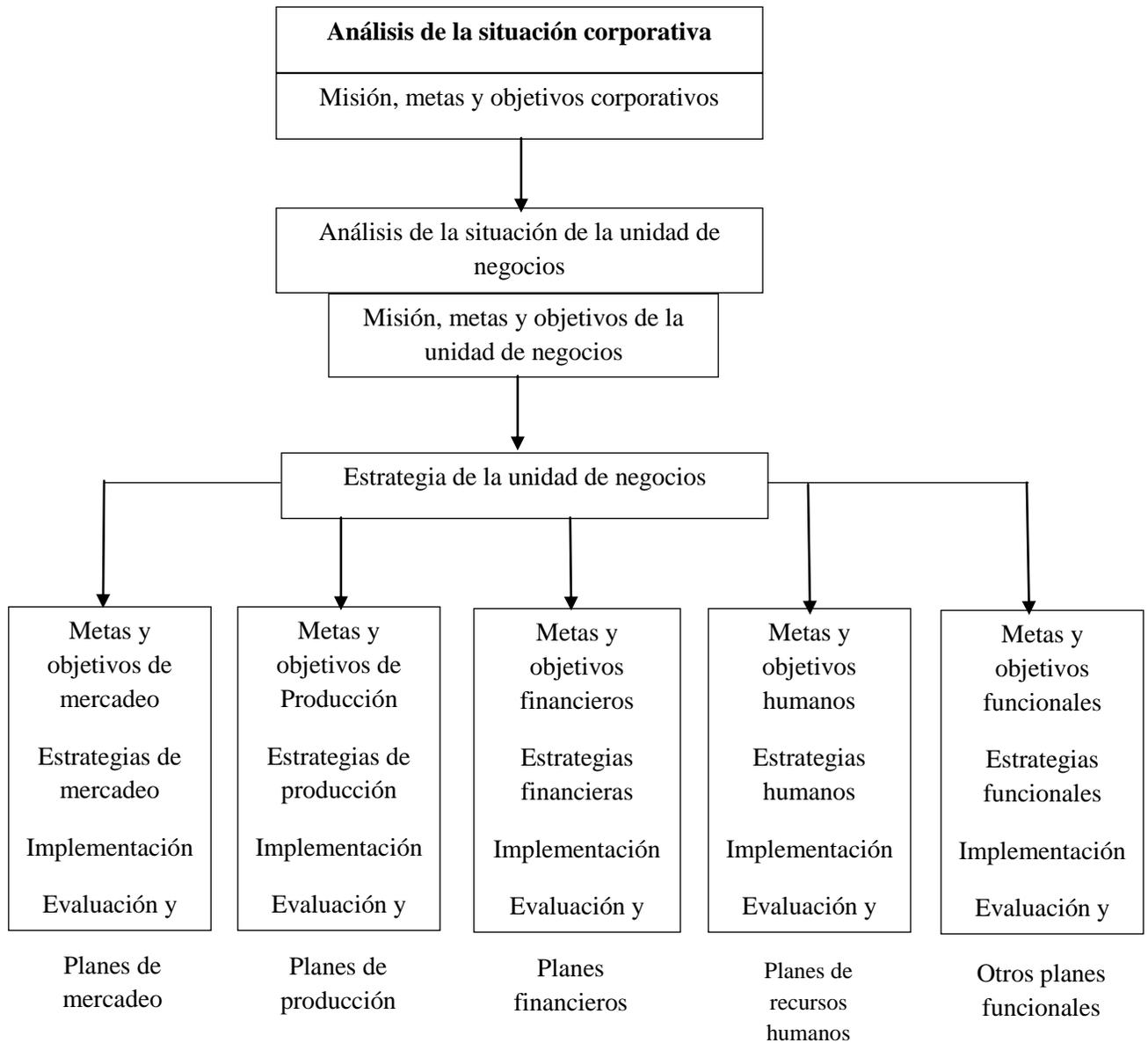
relacionadas con la misión, la visión y las metas de la empresa, así como la distribución de los recursos entre las unidades de negocios. La planeación en este nivel también comprende decisiones en cuanto a la compra o venta de las unidades de negocio.

Estas decisiones hacen más angosto el embudo en el nivel de las habilidades de negocio, donde la planeación se enfoca en cubrir las metas y los objetivos en mercado de productos definidos. La planeación y la toma de decisiones más específicos ocurren en la parte inferior del embudo. Es en este nivel donde las organizaciones toman e implementan las decisiones tácticas acerca de la estrategia de mercadeo (los mercados metas y la mezcla de mercadeo), así como los planes de mercadeo.

2.6.1 Proceso de la planeación estratégica de mercadeo

El proceso de planeación empieza con un análisis a fondo de los ambientes internos y externos de la organización, que en ocasiones se conoce como análisis de situación. Este análisis se enfoca en los recursos, las fortalezas y las capacidades de una empresa al enfrentar problemas competitivos ambientales y con los clientes.

Esquema #3 Proceso de la planeación estratégica de mercadeo



Fuente: O.C. Ferrell, Michael D. Hartline. "Estrategia de marketing" Tercera edición, CengageLearning Editores 2005Pág. 23

Con base en una revisión exhaustiva de estos problemas relevantes, la empresa establece su misión, sus metas y/u objetivos, su estrategia y varios planes funcionales.

a) Misión Organizacional: Una misión o una declaración de la misión, busca responder la pregunta: ¿en qué negocios participamos?, se trata de una declaración clara y concisa que explica la razón de existir.

Todas las organizaciones, sin importar su tamaño necesitan una declaración de la misión. Extensas o breves, largas o cortas, todas las declaraciones de la misión y el valor tienen algo en común: ser efectivas; los empleados deben ser dueños de las declaraciones y apoyarlas.

La declaración de la misión es una parte del plan estratégico que no se debe mantener en secreto.

b) Metas y objetivos: El mercadeo y otras funciones de negocios deben respaldar la misión y las metas de la organización, traduciéndolas en objetivos con mediciones cuantitativas específicas. Todos los objetivos funcionales se deben expresar en términos claros y sencillos de modo que todo el personal entienda el tipo y nivel de desempeño que la organización desea.

c) Estrategia: Las organizaciones diseñan estrategias funcionales para proporcionar una estrategia total de los esfuerzos que se enfocan en lograr los objetivos establecidos de las áreas. En la estrategia de mercadeo, el proceso se enfoca en seleccionar uno o más mercados meta y desarrollar una mezcla de mercadeo (producto, precio, promoción, plaza) que satisfaga las necesidades y deseo de los miembros de ese mercado meta.

2.7 Mezcla del mercadeo:

Un programa de mercadeo implica numerosas decisiones en distintas áreas destinadas a incrementar el valor para los consumidores. Estas actividades de mercadeo adoptan todo tipo de formas. Una descripción tradicional de las actividades de mercadeo se sintetiza

en el concepto de mezcla de mercadeo, se define como el conjunto de herramientas que utiliza una empresa para conseguir sus objetivos de mercadeo.

También podemos decir que son los factores controlables del mercadeo los cuales se clasifican en cuatro grandes grupos que son: producto, precio, promoción y plaza que es posible emplear para resolver un problema de mercadeo. Estos elementos se definen de la siguiente manera:

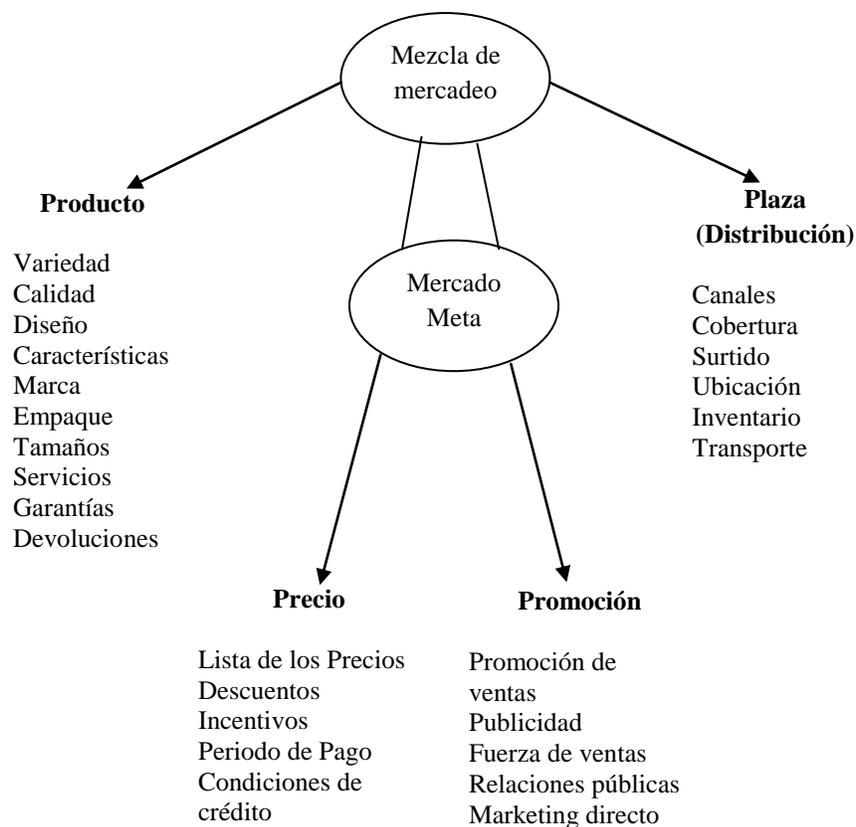
Producto: El bien, servicio o idea para satisfacer las necesidades de los consumidores. Aquí no solo se considera el qué, sino el cómo: envase, nombre, forma de entrega, atención y tiempos.

Precio: Lo que se intercambia por el producto.

Promoción: Una forma de comunicación entre el vendedor y el consumidor. De acuerdo a los medios de uso, los mensajes elegidos y la inversión que realices, podrán alcanzar a distintos públicos.

Punto de venta: Un medio para hacer llegar el producto a manos de los consumidores.

A continuación se muestra una figura la cual describe la mezcla de mercadeo:

Figura #5 Mezcla del mercadeo.

Fuente: Philip Kotler, Kevin Lane Keller. “Dirección de Marketing” 12ª Edición, Editorial PEARSON educación, México 2006 Pág. 19.

Los elementos de la mezcla de mercadeo se consideran como factores controlables porque se hallan bajo el control del departamento de mercadeo de una organización.

Una empresa puede cambiar en el corto plazo el precio, el tamaño de la fuerza de ventas y el gasto en publicidad. También puede desarrollar nuevos productos y modificar sus canales de distribución, pero solo en el largo plazo. Por tanto, la empresa realiza menos cambios en su mezcla de mercadeo de un periodo a otro, en el corto plazo, de lo que se podría imaginar viendo la diversidad de variables de decisión que integran la mezcla de mercadeo.

Las cuatro P reflejan la perspectiva que tiene el vendedor sobre las herramientas de mercadeo disponibles para influir sobre los compradores. Desde el punto de vista del comprador, cada herramienta de mercadeo está diseñada para ofrecerle beneficios.

Las empresas que puedan satisfacer las necesidades de los consumidores de forma económica y conveniente, y con una comunicación eficaz, serán las que más triunfen en el futuro.

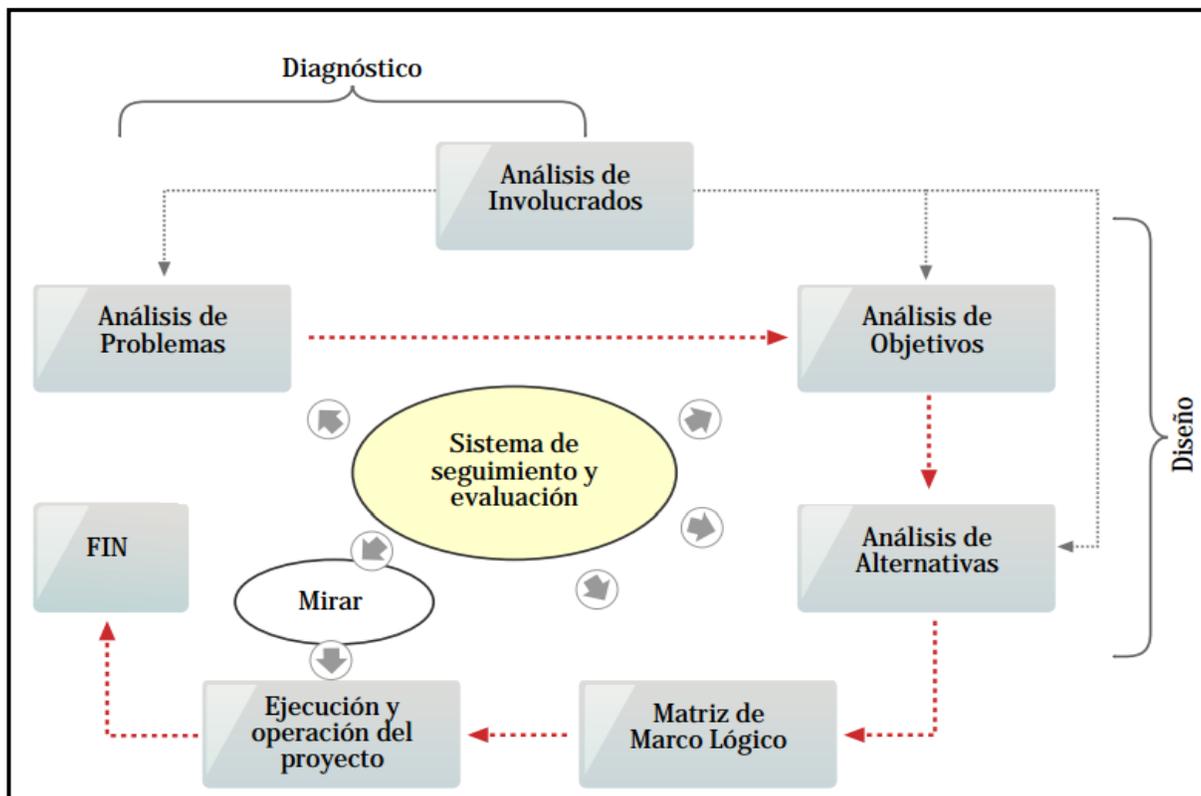
2.8 Planeación estratégica de las organizaciones no gubernamentales

Hablar de planeación estratégica en una institución no gubernamental, es hacer mención de la metodología que estas utilizan en su funcionar. Este sistema es llamado marco lógico el cual en la actualidad es cada día más común, ya que se trata de un instrumento que se utiliza para diseñar, planificar, supervisar y evaluar planes, programas y proyectos del sector público y privado.

Además es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, darle seguimiento a la ejecución y evaluación de proyectos. Su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas.

Como todo método esta sigue un proceso orientado a la búsqueda del logro de objetivos y realización de proyectos el cual es presentado a continuación:

Esquema #4 Sistema de Marco Lógico.



Fuente: http://www.mgpp.cl/wp-content/uploads/2012/06/3_Marco_Logico.pdf

La Organización No Gubernamental Embajada Mundial de Activistas por la paz, no es la excepción ya que también cuenta con esta metodología la cual se basa en la realización de diversos proyectos, entre los cuales está “En la Sangre esta la Vida” en la que se pretende realizar la propuesta de un plan estratégico de mercadeo que contenga todo lo mencionado en este capítulo logrando sensibilizar a la población estudiantil de la Universidad de El Salvador sede central a donar sangre de forma voluntaria y altruista.

Cabe mencionar que dicho proyecto es de suma importancia para la organización, ya que se desea crear una cultura de donación de sangre segura y habitual, logrando un suministro fiable y suficiente evitando que este sea solo en respuesta a catástrofes y

desastres, ayudando a mantener abastecidos los bancos de sangre, todo esto según las palabras del Coordinador de la Embajada Mundial de Activistas por la Paz.

CAPÍTULO III. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA DONACIÓN DE SANGRE EN LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR SEDE CENTRAL.

En este capítulo se presenta el diagnóstico de la situación actual de la donación de sangre, el cual se divide en tres áreas fundamentales:

- a. Metodología, en la que se describen las técnicas y métodos a seguir en la recolección de información y levantamiento de datos.
- b. Resultados del instrumento implementado para la recolección de datos y el análisis de este, así como también el análisis FODA y el análisis de la Mezcla de Mercadeo y
- c. Dictamen final de la situación actual de la donación de sangre por parte de los estudiantes de la Universidad de El Salvador Sede Central.

3.1 Planteamiento del problema y metodología de la investigación

3.1.1 Antecedentes del problema

Debido a la necesidad constante de sangre segura, en el momento y en el lugar en que se precise (ya sea por un accidente de tránsito, una transfusión sanguínea, un parto o intervención quirúrgica), y a la inmediatez con la que se requiere, la Embajada Mundial de Activistas por la Paz desarrollará el proyecto “En la Sangre está la vida”, en el cual buscará sensibilizar a la población respecto a la importancia de donar sangre de manera voluntaria y altruista.

Hacer mención sobre este tema es hablar de solidaridad de los sanos para con los enfermos. La sangre humana es un producto indispensable, que a pesar de los enormes avances tecnológicos, no puede fabricarse en laboratorios. Solo puede conseguirse

mediante la donación y por tanto constituye un acto generoso de ciudadanía para resolver un problema público. En definitiva, es un deber social de todos.

Por medio de la donación de sangre de voluntarios altruistas se pretende beneficiar a:

- ✓ Las mujeres con complicaciones obstétricas (embarazos ectópicos, hemorragias antes, durante o después del parto, etc.)
- ✓ Los niños con anemia grave, a menudo causada por el paludismo o la malnutrición.
- ✓ Las personas con traumatismos graves provocados por las catástrofes naturales y las causadas por el hombre.
- ✓ Pacientes que se someten a intervenciones quirúrgicas y médicas complejas.
- ✓ Pacientes que padecen de cáncer sometidos a quimioterapias e insuficiencia renal.

También se precisa sangre para realizar transfusiones periódicas en personas afectadas por enfermedades como la talasemia o la drepanocitosis; asimismo, se utiliza para la elaboración de diversos productos, por ejemplo factores de coagulación para los hemofílicos.

Existe una necesidad constante de donaciones regulares, ya que la sangre sólo se puede conservar durante un tiempo limitado y luego deja de ser utilizable, en el caso de los glóbulos rojos solamente se pueden conservar por un máximo de 30 días, las plaquetas un máximo de 5 días y el plasma congelado hasta un año, debido a esta limitante es necesario lograr un suministro de sangre autosuficiente por medio de donaciones habituales, aunque en nuestro país la alta demanda de sangre no permite mantenerla almacenada por un período largo de tiempo.

Una de las desventajas es la frecuencia con la que se puede donar sangre siendo para hombres cada tres meses sin propasar más de cuatro veces al año y para mujeres cada cuatro meses sin propasar más de tres veces al año. En el caso de la plaquetoféresis se puede realizar con intervalos de una semana con un máximo de 24 donaciones al año.

Las donaciones regulares de sangre por un número suficiente de personas sanas son imprescindibles para garantizar la disponibilidad de sangre segura en el momento y el lugar en que se precise.

A nivel mundial se recogen 108 millones de unidades de sangre anualmente. Aproximadamente un 50% de esas donaciones corresponden a los países de ingresos altos, que solo representan un 15% de la población del planeta.

De acuerdo al indicador de la Organización Mundial de la Salud (OMS), para tener una oferta suficiente de sangre, el dos por ciento de la población de un país debe donar sangre de forma voluntaria.

Cada año mueren en el planeta más de 500,000 mujeres durante el embarazo, el parto o la lactancia y se estima el 15.3% de las muertes maternas de América Latina se deben a hemorragias¹³.

Algunos de los obstáculos que se encuentran para desarrollar el proyecto de “En la Sangre está la Vida”, es la falta de información que tienen las personas sobre la importancia de donar sangre y las creencias erróneas, lo que genera una falta de apoyo y desinterés por parte de la población, por lo cual se recurre a la obtención por medio de intercambio.

