

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES**  
**Factores asociados a la intención de donar sangre por**  
**parte de los habitantes del municipio de Medellín**

Modalidad de trabajo Profundización

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ITM**  
**FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**MEDELLÍN, COLOMBIA**  
**AÑO 2024**

# **Factores asociados a la intención de donar sangre por parte de los habitantes del municipio de Medellín**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ITM  
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MEDELLÍN, COLOMBIA  
AÑO 2024**

*Vocatus atque non vocatus, Deus aderit.*

*A Dios, la Vida y los Orishas,  
porque siempre me dan lo requiero, no (necesariamente) lo que quiero.*

*A mis ancestros,  
Ustedes son mi origen y al llegar antes que yo me facilitaron el camino que hoy transito...*

*A mi esposa Luz Maryory, mi pequeñita,  
porque a tu lado he aprendido que el hombre con fe, paciencia y humildad se hace rey.*

## **AGRADECIMIENTOS**

“El agradecimiento es la memoria del corazón”. Lao Tse.

Al profesor Sebastián Castaño Franco, por su apoyo y colaboración incondicionales que fueron más allá de lo académico para que este trabajo pudiera ser culminado y presentado de manera exitosa.

## RESUMEN

La sangre es esencial para la vida y es necesaria para muchos tratamientos clínicos, lo que la convierte en un bien primordial para mantener la salud pública de los ciudadanos; sin embargo, su corta fecha de caducidad es un factor determinante en la satisfacción de la demanda dado que puede agotarse fácilmente por lo cual se requiere de la participación de la población general a través de campañas de recolección constantes. Teniendo en cuenta que, para Colombia, y particularmente para la ciudad de Medellín no se encuentran estudios que describan el comportamiento de los individuos frente a la donación de sangre, el objetivo de este trabajo está orientado a determinar cuáles son los factores asociados a la intención de donar sangre por parte de los habitantes de la ciudad de Medellín y a partir de esto, proponer estrategias y tácticas desde el marketing para la donación de sangre a partir de los factores asociados a la intención de donar sangre en habitantes de la ciudad de Medellín.

En este sentido, inicialmente se identificaron factores asociados a la intención de donar sangre a través de una revisión de literatura para luego establecer cuáles de ellos se adaptaban a los habitantes de la ciudad de Medellín y finalmente se propusieron algunas estrategias y tácticas desde el mercadeo para incentivar la donación de sangre a partir de estos factores. Para su desarrollo, se llevó a cabo una investigación correlacional con enfoque mixto y corte transversal y se adaptó un cuestionario virtual para la recolección de información a través de un muestreo no probabilístico a conveniencia. Los datos fueron analizados a través de un modelo de ecuaciones estructurales. Como parte de los resultados, se determinó que factores como la autoeficacia, la intención de participar y la motivación del donante están asociados a la intención de donar sangre y que sirven, a las entidades interesadas, como base para el diseño y gestión de estrategias de marketing dirigidas a donantes potenciales en la ciudad de Medellín. La intención de donar sangre está influenciada por varios factores, incluida la motivación funcional, la conciencia y las características demográficas.

**Palabras clave:** Intención, Actitud, Norma Subjetiva, Teoría del Comportamiento Planeado, Autoeficacia, Intención de participar, Motivación del donante, Donación de Sangre.

## ABSTRACT

Blood is essential for life and is necessary for many clinical treatments, which makes it an essential good to maintain the public health of citizens; However, its short expiration date is a determining factor in satisfying the demand given that it can easily run out, which requires the participation of the general population through constant collection campaigns. Considering that, for Colombia, and particularly for the city of Medellín, there are no studies that describe the behavior of individuals in the face of donating blood, the objective of this work is aimed at determining results are the factors associated with the intention to donate blood by the inhabitants of the city of Medellín.

In this sense, factors associated with the intention to donate blood were identified through a literature review to later establish them, they were adapted to the inhabitants of the city of Medellín and finally the existing relationships between the systems were contrasted. For its development, correlational research with a mixed approach and cross-sectional approach was carried out and a virtual questionnaire was adapted for the collection of information through a non-probabilistic convenience sampling. The data were analyzed through a structural equation model. As part of the results, it was determined which factors are associated with the intention to donate blood and that would serve as the basis for the design and management of marketing strategies aimed at potential donors in the city of Medellín.

**Keywords:** Intention, Attitude, Subjective Norm, Theory of Planned Behavior, Blood Donation.

## TABLA DE CONTENIDO

Lista de Tablas .....	9
Lista de Ilustraciones .....	10
Lista de Gráficas .....	10
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>11</b>
Antecedentes.....	13
Justificación .....	16
Pregunta de Investigación .....	18
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>19</b>
General .....	19
Específicos .....	19
<b>1. Constructos teóricos y factores asociados en la literatura a la donación de sangre 20</b>	
<b>1.1. La Teoría del Comportamiento Planificado (TCP).....</b>	<b>21</b>
1.1.1. Actitud hacia el comportamiento .....	24
1.1.2. Norma subjetiva.....	24
1.1.3. Control percibido del comportamiento .....	25
1.2. La teoría de la autodeterminación y la donación de sangre .....	25
1.3. El altruismo y la donación de sangre .....	27
1.4. Los comportamientos prosociales, la donación de sangre y el enfoque de etapas de cambio.....	29
1.5. La teoría del comportamiento planificado y su pertinencia para ayudar a determinar los factores asociados con la intención de donación de sangre .....	31
<b>2. Desarrollo metodológico.....</b>	<b>33</b>
2.1. Muestra y recolección de datos .....	33
2.2. Escalas de medida .....	35
2.3. Fiabilidad y validez.....	37
2.4. Validez discriminante .....	39
2.5. Modelos estructurales.....	40

<b>3. Estrategias y tácticas partir de los factores asociados a la intención de donar sangre en habitantes de la ciudad de Medellín .....</b>	<b>42</b>
<b>4. Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>46</b>
<b>A manera de discusión: Nuevas ideas y caminos para incentivar la donación de sangre .....</b>	<b>49</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>52</b>
<b>Anexo A. Listado de reactivos (ítems) utilizados en el modelo y su clasificación en cada variable .....</b>	<b>64</b>
<b>Anexo B. Resumen estadístico descriptivo .....</b>	<b>66</b>
<b>Demográficos, con respecto a los participantes .....</b>	<b>66</b>
<b>Con respecto a la donación de sangre... ..</b>	<b>71</b>
<b>Afirmaciones del constructo .....</b>	<b>76</b>
<b>Afirmaciones de investigaciones previas.....</b>	<b>80</b>

## Lista de Tablas

Tabla 1. Aportes de diversos autores a la Teoría del Comportamiento Planificado para la comprensión del comportamiento frente a la donación de sangre.....	22
Tabla 2. Distribución de la muestra por rango de edad, sexo y lugar de residencia .....	34
Tabla 3. Hipótesis contrastadas.....	36
Tabla 4. Fiabilidad y validez .....	38
Tabla 5. Validez discriminante.....	39
Tabla 6. Modelos estructurales .....	40
Tabla 7. Estrategias y Tácticas propuestas .....	43
Tabla 8. Participantes por municipio.....	66
Tabla 9. Sexo asignado al nacer de los participantes .....	67
Tabla 10. Orientación sexual de los participantes.....	67
Tabla 11. Edad de los participantes.....	67
Tabla 12. Grupo sanguíneo y RH de los participantes.....	68
Tabla 13. Nivel educativo de los participantes.....	69
Tabla 14. Ocupación de los participantes.....	69
Tabla 15. Afiliación al sistema de salud de los participantes .....	70
Tabla 16. Ocupación de los participantes contrastada con su afiliación al sistema de salud .....	70
Tabla 17. Grupo étnico de los participantes .....	71
Tabla 18. Creencias religiosas de los participantes .....	71
Tabla 19. Familiaridad con la donación de sangre y conocimiento de sitios para realizarla.....	72
Tabla 20. Sitios identificados para la donación de sangre .....	72
Tabla 21. Percepción de Cercanía – Lejanía de los sitios de donación identificados.....	73
Tabla 22. Influencia de la ubicación en la intención de donar sangre .....	74
Tabla 23. Afirmaciones relacionadas con la donación de sangre, parte 1.....	76
Tabla 24. Afirmaciones relacionadas con la donación de sangre, parte 2 .....	80

## Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Número de publicaciones anuales sobre "blood" AND "donation" en áreas del conocimiento como las ciencias sociales, la psicología, las ciencias computacionales, las artes y las humanidades, 1971-2021.....	14
Ilustración 2. Teoría del comportamiento planificado (TCP) .....	21
Ilustración 3. Modelo de ecuaciones estructurales utilizado.....	37

## Lista de Gráficas

Gráfica 1. Medios a través de los cuales los participantes se enteran de la donación de sangre.....	75
Gráfica 2. Número de veces de donación de sangre en el último año .....	75
Gráfica 3. Porcentaje de participantes que alguna vez ha sido declarado no apto para la donación de sangre.....	76

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En su cartilla “abc Bancos de Sangre”, el Invima define un banco de sangre como:

“Todo establecimiento o dependencia con Licencia Sanitaria de Funcionamiento para adelantar actividades relacionadas con la obtención, procesamiento y almacenamiento de sangre humana destinada a la transfusión de la sangre total o en componentes separados, a procedimientos de aféresis y otros procedimientos preventivos, terapéuticos y de investigación. Tiene como uno de sus propósitos asegurar la calidad de la sangre y de sus derivados. Decreto 1571/93, Capítulo 1 artículo 3” (Invima, 2014, p. 12).

La sangre para fines médicos y terapéuticos sólo puede ser obtenida a través de las donaciones que realizan las personas y por esto es de suma importancia la labor de obtención que desarrollan los bancos de sangre y es así como estos “deben facilitar los medios para poder orientar los recursos que permitan fortalecer las medidas técnicas necesarias ... y se encuentre siempre disponible [la sangre] ante las necesidades que lo demandan” (Instituto Nacional de Salud, 2018a, p. 2).

Según el Informe Ejecutivo de la Red Nacional Bancos de Sangre (Instituto Nacional de Salud, 2019a), para Colombia en 2018 se atendieron a 1.019.037 donaciones potenciales, de los cuales 61,0% provenían de donantes voluntarios, 33,5% repetitivos o habituales y 5,5% otros (reposición, dirigido, autólogo). En total se aceptaron 858.058 donaciones, lo que representó un incremento del 3,5% respecto a 2017; con estas unidades de sangre efectivas se dio cobertura al 94,2% de la demanda. Esta cantidad debe ser respaldada por los Bancos de sangre, los cuales deben cumplir con la demanda solicitada y siguiendo previamente todas las normas y requisitos de funcionamiento que se describen en el Manual de Normas Técnicas y Administrativas para Bancos de Sangre (1996) y el Decreto 1571 de 1993, ambos emanados del Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia, además de todos los lineamientos técnicos.

Según datos de la Organización Mundial de la salud (OMS), 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 y la tasa de donación de sangre por cada 1000 personas es de 31,5 donaciones en los países de ingresos altos, 15,9 en los de ingresos

medianos altos, 6,8 en los de ingresos medianos bajos y 5 en los de ingresos bajos (Organización Mundial de la Salud, 2020a).

