



**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**

**MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA CON ÉNFASIS
EN MANEJO DE CRISIS**

Proyecto de Intervención

**PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICO PARA LA CAPACITACIÓN DE
JÓVENES UNIVERSITARIOS Y LA DONACIÓN DE SANGRE EN PANAMÁ**

Área temática: Comunicación Corporativa

**CAROLINA MARÍN SANTA
EC-46-14086**

DIRECTORA:

DRA. ANA EDILMA PÉREZ

Trabajo de grado para optar al título de Magíster en Comunicación Corporativa con
especialización en Manejo de Crisis

Ciudad de Panamá, junio 2025

HOJA DE APROBACIÓN

DEDICATORIA

Dedico este logro con todo mi corazón al ser más hermoso y valioso que Dios creó: mi madre. Sin su amor incondicional, su fuerza inquebrantable y sus bendiciones constantes, este camino no habría sido posible.

Su valentía ha sido mi ejemplo, su guía mi brújula, y su fe en mí, el impulso que me permitió superar cada obstáculo. Ha sido la arquitecta silenciosa de mis pasos, el pilar esencial en mi formación personal y profesional.

Carolina Marín

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por darme el regalo de la vida, la salud y la oportunidad de recorrer este camino con sabiduría y propósito. Gracias por poner en mi camino, a profesores tan dedicados, quienes marcaron profundamente mi formación durante estos años inolvidables.

De manera especial, extendiendo mi más sincero agradecimiento a la doctora Ana Edilma Pérez, mi guía fundamental en este proceso. Su dedicación, paciencia, amor por la enseñanza y constante disposición para orientarme y corregirme han sido pilares en mi crecimiento académico y personal.

A mi querida familia, gracias por su apoyo incondicional, por ser mi refugio en los momentos difíciles y por impulsarme a continuar, celebrar y disfrutar cada paso en esta etapa universitaria. Gracias a ustedes, hoy me acerco a convertirme en la profesional que siempre soñé ser.

También quiero reconocer a cada persona que, de una u otra forma, formó parte de este proceso. Todos han dejado una huella en mí y han contribuido a que hoy esté aquí, culminando con orgullo esta meta tan significativa.

Finalmente, a mis amigos, gracias por su compañía constante, por preocuparse, por tenderme la mano cuando lo necesité y por no dejarme rendir. Juntos superamos cada tarea, cada materia, cada desafío. Gracias por confiar en mí y en la importancia que tenía para **mí**, alcanzar este sueño.

Gracias infinitas. Los llevo siempre en mi alma y en mi corazón.

ÍNDICE GENERAL

	Página
Hoja de aprobación	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Índice general	
Índice de tablas	
Índice de figuras	
Lista de anexos	
Resumen	
Abstract	
Introducción	13
 CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES	
1.1. Planteamiento del problema	15
1.2. Formulación del problema	16
1.3. Objetivos	17
1.3.1. General	17
1.3.2. Específicos	17
1.4. Limitación de tiempo	17
1.5. Propuesta	17
1.6. Posible plan de ejecución	18
1.7. Justificación	18
 CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	
2.1. Antecedentes	20
2.2. Antecedentes históricos	20
2.3. Primer cenro de donación	20

2.4. Centro de donación fuera de la provincia de Panamá	20
2.5. Nos constituimos como Fundación	21
2.6. Antecedentes investigativos	21
2.7. Mitos y realidad	21
2.8. Centros de Donación	23
2.9. Banco de Sangre	23
2.10. Diagnóstico	24
2.10.1. Fundación DONA VIDA	24
2.10.2. Lugar específico	24
2.10.3 Beneficiarios	25
2.10.4. Directos	25
2.10.5. Indirectos	26
2.10.6. Equipo del proyecto	26
2.10.7. Responsables	26

CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación	27
3.2. Universo	27
3.3. Población	28
3.4. Muestra	28
3.5. Descripción del escenario del proyecto	28
3.6. Técnicas e instrumentos y recolección de datos	29
3.7. Técnicas de investigación	29
3.8. Instrumentos de investigación	29
3.9. Validación del instrumento	30
3.10. Estrategias de involucramiento	31
3.11. Estrategias para vencer las resistencias	31
3.12. Presupuesto	32
3.13. Cronograma de actividades	33

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	
4.1. Resultados de las encuestas	35
4.2. Resultados y discusión	35
4.2.1. Resultados del cuestionario de encuesta	35
4.3. Propuesta de intervención	48
4.3.1. Objetivo	48
4.3.2. Objetivos específicos	49
4.3.3. Indicadores	49
4.3.4. Estrategias y tácticas	50
4.3.5. Alianzas estratégicas	54
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXOS	

LISTA DE FIGURAS

	Página
Figura 1. <i>Datos generales de los jóvenes universitarios, según su género, por porcentaje</i>	36
Figura 2. <i>Distribución etaria de los jóvenes universitarios que participaron en la encuesta por porcentaje</i>	37
Figura 3. <i>30 estudiantes encuestados, todos pertenecientes a la carrera de Relaciones Públicas de la Universidad de Panamá</i>	38
Figura 4. <i>Jóvenes que han realizado una donación, por porcentaje</i>	39
Figura 5. <i>Razones que impiden a los jóvenes donar</i>	40
Figura 6. <i>Nivel de conocimiento sobre los requisitos para donar sangre entre los jóvenes universitarios, por porcentaje</i>	41
Figura 7. <i>Conocimiento de los jóvenes sobre los centros de donación en Panamá</i>	42
Figura 8. <i>Porcentaje de jóvenes que conocen la Fundación Dona Vida</i>	43
Figura 9. <i>Canales de información sobre3 donación de sangre entre los jóvenes</i>	44
Figura 10. <i>Baja participación de la juventud en asesoramiento sobre la donación de sangre.</i>	45
Figura 11. <i>Falta de información sobre la donación de sangre en Panamá</i>	46

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. <i>Presupuesto de inversión</i>	32
Tabla 2. <i>Diagrama de Gantt</i>	33
Tabla 3. <i>Cronograma de acción</i>	51

LISTA DE ANEXOS

- Anexo 1.** Cuestionario de encuesta
- Anexo 2.** FODA
- Anexo 3.** Árbol de problemas
- Anexo 4.** FODA CÓMO
- Anexo 5.** Árbol de objetivos
- Anexo 6.** Matriz de involucrados
- Anexo 7.** Documentos del profesor de Español

RESUMEN

El proyecto “Plan de comunicación estratégico para la capacitación de jóvenes universitarios y la donación de sangre en Panamá”, tiene como objetivo fomentar una cultura de donación voluntaria entre estudiantes universitarios, a través de campañas de sensibilización y educación. Los resultados del diagnóstico evidencian una baja participación juvenil en la donación de sangre. El 90% de los encuestados nunca ha donado, y las principales razones incluyen la falta de solicitud directa, desconocimiento de los requisitos y escasa información sobre los centros de donación. Además, el 77% de los encuestados no conoce a la Fundación Dona Vida, lo que señala una débil difusión de sus campañas en el ámbito universitario. El proyecto propone alinear la estrategia con el ODS 3 (Salud y Bienestar), mediante acciones enfocadas en tres objetivos específicos: Aumentar el conocimiento sobre la importancia de la donación de sangre a través de charlas, materiales educativos y actividades en redes sociales; Promover la participación de estudiantes en jornadas de donación mediante alianzas con centros de salud y coordinación con universidades y Reducir los mitos y temores mediante campañas informativas en redes sociales, testimonios y actividades presenciales. Para su incorporación, se establece un cronograma de seis meses, con indicadores cuantitativos y cualitativos para evaluar el impacto. La propuesta contempla la formación de voluntarios, campañas en redes sociales, actividades educativas, y jornadas de donación en universidades. Una alianza estratégica clave será entre la Universidad de Panamá y la Fundación Dona Vida, lo que permitirá amplificar el alcance del proyecto y fortalecer la red de apoyo para la donación de sangre en el país. Las conclusiones destacan la importancia de contar con personal capacitado, involucrar a líderes estudiantiles y utilizar testimonios reales para generar empatía. Las recomendaciones apuntan a fortalecer la capacitación continua, aprovechar medios digitales y organizar eventos universitarios para sensibilizar e involucrar a los jóvenes.

Palabras claves: campaña, donación, fundación, sangre, sensibilización, voluntario.

ABSTRACT

The project "Strategic Communication Plan for Training University Students and Blood Donation in Panama" aims to promote a culture of voluntary donation among university students through awareness and education campaigns. The results of the assessment reveal low youth participation in blood donation. Ninety percent of respondents have never donated, and the main reasons include a lack of direct requests, lack of awareness of the requirements, and limited information about donation centers. Furthermore, 77% of respondents are unfamiliar with the Dona Vida Foundation, which indicates a weak dissemination of its campaigns at the university level. The project proposes aligning the strategy with SDG 3 (Good Health and Well-being) through actions focused on three specific objectives: Increase awareness of the importance of blood donation through talks, educational materials, and social media activities; Promote student participation in donation campaigns through partnerships with health centers and coordination with universities. Reduce myths and fears through informational campaigns on social media, testimonials, and in-person activities. A six-month timeline is established for their inclusion, with quantitative and qualitative indicators to evaluate the impact. The proposal includes volunteer training, social media campaigns, educational activities, and donation campaigns at universities. A key strategic alliance will be between the University of Panama and the Dona Vida Foundation, which will expand the project's reach and strengthen the support network for blood donation in the country. The conclusions highlight the importance of having trained personnel, involving student leaders, and using real testimonials to generate empathy. The recommendations aim to strengthen ongoing training, leverage digital media, and organize university events to raise awareness and engage young people.

Keywords: campaign, donation, foundation, blood, awareness, volunteer.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se expone un proyecto de intervención, que se basa en la donación de sangre es un acto altruista y vital que permite salvar innumerables vidas. Sin embargo, a nivel nacional, se enfrenta a un desafío constante: la baja participación de los jóvenes en este proceso. En respuesta a esta problemática, el presente trabajo expone un proyecto de intervención basado en un enfoque estratégico de comunicación, desarrollado en el marco de la asignatura Metodología de la Investigación. Este proyecto lleva por nombre Plan de comunicación estratégico para la capacitación de jóvenes universitarios y la donación de sangre en Panamá, y busca promover la sensibilización, educación y participación de la juventud en esta noble causa.

Es fundamental comprender que la sangre no puede fabricarse artificialmente, lo que hace que la donación sea la única fuente disponible para pacientes que requieren transfusiones. Desde personas quienes han sufrido accidentes hasta pacientes con enfermedades como la leucemia o la anemia severa, la disponibilidad de sangre segura y suficiente en los bancos es crucial para salvar vidas. En este contexto, los jóvenes representan un sector clave en la solución del problema, ya que no solo son una población con alta capacidad para donar, sino que también pueden convertirse en agentes multiplicadores de conciencia dentro de sus comunidades.

Donar sangre es el regalo más valioso que alguien puede ofrecer, pues una sola donación puede salvar múltiples vidas. Esto es posible gracias a la separación de la sangre en sus componentes principales: glóbulos rojos, plaquetas y plasma, los cuales pueden ser utilizados individualmente para tratar diversas condiciones médicas. Dicho lo anterior, una persona sana tiene la capacidad de restablecer la sangre donada hasta en 60 días, razón por la que un donador es capaz de donar sangre cada 2 meses. (Centro Medico A B C , 2020).

Este proyecto no solo busca fomentar la donación entre los jóvenes, sino también construir una cultura de compromiso social y solidaridad. A través de estrategias comunicacionales efectivas y adaptadas a sus intereses, se pretende empoderarlos como protagonistas del cambio, promoviendo un impacto duradero tanto en el ámbito universitario como en la sociedad panameña en general.

El proyecto se estructura en dos capítulos que permiten una comprensión integral de la problemática y la propuesta de intervención.

El Capítulo 1; Aborda el planteamiento del problema, centrándose en la falta de donación de sangre en Panamá. Además, expone los objetivos generales y específicos del proyecto, la propuesta de acción, el plan de ejecución y la justificación que respalda su importancia.

El Capítulo 2; Presenta el marco teórico y conceptual, donde se profundiza en el tema a través de referencias y antecedentes relevantes. También incluye un diagnóstico de la situación actual, así como otros aspectos esenciales que sustentan el desarrollo del proyecto.

El Capítulo 3; Contiene toda la metodología utilizada para el desarrollo de esta investigación, como lo son el tipo de investigación, universo, población, muestra, la descripción del escenario y de las técnicas de recolección de datos, las estrategias de involucramiento al igual que aquellas para vencer las resistencias, el presupuesto de gastos y el cronograma de actividades realizadas.

El Capítulo 4; Expone los resultados de las encuestas aplicadas y sus respectivos análisis. Seguido se describe la propuesta de intervención con sus diversos puntos a desarrollar.

Finalmente, se plantan las conclusiones, recomendación y se enuncias las referencias bibliográficas utilizadas para este estudio.

A través de este trabajo, se busca generar un impacto positivo en la cultura de donación de sangre en Panamá, fomentando el compromiso de la juventud universitaria mediante estrategias de comunicación efectivas. La formación y sensibilización de este grupo etario pueden marcar la diferencia en la disponibilidad de sangre segura en los bancos nacionales, contribuyendo así a salvar más vidas y fortalecer el sistema de salud del país.

CAPÍTULO 1. ASPECTOS GENERALES

En cuanto al primer capítulo, se va a ahondar en la problemática principal del proyecto de intervención, simultáneamente se podrá encontrar el objetivo general y los específicos, su posible propuesta y posible plan de ejecución e incluida su justificación.

1.1. Planteamiento del problema

Con respecto a, donar sangre, este refleja que es un acto de solidaridad que representa una esperanza invaluable para quienes enfrentan situaciones de salud críticas. Para muchas familias, una transfusión puede significar la diferencia entre la vida y la muerte, y la disponibilidad de sangre segura en los bancos depende enteramente de la generosidad de los donantes. A pesar de la importancia de esta práctica, en Panamá existe una baja participación de los jóvenes universitarios en la donación de sangre, lo que genera una brecha preocupante en la reposición de reservas sanguíneas.

