

## Aspectos socioculturales relacionados con la donación voluntaria de sangre descritos por promotores de la donación de un Banco de sangre de la Ciudad de Bogotá, Colombia

Harold Fabián Cruz Bermúdez,<sup>1\*</sup> Jorge Enrique Moreno Collazos,<sup>2</sup> Claudia Janeth Calderón Serrano,<sup>3</sup> Javier Madero Reales.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Enfermero, Especialista en Estadística Aplicada, Director de Investigación, Fundación Hematológica Colombia, Bogotá, D.C., Colombia.

<sup>2</sup>Magister en Ciencias, Docente, Facultad de Enfermería y Rehabilitación, Universidad de la Sabana, Chía, Colombia.

<sup>3</sup>Bacterióloga y Laboratorista Clínica, Supervisora Nacional de Reclutamiento, Fundación Hematológica Colombia, Bogotá, D.C., Colombia.

<sup>4</sup>Enfermero, Especialista en Epidemiología, Departamento de Promoción de la Donación, Fundación Hematológica Colombia, Bogotá, D.C., Colombia.

\*Correo electrónico: direcciondeinvestigacion@fuhco.org.co

Fecha de Recepción: 01-10-2012.

Fecha de Aceptación: 11-12-2012.

### Resumen

**Introducción:** La promoción de la donación voluntaria y altruista de sangre se convierte en una estrategia de reclutamiento y seguridad de componentes sanguíneos. **Objetivo:** Conocer los principales aspectos socioculturales relacionados con la donación voluntaria de sangre descritos por promotores de la donación de un Banco de sangre categoría A de la ciudad de Bogotá, Colombia. **Materiales y Métodos:** Se realizó un estudio de tipo trasversal, por medio de la aplicación de una encuesta a 52 promotores de la donación de la Fundación Hematológica Colombia, se les solicitó que según su experiencia clasificaran según género de la población los aspectos socioculturales evaluados. El análisis de los datos se hizo bajo supuestos de normalidad en todos los casos. **Resultados:** La edad promedio de los promotores fue de  $26 \pm 5,25$  (IC95% 24,52–27,46), en la distribución de los imaginarios sociales descritos por los promotores fue; “miedo a las agujas” fue predominante para el género masculino en un 55,77% (n=29), mientras que para el género femenino fue “Aumento o pérdida de peso” en un 45,28% (n=24), los aspectos que motivan a las personas a la donación “colaboración” en un 33% (n=17) seguido del “altruismo” en un 29% (n=15). **Discusión:** Dentro de los motivos para la donación se encontró que los promotores describen que el sexo femenino realiza la donación principalmente por “Compromiso Social”, mientras que el sexo masculino lo hacen por “Beneficio propio”, de igual manera se encuentra que el principal imaginario social es el “Aumento de peso” en las mujeres y “Miedo a las agujas” en hombres.

**Palabras Clave:** Sangre; Donación de Sangre; Bancos de Sangre, Mercadeo Social.

### Sociocultural aspects related to voluntary blood donation promoters described by donating a blood bank of the city of Bogotá, Colombia

#### Abstract

**Introduction:** The promotion of voluntary, unpaid donation of blood becomes a recruitment strategy and safety of blood components. **Objective:** To identify cultural aspects related to voluntary blood donation promoters described by donating a category Blood Bank city of Bogotá, Colombia. **Methods:** This was a transversal study, through the implementation of a survey to 52 promoters of Hematology Foundation grant Colombia, were asked to rank according to their experience of the population by gender sociocultural evaluated. The data analysis was made under assumptions of normality in all cases. **Results:** The average age of the promoters was  $26 \pm 5.25$  (95%CI 24.52 to 27.46), in the distribution of social images was described by the promoters, “afraid of needles” was predominant male gender in 55.77% (n=29), while for the female gender was “weight gain or loss” in 45.28% (n=24), the aspects that motivate people to donation “collaboration” by 33% (n=17) followed by “altruism” by 29% (n=15). **Conclusions:** Among the reasons for the donation was found that developers described that females performed mainly by donation “Social Commitment”, while males do so for “personal gain”, just as it is the main social imaginary is the “weight gain” in women and “Fear of needles” in men.