La OMS también indica que el número de unidades recogidas en los centros de donación varía en función del grupo de ingresos. La mediana anual de donaciones por centro es de 1.300 en los países de ingresos bajos, de 4.400 en los países de ingresos medianos bajos y de 9.300 en los de ingresos medianos altos, frente a la mediana de 25.700 en los países de ingresos altos.

En el caso de Antioquia, durante 2018 el Instituto Nacional de Salud (INS) indicó que los 13 bancos de sangre del Departamento aceptaron 86.412 donaciones de sangre total, es decir, un promedio de 6.647 unidades por banco. En Colombia durante este mismo año se recolectaron 811.058 unidades de sangre total en los 81 bancos de sangre que hay en el país, es decir, 10.013 unidades en promedio por cada centro (Instituto Nacional de Salud, 2020).

El perfil de edad de los donantes de sangre presentado por la (Organización Mundial de la Salud, 2020) muestra que, en los países de ingresos bajos y medios hay, proporcionalmente, más personas jóvenes que donan sangre que en los países de altos ingresos. La información demográfica sobre los donantes de sangre es importante para diseñar los programas de selección y hacer un seguimiento de los donantes. Indica la OMS quien a su vez clasifica a los donantes de sangre en 3 tipos: 1) donantes voluntarios no remunerados, 2) familiares o allegados y 3) donantes remunerados; en Colombia se presentan los dos primeros tipos, puesto que la donación de sangre es una actividad voluntaria y altruista. Una base estable de donantes voluntarios no remunerados que donan sangre con regularidad permite garantizar un suministro fiable y suficiente de sangre no contaminada según la OMS (Organización Mundial de la Salud, 2020b).

El Informe ejecutivo de la red de bancos de sangre del INS para el año 2018 estimó que el porcentaje de satisfacción de la demanda de glóbulos rojos desde sangre total se situó en un 94,2% a nivel país y en 93,4% entre los 13 bancos de sangre del departamento de Antioquia (Instituto Nacional de Salud, 2019a). En el año 2006, la Política Nacional de Sangre de ese entonces estimó la demanda en 900.000 unidades de sangre al año, siendo la población del país 43.000.000 de habitantes; actualizando esta demanda con los datos poblacionales actuales de Colombia (50.000.000 de habitantes) se puede calcular una demanda de 1.046.512 unidades de sangre al año.

En cuanto a la tasa de donación por 1.000 habitantes, esta se situó en 28 a nivel nacional; la ciudad de Bogotá se ubica en primer lugar con una tasa de 50,6 mientras que el departamento de Antioquia alcanza una tasa de 23 personas por cada 1.000 habitantes. Con respecto a los tipos de donación, 33,5% de las donaciones de sangre en Colombia se dan entre donantes repetitivos o habituales; en Antioquia este porcentaje es del 27,8%. El departamento con mayor número de donantes habituales o repetitivos es Bolívar, donde 78 de cada 100 captaciones se da entre este tipo de donantes (Instituto Nacional de Salud, 2019b).

Por su parte, los esfuerzos de los bancos de sangre han estado orientados principalmente a captar y recolectar sangre para equilibrar este desbalance entre oferta y demanda. Desde la década de 1970 se viene investigando a nivel mundial cómo hacer más eficiente esta captación de sangre basados en criterios demográficos, sociales, culturales y de educación entre otros. Con el surgimiento de teorías que ayudan a explicar el comportamiento de los individuos, como la Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen, 1991), surge la posibilidad de complementar este conocimiento desde otras perspectivas.

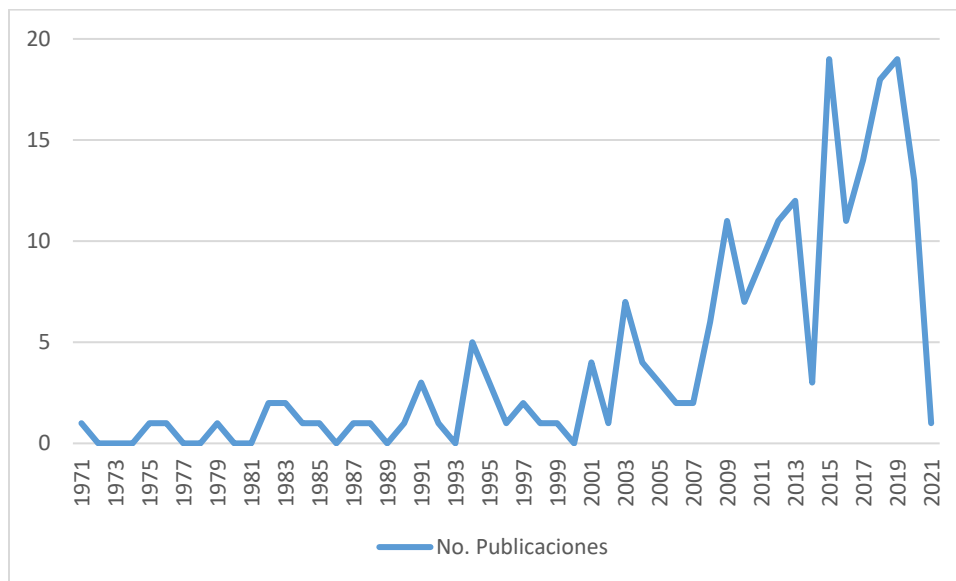
Dado el contexto anterior y enfatizando en la necesidad de tener una fuente constante de este valioso recurso, es necesario comprender el comportamiento de las personas frente a la donación de sangre, puesto que la disponibilidad del recurso es un factor incontrolable para los bancos de sangre al depender de la voluntad de los individuos. Los factores que influyen la intención de donar sangre se han identificado desde múltiples perspectivas, que van desde variables sociodemográficas o culturales hasta la interrelación con teorías o constructos más complejos como la teoría del comportamiento planeado (Amponsah-Afuwape et al., 2002; Armitage & Conner, 2001; Conner et al., 2013; Giles et al., 2004a). Estas investigaciones y desarrollos académicos han surgido en contextos de países o regiones industrializadas como Estados Unidos o Europa y más recientemente en China y el Sudeste Asiático. En Latinoamérica y especialmente en Colombia no se evidencian investigaciones o producción académica que ayude a explicar la intención de la donación de sangre. En este sentido, es importante comprender la donación de sangre desde múltiples consideraciones que permitan aportar al conocimiento y discusión sobre el tema.

## **Antecedentes**

La donación de sangre en áreas del conocimiento como las ciencias sociales, la psicología, las ciencias computacionales, las artes y las humanidades ha sido abordada desde 1971. Se utilizó la ecuación de búsqueda (*TITLE ( blood AND donation ) AND ( LIMIT-TO ( SUBJAREA*

, "SOCI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "PSYC") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "COMP") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "ARTS") en Scopus y a través de ella se encontraron 207 artículos relacionados con la donación de sangre dentro de las áreas del conocimiento anteriormente enunciadas. Las tendencias en publicaciones sobre el tema se han incrementado desde el año 2008, fecha desde la cual pueden identificarse 6 o más publicaciones anuales sobre el asunto; desde el año 2010 se han publicado 137 artículos al respecto.

Ilustración 1. Número de publicaciones anuales sobre "blood" AND "donation" en áreas del conocimiento como las ciencias sociales, la psicología, las ciencias computacionales, las artes y las humanidades, 1971-2021.



Fuente: Scopus.

El primer estudio encontrado en este análisis fue publicado por Moore (1971) y buscaba predecir la tasa de recolección mensual a partir de las cifras de captación obtenidas por la Cruz Roja Estadounidense durante los últimos 12 años. Durante la década de 1970's, se continuó investigando en esta misma línea para la predicción de los resultados de recolección; además en el año 1976, Condie et al. (1976) analizaron la correlación de las razones altruistas y humanitarias como motivación para la donación de sangre.

Durante la década de 1980, los estudios continuaron orientados a profundizar en los factores que influenciaban e incrementaban la tendencia hacia la donación de sangre, se destacan los estudios de Lighthman (1982) y Piliavin (1982) que documentaron el altruismo en la donación, en el caso del primero, o evaluaron si más allá de esta conducta altruista, en el donante puede estar presentándose una adicción al acto del donar, en el caso de la segunda autora, que también en 1983 estudió con Peter Callero el impacto de la primera

experiencia de donación para actos posteriores. Durante esta década también se estudió el impacto de hacer el reclutamiento de los donantes de forma personal o impersonal (Callero & Piliavin, 1983) y la importancia del uso de incentivos para la donación de sangre (Ferrari et al., 1985).

Ya durante la década de 1990, los estudios comenzaron centrados en factores asociados al aprendizaje y la presión social y de grupo como determinantes para el acto de donación de sangre y en este sentido se destacan las investigaciones de McCombie (1991), Felts & Glascoff (1991) y Sarason et al. (1991). Es sólo hasta mediados de esta década que aparecen las primeras investigaciones que profundizan en aspectos basados en teorías psicológicas, como la investigación de Giles y Cairns que buscó explorar hasta qué punto existe la medida de actitud basada en creencias como un constructo multidimensional a través de la exploración de la superioridad predictiva de la teoría revisada del comportamiento planificado al centrarse en la donación de sangre (Giles & Cairns, 1995a). Otro estudio relevante en este sentido durante esta década es el de Eamonn Ferguson que exploró la eficacia relativa de diferentes modelos teóricos para predecir el comportamiento futuro hacia la donación de sangre (Ferguson, 1996).

Iniciando el nuevo siglo, las investigaciones estuvieron centradas en los aspectos cognitivos y afectivos relacionados con la donación de sangre como la de Farley & Stasson (2003) y cada vez fueron más las investigaciones que se apoyaron en la teoría del comportamiento planificado de Ajzen y prueba de ellos son las investigaciones de Armitage y Conner que proporcionaron evidencia para apoyar una distinción entre autoeficacia y el control percibido sobre el comportamiento para la inclusión de la identidad propia y la norma moral en el modelo para la donación de sangre (Armitage & Conner, 2001); la aplicación que realizó Amponsah-Afuwape cuyo objetivo fue investigar la intención de donación de sangre entre las minorías étnicas utilizando la Teoría del comportamiento planificado (TPB) en una muestra de participantes negros, asiáticos y blancos, demostró que las variables de la teoría de Comportamiento Planificado son buenos predictores para la donaciones de sangre entre minorías étnicas en EE.UU. como afroamericanos y asiáticos (Amponsah-Afuwape et al., 2002). Giles y otros investigadores realizaron la aplicación de la Teoría del Comportamiento Planificado, en este caso de la dimensión de la Autoeficacia, y demostraron que esta es útil en el contexto del comportamiento del donante de sangre y no sólo tiene varias implicaciones prácticas importantes, sino que sirve para resaltar aún más su importancia dentro de la teoría del Comportamiento Planeado (Giles et al., 2004a). En esta década Ferguson también debatió si la donación de sangre es un acto altruista, donde solo gana el receptor, o si por el contrario es un acto de benevolencia, donde tanto donante como

receptor obtienen un beneficio (Ferguson et al., 2008); lo anterior amplía el debate, debido a que, en la práctica, los argumentos de comunicación en las campañas para la donación de sangre suelen estar enfocados hacia el altruismo.