Si bien la donación de sangre es un procedimiento sencillo, seguro y que no representa riesgos significativos para el donante, muchas barreras impiden que los jóvenes se sumen a esta causa. Entre los factores más relevantes se encuentran la falta de información sobre el proceso de donación, los mitos y temores infundados relacionados con la salud, la desmotivación y una escasa cultura de solidaridad en torno a la donación. Además, el desconocimiento sobre la capacidad de regeneración sanguínea y la frecuencia con la que una persona saludable puede donar contribuye a la falta de compromiso con esta acción altruista.

Por otro lado, el estilo de vida universitario influye en la baja participación de los jóvenes en la donación de sangre. Durante esta etapa, la mayoría de los estudiantes están enfocados en su desarrollo académico, en la carga de materias, en la adaptación a nuevas exigencias y responsabilidades, lo que deja poco espacio para reflexionar sobre la importancia de contribuir a causas sociales como la donación de sangre. En muchos casos, los jóvenes solo toman conciencia de la relevancia de este acto cuando un familiar o amigo cercano requiere una transfusión, lo que evidencia la falta de una cultura preventiva y solidaria en este ámbito.

Además, es importante considerar que los centros de donación de sangre y sus colaboradores juegan un papel clave en la captación de donantes. Sin embargo, hasta el

momento, los esfuerzos realizados para atraer a la población joven no han sido suficientes. Las estrategias de sensibilización deben adaptarse a los intereses y necesidades de este grupo etario, incorporando campañas de comunicación efectivas dentro de los espacios universitarios.

Por consiguiente, la presencia de trabajadores de donación en los campus educativos podría ser una oportunidad para acercar la información adecuada a los jóvenes, aclarar sus dudas, desmentir mitos y brindarles la motivación necesaria para dar el primer paso en la donación de sangre.

Otro factor relevante es la percepción de los requisitos para donar. Muchas veces, los estudiantes que intentan donar y no cumplen con los criterios establecidos (por bajo peso, anemia, presión arterial inadecuada, entre otros) se desmotivan y no regresan en el futuro. Existe la creencia errónea de que, si en un momento determinado una persona no puede donar, nunca podrá hacerlo, lo que reduce el número de potenciales donantes a largo plazo. Es fundamental cambiar esta mentalidad, educando a los jóvenes sobre la posibilidad de cumplir con los requisitos en el futuro y motivándolos a intentarlo nuevamente cuando su estado de salud lo permita.

En este contexto, la comunicación juega un rol fundamental en el cambio de percepción y actitud de los jóvenes universitarios frente a la donación de sangre. Es necesario desarrollar estrategias de información y sensibilización más cercanas, accesibles y persuasivas, que no solo expliquen la importancia de donar, sino que también refuercen la idea de que cada persona puede contribuir significativamente a salvar vidas.

1.2. Formulación del problema

A partir de los puntos expuestos, surge la siguiente interrogante central para el desarrollo de este estudio:

¿Cómo se puede mejorar el asesoramiento de los trabajadores de DONA VIDA para fomentar la donación de sangre entre los jóvenes universitarios en Panamá?

Esta pregunta guía la investigación y busca identificar soluciones efectivas para fortalecer la comunicación y la interacción entre los centros de donación y la comunidad universitaria, con el objetivo de incrementar la participación juvenil en la donación de sangre.

1.3. Objetivos

En particular, es importante la guía que se debe seguir y aspirar a esa meta final que tanto se desea, por consiguiente, el objetivo general alineado al específico mantiene la finalidad de cada proyecto, se puede relacionar también como el soporte del mismo.

1.3.1. General

El objetivo general del proyecto es el siguiente:

- Promover la donación de sangre voluntaria, sensibilizando a la juventud universitaria sobre la importancia de donar sangre para salvar una vida.

1.3.2. Específicos

Considerando el objetivo general, el mismo puede indicar y esclarecer los siguientes objetivos específicos:

- Seleccionar al personal adecuado para dar el asesoramiento a los jóvenes
- Entrevistar a los jóvenes universitarios sobre la importancia de donar sangre
- Demostrar con testimonios como ha cambiado la vida de las personas después que han donado o han sido beneficiados por la donación.

1.4. Limitación de tiempo

Está determinado para que en un lapso de octubre de 2024 hasta abril de 2025 (seis meses), la fundación DONA VIDA pueda impartir exposiciones motivacionales y las mismas lleguen a los jóvenes universitarios, por ende, la donación por parte de jóvenes debería de aumentar significativamente después de ese periodo de tiempo.

1.5. Propuesta

A continuación, se puede mencionar la propuesta de acuerdo con la información recopilada y detallada de la investigación, por ende, su posible título es:

- Plan de comunicación estratégico para la capacitación de profesionales para jóvenes universitarios y la donación de sangre en Panamá.

1.6. Posible plan de ejecución

En contraste con lo anterior, la investigación muestra la línea que debe seguir el plan y cómo debe de profundizar en el tema. Su posible plan de ejecución sería:

Yo pongo las pintas para salvar vidas” es una iniciativa alineada con el ODS 3: Salud y Bienestar, que busca fomentar una cultura de donación voluntaria de sangre en jóvenes universitarios en Panamá. A través de campañas educativas, jornadas de donación y actividades en redes sociales, el proyecto busca derribar mitos, aumentar el conocimiento y promover la participación activa, garantizando un suministro seguro y sostenible de sangre para quienes más lo necesitan.

Además, la metodología está muy bien enfocada, para que el proyecto sea un éxito.

Fase 1: Diagnóstico y Preparación (Mes 1).

Fase 2: Lanzamiento de la campaña (Mes 2).

Fase 3: Primera Jornada de Donación y Seguimiento (Mes 3).

Fase 4: Refuerzo y Segunda Jornada (Meses 4-5).

Fase 5: Cierre y Evaluación (Mes 6).

De igual manera, si se desea conocer más sobre este posible plan de acción, por favor dirigirse a la sección de propuesta, que esta detallado.

1.7. Justificación

Dicho lo anterior, uno de los factores clave en esta problemática es la falta de información y concienciación dentro del entorno universitario. Si bien los estudiantes de nivel superior reciben formación en diversas áreas del conocimiento, la donación de sangre no suele ser un tema que se discuta con regularidad en sus entornos académicos. Esto provoca que muchos jóvenes desconozcan el impacto positivo que pueden generar al convertirse en donantes regulares. A su vez, existen mitos, miedos y dudas sobre el proceso de donación, lo que desincentiva su participación y refuerza la apatía hacia esta causa.

En este contexto, los centros de donación de sangre, y en particular la Fundación DONA VIDA, desempeñan un papel fundamental en la promoción de la cultura de donación. Su equipo de colaboradores está conformado por profesionales comprometidos con la salud pública y la salvación de vidas. Sin embargo, para lograr un impacto significativo en la población universitaria, es necesario fortalecer sus estrategias de comunicación y

sensibilización. La capacitación del personal en técnicas de asesoramiento, estrategias persuasivas y actualización de información sobre la donación permitirá mejorar su acercamiento con los jóvenes y aumentar la tasa de donación dentro de este segmento.

Además, la juventud universitaria representa un grupo ideal para fomentar la cultura de donación de sangre de manera sostenible. No solo cuentan con un perfil de salud óptimo para ser donantes recurrentes, sino que también tienen la capacidad de influir en sus pares y comunidades. Al recibir información clara, precisa y accesible sobre la importancia de donar sangre, pueden convertirse en multiplicadores del mensaje y generar un cambio de actitud en su entorno.

En este sentido, el desarrollo de un Plan de Comunicación Estratégico se presenta como una herramienta viable y efectiva para captar la atención de los estudiantes universitarios y promover la donación de sangre dentro de la Fundación DONA VIDA. La incorporación de este plan permitirá establecer canales de comunicación más dinámicos, cercanos y persuasivos, adaptados a los intereses y necesidades de la juventud. Asimismo, contribuirá a reducir las barreras psicológicas y emocionales que impiden que los jóvenes se conviertan en donantes regulares.

Es importante destacar que la formación continua y la actualización del personal de los centros de donación son aspectos esenciales para garantizar el éxito de cualquier estrategia de captación de donantes. En un mundo en constante evolución, es crucial estar a la vanguardia en temas de salud, comunicación y comportamiento humano. Por ende, capacitar al equipo de DONA VIDA, en habilidades de comunicación efectiva, manejo de objeciones y generación de confianza en los potenciales donantes aumentará significativamente las probabilidades de éxito en la incorporación de nuevos donantes dentro del entorno universitario.

Finalmente, este proyecto no solo busca mejorar la tasa de donación de sangre en Panamá, sino también generar un impacto positivo en la sociedad a largo plazo. Al sensibilizar a los jóvenes universitarios y brindarles herramientas para convertirse en donantes recurrentes, se contribuirá a garantizar la disponibilidad de sangre en los bancos y, por ende, a salvar más vidas. Por todo lo anterior, se considera fundamental la incorporación de un plan de comunicación estratégico que permita fortalecer la labor de los trabajadores de DONA VIDA, captar la atención de los estudiantes universitarios y consolidar una cultura de donación de sangre en Panamá.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Con respecto al siguiente capítulo, este tratará sobre los antecedentes tanto históricos como investigativos, al igual que sus mitos y realidades, centro de donación, banco de sangre, diagnóstico, lugar específico, beneficiarios y finaliza con equipo de proyecto.

2.1. Antecedentes

Dicho lo anterior, se detallan los antecedentes históricos el cual nos detalla sobre la fundación DONA VIDA y cuál ha sido su proceso al pasar los años, al igual que los antecedentes investigativos, que hacen parte para enriquecer el documento, de igual manera los antecedentes mundiales e internacionales.

2.2. Antecedentes históricos

“Dona Vida nace en el año 2012, como un programa, una alianza público-privada entre Funda Cáncer, la Fundación Felipe Motta y el Instituto Oncológico Nacional, con el objetivo de incrementar la donación voluntaria de sangre y plaquetas para la institución” (Dona Vida, 2024).

2.3. Primer centro de donación

“En el año 2017, abrimos nuestro primer centro de donación fuera de un ambiente hospitalario, un hito a nivel nacional. Un centro ubicado en la Vía España frente a la Casa Matriz de la Caja de Ahorros. A raíz de la pandemia por COVID 19 y a petición del MINSA, empezamos a trabajar en conjunto con el Hospital Santo Tomás y el Hospital del Niño Dr. José Renán Esquivel” (Dona vida, 2024).

2.4. Centro de donación fuera de la provincia de Panamá

“En julio del 2021, inauguramos nuestro primer centro de donación fuera de la Provincia de Panamá, en Santiago de Veraguas. Ubicado en el edificio de ANCEC, en el

segundo piso, que da soporte al banco de sangre del Hospital Dr. Luis “Chicho” Fábrega” (Dona vida, 2024).

2.5. Nos Constituimos como Fundación

En septiembre del 2021, nos constituimos como fundación, pasando de Programa Dona Vida a Fundación Dona Vida. Una fundación que cuenta con el soporte de nuestros aliados: - Fundacáncer, Fundación Felipe Motta, Fundación Alberto Motta, Fundación Sus Buenos Vecinos, Fundación Federico Humbert. (Dona vida, 2024).

2.6. Antecedentes Investigativos

A continuación, se abordará la importancia de la donación de sangre a nivel mundial y en Panamá, destacando, mitos comunes sobre el proceso y los esfuerzos realizados para fomentar la donación voluntaria. Además, se mencionarán los principales centros de donación y bancos de sangre en el país, enfatizando la necesidad de fortalecer la comunicación para aumentar la participación de los jóvenes universitarios.

“14 de Junio, Día Mundial del Donante de Sangre. La sangre nos une y nos hace hermanos por siempre. La donación de sangre voluntaria es un regalo de amor, una oportunidad de vida es una acción poderosa que es capaz de salvar de 3 a 4 vidas” (Instituto Oncológico Nacional, s.f.).

2.7. Mitos y Realidad

- **Mito:** solo hay que donar sangre cuando hay desastres, guerras o lo veo en las redes sociales.

Realidad: necesitamos donaciones de sangre de manera recurrente.

- **Mito:** Personas con tatuajes no pueden donar.

Realidad: después de 6 meses de tatuajes, piercings o tratamientos con agujas como acupuntura, ya puedes efectuar su donación.

- **Mito:** Para donar sangre hay que ayunar.

Realidad: para donar sangre uno debe acudir después de un buen desayuno o almuerzo, bajo en grasas, hay que estar bien hidratado y evitar el consumo de bebidas alcohólicas 24h antes de la donación.

- **Mito:** Es doloroso y demora mucho tiempo el proceso.

Realidad: el pinchazo es un poquito molesto, eso es cierto, pero siempre decimos, que lo que más duele es necesitar sangre y no tenerla. El proceso es rápido, no dura más de 10 minutos.

- **Mito:** Solo se puede donar una vez al año

Realidad: Se puede donar cada tres meses.

- **Mito:** Si me dio COVID-19, no puedo donar

Realidad: se puede donar 10 días después de la alta médica, siempre que no tenga ninguna sintomatología.

- **Mito:** Puedo contraer una enfermedad por donar sangre.

Realidad: todo el material que se usa con los donantes es estéril y de un solo uso (Sumarse, s.f.).

Hay que considerar que, “a nivel mundial en el año 2021, se donaron 80 millones de unidades de sangre. De ellas, el 38 % se da en los países en desarrollo” (Restrepo, 2023). Los donantes de sangre suelen suministrar el valioso líquido solo cuando familiares o amigos requieren una transfusión de sangre para una operación, ya que los seres humanos se interesan por las personas más cercanas y no por el prójimo.

Se debe señalar que, “el 40% de los 118,5 millones de donaciones de sangre extraídas en todo el mundo se recogen en los países de ingresos altos, donde vive el 16% de la población mundial” (OMS, 2018).

Luego de la resolución de la Asamblea Mundial de la Salud, el 14 de junio del 2005, y bajo el lema “Celebrando tu regalo de sangre”, inicial la campaña que tuvo como objetivo crear conciencia sobre la necesidad de sangre y donantes de sangre”.

Posteriormente, cada año se ha ido eligiendo un tema y se ha propuesto un objetivo a cumplir. En este marco, las últimas campañas han sido:

- **2019.** Sangre segura para todos.

