

## DONACIÓN / PROMOCIÓN DE LA DONACIÓN

PO-001

### UTILIZACIÓN DE UNA CHARLA TED PARA EL DESARROLLO DE UNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LA DONACIÓN DE SANGRE

Mata Fernández, P.; Fernandez Filgueira, M.; Lastra Felix, M.; Aller Tresguerres, C.; Ojea Pérez, A.M.; Arias Fernández, T.; Muñoz Turrillas, M.C.  
*Centro Comunitario de Sangre y Tejidos de Asturias. Oviedo, España*

TED es una organización sin ánimo de lucro dedicada a la divulgación de ideas mediante la puesta en escena de charlas cortas. Inició su andadura en 1984 mediante conferencias con contenidos de tecnología, diseño y entretenimiento, aunque en la actualidad abarca ya un sinfín de temas de interés incluidos los de tipo social. Aunque actualmente las redes sociales han impuesto un formato de mensajes ultracortos entre los que un video divulgativo o una explicación argumentada difícilmente tienen cabida, con motivo de la invitación a participar en un evento TEDx realizado en Gijón, nos planteamos la posible utilización de esta plataforma para desarrollar una campaña de promoción de la donación, con un mayor alcance que el auditorio del propio acto.

#### Objetivos

- Aprovechar el contenido en soporte video de una charla TEDx para promocionar la donación de sangre.
- Utilizar un mensaje de promoción con un punto de vista novedoso, en este caso, en relación a los posibles efectos beneficiosos de la donación altruista en los donantes.
- Realizar una campaña que tenga además un contenido divulgativo y no exclusivamente promocional.

#### Material y método

Dadas las peculiaridades del evento y el tipo de público se diseñó una charla de diez minutos, que sin renunciar a los aspectos fundamentales en los que descansa la donación de sangre, presentase con un abordaje razonado, los posibles efectos beneficiosos de este tipo de actos altruistas.

La grabación en video de la conferencia fue efectuada por los organizadores del evento, y tras su edición, estuvo accesible en internet unos meses después del mismo.

Como síntesis de la charla se eligió el vocablo #Ayudateme. Se procuró que mediante un formato parecido al de las denominadas campañas de intriga o teaser, las personas curiosas pudiesen encontrar en el video la explicación completa del lema.

Se elaboraron diversos materiales ilustrativos del eslogan: fotografías, entradas para RRSS, carpetas porta documentos, chapas, etc., para divulgar la campaña entre los donantes.

**Resultados** El contenido del video divulgativo ha sido visualizado por más de dos mil personas, cifra no desdeñable dada su duración. Muchos de los donantes nos comentan que sus sensaciones son coincidentes con lo reflejado en el video, generándose por tanto un debate al respecto, que contribuye a reforzar los argumentos a favor de la realización de actos altruistas.

**Conclusiones** A pesar de los actuales condicionantes de tiempo, que dificultan la captación de atención hacia un mensaje divulgativo relativamente extenso, la utilización de una charla TED u otro contenido en formato video, ha demostrado ser una herramienta que puede ser utilizada como apoyo, para el desarrollo de un mensaje promocional de la donación de sangre.

Cabe resaltar además, que desde el punto de vista económico la campaña ha supuesto un desembolso mínimo, teniendo en cuenta que no conllevó gastos de grabación ni edición del video, y que el material distribuido se elaboró en sustitución del habitual merchandising que se entrega a los donantes.

El contenido del video "Beneficios para el donante de sangre en la donación" se encuentra disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=sGyHvT51Po>

PO-002

### PROYECTO ORCETRASA: LA ORIENTACIÓN AL DONANTE DE LOS CTS Y LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DONACIÓN DE SANGRE EN ESPAÑA

Martín Santana, J.D.<sup>(1)</sup>; Romero Domínguez, L.<sup>(1)</sup>; Sánchez Rodríguez, C.D.<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Las Palmas de Gran Canaria, España; <sup>(2)</sup>Instituto Canario de Hemodonación y Hemoterapia (ICHH). Las Palmas de Gran Canaria, España

**Objetivos** Evaluar el grado de orientación al donante de los centros de transfusión de sangre (CTS) españoles como filosofía de gestión, donde la relación con el donante deba ser la piedra angular sobre la que gire la organización. Por ello, también se plantea como objetivo conocer los factores internos y externos que afectan a la donación para definir estrategias eficaces de captación, recuperación y fidelización de donantes.