La década de 2010, puede considerarse como la de mayor producción bibliográfica sobre el tema de interés, no sólo por el número de artículos e investigaciones documentados (137 en total) sino también porque existen años como 2016 y 2019 en los cuales la producción bibliográfica individual de cada año alcanza su máximo pico (19 documentos en cada año). Durante esta década, pueden identificarse dos líneas en las cuales se enfocaron las investigaciones y artículos académicos: por un lado, la influencia de la religiosidad y la religión, los valores, la moral y la educación ciudadana sobre la donación de sangre y por otro lado factores como actitudes, prácticas, pensamientos y sentimientos que ejercen influencia sobre este mismo hecho. En la primera línea, se destacan investigaciones como las Gillum & Masters (2010), Bossolan et al. (2011), Puig Rovira et al. (2014), Snelling (2014), Beyerlein (2016) y Zucoloto et al. (2019). En la segunda, hay interesantes aportes y conclusiones como las de Tran et al. (2013) acerca de las prácticas, motivaciones y creencias ante la donación de sangre en personas afro canadienses, las de Bednall et al. (2013) a través de su metaanálisis de los antecedentes que influyen el comportamiento y la intención de donación de sangre, las de Conner et al. (2013) en su estudio de las actitudes cognitivas y afectivas frente a la donación de sangre o el perfil de donantes y no donantes construido por Ling et al. (2018) en Malasia.

Como puede observarse el tema de los factores que influyen la intención de la donación de sangre ha sido estudiado desde múltiples perspectivas, que van desde variables sociodemográficas o culturales hasta la interrelación con teorías o constructos más complejos como la teoría del comportamiento planeado. Estas investigaciones y desarrollos académicos han surgido en contextos de países o regiones industrializadas como Estados Unidos o Europa y más recientemente en China y el Sudeste Asiático. En Latinoamérica y especialmente en Colombia no se evidencian investigaciones o producción académica que ayude a explicar la intención de la donación de sangre.

## **Justificación**

La donación de sangre es un pilar fundamental en los sistemas de salud a nivel mundial, siendo esencial para atender diversas afecciones médicas como cáncer, traumatismos y cirugías. Sin embargo, la escasez de sangre sigue siendo un desafío en numerosos países, incluyendo Colombia, donde se encuentra la ciudad de Medellín.

Los bancos de sangre desempeñan un papel vital al captar y recolectar sangre de donantes para procesarla y ponerla a disposición de las instituciones de salud que la requieren. Aunque estos bancos han enfocado sus esfuerzos en aspectos médicos y la prevención de transmisión de enfermedades a través de la transfusión, aún se enfrentan a la dificultad del reclutamiento efectivo de donantes. La captación (reclutamiento, consecución y fidelización) adecuada de donantes es crucial para satisfacer la demanda de hemocomponentes por parte de las instituciones de salud y garantizar un suministro constante de sangre.

Según datos de la Organización Mundial de la Salud (2020), la tasa de donación de sangre tiende a disminuir en áreas con bajos ingresos económicos. En el caso de Colombia, el porcentaje de donantes apenas alcanza el 2% según datos del Instituto Nacional de Salud (2018), a pesar de que alrededor del 40% de la población podría ser donante potencial. Esta baja tasa de donación puede agotar rápidamente los suministros de sangre, especialmente durante períodos de alta demanda, como las festividades de fin e inicio de año, cuando los accidentes y lesiones suelen aumentar.

Para abordar esta problemática, es necesario comprender los factores que influyen en la intención de donar sangre por parte de los habitantes de Medellín. La teoría del comportamiento planificado de Ajzen ha sido ampliamente utilizada para predecir y explicar el comportamiento humano, incluida la donación de sangre. Estudios previos, como el realizado por Giles & Cairns (1995), Huang et al. (2022), y Kassie et al. (2020), han demostrado que esta teoría puede ser aplicada exitosamente para determinar la intención de donar sangre en diferentes contextos.

Asimismo, el estudio de Guglielmetti Mugion et al. (2021) destaca la importancia de la Actitud y el Control Conductual Percibido como predictores de intención para los donantes, mientras que la Actitud, la Norma Subjetiva y el Control Conductual Percibido son los principales factores para los no donantes.

Dado el potencial de la teoría del comportamiento planificado para predecir la intención de donar sangre en diversas poblaciones, resulta esencial aplicar esta teoría específicamente a los habitantes de Medellín. Al comprender los factores asociados a la intención de donar sangre en esta ciudad, se podrán implementar estrategias de captación de donantes más efectivas y aumentar las tasas de donación, garantizando así un suministro constante y adecuado de sangre para satisfacer las necesidades médicas.

En conclusión, el presente trabajo de investigación tiene como objetivos principales determinar los factores asociados a la intención de donar sangre en los habitantes de

Medellín, así como proponer estrategias y tácticas desde el marketing para la donación de sangre a partir de los factores asociados a la intención de donar sangre en habitantes de la ciudad de Medellín. Dada la importancia de la donación de sangre en el sistema de salud, el bajo porcentaje de donantes en Colombia y la utilidad demostrada de la teoría del comportamiento planificado en investigaciones anteriores, este estudio busca contribuir, con la identificación de los factores asociados a la intención de donar sangre, al desarrollo de estrategias efectivas para mejorar la captación de donantes en la ciudad por parte de quienes así lo hacen y, en última instancia, beneficiar a la comunidad mediante un suministro adecuado de sangre para quienes lo necesiten. De lo descrito anteriormente, se desprende la siguiente pregunta de investigación:

### **Pregunta de Investigación**

*¿Cuáles son los factores asociados a la intención de donar sangre por parte de los habitantes de la ciudad de Medellín y cuáles podrían ser algunas estrategias y tácticas por implementar desde el marketing para incrementar la donación de sangre?*

## OBJETIVOS

### General

- Proponer estrategias y tácticas desde el marketing para la donación de sangre a partir de los factores asociados a la intención de donar sangre en habitantes de la ciudad de Medellín.

### Específicos

- Identificar factores asociados a la intención de donar sangre a través de una revisión de literatura.
- Establecer los factores asociados a la intención de donar de sangre por parte de los habitantes de la ciudad de Medellín.
- Determinar las relaciones existentes entre los factores asociados establecidos con la intención de donar sangre por parte de los habitantes de la ciudad de Medellín.

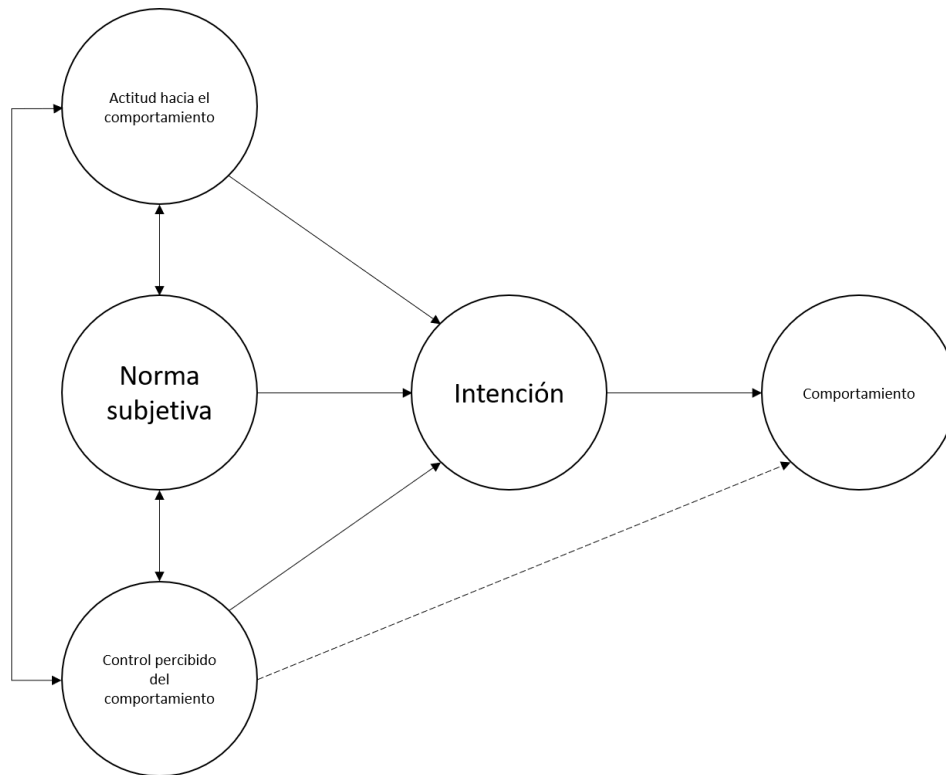
## **1. Constructos teóricos y factores asociados en la literatura a la donación de sangre**

La donación de sangre ha sido abordada desde diferentes posiciones metodológicas, de acuerdo a los hallazgos de la literatura; sin embargo, las metodologías sobre el estudio acerca de la intención de donar sangre por parte de una población específica han coincidido en el uso de teorías acerca del comportamiento humano, por ejemplo, el estudio realizado por Giles & Cairns (1995) donde se aborda la intención de donar sangre a partir de la comparación del modelo propuesto en la Teoría de la acción razonada y la teoría del comportamiento planeado, siendo ésta última una extensión de la primera donde se valida el constructo sobre el control de comportamiento percibido.

Adicionalmente, se encuentran estudios que buscan predecir el comportamiento frente a la donación de sangre ampliando constructos en la teoría como el riesgo percibido y la confianza en las agencias de recolección (Chen, 2017a), el nivel educativo (Puig Rovira et al., 2014), la religión (Beyerlein, 2016), por citar algunos. Estudios más recientes sobre el tema, demuestran que existe una relación entre la actitud, la norma subjetiva, el control conductual percibido y el conocimiento sobre la intención de donar sangre (Hossain Parash et al., 2020).

Este trabajo, abordó por lo tanto la intención de donar sangre por parte de los habitantes de la ciudad de Medellín a partir teorías como la Teoría del comportamiento planificado (TCP), planteada por Ajzen en la década de los noventa (Ajzen, 1991), además de otros factores que puedan ser de interés para este estudio. El modelo TCP establece que el desempeño de un comportamiento de un individuo está determinado por su intención de hacer precisamente eso y que la intención del comportamiento está determinada por la actitud de la persona, la norma subjetiva y el control percibido del comportamiento. Autores como Aggarwal & Sharma (2012) y Brayley, Obst, White, Lewis, War-burton & Spencer (2015) han observado que la investigación sobre la aplicabilidad del modelo TCP en la investigación de la donación de sangre es limitada en diferentes contextos geográficos.

Ilustración 2. Teoría del comportamiento planificado (TCP)



Fuente: (Ajzen, 1991).

### 1.1. La Teoría del Comportamiento Planificado (TCP)

La teoría del comportamiento planificado (TCP), ha sido ampliamente probada y empleada por varios investigadores para explicar y predecir varios tipos de conducta. Por ejemplo, Bagot, Masser & White (2015) identificaron los factores psicológicos críticos que convierten a los donantes de sangre total en donantes de plasmaféresis mediante el uso de un modelo de TCP extendido (evaluación de actitud, norma subjetiva, autoeficacia, norma moral, arrepentimiento o miedo anticipatorio e identidad del donante). Sus hallazgos indicaron que la intención de donación por plasmaféresis se asoció positivamente con la norma moral y la autoeficacia, pero se asoció negativamente con la identidad del rol (Chen, 2017b).