- **2020.** Sangre segura salva vidas.
- **2021.** Dona sangre para que el mundo siga latiendo.
- **2022.** Donar sangre es un acto de solidaridad.
- **2023.** Dona sangre, dona plasma, comparte la vida, compártela frecuentemente (Lampert, 2023).

“Según los últimos datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), al 2021, en América Latina y el Caribe la tasa promedio de donación de sangre por cada 1.000 habitantes es de 15 unidades” (OPS, 2023).

“La Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud en Panamá, en colaboración con el Ministerio de Salud, Caja del Seguro Social y el despacho de la Primera Dama se alinearon para realizar un foro virtual dirigido a jóvenes, personal y funcionarios de salud y otros actores relevantes, con la intención de informar y romper los mitos más comunes en torno a la donación voluntaria de sangre; motivar a los jóvenes a donar sangre voluntariamente a través del testimonio de otros jóvenes donantes voluntarios, que representan un segmento importante dentro de la población actual de donantes y, por lo general, son sumamente idealistas, entusiastas y creativos” (OMS O. , 2021).

2.8. Centros de donación

Por otra parte, es importante señalar los lugares específicos para dar esa esperanza de vida.

Centro de donación CSS- Hospitales de la caja de seguro social, MINSA y privados,
Centro de donación DONA VIDA- Instituto Oncológico Nacional, Hospital del niño y Hospital Santo Tomás, Centro de donación Parque Omar, Centro de donación del Hospital “Chicho” Fábrega

2.9. Banco de sangre

De igual modo, los bancos de sangre son vitales para que todo fluya de manera correcta.

Centro médico Paitilla, Clínica hospital San Fernando, Hospital Irma de Lourdes Tzanetatos, Hospital Nacional, Hospital Pacífica Salud, Hospital Regional de Chepo, Hospital San Miguel Arcángel, Hospital Santa Fe, The Panamá Clinic (Mendoza, 2020).

2.10. Diagnóstico

2.10.1. Fundación DONA VIDA

Otro punto, esta fundación es muy conocida en el territorio nacional (Panamá), esto quiere decir que tienen buena aceptación por medio de su red social Instagram, son muy dinámicos en sus posts, eso hace que tengan: seguidores, me gustas y comentarios. Además, el lugar es sumamente limpio, cálido y con mucha luz solar que se hace sentir muy cómodo.

Se menciona la red social porque es importante para nuestro público objetivo.

Todo parece confirmar que van diferentes personalidades (mayores de 30 años), a donar, pero ahí vemos la falla, que es: “falta de juventud, que no van a los centros de donación”. También hay colaboradores muy dispuestos atender a todo su público y otros no tan dispuestos y hasta un poco groseros.

Es necesario recalcar que, el plan de comunicación estratégico es más que todo para captar a la juventud universitaria y que todos estos jóvenes donen para salvar vidas, así mismo sensibilizar a las personas, al mismo tiempo entender que hay una falta de empatía en la población, dado que cada ser humano tiene el poder en sus manos para dar felicidad a una familia y muchos de estos no lo saben por no querer informarse o porque esta información está un poco alejada de su entorno.

Teniendo en cuenta que, a veces la juventud vive en una burbuja muy alejada de la realidad y eso hace que haya muy poco interés a la hora de realizar cualquier actividad para ayudar a los demás.

2.10.2. Lugar específico

Por otra parte, la Fundación Dona Vida se encuentra ubicada en la Vía España, frente a la Casa Matriz, de la Caja de Ahorros, Edificio Econoprecios, local 2, ciudad de Panamá.

- Teléfono: 386-5358,

- Whatsapp: 6782-4528
- Email: info@donavidapanama.org

2.10.3. Beneficiarios

En relación con este proyecto se plasma que los beneficiados son los pacientes de todos los centros de donación y bancos de sangre que proporcionan las pintas para que las mismas estén sanas y salvas.

2.10.4. Directos

Es decir, aquellas personas que están sufriendo por no tener las pintas de sangre y que no cuentan con familiares o amigos cercanos que puedan brindarles esa donación. Se mencionan los beneficiados a continuación:

- Mujeres con complicaciones obstétricas como embarazos ectópicos o hemorragias antes, durante o después del parto.
- Niños con anemia grave, a menudo causada por paludismo o desnutrición.
- Personas con traumatismos graves ocasionados por accidentes o catástrofes naturales.
- Pacientes que se someten a intervenciones quirúrgicas y médicas complejas.
- Enfermos de cáncer

También, el cuerpo humano agradece la donación e indiscutiblemente trae beneficios como:

- Ofrece información sobre nuestro estado de salud en general.
- Mejora el flujo sanguíneo.
- Ayuda a depurar triglicéridos.
- Reduce el riesgo de padecer infartos y accidentes cardiovasculares.
- Estimula la producción de nuevas células sanguíneas en el cuerpo.
- Equilibra los niveles de hierro en la sangre.

2.10.5. Indirectos

A pesar de que, ningún ser humano desea que una persona que quiere esté enferma y necesite de terceros para salvarse o tener una esperanza de vida, se debe tener en cuenta que todos somos vulnerables y nadie está exento de requerir una donación. Beneficiarios indirectos pueden ser: Familiares, conocidos y parejas.

2.10.6. Equipo del proyecto

En vista de que, el proyecto tiene potencial, este debe especificar quienes serán los responsables que deben llevar a cabo este plan estratégico, es preciso que no sea parte de los colaboradores porque no contrae ninguna carga adicional, así puede producir nuevas ideas al equipo de DONA VIDA. En particular, solo una persona está haciendo este plan. (Por el momento) que es la licenciada en Relaciones Públicas.

2.10.7. Responsables

Se Considera ahora, todo aquel involucrado en el proceso de donación es parte fundamental para que las pintas de sangre lleguen a la persona correcta y esta pueda mejorar su condición médica. Los mismos son:

- Hospitales públicos y privados.
- Doctores: pueden ayudar a dar docencia en las universidades.
- Fundaciones que se encargan de la donación.
- Departamento de comunicación: son los encargados de difundir toda información.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

En el siguiente capítulo, se presenta los aspectos metodológicos de la investigación, que son aquellos aportes que se buscó para ampliar la información, además que son de suma relevancia para ir finalizando este proyecto.

3.1. Tipo de investigación

Considerando que, la investigación se enmarca en comprender, describir y solucionar un problema social mediante la recopilación de datos directos en el campo, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos para tener una visión más completa del fenómeno, Se puede deducir que es por medio de encuestas y de observación.

Por ende, se comprende que el tipo de investigación es mixta, la cual combina dos enfoques para obtener una visión más completa del problema:

- **Cuantitativo:** Utilizar las encuestas, estas proporcionarán datos numéricos, como el porcentaje de jóvenes que desconocen los requisitos de donación o la cantidad de personas dispuestas a donar después de recibir información.
- **Cualitativo:** A través de la observación, se podrá analizar el comportamiento, actitudes y reacciones de los estudiantes cuando reciben información sobre la donación de sangre, lo cual permitirá identificar barreras emocionales o sociales que puedan estar afectando la decisión de donar.

3.2. Universo

Acerca del universo, este está conformado por todos los estudiantes de la universidad, que son 83,595 alumnos (Universidad de Panamá, s.f.). Este grupo representa donde se desarrolla la investigación, ya que dentro de él se encuentran diversos perfiles con distintos niveles de conocimiento y actitudes sobre la donación de sangre.

El universo se refiere al total de alumnos que podrían ser estudiados en la investigación, es decir, todos los estudiantes de la universidad.

- Universo: 83,595 estudiantes (toda la universidad).

3.3. Población

Con respecto a, la población es el completo del universo que cumple con ciertas características y está directamente relacionado con el objeto del proyecto. En efecto, está compuesta por los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, que suman 3,800 alumnos. Se elige esta población porque es más relevante para analizar cómo la comunicación y las estrategias de sensibilización pueden influir en la percepción y decisión de donar sangre.

Dicho lo anterior, este se enfoca en los estudiantes de Relaciones Públicas de primer año de la Facultad de Comunicación Social.

- Población: 45 estudiantes (todos los de primer año de Relaciones Públicas).

3.4. Muestra

En cuanto a, la muestra es un grupo de la población que se selecciona para aplicar los instrumentos de recolección de datos, como encuestas u observaciones. En este proyecto, la muestra está conformada por estudiantes de primer año de la carrera de Relaciones Públicas, un total de 45 alumnos. Sin embargo, para la aplicación del cuestionario, se encuestó a 30 estudiantes, lo que representa una cantidad significativa de los alumnos de esta carrera y permite obtener datos relevantes para el estudio.

- **Muestra:** 30 estudiantes encuestados.

3.5. Descripción del escenario del proyecto

Por lo que se refiere a, el escenario, este se desarrolla en el espacio específico de la Universidad de Panamá, un espacio académico donde asisten miles de estudiantes de diversas facultades y carreras. En particular, el enfoque se centra en la Facultad de Comunicación Social.

Se considera a los estudiantes de primer año de la carrera de Relaciones Públicas, quienes representan un grupo clave para el análisis. Este grupo de alumnos, compuesto por 45 estudiantes, está en una etapa formativa en la que comienzan a adquirir conocimientos sobre estrategias de comunicación, persuasión y concienciación social, lo que los convierte en actores potenciales en la difusión de mensajes sobre temas de interés público, como la donación de sangre.

Ahora bien, el proyecto de intervención de igual modo se desarrolla en la Universidad de Panamá, específicamente en el Domo Harmodio Arias Madrid. Es el auditorio principal del campus universitario.

3.6. Técnicas e instrumentos y recolección de datos

Para la realización de este estudio, se incorporaron métodos de investigación que permitieron recopilar información sobre el conocimiento de los estudiantes respecto a la donación de sangre. A continuación, se describen las técnicas utilizadas, los instrumentos aplicados y el proceso de recolección de datos:

3.7. Técnicas de Investigación

Por lo tanto, las técnicas utilizadas en este estudio fueron:

- **Encuesta:** Se utilizó para obtener información cuantitativa sobre el nivel de conocimiento, actitudes y disposición de los estudiantes hacia la donación de sangre.
- **Observación:** Se empleó para analizar el comportamiento de los estudiantes en relación con la recepción de información sobre la donación.

3.8. Instrumentos de Investigación

Por ende, el instrumento utilizado para la recopilación de datos fue:

- **Cuestionario estructurado:** Se diseñó un cuestionario con preguntas cerradas y de opción múltiple, el cual fue aplicado a los 30 estudiantes seleccionados en la muestra.

Recolección de Datos

Ahora se puede observar, la recolección de datos que se realizó en varias etapas:

- **Elaboración del cuestionario:** Se definieron las preguntas clave relacionadas el conocimiento y percepciones sobre la donación de sangre.
- **Aplicación de encuestas:** Se distribuyeron los cuestionarios a los 30 estudiantes de primer año de Relaciones Públicas, asegurando la claridad en las instrucciones.
- **Observación en el entorno académico:** Al cabo que respondían la encuesta, se pudo observar como a los jóvenes no les interesaba o se sentían tensos por el asunto abordado.

- **Registro y organización de datos:** Una vez obtenida la información, se clasificaron y analizaron los datos para su interpretación y posterior presentación de resultados.

3.9. Validación del Instrumento

En primer lugar, se realizó una prueba piloto del cuestionario de encuesta dentro de la materia de intervención I, con el fin de evaluar su efectividad y relevancia en relación con el proyecto. En esta fase inicial, el instrumento fue presentado a tres jóvenes universitarios, quienes ofrecieron información valiosa para el desarrollo del proyecto.

En segundo lugar, de los tres participantes, dos no habían donado sangre, y sus respuestas mostraron una falta de motivación para hacerlo. Ambos señalaron que nunca habían sido solicitados a donar, lo que subraya la ausencia de iniciativas para involucrar a los jóvenes en este tipo de actividades. Además, aunque conocían algunos centros de donación, no consideraban que la donación fuera algo de gran importancia en sus vidas, lo que sugiere que la causa no está suficientemente arraigada en su conciencia, probablemente por una falta de sensibilización e información sobre la relevancia de este acto.

Por otro lado, el tercer participante sí había donado sangre en el pasado, aunque lo hizo principalmente por una razón personal: ayudar a una persona cercana a él. Esto refleja que la motivación para donar puede estar más relacionada con una conexión emocional o personal, en lugar de una conciencia general sobre la importancia de la donación como un acto social.

A raíz de esta prueba piloto, se concluyó que las preguntas del cuestionario eran adecuadas para el propósito del proyecto, ya que permitieron obtener datos significativos sobre los factores que influyen en la decisión de donar sangre. Además, la encuesta ayudó a identificar las principales barreras para la donación entre los jóvenes, como la falta de solicitudes directas, la escasa visibilidad de los centros de donación y la insuficiente información sobre la importancia de donar. En consecuencia, estos resultados proporcionan una base sólida para continuar con el desarrollo del proyecto.

3.10. Estrategias de involucramiento

Dicho lo anterior, el éxito de una investigación depende tanto de la recolección de datos como del nivel de compromiso y participación de los involucrados. Para asegurar una respuesta efectiva de los estudiantes, se incorporaron algunas estrategias de involucramiento.

- Se destacó la importancia de su aporte para mejorar el conocimiento sobre el aspecto.
- Se les aseguró confidencialidad y anonimato en sus respuestas.
- Se les comentó que ellos pasarían por lo mismo, y desde ahora debían pensar en sus posibles proyectos.
- Se incentivó la participación voluntaria sin presiones.

3.11. Estrategias para vencer las resistencias

Durante el proceso de recolección de datos, se evidenció una notable apatía por parte de algunos estudiantes, lo que dificultó la obtención de respuestas y alargó el tiempo de aplicación de las encuestas. Para superar estas resistencias, se incorporaron algunas estrategias, con el fin de motivar la participación y minimizar la indiferencia.

- Se explicó de manera clara y concisa cómo sus respuestas podían contribuir a la mejora del conocimiento sobre la donación de sangre.
- Se enfatizó que el estudio representaba la voz de los estudiantes y que su participación era clave.
- Se usaron frases como: “Solo te tomará 1 minuto” y “tu aporte es muy valioso para el proyecto”.
- Se permitió responder la encuesta en cualquier momento dentro de un rango de 1 hora.
- Se dio la opción de responder con sus amistades en lugar de manera individual.
- Se usó un tono amigable y sin formalismos al solicitar la participación.
- Se dejó claro que su participación era voluntaria, pero valiosa.
- Se agradeció públicamente a quienes colaboraron, generando una sensación de reconocimiento.