**Key words:** Blood; Blood donation; Blood banks, Social Marketing.

### Introducción

La promoción de la donación voluntaria y altruista de sangre consiste en educar, orientar y fidelizar potenciales donantes en la población, los promotores deberán constantemente plantear estrategias de intervención social y comunitaria que permitan analizar las relaciones entre las variables que explican el comportamiento de los donantes y los aspectos que influyen directamente en la ejecución de la donación (1,2). En la literatura se han descrito aspectos socioculturales relacionados con la donación en la población, estos estudios han sido aplicados directamente, evaluando los sujetos, en la mayoría de los casos por medio de la aplicación de instrumentos de recolección de información; el primero hace referencia a todos aquellos “imaginarios sociales”, que limitan la realización de la donación, entre los que se encuentran: la falta de información sobre el proceso de donación de sangre, mitos o creencias, subir de peso o adelgazar, disminución de la capacidad sexual, la posible transmisión de enfermedades entre otras (3-5).

Por otra parte la donación de sangre en Colombia y en el resto del mundo se ha comportado como un hecho principalmente de carácter social, influenciado principalmente por una actitud frente al proceso, en el cual se encuentran todo tipo de convicciones que influyen o motivan al donante (6). Las motivaciones se han descrito como salvar vidas, la donación como un hábito de vida saludable, como un estilo de vida, colaboración o compromiso social, y en algunas ocasiones como una curiosidad expresada por el sujeto ante una nueva experiencia (7).

Toda esta información debe ser utilizada por los grupos encargados de promocionar la donación voluntaria y altruista de sangre, como un referente en los procesos y los departamentos encargados de aumentar la recolección de unidades de sangre y en si el reclutamiento de donantes en los Bancos de Sangre, de igual manera generar estrategias oportunas que mejoren la recolección de sangre en nuestro país, y sobre todo en regiones en las cuales la demanda y necesidad de componentes sanguíneos es vital, se hace necesario conocer las percepciones de la población al acto de donación ligado a una serie de imaginarios sociales y percepciones que pueden limitar el proceso. Los bancos de sangre a nivel mundial han planteado como estrategia la capacitación de personas encargadas exclusivamente a abordar a la población potencialmente donante, estos grupos

actualmente están conformados por diversas disciplinas y buscan constantemente estrategias de intervención eficaces en la población (3-5). Es importante el aporte del estudio, teniendo en cuenta que la evaluación de los motivos para la donación y los principales limitantes “Imaginario sociales” al proceso se ha dado evaluando la población, pero en este caso, se indaga en los actores del procesos de promoción de la donación, y su experiencia frente a su quehacer diario.

Por lo anterior el objetivo del trabajo fue conocer los principales aspectos socioculturales relacionados con la donación voluntaria de sangre descritos por promotores de la donación de un Banco de sangre categoría A de la ciudad de Bogotá, Colombia

## Materiales y métodos

Se realizó un estudio de tipo trasversal en la Fundación Hematológica Colombia. La población de estudio estuvo conformada por 52 empleados entre profesionales y auxiliares de enfermería, encargados de realizar el proceso de promoción de la donación voluntaria y altruista en las campañas de donación, previamente a la aplicación del instrumento de evaluación tipo encuesta, se les solicito que según su experiencia clasificaran por género la población que a diario ellos abordan, y así evaluaran los principales aspectos socioculturales.

Para la consecución de los datos se creó un instrumento tipo encuesta con el fin de indagar sobre los principales imaginarios sociales frente a la donación voluntaria de sangre y las motivaciones detectadas en la población al momento del proceso de promoción de la donación, de igual manera las intervenciones realizadas por promotores en los imaginarios sociales descritos. Para la construcción de la encuesta realizada inicialmente por el departamento de promoción de la donación y los autores del proyecto, se aplicó una prueba piloto con 20 sujetos, donde se realizó el ejercicio de sensibilización al tipo de pregunta y los ajustes pertinentes. En la categoría “Imaginario sociales” y “Motivaciones frente a la donación”, se llevó a cabo una búsqueda bibliográfica sobre los ítems evaluados (4-7). Se realizó la validez facial y de contenido, para la cual se tuvo en cuenta la evaluación realizada por 10 expertos en el área de Banco de Sangre, quienes calificaron la encuesta con los siguientes valores de pertinencia; 1 = no pertinente, 2 = poco pertinente, 3 = pertinente, y 4 = muy pertinente, y se utilizó la siguiente fórmula: IVCG (Índice de validez de contenido general) = Suma del IVC calculado para cada experto / Número de expertos. Los resultados arrojados por la encuesta fueron de 0,79.