La sangre es un bien valioso, esencial para la vida, y los bancos de sangre, como entidades encargadas de su recolección, lo obtienen principalmente a través de donaciones, tal como lo han documentado entre otros Haddad et al. (2019). Esto hace que sea de suma importancia, comprender los factores que motivan a los donantes a donar sangre para aumentar su número (Karacan et al., 2013).

Autores como France et al. (2014) han identificado que la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) se ha convertido en el marco dominante para modelar las intenciones y el comportamiento de la donación de sangre. En su forma más general, la teoría propone que las actitudes, las normas subjetivas y el control conductual percibido (CCP) influyen positivamente en las intenciones y que a su vez influyen directamente en el comportamiento. Las actitudes comprenden juicios evaluativos (componente cognitivo) así como reacciones emocionales (componente afectivo) de la conducta, las normas subjetivas involucran percepciones de la aprobación de los demás (normas cautelares) y la medida en que otras personas cercanas realizan la conducta (normas descriptivas, o norma social), y el control conductual percibido comprende la confianza percibida de una persona para realizar el comportamiento (autoeficacia) y sus percepciones del grado en que el comportamiento está bajo su control (controlabilidad). Una revisión sistemática y un metaanálisis de Bednall et al. (2013) concluyeron que los constructos de la teoría del comportamiento planificado explican una gran proporción de la variación en la intención de donar sangre.

Autores como Bednall et al. (2013) y Ravis & Sheeran (2003) han realizado revisiones sistemáticas y metaanálisis para investigar cómo la teoría del comportamiento planificado (TCP) se ha utilizado ampliamente para comprender el comportamiento de la donación de sangre. Además, varios estudios han intentado comprender el comportamiento de donación de sangre de las personas a través de la TCP. En la tabla siguiente, se presentan los aportes que realizaron diversos autores intentando mejorar la capacidad del modelo para explicar el comportamiento de las personas utilizando modelos de TCP “extendidos”:

*Tabla 1. Aportes de diversos autores a la Teoría del Comportamiento Planificado para la comprensión del comportamiento frente a la donación de sangre*

<b>Autores</b>	<b>Variables</b>	<b>Pregunta de investigación</b>
Armitage & Conner (2001)	TCP, Norma moral e Identidad propia	De qué forma la Norma moral e Identidad propia ayudan a predecir el comportamiento.
Giles et al. (2004a)	TCP y Autoeficacia	Cómo la TCP y la autoeficacia ayudan a predecir el comportamiento de donación de sangre.
France et al. (2007)	TCP y Norma moral	De qué forma la TCP y la norma moral personal sirven para predecir las intenciones de donar.
Faqah et al. (2015)	TCP y Normas religiosas	Cómo la TCP y las normas religiosas sirven para predecir la intención de donar sangre.

Charseatd (2016)	TCP y Creencias religiosas	Utilidad de la TCP y las creencias religiosas para predecir el comportamiento.
------------------	----------------------------	--

*Fuente: elaboración propia*

Autores como Bednall et al. (2013) consideran que el comportamiento de la donación de sangre se ha estudiado de forma amplia mediante el uso de la TCP introducida por Ajzen (1991, 1998). La TCP se centra en los factores motivacionales individuales como determinantes de la probabilidad de realizar un comportamiento específico. Según la TCP de Ajzen (1991), la intención es el factor determinante de la conducta y, a su vez, la intención está determinada por la actitud (las consecuencias anticipadas de una determinada conducta), por la norma subjetiva (la percepción de la aceptación o no de esa conducta por parte de los demás) y por la percepción de control de la conducta en sí. Estudios como los de LaHuis & Ferguson (2009) sobre la aplicación de la TCP, encontraron que este modelo explica un porcentaje considerable de varianza (39-42%) en la intención conductual y es un buen modelo para predecir el comportamiento de donación de sangre. Sin embargo, muchos otros estudios, entre los que se encuentran los de Holdershaw et al. (2011), Hyde et al. (2013), Masser et al. (2009, 2012), han encontrado que extender la TCP aumentó su poder explicativo. A través del tiempo, la TCP ha sido ampliada por los siguientes autores e incluir las variables que consideraron relevantes así: Rivis & Sheeran (2003) para incluir la autoeficacia, la norma descriptiva y la identidad de rol; Giles et al. (2004a) para la autoeficacia y Masser et al. (2012) para la identidad propia. Otros autores de forma más reciente también ampliaron la TCP básica o modificaron versiones ampliadas, ejemplo de esto son Masser et al. (2009) quienes basados en el modelo de France et al. (2007) extendieron el modelo de la TCP para incluir el arrepentimiento anticipado y la norma moral.

Este modelo de Masser et al. (2009), incluye como factores explicativos de la intención de donación de sangre los siguientes: la actitud entendida como el grado en que las personas ven la donación de sangre como consistente con sus normas morales según Balegh et al. (2016); la ansiedad por donar sangre, es decir, los sentimientos relacionados con el miedo a las agujas o la exposición a la sangre, según lo planteado previamente por Giles & Cairns (1995); la norma moral como los sentimientos personales de responsabilidad según France et al. (2007); la autoeficacia, como el grado de confianza de las personas en su capacidad para realizar una determinada conducta según Ajzen (1991); la norma subjetiva, es decir las creencias de la persona con respecto a la aprobación o desaprobación de otros de su comportamiento según lo planteado por Clowes & Masser (2012) y van Dongen (2015); el

arrepentimiento anticipado como la expectativa de arrepentimiento en respuesta a la donación o no donación de sangre (Godin et al., 2005); y la identidad propia, entendida como los aspectos sobresalientes y duraderos de la autopercepción de uno mismo según los planteamientos de Sparks (2000). Este modelo representó el 86% de la varianza en la intención de los donantes. La influencia de la actitud también fue estudiada, entre otros, por Armitage & Conner (2001), Charseatd (2016), Faqah et al. (2015), Holdershaw et al. (2011), quienes encontraron una asociación positiva entre esta y la intención de donación de sangre.

### **1.1.1. Actitud hacia el comportamiento**

La actitud hacia el comportamiento se refiere al “grado en que una persona tiene una evaluación favorable o desfavorable del comportamiento en cuestión”. Incorpora si la conducta que no se delibera es “buena o mala, beneficiosa o dañina, agradable o desagradable” (Ajzen, 1991). La actitud hacia una conducta es el predictor más importante de la intención conductual, como se reconoce en el modelo TCP (Ajzen, 1991). La investigación realizada por Masser, White, Hyde & Terry (2012) encontró que la actitud es un predictor significativo de la intención de donación de sangre (Hossain Parash et al., 2020). Otros autores como Saha & Chandra (2016) también encontraron un efecto notable entre la actitud del donante hacia ayudar a los demás y la intención de donar sangre (Hossain Parash et al., 2020).

### **1.1.2. Norma subjetiva**

La norma subjetiva se define como “presión social percibida para realizar o no realizar el comportamiento”. Es la visión positiva o negativa de un individuo sobre un fenómeno que es importante en su proceso de toma de decisiones temprano para representar un comportamiento en particular (Ajzen, 1991). En el modelo TCP, la norma subjetiva es un factor secundario que influye en la intención conductual de un individuo (Ajzen, 1991). Investigaciones como la de Saha & Chandra (2016, 2018) confirman que los vínculos entre la norma subjetiva y la intención son positivos y significativos, ya que las opiniones de otras personas importantes influyen en la decisión de donar sangre; estos investigadores han destacado que "si los amigos y la familia de uno participan en la donación de sangre, la probabilidad de donar sangre por primera vez aumenta en esos individuos" (Hossain Parash et al., 2020).

Investigadores como Lim & Dubinsky (2005) y Myers (2002), han identificado que estas dos variables, norma subjetiva y actitudes hacia la conducta, no son completamente independientes, ya que investigaciones previas han informado que la primera se relaciona significativamente con la segunda de manera positiva. La relación entre estas dos variables se puede explicar desde la perspectiva de la teoría de la conformidad, que sugiere que la presión del grupo conducirá a un cambio en la conducta o actitud individual (Chen, 2017b).

### **1.1.3. Control percibido del comportamiento**

Control percibido del comportamiento se refiere a “la facilidad o dificultad percibida para realizar el comportamiento, para reflejar la experiencia y anticipar impedimentos y obstáculos” (Ajzen, 1991). Como lo relataron Osaro & Charles (2011), los donantes de sangre experimentan un control conductual percibido al asumir un nivel particular de dificultad asociado con su donación; esto está formado por su experiencia y las barreras anticipadas al proceso (Hossain Parash et al., 2020). Por su parte Giles & Cairns (1995b) aplicaron el modelo TCP en el contexto de la donación de sangre, encontrando que el vínculo entre el control del comportamiento percibido y la intención era significativo. Asimismo, un estudio de Hamid, Basiruddin & Hassan (2013) confirmó que el control del comportamiento percibido con respecto a la donación de sangre afecta la intención de un individuo de donar sangre (Hossain Parash et al., 2020).

## **1.2. La teoría de la autodeterminación y la donación de sangre**

Otro marco teórico que se ha utilizado ampliamente para explicar el comportamiento en un amplio número de estudios es la teoría de la auto determinación de Ryan & Deci (2000). Como lo anotaron France et al. (2017), la teoría de la autodeterminación sugiere que es más probable que los individuos persistan en comportamientos motivados internamente, y que el comportamiento motivado externamente puede evolucionar e internalizarse dadas las condiciones socioambientales apropiadas.

En el contexto de la donación de sangre, la aplicación de la teoría de la autodeterminación puede ayudar a comprender las motivaciones y los factores subyacentes que influyen en la intención de las personas de donar sangre. La teoría, según France et al. (2017), enfatiza la importancia de tres necesidades psicológicas fundamentales: competencia, autonomía y relación, de la siguiente forma. A través de la competencia, las personas tienen la necesidad de un sentido de autoeficacia y la creencia de que pueden lograr objetivos específicos. En el contexto de la donación de sangre, es más probable que las personas donen si se sienten competentes y capaces de generar un impacto positivo a través de su donación. A través de la autonomía, los individuos tienen una necesidad de control volitivo sobre su

comportamiento. En el contexto de la donación de sangre, las personas pueden estar más motivadas para donar si tienen un sentido de elección y control sobre su decisión de donar. A través de la relación, los individuos tienen la necesidad de un sentido de conexión con un grupo más grande. En el contexto de la donación de sangre, las personas pueden estar más motivadas para donar si sienten un sentido de pertenencia y conexión con la comunidad o si perciben que su donación beneficiará a otros.

Esta teoría destaca cómo los diferentes tipos de motivación regulan el comportamiento. Según esta teoría, las motivaciones pueden ser inexistentes (desmotivación) o estar en un continuo desde relativamente externas (controladas) a relativamente internas (autónomas). Según los autores, las personas que están motivadas de manera autónoma sienten que sus acciones representan su verdadero yo y son elegidas libremente. En contraste, aquellos que actúan bajo formas de motivación más controladas pueden sentirse presionados o coaccionados, ya sea por recompensas externas (regulación externa) o por el deseo de evitar la culpa o mejorar su ego (regulación introyectada).