3.12. Presupuesto

Ahora veamos, el presupuesto sirve para garantizar que se cuente con los recursos necesarios, también para controlar el uso adecuado de los mismos, evitar gastos innecesarios y asegurar el éxito del proyecto. A continuación, se presenta el presupuesto estimado.

Tabla 1

Presupuesto de inversión

Detalles	Unitario	Subtotal
Fase 1. Compras y mantenimiento de computadora		
Papelería (Proyecto de intervención, encuestas, anillados, folletos o presentación gráfica)	\$152	\$200
Reparación o mantenimiento de la computadora	\$60	\$60
Actualización del software (Word)	\$61	\$61
Fase 2. Pago de servicios		
Pago de luz	\$20	\$120
Pago de internet	\$60	\$360
Fase 3. Logística		
Transporte	\$5	\$120
Comida		
Fase 4. Contratación de profesionales		
Capacitaciones	\$50	\$150
Especialista en español	\$70	\$70
Especialista en inglés	\$50	\$50
Fase 5. Parte de la propuesta		
Difusión en campus y redes sociales	\$50	\$150
logística de la jornada de donaciones	\$100	\$200
Videos motivacionales (edición básica)	\$30	\$60
Jornada de donación (refrigerios)	\$200	\$200

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se presentará, el análisis detallado de los resultados obtenidos en la investigación, abarcando aspectos como la discusión, propuesta, alianzas estratégicas y cronograma de acción.

4.1. Resultados de las encuestas

En el siguiente apartado, se puede visualizar los resultados del cuestionario de encuesta, el mismo se realizó el 5 de febrero de 2025, en la Universidad de Panamá, específicamente en la facultad de comunicación social a los jóvenes que están cursando verano, cabe aclarar que son en total 30 estudiantes.

4.2. Resultados y Discusión

4.2.1. Resultados del cuestionario de encuesta

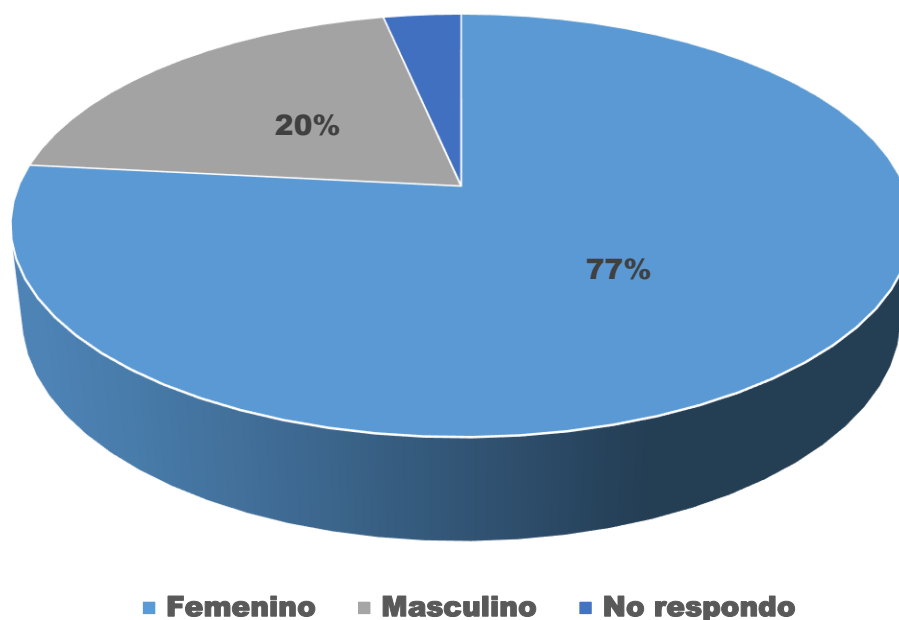
Como resultado, en esta encuesta se reflejan diversas características y percepciones de los jóvenes universitarios en relación con distintos aspectos clave.

Como siguiente punto, los datos recopilados permiten identificar patrones significativos sobre la realidad de los estudiantes. Por ejemplo, falta de conocimiento o información, falta de interés, creencias y mitos sobre la donación de sangre en Panamá. Como siguiente punto, al observar se pudo encontrar a muchos jóvenes que no quisieron llenar la encuesta o pensaban que era para donar y no la iban a completar.

Acerca del gráfico que representa la distribución de género de los jóvenes universitarios que participaron en la encuesta. Se observa que la mayoría de los encuestados se identifican con el género femenino, representando el 77% del total. En contraste, el 20% de los participantes se identifican con el género masculino. Por otro lado, un 3% de los encuestados optó por no responder a esta pregunta. Estos datos reflejan una mayor participación de mujeres en la encuesta.

Figura 1

Datos generales de los jóvenes universitarios, según su género, por porcentaje.



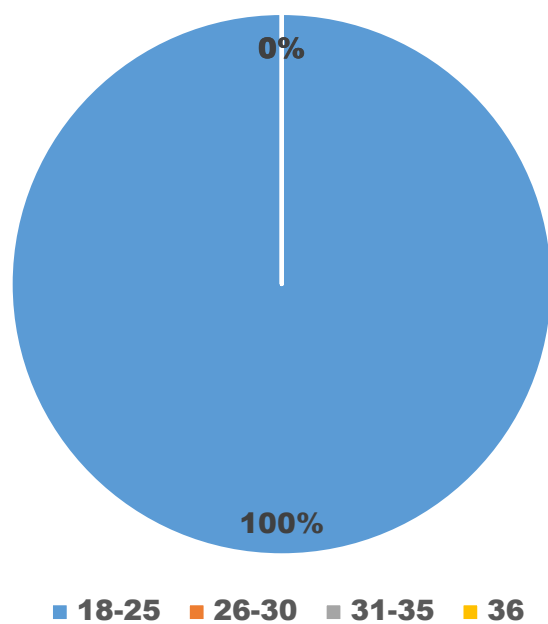
Nota. Elaboración propia

En cuanto a, la siguiente figura, esta demuestra la distribución de edades de los encuestados, en la que se evidencia que el 100% de los participantes se encuentra dentro del rango de 18 a 25 años. En contraste, los grupos etarios de 26 a 30 años, 31 a 35 años y mayores de 36 años no tuvieron representación en la muestra, lo que indica que la totalidad de las respuestas provienen de jóvenes en la etapa universitaria.

Este resultado confirma que el estudio está dirigido exclusivamente a la población juvenil, lo que es relevante para el análisis del bajo índice de donación de sangre.

Figura 2

Distribución etaria de los jóvenes universitarios que participaron en la encuesta, por porcentaje.



Nota. Elaboración propia

El gráfico evidencia que, la totalidad de los encuestados (30 estudiantes), pertenece a la carrera de Relaciones Públicas, dentro de la Facultad de Comunicación Social.

A pesar de que, la muestra se concentra en un solo grupo académico, los resultados siguen siendo relevantes, ya que el estudio busca analizar las percepciones de los jóvenes universitarios en general, con respecto a la donación de sangre. Es importante considerar que los estudiantes de Relaciones Públicas, por su formación en comunicación estratégica, pueden ofrecer una visión particular sobre cómo mejorar las campañas de concienciación y fomentar una mayor participación juvenil en la donación.

Figura 3

30 estudiantes encuestados, todos pertenecientes a la carrera de Relaciones Públicas de la Universidad de Panamá.

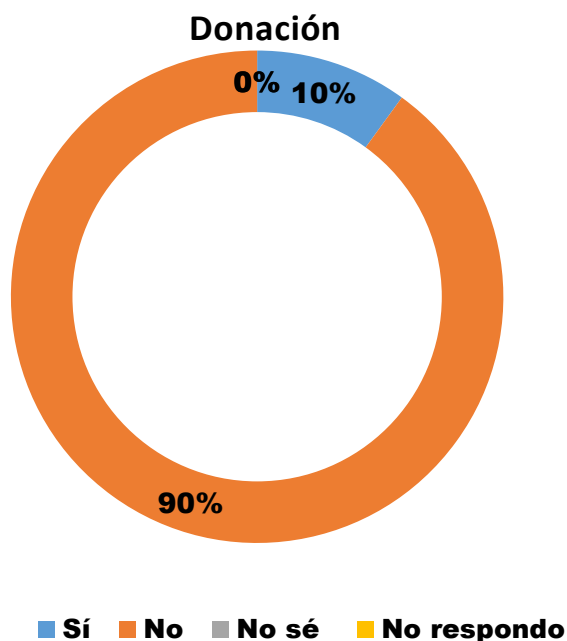


Nota. Elaboración propia

Según los resultados de la encuesta realizada a 30 estudiantes, un abrumador 90% ha indicado que nunca ha participado en una donación de sangre. Este dato resalta una clara falta de involucramiento en esta causa entre los jóvenes. Por otro lado, solo un 10% ha donado sangre en alguna ocasión, lo que refleja una baja participación.

Figura 4

Jóvenes que han realizado una donación, por porcentaje.

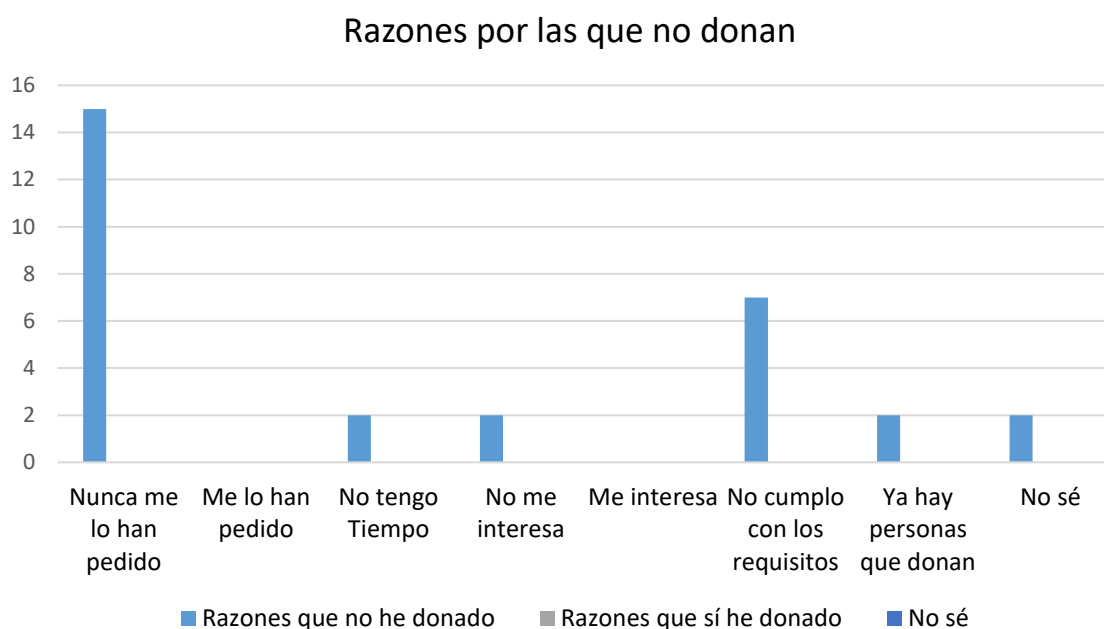


Nota. Elaboración propia.

Es crucial comprender la falta de iniciativa de los jóvenes para donar sangre y entender las razones detrás de sus decisiones. De los encuestados, el 50% (15 personas), afirman que nunca se les han solicitado donar sangre. Un 6.7% (2 personas), mencionan no tener tiempo, mientras que otro 6.7% (2 personas), indican que no les interesa. El 10% (3 personas) no saben cómo donar, el 23.3% (7 personas), creen que no cumplen con los requisitos, y el 3.3% (1 persona), considera que ya hay suficientes donantes. Este es un claro ejemplo, de que falta mucho por aprender sobre la donación de sangre.

Figura 5

Razones que impiden a los jóvenes donar sangre.

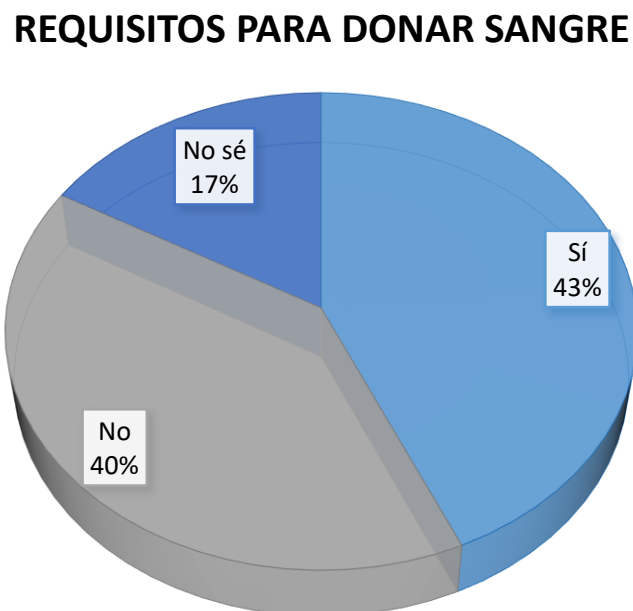


Nota. Elaboración propia.

Según los datos, el 43% de los jóvenes considera que conoce los requisitos para donar sangre, mientras que un 40% reconoce que no los sabe y un 17% admite no estar seguro. Sin embargo, al analizar otras respuestas (figuras 7 y 8), se observa una discrepancia, lo que sugiere que algunos creen estar informados, pero no han verificado si realmente cumplen con los requisitos o no han buscado información adicional.

Figura 6

Nivel de conocimiento sobre los requisitos para donar sangre entre los jóvenes universitarios, por porcentaje.