3.1.2 Formulación del problema

Después de visitar el Ministerio de Salud y haber recibido la información sobre las donaciones de sangre totales del año 2015, la cual fue proporcionada por la Coordinadora de la Red Nacional de Bancos de Sangre, logramos entender la problemática que existe a nivel nacional respecto a la donación de sangre voluntaria y altruista ya que de 125,541 donaciones de sangre obtenidas en el año 2015 de estas 19,835 fueron donaciones de forma voluntaria y el resto son donaciones por intercambio. Por lo tanto esto refleja el poco interés de parte de la población respecto a este tema y nos indica la falta de conocimiento y la poca transmisión de la información.

Según información de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el 2% de la población total de un país debe de donar sangre de forma altruista para lograr que los bancos sean autosostenibles, entonces se puede decir que del total de la población del 2015 siendo este 6.126.583 de habitantes, las donaciones voluntarias debieron haber sido por un total de 122,532 sin embargo estas apenas alcanzaron a ser de 19,835.

Lastimosamente las personas se enteran de esta situación hasta el momento de verse afectadas de forma directa o indirecta, es decir, por un familiar o un conocido, adicionalmente no toda la sangre donada está apta para poder ser utilizada ya que al existir la donación por intercambio las personas en ocasiones mienten respecto a su estado de salud, provocando donaciones de sangre defectuosas.

Se visitó el Hospital Nacional Rosales en donde según información proporcionada por el Jefe del Banco de Sangre, en el mes de octubre del año 2016 se recibieron dos mil doscientos veinte donantes por intercambio y solo cincuenta y dos donantes voluntarios altruistas.

También según datos del Hospital Médico Quirúrgico (MQ) en el mes de octubre del 2016 se recibieron 1,987 donantes, de los cuales solamente 1,445 fueron aptos para donar, de entre ellos 271 fueron donantes voluntarios, mientras que el resto fueron por intercambio o reposición.

Por consiguiente el problema se plantea de la siguiente manera:

¿En qué cantidad incrementará las donaciones de sangre de forma voluntaria a nivel nacional si se realizaran campañas dentro de la Universidad de El Salvador Sede Central?

3.2 Objetivos

3.2.1 General

Diseñar un plan estratégico de mercadeo para la Embajada Mundial de Activistas por la Paz, que ayude a la sensibilización sobre la donación de sangre voluntaria y altruista.

3.2.2 Específicos

- Construir un marco teórico que sirva de apoyo para poder facilitar la elaboración del plan estratégico de mercadeo, para la Embajada Mundial de Activistas por la Paz.
- Elaborar un diagnóstico para la Embajada Mundial de Activistas por la Paz, sobre una investigación de campo, que permita saber cuál es la situación actual sobre la donación de sangre.
- Proponer a la Embajada Mundial de activistas por la Paz, un plan estratégico de mercadeo, que sea de utilidad para la sensibilización a la donación de sangre voluntaria y altruista.

3.3 Metodología de la investigación

Como metodología se denomina la serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar un resultado teóricamente válido. En este sentido, la metodología funciona como el soporte conceptual que rige la manera en que aplicamos los procedimientos en una investigación.

3.3.1 Método de investigación

Para nuestro caso la investigación será presentada a través del método analítico el cual es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un

todo, descomponiéndolo en sus elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.

3.3.2 Tipo de investigación

La investigación realizada es de tipo exploratoria ya que se determina cuando el objetivo de la indagación es examinar un tema o un problema de investigación que haya sido poco estudiado, o que en definitiva nadie había abordado con anterioridad.

3.3.3 Diseño de la investigación

La presente investigación es no experimental ya que como investigadores no se ha manipulado ninguna variable, además se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad.

3.4 Técnicas de la investigación

Primarias

Las principales técnicas de investigación que se utilizaron para recopilar la información fueron las siguientes:

a) Entrevista personal:

Se elaboraron tres guías estructuradas para realizar la entrevista dirigida una al Jefe del Banco de Sangre del Hospital Nacional Rosales, para determinar la demanda de sangre en uno de los principales hospitales capitalinos.

La segunda guía dirigida a la Coordinadora del proyecto en la Sangre esta la Vida de la ONG, para indicar cómo surgió la idea de implementar este proyecto y las necesidades que detectaron.

Y la tercera guía dirigida a la Jefa de Proyección Social de Bienestar Universitario, para indicar cuál sería la posición que esta unidad tomaría al desarrollar este proyecto.

b) Encuesta:

Se elaboró un cuestionario dirigido a 195 estudiantes de la Universidad de El Salvador Sede Central distribuidos en las 9 facultades, con el objetivo de identificar sus conocimientos respecto a la donación de sangre y su problemática y reconocer sus expectativas e inquietudes respecto a este tema.

(Ver anexo 3)

c) Observación

Se visitaron las instalaciones del Ministerio de Salud, Cruz Roja, Hospital Nacional Rosales y Hospital Médico Quirúrgico (MQ), en donde se recabó información sobre la donación de sangre, para obtener datos que faciliten la elaboración de dicho trabajo de igual forma se observó el proceso de recolección de sangre.

Secundarias

Para obtener estos datos se hizo una selección y recopilación de información de los diferentes autores sobre planeación estratégica, así como se visitó la biblioteca de la Facultad de ciencias Económicas y revistas especializadas.

3.5 Universo y muestra

3.5.1 Universo

Está compuesto por los estudiantes de la Universidad de El Salvador sede central los cuales se especifican en el siguiente cuadro:

**Cuadro # 9 Población de estudiantes de la Universidad de El Salvador sede central
ciclo I-2016**

FACULTAD	CANTIDAD		
	M	F	Total
Facultad de Ciencias Agronómicas	607	706	1,313
Facultad de Ciencias Económicas	3,598	4,705	8,303
Facultad de Ciencias y Humanidades	3,181	4,835	8,016
Facultad de Ciencias Naturales y Matemática	897	880	1,777
Facultad de Ingeniería y Arquitectura	3,895	1,548	5,443
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales	1,686	2,833	4,519
Facultad de Medicina	1,849	3,427	5,276
Facultad de Odontología	214	447	661
Facultad de Química y Farmacia	354	577	931
TOTAL:	16,281	19,958	36,239

Fuente:https://academica.ues.edu.sv/estadisticas/poblacion_estudiantil.php?&npag=1&anio=2016

3.5.2 Muestra

Para realizar la investigación de campo se tomó la muestra a partir de una población finita de 36,239 estudiantes de la Universidad de El Salvador sede central.

Por tanto la muestra se calculó haciendo uso de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N= El número de la población.

Z = nivel de confianza.

p = Probabilidad de éxito.

q = Probabilidad de fracaso.

E= Nivel de error permisible.

Los valores que se utilizaran serán los siguientes:

$$n = ? \quad N = 36,239 \quad Z = 95\% = 1.96 \quad p = 50\%$$

$$q = 50\% \quad E = 7\%$$

Sustituyendo en la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (36,239)}{(0.07)^2 * (36,239-1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

n = 195 estudiantes.

Se utilizó un nivel de confianza del 95% porque lo que interesa es tener un conocimiento general de la problemática, además se tuvo mayor probabilidad que la muestra resulte lo más precisa suficiente y representativa posible, la probabilidad de éxito y fracaso son del 50% cada una, otorgándoles la máxima variabilidad posible, es decir, que existe una incertidumbre sobre el fenómeno en estudio. El nivel de precisión o error permisible es de 7% porque es el máximo error que será aceptado en los resultados y así la información tendrá mayor validez.

3.5.3 Distribución proporcional de la muestra

Para conocer la muestra se realizó una distribución proporcional al número de estudiantes por facultad de la Universidad de El Salvador sede central, la distribución de la muestra se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro #10 Distribución Proporcional de la Muestra

FACULTAD	CANTIDAD				
	M	F	Total	Porcentaje Relativo	Muestra por facultad
Facultad de Ciencias Agronómicas	607	706	1313	3.62%	7
Facultad de Ciencias Económicas	3,598	4,705	8,303	22.91%	45
Facultad de Ciencias y Humanidades	3,181	4,835	8,016	22.12%	43
Facultad de Ciencias Naturales y Matemática	897	880	1,777	4.90%	10
Facultad de Ingeniería y Arquitectura	3,895	1,548	5,443	15.02%	29
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales	1,686	2,833	4,519	12.47%	24
Facultad de Medicina	1,849	3,427	5,276	14.56%	28
Facultad de Odontología	214	447	661	1.82%	4
Facultad de Química y Farmacia	354	577	931	2.57%	5
TOTAL:	16,281	19,958	36,239	100%	195

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo con base a la información del sitio Web de la Universidad de El Salvador

3.5.4 Diagnóstico de la situación actual

En este apartado se hablará de tres puntos principales que son el análisis de la encuesta en el cual se describirán los resultados obtenidos a través del instrumento de recolección de información, donde fueron abordados 195 alumnos distribuidos en las nueve facultades que conforman la Sede Central, luego el análisis FODA donde se describirán el análisis interno que incluye las fortalezas y debilidades de igual manera el análisis externo que incluye las oportunidades y amenazas. Y el análisis de la mezcla de mercadeo que son producto, precio, promoción y punto de venta.

3.5.5 Análisis de la entrevista

PRIMERA ENTREVISTA

La entrevista que se realizó en el Hospital Rosales, dirigida al jefe del Banco de Sangre de la institución, permitió obtener información relevante sobre la donación de sangre donde se destacan las cantidades recibidas de este vital líquido.

Todo esto será detallado en cada uno de los siguientes puntos:

Aspecto Cuantitativo

El mayor número de donaciones son obtenidas por reposición, siendo apenas el 17% de forma voluntaria y altruista para el año 2015.

Se pretende que para el año 2018 el porcentaje de donaciones altruistas sea del 50%.

El promedio de donaciones mensuales oscila entre 1,300 y 1,500 solo en el Hospital Rosales, trabajando durante 20 días del mes.

Se realizan alrededor de 3,500 transfusiones al mes.

Enfermedades

Se determinó que las enfermedades que más causan necesidad de sangre son las siguientes:

- a. Insuficiencia Renal Crónica
- b. Hematológicas
- c. Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH)
- d. Sala de Operaciones por accidentes comunes

Recurso Humano

No se cuenta con recurso humano suficiente para poder realizar mayor número de campañas.

Poco personal para tantas responsabilidades y funciones a desempeñar.

Aspecto Geográfico

Se determinó que existen muchos lugares en donde poder hacer donaciones de sangre pero que son desconocidos por la población.

No se cuenta con el suficiente apoyo de empresas, universidades y demás entidades para prestar el espacio físico y poder realizar campañas.

Insumos

Todos los insumos son adquiridos por cuenta propia gracias a la ayuda del gobierno que destina una parte del presupuesto de la nación para el equipamiento del Hospital Rosales.

Al realizar una campaña de donación de sangre es el mismo Hospital Rosales quien proporciona todos los recursos materiales y a la vez humano para que esta se pueda llevar a cabo.

Publicidad

Se cuenta con publicidad de forma escrita, sin embargo, se concordó con el Jefe del banco de sangre del hospital Rosales, que esta no transmite motivación en las personas para que puedan sensibilizarse y ser donantes voluntarios y altruistas.

Se debe mejorar la publicidad y buscar otros medios para transmitir la información.

SEGUNDA ENTREVISTA

En representación de la ONG se entrevistó a la coordinadora del proyecto En la Sangre Esta la Vida.

Aspecto Histórico

El proyecto inició debido a que el fundador Dr. William Soto Santiago detectó una fuerte necesidad de ayuda, es así como cada país en donde la ONG se encuentra presente, empezó a llevar a cabo este proyecto siendo uno de estos El Salvador.

Visión

Se espera poder fortalecer el sistema de donación de sangre en el país, tomando como ejemplo a Nicaragua el cual las donaciones de sangre son 100% de donantes voluntarios altruistas y en donde sus bancos de sangre son autosostenibles.

Aspecto estratégico

Para lograr reclutar donantes voluntarios se implementará el Programa de Educación Comunicacional (PEC-Vida), el cual se promueve en cuatro ámbitos diferentes, en donde buscará crear la cultura de donación

- a. **Ámbito organizacional**, dirigido a empresas se basa en la ISO 26000 que insta que las empresas tengan responsabilidad social.

- b. El educativo realizado en centros escolares que involucre a niños desde los 3 años de edad hasta a jóvenes universitarios, basado en la educación popular en donde crea un mensaje estándar y se transmite a través del dialogo.
- c. Familiar, las personas que viven bajo el mismo techo.
- d. Comunitario, toda actividad vecinal, organizaciones sindicales, directivas e iglesias.

Aspecto social

El proyecto está bastante fortalecido ya que ha sido bien aceptado por entidades como el Ministerio de Salud, Cruz Roja así como el Hospital Rosales de igual forma se cuenta con el apoyo de la Organización Mundial de la Salud y la Organización Panamericana de la Salud.

Dificultades

Una de las mayores dificultades son las epidemias que atacan el país ya que estas reducen el número de donantes, como por ejemplo la chikungunya, zika y dengue, en donde las personas deben esperar en promedio seis meses para volver a realizar una donación de sangre (donante diferido), en algunos casos en donde estas enfermedades han afectado a largo plazo la salud de los voluntarios ya no pueden volver a donar por su mismo estado de salud, de igual forma el virus de la gripe.

También han identificado épocas del año en donde las donaciones de sangre son más necesitadas, estas son las vacaciones de semana santa, las vacaciones de agosto y las vacaciones de navidad.

TERCERA ENTREVISTA

Se realizó una entrevista a la Directora de Bienestar Social Universitario quien mostró su apoyo a la propuesta en lo cual se detalla lo siguiente:

Bienestar Social universitario está dispuesto a ayudar en las campañas de sensibilización dentro de su establecimiento, ya que diariamente llegan estudiantes de todas las facultades, lo que lo convierte en un lugar excelente para dar a conocer el tema, asimismo se considera oportuno compartir la información con los alumnos de nuevo ingreso.

Además se explicó que debido a que Bienestar Social realiza diversos proyectos consideran necesario de que de necesitar su ayuda para campañas de sensibilización o donación de sangre se establezca una fecha con anterioridad para así poder destinar sus esfuerzos a estos eventos y evitar problemas relacionados con la disponibilidad de tiempo o de recurso humano.

3.5.6 Análisis de los resultados de la encuesta

Tomando en cuenta la información obtenida por medio de las encuestas, donde 195 alumnos distribuidos en las nueve facultades que conforman la Sede Central, fueron abordados, se formuló el siguiente análisis en el que se tomaron en cuenta las preguntas de mayor relevancia para ser presentadas en este capítulo; ya que las demás serán de gran ayuda y servirán de insumo para el capítulo siguiente.

(Ver Anexo 4)

Cuadro # 11 Resultados de análisis de la encuesta

FACTORES	MERCADO META	PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCION
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR SEDE CENTRAL	Este se refiere a todos aquellos estudiantes entre 18 y 65 años de edad que es el rango establecido para poder ser un donante de sangre, sin importar sexo ya sea masculino o femenino. (Ver Pregunta 1 filtro de Anexo 4)	El 70% de los estudiantes no ha donada sangre (Ver Pregunta 3 Anexo 4) El periodo de tiempo con el que la mayoría de estudiantes dona es de un año (Ver Pregunta 7 Anexo 4) El 90% de los encuestados que han donado están dispuestos a donar sangre de nuevo (Pregunta 8 Anexo 4)	-El precio del tamizaje es de \$82 según las Cruz Roja. -El precio del tamizaje en el Hospital Rosales es de \$50.0	La Universidad de El Salvador no brinda información sobre la donación de sangre, eso nos dijo el 88% de los estudiantes encuestados (Ver Pregunta 18 Anexo 4) Los estudiantes en un 89% consideran factible una campaña de donación de sangre dentro de la Universidad (Ver Pregunta 19 Anexo 4.) El 69% de los estudiantes estarían dispuestos a donar en la Universidad en caso de existir un banco de sangre en la misma. (Ver Pregunta 23 Anexo 4)	-El 55% de los estudiantes no han recibido información sobre la donación de sangre (Ver Pregunta 1 Anexo 4) -Los estudiantes universitarios recibieron información en su etapa escolar según el 60% de los que han escuchado del tema (Ver Pregunta 2 Anexo 4)

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación con base en la encuesta

Se determinó que el 54.87% de los estudiantes encuestados no han recibido información sobre la donación de sangre, sin embargo, aquellos que si obtuvieron información, lo hicieron en su etapa escolar, con lo cual podemos decir que los centros escolares y colegios ponen interés en este tema aunque sea de forma mínima.

De igual manera los estudiantes no han participado en donaciones de sangre ni de forma voluntaria, ni por intercambio, lo cual demuestra que este es un tema que no genera mayor interés en las personas y que adicional a ello poco o nada se sabe sobre el tema, es aquí donde se puede decir que es muy importante realizar la investigación, pues con ella se intentará crear una cultura de donación de sangre en la Universidad.

Del total de alumnos encuestados, solo el 20.51% afirmó haber participado alguna vez en una donación de sangre y de estos el 68% no lo hicieron de forma voluntaria sino por ayuda a un familiar, amigo o alguna otra razón sin embargo sintieron satisfacción al hacerlo, pese a esto se encontró un 25% que no sintió satisfacción al realizar este acto.

Los estudiantes que participaron en donaciones de sangre, el 77.14% lo realizaron hace más de un año, por otro lado se logró identificar que muchos de los encuestados no tienen bien definido el termino donante voluntario y altruista, ya que para ellos realizar una donación por ayudar a un familiar o amigo es considerado donación voluntaria, cuando el termino correcto es donante de intercambio, aun así se comprobó que la mayoría de los estudiantes están dispuestos a donar sangre nuevamente, ya que solo el 7.5% tuvo malas experiencias al someterse a este proceso y esto habla de que se puede cambiar el pensamiento que se tiene sobre esta problemática.

A pesar de que este tema genera poco interés en los estudiantes el 54.36% conoce su tipo de sangre, ya que esta información se puede obtener en diferentes procesos como por ejemplo cuando se tramita la licencia de conducir.

Debido a la falta de transmisión de la información acerca de la donación de sangre, los estudiantes desconocen la frecuencia con la que pueden acercarse a donar, aún cuando la mayoría de ellos conocen los lugares en los que pueden llegar a realizarla.

Dar a conocer la frecuencia con la que se puede donar sangre puede llegar a ser una oportunidad de mejora ya que la voluntad de hacerlo existe dentro de los alumnos.

La falta de transmisión de la información sobre la donación de sangre en los estudiantes de la Universidad de El Salvador Sede Central, genera también desconocimiento sobre los requisitos necesarios que deben cumplir para hacer efectiva la donación, ya que el 53.85% forma parte de la población con desconocimiento sobre este punto.

El 90% de los estudiantes abordados no han sido receptores de sangre lo cual puede ser un motivo que alimente la falta de interés o motivación ya que no se han visto envueltos en la necesidad de requerir ayuda de esta índole.

Los estudiantes no han escuchado o recibido información acerca de la donación de sangre dentro de la Universidad respondió el 87.69%, esto es debido a que no se está apoyando esta causa y que a su vez la ONG Embajada Mundial de Activistas por la Paz no está trabajando con la Universidad, lo cual puede ser un motivo para crear una alianza entre las mismas, sin embargo, lo que se pretende es que la Universidad sea la primera en contar con dicho beneficio y que los estudiantes de cada una de las facultades estén bien informados sobre el tema.

La cultura de donación de sangre se ve afectada inicialmente por la falta de interés de los centros escolares, si bien es cierto que uno de los requisitos para ser donante es la edad de entre 18 y 65 años, esto no debe ser una restricción para transmitir la información, al contrario de esta, haciendo uso del conocimiento a temprana edad se estaría cultivando un interés y generando motivación ya que nadie está exento a necesitar de este tipo de ayuda, los centros escolares deben de informar la importancia de esta causa, sin esperar hasta cumplir la mayoría de edad o hasta que se vean involucrados a esta necesidad, ya que a la hora de entrar a la formación universitaria estos van con desconocimiento de la problemática, desinterés sobre el tema, sin sensibilización y concientización sobre la forma de ayuda, formando así parte del problema en vez de crear una cultura donde puedan ser parte de la solución.