**Material y método** Encuestas online realizadas a tres colectivos: 1) miembros de los equipos de alta dirección y mandos intermedios de los CTS y de los servicios vinculados relacionados con la extracción, 2) miembros de los equipos de extracción de los centros y servicios (médicos, enfermeras/os y promotores/as), y 3) donantes actuales, inactivos y potenciales. Para ello contamos con la colaboración de 12 de los 17 CTS existentes en España que, además de proporcionar información sobre sus centros, difunden los cuestionarios al personal de centros y servicios, así como a los donantes registrados en sus bases de datos y a través de plataformas sociales. Además, se ha solicitado la colaboración de las universidades españolas para difundir los cuestionarios a sus comunidades universitarias.

El cuestionario dirigido al personal está estructurado en tres bloques. El primero evalúa el grado de orientación cultural y comportamental de los CTS al donante según sus empleados utilizando una escala ad hoc. El segundo recoge información sobre una serie de constructos relacionados con las dinámicas organizativas que influyen en la orientación al donante: compromiso organizativo, identificación con la institución, satisfacción con el trabajo, confianza en el equipo de trabajo y coordinación interdepartamental. El tercer bloque recoge información sociodemográfica.

El cuestionario dirigido a donantes comienza con una sección dedicada a sus hábitos de donación de sangre. A continuación, se formula una serie de preguntas para conocer 1) sus frenos y motivaciones hacia la donación, 2) la calidad percibida del centro en el que habitualmente dona, 3) la confianza en su centro o punto de donación, 4) el grado de satisfacción y lealtad hacia su centro, y finalmente, 5) su perfil sociodemográfico.

**Resultados** A través de una plataforma diseñada *ad hoc* se conoce en tiempo real el número de encuestas por tipología y por comunidad autónoma. El trabajo de campo, que

comenzó el 2 de marzo de 2018, es bastante tedioso, aunque los resultados son satisfactorios. Si bien la muestra formada por el personal de los CTS no ha ido como se esperaba (aún no se ha enviado a todos los posibles encuestados), la acogida de los donantes ha sido muy gratificante. En este momento, el total de encuestas finalizadas asciende a 10.644, lo que sin duda permitirá hacer análisis de interés para cada uno de los centros participantes.

Dado que el cierre del trabajo de campo se realizará a principios de junio de 2018, los resultados iniciales de este trabajo se presentarán en la defensa del mismo, si fuese aceptado.

PO-003

### LEAN MANAGEMENT Y EL ROL DEL ENFERMERO SATÉLITE EN UNA GRAN CAMPAÑA DE DONACIÓN

Aran, V.; Gallardo, A.; Ortiz, M.; Guzmán, C.; López, D.; Carpio, F.; Línio, R.; Alonso, E.; Fernández, R.; Contreras, E.; Grífols, J.R.

*Banc de Sang i Teixits. Badalona, España*

**Introducción** En campañas con previsión de atención a un elevado número de donantes articulamos una sistemática de trabajo basada en el diseño A3, herramienta de un modelo de gestión Lean Management, clave para lograr una mejora en la eficiencia organizativa, la eficacia y la resolución de problemas.

**Objetivo** Desde hace un año abordamos mediante Lean las grandes campañas de donación en nuestro centro incidiendo en una correcta gestión de las colas y los flujos de los donantes, una reorganización de las tareas del personal implicado y una mejora en la percepción de control de los profesionales eliminando sobrecargas y sensación de estrés.

**Material y método** Se crea un grupo de trabajo formado por los propios profesionales con el objetivo de trabajar y diseñar un A3 obligando al análisis y síntesis de la problemática generada por una campaña en la que podemos llegar a realizar más de 100 donaciones/día en nuestra área de donación con una disponibilidad de 6 camillas.