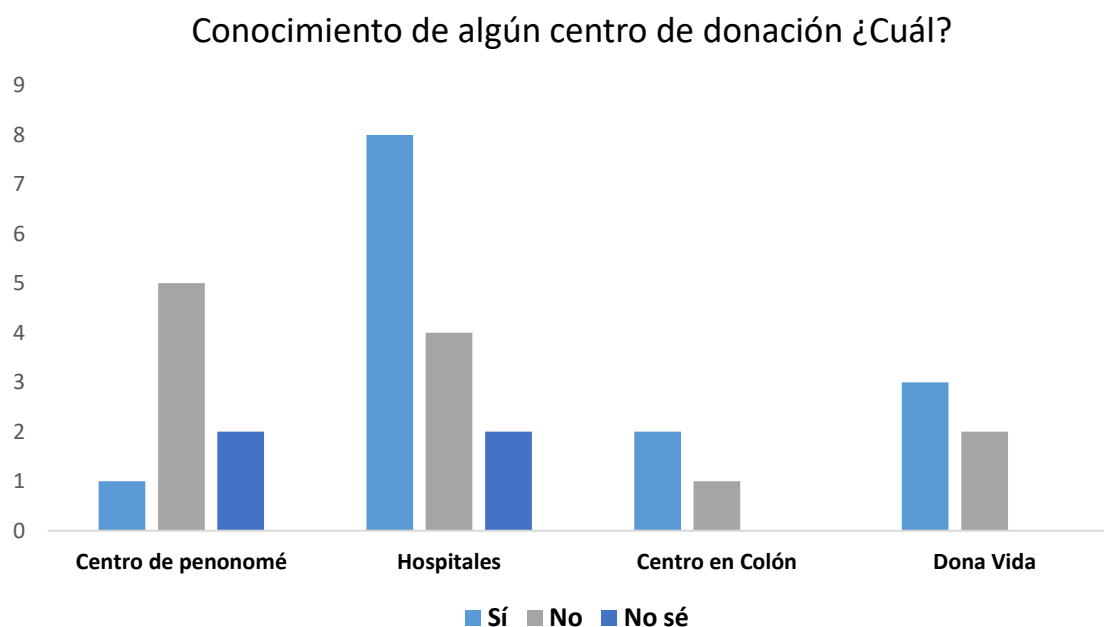
Nota. Elaboración propia.

Por lo que se refiere, en Panamá, existen aproximadamente 26 bancos de sangre y 12 centros de recepción, de donaciones distribuidos a nivel nacional. A pesar de esta infraestructura, la donación voluntaria sigue siendo baja, representando solo el 7% del total.

Hecha esta salvedad, el 40% de los jóvenes encuestados afirma no conocer ningún centro de donación, mientras que un 17% no está seguro. Por otro lado, el 43% menciona conocer al menos un lugar donde se puede donar sangre, destacando los hospitales como: centro de Penonomé, hospitales, centro en Colón y Dona Vida. Estos resultados reflejan la necesidad de mayor difusión sobre la ubicación de estos centros y la importancia de la donación voluntaria.

Figura 7

Conocimiento de los jóvenes sobre los centros de donación de sangre en Panamá.



Nota. Elaboración propia.

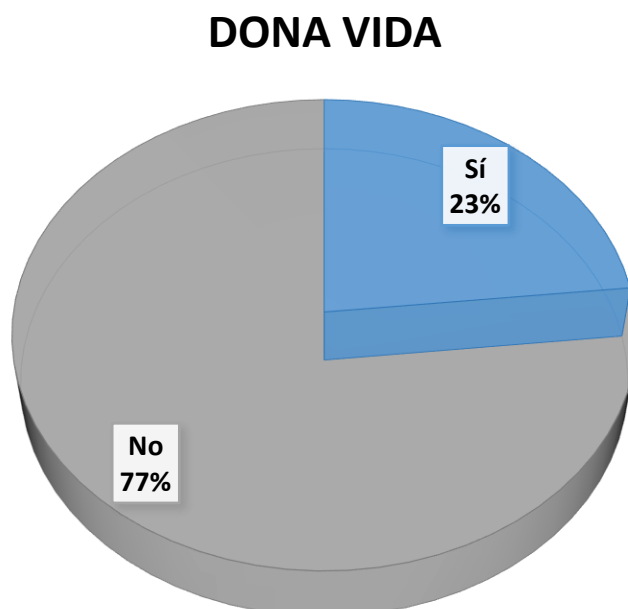
Es valioso resaltar que, aunque los estudiantes no conozcan la fundación. La misma ha ido en varias ocasiones para promover la donación y así ser más conocida.

Dicho lo anterior, se destaca que el 77% de los jóvenes encuestados no conoce la fundación Dona Vida, mientras que solo el 23% afirma haber oído hablar de ella.

A pesar de este bajo nivel de reconocimiento, algunos estudiantes han participado en actividades organizadas por Dona Vida, para fomentar la donación voluntaria. Estas iniciativas han contribuido a su visibilidad, pero los datos reflejan la necesidad de fortalecer la difusión de su labor para aumentar el conocimiento y la participación de los jóvenes en la donación de sangre.

Figura 8

Porcentaje de jóvenes que conocen la fundación Dona Vida.



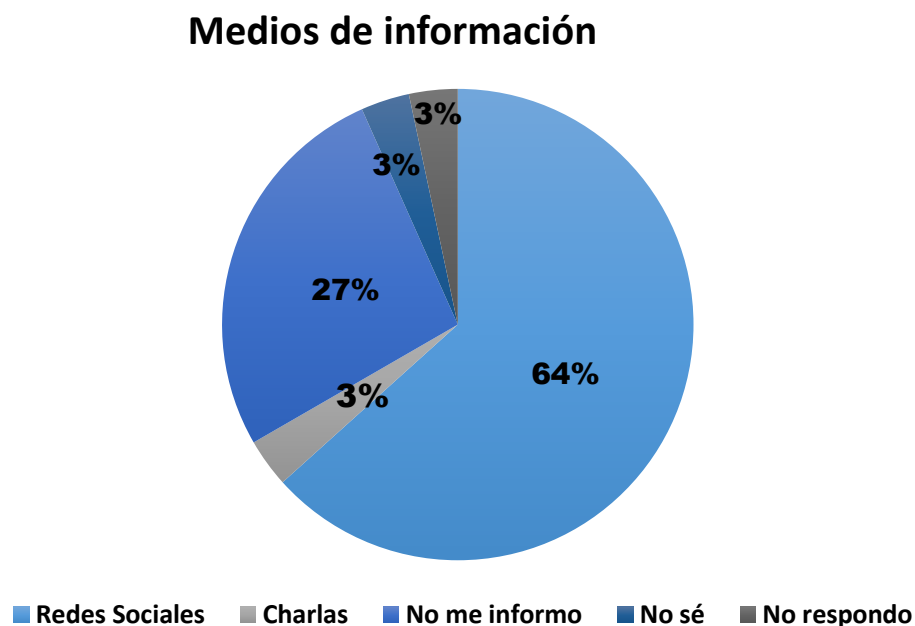
Nota. Elaboración propia.

Con respecto a las redes sociales se debe entender que, en estos tiempos, son una de las principales fuentes de información sobre donación de sangre para los jóvenes, con un 64% de los encuestados obteniendo datos a través de estas plataformas. Sin embargo, un 27% afirma que no se informa sobre el tema, mientras que un 3% menciona haber recibido información en charlas y otro 3% no sabe cómo se informa. Además, un 3% prefirió no responder.

Aunque las redes sociales son herramientas clave en la difusión de información, estos resultados sugieren que el interés por la donación de sangre sigue siendo bajo entre los jóvenes. A pesar de tener acceso a contenido relevante, muchos no le prestan suficiente atención o no consideran el asunto una prioridad.

Figura 9

Canales de información sobre donación de sangre entre los jóvenes.



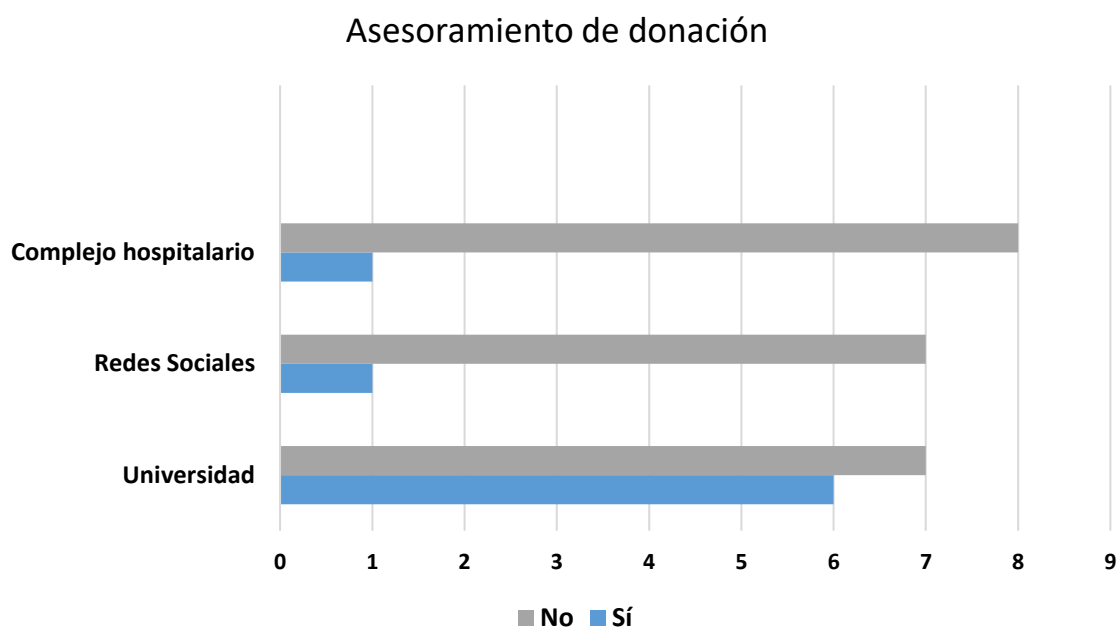
Nota. Elaboración propia.

Ahora veamos, la falta de asesoramiento sobre la donación de sangre es evidente entre los jóvenes encuestados. De un total de 30 participantes, el 73% indicó que no buscan información ni reciben orientación sobre el tema, mientras que solo el 27% de jóvenes afirmaron haberse asesorado.

Entre quienes sí han buscado información, los principales espacios mencionados fueron la universidad, redes sociales y el complejo hospitalario. Sin embargo, la baja proporción de jóvenes que se asesoran sugiere que no solo hay un desinterés general, sino también una falta de acceso a fuentes confiables y personas capacitadas para divulgar la importancia de la donación.

Figura 10

Baja participación de la juventud en asesoramiento sobre la donación de sangre.



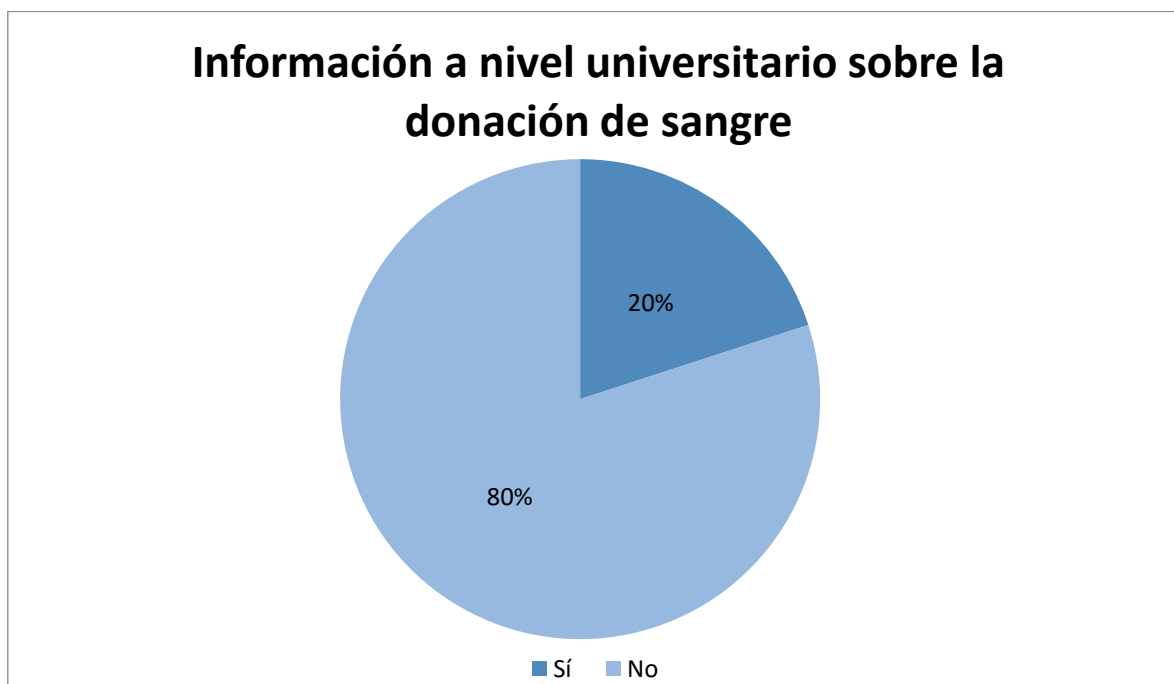
Nota. Elaboración propia.

Ante la pregunta "¿Hay suficiente información sobre la donación de sangre?", el 80% de los jóvenes respondió que no, mientras que solo el 20% considera que sí.

Algunos estudiantes argumentaron que la donación de sangre no es un tema común en las conversaciones diarias, lo que contribuye a la falta de conocimiento. Otros mencionaron que no existen suficientes campañas de información, que muchas personas no entienden bien el tema, y que cuando se habla de ello, no se explica de manera clara. Además, destacaron que no hay suficiente material informativo en los lugares donde los estudiantes transitan con mayor frecuencia, lo que limita aún más el acceso a la información.

Figura 11

Falta de información sobre la donación de sangre en Panamá.



Nota. Elaboración propia.

Discusión

En general, los datos reflejan un bajo nivel de participación en esta Práctica, así como una carencia significativa de información y conciencia sobre el tema.

Uno de los hallazgos más notorios es la baja participación masculina en la encuesta, con un 77% de encuestados identificándose como mujeres y solo un 20% como hombres. Este dato podría indicar que las mujeres tienen una mayor predisposición a involucrarse en estudios sobre temas de salud o que, en general, hay menos interés por parte de los hombres en responder encuestas sobre donación de sangre.