La falta de transmisión de información y la poca publicidad provoca que la población crea que este no es un problema al que hay que solventar, ya que se piensa que no existe dicho problema por ende no hay necesidad de contar con bancos de sangre autosuficiente, es por esto que se recurre a la donación de sangre por intercambio, de igual manera se generan muchas dudas y creencias erróneas o mitos los cuales no se buscan aclarar, asimismo la poca publicidad acerca del tema no maneja la sensibilización exponiendo realmente el problema, sino que se hace de manera general solicitando la ayuda de las personas y explicando únicamente los requisitos para la donación, sin entrar en detalles sobre quiénes son los necesitados, concientizando o dando a conocer la forma de ayuda.

3.5.7 Observación directa

Proceso de la Donación de Sangre

El acto de donar sangre es sencillo, rápido, prácticamente indoloro y controlado médicamente. Todo el proceso desde la identificación del donante hasta que se marcha después de donar y recuperarse no tiene por qué durar más de media hora.

Los profesionales del Centro de Transfusión atenderán al donante durante todo el proceso, para que su esfuerzo solidario sea lo más gratificante posible y para que la sangre donada sea correctamente tratada y destinada a la obtención de los procesos necesarios para la transfusión de los pacientes que lo necesitan con las máximas garantías de seguridad.

El proceso de donación puede dividirse en 4 fases:

a. Recepción al donante

El primer paso es recoger los datos personales del donante para su inscripción, registrando su nombre, apellido, domicilio y teléfono, para lo que se requerirá su DUI, pasaporte o documento oficial equivalente para confirmar su identidad.

Se cumple además con un cuestionario, este cuestionario pretende proteger tanto la salud del donante como la del receptor, por lo que es muy importante llenarlo con seriedad y rigor. Toda la información es confidencial.

b. Entrevista medica

Antes de realizar cada donación, el personal sanitario realiza una entrevista a los donantes, les toma la tensión y les realiza la prueba de la hemoglobina (prueba no invasiva que permite conocer los niveles de hierro, evitando así que las personas con anemia donen).

Dicho reconocimiento tiene como fin identificar y descartar a las personas cuya donación pueda suponer un riesgo para su salud o para la salud del receptor de la transfusión. Por esta razón, sólo se aceptarán como donantes a aquellas personas que después del reconocimiento descrito, denoten un buen estado de salud.

(Ver Anexo 5)

c. Extracción

Se recogen 450 ml. (cantidad segura que se puede extraer a una persona que pese 50 kg.) en un sistema cerrado de bolsas cuádruples que contienen líquido anticoagulante y conservantes. Durante la extracción, la bolsa permanece en una balanza cuya misión es agitar la sangre para mezclarla con el líquido anticoagulante y controlar el volumen de la extracción.

d. Refrigerio

Después de la extracción hay que reposar unos minutos y tomar líquidos.

3.5.8 Análisis FODA

En este apartado se mencionarán de forma breve las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que posee la propuesta de un plan estratégico de mercadeo sobre la donación de sangre en la Universidad de El Salvador sede central.

Cuadro #12 Análisis FODA

INTERNO	EXTERNO
Fortaleza	Oportunidades
Se poseen los medios necesarios para transmitir la información sobre la donación de sangre ya que la universidad cuenta con la radio YSUES	Mercado activo (estudiantes UES)
Apoyo por parte de los estudiantes, según datos obtenidos de la encuesta.	Apoyo de otras instituciones como la cruz roja y ministerio de salud.
Posibilidad de realizar varios eventos de donación de sangre por ciclo.	Mayor número de estudiantes cada año, ya que a cada año incrementa la población estudiantil.
Existe una gran cantidad de posibles donantes, esto debido a la numerosa población estudiantil.	Dar a conocer la importancia de la donación de sangre.
	Sensibilizar a los estudiantes sobre la donación de sangre voluntaria y altruista.
	Captación de donantes por parte del personal de la universidad, puesto que el personal administrativo y los docentes también pueden participar en las campañas,
	Transmisión del conocimiento de la donación de sangre por parte de los estudiantes.

Debilidad	Amenaza
Falta de publicidad	Falta de transmisión de la información
Falta de transmisión de la información dentro de la Universidad	Mal manejo de la información
Falta de antecedentes por ser un proyecto nuevo	Falta de apoyo de otras instituciones
Falta de motivación por parte de los estudiantes.	Creencias erróneas o mitos por parte de los estudiantes.

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación

Entre las distintas fortalezas, las más importantes son la disponibilidad que posee la Universidad para apoyar el proyecto de donación de sangre, ya que al haber un gran número de estudiantes estos pueden donar de forma voluntaria, asimismo se pueden realizar varios eventos de donación de sangre durante el ciclo en diferentes facultades simultáneamente.

Por otra parte hay muchas oportunidades para este proyecto, ya que no solo se contaría con el apoyo de la Universidad para su realización, sino que también se recibiría el apoyo y conocimiento de otras instituciones como la Cruz Roja Salvadoreña y el Ministerio de Salud, lo cual ayudará a sensibilizar a los estudiantes a la donación de forma voluntaria y altruista, aprovechando así un gran número de potenciales donantes los cuales aumentan cada año.

La mayor debilidad es la falta de distribución de la información, ya que en la Universidad de El Salvador nunca se han realizado eventos de donación de sangre y debido a esto se genera una falta de motivación por parte de los estudiantes.

La principal amenaza que puede afectar al proyecto es que debido a la falta de información que han recibido los estudiantes respecto a la donación de sangre, estos

puedan tener creencias erróneas o mitos los cuales pueden influir en su deseo de dar su apoyo.

3.5.9 Mezcla de mercadeo

En este apartado se hará mención acerca de la mezcla de mercadeo enfocada en la donación de sangre, analizándola desde dos enfoques diferentes uno en donde juega el papel de producto y otro donde actúa como precio o moneda.

Como se planteó anteriormente en el capítulo dos, la mezcla de mercadeo nos ayudará a transformar los planes en programas concretos. Partiendo de esto se puede comenzar con el análisis de producto, precio, promoción y punto de venta

a) Primer enfoque

Cuadro #13 Mezcla de Mercadeo, primer enfoque

Producto	La sangre
Precio	\$82 el tamizaje
Promoción	Campañas de captación de sangre, seminarios, foros, espacios informativos.
Punto de venta	Cruz Roja y Bancos de Sangre

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación

Producto: La sangre, el objetivo es captar la mayor cantidad de sangre de manera voluntaria para así lograr que el suministro de sangre sea autosuficiente y seguro, ya que los donantes voluntarios están frecuentemente libres de enfermedades transmisibles por transfusión, porque están informados, mantienen su uto cuidado y además su sangre se examina cada vez que donan sangre.

Se puede decir que no están bajo presión para donar sangre, por lo cual no omiten información y en general reúnen los criterios de donación más frecuentemente que los otros grupos (mayor seguridad y disponibilidad).

La forma de recolección de la sangre es de manera rápida y segura, todos los instrumentos a utilizar son nuevos y se desechan, el trato es amable e incluso posteriormente a la donación se les brinda a los donantes bebidas y alimentos para mantener las energías.

La sangre es un tejido conectivo líquido que circula en todos los seres humanos y debido a esto todos tenemos la capacidad de donarla y por ende nadie es excepción a no necesitar de este tipo de ayuda.

El mayor beneficio de recibir una transfusión es que aumenta el flujo de sangre que nutre a los órganos y los niveles de oxígeno del cuerpo, ayudando a aliviar la sensación de extremo agotamiento y aportar mayor energía.

Precio: El precio del tamizaje es de \$82 por donante (según información proporcionada por la Cruz Roja), esta cantidad la cancelan únicamente los pacientes de hospitales privados cuando el hospital carece de cierto tipo de sangre o no tiene la suficiente este se encarga de solicitarla a la Cruz Roja, la cual solicita cierto número de donante que va a depender de la cantidad de sangre necesaria y es la Cruz Roja la que se encarga de hacer las pruebas de laboratorio para saber si la sangre es apta o no. Con respecto a los hospitales públicos la Cruz Roja asume los costos.

Promoción: Dentro de la promoción se pueden mencionar las campañas de captación de sangre, la cual la Cruz Roja es la principal encargada de esta, realizando campañas diarias en empresas e iglesias. De igual forma el hospital Rosales y El Seguro Social se encargan de hacer campañas para abastecer sus propios bancos de sangre. También hay organizaciones sin fines de lucro que se han tomado de tarea el contribuir con esta causa, haciendo llamados a la población, repartiendo volantes y organizando o cooperando en las campañas de captación, entre ellas es la Embajada Mundial de Activistas por la Paz

que cuenta con el proyecto En la Sangre esta la Vida, la cual implementarán el Programa Comunicativo Educacional (PEC-Vida), donde abordarán cuatro ámbitos que son el educacional, familiar, empresarial y el comunitario.

Punto de venta: Entre los puntos de venta se puede encontrar a la Cruz Roja, que es el principal ente de captación de sangre, este es el que se encarga del suministro de sangre a nivel nacional para los hospitales públicos cuando estos se ven faltos de sangre o carecen de algún tipo de esta.

También se encuentran los bancos de sangre pertenecientes al Ministerio de Salud, Seguro Social y hospital Militar, en donde las personas de igual forma pueden acercarse a realizar donaciones de sangre.

Cabe aclarar que los hospitales son los únicos autorizados para realizar las transfusiones, la Cruz Roja solamente se encarga de hacer la captación de sangre y enviarla a los hospitales cuando estos la soliciten.

b) Segundo Enfoque

En este enfoque el producto es la satisfacción personal y los beneficios que brinda a la salud el hecho de ser donante voluntario en donde el precio es la sangre.

Cuadro #14 Mezcla de mercadeo, segundo enfoque

Producto	Satisfacción personal, beneficios de salud
Precio	La sangre
Promoción	Campanas de captación de sangre, seminarios, foros, espacios informativos.

Punto de venta	Cruz Roja y Bancos de Sangre
-----------------------	------------------------------

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación

Producto: Satisfacción personal y beneficios de salud

Ser donante voluntario altruista genera satisfacción personal, ya que se realiza sin buscar nada a cambio más que solo el hecho de saber que se está ayudando a salvar a otras personas. Por cada donación se pueden salvar un mínimo de 3 vidas.

De igual forma los donantes de sangre reciben beneficios propios tales como:

- Un reporte médico donde analizan la temperatura, pulso cardíaco, presión arterial y niveles de hemoglobina. Después, se realizan análisis para asegurar que la sangre esté ausente de enfermedades como la anemia, hepatitis B o C, sífilis, anticuerpos irregulares, mal de Chagas o virus de inmunodeficiencia humana (VIH).
- Reduce las probabilidades de padecer ataques cardíacos y accidentes cardiovasculares con un **88%** menos de padecer un ataque al corazón. **Hay** algunas personas que tienen su sangre un poco más viscosa, "gruesa", por así decirlo. Cuando la sangre fluye puede llegar a hacerlo más lento de lo adecuado, pero cuando realiza la donación, ayuda al cuerpo a que este flujo sea más ágil y con esto se disminuyen riesgos
- Los adultos con colesterol encuentran en la donación de sangre una excelente opción para depurar los triglicéridos malos y que se formen buenos.
- Permite que se eliminen las cantidades excesivas de hierro en el organismo, siendo muy bueno para el corazón y las venas, beneficiando a todo el aparato circulatorio. El ser humano tiene en promedio entre cinco y seis litros de sangre y una cantidad de 5 gramos de hierro en nuestros cuerpos. Si estos niveles se sobrepasan pueden desencadenar problemas graves en nuestra salud como ataques en el corazón. Cuando se dona sangre, se rebaja medio gramo de hierro

(1/2 de litro de sangre) y esto estabiliza los niveles, mejorando la salud considerablemente.

- Reduce el riesgo de cáncer, al igual que la mención pasada sobre el hierro, una cantidad nivelada de hierro equivale a menos riesgo de padecer cáncer.
- Donando sangre cada 6 meses durante 6 años, se reduce en casi un **90%** la probabilidad de padecer enfermedades coronarias o circulatorias.

Precio: La sangre

Para gozar de todos los beneficios mencionados con anterioridad se debe utilizar la sangre como un medio de cambio. En este enfoque la sangre juega el papel de moneda.

Promoción:

De igual forma como se mencionó en el primer enfoque.

Punto de venta:

De igual forma como se mencionó en el primer enfoque.

3.6 Dictamen final de la situación actual

Con base a lo establecido en los apartados anteriores se puede determinar que en realidad no existe una falta de información sobre el tema de la donación de sangre y sus beneficios sino que hay un mal manejo de información o falta de transmisión de la información, a causa de la falta de apoyo de los centros escolares que podrían cultivar motivación, interés y sensibilización desde temprana edad formando una cultura de donación voluntaria y altruista, y consecutivamente desinterés de las instituciones universitarias, todo esto genera una idea equivocada sobre el problema de la falta de donación habitual y hace tomar como solución la donación por intercambio.

También el mal manejo de términos en donde se confunde la donación por intercambio como una donación voluntaria y altruista, asimismo las creencias y mitos que no se

buscan aclararlos en donde la población cree en consecuencias inexistentes que genera el hecho de donar sangre.

De igual forma otro problema de la poca publicidad que se maneja respecto a esta índole, es la falta de sensibilización ya que no se recurre a las personas tratando de concientizarlas exponiendo realmente el problema, sino que nada más se les solicita brindar este tipo de ayuda sin mayor información, dando paso a la dificultad que las personas no accedan sin conocer más a profundidad sobre el tema.

Es por esto que se determinó que es necesario crear un plan estratégico de mercadeo que ayude a la sensibilización de la población estudiantil, que permita aclarar toda duda y creencia equivocada, difundiendo información sobre el tema y realizando publicidad más acorde a la sensibilización y concientización de la población estudiantil, realizando diferentes propuestas que ayuden a crear un sistema de donación de sangre auto sostenible por medio de las donaciones habituales.

Además creando una red de transmisión de información pues los estudiantes brindaran sus conocimientos del tema a personas externas a la Universidad y que también podrán ser donantes de sangre ya sea en la misma Universidad o en las instituciones encargadas de ello.

Se necesita realizar el proyecto para que la donación de sangre ya no sea un tema desconocido por los estudiantes y que estos sepan lo importante que es, ya que cualquiera puede en algún momento requerir de una transfusión puesto que la sangre se encuentra en todos los seres humanos, nadie está exento a necesitar algún día de este tipo de ayuda.

CAPITULO IV. PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO

4. Resumen ejecutivo

La propuesta del plan estratégico de mercadeo en la Universidad de El Salvador sede central descrito en el presente capítulo, ha sido elaborado con la finalidad de que la institución con ayuda de la ONG Embajada Mundial de Activistas por la Paz, pueda sensibilizar a los estudiantes a donar sangre de forma voluntaria y altruista de manera habitual, para contar con bancos de sangre auto sostenibles.

Haciendo uso de la publicidad dentro de la misma e incluyendo en ella la sensibilización para concientizar a los estudiantes sobre la problemática, de igual manera se facilitará información desmintiendo los mitos que afectan a que la gente acceda a cooperar con esta causa y por la que muchos de ellos no toman importancia en el tema.

La sangre es fundamental para la vida de todo ser humano y por ello donar a aquellos que la necesitan es de suma importancia, sin embargo, esto no es informado a la población en general o no se cuenta con la promoción correcta para hacerlo.

Es por ello que se busca crear un plan estratégico de mercadeo que fomente el conocimiento de la donación de sangre en los estudiantes de la Universidad de El Salvador sede central y que transmita la información adecuada para que al momento de hablar de este tema, se sepa aquello que es verdad y lo que no. Esto conllevará a que la donación se haga de forma voluntaria y altruista e involucre a más personas para que puedan ser parte de este proceso.

4.1 Objetivos

4.1.1 General

Sensibilizar a la población estudiantil de la Universidad de El Salvador Sede Central, al informar la problemática que se vive respecto a la donación de sangre.

4.1.2 Específicos

- Facilitar información con la respectiva publicidad que incluya la sensibilización.
- Reducir mitos y creencias que interfieren a que más población se una a contribuir.
- Lograr una mayor captación de donantes de sangre 2% de los estudiantes en el primero año.
- Alcanzar la auto sostenibilidad de los bancos de sangre.
- Transformar a los donantes de intercambio en donantes voluntarios y altruistas.
- Transformar a los donantes eventuales en donantes habituales.

4.2 Situación actual de mercadeo

Como se ha establecido a lo largo de la investigación, la donación de sangre es un tema desconocido por la mayoría de los estudiantes de la Universidad de El Salvador sede central y debido a ello no se cuenta con el apoyo de los mismos en ser parte de un proceso de donación de sangre.

Existe suficiente información para poder compartir con los estudiantes, sin embargo la Universidad como entidad no es participe en la divulgación de esta, por lo que se requiere medidas que profundicen la transmisión de la información y que ayuden a despejar dudas existentes respecto al tema.

Solventando las dudas y compartiendo información con los estudiantes se fomentará una cultura de donación de sangre de forma voluntaria y altruista que ayudará a terceras personas que necesitan de la misma y provocará un incremento significativo en las donaciones a nivel nacional.

Al no existir convenio alguno entre una ONG y la Universidad de El Salvador para abordar esta problemática, la Embajada Mundial de Activistas por la Paz la cual está interesada en captar un mayor número de donantes voluntarios altruistas, implementaría

su proyecto “En la Sangre esta la Vida” dentro la misma, siendo algo innovador y con beneficio social.

Esto ayudará a mantener abastecidos los bancos de sangre haciéndolos autosostenibles por medio de la sangre de donadores habituales reduciendo de esta manera la práctica de la donación por intercambio, beneficiando a muchas personas que padecen de enfermedades crónicas tales como el cáncer o la hemofilia o para atender pacientes que han sufrido accidentes causados por el hombre o por la naturaleza.

La sangre siendo única, la hace carente de competidores ya que esta no puede ser creada a manos del hombre ni existe de forma sintética, siendo única la forma de obtención y al encontrarse en todo ser humano nos hace a todos capaces de ser parte de la solución de igual manera no excluye a nadie de necesitar algún día de recibir este tipo de ayuda.

Es importante mencionar que los estudiantes de la Universidad están dispuestos a participar en campañas de donación de sangre, así como también muestran interés en recibir información de dicho tema, pues en algún momento puede ser de gran ayuda para cada uno de ellos, sus familiares y personas externas a ellos.

Lo que se buscará es que los estudiantes accedan a ser donantes voluntarios altruistas donde su principal motivación sea la satisfacción personal, ayudando a todos los necesitados y no específicamente a alguien en especial, disminuyendo así la práctica de la donación por intercambio.

4.3 Demografía de mercado

4.3.1 Características de los usuarios

En la actualidad los necesitados de transfusiones de sangre por lo general suelen ser personas con padecimientos crónicos tales como los que sufren de enfermedades en donde la medula ósea ha sido afectada en su capacidad de producir sangre, esto debido a quimioterapias la cual disminuye la producción de células sanguíneas nuevas.

De igual forma otros de los usuarios más comunes son los niños con anemias crónicas también personas con complicaciones derivadas de trastornos sanguíneos o hemorrágicos preexistentes, como la anemia falciforme, la talasemia o la anemia provocada por la enfermedad renal, la hemofilia o la enfermedad de Von Willebrand.

Otro tipo de usuarios son las mujeres con embarazos ectópicos o las que sufren complicaciones a la hora del parto asimismo las personas que sufren accidentes producidos por el hombre o los que se ven envueltos en catástrofes de origen natural.

4.3.2 Segmentación de donantes

Para elaborar la segmentación de donantes se tomaron como referencia los requisitos para hacer efectiva la donación debido que estas características son necesarias para captar donantes efectivos reduciendo las donaciones de sangre defectuosas.

Edad: Mujeres entre 18 y 60 años, hombres entre 18 y 65 años.

Peso: Mayor de 110 libras

Ser una persona que cuide de su salud y tenga hábitos sanos de vida.

Hombres y mujeres sin padecimiento de enfermedades tales como VIH, mal de chagas, Hepatitis B y C y Sífilis.

Las personas que cumplan con estos requisitos se consideran fuertes donantes potenciales.