Para la obtención de los datos se tomó el total de los empleados que a la fecha del estudio se encontraban laborando en el banco de sangre y pertenecían al departamento de promoción de la donación.

Con el fin de validar los datos y evitar sesgos, la encuesta se diligenció mediante entrevista individual, la cual constaba de 6 variables de estudio descritas de la siguiente manera: edad de los promotores, género de los promotores, imaginarios sociales y motivaciones frente a la donación clasificados por genero poblacional, abordaje del proceso de promoción y por último la intervención que se hace frente a los imaginarios sociales detectados en la población. Para la variable imaginarios sociales y motivaciones se agrupó por género de la población, con el fin de conocer si habían diferencias entre los mimos.

En el análisis descriptivo se aplicaron medidas de tendencia central y de dispersión e intervalos de confianza (IC95%) para variables cuantitativas y frecuencias absolutas y relativas para variables cualitativas. En el análisis bivariado se usó la prueba chi-cuadrado ( $\chi^2$ ) y para los casos de frecuencias esperadas < 5 se aplicó la prueba exacta

de Fisher, todo el análisis se realizó bajo supuestos de normalidad, para lo cual se usó una prueba de Kolmogorov-Smirnov (K-S), todos los valores estuvieron por encima de 0,05. La variable edad se agrupó utilizando como punto de cohorte la mediana de edad de los promotores. Previamente los datos fueron digitados en Excel versión 2010 y el procesamiento de los datos se realizó en el programa Epi Info 7.

El desarrollo de la investigación contó con el aval de la institución, el comité de ética e investigación y el departamento de promoción de la donación de sangre y se enmarcó en la categoría de investigación sin riesgo según la resolución No. 008430 de 1993 del Ministerio de Salud de Colombia, que establece las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud.

## Resultados

La edad promedio de los promotores fue de  $26 \pm 5,25$  (IC95% 24,52 – 27,46) con un rango de 19-42 años, en relación al género de los mismos, el predominante fue el femenino en un 67,3 % (n=35). En la distribución de los imaginarios sociales descritos por los promotores frente a la donación tal como: “miedo a las agujas” fue predominante para el género de la población masculino en un 55,77% (n=29), mientras que para el género femenino de la población fue “Aumento o pérdida de peso” en un 45,28% (n=24) (Cuadro 1).

**Cuadro 1.** Distribución de imaginarios sociales frente a la donación voluntaria de sangre por género de la población según lo descrito por promotores de la donación.

Variable	Clasificación por Género de la Población				P*
	Femenino		Masculino		
	n	% Fila	n	% Fila	
Miedo a las agujas	3	5,77	29	55,77	
Aumento o pérdida de peso	24	45,28	1	1,92	
Comercialización de la sangre	4	7,55	5	9,62	
<b>Imaginario Social</b> No tener suficiente cantidad de sangre	3	5,66	1	1	<0,001
Por religión	2	3,77	4	7,69	
falta de tiempo	6	11,32	4	7,69	
Experiencias negativas	5	9,43	3	5,77	
Sentirse Enfermo	3	5,66	2	3,85	
Dirigida	2	3,77	3	5,77	
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>100,00</b>	<b>52</b>	<b>100,00</b>	

\*Prueba chi cuadrado o prueba exacta de Fisher.

Los aspectos que motivan a las personas a la donación según los promotores son; para el género femenino la “colaboración” en un 33% (n=17) seguido del “altruismo” en un 29% (n=15) como los datos

más significativos, en la población masculina según los promotores el “beneficio propio” y la “colaboración” (23% vs 21%) son los motivos más representativos, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre lo descrito por género ( $p < 0,001$ ) (Cuadro 2).

**Cuadro 2.** Principales motivos frente a la donación voluntaria de sangre según la clasificación por género descrita por promotores de la donación.

