TITULO: Estrategia de motivación basada en una plataforma de SMS para los donantes de un Banco de Sangre.

1. Resumen Ejecutivo
2. Introducción
   1. Donación de sangre, tipos y su importancia. (1)

La donación de sangre es un proceso voluntario en donde una persona accede a que se le saque sangre para que pueda ser utilizado en otra persona que necesite una transfusión de sangre. Existen diversos tipos de donación de sangre:

* Sangre Completa: El tipo más común de donación. Luego la sangre se separa en sus componentes (glóbulos rojos, plasma, plaquetas).
* Plaquetas: Utiliza un proceso de donación llamado aféresis. Durante este proceso, el donante es conectado a una maquina para colectar las plaquetas y un poco de plasma, para luego regresar el resto de la sangre al donante. Puede almacenarse hasta por 7 días (2).
* Plasma: Se puede recolectar al mismo tiempo que la recolección de plaquetas, o se puede colectar sin necesidad de colectar plasma por el proceso de aféresis. Puede almacenarse hasta por 2 años (2).
* Glóbulos rojos: Solo se colectan los glóbulos rojos por medio de aféresis. Puede almacenarse hasta por 42 días (2).

Los donantes de sangre pueden dividirse en tres tipos, el donante voluntario, el donante por reposición (para algún familiar o amigo) y los donantes pagados. Proporcionalmente, se ha registrado que los jóvenes son los que más donan en países de bajos y medianos ingresos a comparación de países de altos ingresos (3). La información geográfica de cada ciudad es importante para definir correctamente la estrategia ha usarse en cada banco de sangre.

Entre el año 2008 al 2013, se presento un aumento de 10.7 millones de donaciones de sangre voluntarios a nivel mundial pero sigue presentando un numero bajo de donaciones en países de medianos y bajos ingresos por cada mil habitantes (11.7 y 4.6 donaciones respectivamente)(3) .

El proceso de donación es simple, toma aproximadamente 1 hora entre que el donante ingresa al lugar de donación hasta que se retira, los pasos que se cumplen son los siguientes (4):

* Registro: Se completa la ficha del donante donde se pide información como el nombre, dirección, teléfono, etc.
* Historia Clínica y Mini-examen físico: Se responden preguntas en una entrevista personal y confidencial sobre la historia clínica del donante, los lugares donde ha viajado y se toma la temperatura, la presión sanguínea, pulso y hemoglobina del donante.
* Donación: Se limpia el área del brazo y se inserta una aguja nueva esteril para la extracción de sangre, se llena la bolsa de sangre por aproximadamente 10-15 minutos si se esta donando sangre completa, si se esta donando plaquetas o plasma por el proceso de aféresis el proceso puede tomar hasta 2 horas.
* Descanso y refrigerio: Se invierten unos 10-15 minutos para comer un refrigerio que permitirá al cuerpo ajustarse de la ligera disminución del volumen de fluidos.

La donación de sangre es importante debido a que puede salvar vidas, tanto en operaciones de alto y bajo riesgo, desastres naturales, accidentes y/o emergencias. Sin donantes de sangre, muchas vidas podrían perderse por un acto que al adulto promedio, no le implica mayor riesgo y solo implica un acto solidario ante otro ser humano ya que una bolsa de sangre (450ml) puede salvar 3 vidas mientras que la cantidad de sangre que cabe en una cucharita de té, puede salvar la vida de un infante (5).

* 1. Estrategias de motivación para donar sangre

La donación voluntaria de sangre es necesaria para cumplir con la demanda interna del país para transfusiones de sangre. Es por esto que cada centro de donación debería desarrollar una estrategia de motivación sobre como atraer y retener donantes voluntarios, esta estrategia depende mucho de los aspectos culturales de la comunidad y debe comunicar la importancia y necesidad de la donación voluntaria de sangre al publico (6). Una buena estrategia de motivación de un centro de donación, puede que no sea efectivo en otro debido a diferencias culturales, es por esto que las diferentes estrategias o técnicas que se enfoquen en hacer que los donantes regresen y que retener estos donantes, son muy beneficiosas a nivel mundial (7).

AQUÍ FALTA UN PARRAFO

* 1. Uso de TICs para motivación en donación de sangre
  2. Donación de Sangre en el Perú y sus limitantes

La donación de sangre en el Perú no cuenta con una estrategia especifica para motivación de la población de donación voluntaria y se encuentra muy centralizada, siendo el 86% de la sangre recolectada proveniente de Lima únicamente. Adicionalmente, se estima que solo el 0.5% de la población dona sangre, y dentro de este porcentaje, solo el 5% es donación voluntaria, siendo el 95% de provisión de sangre del país, la donación por reposición (8).

Como el Perú es un país culturalmente diverso y con diferentes prioridades en cada localidad, las personas que planeen estrategias sobre educación de donación de sangre y campañas de motivación deben tener en cuenta que los peruanos no suelen donar sangre hasta que se les haga el pedido explicito, y que aunque existan diversas formas de educar a la población sobre el tema, siguen existiendo muchos mitos y conceptos erróneos sobre la donación de sangre que deben ser atendidos con prioridad. Actualmente, en los hospitales del Ministerio de Salud del Perú, no cuentan con una forma de comunicación entre el centro de donación y el donante, ni para informar sobre los resultados de las pruebas que se han realizado a su sangre.

* 1. Donación de Sangre en HNCH

En el Hospital Nacional Cayetano Heredia (HNCH), en el año 2016 tuvieron en total 8245 donantes registrados en su Banco de Sangre, de ellos tan solo el 13.34% eran donantes voluntarios y solo 0.9% fueron donantes voluntarios que se presentaron al Banco de Sangre sin ningún tipo de campaña de donación. En el año 2015, se tuvo un 9.29% de donantes voluntarios del total de 8797 donantes, de los cuales solo el 0.53% fueron donantes voluntarios que no necesitaron una campaña de donación. En el 2014, solo el 0.48% de donantes totales fueron voluntarios sin necesidad de campaña de donación.