Cuadro # 15 Segmentación de los donantes

SEGMENTACIÓN DE LOS DONANTES	
Atributo	Descripción
Edad	La edad para poder ser considerado un donante apto es para los hombres de los 18 a 65 años y para las mujeres de 18 a 60 años.
Peso	El peso mínimo aceptable que deben tener las personas para poder donar sangre es de 110 libras
Estado Civil	si el/la donante está soltero/a o casado/a
Ámbito económico	El nivel de ingresos que percibe el cual permite tener un mejor estilo de vida.
Hábitos higiénicos	Los cuidados de salud e higiene que la persona práctica.
Social	La cultura que poseen.
Estilo de vida	Las actitudes o comportamientos que tienen las personas

4.3.3 Necesidades del mercado

Tomando como referencia el primer enfoque, en donde el mercado son los pacientes no se puede hacer una referencia directa en cuanto un mercado existente dentro de la Universidad sin embargo la haremos a nivel general en la cual nuestro mercado se encuentra fuera de la misma o sea dentro de los hospitales. Aun así se puede hacer consciencia a los estudiantes independientemente que no sean ellos los que necesiten la transfusión.

Basándonos en el segundo enfoque en donde nuestro mercado son los donantes lo cual en este caso son los estudiantes; las necesidades que se buscan cubrir son la satisfacción personal y los beneficios de salud que desean obtener luego de realizar la donación de sangre.

4.3.4 Tendencias del mercado

Haciendo referencia a los datos proporcionados por la Coordinadora de la Red Nacional de Bancos de Sangre, podemos indicar que hubo un aumento del 1% entre el año 2014 y 2015, 14,665 es decir en el año 2014 del total de donaciones obtenidas 14,665 o sea el 14% fue por medio de voluntarios el resto de intercambio y en el año 2015, fueron 19,830 o sea el 15% del total fueron de donaciones voluntarias. A pesar de que el aumento fue muy poco podemos observar que la captación de voluntarios va en aumento.

Sin embargo si se evalúan solamente las donaciones voluntarias se puede observar que hubo un incremento del 26%, esto no se ve reflejado a nivel general ya que a pesar que aumentaron las donaciones voluntarias también aumentaron las donaciones por intercambio

4.3.5 Crecimiento de mercado

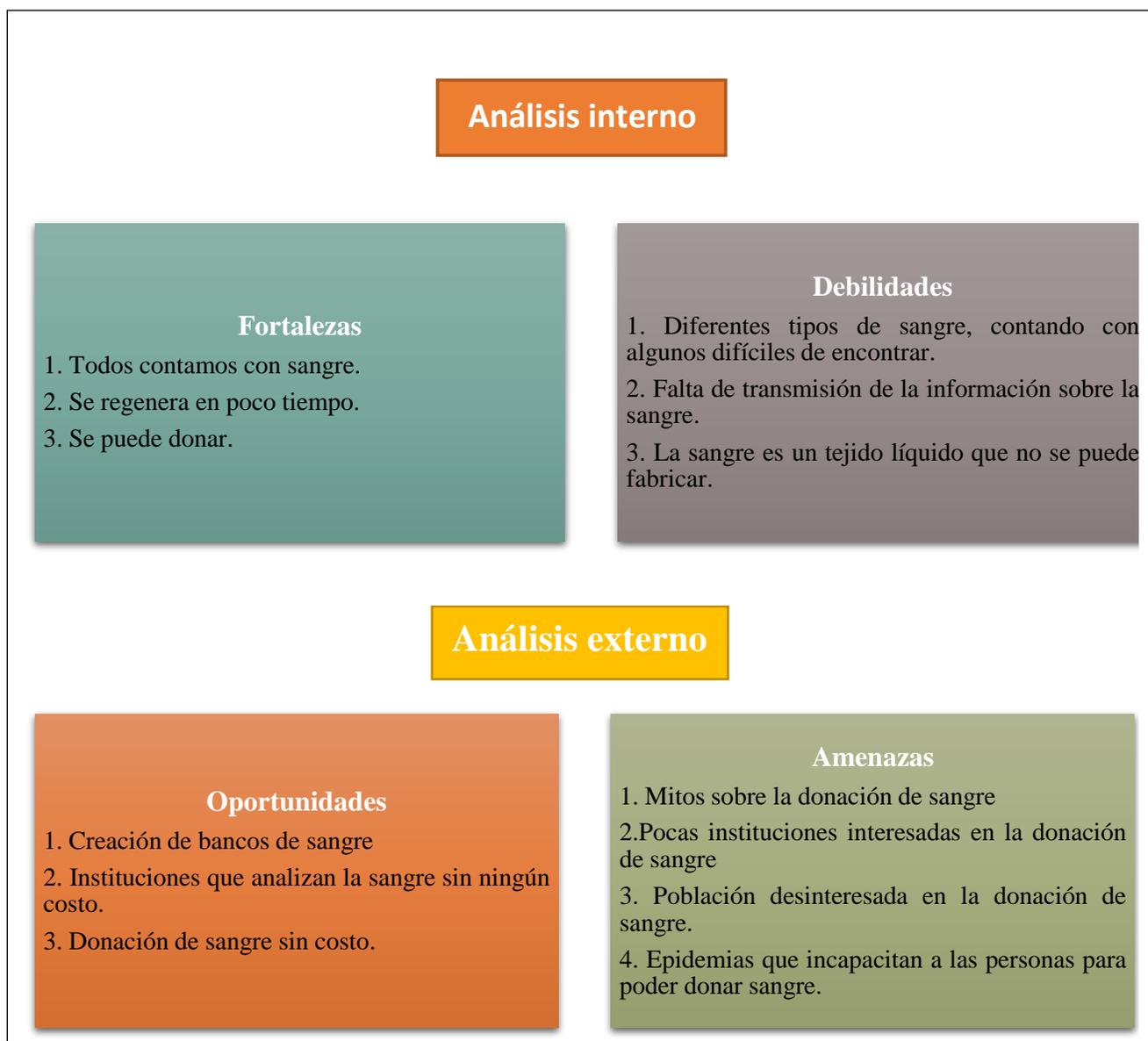
En vista de que cada año es mayor el número de aspirantes de nuevo ingreso de la Universidad de El Salvador Sede Central, se puede tomar esto como un punto a favor, ya que de igual forma aumentan las oportunidades para captar mayor número de donantes de sangre año tras año.

Esto debe ser aprovechado en las campañas de sangre a realizar por cada una de las instituciones que apoyan esta causa, de igual manera las personas que participan en las donaciones involucraran a otras personas y esto provocará incremento del mercado hacia al que nos estamos dirigiendo.

4.3.6 FODA del producto

La sangre es el líquido vital de la vida y para esta investigación se considera el producto y a su vez el medio de cambio, por lo que se plantea el siguiente análisis FODA:

Cuadro # 16 FODA del producto.



Fuente: Elaborado por el equipo de investigación

4.3.7 Competencia

La competencia en este caso no se tomará como aquellos lugares que más recolectan sangre, sino que se enfocará en aquellos que cuentan con mayores recursos para poder generar captación de sangre.

Bajo esta medida podemos afirmar que la institución que cuenta con más recursos es la Cruz Roja ya que esta recibe ayuda internacional comparada con el Ministerio de Salud quien solo cuenta con ayuda del Estado, sin embargo, quien colecta más donaciones en general es este último, aunque la Cruz Roja obtenga más donaciones de forma voluntaria, esto es debido a que realizan muchas más campañas que el Ministerio de Salud.

4.3.8 Oferta del producto

Enfocando la sangre como un producto, podemos decir que esta cuenta con una oferta bastante baja, todo lo contrario a la demanda existente por personas que padecen de alguna enfermedad o sufren de algún accidente los cuales están a la orden del día.

En este punto la oferta esta netamente basada en aquellas personas que donan por intercambio. Por ello podemos afirmar que existe la necesidad de incrementar la oferta de sangre, sin embargo, para que esto suceda es fundamental la creación de medidas que incentiven a las personas a donar sangre y que esto sea por iniciativa propia.

Anualmente según datos del Ministerio de salud se obtienen 125,541 donaciones, de estas solo el 17% es de forma voluntaria, lo cual indica que la oferta es escasa. Tomando en cuenta solo las donaciones de este tipo¹⁴.

4.4 Llaves del éxito

Las llaves del éxito son elementos muy importantes los cuales marcan el camino a seguir para alcanzar de manera eficiente las metas y objetivos que se desean lograr, para nuestra investigación, las claves del éxito estarán enfocadas en todos aquellos factores que ayuden no solo a lograr sensibilizar a la población estudiantil, sino que también se pretende lograr que la información relacionada con esta se pueda distribuir de una

manera óptima, para así lograr concientizar a las personas sobre este tema tan importante.

Por este motivo se establecen las siguientes llaves del éxito.

- **Crear una imagen favorable dentro de las personas**

Si se desea lograr aumentar la cantidad de donantes de sangre de forma voluntaria y altruista es muy importante generar una cultura positiva en las personas respecto al tema y para poder llevarlo a cabo se necesita lograr elaborar una adecuada campaña de concientización la cual no solo deberá estar enfocada en explicar quiénes son las personas que necesitan sus donativos sino que también hacer mención sobre los beneficios que el donante recibe.

- **Aprovechar las redes y medios sociales**

Nuestro mercado meta son los estudiantes de la Universidad de El Salvador personas quienes invierten tiempo de su vida en el uso de las distintas redes sociales que existen, por lo que un elemento clave para el éxito de este proyecto es el uso de la técnica publicitaria “Bajo la línea” mejor conocida como Below The Line (BTL), la cual aprovechará de la publicidad gratuita que se puede generar a través de las redes sociales, asimismo se pueden recurrir a los recursos que posee la Universidad para dar a conocer la causa como es el caso de la radio de la Universidad (YSUES).

Además, es muy importante incluir a los medios sociales ya que estos facilitarían que el mensaje llegase a más personas, lo cual ayudaría a hacer más conciencia social sobre el tema.

- **Pedir apoyo a otras instituciones**

Algo muy importante que se debe destacar es que de llevarse a cabo un evento de donación de sangre en la Universidad, esta puede pedir apoyo no solo a las asociaciones

de estudiantes, sino que también a otras instituciones tales como la Cruz Roja Salvadoreña, Ministerio de Salud, entre otros.

- **Relatos de la vida real**

Para lograr generar conciencia sobre la donación de sangre de manera más eficiente, se puede recurrir a los testimonios y experiencias no solo de las personas que se benefician de las donaciones de sangre sino que también de la experiencia de aquellas personas que son donantes de sangre voluntarias y altruistas.

- **Contar con recurso humano altamente capacitado y brindar excelente atención al cliente eficiente**

Para transmitir la información a los estudiantes se debe contar con personas que manejen al 100% el tema de la donación de sangre, para que al momento de informar puedan responder cualquier duda e interrogante que surja de aquellos que desconocen el tema, además es vital que al momento de atender a los donantes se haga de la mejor manera, brindando una experiencia satisfactoria para cada uno de ellos y de esta forma garantizar que se sienta motivado a participar en futuros eventos, asimismo se debe asegurar que el ambiente sea agradable para los donantes.

4.5 Problemas críticos

En este apartado se describirán aquellos problemas que son aspectos importantes a solucionar para poder alcanzar los objetivos y metas propuestos, por lo que se presenta la siguiente matriz:

Cuadro # 17 Problemas críticos que afectan la donación de sangre

CUESTIONES	SÍNTOMAS QUE LO OCASIONAN	MANERAS DE REDUCIRLO
Falta de sensibilización por parte de los estudiantes de la Universidad sobre la donación de sangre.	<ul style="list-style-type: none"> -Poco conocimiento sobre el problema. -Temor por mitos o creencias erróneas. -Falta de comunicación sobre el tema. 	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar campañas de sensibilización para dar a conocer la importancia del tema y desmentir mitos o creencias erróneas sobre la donación de sangre. -Utilizar diferentes métodos de comunicación tales como repartir volantes, discusiones, seminarios y uso de redes sociales para transmitir la información sobre esta problemática.
Plagas y Epidemias	<ul style="list-style-type: none"> -Épocas de lluvia. -Mala cultura de las personas. -Falta de higiene -Época de vientos -Cambios climáticos -Incremento de insectos como zancudos. 	Para este caso la única manera de reducir este problema es mediante una adecuada comunicación que explique estos problemas y aconseje a las personas como protegerse y reducir posibles enfermedades causadas por los factores que causan las plagas y epidemias.
Religiones	Creencias	Algunas religiones no creen en la medicina moderna ya que recurren a la curación por Fe o medicina naturista.
Enfermedades y situaciones que impiden donar sangre	<ul style="list-style-type: none"> -Tiene menos de 50 kg o menos de 18 años. -El VIH o el Sida. -Hepatitis B o C. -La enfermedad de Chagas. -La malaria. -El uso de drogas inyectables. 	El hecho de no ser apto para donar sangre no implica que no pueda ayudar como por ejemplo apoyar haciendo trabajo voluntario.

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

4.6 Estrategias de mercadeo

La finalidad de las estrategias es crear las herramientas mercadológicas necesarias para fomentar el aumento de la sensibilización en los estudiantes.

Todos los esfuerzos mediante las estrategias se dirigen al logro de los siguientes objetivos:

- a.** Informar a la población respecto al tema.
- b.** Aumentar el índice de donaciones voluntarias.
- c.** Transformar a los donantes de intercambio en donantes voluntarios.

Para iniciar se debe tener claro que para nuestra investigación el precio o moneda de cambio es la sangre, por lo que se debe hacer énfasis en que es lo que obtienen los donantes a cambio de su sangre.

La mayoría de los donantes participan por el hecho de ayudar a un familiar o amigo cuando lo ideal sería que se realizara por el hecho de sentirse mejores personas ayudando a salvar otras vidas: un servicio o producto intangible, es decir donantes voluntarios y altruistas.

Debido a esto las estrategias de mercadeo deben estar enfocadas en aumentar el número de donantes voluntarios y altruista.

4.6.1 Misión

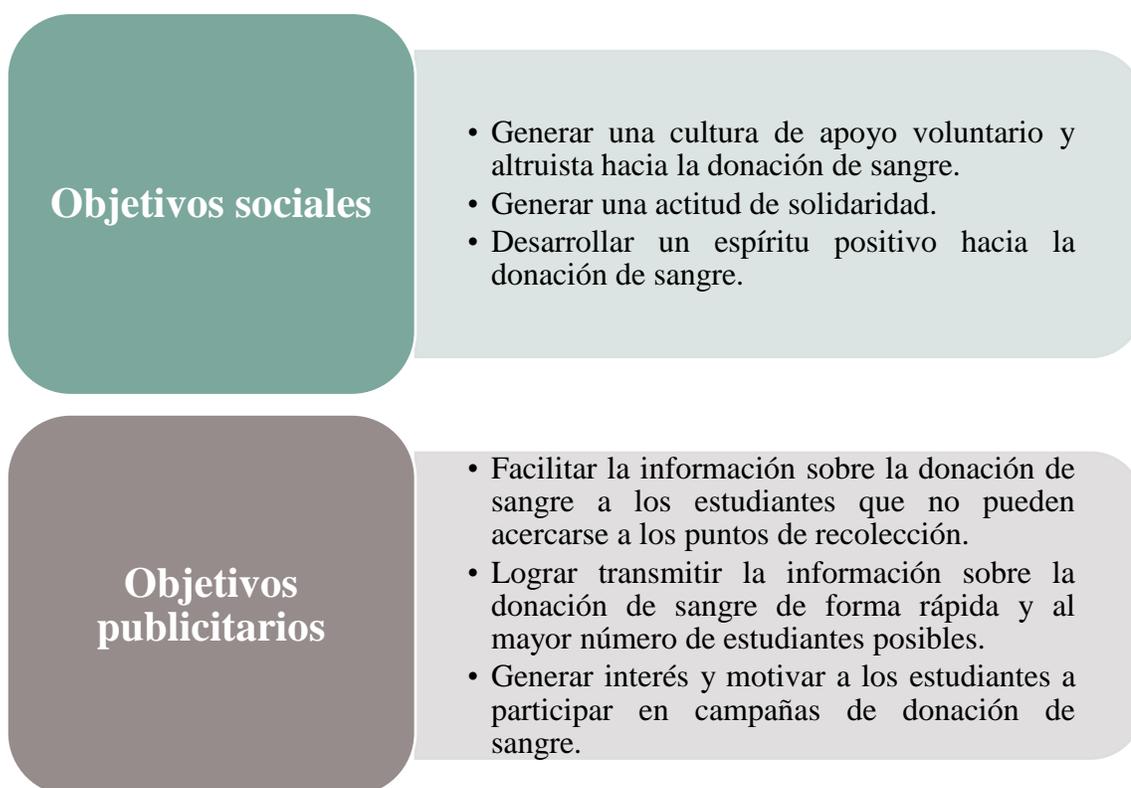
Contribuir a la formación de una cultura de donación voluntaria, altruista y habitual de sangre segura, para incrementar la participación activa y eficaz de la ciudadanía, con el fin de garantizar el suministro de sangre y sus componentes a todas las personas que lo requieran.

4.6.2 Objetivos de mercadeo

Para lograr establecer los objetivos se debe entender que es lo que se quiere vender, para esta investigación si la moneda o medio de cambio es la sangre lo que se quiere vender entonces sería todos aquellos beneficios que recibirán los donantes voluntarios y altruistas.

Por lo que para esta investigación se plantean dos tipos de objetivos, los sociales y los publicitarios:

Figura # 5 Objetivos del mercado.



Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

4.6.3 Mercadeo no lucrativo

El Mercadeo No Lucrativo se define como “un conjunto de actividades de intercambio, básicamente de servicios e ideas, que son llevadas a cabo fundamentalmente por instituciones sin ánimo de lucro, con el objetivo de mejorar el nivel de satisfacción de los agentes con los que se relaciona”.

En el caso de esta investigación, el mercadeo no lucrativo estará enfocado en generar sensibilización para los estudiantes ante la donación de sangre de forma voluntaria y altruista.

Por lo tanto al utilizar el mercadeo no lucrativo lo que se pretende es no buscar alcanzar un objetivo económico sino lograr beneficios sociales puesto que nuestro mercado serían los donantes de sangre, es decir aquellas personas que son potenciales candidatos para ser donantes de sangre voluntarios y habituales, y los beneficiarios quienes también serían los donantes ya que sentirán satisfacción de apoyar la causa y recibirán de forma gratuita los exámenes de su sangre, además se beneficiaran todas aquellas personas que necesitan este vital líquido.

4.6.4 Mercado objetivo

El mercado objetivo se refiere al grupo de consumidores potenciales de un producto o servicio al que se pretende llegar, aplicando esto al tema de la donación de sangre el mercado objetivo estará enfocado a lograr causar interés y obtener el apoyo de todas aquellas personas que se consideran posibles donantes de sangre.

Por tanto para poder definir el mercado meta se deben establecer parámetros o requisitos que servirán como filtro que ayude a identificar con mayor facilidad a las personas que serán los donantes voluntarios y altruistas.

Ya que se conoce que el mercado objetivo son los estudiantes de la Universidad de El Salvador sede central habrá que delimitar a la población por lo que a continuación se describen las variables que se utilizarán para definir el mercado meta:

- **Edad:** la edad es un requisito para poder donar sangre por lo que los hombres entre las edades de 18-65 años y las mujeres de 18-60 años, podrán ser considerados como candidatos a donar sangre.
- **Peso:** el peso de las personas para poder apoyar con su donación debe ser mayor a 110 libras.
- **Estatus económico:** la relación con este punto es que las personas con mayores posibilidades económicas poseen mejores hábitos higiénicos, esto debido a los recursos con los que cuenta cada persona.

Por lo tanto nuestro mercado objetivo está enfocado en todos los estudiantes de la Universidad de El Salvador, ya que aun si estos no cumplen con los requisitos necesarios para ser considerados donantes potenciales, estos pueden apoyar de diferentes formas, ya sea con trabajo voluntario o compartiendo la información con sus familiares y amigos para así hacer conciencia sobre este tema tan importante.

4.6.5 Posicionamiento

Se refiere a como está posicionada una marca, producto, servicio o empresa en la mente de las personas, para este proyecto se describirá como posicionamiento la manera en la que las personas reaccionan ante la donación de sangre, es decir lo que conocen y creen de este tema.

Para iniciar se debe hablar sobre el conocimiento que poseen las personas sobre la donación de sangre y según los datos obtenidos en las encuestas la información que las personas tienen sobre el tema es solo lo más básico, ya que conocen sobre el tema pero no apoyan.