**Resultados** El análisis A3 evidenció nuestra organización anterior en grandes campañas, detectó los principales problemas generados y permitió un estudio detallado sobre cuál debería ser el flujo correcto de los donantes detectando aquellas situaciones que generaban estrés en nuestros profesionales. Este análisis permitió redefinir el rol de nuestro personal asignándoles funciones adicionales con el fin de gestionar correctamente las colas de espera y minimizar la sobrecarga de trabajo estableciéndose un procedimiento de rotación entre profesionales para disminuir la sensación de trabajo sistemático. Como principal aportación se ideó la figura del enfermero satélite caracterizado por: Ejercer sus funciones durante todo su turno de trabajo para corregir posibles errores cometidos; Profesional polivalente (recepción, selección del donante, extracción en sala y con experiencia en grandes campañas); Nexo comunicativo entre donante y profesional; Localizado en la entrada del área de donación para controlar el flujo de los donantes ejerciendo funciones de información del tiempo aproximado de espera; Gestión de grupos de donantes (más de 5) indicándoles la previsión del tiempo de espera e informando del número de camillas disponibles evitando bloqueos de la sala; Reposición del material fungible y productos para el refrigerio; Asegurar que todas las camillas estuvieran ocupadas

y que siempre hubiera 2 donantes seleccionados listos para ocuparlas; Práctica del proceso de selección para evitar el colapso del seleccionador principal; Ejercer como comodín en caso de sustitución de los profesionales de donación o selección; Presencia y vigilancia de los donantes en la sala de refrigerio; Responsable de la atención al donante en caso de detección de reacciones adversas inmediatas.

**Conclusiones** El análisis e implementación del A3 generó mayor sensación de control y cohesión en los profesionales. Destacar la figura del enfermero satélite quien favoreció el flujo de donantes, reforzó las diferentes áreas en momentos determinados facilitado la comunicación entre ellas, organizó las donaciones en grupo para complementarlas con las programadas y espontáneas, abasteció de material fungible si fuera necesario y reforzó la vigilancia en la zona de refrigerio.

PO-004

### LEAN MANAGEMENT Y DONACIÓN DE COMPONENTES SANGUÍNEOS

Carbonell, L.; Bascuñana, O.; Samsó, C.; Gallardo, A.; Prieto, M.J.; Castaño, E.; Canalías, N.; López, D.; Línio, R.; Fernández, R.; Alonso, E.; Contreras, E.; Grífols, J.R.

*Banc de Sang i Teixits. Badalona, España*

**Introducción** Nuestra unidad dispone de un punto fijo de donación ubicado en un hospital de Tercer nivel. Los profesionales que trabajan en éste pueden sentir cierta sensación de descontrol o no disponer del tiempo necesario para llevar a cabo su trabajo correctamente debido a la alta actividad realizada. Como consecuencia de ello el grado de satisfacción con el proceso en general puede ser deficiente por parte de los donantes como de los profesionales implicados.

**Objetivos** Definir el flujo del donante, estandarizar el proceso de su selección, gestionar las colas y reorganizar las tareas de los diferentes profesionales implicados mediante un modelo de gestión Lean Manufacturing con el fin de conseguir la máxima satisfacción de nuestros donantes y un trabajo más eficiente de nuestros profesionales.

**Material y método** Se crea un grupo de trabajo formado por los propios profesionales con dos objetivos, trabajar sobre la metodología 5S, herramienta para organizar el trabajo eliminando del espacio lo que sea inútil, organizar de forma eficaz, mejorar el nivel de limpieza y orden, prevenir la aparición del desorden y fomentar los esfuerzos en todos estos sentidos y diseñar un A3, obligando al grupo a analizar y sintetizar la problemática en una hoja de dicho tamaño, herramienta Lean, flexible y concisa, dentro de un modelo de mejora continua como el implantado en nuestra organización.

**Resultados** Fruto de la metodología 5S se retiraron de las zonas de trabajo aquellos elementos considerados como inútiles para la prestación del servicio, se ordenaron los útiles dándoles un lugar identificado y visible con el consiguiente ahorro de tiempo en su búsqueda y minimizando movimientos innecesarios y se aseguró que las áreas de trabajo se encontraran siempre con todos los elementos listos utilizarse. Alcanzadas estas 3 primeras "S" se procedió a la estandarización, organizando el material de uso siempre del mismo modo, reorganizando las diferentes áreas de donación para que el flujo de trabajo fuera óptimo y siguiera una secuencia que facilitara su tarea, por último se realizó un seguimiento del grado de cumplimiento de las acciones propuestas. El grupo de trabajo ideó un método de señalización estándar y comprensible para donantes y profesionales y estandarizó las diferentes tareas para que el trabajo fuera lo más homogéneo