Estudios como los de Hagger & Chatzisarantis (2009, 2016) sugieren que estas orientaciones motivacionales pueden integrarse de manera útil con la TCP. Al respecto Deci & Ryan (1985) sugieren que mientras que la TCP es un modelo sociocognitivo que ofrece una explicación mecanicista de la intención y en última instancia del comportamiento, la teoría de la autodeterminación se centra en las orientaciones motivacionales distantes que pueden dar lugar a estas creencias sociocognitivas. Por lo anterior y en concepto de Hagger & Chatzisarantis (2009, 2016), tanto la Teoría de la autodeterminación y Teoría del comportamiento planificado ofrecen explicaciones complementarias de intención y comportamiento.

Al respecto, estudios como los de Williams et al. (2019) han integrado la teoría de la autodeterminación y la teoría del comportamiento planificado para predecir la intención de donar sangre. La teoría de la autodeterminación propone que es más probable que las personas persistan en conductas motivadas internamente, y que es menos probable que las conductas motivadas externamente se mantengan en el tiempo según France et al. (2017). La teoría del comportamiento planificado, por otro lado, sugiere que el comportamiento está influenciado por tres factores: actitud hacia el comportamiento, normas subjetivas y control conductual percibido. Williams et al. (2019) han demostrado que la integración de estas dos teorías es un enfoque útil en la investigación de donantes, particularmente para especificar vías plausibles a través de las cuales las orientaciones motivacionales impactan en la intención de donar sangre. Por ejemplo, un trabajo de esta autora encontró que los constructos de autonomía y competencia de la teoría de la

autodeterminación se asociaron positivamente con los constructos de actitud y control conductual percibido respectivamente de la teoría del comportamiento planificado y que a su vez se asociaron positivamente con la intención de donar sangre.

En resumen, las orientaciones motivacionales como la Teoría de la Autodeterminación se han integrado de manera útil con la Teoría del comportamiento planificado para predecir la intención en varias áreas conductuales.

Al considerar la teoría de la autodeterminación en el estudio de los factores asociados a la intención de donar sangre en Medellín, se pueden explorar cómo estas necesidades psicológicas influyen en la motivación de los individuos para donar, se pueden examinar cómo mejorar la competencia, la autonomía y la relación a través de intervenciones o condiciones socioambientales puede conducir a una mayor intención de donar y mejorar la retención de donantes tal como lo anotaron previamente France et al. (2017). Estos hallazgos sugieren que las intervenciones dirigidas a mejorar la motivación autónoma y la competencia y relación percibidas pueden ser efectivas para aumentar la intención de donar sangre en los habitantes de la ciudad de Medellín.

### **1.3. El altruismo y la donación de sangre**

El altruismo entendido como la preocupación desinteresada por el bienestar de los demás, ha sido identificado como uno de los factores asociados a la intención de donar sangre por autores como Pule et al. (2014).

Para estos autores, la donación de sangre suele verse como un acto altruista, ya que implica dar una parte de uno mismo para ayudar a otros que lo necesitan. Las personas que tienen un fuerte sentido del altruismo pueden estar más inclinadas a donar sangre, ya que priorizan el bienestar de los demás y reconocen la importancia de su contribución para salvar vidas. Además del altruismo, estos autores también identificaron otros factores que influyen en la intención de donar sangre. Estos incluyen la responsabilidad social, la influencia de los compañeros, el acceso a la comunicación sobre la salud y el conocimiento sobre la importancia de la donación de sangre. La responsabilidad social se refiere a la creencia de que los individuos tienen el deber de contribuir al bienestar de la sociedad. Las personas que tienen un fuerte sentido de la responsabilidad social pueden sentir la obligación moral de donar sangre y ayudar a otros que lo necesitan. La influencia de los compañeros también puede influir en la formación de la intención de donar sangre. Ver a otros en la red social propia participar en la donación de sangre puede servir como una influencia positiva y motivar a las personas a hacer lo mismo. El acceso a la comunicación

sobre salud, como campañas educativas e información sobre los beneficios de la donación de sangre, puede aumentar la conciencia y el conocimiento sobre la importancia de donar sangre. Este autor señala que estos factores pueden variar entre individuos y pueden estar influenciados por variables sociodemográficas y experiencias pasadas.

Otros autores como Zeleke & Azene (2022) han encontrado que factores como la edad, el sexo, el estado civil y el ciclo de vida están asociados con la voluntad de donar sangre. Sin embargo, es importante considerar que el impacto de estas variables externas sobre la intención de donar sangre puede no ser significativo para todos como lo encontró Kassie et al. (2020).

Según autores como Ottoni-Wilhelm (2017) y Vesterlund (2006), la característica definitoria del altruismo en los diferentes modelos económicos es la de ser un regalo puramente desinteresado que ayuda a suministrar un bien público. Una implicación de esta concepción económica de altruismo es que los donantes responden a los cambios en las necesidades: cuando aumenta la necesidad de sangre, los donantes altruistas deberían dar más. Wildman & Hollingsworth (2009) identificaron que las diferencias en los grupos sanguíneos entre los donantes crean una variación exógena en la necesidad de su sangre, ya que como lo reseñó Landsteiner (1961), el grupo sanguíneo del donante tiene que ser compatible con el del paciente para prevenir reacciones transfusionales como la coagulación de la sangre.

Los donantes O negativos son una excepción a esta regla. Su sangre se puede transfundir independientemente del grupo sanguíneo del receptor, lo que hace que los donantes con el grupo sanguíneo O negativo sean más valiosos para los bancos de sangre que los donantes con grupos sanguíneos comunes (es decir, A positivo y O positivo, presente en el 74% de la población general), o grupos sanguíneos menos comunes (es decir, A negativo, B positivo, B negativo, AB positivo y AB negativo, presente en el 19% de la población general; tal como lo indican páginas especializadas al respecto como Sanquin (2019). Acorde con el anterior planteamiento y en opinión de Piersma et al. (2021), en la medida en que la donación de sangre esté motivada por el altruismo, los donantes O negativos deben continuar donando a pesar de los mayores costos y estar dispuestos a sacrificar más, porque su sangre tiene un mayor beneficio público para la sociedad. Además de las preocupaciones altruistas por los destinatarios, los donantes también están motivados por razones más egocéntricas, como preocupaciones relacionadas con la reputación social o la imagen de uno mismo; en concepto de Andreoni (1990), cuando tales preocupaciones afectan el comportamiento del donante de sangre, su motivación es “impura”.

Comprender la relación entre el altruismo y la donación de sangre puede brindar información valiosa para promover campañas de donación de sangre y aumentar las tasas de donación. Al enfatizar la naturaleza altruista de la donación de sangre y resaltar el impacto positivo que puede tener en la vida de los demás, las personas pueden estar más motivadas para donar sangre y contribuir al bienestar de su comunidad.

#### **1.4. Los comportamientos prosociales, la donación de sangre y el enfoque de etapas de cambio**

Como se indicó anteriormente, autores como Pule et al. (2014) han identificado que los comportamientos prosociales, como el altruismo y la responsabilidad social, son factores asociados a la intención de donar sangre; estos autores encontraron que este tipo de comportamientos son un fuerte predictor del comportamiento de donación de sangre. En su trabajo, identificaron que las personas que se involucran en conductas prosociales son más propensas a donar sangre porque sienten la obligación de ayudar a los demás y contribuir a la sociedad. La influencia de los pares, el acceso a la comunicación en salud y el conocimiento sobre la importancia de la donación de sangre también son mencionados por Pule et al. (2014) como factores asociados a la intención de donar sangre.

El enfoque de etapas de cambio es un modelo teórico que describe el proceso de cambio de comportamiento, que se puede aplicar al comportamiento de donación de sangre. El enfoque de las etapas del cambio consta de cinco etapas: precontemplación, contemplación, preparación, acción y mantenimiento según lo descrito por Pule et al. (2014).

En el contexto de la donación de sangre, la precontemplación se refiere a las personas que nunca han considerado donar sangre; la contemplación se refiere a las personas que están considerando donar sangre pero aún no han tomado ninguna medida; la preparación se refiere a las personas que planean donar sangre; la acción se refiere a las personas que han donado sangre al menos una vez; y mantenimiento se refiere a las personas que han donado sangre regularmente según lo descrito por Godin et al. (2005). Al considerar el enfoque de las etapas del cambio, los investigadores y académicos pueden identificar los factores que influyen en las personas en cada etapa del proceso de cambio de comportamiento. Por ejemplo, los factores que influyen en la decisión de un individuo de pasar de la etapa de precontemplación a la etapa de contemplación pueden ser diferentes de los factores que influyen en la decisión de un individuo de pasar de la etapa de contemplación a la etapa de preparación. Por lo tanto, los investigadores pueden adaptar sus intervenciones para

enfocarse en los factores específicos que son más relevantes para cada etapa del proceso de cambio de comportamiento.

Recientemente, se han realizado esfuerzos considerables para aplicar el enfoque de etapas de cambio a comportamientos prosociales voluntarios como la donación de sangre como los de Chacón et al. (2007) y Ferguson et al. (2008, 2012) inclusive aplicados a otros ámbitos como los comportamientos proambientales tales como la conservación del agua, y el uso de bolsas reutilizables como los abordados por Nisbet & Gick (2008) y Sherrod (2000) respectivamente. Estos estudios advirtieron contra la adopción de la visión simplista de que el cambio de comportamiento prosocial puede ocurrir o no y sugiere que los cambios cognitivos y conductuales están en juego durante este proceso de cambio.

En el caso del comportamiento de donación de sangre, este proceso de compromiso con la donación regular está marcado por tres fases. En la etapa inicial, descrita por Burnett & Wood (1988), el donante por primera vez debe tomar una decisión consciente sobre las recompensas, los costos y las limitaciones de la actividad. A continuación, los individuos desarrollan un compromiso positivo mediante la generación de un vínculo afectivo con la organización según lo descrito por Omoto & Snyder (1995). Ya en la tercera y última etapa, las personas integran la identidad del rol en su autoconcepto, viéndose a sí mismos como donantes, voluntarios, activistas, según sea el caso, como lo describieron Chacón et al. (2007). Por lo tanto, los constructos de etapas y procesos son muy relevantes para el cambio de comportamiento para un bien social, como en este caso lo es la donación de sangre.

El enfoque de las etapas de cambio se conceptualizó por primera vez en el trabajo de Prochaska & DiClemente (1982, 1986) donde se investigó el proceso de dejar de fumar. Estos autores sugirieron que los individuos pueden progresar a través de varias etapas al hacer cambios de comportamiento y dependiendo de la disposición de una persona para cambiar un comportamiento, esta persona típicamente se moverá hacia adelante a través de las etapas, pudiendo tener retrocesos para luego continuar de forma cíclica a través de las diferentes etapas como también lo identificaron Glanz et al. (2008) y Noar & Stee (2012).

Más allá del ámbito del comportamiento de la salud, el enfoque de las etapas de cambio se ha aplicado en los últimos años al comportamiento prosocial que beneficia a otras personas o a la sociedad en su conjunto, como ayudar, compartir, donar, cooperar o hacer voluntariado tal como lo registraron Brief & Motowidlo (1986). Por ejemplo, estudios como los de Chacón et al. (2007) y Omoto & Snyder (1995) han identificado y relacionado el modelo de las tres etapas y han identificado las características psicológicas y de comportamiento asociadas con cada etapa.