Adicionalmente, se tiene registrado que en el 2016 solo 23 de los donantes voluntarios (tanto con y sin campaña de donación) son donantes reiterativos y en el año 2015 fueron 26 donantes reiterativos.

Estas cifras demuestran la necesidad del desarrollo de una estrategia para atraer y retener donantes voluntarios, ya que son valores muy bajos que se vienen presentando consistentemente con el paso de los años. Las campañas de donación representan una buena solución para atraer a donantes voluntarios, sin embargo no es una solución a largo plazo ya que implica un presupuesto y una gestión adicional a las realizadas en el Banco de Sangre de HNCH. Esta estrategia buscaría aumentar la cantidad de donantes voluntarios reiterativos que vuelvan al Banco de Sangre por decisión propia motivados por los mensajes de texto enviados.

1. Objetivos
   1. Objetivo General

Determinar la factibilidad y satisfacción de donantes de sangre a la comunicación mediante mensajes de texto (SMS) de parte del Banco de Sangre del HNCH.

* 1. Objetivos Específicos

Desarrollar prototipos de mensajes de texto (SMS) que serán enviados a los donantes de sangre.

1. Métodos

Este proyecto, se dividirá por módulos dependiendo del tipo de mensaje que se va a mandar, se decidió separarlo en módulos para poder encontrar cual es el mensaje más efectivo con la población. Primero, se realizará dos grupos focales para poder determinar el contenido de los mensajes de texto para todos los módulos, con esto se asegurará que el mensaje llegue a la población de forma clara y directa.

Los módulos que presentara el siguiente proyecto son los siguientes:

Modulo 1: Mensajes de agradecimiento cuando la sangre donada sea utilizada y mensaje informativo con consejos para cuidados luego de donación

Este tipo de estrategia se implemento en Suecia (9), donde se enviaba un mensaje de agradecimiento cuando se utilizaba la sangre que se había donado, ellos utilizaron un mensaje de texto estándar para todos los donantes que decía “Gracias! La sangre que dono ahora ha llegado para el beneficio de un paciente. Saludos”, con este mensaje se busca motivar a los donantes a regresar y con esto fortalecer la base de donantes para el futuro.

Adicionalmente, se mandaran mensajes de texto con consejos para el donante que debe tener en cuenta luego de su donación, se planifica tener mensajes donde se enfatice la importancia de la alimentación, hidratación y sobre el esfuerzo físico aconsejado a realizar luego de la donación.

Modulo 2: Mensajes para acudir a recibir los resultados serológicos

Este modulo se enfocará en lograr que los donantes regresen al banco de sangre para recoger sus resultados de los exámenes serológicos que se realizan a la sangre donada, para los donantes que tengan resultado positivo a alguno de estos exámenes se les indicara que deben volver al banco de sangre para conversar con un especialista para que les explique las implicancias de sus resultados, mientras que para los donantes con resultado negativo se les pedirá que regresen a recoger sus resultados.

Modulo 3: Recordatorios para donación (para donante voluntario y por reposición)

Este modulo se enfocará en concientizar al donante, tanto voluntario como al donante por reposición, sobre la importancia de su donación, y cuando es que puede volver a donar luego de pasado el tiempo recomendado de espera. Estos mensajes se utilizaran para aumentar la tasa de retorno de donantes voluntarios.

El proyecto se realizara como un proyecto de intervención a 40 personas donde todas serán intervenidas, estas personas serán elegidas al azar conforme lleguen al banco de sangre para donar. Y buscamos medir cuantas de estas personas regresan al banco de sangre gracias a los mensajes de texto.

1. Cronograma
2. Presupuesto
3. Consideraciones Éticas
4. Referencias

1. Blood donation - Mayo Clinic [Internet]. [cited 2017 Jan 15]. Available from: http://www.mayoclinic.org/tests-procedures/blood-donation/basics/definition/prc-20020069

2. ¿Puedo donar si...? - Centro de Donación de Sangre de Cruz Roja [Internet]. [cited 2017 Jan 23]. Available from: http://www.donarsangre.org/puedo-donar-si/

3. WHO | Blood safety and availability [Internet]. WHO. World Health Organization; 2016 [cited 2017 Feb 6]. Available from: http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs279/en/

4. Donation FAQs [Internet]. [cited 2017 Jan 22]. Available from: http://www.redcrossblood.org/donating-blood/donation-faqs

5. Ireri S, Peter S, Wagacha W. The Use of ICT for Blood Donation: A Donor Information Needs Driven System to Address Kenya’s Low Blood Donation Rates. 2014;

6. Siromani U, Mammen JJ. Adaptations of Effective Blood Donor Motivation Strategies. 2016;2(6).

7. Gillespie TW, Hillyer CD. Blood donors and factors impacting the blood donation decision. Transfus Med Rev [Internet]. 2002 Apr [cited 2017 Jan 22];16(2):115–30. Available from: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11941574

8. PRONAHEBAS - El Programa Nacional de Hemoterapia y Bancos de Sangre [Internet]. [cited 2017 Jan 13]. Available from: http://www.minsa.gob.pe/portada/Especiales/2010/donasangre/?op=3

9. Blood donors in Sweden get a text message whenever their blood saves someone’s life | The Independent [Internet]. [cited 2017 Jan 23]. Available from: http://www.independent.co.uk/news/world/europe/blood-donors-in-sweden-get-a-text-message-whenever-someone-is-helped-with-their-blood-10310101.html