Además al hablar de donación de sangre la reacción de las personas es de temor o incertidumbre debido a la falta de información que tienen, ya que gracias a las falsas creencias las personas no muestran interés.

Por lo tanto la donación de sangre posee un mal posicionamiento ya que se recurre a la donación de sangre por intercambio o por reposición, debido a que no hay mucho apoyo de la población para ser donantes voluntarios y altruistas.

4.7 Generalidades de la propuesta

En los capítulos anteriores observamos que el final del proceso de planificación estratégica conlleva una relación entre los objetivos y las estrategias definidas, aquellas debilidades y amenazas encontradas en el FODA, lo cual estará implementándose en el periodo 2017-2020.

La propuesta será desarrollada a través de tres estrategias que ya han sido definidas en este capítulo, contando cada una de estas con un programa de acción que facilitará alcanzar el objetivo primordial de la investigación.

4.7.1 Contenido de la propuesta

- a. Información general de la sangre.
- b. Desmentir mitos y creencias erróneas.
- c. Sensibilizar al mercado meta
- d. Guía descriptiva del proceso de donación de sangre.
- e. Campañas de donación de sangre
- f. Generación de una cultura de donantes voluntarios y altruistas.

La visión descrita por el Jefe del Banco de Sangre del Hospital Nacional Rosales es que el 100% de las donaciones sea de forma voluntaria y altruista, nuestro proyecto pretende que

en la Universidad de El Salvador sede central sea un modelo a seguir para cumplir el objetivo propuesto.

Para ello presentamos tres estrategias en las cuales se incluye todos los componentes antes mencionados.

a. Conociendo la sangre

Este programa consistirá en transmitir la información necesaria a los estudiantes sobre la sangre empezando desde lo más básico, para ello se ha recopilado de diversas fuentes la importancia de la sangre, especificando su definición, hemocomponentes y datos que se desconocen como por ejemplo, que la sangre es la que se encarga de transportar el oxígeno procesado por los pulmones a todas las células del cuerpo.

Se contará con la ayuda de asociaciones de estudiantes, ya que estas por medio de sus páginas web pueden compartir la información y dar a conocer en donde se estarán impartiendo charlas dentro de la Universidad. De igual forma se contará con el apoyo de la radio YSUES donde personal de la Organización hablará sobre la problemática existente y harán un llamado a la población estudiantil para colaborar en las campañas de donación de sangre.

A partir de conocer la información general, se debe erradicar todo tipo de mito y creencia errónea acerca del proceso de donación de sangre que existe en la sociedad y por la cual muchos deciden no participar en una campaña, desconociendo por completo la realidad de los hechos y sin imaginar que existen recomendaciones para poder ser un donante activo.

Posteriormente, es fundamental describir el proceso de donación de sangre, el cual es seguro, rápido y sencillo pero que es de total desconocimiento de las personas.

Para poder realizar cada uno de estos pasos, es necesario hacer uso de medios que permitan transmitir todo lo que deseamos a los alumnos y que estén a nuestro alcance. El uso de brochures para que los estudiantes conozcan los aspectos básicos es uno de los principales, tomando en cuenta que estos serían proporcionados por las instituciones que

apoyan el proyecto como son el Hospital Nacional Rosales, Cruz Roja Salvadoreña y la misma ONG Embajada Mundial de Activistas por la Paz.

También se desarrollaran foros en los diferentes Auditorium de la Universidad, contando con testimonios de personas que han donado sangre y también aquellas que han sido beneficiadas con esta, con el objetivo de que los alumnos conozcan por medio de experiencias de personas que han sobrevivido gracias a las donaciones de sangre y también de voluntarios altruistas que han pasado por el proceso de donación de sangre para hacer saber que este es seguro y sin efectos secundarios.

b. Comparte la sangre

Luego de comunicar la información y sensibilizar, se proseguirá a realizar las campañas de donación de sangre simultáneamente en diferentes puntos clave dentro de las instalaciones de la Universidad para aprovechar el gran número de estudiantes.

Para desarrollar esta estrategia se ha remitido con personas que poseen un cargo importante en diferentes áreas de la Universidad, y de las cuales se ha obtenido el apoyo necesario para llevar a cabo las campañas, entre ellos podemos mencionar al máximo representante de la Asociación de Estudiantes de Ciencias Económicas (ASECE Felipe Peña), también se cuenta con el apoyo de la Jefa de Proyección Social de la facultad de Ciencias Económicas, es importante aclarar que se hace mención a esta facultad ya que aquí se encuentra el mayor número de estudiantes y es donde se pretende captar más donaciones; y por último con el Vicerrector administrativo de la Universidad, el cual es el encargado de proporcionar los permisos necesarios para el uso de espacios y el ingreso de personal ajeno a la institución, esto complementa la ayuda que se recibirá de personas representantes de entidades encargadas de la captación de sangre como: El Jefe del banco de sangre del Hospital Rosales, los trabajadores sociales de la Cruz Roja Salvadoreña, el Coordinador General de la ONG Embajada Mundial de Activistas por la Paz, la Coordinadora de la Red de Bancos de Sangre a nivel nacional y la encargada del proyecto “En la Sangre esta la Vida” de la ONG antes mencionada.

Cada una de estas personas proporcionará tanto el recurso humano como los insumos necesarios para poder llevar a cabo las campañas.

c. Conviértete en un donante altruista

Después de haber transmitido la información y haber vivido la experiencia de donar sangre se pretende primeramente, transformar a aquellas personas que ya han realizado el proceso por intercambio en voluntarios altruistas, y segundo aquellas que nunca habían participado lo hagan de esta misma manera, con ello se pretende convertir a los estudiantes en donantes activos habituales, porque se espera que estos cumplan con los requisitos necesarios para el proceso, y que continúen durante mucho tiempo con esta práctica y lo más importante se pretende que estos se acerquen a los centros de recolección por iniciativa propia y se vuelva parte de su cultura.

Realizando estas tres estrategias se podrá alcanzar el objetivo principal y se verá reflejado en un eslogan o lema diseñado por el grupo de investigación el cual es “conoce, comparte y conviértete” representando cada una de las estrategias antes mencionadas.

4.8 Proyecciones de las campañas de donación de sangre

Las proyecciones de donaciones de sangre se realizaron haciendo estimaciones según la información brindada por las entidades encargadas de recolectar la sangre.

Según datos proporcionados por la Cruz Roja Salvadoreña, Hospital Nacional Rosales y Embajada Mundial de Activistas por la Paz el costo para una campaña de donación de 100 unidades de sangre se detalla a continuación.

Cuadro # 18 Proyecciones para la campaña de donación de sangre.

Recurso	Costo	Unidad colectada	Costo Total
Insumos <ul style="list-style-type: none"> • Algodón. • Jeringas. • Bolsas. 	\$50.00 por unidad colectada.	100	\$5,000.00
Personal Capacitado <ul style="list-style-type: none"> • Motorista. • Doctor. • Enfermera. • Personal de Laboratorio. 	\$400.00 por evento de 6 horas	100	\$400.00
Total			\$5,400.00

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

A Continuación se presenta una proyección de costos para las campañas del año 2017 tomando en cuenta el número de donaciones esperadas a coleccionar:

Cuadro # 19 Proyecciones para la campaña de donación de sangre año 2017.

2017			
Recurso	Costo	Donaciones	Costo Total
Insumos <ul style="list-style-type: none"> • Algodón • Jeringas • Bolsas 	\$50.00 x unidad	724	\$36,200
Personal Capacitado <ul style="list-style-type: none"> • Motorista • Doctor • Enfermera • Personal de Laboratorio 	\$400.00 x evento de 6 horas	724	\$2,900
Total			\$39,100

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

A continuación se presenta una estimación de los costos que se tendrían al realizar campañas de donación de sangre durante los siguientes cuatro años, cabe mencionar que se ha tomado como base el número de estudiantes del año 2016 y se espera que las donaciones aumenten en un 1% cada año.

Cuadro # 20 Proyecciones para la campaña de donación de sangre de los años 2017 al 2020.

Año	Actividad	Donaciones	Costo unitario	Costo Total
2017	<ul style="list-style-type: none"> • Informar a los estudiantes sobre el tema. • Dar conocer aspectos generales de la sangre. 	724	\$36,200 Insumos	\$39,100
	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de campañas de sangre. • Sensibilización de los donantes. 		\$2,900 Recursos humanos	
2018	<ul style="list-style-type: none"> • Informar a los estudiantes sobre el tema. • Dar conocer aspectos generales de la sangre. 	1,087	\$54,350 Insumos	\$59,650
	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de campañas de sangre. • Sensibilización de los donantes. • Seguimiento de los donantes año anterior. 		\$4,400 Recurso humano	

2019	<ul style="list-style-type: none"> • Informar a los estudiantes sobre el tema. • Dar conocer aspectos generales de la sangre. • Realización de campañas de sangre. • Sensibilización de los donantes. • Seguimiento de los donantes año anterior. 	1,449	\$72,450 Insumos	\$78,150
2020	<ul style="list-style-type: none"> • Informar a los estudiantes sobre el tema. • Dar conocer aspectos generales de la sangre. • Realización de campañas de sangre. • Sensibilización de los donantes. • Seguimiento de los donantes año anterior. • Creación de una cultura de donantes voluntarios y altruistas. 	1,811	\$90,550 Insumos	\$97,950
			\$7,400 Recurso humano	

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación

4.9 Plan de implementación.

El diseño de un plan de implementación, es el proceso que determina cuáles serán los planes y estrategias necesarias para lograr alcanzar los objetivos y metas que se desean cumplir.

Para el caso de esta investigación el plan de implementación estará enfocado en la manera en la cual se aplicaran los aspectos propuestos para sensibilizar a los estudiantes a la donación de sangre, los cuales se detallan a continuación:

- **Creación de alianzas estratégicas:**

Es muy importante contar no solo con el apoyo de la Universidad de El Salvador, sino que además es beneficioso contar con el apoyo de otras instituciones y organizaciones que se especializan en la donación de sangre.

- **Campañas informativas:**

Para poder lograr llevar a cabo este apartado es necesario hacer campañas informativas que ayuden a desmentir todos aquellos mitos y creencias erróneas que pueden causar temor o falta de interés en los donantes potenciales, además de que proporcionen la información necesaria sobre la sangre para así hacer conciencia sobre el tema.

- **Campañas de sensibilización:**

Una vez compartido la información sobre la sangre con los estudiantes es necesario sensibilizarlos y hacer conciencia sobre la necesidad de donar sangre para lo cual se pueden desarrollar eventos dirigidos a causar un impacto positivo en los potenciales donantes que los motive a ser donantes voluntarios.

- **Campañas de donación de sangre:**

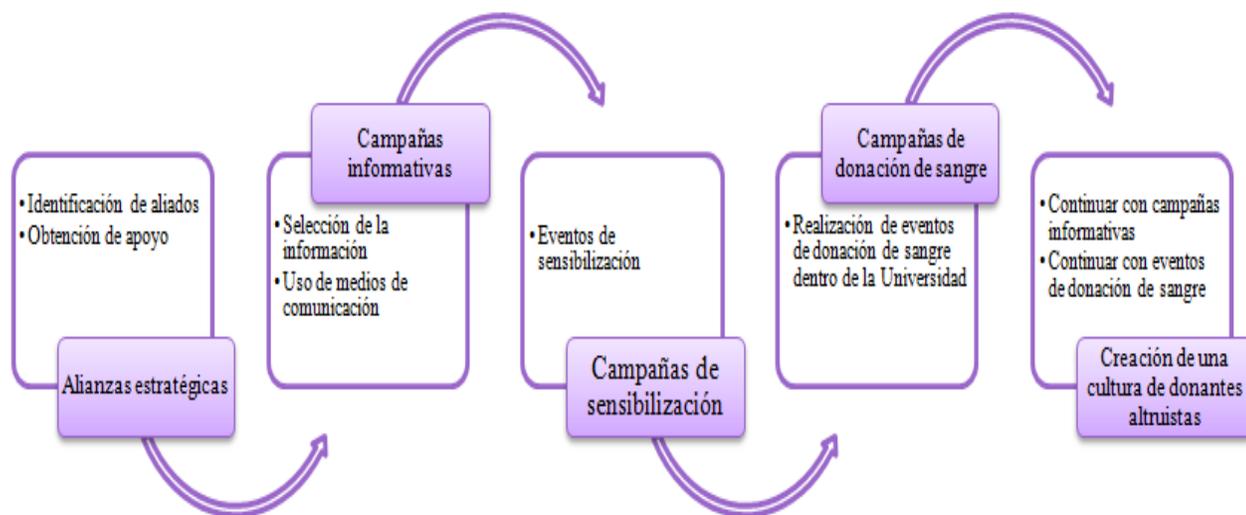
Con los estudiantes sensibilizados y conscientes sobre el tema se pueden realizar campañas de donación de sangre dentro de la Universidad lo cual ayudará a reabastecer los bancos de sangre.

- **Creación de una cultura de donación de sangre dentro de la universidad:**

Para poder crear una cultura de donantes voluntarios habituales es necesario seguir informando y llevando a cabo campañas dentro de la institución, así se volverá el acto de donar sangre algo natural para los estudiantes.

Debido a esto se propone la siguiente figura que resume el plan de implementación.

Figura # 6 Resumen del plan de implementación



Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

5.1.1 Publicidad

La población estudiantil de la Universidad de El Salvador sede central es considerada como donantes potenciales, pero debido a la falta de conocimiento sobre el tema estos no sienten motivación o interés por ser donantes voluntarios altruistas habituales por lo que se puede concluir que la transmisión de la información acerca de la donación de sangre dentro de la Universidad es escasa y solo es generada por aquellas instituciones que se encargan de las campañas de recaudación de sangre, adicional a ello la poca publicidad

que existe no transmite a la población en general el sentido de querer donar, es decir, no sensibiliza.

A pesar de existir diversos medios por los cuales hacer propaganda sobre este tema en la Universidad se está haciendo poco esfuerzo por hacer llegar la información sobre la donación de sangre a los estudiantes.

5.1.2 Social

En el aspecto social se ha determinado que no existe por parte de la población estudiantil una cultura de donación de sangre voluntaria y altruista, ya que el mayor porcentaje de las mismas recaen en aquellas personas que lo hacen por intercambio y esto es debido al desconocimiento del tema, el cual no es de mayor interés dentro de los centros escolares ni tampoco de la Universidad de El Salvador y adicional a ello tampoco las personas buscan conocer sobre la donación de sangre ya que nadie se acerca a los lugares encargados de la misma para saber más.

5.1.3 Económica

El área económica en la donación de sangre no puede verse directamente como valores monetarios pues el apoyo debe ser de carácter voluntario y altruista, el único costo que se puede relacionar es el del tamizaje que son los costos relacionados a todos los exámenes que se le realizan a la sangre para saber si es apta para ser utilizada en aquellas personas que requieren de este vital líquido, ya que para la ONG Embajada Mundial de Activistas por la Paz que es una institución sin fines de lucro sus ingresos provienen de las donaciones o del trabajo voluntario, por ello la sangre se utilizará como moneda o medio de cambio y el producto que se ofrecerá por la sangre serán todos los exámenes y análisis que se le harán así como la sensación de satisfacción que sentirán los donantes de ayudar a otros.

5.1.4 Psicológica

En la donación de sangre intervienen diversos factores psicológicos los cuales llegan a ser naturales en el ser humano, el factor que podría predominar en las personas ante la posibilidad de la donación, es la negación un mecanismo de defensa que consiste en enfrentarse a los conflictos, negando su existencia o su relación con el mismo, rechazando aspectos de la realidad que considera desagradables protegiendo sus intereses y sus gustos. Razones importantes de las cuales se mantiene la negación es el miedo y la comodidad; El miedo a un cambio, a la experiencia de algo nuevo y se prefiere continuar como se acostumbra ya que se está cómodo tal cual como esta, el miedo en este caso puede derivarse de alguna mala experiencia, miedo por algunos mitos y creencias acerca de las donaciones, miedo a los efectos secundarios, o simplemente puede deberse a conflictos internos en las personas donde se establece un conflicto personal, casi ético, entre lo que debe hacer y lo que quiere hacer.

5.1.5 Recursos humanos

En la actualidad no hay suficiente personal capacitado para impartir charlas informando acerca de la problemática existente, ni para que divulguen la información necesaria para reclutar donantes altruistas habituales.

Dentro de la Universidad hay carreras afines al tema de la donación de sangre, pero estas no se toman el tiempo para realizar campañas dentro de ella a nivel general que incluyan a todas las facultades aun sin que estas no estén involucradas directamente con la enseñanza de este tema.

Hay demasiadas funciones y responsabilidades asignadas a cierto número mínimo de personas, siempre debido a la falta de personal capacitado, generando un sobrecargo de trabajo.

5.1.6 Geográfico

A nivel nacional hay un gran número de centros de captación de sangre, aun así siempre debido a la falta de transmisión de la información, la población ignora la ubicación de estos.

A nivel metropolitano cerca de la Universidad de El Salvador Sede Central hay 12 centros de captación de sangre incluyendo los bancos de sangre y los servicios de transfusión, sin embargo por la falta de conocimiento, los estudiantes ignoran esta información.

5.2 Recomendaciones

5.2.1 Publicidad

La publicidad es fundamental para la donación de sangre por lo cual se le recomienda a la Embajada de Activistas por la Paz, mejorar constantemente no solo la manera en la que se transmite la información sino que también el contenido de esta, igualmente buscar la sensibilización en los diversos medios y no solo transmitir información básica.

Vivimos en una era digital y los estudiantes de la Universidad de El Salvador han convertido el uso de las redes sociales en parte de su rutina diaria por lo que se recomienda a la Embajada Mundial de Activistas por la Paz realizar propaganda enfocada en la sensibilización hacia la donación de sangre a través de los medios de comunicación virtuales para así poder llevar la información hacia el mayor número de personas posibles y a su vez de forma rápida aprovechando la publicidad gratuita de Facebook y de Instagram.

Se recomienda a la Cruz Roja y Hospital Nacional, que en el proceso de extracción de sangre se encuentre una persona debidamente capacitada para que sensibilice a los estudiantes para convertirlos en donantes voluntarios y altruistas habituales.

5.2.2 Social

Debido a que la sensibilización es un factor determinante para asegurar que los estudiantes apoyen en los eventos de recolección de sangre en la Universidad de El Salvador, se recomienda a la Embajada Mundial de Activistas por la Paz, Cruz Roja y Hospital Rosales, informar acerca de la situación actual sobre la donación de sangre ya que si lo que se pretende es generar una cultura de donantes voluntarios y altruistas estos deben conocer no solo los requisitos para su donar, sino que también deben saber quiénes son las personas que necesitan de este vital líquido y cuáles son los beneficios.

5.2.3 Económica

Para poder captar mayor número de donantes voluntarios y altruistas en la Universidad de El Salvador es necesario dar a conocer todos los beneficios que los estudiantes recibirán por su donación, puesto que si se considera a la sangre como un medio de cambio entonces los beneficios que se otorgan por la donación como los exámenes de sangre será el producto o servicio a ofrecer lo cual servirá como un incentivo para llamar la atención de los potenciales donantes.

Para poder llevar a cabo los eventos de donación de sangre dentro de la universidad es necesario que la ONG Embajada Mundial de Activistas por la Paz cuente con el apoyo de otras instituciones como lo son la Cruz Roja Salvadoreña, El Hospital Rosales y Ministerio de Salud ya que así se contará con más personal capacitado no solo para sensibilizar si no para recolectar las unidades durante los eventos.

5.2.4 Psicológica

Se recomienda a la Embajada Mundial de Activistas por la Paz psicoeducar a la población implementando charlas informativas en las cuales se haga referencia que donar sangre puede hacernos sentir muy bien con nosotros mismos e incluso aumenta la autoestima ya que ser partícipe de mejorar la salud de alguien o incluso salvar la vida es algo, que genera un sentimiento de gran alegría y satisfacción duradera en las personas.

También hacer referencia que se fortalece vínculos entre personas conocidas o familiares, Son frecuentes circunstancias en las que por un imprevisto, personas de la misma familia pasan a ser donantes y receptores de sangre. Si la dificultad de salud es superada, está comprobado que las personas involucradas restablecen un mejor vínculo afectivo o fortalecen el que ya tenían.