Puntualmente, el enfoque de etapas de cambio proporciona una mejor explicación para ayudar a comprender el comportamiento prosocial que puede ser extremo o invasivo, como en las donaciones de sangre; para Piliavin & Callero (1991), donar sangre implica consideraciones personales como ansiedad, miedo, dolor y agotamiento del hierro que no están presentes en otro tipo de donaciones que implican dar tiempo o dinero. Para Burditt et al. (2009), los donantes de sangre tienen que afrontar con éxito las preocupaciones de tener una reacción física a la donación de sangre (por ejemplo, el tener que ser pinchados con la aguja) o ser rechazados en el lugar de la donación (por ejemplo, por razones como la presión arterial o los niveles de hemoglobina); según este mismo autor, para superar esto, los donantes deben tener una mayor confianza en su salud y capacidad, es decir una mejor autoeficacia o dominar razones internas y hasta quizás morales más fuertes para la donación de sangre como las identificaron Lee et al. (1999). En opinión de Hong & Lee (2020), esta profunda ambivalencia sobre la donación de sangre puede hacer que las personas permanezcan en las primeras etapas del cambio durante mucho tiempo, retornen fácilmente a etapas anteriores o se muevan continuamente entre ellas.

#### **1.5. La teoría del comportamiento planificado y su pertinencia para ayudar a determinar los factores asociados con la intención de donación de sangre**

Luego de haber revisado diferentes perspectivas teóricas que aportan diversos elementos para la discusión, vale la pena recapitular sobre los elementos propios de la Teoría de Comportamiento Planificado (TCP) de Ajzen y que la convierten en un marco de referencia muy apropiado para la determinación de los factores asociados a la intención de donación de sangre. Una revisión sistemática y un metaanálisis de los antecedentes del comportamiento y las intenciones de donación de sangre como el realizado por Salazar-Concha & Ramírez-Correa (2021) han demostrado que los factores más importantes son la actitud, las normas subjetivas y el control conductual percibido.

Para comenzar, la TCP se puede utilizar como una herramienta para analizar la motivación, la intención y el comportamiento de los donantes de sangre tal como lo han documentado autores como Huang et al. (2022), esto debido a que se centra en la comprensión de los factores que influyen en las intenciones de las personas de participar en un comportamiento específico, como la donación de sangre. Diversas aplicaciones y estudios previos, entre ellas las de autores como Giles & Cairns (1995) han explorado la superioridad predictiva de la TCP en el contexto de la donación de sangre y se ha encontrado que la TCP es eficaz para predecir el comportamiento y las intenciones de donación de sangre; estos mismos autores resaltan que la TCP tiene en cuenta el concepto de control conductual

percibido, que se refiere a la creencia de un individuo en su capacidad para realizar el comportamiento, el cual es importante para comprender los factores que influyen en la intención de donar sangre, ya que el control percibido de las personas sobre un comportamiento puede afectar su decisión.

Por otro lado, la TCP considera la actitud y la norma subjetiva como predictores de intención de donar sangre, como lo resaltan autores como Kassie et al. (2020); la actitud se refiere a la evaluación positiva o negativa del comportamiento de un individuo, mientras que la norma subjetiva se refiere a la presión social percibida para participar en el comportamiento. Desde la perspectiva de Giles et al. (2004b), la TCP enfatiza la importancia de la autoeficacia, que es la creencia de un individuo en su capacidad para realizar con éxito el comportamiento; al respecto, se ha encontrado que la autoeficacia es un predictor significativo de la intención de donar sangre. Finalmente, la TCP se ha aplicado con éxito en varios estudios para medir y comprender la intención de donación de sangre y se ha encontrado que explica una parte significativa de la variación en la intención de donación de sangre, tal como lo han documentado autores como Faqah et al. (2015), Kassie et al. (2020) y M'Sallem (2022).

En general, la TCP proporciona un marco integral para estudiar los factores asociados con la intención de donar sangre. Tiene en cuenta la motivación, el control conductual percibido, la actitud, la norma subjetiva y la autoeficacia, que son factores relevantes para comprender las intenciones de las personas de participar en la donación de sangre.

## 2. Desarrollo metodológico

### 2.1. Muestra y recolección de datos

El modelo diseñado se ajustó con una muestra de participantes que tuvieron acceso a un cuestionario autoadministrado a través de la plataforma Google Forms. El trabajo de campo se realizó entre mayo y julio de 2022, mediante el envío por correo electrónico del cuestionario a las personas. Quienes respondieron a esta encuesta cumplían con uno de los criterios básicos establecidos en Colombia para acercarse a un puesto de donación de sangre, es decir, tener entre 18 y 65 años; otros criterios fisiológicos y de salud como peso y sentirse bien de salud son inferidos a través de las preguntas demográficas y de clasificación del instrumento. Finalmente, se logró conformar una muestra de 261 personas, que permiten estimar una potencia estadística satisfactoria según lo descrito por (Cohen, 1992a).

Vale la pena señalar que el concepto de potencia estadística de Cohen (1992a) se refiere a la capacidad de un estudio o prueba estadística para detectar un efecto o diferencia significativa cuando existe realmente. En otras palabras, mide la probabilidad de que un estudio tenga la sensibilidad necesaria para identificar una diferencia o efecto cuando este es genuino. La potencia estadística depende de varios factores, incluyendo el tamaño de la muestra, el nivel de significancia (alfa), la magnitud del efecto real y la variabilidad de los datos. Cuanto mayor sea la potencia estadística, mejor será la capacidad del estudio para detectar efectos genuinos. La potencia estadística de Cohen es una medida que ayuda a los investigadores a evaluar la capacidad de su estudio para detectar efectos verdaderos en una población y es fundamental en la toma de decisiones en investigación estadística. Para estimar la potencia estadística, se requiere información sobre varios factores, incluyendo: 1) Tamaño de la muestra: Cuántas observaciones o participantes se incluirán en el estudio, 2) Nivel de significancia (alfa): El valor de referencia para determinar si un resultado es significativo, generalmente se fija en 0.05, 3) Magnitud del efecto real: La diferencia o efecto que se espera encontrar en la población y 4) Variabilidad de los datos: La dispersión de los datos en la población.

Al respecto Cohen (1992b) recomienda que los investigadores consideren una variedad de factores al determinar un nivel apropiado de poder estadístico, incluida la naturaleza de la pregunta de investigación, el tamaño del efecto esperado, el nivel de significancia y el equilibrio deseado entre los errores de tipo I y tipo II; en este mismo artículo, el autor proporciona tablas que se pueden usar para determinar el tamaño de muestra necesario

para lograr una potencia de 0,80 para una variedad de pruebas estadísticas, suponiendo un tamaño de efecto medio. Una potencia de 0,80 generalmente se considera adecuada, ya que proporciona una sólida capacidad para encontrar relaciones o efectos significativos.

Tabla 2. Distribución de la muestra por rango de edad, sexo y lugar de residencia

	Medellín	Aburrá Norte	Aburrá Sur	Oriente cercano	Total
<b>18 a 29 años</b>	<b>25,67%</b>	<b>5,75%</b>	<b>6,90%</b>	<b>0,00%</b>	<b>38,31%</b>
Femenino	13,79%	3,07%	4,98%	0,00%	21,84%
Masculino	11,88%	2,68%	1,92%	0,00%	16,48%
<b>30 a 39 años</b>	<b>27,97%</b>	<b>4,60%</b>	<b>6,51%</b>	<b>0,38%</b>	<b>39,46%</b>
Femenino	14,94%	2,68%	4,21%	0,38%	22,22%
Masculino	12,64%	1,92%	2,30%	0,00%	16,86%
Prefiero no decirlo	0,38%	0,00%	0,00%	0,00%	0,38%
<b>40 a 49 años</b>	<b>8,43%</b>	<b>2,30%</b>	<b>1,53%</b>	<b>0,38%</b>	<b>12,64%</b>
Femenino	4,60%	1,53%	0,77%	0,00%	6,90%
Masculino	3,83%	0,77%	0,77%	0,00%	5,36%
Prefiero no decirlo	0,00%	0,00%	0,00%	0,38%	0,38%
<b>50 a 60 años</b>	<b>3,83%</b>	<b>1,53%</b>	<b>1,15%</b>	<b>0,00%</b>	<b>6,51%</b>
Femenino	1,92%	0,38%	0,38%	0,00%	2,68%
Masculino	1,92%	0,38%	0,77%	0,00%	3,07%
Intersexual	0,00%	0,38%	0,00%	0,00%	0,38%
Prefiero no decirlo	0,00%	0,38%	0,00%	0,00%	0,38%
<b>61 o más años</b>	<b>2,68%</b>	<b>0,38%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>3,07%</b>
Femenino	2,30%	0,38%	0,00%	0,00%	2,68%
Masculino	0,38%	0,00%	0,00%	0,00%	0,38%
<b>Total</b>	<b>68,58%</b>	<b>14,56%</b>	<b>16,09%</b>	<b>0,77%</b>	<b>100,00%</b>

Nota: Elaboración propia. Se agruparon las personas residentes en Bello, Copacabana y Girardota en la categoría Aburrá Norte; así mismo las personas de Envigado, Sabaneta, Itagüí y La Estrella en Aburrá Sur; Oriente cercano agrupó las personas de Rionegro y Guarne.

## **2.2. Escalas de medida**

Debido a su relevancia y aportes previos en otros trabajos de investigación y como pudo evidenciarse en la revisión teórica previa, para la medición se acudió a la teoría del comportamiento planificado, sus aplicaciones y adaptaciones a la donación de sangre principalmente por lo planteado por Ajzen (1991) y Giles et al.(2004a), se adaptó un modelo con seis variables independientes a ser medidas para identificar su incidencia sobre la intención de donación de sangre; esta adaptación fue necesaria debido a que en el contexto colombiano no se han realizado investigaciones con esta orientación y tampoco fue posible documentar los reactivos utilizados en investigaciones desarrolladas en el contexto internacional.

Las seis variables independientes utilizadas fueron: 1) Control de comportamiento (CC), donde utilizando tres frases tipo Likert, la escala mide el grado subjetivo de control sobre el desempeño de un comportamiento en particular. Según lo visto por Ajzen (2002), el control conductual percibido es un constructo general que incluye la autoeficacia y la controlabilidad. Nysveen (2005) utilizaron la escala originalmente con servicios móviles, pero también se han utilizado con otros bienes o servicios (Ajzen, 2002; Bhattacharjee, 2000; Nysveen, 2005; Taylor & Todd, 1995). 2) Motivación del donante (MD), donde se utilizan seis ítems de tipo Likert para medir el grado en que la motivación de una persona para dar una cierta cantidad de dinero o tiempo a una causa es un reflejo de quién es por dentro, en lugar de ser impulsada desde el exterior (Mogilner & Aaker, 2009; Reed et al., 2007). 3) Autoeficacia (AE) donde se utilizan cuatro ítems Likert para medir el grado de confianza que una persona tiene en su capacidad para aprender una tarea en particular y realizarla de manera competente (Bandura, 1986; Kaiser et al., 2017). 4) Lealtad desde la perspectiva altruista (LA), esta escala se compone de cuatro ítems de tipo Likert que miden el grado en el que un cliente expresa su disposición a "ayudar" a un proveedor de servicios, particularmente al patrocinarlo él mismo y alentar a otros a hacer lo mismo (Jones et al., 2008; Price et al., 1995). 5) Motivos desde la perspectiva altruista, está compuesto por tres ítems tipo Likert, la escala mide el grado en que los motivos de una persona para proporcionar una revisión de producto o servicio a otros fue una preocupación sincera para ayudarlos a tomar mejores decisiones al respecto. Los elementos son lo suficientemente generales para su uso con respecto a la publicación de reseñas de productos en línea o para compartir opiniones de forma privada con amigos según lo descrito por Packard & Berger (2017). 6) Intención de participación en una causa (IP), la escala utiliza tres afirmaciones de tipo Likert para medir la voluntad de un consumidor de participar en una campaña de marketing relacionada con una causa de una empresa, siendo la forma principal de participación la compra de un producto vinculado a la causa como lo relatan Grau & Folse

(2007) en su trabajo. Las escalas de estas siete variables independientes fueron consultadas y adaptadas desde la compilación realizada por Bruner (2012, 2019) en sus textos *Marketing Scales Handbook*.

