

ÍNDICE

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2
OBJETIVOS	4
METODOLOGÍA DE BÚSQUEDA	5
MARCO TEÓRICO.....	6
1. MARKETING COMERCIAL Y MARKETING SOCIAL	6
1.1 Marketing, Mercadotecnia, Mercadeo	6
1.2 Marketing social	7
1.3 Marketing Social como rama del Marketing	8
1.3.1 Marketing Social y Marketing Comercial	8
1.4 Marketing Social y Marketing con Causas Sociales.....	10
1.5 Implementación de un programa de Marketing Social.....	11
1.5.1 Plan del Marketing Social	11
1.5.2 Marketing Social como estrategia.....	14
1.5.3 Definición de los elementos del Marketing Social	14
1.6 Áreas de aplicación del Marketing Social	17
1.7 Aproximaciones Complementarias al Marketing Social	20
2. MARKETING SOCIAL COMO RECURSO PARA LA GESTIÓN SANITARIA DE SUMINISTROS DE SANGRE.....	21
2.1 La sangre como recurso vital.....	21
2.2 Marketing Social fundamental en Medicina transfusional	24
2.3 Demanda actual de donantes de sangre	27
3. DONACIÓN DE SANGRE EN CHILE.....	29
3.1 Estrategias para el cumplimiento de las metas de donantes altruistas en Chile.	33
3.2 Región del Maule, donación de sangre y métodos para aumentar porcentajes de donantes altruistas.....	40
3.3 Implementación del Marketing Social para incrementar donantes de sangre altruistas y repetidos en el Región del Maule	42
CONCLUSIONES	50
REFERENCIAS.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Figura 1: Diagrama resumen de los principales elementos que permiten la implementación del Marketing Social.	16
Figura 2. Primeras campañas de donación de sangre impulsados por la crisis bélica de la época.	23
Figura 3: Diagrama resumen de las estrategias implementadas por EFS y Chile para incrementar las cifras de donantes altruistas.	31
Figura 4: Esquema representativo de la Macrored Norte con las UMT intrahospitalarias adscritas hasta el año 2018.	35
Figura 5: Utilización de lentes de realidad virtual, como estrategia para captar más donantes altruistas fidelizados.	36
Figura 6: Bus de la donación de sangre de la Región Metropolitana.	38
Figura 7: Fachada de la CDSM ubicada en la ciudad de Talca.	41
Figura 8. Banners implementados por la CDSM para la captación y fidelización de donantes altruistas.	42
Figura 9. Campaña marzo 2019 "Tú tienes la fuerza", que contó con la colaboración de "Academia Jedi Talca".	44
Figura 10. Campaña que se realiza todos los días del año "Cumpló 18 puedo donar sangre"	44
Figura 11. Souvenirs financiados por el Servicio de Salud del Maule como recuerdo de la donación.	46
Figura 12. Informativo entregado al paciente con indicaciones posteriores a la donación.	47
Tabla 1. Decisiones abordadas en cada etapa de la investigación de un plan de Marketing Social.	12
Tabla 2. Descripción de los tipos de organizaciones en las que se puede desarrollar el Marketing Social.	18
Tabla 3. Macroredes asignadas a los Centros de Sangre con la Región nacional que le corresponden.	32