Enfatizar sobre la importancia de resolver conflictos internos, de que es saludable para nuestra mente enfrentarlos y resolver este tipo de conflictos que al enfrentarlos a la vez se está causando un beneficio hacia los demás.

Utilizar reforzadores con enfoque del valor de la vida, para sensibilizar a las personas que Cuando se está en una situación extrema de vida, como la de necesitar sangre para seguir viviendo, se revaloriza la vida. El darnos cuenta de cuan vulnerables podemos ser, nos acerca a la verdadera dimensión de lo que somos.

5.2.5 Recursos humanos

Se recomienda tomar en cuenta al personal y voluntarios de la ONG para brindar charlas informativas dentro de la Universidad, así como también para poder capacitar a alumnos que quieran colaborar en el voluntariado.

Hacer uso de los conocimientos de los estudiantes de carreras afines para que puedan apoyar en la divulgación de la información y que puedan ayudar en las campañas dentro de la Universidad ya sea como voluntariado o como horas sociales.

5.2.6 Geográfico

Se recomienda a la Embajada Mundial de activistas por la Paz que transmita la información respecto a la ubicación de los centros de recolección de sangre, para que la población dentro y fuera de la Universidad pueda acercarse a cualquiera de ellos.

VI. BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- O.C. Ferrell, Michael D. Hartline. “Estrategia de marketing” Tercera edición, CengageLearning Editores 2005.
- Philip Kotler, Keving Lane Keller. “Dirección de Marketing” 12ª Edición, Editorial PEARSON educación, México 2006.
- Thompson-Strickland “Conceptos y Técnicas de la administración y dirección estratégica”, 1985 Editorial Mc Graw Hill.

Trabajos de investigación:

- González Acevedo, Zulma Karina y otros, Tesis “Manual de Procedimientos para la supervisión de los recursos financieros por parte de las ONG´S administradoras de fondos que financian proyectos de desarrollo social” UES, San Salvador 2003.
- Barahona Francisco, Díaz Jesús y otros Trabajo de graduación “Estudio de factibilidad para la creación de una despensa de consumo familiar a favor de los trabajadores del campus central de la UES a través de la asociación de profesionales y técnicos de la universidad de el salvador (APTUES)”. El Salvador UES sede central 2011.

Leyes:

- Código Civil, decreto No. 7 año 2004.
- Código tributario, decreto No. 230, Agosto 2010. Corte Suprema de Justicia, San Salvador, El Salvador, C.

- Ley de Asociaciones y fundaciones sin fines de Lucro, El Salvador, decreto No. 894, Julio de 1997.
- Reglamento de la Ley de Impuesto Sobre la Renta, Decreto No. 101 Diciembre de 1992, Pág. 87
- Norma de Contabilidad Financiera No. 21 Registro de las Operaciones Financieras en las Organizaciones No Gubernamentales sin Fines de Lucro (ONG´S).

Documentos:

- Diagnóstico de situación nacional de servicios de sangre MINSAL julio 2013

Otros:**Sitios web:**

- Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2009. Actualizado: 2013.<http://definicion.de/ong/#ixzz4D1gkBgYI>
- <http://embajadamundialdeactivistasporlapaz.com/es>
- http://www.mgpp.cl/wp-content/uploads/2012/06/3_Marco_Logico.pdf
- https://academica.ues.edu.sv/estadisticas/poblacion_estudiantil.php?&npag=1&anio=2016

VII. ANEXOS

Anexo No.1 CERTIFICADO DE EXISTENCIA



Estado Libre Asociado de Puerto Rico

DEPARTAMENTO DE ESTADO

San Juan, Puerto Rico

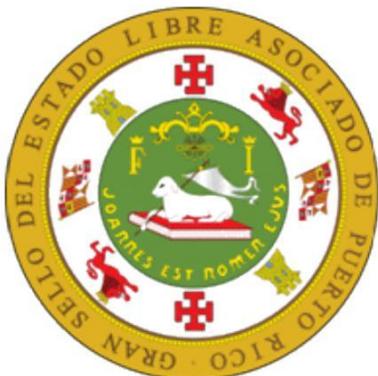
CERTIFICADO DE EXISTENCIA

Yo, **DAVID E. BERNIER RIVERA**, Secretario de Estado del Estado Libre Asociado de Puerto Rico,

CERTIFICO: Que, de acuerdo con nuestros archivos "**EMBAJADA MUNDIAL DE ACTIVISTAS POR LA PAZ CORP.**", registro número **318263**, es una **corporación sin fines de lucro** organizada a tenor con la Ley General de Corporaciones, según enmendada, el **23 de octubre de 2012**.

Esta certificación no implica que esta corporación haya cumplido con el requisito de radicar informes anuales conforme a la Ley General de Corporaciones, según enmendada. Si usted interesa saber si esta corporación ha rendido informes anuales, deberá solicitar una Certificación de Cumplimiento ("Good Standing").

EN TESTIMONIO DE LO CUAL, firmo el presente y hago estampar en él el Gran Sello del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, en la ciudad de San Juan, Puerto Rico, hoy, **28 de abril de 2014**.



DAVID E. BERNIER RIVERA
Secretario de Estado

Anexo No.2 Separación de Hemocomponentes

	COMPONENTES	FUNCIONES
PLASMA 55 %	AGUA	Solvente para transportar sustancias
	SALES	Balance osmótico, regulación de pH (Na,K,Ca,Mg, Cl) permeabilidad de membrana
	PROTEINAS PLASMATICAS	Balance osmótico, coagulación, (albúmina, fibrinógeno, inmunoglobulinas) defensa.
CELULAS 45 %	ERITROCITOS	Transporte de O ₂ y CO ₂
	LEUCOCITOS	Producción de anticuerpos para la defensa contra las infecciones
	PLAQUETAS	Coagulación
	NUTRIENTES	Glucosa, ácidos grasos, vitaminas, hormonas, productos metabólicos

**Anexo No.3 Encuesta dirigida a los estudiantes de la Universidad de El Salvador
Sede Central**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**Cuestionario dirigido a los estudiantes de la Universidad de El Salvador sede
central**

A través de la presente encuesta se pretende analizar el conocimiento de los y las estudiantes de la Universidad de El Salvador sede central, sobre la donación de sangre, La información que usted nos proporcione será manejada en forma confidencial.

Indicaciones:

A continuación se le presentan una serie de preguntas, marque con una X la respuesta que considere conveniente.

Datos generales:

Edad:

- a. 18-20 años____ b. 21-25 años____ c. 26-30 años____
d. más de 30 años____

Sexo:

- a. Masculino____ b. Femenino____ c. Otros____

Estado Civil:

- a. Casado/a_____ b. Soltero/a_____

Datos específicos:

1. ¿Ha recibido información respecto a la donación de sangre?

- a. Sí_____ b. No_____

Sí su respuesta es no pase a la pregunta 3.

2. ¿Recibió información del tema en el ámbito escolar?

- a. Sí _____ b. No _____

3. ¿Ha donado Sangre alguna vez?

- a. Sí_____ b. No_____

Sí su respuesta es no, pasar a la pregunta 10.

4. ¿Es donante voluntario de sangre?

- a. Sí_____ b. No_____

5. ¿Encuentra motivación en el hecho de donar sangre?

- a. Sí _____ b. No _____

6. ¿Por qué motivo lo hace?

- a. Voluntario_____ b. Por Dinero_____ c. Ayuda a Familiar o Conocido_____

d. Satisfacción personal_____ e. Por conocimiento de enfermedades_____

f. Para renovar la sangre_____ g. Otros_____

7. ¿Con que frecuencia lo hace?

- a. 3 meses_____ b. 6 meses_____ c. 9 meses_____

d. 1 año_____ e. Más de un año_____

8. ¿Estaría dispuesto a hacerlo de nuevo?

- a. Sí_____ b. No_____

9. ¿Ha tenido alguna mala experiencia al donar sangre?
a. Sí___ b. No___
10. ¿Conoce su tipo de sangre?
a. Sí___ b. No___
11. ¿Sabe con qué frecuencia se puede donar sangre?
a. Sí___ b. No___
12. ¿Por qué motivo no dona sangre?
a. Temor___ b. Falta de información___ c) Desinterés___
d. Padecimiento de alguna enfermedad___ e. Tatuajes___
f. Bajo peso___ g. Otros___

Sí su respuesta es el literal “d” o “e” pasar a la pregunta 16.

13. ¿Qué le motivaría a donar sangre?
a. Dinero___ b. Satisfacción personal___
c. Ayuda a familiar o conocido___ d. Otros___
14. ¿Conoce los lugares en los que puede donar sangre?
a. Sí___ b. No___
15. ¿Conoce los requisitos a cumplir para ser considerado un candidato para donar sangre?
a. Sí___ b. No___
16. ¿Ha sido receptor de sangre alguna vez?
a. Sí___ b. No___
17. ¿Aceptaría sangre de una persona que ha donado de forma remunerada?
a. Sí___ b. No___

Información sobre la Universidad:

18. ¿Ha escuchado sobre la Donación de Sangre dentro de la Universidad de El Salvador?
- a. Sí ____ b. No ____
19. ¿Sería beneficioso una campaña de donación de sangre en la Universidad de El Salvador?
- a. Sí ____ b. No ____
20. ¿Sí se llevara a cabo un evento de donación de sangre cada ciclo, participaría?
- a. Sí ____ b. No ____
21. ¿Invitaría a otras personas a participar en el evento de donación de sangre?
- a. Sí ____ b. No ____
22. ¿Consideraría apropiado contar con un banco de sangre dentro de la Universidad de El Salvador sede central?
- a. Sí ____ b. No ____
23. En caso de existir un banco de sangre en la Universidad de El Salvador sede central ¿donaría sangre?
- a. Sí ____ b. No ____

¡Muchas gracias por su valioso aporte!

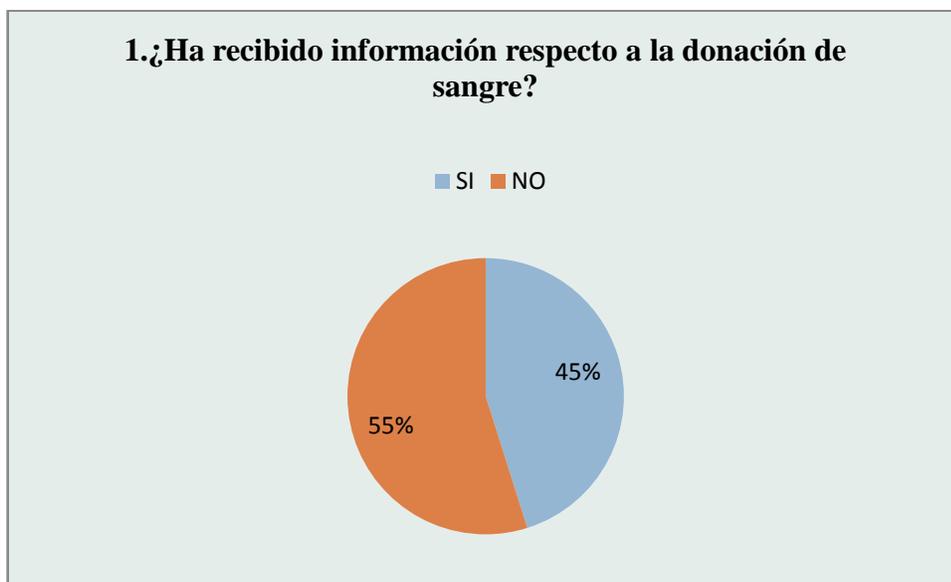
Anexo No.4 Tabulación de datos

TABULACIÓN DE DATOS DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR SEDE CENTRAL

Pregunta 1: ¿Ha recibido información respecto a la donación de sangre?

Objetivo: Conocer si los alumnos han recibido información con anterioridad, respecto a la donación de sangre.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	88	45%
NO	107	55%
TOTAL	195	100.00%

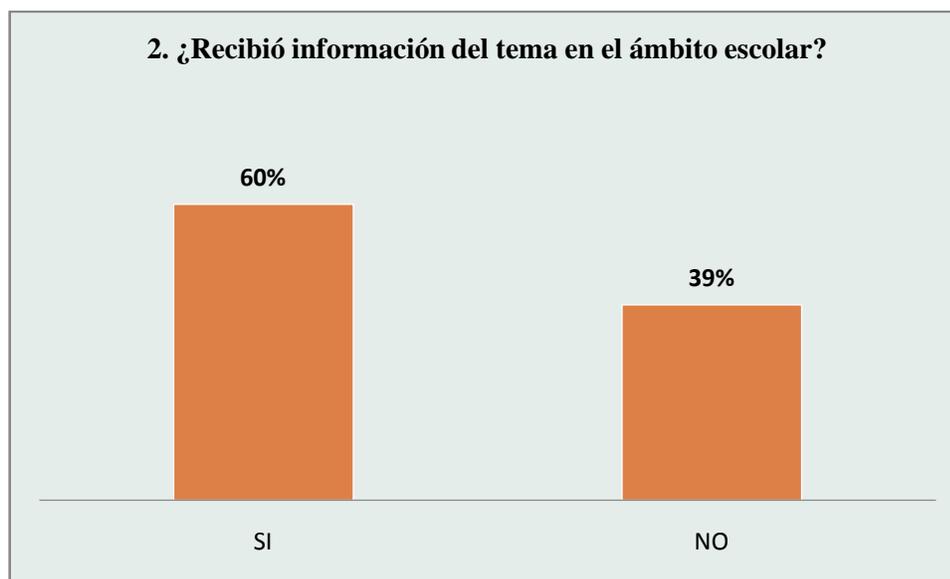


Comentario: El 45% de la población encuestada afirma que si ha recibido información respecto a la donación de sangre, dejando al restante 55% con la negativa de que con anterioridad no han recibido información respecto a esta.

Pregunta 2. ¿Recibió información del tema en el ámbito escolar?

Objetivo: Determinar si se está haciendo concientización respecto a la importancia de la donación de sangre desde el ámbito escolar.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	53	60%
NO	35	40%
TOTAL	88	100.00%

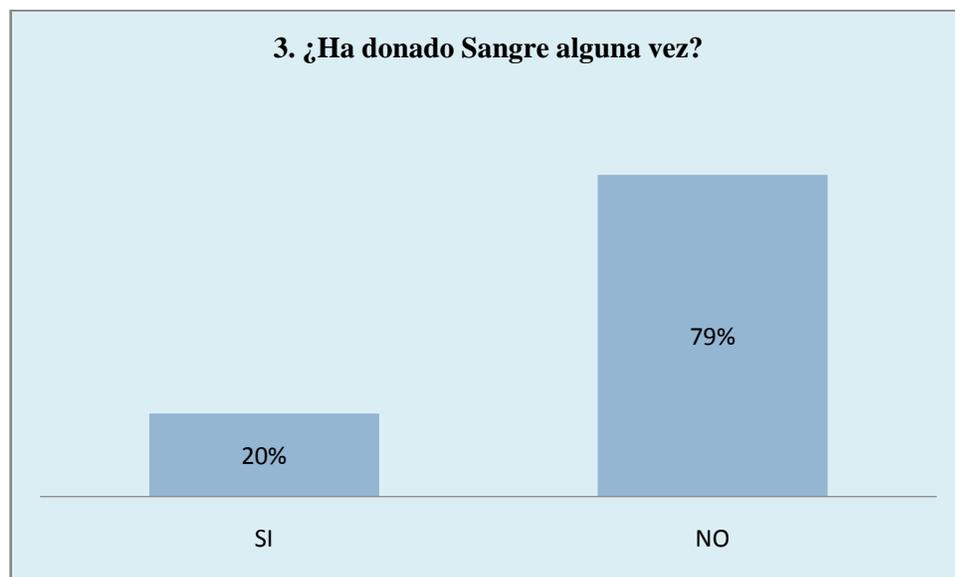


Comentario: Respecto al 45% de los alumnos que afirmaron haber recibido con anterioridad información acerca de la donación de sangre, el 60% de estos concretaron haberla recibido en el ámbito escolar, mientras que el 39% negó haberla recibido en ese ámbito.

Pregunta 3. ¿Ha donado Sangre alguna vez?

Objetivo: Conocer si los estudiantes han participado en donaciones de sangre con anterioridad.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	21%
NO	155	79%
TOTAL	195	100.00%



Comentario: Como se puede observar con un 79% los estudiantes negaron haber participado alguna vez en campañas de donación de sangre, ni haberse acercado a uno de los centros de captación y apenas el 20% afirmó haber sido donante de sangre por lo menos una vez.

Pregunta 4: ¿Es donante voluntario de sangre?

Objetivo: Determinar si los estudiantes que alguna vez han sido participes en donar sangre, son donantes voluntarios altruistas.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	16	40.00%
NO	24	60.00%
TOTAL	40	100.00%



Comentario: De acuerdo a los resultados obtenidos con anterioridad del 20.51% que afirmaron haber donado sangre, el 40% de este dijo ser donante voluntario, a lo que el 60% restante se puede interpretar que fueron o son donantes por intercambio.

Pregunta 5: ¿Encuentra motivación en el hecho de donar sangre?

Objetivo: Identificar si los estudiantes han encontrado motivación a la hora de donar sangre.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	30	75.00%
NO	10	25.00%
TOTAL	40	100.00%



Comentario: Con referencia a los 40 estudiantes que afirmaron ser donantes el 25% dijo no sentir motivación alguna en el hecho de donar sangre, esto podría deberse a que fueron donantes del tipo de intercambio en donde no se hace conciencia con anterioridad ni hay una sensibilización hacia la persona necesitada.

Pregunta 6. ¿Por qué motivo lo hace?

Objetivo: Analizar cuál es la causa por la que los estudiantes accedieron a ser partícipes a donar sangre.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Voluntario	11	28%
Por Dinero	0	0%
Ayuda a Familiar o Conocido	27	68%
Satisfacción personal	2	5%
Por conocimiento de enfermedades	0	0%
Para renovar la sangre	0	0%
Otros	0	0%
Total	40	100%

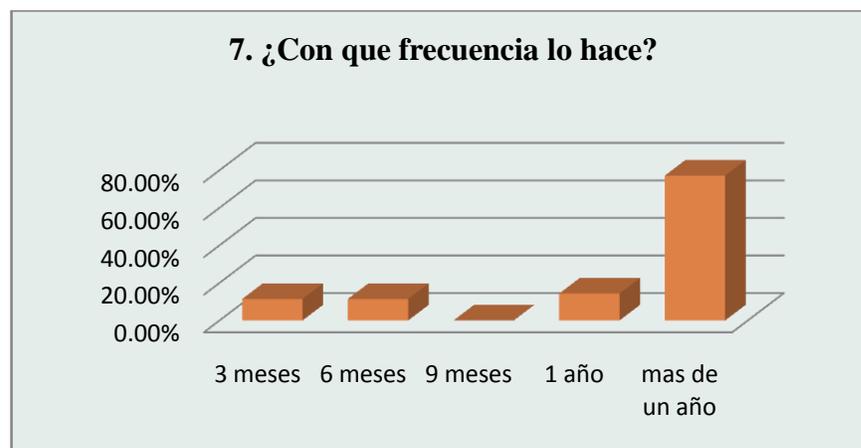


Comentario: De los resultados obtenidos se puede observar que la principal razón por la que los estudiantes han donado sangre ha sido por ayudar a un familiar o amigo, es decir se necesitaban donantes intercambio y no por sr donantes voluntarios y altruistas.

Pregunta 7. ¿Con que frecuencia lo hace?

Objetivo: Conocer la frecuencia con la que los estudiantes donadores de sangre participan en eventos de esta índole.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
3 meses	4	10%
6 meses	4	10%
9 meses		0%
1 año	5	13%
más de un año	27	68%
TOTAL	40	<u>100.00%</u>



Comentario: Al analizar los datos obtenidos se puede entender que la razón por la que la mayoría de los estudiantes que han donado sangre hace más de un año es debido a que han sido donantes por intercambio y esto es debido a que lo han hecho por ayudar a un familiar o amigo.

Pregunta 8. ¿Estaría dispuesto a hacerlo de nuevo?