Como variable dependiente se estableció la Intención de donación de sangre (ID) y para su medición se recurrió a los reactivos previamente utilizados en otros trabajos de Jalalian et al. (2010); esta escala utiliza tres afirmaciones de tipo Likert para la medición de la variable “intención de comportamiento” se utilizó el método “intención generalizada” para la elaboración de los ítems de la variable. Este es el método más utilizado para los estudios de Teoría del Comportamiento Planificado relacionados con la salud. Jalalian et al. (2010) establecen tres elementos que utilizan: “*Espero...*”, “*Quiero...*” y “*Tengo la intención de...*” que pueden demostrar una consistencia interna adecuada. En todos los casos, para las variables independientes y dependiente, se empleó una escala tipo Likert de cinco puntos.

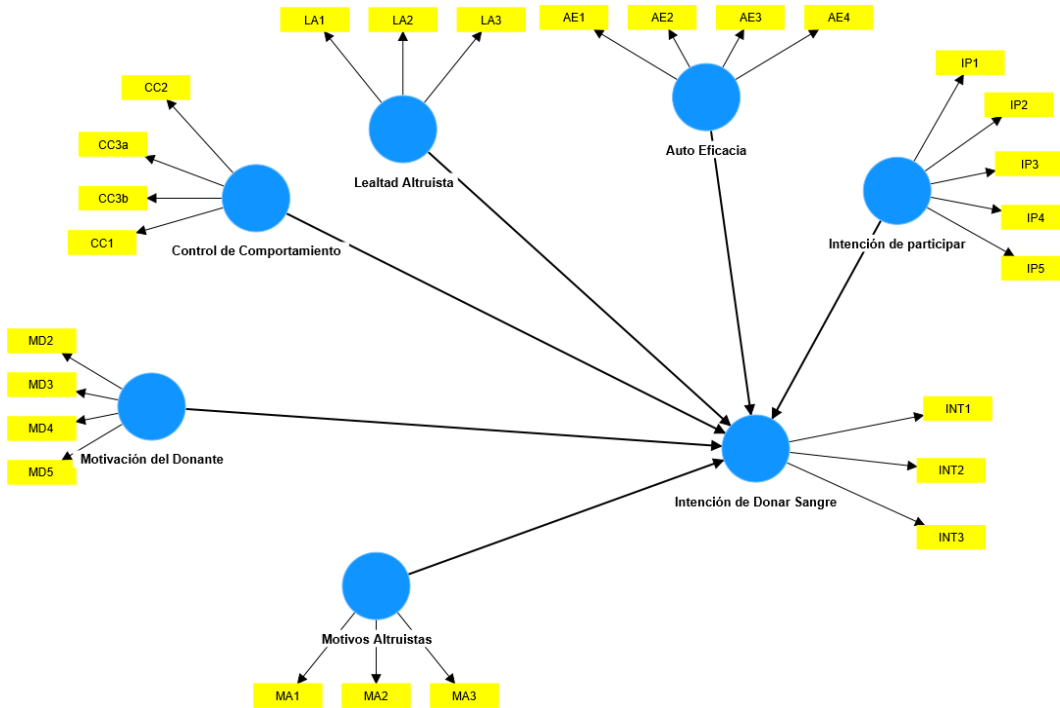
Para el análisis de los resultados, se acudió a los modelos de ecuaciones estructurales estimados con mínimos cuadrados parciales mediante el software SMART-PLS 4. Esto permitió evaluar la fiabilidad y validez de las escalas utilizadas para contrastar las hipótesis de la investigación. A continuación, se presentan las hipótesis puestas a prueba:

Tabla 3. Hipótesis contrastadas

Hipótesis	
H1	La autoeficacia tiene relación positiva con la intención de donar sangre
H2	El control de comportamiento tiene relación positiva con la intención de donar sangre
H3	La intención de participar tiene relación positiva con la intención de donar sangre
H4	La lealtad altruista tiene relación positiva con la intención de donar sangre
H5	La motivación del donante tiene relación positiva con la intención de donar sangre
H6	Los motivos altruistas tienen relación positiva con la intención de donar sangre

Fuente: elaboración propia

Ilustración 3. Modelo de ecuaciones estructurales utilizado



Fuente: elaboración propia a través de software Smart-PLS4

### 2.3. Fiabilidad y validez

La fiabilidad y la validez del modelo se determinaron por medio de ecuaciones de mínimos cuadrados (Dijkstra & Henseler, 2015). A través del instrumento se evaluaron seis variables y su relación con la intención de donación de sangre. Respecto a la fiabilidad individual, se comprobó que todos los ítems del modelo tenían una carga factorial igual o superior a 0,7 (Hair et al., 2017, 2019) siendo descartados los ítems o las variables que no cumplieron con este criterio. Se garantizó una validez convergente adecuada. Adicionalmente, se verificó que el Alpha de Cronbach (AC), el RhoA y el índice de fiabilidad compuesta (CR) fueran superiores a 0,7 para todos los constructos, garantizando así un nivel adecuado de fiabilidad (Hair et al., 2017, 2019).

Tabla 4. Fiabilidad y validez

Constructo	Cargas	AC	RhoA	CR	AVE
<b>Auto Eficacia</b>		<b>0,949</b>	<b>0,955</b>	<b>0,963</b>	<b>0,866</b>
AE1	0,925				
AE2	0,940				
AE3	0,920				
AE4	0,937				
<b>Control de Comportamiento</b>		<b>0,882</b>	<b>0,891</b>	<b>0,919</b>	<b>0,740</b>
CC1	0,863				
CC2	0,790				
CC3a	0,902				
CC3b	0,881				
<b>Intención de Donar Sangre</b>		<b>0,971</b>	<b>0,971</b>	<b>0,981</b>	<b>0,945</b>
INT1	0,959				
INT2	0,986				
INT3	0,972				
<b>Intención de Participar</b>		<b>0,903</b>	<b>0,919</b>	<b>0,928</b>	<b>0,721</b>
IP1	0,815				
IP2	0,825				
IP3	0,790				
IP4	0,893				
IP5	0,916				
<b>Lealtad Altruista</b>		<b>0,856</b>	<b>0,870</b>	<b>0,913</b>	<b>0,778</b>
LA1	0,806				
LA2	0,929				
LA3	0,907				
<b>Motivos Altruistas</b>		<b>0,766</b>	<b>0,776</b>	<b>0,865</b>	<b>0,680</b>

MA1	0,855			
MA2	0,806			
MA3	0,812			
<b>Motivación del Donante</b>		<b>0,878</b>	<b>0,920</b>	<b>0,914</b>
MD2	0,757			
MD3	0,898			
MD4	0,900			
MD5	0,850			

Fuente: Elaboración propia. Se consideran los criterios propuestos por (Hair et al., 2019)

#### 2.4. Validez discriminante

Para establecer la validez discriminante se consideró el criterio Fornell-Larcker, que permitió comprobar que los valores de la diagonal mostrados en la Tabla 5. Validez discriminante, representan la raíz cuadrada de la varianza media extraída (AVE) de cada constructo, fueran superiores a las correlaciones inter-constructo (Fornell & Larcker, 1981). Igualmente, se verificaron los valores inferiores a 0,9 para atender el criterio Heterotait Monotrait Ratio (HTMT), dado que el modelo se construye a través de constructos conceptualmente similares; al respecto se encuentra que el indicador entre Lealtad altruista (LA) y Motivos altruistas se ubica en 0,915 siendo ligeramente superior a lo sugerido/aceptado teóricamente, sin embargo, efectivamente se encuentra una gran relación entre estas dos variables ya que en ambas subyace el altruismo como procura del bien ajeno aun a costa del propio, sin que esto represente problema para la validez del modelo.

Tabla 5. Validez discriminante

Constructos	Fornell – Larcker							HTMT						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	
1. Auto eficacia	<b>0,931</b>													
2. Control de Comportamiento	0,633	<b>0,860</b>						0,694						
3. Intención de Donar Sangre	0,534	0,416	<b>0,972</b>					0,553	0,446					
4. Intención de participar	0,623	0,580	0,732	<b>0,849</b>				0,663	0,651	0,771				
5. Lealtad Altruista	0,365	0,402	0,591	0,676	<b>0,882</b>			0,409	0,464	0,644	0,782			

6. Motivación del Donante	0,183	0,272	0,478	0,472	0,589	<b>0,853</b>		0,191	0,318	0,494	0,524	0,660	
7. Motivos Altruistas	0,459	0,501	0,642	0,737	0,742	0,477	<b>0,825</b>	0,522	0,602	0,738	0,891	0,915	0,574

Fuente: Elaboración propia

## 2.5. Modelos estructurales

Para comprobar las hipótesis de investigación, se acudió al método de Bootstrapping con un total de 5.000 iteraciones para comprobar la significancia de las rutas estructurales. En cuanto al efecto directo de la Autoeficacia esta demostró tener una relación positiva y significativa ( $\hat{\beta} = 0.214$  y  $P\text{-Value} < 0.01$ ) con la Intención de donar sangre, por lo tanto, se soporta H1 y se concluye que, a mayor autoeficacia, mayor intención de donar sangre. En cuanto al efecto directo del Control del comportamiento esta demostró tener una relación negativa y significativa ( $\hat{\beta} = -0.121$  y  $P\text{-Value} < 0.05$ ) con la intención de donar sangre, por lo tanto, se rechaza H2 puesto que la evidencia muestral sugiere que el control de comportamiento se asocia negativamente con la intención de donar sangre. En cuanto al efecto directo de la Intención de participar ( $\hat{\beta} = 0.435$  y  $P\text{-Value} < 0.001$ ) se evidencia que intención de participar tiene un impacto positivo y significativo en la intención de donar, por lo tanto, se soporta H3, con lo que se concluye que la intención de participar se asocia positivamente con la intención de donar sangre. En cuanto al efecto directo de la Lealtad altruista esta demostró tener una relación positiva, aunque no significativa ( $\hat{\beta} = 0.044$  y  $P\text{-Value} > 0.05$ ) con la Intención de donar sangre, por lo tanto, se rechaza H4, ya que al parecer la lealtad altruista no está relacionada con la intención de donar sangre. En cuanto al efecto directo entre la Motivación del donante esta demostró tener una relación positiva y significativa ( $\hat{\beta} = 0.156$  y  $P\text{-Value} < 0.01$ ) con la Intención de donar sangre, se soporta H5: a mayor motivación del donante, mayor intención de donar sangre. Finalmente, en cuanto al efecto directo de los motivos altruistas estos demostraron tener una relación positiva y significativa ( $\hat{\beta} = 0.174$  y  $P\text{-Value} < 0.05$ ) con la intención de donar sangre, por lo tanto, se soporta H6, ya que la evidencia sugiere que los motivos altruistas se asocian positivamente con la intención de donar sangre.