Variable		n	%	p*
<b>Motivos para donar (Femenino)</b>	Altruismo	15	29%	<0,001
	Beneficio propio	5	10%	
	Colaboración	17	33%	
	Compromiso social	8	15%	
	Salud	4	8%	
	Tipo de sangre	3	6%	
Subtotal		<b>52</b>	<b>100%</b>	
<b>Motivos para donar (Masculino)</b>	Altruismo	9	17%	<0,001
	Beneficio propio	12	23%	
	Colaboración	11	21%	
	Compromiso social	9	17%	
	Salud	7	13%	
	Tipo de sangre	4	8%	
Subtotal		<b>52</b>	<b>100%</b>	

\*Prueba chi cuadrado o prueba exacta de Fisher.

En relación al enfoque que realizan los promotores de la donación durante el proceso de promoción de la donación voluntaria y altruista, los menores de 25 años lo orientan hacia el “beneficio para la salud” ( $n=11$ ) en el sexo femenino y en el masculino “Como acto altruista y social” ( $n=6$ ) ( $p=0,042$ ) datos estadísticamente significativos (Cuadro 3).

Por otra parte el abordaje que se le da a los sujetos con imaginarios sociales se centra en “Brindar seguridad y acompañamiento” en los dos grupos de edad ( $\leq 25$  años vs  $> 26$  años) de los promotores y en los dos géneros de los donantes (Cuadro 4).

**Cuadro 3.** Enfoque de la promoción de la donación por los promotores, clasificada por edad y género de los promotores.

Variable	<= 25 años				p*	>=26 años				p*	
	Femenino		Masculino			Femenino		Masculino			
	n	% Fila	n	% Fila		n	% Fila	n	% Fila		
<b>Proceso de Promoción de la Donación</b>	Necesidad del componente	4	100%	0	0%	0,042	1	50%	1	50%	0,883
	Por beneficio para la salud	11	85%	2	15%		8	67%	4	33%	
	Como acto altruista y social	5	45%	6	55%		6	60%	4	40%	

\*Prueba chi cuadrado o prueba exacta de Fisher.

**Cuadro 4.** Abordaje de los principales imaginarios sociales por parte de los promotores de la donación.

Variable	<= 25 años				p*	>=26 años				p*	
	Femenino		Masculino			Femenino		Masculino			
	n	%	n	%		n	%	n	%		
<b>Abordaje de Imaginarios Sociales a la donación</b>	Educación	6	75%	2	25%	0,214	5	83%	1	17%	0,507
	Evadiendo el tema	5	100%	0	0%		1	50%	1	50%	
	Brindando seguridad y acompañamiento	7	70%	3	30%		7	64%	4	36%	
	Aspectos socioculturales	2	40%	3	60%		2	40%	3	60%	

\*Prueba chi cuadrado o prueba exacta de Fisher.

## Discusión

Respecto a los Imaginarios sociales detectados por los promotores de la donación durante el desarrollo del proceso de promoción de la donación voluntaria y altruista y la clasificación que ellos hicieron por género de la población, se encontró que estos se comportan similar a lo descrito en la literatura, cuando esta agrupación se usó en la evaluación en la población, se encuentra que lo que se describe por los donantes y lo descrito por los promotores tiene bastante similitud, la mayoría de promotores identifican que el género femenino de la población, continúa estableciendo que donar sangre aumenta de peso, seguido de otros imaginarios sociales que explican una disposición negativa frente a la donación de sangre (7-9).

En relación a los aspectos que motivan a la población descritos por los promotores de la donación y clasificados por genero poblacional, estos se describen con un comportamiento similar a estudios de donantes de sangre en donde se ha indagado sobre las aspectos sociales como salvar vidas, compromiso social, colaboración entre otros, como una de las principales motivaciones hacia la donación, situación enmarcada en varios estudios relacionados con banco de sangre (7,10-12). En general se evidencia que se describen tanto para hombres y mujeres aspectos en común frente a la donación voluntaria y altruista de sangre (12,13).