En cuanto al rango etario, se confirma que el estudio está centrado en la población juvenil universitaria, ya que el 100% de los encuestados tienen entre 18 y 25 años.

Uno de los resultados más alarmantes es que el 90% de los encuestados nunca ha donado sangre, lo que confirma la baja participación juvenil en esta causa. Al analizar las razones detrás de esta situación, se observa que el 50% de los estudiantes afirma que nunca se

les ha solicitado donar, lo que podría indicar una falta de campañas dirigidas a este sector de la población. Además, el 23.3% cree que no cumple con los requisitos, mientras que el 10% no sabe cómo donar, lo que evidencia una brecha de información considerable.

En línea con lo anterior, aunque el 43% de los encuestados considera conocer los requisitos para donar, los resultados sugieren que este conocimiento es superficial o erróneo. Además, el 40% de los estudiantes no conoce ningún centro de donación, lo que refuerza la necesidad de mayor difusión sobre la ubicación de estos lugares y la importancia de la donación.

Otro aspecto relevante es la falta de reconocimiento de la fundación Dona Vida, ya que el 77% de los encuestados no la conoce a pesar de que esta organización ha promovido la donación en diversas ocasiones. Esto indica que sus esfuerzos de divulgación pueden no estar alcanzando de manera efectiva al público universitario.

En cuanto a las fuentes de información, las redes sociales son el principal medio por el cual los jóvenes acceden a datos sobre la donación de sangre, con un 64% obteniendo información a través de estas plataformas. No obstante, un 27% afirma que no se informa sobre el tema, lo que refuerza la idea de que, aunque la información esté disponible, no es percibida como relevante o prioritaria para la mayoría de los estudiantes.

Además, el 73% de los jóvenes indicó que no busca asesoramiento sobre la donación de sangre, lo que sugiere no solo un desinterés general, sino también una falta de acceso a fuentes confiables y espacios educativos sobre el tema.

Finalmente, el 80% de los encuestados considera que no hay suficiente información sobre la donación de sangre en Panamá. Esto refuerza la necesidad de mejorar la comunicación y la educación sobre este tema en espacios clave como las universidades.

4.3. Propuesta de Intervención

Donación de sangre voluntaria. “Yo pongo las pintas para salvar vidas”

En relación con, las ODS el proyecto estaría alineado a el **ODS 3: Salud y Bienestar**

En cuanto a, el diagnóstico: Se pudo identificar las causas de la baja cultura de donación de sangre en Panamá. ¿Por qué los jóvenes no tienen esa cultura? y a las personas solo les importa cuando tienen una cirugía o alguien cercano las necesita, de no ser por esa razón nadie haría nada. El problema de la deficiencia en la donación de sangre en Panamá, es complejo y multifactorial. Cuáles serían alguna de las razones principales detrás de esta problemática, especialmente entre los jóvenes, quienes representan un grupo clave para fomentar una cultura de donación voluntaria. Algunas razones:

- Falta de información.
- Interés en ayudar, pero poca acción.
- Motivaciones personales.

Por consiguiente, el público objetivo está compuesto por diversos grupos de jóvenes que pueden influir o participar activamente en la donación de sangre.

- Jóvenes Adultos.
- Estudiantes universitarios.
- Jóvenes con historial familiar.
- Activistas y voluntarios.

Dicho lo anterior, el propósito sería: Garantizar un suministro continuo y seguro de sangre mientras se fomenta una cultura de donación de sangre voluntaria con los jóvenes universitarios.

Para abordar mejor, la falta de información, el desinterés y la ausencia de campañas visibles en espacios frecuentados por estudiantes han sido algunos de los factores identificados que dificultan su involucramiento.

Por ello, se hace este objetivo:

4.3.1. Objetivo

Fomentar una cultura de donación voluntaria en jóvenes universitarios a través de campañas de sensibilización.

En el contexto de la donación de sangre, establecer un objetivo SMART, con estas características permite diseñar estrategias claras y evaluar su impacto de manera efectiva.

Aumentar en un 20% la cantidad de donantes voluntarios universitarios en un tiempo determinado de 6 meses en la ciudad de Panamá.

4.3.2. Objetivos Específicos

1. Incrementar el nivel de conocimiento sobre la importancia de la donación de sangre y su impacto en la sociedad mediante charlas informativas y materiales audiovisuales en universidades.

4.3.3. Indicadores

Cualitativos

- Percepción de los estudiantes sobre la relevancia de la donación medida a través de entrevistas.
- Cambios en las actitudes hacia la donación después de participar en talleres o charlas.

Cuantitativos

- Número de charlas impartidas.
 - Cantidad de estudiantes que asisten a las actividades informativas.
 - Coordinar con las autoridades universitarias para obtener espacios y horarios adecuados para las actividades.
2. Promover la participación activa de los estudiantes en jornadas de donación de sangre a través de alianzas estratégicas con otros centros de donación.

Indicadores

Cualitativos

- Testimonios de estudiantes que participaron en las jornadas de donación.
- Opinión de los participantes sobre la accesibilidad y organización de las jornadas.

Cuantitativos

- Número de estudiantes inscritos y efectivamente donantes en las jornadas.

- Frecuencia de las jornadas de donación organizadas en las universidades.
- Tasa de repetición de donantes (jóvenes que vuelven a donar).

3. Reducir los mitos relacionados con la donación de sangre mediante campañas informativas en redes sociales que aborden las principales preocupaciones de los jóvenes.

Indicadores

Cualitativos

- Identificación de los mitos más comunes eliminados tras las campañas.

Cuantitativos

- Porcentaje de estudiantes que reportan sentirse más seguros sobre donar sangre después de las actividades.
- Reducción de preguntas relacionadas con temores o mitos en encuestas realizadas antes y después de las campañas.
 - Incorporar encuestas después de las campañas para identificar cambios en las percepciones y preocupaciones de los estudiantes.
 - Capacitar a voluntarios para que actúen como promotores de la campaña y resuelvan dudas de sus compañeros.

4.3.4. Estrategias y tácticas

- Diseñar materiales educativos, como presentaciones, folletos y vídeos informativos sobre la donación de sangre.
- Organizar charlas en la universidad con expertos en salud y donación.
- Realizar encuestas iniciales para evaluar el nivel de conocimiento de los estudiantes antes de las actividades educativas.
- Coordinar con las autoridades universitarias para obtener espacios y horarios adecuados para las actividades.
- Planificar y coordinar las fechas de las jornadas de donación en los campus universitarios.

- Crear un sistema de registro en línea o presencial para los estudiantes interesados en donar.
- Difundir las jornadas mediante redes sociales, carteles en los campus y correos institucionales.
- Garantizar la logística necesaria para las jornadas, como la presencia de personal experto, equipos y áreas de descanso para los donantes.
- Diseñar campañas en redes sociales que aborden mitos comunes sobre la donación de sangre y brinden información confiable.
- Invitar a donantes frecuentes y beneficiarios de transfusiones a compartir sus experiencias en videos o charlas motivacionales.
- Realizar dinámicas interactivas (como trivias o concursos), en los campus para desmitificar conceptos erróneos.
- Incorporar encuestas después de las campañas para identificar cambios en las percepciones y preocupaciones de los estudiantes.
- Capacitar a voluntarios para que actúen como promotores de la campaña y resuelvan dudas de sus compañeros.

Tabla 3*Cronograma de Acción*

Meses	Actividades	Responsables	Indicadores
Mes 1	- Reunión inicial con DONA VIDA.	Coordinadores de la campaña	Número de reuniones realizadas y acuerdos firmados.
	Diseño de materiales educativos y gráficos para la campaña.		Presentaciones y vídeos
	Diagnóstico inicial del conocimiento y percepciones mediante encuestas.		Encuestas aplicadas a al menos el 10% de la población

Mes 2	Lanzamiento oficial de la campaña en redes sociales	Equipo de comunicación	estudiantil meta.
			Alcance inicial de publicaciones (número de interacciones).
			Organización de charlas informativas en las universidades.
Mes 3	Primera jornada de donación en las universidades.	Equipo de Logística y comunicación	Charlas programadas y cantidad de asistentes por actividad.
			Evaluación de resultados de la primera jornada y retroalimentación.
			Continuación de actividades educativas, incluidas redes sociales.
	Número de donantes participantes		Publicaciones periódicas y métricas de

			interacción.
Mes 4	Continuación de actividades educativas, incluidas redes sociales.	Voluntarios y equipo educativo Equipo de comunicación	Planificación y promoción de la segunda jornada de donación.
			Estrategias de difusión incorporadas en publicaciones y carteles en el campus.
			Análisis intermedio de percepciones y conocimientos con encuestas.
Mes 5	Segunda jornada de donación.	Equipo de Comunicación	Presentación de testimonios de donantes y beneficiarios en redes sociales y eventos.
	Número de donantes comparado con la primera jornada.		Número de visualizaciones y comentarios en las publicaciones.

Mes 6	Evaluación final de la campaña (impacto general y resultados por objetivos)	Equipo de Comunicación	Realización de un evento de cierre para presentar resultados y agradecer a los participantes. Publicación de resultados.
-------	---	------------------------	---

Nota. Elaboración Propia

Alianzas estratégicas

El siguiente punto trata de, establecer alianzas estratégicas con DONA VIDA y otros actores clave en el ámbito de la donación de sangre, es importante identificar donde se podría y cuál es la mejor opción. De primera instancia, por todo lo investigado, la mejor alianza sería la universidad de Panamá.

Además, la Fundación Dona Vida ya cuenta con alianzas estratégicas con instituciones de salud, empresas y organizaciones comunitarias, lo que fortalece su capacidad para promover la donación de sangre en distintos sectores. Al sumar a la Universidad de Panamá, como aliada, estas conexiones podrían potenciarse aún más, permitiendo la creación de un ecosistema de cooperación en el que tanto la universidad como los aliados actuales se benefician.

Por un lado, la universidad tendría acceso a la experiencia y redes de Dona Vida, facilitando la realización de campañas educativas, jornadas de donación en el campus y oportunidades de voluntariado para los estudiantes. Al mismo tiempo, los aliados existentes, como el Instituto Oncológico Nacional (ION), el Hospital Santo Tomás, el Hospital del Niño, Fundacáncer, la Fundación Felipe Motta y Grupo Melo, podrían ver ampliado el impacto de sus acciones, ya que la universidad aportaría un nuevo grupo de potenciales donantes, además de espacios para la difusión y promoción de la causa.

En este sentido, la alianza con la universidad no solo contribuiría a aumentar la cantidad de donantes jóvenes, sino que también reforzaría el compromiso social de la

institución y sus estudiantes. Al integrarse en la red de aliados de Dona Vida, la universidad se convertiría en un actor clave en la sostenibilidad del programa de donación de sangre, consolidando un modelo de cooperación que beneficiaría tanto a la comunidad universitaria como a los pacientes que dependen de estas donaciones.

CONCLUSIONES

Con el fin de, este proyecto de intervención sobre la donación de sangre en Panamá, y en cuanto a, el nombre del proyecto: “plan de comunicación estratégico para la capacitación de jóvenes universitarios y la donación de sangre en Panamá”, se especifica que se ha presentado un reto significativo, especialmente entre la población universitaria (jóvenes). A pesar de los esfuerzos de concienciación, los índices de participación siguen siendo bajos, lo que pone en riesgo la disponibilidad de sangre segura y suficiente para quienes la necesitan. Por lo tanto, se concluye con cada uno de los tres objetivos específicos que hubo en este documento.

- **Seleccionar al personal adecuado para dar el asesoramiento a los jóvenes:** Contar con profesionales capacitados en la promoción de la donación de sangre es esencial para generar confianza y derribar mitos entre los jóvenes universitarios, ya que un asesoramiento claro y preciso puede marcar la diferencia en su disposición a donar.
- La participación de docentes y líderes estudiantiles en la orientación sobre la donación de sangre permite una mayor cercanía con los jóvenes, lo que facilita la difusión de información y el aumento en la tasa de donantes.
- **Entrevistar a los jóvenes universitarios sobre la importancia de donar sangre:** La recopilación de opiniones y percepciones de los jóvenes permite comprender las razones detrás de la baja participación en la donación de sangre, lo que ayuda a diseñar estrategias más efectivas y adaptadas a sus inquietudes.
- La integración de herramientas digitales y redes sociales en la recolección de información sobre la donación de sangre potencia el alcance del estudio y mejora la interacción con los jóvenes, facilitando su participación.
- **Demostrar con testimonios como ha cambiado la vida de las personas después que han donado o han sido beneficiados por la donación:** compartir historias de donantes y beneficiarios demuestra de manera tangible la importancia de la donación de sangre, generando empatía y motivando a más jóvenes a contribuir a esta causa.

- La difusión de testimonios a través de medios digitales y eventos presenciales ayuda a fortalecer una cultura de donación en la comunidad universitaria, logrando un impacto positivo en la disponibilidad de sangre en Panamá.

RECOMENDACIONES

Por consiguiente, las recomendaciones van alineadas con las conclusiones para que haya una armonía en todo el proyecto.