Objetivo: Identificar si los estudiantes donadores, volverían a realizar esta práctica.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	36	90.00%
NO	4	10.00%
TOTAL	40	100.00%

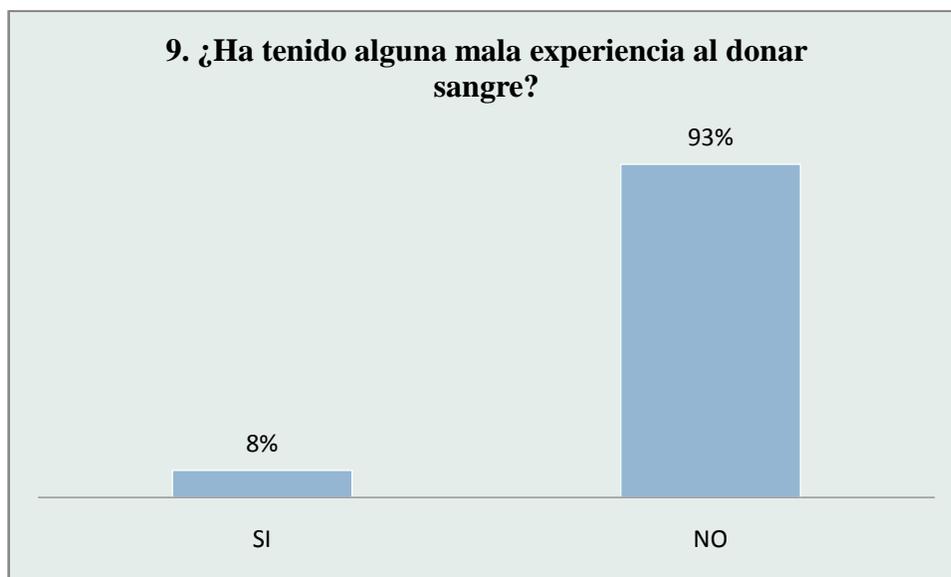


Comentario: Los estudiantes donadores de sangre manifestaron en un 90% que si estarían dispuestos a ser donantes de sangre, de esto podemos agregar que si utilizamos la sensibilización para hacer un llamado, se podría lograr convertir a estos donantes en habituales para así conseguir que los bancos de sangre sean auto sostenibles.

Pregunta 9. ¿Ha tenido alguna mala experiencia al donar sangre?

Objetivo: Conocer si los estudiantes donadores de sangre han vivido alguna mala experiencia al momento de la donación.

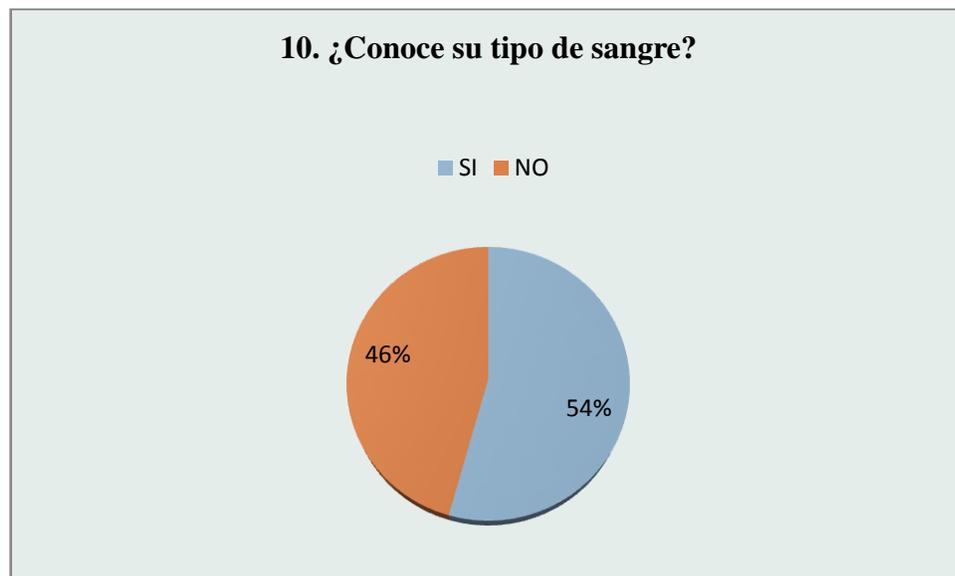
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	8%
NO	37	93%
TOTAL	40	100.00%



Comentario: El 93% de los encuestados que afirman ser donadores expresaron no haber tenido ninguna mala experiencia al momento de donar sangre, entre estas nos podemos referir a malos tratos de parte del personal, consecuencias luego de la donación, dolor, largas esperas, entre otros. Se puede concluir que el servicio y atención de captación de sangre es de buena calidad, esto puede ayudar a acabar con varios de los mitos existentes.

Pregunta 10. ¿Conoce su tipo de sangre?**Objetivo:** Determinar si los estudiantes conocen el grupo sanguíneo al que pertenecen.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	106	54%
NO	89	46%
TOTAL	195	100.00%

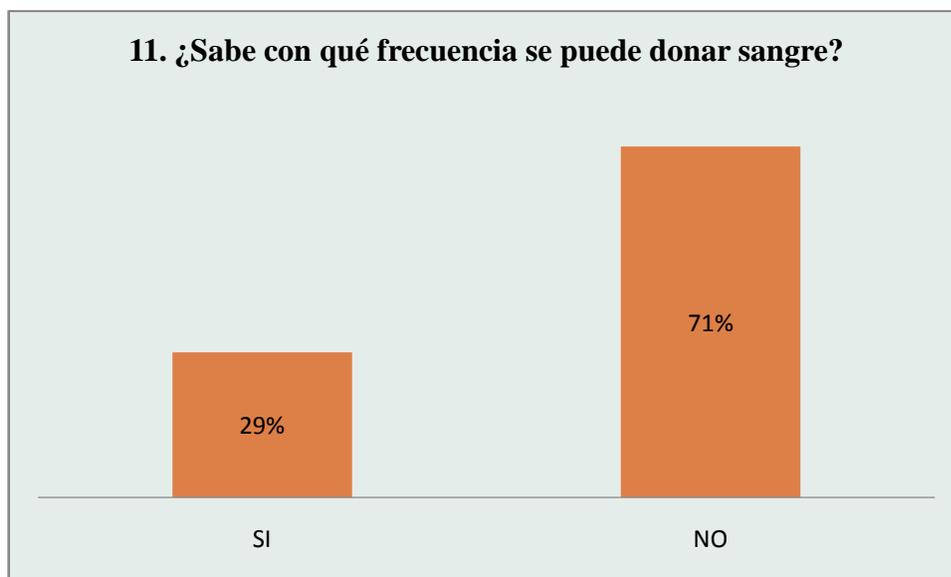


Comentario: El 54% de la población estudiantil sometidos a la encuesta afirmaron conocer su tipo de sangre, esto puede servir como medida de sensibilización ya que al conocer el grupo sanguíneo y ser conscientes sobre cuáles son los grupos más comunes y escasos, podría ser una ventaja para que se acerquen a los centros de captación de sangre.

Pregunta 11. ¿Sabe con qué frecuencia se puede donar sangre?

Objetivo: Identificar si los estudiantes conocen la frecuencia con la que se puede donar sangre.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	57	29%
NO	138	71%
TOTAL	195	100.00%

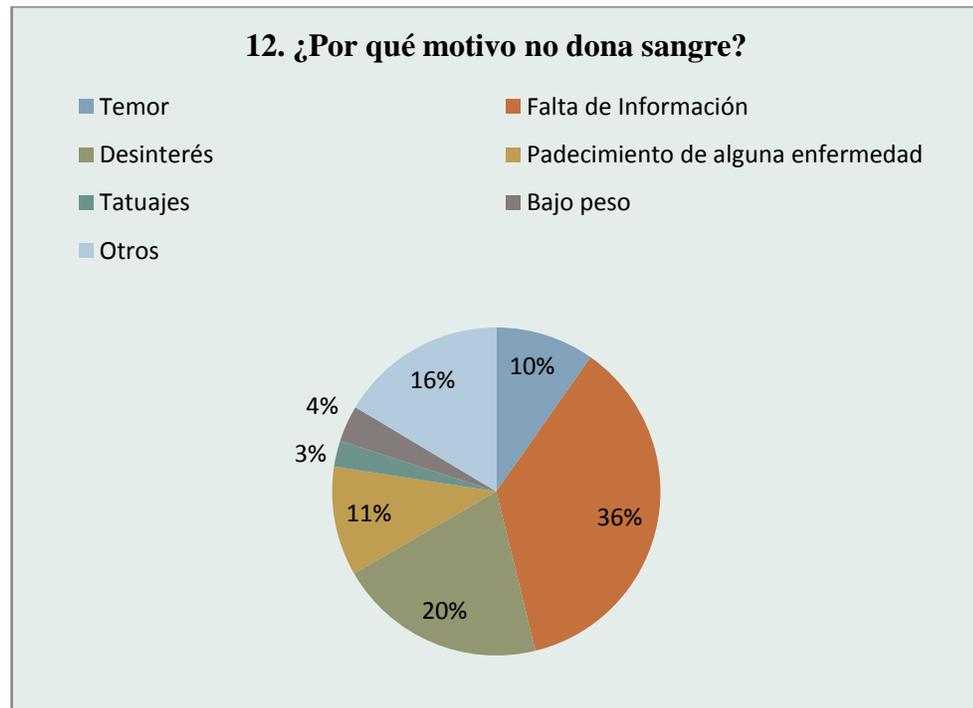


Comentario: Con los datos recolectados podemos determinar que los estudiantes no están conscientes de la frecuencia con la que se puede donar sangre, haciendo esto una desventaja para lograr tener donadores de sangre habituales.

Pregunta 12. ¿Por qué motivo no dona sangre?

Objetivo: Indicar el motivo por el cual los estudiantes no donan sangre

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Temor	19	10%
Falta de Información	71	36%
Desinterés	40	21%
Padecimiento de alguna enfermedad	21	11%
Tatuajes	5	3%
Bajo peso	7	4%
Otros	32	16%
Total	195	100.00%



Comentario: De las opciones antes mencionadas, la frecuencia más representativa es de 36% en donde los estudiantes afirmaron no donar sangre debido a la falta de información, en este caso se puede aclarar que no es la falta de información la que está

interfiriendo sino la mala comunicación de la información, ya que información existe mucha pero no está siendo transmitida a la población de igual manera no se está facilitando encontrarla.

Pregunta 13. ¿Qué le motivaría a donar sangre?

Objetivo: Establecer que podría motivar a los estudiantes a participar en campañas de donación de sangre.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Dinero	13	8%
Satisfacción personal	65	38%
Ayudar a un familiar o conocido	85	50%
Otros	6	4%
Total	169	100.00%



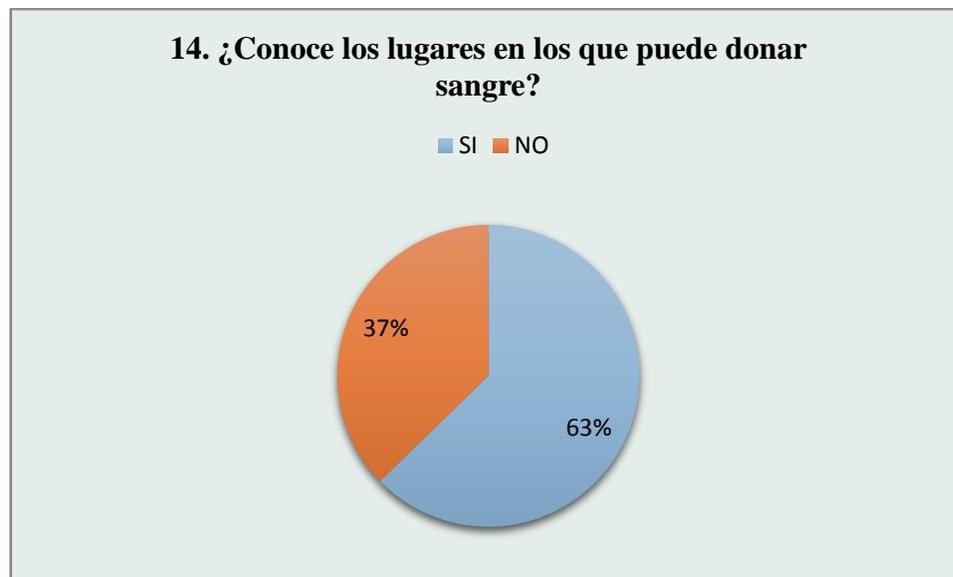
Comentario: Para poder determinar de qué manera motivar a la población estudiantil en contribuir con donaciones de sangre se les presentaron diferentes opciones, en la cual con un 50% indicaron que ayudar a un familiar o conocido es la mejor opción. Este caso es algo alarmante ya que seguiríamos dentro de las donaciones por intercambio, cuando

lo mejor sería llegar a obtener sangre de donantes habituales de forma voluntaria y altruista es decir en búsqueda de la satisfacción personal sin ayudar a nadie en específico.

Pregunta 14. ¿Conoce los lugares en los que puede donar sangre?

Objetivo: Definir si los alumnos conocen los establecimientos a los que se pueden acercar a hacer su donación de sangre.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	106	63%
NO	63	37%
TOTAL	169	100.00%

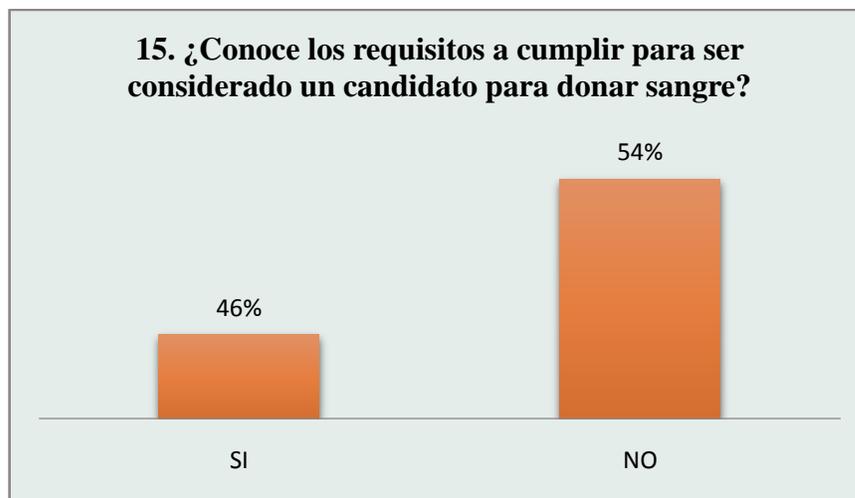


Comentario: El 37% de los estudiantes negó conocer los centros de captación de sangre, esto puede ser debido a la falta de transmisión de información y a la poca publicidad que se maneja respecto a este tema.

Pregunta 15. ¿Conoce los requisitos a cumplir para ser considerado un candidato para donar sangre?

Objetivo: Evaluar si los alumnos están informados sobre los requisitos para poder donar sangre.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	78	46%
NO	91	54%
TOTAL	169	100.00%

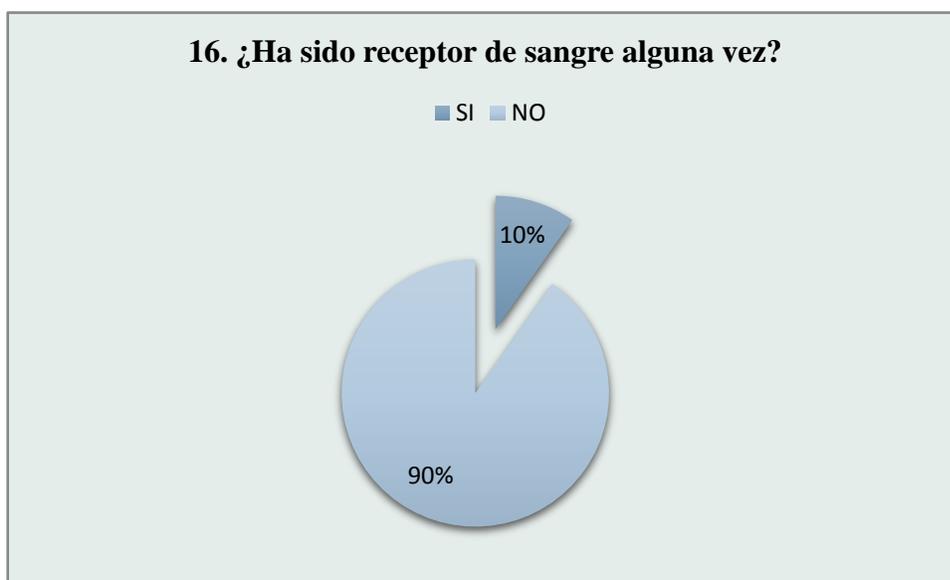


Comentario: Debido a la falta de transmisión de la información, el 54% de los estudiantes negó conocer cuáles son los requisitos para donar sangre. Esto incrementa a que ignoren si son aptos para donar sangre o no, evitando de esa manera las donaciones defectuosas.

Pregunta 16. ¿Ha sido receptor de sangre alguna vez?

Objetivo: Conoce si los alumnos alguna vez han necesitado de este tipo de ayuda.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	10%
NO	176	90%
TOTAL	195	100.00%



Comentario: de los estudiantes encuestados el 90% no ha sido receptor de sangre y solo el 10% si ha tenido la necesidad de recibir una transfusión de sangre.

Pregunta 17. ¿Aceptaría sangre de una persona que ha donado de forma remunerada?

Objetivo: Examinar si los alumnos aceptarían recibir sangre de una persona que sea donante remunerado.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	95	49%
NO	100	51%
TOTAL	195	100.00%



Comentario: se observó que el 51% de los estudiantes encuestados dijo no estar dispuestos a aceptar recibir sangre de alguien que ha donado de forma remunerada, sin embargo un 49% respondió que si aceptaría la sangre de alguien que ha donado sangre de forma remunerada, esto debido a la falta de información sobre el tema, desconocen los riesgos de recibir sangre bajo esta práctica.

Pregunta 18. ¿Ha escuchado sobre la Donación de Sangre dentro de la Universidad de El Salvador?

Objetivo: Saber si los estudiantes alguna vez han escuchado acerca del tema de la donación de sangre dentro de la Universidad.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	24	12%
NO	171	88%
TOTAL	195	100.00%



Comentario: el 88% de los encuestados afirmaron que no han escuchado nada respecto a la donación de sangre dentro de la Universidad de El Salvador solo el 12% afirmo haber recibido algún tipo de información sobre el tema esto debido a que dentro de la

Universidad nunca se han realizado eventos de donación de sangre o realizado campañas de concientización.

Pregunta 19. ¿Sería posible realizar una campaña de donación de sangre en la Universidad de El Salvador?

Objetivo: Conocer la opinión de los estudiantes sobre la posibilidad de realizar una campaña de donación de sangre dentro de la Universidad.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	173	89%
NO	22	11%
TOTAL	195	100.00%



Comentario: Se pudo observar que la mayor parte de los estudiantes encuestados consideran que sí sería factible que se realizara una campaña de donación de sangre

dentro de la universidad y solo el 11% de los estudiantes no creen que se pueda llevar a cabo un evento de esta naturaleza.

Pregunta 20. ¿Sí se llevara a cabo un evento de donación de sangre cada ciclo, participaría?

Objetivo: Evaluar la posibilidad de realizar campañas una vez por ciclo.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	116	59%
NO	79	41%
TOTAL	195	100.00%

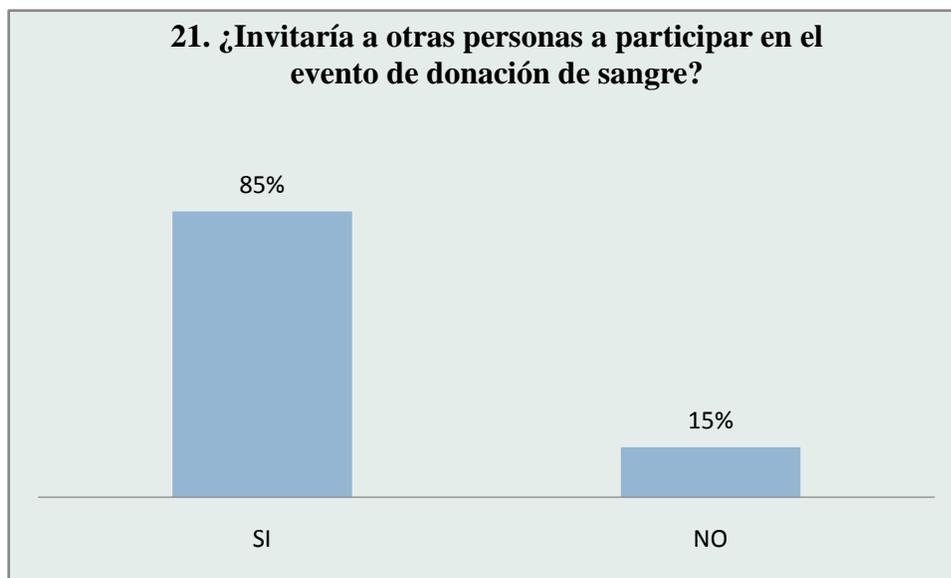


Comentario: el 59% de los estudiantes encuestados afirmaron que estarían dispuestos a donar sangre si se llevara a cabo un evento dentro de la universidad, por lo que sí existe apoyo para este tipo de eventos.