Por otra parte se establece que la población que aborda los promotores de la donación cuenta con conocimientos sobre la donación voluntaria y altruista de sangre, de igual manera se detectó que los promotores buscan hacer un abordaje a este tipo de limitantes que expresan los potenciales donantes, de igual manera, la población tiene imaginarios sociales frente a la donación, como motivaciones que los impulsan a donar. Dentro de las limitantes del estudio encontramos, que la evaluación se hizo únicamente en los promotores de la donación, esta información es valiosa, teniendo en cuenta que ellos son quienes realizan el proceso de promoción de la donación en el Banco de Sangre. Se recomienda para un futuro estudio, medir el tipo de estrategia utilizada por los mismos con el fin de mitigar los hallazgos del estudio e identificar el impacto en la población del tipo de intervención utilizada.

### Agradecimientos

A la Fundación Hematológica Colombia y al departamento de promoción de la donación de sangre a cargo de la Doctora Mónica Patricia Restrepo Sierra, al grupo de auxiliares de enfermería y enfermeros de las campañas de recolección de sangre por su colaboración en la recolección de datos. Conflictos de interés: Este artículo fue preparado y revisado con la participación de todos los autores, quienes declaran que no existe ningún conflicto de intereses que ponga en riesgo la validez de los resultados.

### Conflicto de Intereses

Los autores no declararon conflicto de intereses.

### Referencias

1. Hupfer ME, Taylor DW, Letwin JA. Understanding Canadian student motivations and beliefs about giving blood. *Transfusion* 2005;45(2):149-161.
2. Belda I, Fernández A, Rodríguez A, Lopez-Berrio A. How regular blood donors explain their behavior. *Transfusión* 2004;44(10):1441-1446.
3. National Health and Medical Research Council. *Blood Components: A Guide for Patients*, Canberra, Australia, 1992.
4. Ceballos AL. Conocimientos, actitudes y prácticas de los donantes de sangre en el municipio de Mocoa, Putumayo en el año 2008. *Revista Facultad de Salud Universidad Surcolombiana* 2009; 1(1):35-43.
5. Gallego M, Muñoz L, Cortés A. Características socioculturales de los donantes y no donantes de sangre en Colombia. *Colombia Médica* 2000;31(3):99-109.
6. Hosain GM, Anisuzzaman M, Begur A. Knowledge and attitude towards voluntary blood donation among Dhaka University students in Bangladesh. *East Afr Med J* 1997;74(9):549-53.
7. Cruz H, Moreno J, Angarita A, Calderón C, Martínez S, Restrepo M. Imaginarios sociales de donantes Voluntarios de sangre en un punto fijo de recolección. Bogotá, Colombia. *Investigaciones Andina* 2011;23(13):250-257.
8. Alfonso M.E, Lam RM, Ballester JM, Cao W, Ballester L, Morales CJ, et al. Aspectos socioculturales relacionados con la donación de sangre en Cuba. *Rev Cubana Hematol Inmunol Hemoter* 2002;18(3).
9. Glynn SA, Kleinman SH, Schreiber GB, Zuck T, Combs SM, Bethel J, Garratty G, Williams AE; Retrovirus Epidemiology Donor Study. Motivations to donate blood: demographic comparisons. *Transfusion* 2002;42(2):216-225.
10. Vásquez M, Ibarra P, Maldonado M. Conocimientos y actitudes hacia la donación de sangre en una población universitaria de Chile. *Revista Panamericana de Salud Pública* 2007;22(5):323-328.
11. Wiwanikit V. Knowledge about blood donation among a sample of Thai university students. *Vox Sanguinis* 2002; 83(2):97-99.
12. Cruz H, Moreno J, Fonseca A, Calderón C, Restrepo M. Aspectos motivacionales de donantes voluntarios de sangre en un punto móvil de recolección de la ciudad de Bogotá, Colombia. *Rev U.D.C.A Act & Div. Cient* 2012;15(1):19-26.
13. Fernández A. La donación de sangre voluntaria y altruista: Un reto irrenunciable. *SETS* 2001;40:1-2.
14. García M, Sáenz de Tejada E, Cruz JR. Estudio de factores socioculturales relacionados con la donación voluntaria de sangre en las Américas. *Rev. Panam Salud Publica* 2003;13(2/3):85-90.
15. Beltrán M, Guzmán N. Conocimientos, actitudes y motivaciones sobre la donación de sangre en la comunidad universitaria de Bogotá, Colombia, 2000. *Medicina Transfusional al Día* 2002;2(3):168-171.