- Enfocadas en la selección del personal, sería bueno desarrollar programas de capacitación continua para profesionales de la salud, voluntarios y docentes, asegurando que cuenten con información actualizada y estrategias efectivas para motivar a los jóvenes a donar sangre.
- Basados en la contribución de los jóvenes: fomentar la participación de líderes estudiantiles en las campañas de donación, capacitándolos como embajadores del mensaje y facilitando su rol como enlace entre los estudiantes y los centros de donación.
- Aprovechar plataformas digitales y redes sociales para la recolección de datos, utilizando formatos atractivos como encuestas interactivas, videos cortos y sesiones en vivo para generar mayor participación.
- Organizar eventos universitarios donde donantes y beneficiarios compartan sus experiencias, reforzando la conexión emocional y promoviendo la empatía entre los jóvenes.
- Crear campañas audiovisuales con testimonios reales que se difundan en redes sociales, páginas web institucionales y medios de comunicación, maximizando el alcance del mensaje e incentivando la cultura de donación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Centro Medico A B C* . (14 de julio de 2020). Obtenido de <https://centromedicoabc.com/revista-digital/por-que-es-importante-la-donacion-de-sangre/>
- Dona vida*. (2024). Obtenido de <https://donavidapanama.org/contacto/>
- Instituto Oncológico Nacional*. (s.f.). Obtenido de <https://www.ion.gob.pa/adquiere-tu-camiseta-y-llegaremos-juntos-a-la-meta/#:~:text=14%20de%20Junio%2C%20D%C3%ADa%20Mundial,Sangre%20%7C%20Instituto%20Oncol%C3%B3gico%20de%20Panam%C3%A1>
- Lampert, M. P. (2023). Obtenido de https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/35918/1/BCN_Estrategia_donacion_de_sangre_internacional__finalI.pdf
- Mendoza, A. (12 de junio de 2020). *Grupo de sangre tipo O*. Obtenido de <https://m.facebook.com/notes/sangre-tipo-o-rh-negativo-o-en-panama/centros-de-donaci%C3%B3n-y-bancos-de-sangre/599606787341416/>
- OMS. (2018). Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/blood-safety-and-availability>
- OMS, O. (2021). Obtenido de <https://www.paho.org/es/noticias/15-6-2021-opsoms-panama-realiza-foro-virtual-para-motivar-jovenes-donar-sangre-manera>
- OPS. (2023). Obtenido de <https://www.paho.org/es/noticias/14-6-2023-ops-hace-llamado-incrementar-donaciones-sangre-plasma-para-crear-suministro>
- Restrepo, L. (20 de febrero de 2023). Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-29662023000100039#:~:text=Se%20estima%20que%20a%20nivel,unidades%20de%20sangre%20al%20a%C3%B1o.
- Sumarse. (s.f.). *Noticias, Pluma Invitada, SUMARSE / Por Sumarse*. Obtenido de <https://www.sumarse.org.pa/donar-sangre-es-un-acto-de-solidaridad/>
- Universidad de Panamá*. (s.f.). Obtenido de <https://www.up.ac.pa/>

ANEXO 1. CUESTIONARIO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO

Facultad de Ciencias de la Comunicación Social

Programa de Maestría en Comunicación Corporativa

CUESTIONARIO DE ENCUESTA SOBRE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN LA FUNDACIÓN DONA VIDA, EN LA CIUDAD DE PANAMÁ, 2024

Con el propósito de promover la donación de sangre voluntaria, sensibilizando a la juventud universitaria, sobre la importancia de donar sangre para salvar una vida. Quedará establecido que con su participación la información será estrictamente confidencial.

Indicaciones:

Atención señor encuestado (a): Se le agradece llenar el presente cuestionario con una serie de preguntas abiertas y otras de selección, se le brinda una respuesta con alguna de estas dos opciones: ✓ o X

APARTADO 1. DATOS GENERALES

Nombre: _____

Género:

- ☐ Femenino
- ☐ Masculino
- ☐ No sé
- ☐ No respondo

Edad:

- ☐ 18-25 años de edad
- ☐ 26-30 años de edad
- ☐ 31-35 años de edad
- ☐ +36 años de edad

Carrera que estudia: _____

Corregimiento donde reside: _____

APARTADO 2: PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

A. PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICO PARA LA CAPACITACIÓN DE JÓVENES UNIVERSITARIOS Y LA DONACIÓN DE SANGRE EN PANAMÁ

La donación de sangre significa dar parte de la sangre de una persona para que otra u otras tengan una nueva oportunidad de vida.

1. ¿Has donado alguna vez?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sé
- ☐ No respondo

2. ¿Cuál ha sido la razón por la que has donado?

3. ¿Sabes cómo ha cambiado la vida de esa persona después de la donación?

4. ¿Cuáles son las razones por las que no has donado?

- ☐ Nunca me lo ha pedido alguien
- ☐ Ya hay muchas personas que donan
- ☐ No tengo tiempo
- ☐ No me interesa
- ☐ Mi sangre no debe servir porque he estado enfermo
- ☐ Creo que no cumplo con los requisitos
- ☐ Mi grupo sanguíneo no es de los que hace falta
- ☐ No sé
- ☐ No respondo

5. ¿Sabes cuáles son los requisitos para donar sangre?

- ☐ Sí

6. ¿Conoces algún centro de donación?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sé
- ☐ No respondo

¿Cuáles?

7. ¿Alguna vez has escuchado de la Fundación DONA VIDA?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sé
- ☐ No respondo

8. ¿Por cuál medio de comunicación te informas sobre la donación?

- ☐ Por folletos
- ☐ Redes Sociales
- ☐ Medios tradicionales
- ☐ Charlas
- ☐ No me informo
- ☐ No me interesa
- ☐ No sé
- ☐ No respondo

9. ¿Alguna vez te han asesorado sobre la donación de sangre?

- ☐ Sí
 - ☐ No
- ¿Dónde?
-

10. ¿Dirías que hay suficiente información sobre la donación de sangre?

- ☐ Sí
 - ☐ No
- ¿Por qué?
-

OBSERVACIONES DEL PARTICIPANTE

--

OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR

--

Se le agradece por su valiosa colaboración.

ANEXO 2. FODA

FODA

Fortalezas:

Salvar vidas.

Alianzas con otros centros que necesitan de la donación.

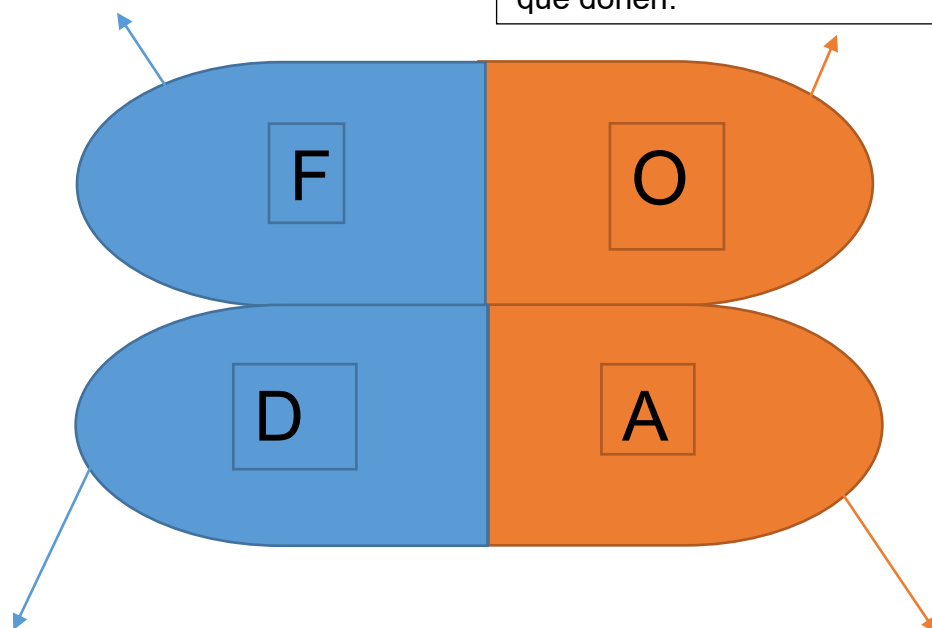
Conservar los equipos necesarios para mantener las pintas en lugares seguros.

Oportunidades:

Ir a distintas universidades y siempre tener la puerta abierta.

Mayor alcance en los centros de donación por las alianzas que se tienen con las universidades.

Asociarse con nuevas empresas para que donen.



Debilidades:

Depender únicamente de los donantes.

No utilizar la sangre en el tiempo adecuado y perderla.

El miedo y la falta de información sobre la donación, por ende, no van los jóvenes universitarios a los centros de donación.

Amenazas:

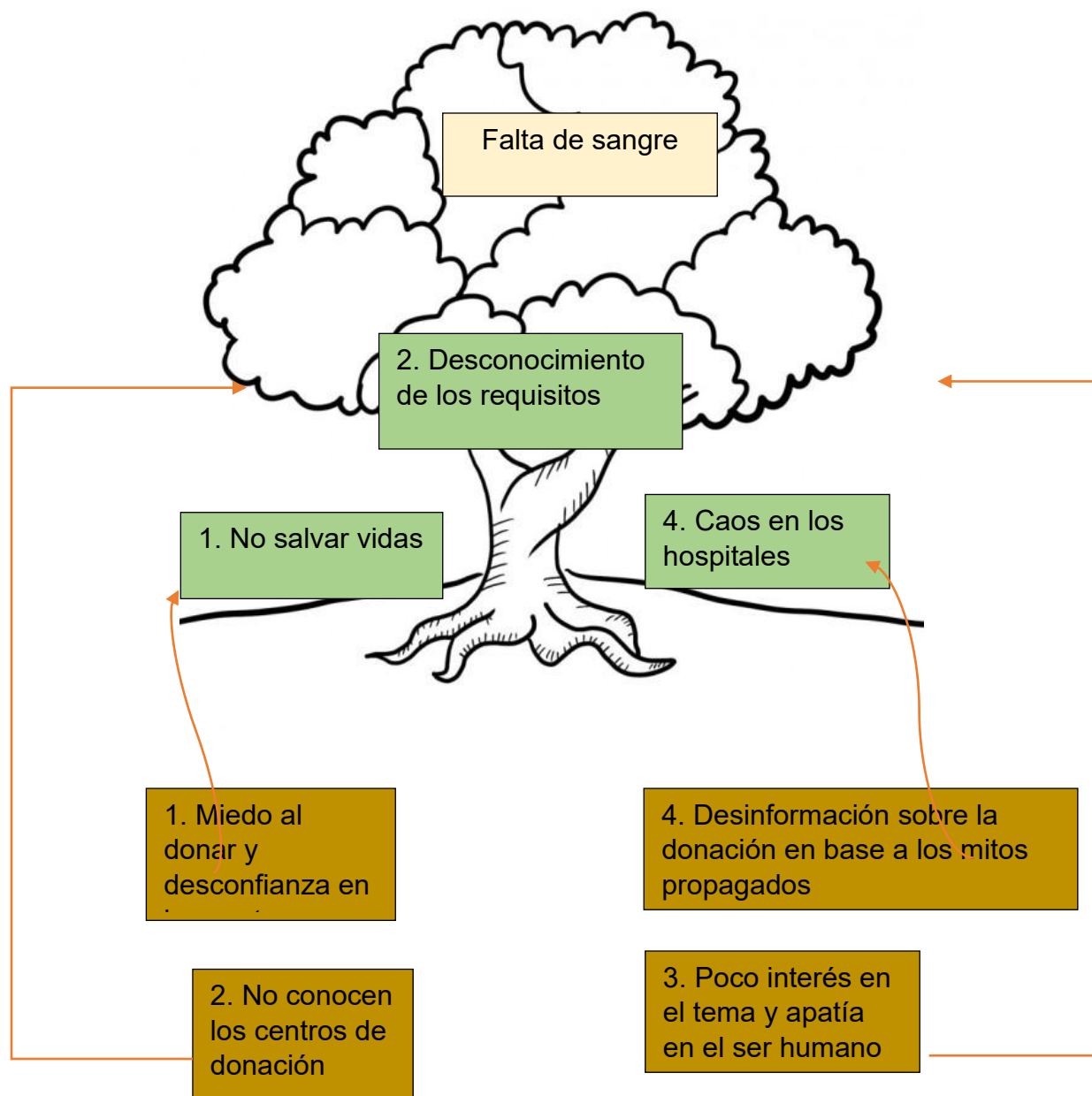
Mantener los equipos y que estos no puedan funcionar adecuadamente por falta de recursos.

Desconfianza sobre los centros.

Protestas o eventos similares que suceden en el país, interrumpen en la donación.

Nota. Elaboración propia

ANEXO 3. ÁRBOL DE PROBLEMAS



Nota. Elaboración propia

ANEXO 4. FODA CÓMO

Fortalezas:

Contribuir esencialmente con los pacientes.

Apoyar a las empresas, instituciones y hospitales que requieran de nuestros servicios.

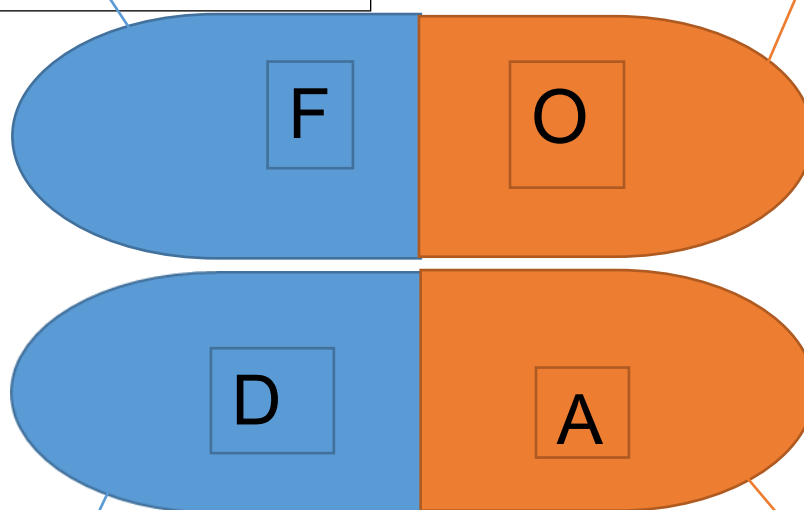
Nutrir a los donantes de mensajes positivos para que sigan yendo a los centros, además de traer a nuevos donantes.

Oportunidades:

Prolongar la relación del centro de donación con las diferentes universidades del país.

Informar adecuadamente a los estudiantes sobre lo que significa donar una pinta de sangre.

Hacer campaña de relaciones públicas en las distintas empresas y organizaciones a nivel nacional.



Debilidades:

Incorporar planes de comunicación en los diferentes medios para conservar a los donantes.

Conocer el tiempo de vida que tiene una pinta de sangre para agilizar el procedimiento y que esta llegue en el tiempo debido a cada paciente.

Ayudar a los estudiantes a que se informen y conozcan los beneficios de donar sangre.