Pregunta 21. ¿Invitaría a otras personas a participar en el evento de donación de sangre?

Objetivo: Identificar si los estudiantes estarían dispuestos a invitar a otras personas a participar en las campañas de donación de sangre realizadas dentro de la Universidad.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	166	85%
NO	29	15%
TOTAL	195	100.00%



Comentario: el 85% de los encuestados estarían dispuestos a invitar a sus familiares y amigos a donar sangre, lo cual contribuye a que en el evento se pueda captar el mayor número de donantes posibles.

Pregunta 22. ¿Consideraría apropiado contar con un banco de sangre dentro de la Universidad de El Salvador sede central?

Objetivo: Evaluar la posibilidad de crear un banco de sangre dentro de la Universidad.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	173	89%
NO	22	11%
TOTAL	195	100.00%

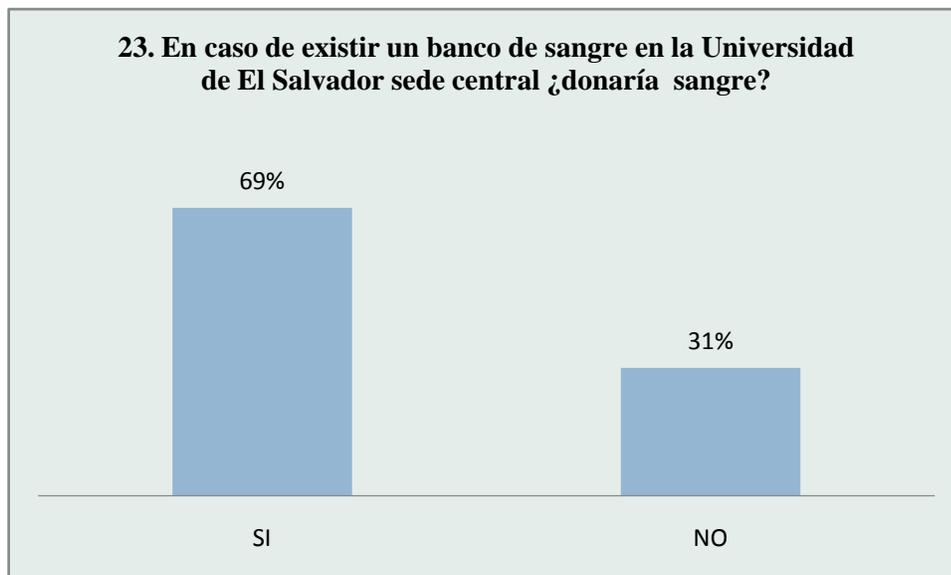


Comentario: De los datos obtenidos se pudo identificar que a los estudiantes les parece adecuada la idea de que exista un banco de sangre dentro de la Universidad de El Salvador aun así el 11% considera que no es conveniente el poseer uno.

Pregunta 23. En caso de existir un banco de sangre en la Universidad de El Salvador sede central ¿donaría sangre?

Objetivo: Determinar si el hecho de existir un banco de sangre dentro de la Universidad ayudaría a incentivar y promover las donaciones de sangre en los estudiantes.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	135	69%
NO	60	31%
TOTAL	195	100.00%



Comentario: En el caso de existir un banco de sangre dentro de la Universidad de El Salvador el 69% de los encuestados consideran que si podrían donar sangre, ya que no tendrían que desplazarse hacia lugares lejos, sino que sería un lugar accesible para todos.

ANEXO No. 5**FICHA DE EVALUACIÓN DEL DONANTE**

Nº REGISTRO _____ BANCO DE SANGRE UNIDAD MÓVIL
 FECHA: ____/____/_____
 NOMBRES _____
 APELLIDOS _____
 FECHA NAC. _____ EDAD _____ SEXO F M ESTADO CIVIL C S D V A
 Nº DUI _____ PASAPORTE _____
 OTRO DOCUMENTO _____
 DIRECCIÓN COMPLETA _____

MUNICIPIO: _____ DEPARTAMENTO: _____

TEL: _____

LUGAR DE TRABAJO: _____

TEL: _____

LUGAR QUE REFIERE AL DONANTE: _____

1. ¿Se siente bien de salud hoy?
2. Ha donado sangre o algún componente sanguíneo en los últimos 3 meses?
3. ¿Ha recibido sangre, componentes sanguíneos o trasplante en el último año?
4. ¿Alguna vez ha sido rechazado para donar sangre?
5. ¿Alguna vez ha estado encarcelado? prueba
6. ¿Alguna vez ha tenido hepatitis, una prueba positiva de hepatitis, o ha estado en contacto con personas con esos padecimientos en el último año?
7. ¿Se ha sometido a Tatuajes, perforaciones de la oreja o piel?
8. ¿En el último año se ha sometido a injertos, endoscopía, cateterismo, acupuntura o accidente laboral con exposición a sangre o fluidos corporales?
20. ¿Le han practicado algún procedimiento dental en la última semana?
21. ¿Ha tenido fiebre, dolor de garganta, diarrea en la última semana?
22. ¿En los últimos 12 meses ha padecido o hasido tratado usted o su pareja por alguna enfermedad de transmisión sexual?
23. ¿Dona sangre con la intención de practicarse la prueba del VIH? Por qué? _____
24. ¿Tiene usted o su pareja sexual una positiva para VIH? Hace cuanto tiempo? _____
25. ¿En los últimos 12 meses ha tenido relaciones sexuales, aunque sea una vez, con alguien que tiene VIH?
26. ¿Ha tenido fiebre, inflamación de los ganglios, pérdida de peso, tos o diarrea persistente, en el último año?

9. ¿Ha sido sometido a alguna cirugía?

que tipo de
cirugía: _____

10. ¿Ha sido vacunado recientemente?

que tipo de
vacuna: _____

11. ¿Ha sido picado por la "Chinche Picuda"?
usado

12. ¿Padece la enfermedad de Chagas?

13. ¿Ha padecido dengue, paludismo o malaria?
Cuántas veces? _____

14. ¿Ha padecido Tuberculosis?

FUP: ____/____/____

¿Recibió tratamiento completo?

15. ¿Padece de enfermedades del corazón?

16. ¿Ha tenido cáncer, enfermedades de la
sangre o problemas de sangramiento?

17. ¿Ha padecido de epilepsia o convulsiones?

18. ¿En la última semana, ha tomado Aspirina o
derivados de ésta?

19. ¿Ha tomado o está tomando algún otro
medicamento?

cuál? _____
para qué: _____

27. ¿Ha tenido Ud. o su pareja conductas
sexuales de riesgo?

28. ¿Ha tenido relaciones sexuales con
trabajadoras/es del sexo, en el último año?

29. ¿Ha tenido más de un/a compañero/a
sexual, en los últimos seis meses?

30. ¿Usted o su pareja sexual, usa o ha
drogas ilegales?

31. ¿Aceptaría volver a donar sangre en otra
oportunidad?

SOLO DONANTES MUJERES

32. FUR: ____/____/____

33. G ____ P ____ A ____ V ____

34. ¿Está lactando?

COMENTARIOS

Declaro que he sido informado sobre todo el proceso de donación de sangre, así como de las razones de exclusión y que éstos no me afectan, además considero que no tengo riesgos asociados para transmitir el VIH u otros agentes infecciosos transmisibles por la vía sanguínea. Afirmo que la información que he dado es verídica y que dono mi sangre en forma voluntaria y gratuita para que sea utilizada en la institución.

Firma _____

Huellas digitales _____

NOTA: A los donantes con baja escolaridad se les deberá leer y explicar el consentimiento informado.

Anexo No.6**REGISTRO DE DONACIÓN**

(Para ser completado por el personal encargado de la entrevista)
ANTECEDENTES DE DONACIONES

N° TOTAL DE DONACIONES _____ **N° DE DONACIONES POR AÑO** _____
 DONANTE 1ª VEZ **SI NO** DONANTE CONVERTIDO A VOLUNTARIO. **SI NO**
 DONANTE HABITUAL **SI NO**
 LUGAR DONDE DONÓ _____
 EVALUACIÓN FÍSICA
 PESO _____ PRESIÓN ARTERIAL _____ PULSO _____ T° _____
 HEMOGRAMA: Normal _____ Anormal _____
 HEMOGLOBINA: Normal _____ Anormal _____ HEMATOCRITO _____ %
 Inspección de los brazos _____ Ha comido algo hoy? **SI NO**
 Observaciones _____
 Resultado de la entrevista: APTO _____ DIFERIDO _____ NO APTO _____
 Motivo de exclusión _____ Tiempo de Exclusión _____
 Firma y sellos JVPLC del entrevistador _____
 EXTRACCIÓN
 Unidad completa **SI NO** Hora de inicio _____ Hora que finaliza _____
 Reacciones adversas post donación: **Ninguna Leve Moderada Severa**
 Observaciones _____
 Firma y sellos JVPLC del responsable de la Venopunción _____

Anexo No.7**FORMULARIO PARA EVALUACIÓN DEL LOCAL DONDE SE REALIZARÁ LA
COLECTA MÓVIL DE SANGRE**

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN
 NOMBRE DEL CONTACTO EMPRESARIAL
 DIRECCION
 TELEFONO FIJO Y MOVIL
 OBSERVACIONES

Ubicación exacta del lugar

Para llegar a la institución: _____

Ubicación dentro de la institución: _____

DISPONIBILIDAD DE RECURSO	SI/NO	Observaciones
Área limpia y ambiente agradable		
Lavamanos y agua potable		
Iluminación natural/luminarias		
Tomacorrientes		
Ventilación y temperatura adecuada		
Canapés o sillones		
Sala de espera para donantes		
Sala de inscripción		
Sala de entrevista y evaluación		
Sala de extracción		
Sala de refrigerio		
RECURSO REQUERIDO	SI/NO	Observaciones
Servicios sanitarios		
Televisión, VHS y DVD		
Biombos para separar áreas		

Anexo 8 Fotografías tomadas en el Hospital Nacional Rosales sobre el proceso de separación de hemocomponentes.

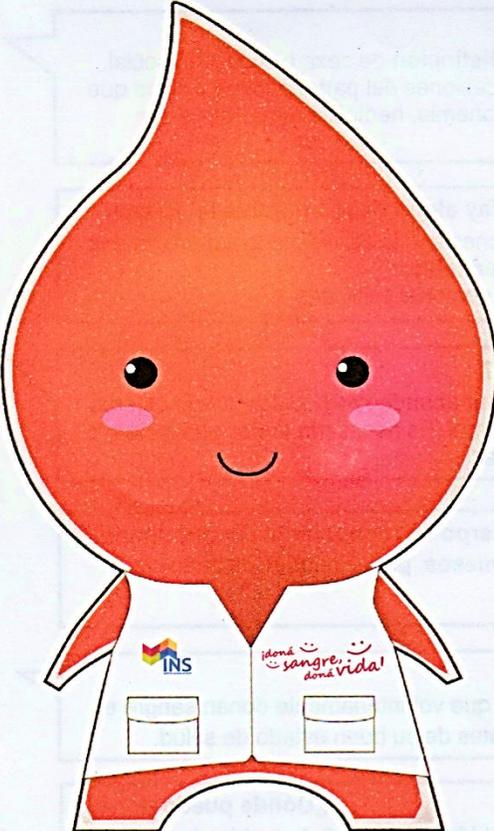






Anexo N° 9 Afiches publicitarios de la donación de sangre

*¡doná
sangre,
doná vida!*



Requisitos:

- ✓ Gozar de buena salud.
- ✓ Ser mayor de 18 años y menor de 65 años.
- ✓ Tener un peso mínimo de 110 libras.
- ✓ Es necesario que muestres tu DUI.

Recomendaciones:

- ✓ No haberse desvelado la noche previa a la donación.
- ✓ Puedes ingerir líquidos y alimentos bajos en grasa.
No es necesario hacer ayuno
- ✓ Es importante tener hábitos de vida saludables.
- ✓ No tener conductas sexuales de riesgo.
- ✓ No usar drogas.
- ✓ No tatuajes, perforaciones o tratamientos médicos.

 **Red Nacional de Bancos de Sangre**  

¡doná
sangre,
doná vida!



TUS PREGUNTAS MÁS FRECUENTES

¿Porque Donar Sangre?

Por qué siempre hay alguien que requiere de una transfusión, no existe nada que sustituya la sangre humana. Por eso **tú** sangre es **UNICA Y VALIOSA**.

¿A quién beneficia la sangre donada?

Las donaciones **benefician** a todos **sin distinción** de sexo o condición social. Personas víctimas de accidentes, complicaciones del parto, adultos y niños que padecen algún tipo de cáncer, leucemia, anemia, hemofilia o que van a ser sometidos a cirugía.

¿Hay algún riesgo durante la donación?

No hay ningún **riesgo** de adquirir infecciones con la donación de sangre ya que todo el material utilizado es **estéril y desechable**. Recuerde que siempre será atendido por personal calificado

¿Qué debo hacer luego de la donación?

Reposar por un mínimo de **30 min** y tomar abundantes líquidos, luego estarás en condiciones de reanudar tu jornada normal. Es necesario **evitar ejercicios** o actividades, extenuantes después de donar.

¿Cuánto tarda mi cuerpo en recuperar la sangre donada?

La sangre donada **se recupera en 3 ó 4 meses**, permitiendo realizar nuevas donaciones sin daño para el organismo.

¿Quiénes son los donantes seguros?

Los donantes más seguros son personas que voluntariamente donan sangre en forma regular y que además son conscientes de su buen estado de salud.

¿Dónde puedo donar?

En cualquiera de los bancos de sangre del Ministerio de Salud, ubicados en los hospitales Nacionales. Teléfono **2520-3000**, sitio web **www.ins.salud.gob.sv**



**Red Nacional de
Bancos de Sangre**



MINISTERIO DE SALUD
GOBIERNO DE
EL SALVADOR
UNÁMONOS PARA CRECER



INVITACION A SER DONANTE VOLUNTARIO DE SANGRE

“La seguridad de la Sangre depende de mí.”

REQUISITOS PARA SER DONANTE DE SANGRE

- Sexo:** Hombre o Mujer
- Presentarse:** con su DUI ó Pasaporte para Extranjeros.
- Peso:** Mayor de 110 libras
- Tener un deseo sincero** de querer ayudar a ¡Salvar Vidas!
- Edad:** 18-65 años hombre
18-60 años mujer
- Dispuesto a pasar chequeo** y entrevista Clínica pre donación.
- Inscribirse:**
VOLUNTARIAMENTE
- No es necesario estar en ayunas;** puede haber tomado alimentos sin grasa
- Ser una persona que** cuide su salud y tenga hábitos sanos de vida.
- Acudir al Centro de Sangre** de Cruz Roja Salvadoreña o hacer su cita por teléfono.

¿Cómo es el proceso de la donación de Sangre?

- Es requisito una entrevista médica y el donante debe responder con la verdad a todo lo que se le pregunte
- Toda la entrevista médica es para constatar su buena salud y que está en condiciones de realizar la donación si usted califica.

Esto brinda seguridad a Usted, como DONANTE y para el PACIENTE que recibira la transfusión.

Se verifica la presión arterial, peso y un exámen de sangre para descartar ANEMIA.

RECUERDA:

¡Donar Sangre No tiene precio!

Puedes donar cada 3 meses

¡Te da una satisfacción grande, ayudar a otros!



El Centro de Sangre promueve la Donación VOLUNTARIA Y ALTRUISTA de Sangre, como el mejor regalo de vida que un ser humano brinda a otro.



Cada unidad de sangre de un(a) Donante Voluntario tiene un valor incalculable de AMOR y de HUMANIDAD, que llega a una persona que la necesita para recuperar su salud.



El Centro de Sangre procesa y prepara los componentes sanguíneos: glóbulos rojos, plaquetas, plasma fresco y crioprecipitado, para pacientes que están hospitalizados y que requieren una transfusión en su tratamiento médico.



La sangre es un regalo de vida, **NO SE COMPRA NI SE VENDE.** Para garantizar la calidad es necesario invertir en bolsas especiales, reactivos para pruebas de laboratorio como son **VIH, Hepatitis B, Hepatitis C, Chagas, Sífilis, Típeo Sanguíneo, Rastreo de anticuerpos irregulares;** equipos especializados, y otros que constituyen un **COSTO DE PROCESAMIENTO: NO ES LA SANGRE LA QUE SE COBRA SINO LOS EXAMENES QUE SE REALIZAN A CADA UNIDAD,** Lo cual es un valor minimo que deben cancelar los pacientes ingresados en **HOSPITALES PRIVADOS.** Para los pacientes ingresados en **HOSPITALES NACIONALES** el costo de procesamiento lo asume la Cruz Roja.

**Juntos Podemos
¡SALVAR VIDAS!**

Abre tu para ayudar a una persona que necesite tu sangre.

**Dá un bello regalo de VIDA
¡Sé un HÉROE, salva VIDAS!**

El Mejor regalo...



**...una gota de tu Sangre
puede Salvar Vidas.**

**Ven y sé un donante
Voluntario Altruista.**

Avenida Henry Dunant y 17 Calle
Poniente, San Salvador.
Centro de Gobierno.
Teléfonos: 2239-4951- 2239-4959
Horario:
Lunes a Viernes: 7:00 am. a 4:00 pm.
Sábado: 7:00 am. a 2:00 pm.
Servicio de Urgencia las 24 Horas



**Cruz Roja Salvadoreña
Centro de Sangre**



**MISION DEL CENTRO DE SANGRE
Cruz Roja Salvadoreña**

"Contribuir a prevenir y aliviar el sufrimiento de las personas más vulnerables, protegiendo la vida y la salud, brindando servicios y productos de calidad, en forma eficaz y oportuna, tanto a los donantes de sangre que se atienden como a quienes necesitan transfusiones y son atendidos en la red de hospitales del país; apoyando así los programas de salud gubernamentales."

La sangre nos conecta

Dona sangre y comparte vida



MINISTERIO DE SALUD
GOBIERNO DE
EL SALVADOR
UNÁMONOS PARA CRECER



www.salud.gob.sv

Si deseas donar:

- Es importante que tengas hábitos de vida saludable
- Ser mayor de 18 años y menor de 65 años
- Pesar al menos 110 libras
- Lleva tu DUI
- No tengas conductas sexuales de riesgo
- No uses drogas

Antes de donar:

- No te desveles una noche antes de la donación
- Puedes ingerir líquidos y alimentos bajos en grasa (no es necesario ayuno completo)

Al donar:

- Te llenaremos una ficha de identificación
- Realizarás una entrevista confidencial
- Te pesaremos
- Se te realizarán pruebas para determinar el nivel de hemoglobina
- Debes esperar tu turno para pasar a donar
- Después de donar, es recomendable que reposes por unos minutos e ingerir abundantes líquidos
- Evita hacer ejercicios o actividades extenuantes después de donar
- Puedes donar cada 3 o 4 meses

Mitos:

- Donar sangre no te hace subir de peso
- No es necesario donar en ayunas, puedes ingerir líquidos y alimentos bajos en grasa
- Si tuviste Hepatitis A de pequeño, puedes donar. Si la tuviste de adulto es preferible no hacerlo

Debes tomar en cuenta estas recomendaciones para evitar la transmisión de enfermedades como VIH, Hepatitis B y C, Sífilis, Chagas y otras más.