

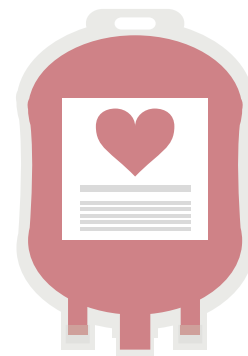
Realizando una campaña de donación de sangre exitosa

Fomente la donación de sangre regular: ¡los donantes regulares son los donantes más seguros!

Mensajes claves

Una campaña de donación de sangre es una excelente manera de mejorar la moral de un equipo: juntos, los participantes pueden sentirse conectados con su comunidad al dar el regalo de la vida. Por favor considere lo siguiente en su planificación:

- Todos los donantes deben ser voluntarios y no remunerados (Política de sangre de la FICR). Es importante que los donantes no se sientan presionados para donar, ni reciban ningún pago o incentivo por su donación. Son aceptables pequeñas muestras de agradecimiento o reembolso de los gastos de viaje.
- La sangre solo dura hasta 42 días y debe reponerse regularmente (varía entre los servicios y productos de sangre).
- Garantizar la seguridad del donante y del receptor es vital: proporcionar a los donantes suficiente información antes del día del evento les permite determinar su elegibilidad, obtener respuestas a sus preguntas y auto-diferirse si es necesario. En el día de la donación, todos los donantes se someterán a un chequeo de salud y una entrevista antes de la donación para garantizar que pueden donar de manera segura.
- La confidencialidad de toda la información relacionada con los donantes de sangre y la donación de sangre debe respetarse en todo momento.



Coordinación de eventos

Cree una lista de empresas y grupos potenciales a los que se puede acercar para que participen en campañas periódicas de donación de sangre. Verifique si anteriormente ha habido un programa de donación de sangre corporativo/del club. Discuta la coordinación y los detalles del evento.

Se recomienda que un programa corporativo/club o un equipo de reclutamiento de donantes proporcione toda la información/orientación necesaria:

- Cree conciencia y motivación proporcionando información adecuada sobre la donación voluntaria de sangre no remunerada, la necesidad de sangre y los criterios de selección. Proporcione esta información al menos una semana antes del evento.
- Si es necesario, involucre a miembros de la comunidad para que ayuden con tareas como impresión o emisión de volantes, u ofrezca refrigerios posteriores a la donación, como jugo o fruta para los donantes y voluntarios.
- Asegúrese de que hayan disponibles materiales de información adecuados antes y después de la donación.
- Asegúrese de que los donantes tengan un mecanismo para comunicarse con el servicio de sangre después de la donación por si tienen preguntas, se sienten mal después de la donación, o les preocupa que su sangre sea entregada a los receptores.
- Use un sistema de programación para apoyar tiempos de espera más cortos para los donantes.
- Inscriba a los donantes para la próxima campaña de donación de sangre, ya que los donantes pre-inscritos tienen mas probabilidad de regresar.
- ¡Programe el próximo evento! Trate de realizar otro evento ~ 4 meses después (o al menos 2 por año).
- ¡Asegúrese de que el evento sea profesional pero divertido, y que después los donantes se sientan bien por haber salvado hasta tres vidas!

Hay más recursos disponibles en el sitio web de GAP: <https://globaladvisorypanel.org>



Global Advisory Panel

on Corporate Governance and Risk Management of Blood Services in Red Cross and Red Crescent Societies



Toda la información compartida por GAP se proporciona "tal cual" sin ninguna garantía de idoneidad para ningún propósito en particular. El asesoramiento, la orientación y las herramientas proporcionadas por GAP se basan en el conocimiento y la experiencia generales de GAP; no se desarrollan a la luz de un régimen legal particular o contexto nacional. La confianza en la información es responsabilidad exclusiva del usuario y GAP excluye expresamente cualquier responsabilidad de cualquier naturaleza que surja del uso de la información. Todos los derechos de autor y la propiedad intelectual de la información pertenecen a GAP o a la organización miembro que la proporcionó, según corresponda.