Amenazas:

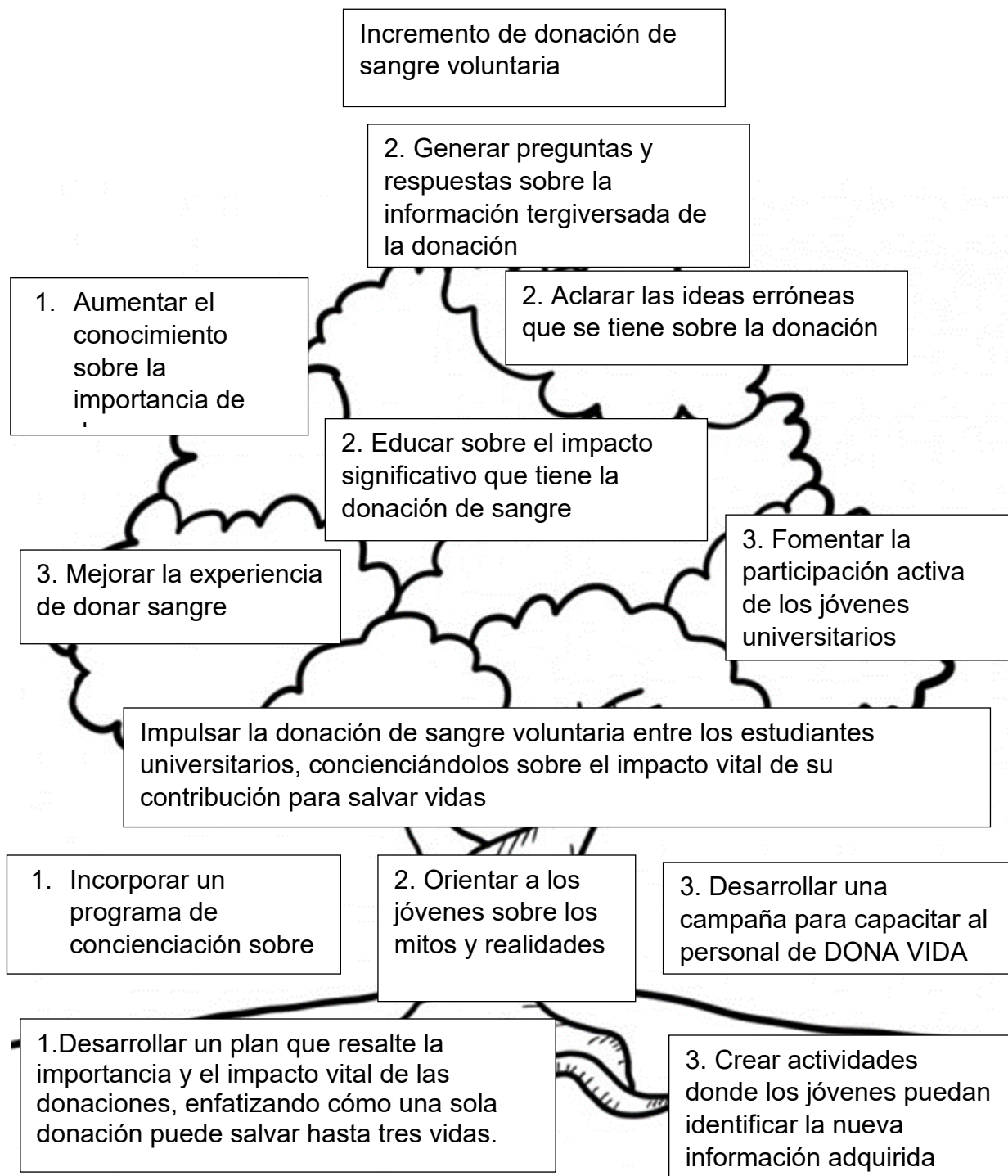
Crear nuevas formas de generar dinero para mantener los equipos de manera adecuada y que estos puedan funcionar perfectamente.

Dar a conocer donde están ubicados los centros de donación.

Buscar vías alternativas para llegar a los centros de donación o incorporar días específicos para donar.

Nota. Elaboración propia

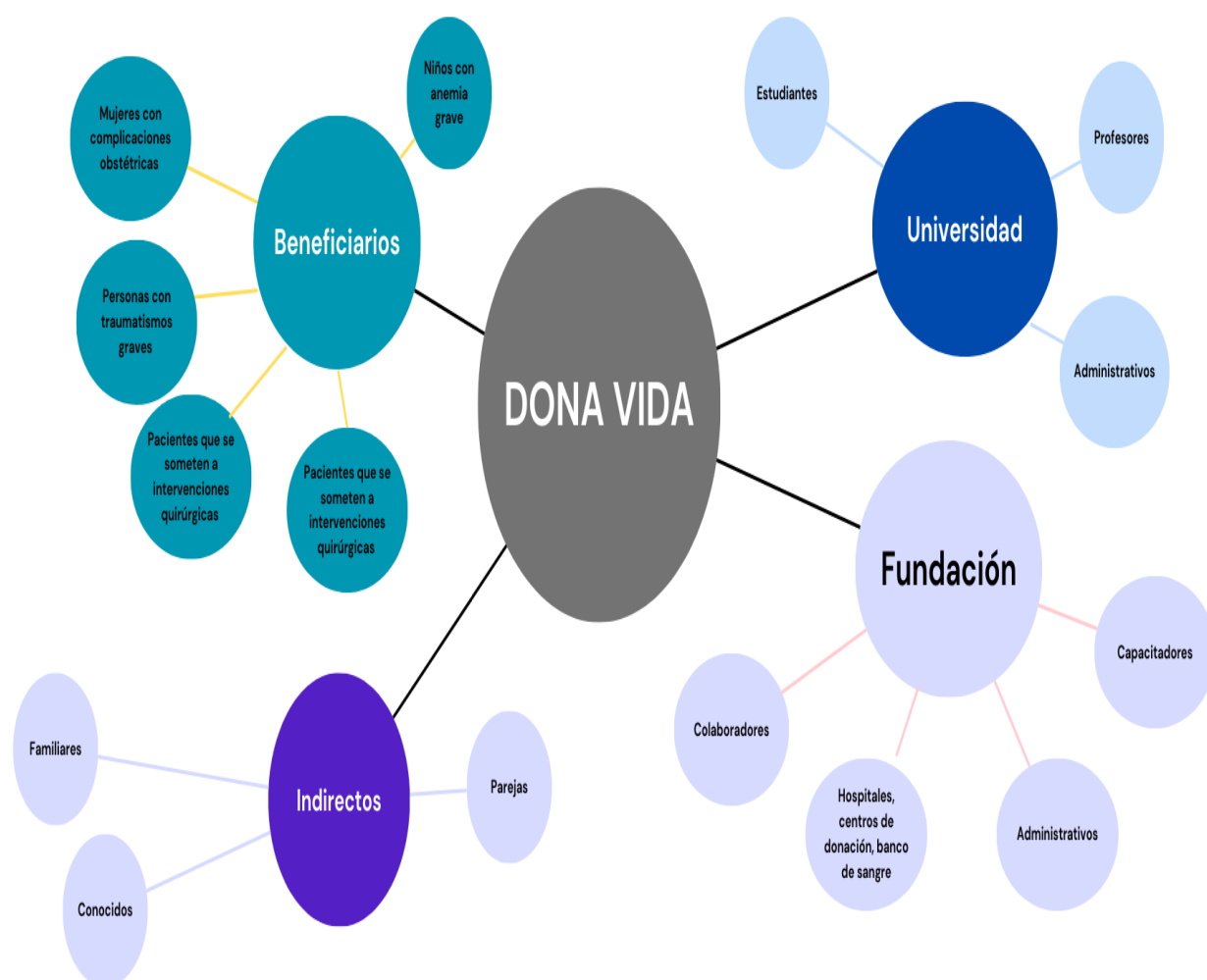
ANEXO 5. ÁRBOL DE OBJETIVOS



Nota. Elaboración Propia

ANEXO 6. MATRIZ DE INVOLUCRADOS

Matriz de involucrados



Nota. Elaboración propia

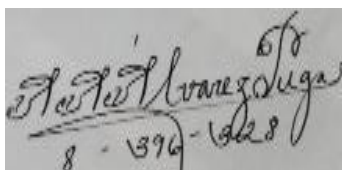
ANEXO 7. DOCUMENTOS DEL PROFESOR DE ESPAÑOL

Panamá, 06 de junio de 2025

A QUIEN CORRESPONDA

E. S. M.

La presente nota, certifica que la estudiante **CAROLINA MARÍN SANTA**, sometió a la consideración del profesor **Alberto Álvarez Puga**, con cédula de identidad personal número **8-396-328**, la revisión de fondo y forma del **Informe de Maestría**, para optar al Título de **Magíster en Comunicación Corporativa con especialización en Manejo de Crisis**, en la **Universidad de Panamá**.



Sin más. Atentamente,

Alberto Álvarez Puga
Profesor de Español
Cédula: 8-396-328
Registro del Diploma No. 70403

UNIVERSIDAD DE PANAMA

LA FACULTAD DE

Humanidades

EN VIRTUD DE LA POTESTAD QUE LE CONFIEREN LA LEY Y EL ESTATUTO UNIVERSITARIO,
HACE CONSTAR QUE

Alberto Anel Álvarez Puga

HA TERMINADO LOS ESTUDIOS Y CUMPLIDO CON LOS REQUISITOS
QUE LE HACEN ACREEDOR AL TÍTULO DE

**Licenciado en Humanidades
con Especialización en Español**

Y EN CONSECUENCIA, SE LE CONCEDE TAL GRADO CON TODOS LOS DERECHOS,
HONORES Y PRIVILEGIOS RESPECTIVOS, EN TESTIMONIO DE LO CUAL SE LE EXPIDE
ESTE DIPLOMA EN LA CIUDAD DE PANAMA A LOS **quince**
DÍAS DEL MES DE **Noviembre** DE MIL NOVECIENTOS **noventa y nueve**

Dr. Juan Antonio de la Cruz
Rector
Código: 70405
Impresión en Panamá 8-306-328

Alberto Anel Álvarez Puga
Alumno

Dr. Fernando Ruiz
Decano



Alberto Anel Álvarez Puga
8-306-328

HOJA DE VIDA
Alberto Anel Álvarez Puga
Calle F, El Cangrejo
Teléfonos: 391-5894, 69823490, 6602-7597, 998-2848
Correo electrónico: alberal72@gmail.com

ESTUDIOS

2008	Diplomado en Competencias Docentes. Universidad Americana de Panamá.
2005	Maestría en Administración Educativa. Universidad de Panamá.
2001-2002	Maestría en Docencia Superior. Universidad Latina de Panamá.
2000	Postgrado en Literatura Panameña. Universidad de Panamá.
1999	Postgrado en Docencia Superior. Universidad de Panamá.
1999	Profesor de Educación Media con especialización en Español. Universidad de Panamá.
1998	Licenciado en Humanidades con especialización en Español. Universidad de Panamá.

EXPERIENCIAS

2015-2017	Promotor y Facilitador del Seminario Holocausto: Tolerancia y Valores para la Formación de Líderes (Fundación Nunca Olvidar).
2015	Formación de Docentes Promotores de Derechos Humanos
2014	Seminario Taller: Integración de Recursos y Herramientas Tecnológicas para la Educación Fase 2.
2014	Seminario Taller: Integración de Recursos y Herramientas Tecnológicas para la Educación Fase 1.
2014	Actualización de Procedimientos Técnicos y Administrativos para Centros Educativos.

2014	Facilitador del Seminario Estrategias Innovadoras para el Desarrollo de los Contenidos Curriculares dirigido a Facilitadores de la Región Educativa Emberá Wounán.
2013	Seminario Taller: Estrategias Innovadoras para el Desarrollo de los Contenidos Curriculares dirigido a Facilitadores Nacionales.
2013	Seminario Taller: Holocausto: Tolerancia y Valores para la Formación de Líderes Responsables.
2013	IV Congreso Internacional de la Lengua Española.
2011	Uso Pedagógico de las Nuevas Tecnologías en Educación Fase 2.
2011	Uso Pedagógico de las Nuevas Tecnologías en Educación Fase 1.
2011 - 2015	Asesor de Oratoria 2011, MEDUCA, CABLE & WIRELESS PANAMÁ, CAJA DE AHORROS.
2009	Actualización y Técnicas Metodológicas para el buen Uso del Idioma Español.
2008-2024	Profesor de Español. Instituto Nacional de Panamá.
2008	Profesor de Redacción y Ortografía para Corredores de Seguro. Compañía de Seguros ASSA.
2006-2008	Corrector de Estilo para la Revista Empresario. Diario La Prensa
2000-2007	Profesor de Español. Primer Ciclo Panamá.
2000-2007	Profesor de Español. Instituto de Formación Marítima Juan Sebastián Elcano, Panamá Centro.
2005-2007	Facilitador. Cursos de Ortografía y Redacción para Ejecutivos. Universidad Corporativa y de Negocios.
2005-Actualidad	Profesor de Español, Expresión Oral y Escrita, Redacción y Ortografía, Técnicas de la Comunicación, Teoría de la Comunicación, Diferencia Humana y Pensamiento Crítico, Ética Profesional, Ética en los Negocios y Métodos de

	Estudio. Universidad Americana.
2001	Español, Reglas de Uso Frecuente en la Enseñanza del Idioma. Ministerio de Educación.
2001	Educación en Valores. Ministerio de Educación.
2001	Administración Escolar. Ministerio de Educación.
2001	Legislación Escolar. Ministerio de Educación.
2001	Elaboración de Módulos. Ministerio de Educación.
2001	Los docentes y su función ante los medios de Comunicación. Ministerio de Educación.
2000	El Currículum Académico del Nuevo Siglo. Ministerio de Educación.
1999	Detección de Problemas de Aprendizaje. Ministerio de Educación.
1999-2007	Profesor de Español como segunda Lengua. Universidad Latina de Panamá.
1999	Primer Congreso de Literatura Panameña, Literatura Panameña. Universidad de Panamá.
1998	Oratoria. Universidad de Panamá.
1997	Teoría y Creación Literaria. Universidad de Panamá.
1997	Análisis Literario y Sociológico de Obras Panameñas e Hispanoamericanas. Universidad de Panamá.
1997	Estrategias para la Enseñanza de la Ortografía. Universidad de Panamá.
1995	Seminario Taller: Necesidades en el Aula de Clases. Universidad de Panamá.
1994	Capacitación y Orientación Educativa. Cooperativa Juan XXIII.