Tabla 6. Modelos estructurales

Constructos	Modelo	Hipótesis
<b>Variables independientes</b>	<b><math>\beta</math></b>	
Auto Eficacia	0.214**	H1
Control de Comportamiento	-0.121*	H2

Intención de Participar	0.435***	H3
Lealtad Altruista	0.044	H4
Motivación del Donante	0.156**	H5
Motivos Altruistas	0.174*	H6

Nota: \*\*\*p<0.001. \*\*p<0.01. \*p<0.05

R <sup>2</sup>	0.597
Q <sup>2</sup>	0.568

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 6. Modelos estructurales, puede observarse que el R<sup>2</sup> es moderado, 0,597, lo que implica que 59,7% de la varianza de la variable dependiente está explicada por la varianza de las variables independientes: Auto eficacia, Control de comportamiento, Intención de participar, Lealtad altruista, Motivación del donante y Motivos altruistas. El indicador Q<sup>2</sup>, el cual mide la relevancia predictiva de las variables incluidas en el modelo, para el presente caso, si la intención de donar sangre se puede predecir a partir de las variables independientes relacionadas en la Tabla 6. Modelos estructurales; se considera que el modelo tiene poder predictivo. Es importante destacar que un Modelo de Ecuaciones Estructurales (SEM) constituye un enfoque de análisis de datos multivariado empleado para examinar relaciones complejas entre constructos e indicadores. La capacidad predictiva de un modelo de ecuación estructural se evalúa mediante la consideración de la importancia y relevancia de los coeficientes de ruta, seguida de la precisión predictiva del modelo.

### **3. Algunas estrategias y tácticas de marketing a partir de los factores asociados a la intención de donar sangre en habitantes de la ciudad de Medellín**

Para avanzar en la noble causa de incrementar la tasa de donación de sangre, es esencial abordar de manera integral los factores que influyen en la intención y participación de los potenciales donantes. El siguiente conjunto de estrategias y tácticas se ha concebido, considerando los resultados del presente trabajo que identificó la importancia de factores como la autoeficacia, el control de comportamiento, la intención de participar, la lealtad altruista, la motivación del donante y los motivos altruistas. Estas estrategias y tácticas no solo buscan inspirar y educar, sino también crear un entorno propicio que motive a la comunidad a comprometerse activamente en el acto altruista de donar sangre, salvando así vidas y fortaleciendo la salud colectiva.

Desde la Autoeficacia (AE), se pueden desarrollar campañas de concientización que resalten lo fácil y seguro que es donar sangre y recopilar testimonios de donantes recalcando experiencias positivas, destacando la simplicidad del proceso. Tácticamente, estas estrategias pueden desarrollarse a través de la creación de videos cortos mostrando el proceso de donación, el diseño de folletos claros y sencillos que expliquen el proceso paso a paso y el establecimiento de sesiones informativas en línea para resolver dudas y mitos.

En concordancia con los resultados obtenidos, desde el Control de Comportamiento (CC), se pueden implementar estrategias como facilitar la donación al proporcionar horarios flexibles y ubicaciones convenientes y el desarrollo de una aplicación móvil para programar citas y recibir recordatorios para la donación de sangre; todo esto para que sea el donante prospecto perciba que tiene el control de sobre la situación de donar sobre aspectos logísticos, de tal forma que se aumente la intención de donar. Estas estrategias pueden ser desarrolladas a través de acciones como la implementación de unidades móviles de donación en lugares de alta afluencia, el establecimiento de donación en empresas, universidades y centros comerciales y la posibilidad de agendarse para la donación de sangre en horarios flexibles, incluyendo fines de semana y horarios extendidos. Aunque las dos primeras acciones ya son realizadas por los bancos de sangre, pueden desarrollarse en un enfoque más segmentado y dirigido a los públicos con más intención de donar.

Desde el factor Intención de Participar (IP), se pueden desarrollar y crear estrategias como la creación de eventos comunitarios alrededor de la donación de sangre y promover la asociación con empresas locales para organizar campañas de donación en el lugar de trabajo. Estas estrategias pueden llevarse a cabo a través de acciones como la creación de

concursos o desafíos amigables entre grupos, como empresas o escuelas, para aumentar la participación y fomentar la alianza y colaboración con autoridades locales para hacer eventos de donación en actividades como festivales o actividades comunitarias.

Aunque la evidencia muestral no sugiere una relación entre Lealtad altruista (LA) y la intención de donar sangre, se pueden implementar estrategias como programas de fidelidad para donantes recurrentes con reconocimientos y beneficios exclusivos y la creación de una comunidad en línea, a través de redes sociales y/o aplicación móvil, donde los donantes puedan compartir sus experiencias y motivar a otros. Lo anterior puede desarrollarse a través de la entrega de certificados de agradecimiento por la donación personalizados y promover la vinculación de empresas locales para proporcionar descuentos exclusivos a donantes leales.

Desde el factor Motivación del Donante (MD), como estrategia pueden implementarse campañas que resalten el impacto directo de la donación en salvar vidas y colaborar con otras organizaciones aliadas para ofrecer incentivos simbólicos como certificados de agradecimiento. Lo anterior puede realizarse a través de la creación de campañas emocionales que destaquen historias de vidas salvadas, facilitar los testimonios de donantes y receptores de sangre y la utilización de las redes sociales para compartir impactantes casos de éxito.

Finalmente, desde los Motivos Altruistas (MA), como estrategias se pueden desarrollar campañas que destaquen las historias personales de personas que han sido beneficiadas por donaciones de sangre y educar sobre cómo la donación de sangre contribuye al bienestar de la sociedad en general. Esto puede desarrollarse a través de la colaboración con organizaciones benéficas para enfocarse en proyectos específicos financiados por las donaciones y la publicación de informes regulares sobre cómo las donaciones están siendo utilizadas para salvar vidas.

Además de las anteriores estrategias específicas por cada factor, hay algunas generales que pueden aplicarse a varios de ellos, como por ejemplo la implementación de programas educativos en escuelas y comunidades para crear conciencia desde una edad temprana, buscar la colaboración de celebridades o figuras públicas (influenciadores digitales) para respaldar y promover la donación de sangre y utilizar las diferentes redes sociales para realizar marketing digital y difundiendo mensajes de donación y creando campañas virales.

*Tabla 7. Estrategias y Tácticas propuestas*

Factores	Estrategias	Tácticas o Acciones específicas
<b>Autoeficacia (AE)</b>	Desarrollar materiales informativos y tutoriales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de videos cortos mostrando el proceso de donación.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de folletos claros y sencillos que expliquen el proceso paso a paso.</li> <li>• Establecimiento de sesiones informativas en línea para resolver dudas y mitos.</li> </ul>
<b>Control de Comportamiento (CC)</b>	Facilitar y hacer conveniente la donación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de unidades móviles de donación en lugares de alta afluencia.</li> <li>• Establecimiento de puntos de donación en empresas, universidades y centros comerciales.</li> <li>• Oferta de horarios (citas) flexibles, incluyendo fines de semana y horarios extendidos.</li> </ul>
<b>Intención de Participar (IP)</b>	Fomentar la participación de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de eventos de donación de sangre en colaboración con comunidades locales.</li> <li>• Creación de desafíos amigables entre grupos, como empresas o escuelas, para aumentar la participación.</li> <li>• Colaboración con autoridades locales para hacer eventos de donación parte de festivales o actividades comunitarias.</li> </ul>
<b>Lealtad Altruista (LA)</b>	Reconocer y recompensar la lealtad de los donantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento de programas de reconocimiento para donantes frecuentes.</li> <li>• Entrega de certificados de agradecimiento personalizados.</li> <li>• Colaboración con empresas locales para proporcionar descuentos exclusivos a donantes leales.</li> </ul>
<b>Motivación del Donante (MD)</b>	Conectar emocionalmente con los donantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de campañas emocionales que destaquen historias de vidas salvadas.</li> <li>• Recopilación de testimonios de donantes y receptores de sangre.</li> <li>• Utilizar redes sociales para compartir impactantes casos de éxito.</li> </ul>
<b>Motivos Altruistas (MA)</b>	Resaltar el impacto positivo en la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de campañas que muestren cómo la donación de sangre contribuye a la salud comunitaria.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>• Colaboración con organizaciones benéficas para enfocarse en proyectos específicos financiados por las donaciones.</li><li>• Publicación de informes regulares sobre cómo las donaciones están siendo utilizadas para salvar vidas.</li></ul>
--	--	--

*Fuente: elaboración propia*

## 4. Conclusiones y recomendaciones

El presente trabajo tuvo como uno de sus objetivos identificar los factores asociados a la intención de donar sangre a través de una revisión de la literatura. La revisión de la literatura reveló que la teoría del comportamiento planificado es uno de los sustentos teóricos más utilizados al momento de buscar explicaciones en torno a la donación de sangre, esto debido a que a través de ella es posible identificar una secuencia lógica del proceso de pensamiento-comportamiento que provoca la intención de donación de sangre. Algunos otros autores también complementaron sus trabajos con factores como los sociológicos, demográficos o culturales para explicar las intenciones y comportamientos frente a la donación de sangre.

Investigaciones previas, como el estudio de Zhang et al. (2021), han demostrado que la teoría del comportamiento planificado y sus componentes, como la actitud, las normas subjetivas y el control percibido, pueden ser herramientas efectivas para anticipar la intención futura de donar sangre.

Otro enfoque explorado por investigadores como Duh & Dabula (2021) ha puesto énfasis en características demográficas como la edad, el género, la educación y la experiencia, y cómo estas influyen en la disposición a donar. Además, la revisión también identificó en estos mismos autores, que una adecuada sensibilización sobre la importancia de la donación de sangre no solo genera una percepción positiva, sino también impulsa la motivación hacia la donación de sangre. Esto sugiere que cuanto más informada esté una persona acerca de la sangre y su necesidad, mayor es la probabilidad de que opte por donar.

Este trabajo buscó contribuir a, cómo lo han señalado autores como Zhang et al. (2021) que, para fomentar un mayor número de donantes regulares de sangre voluntaria, es imperativo investigar en profundidad los factores que influyen en la intención de donar sangre. El desarrollo de medidas estándar para evaluar la actitud hacia la donación, las normas subjetivas, el control conductual percibido y la intención en el contexto de la donación de sangre no solo puede contribuir a predecir la intención de donar sangre entre quienes ya donan, sino también a comprender los motivos subyacentes y las intenciones de aquellos que consideran la donación voluntaria de sangre, como indicaron Salazar-Concha & Ramírez-Correa (2021)

En conclusión, identificar los factores asociados con la intención de donar sangre es crucial para alentar a más personas a convertirse en donantes voluntarios de sangre regulares ya que la tasa de participación como donantes aun en muy baja en nuestro contexto. Las métricas comunes para la actitud de donación, la norma subjetiva, el control conductual

percibido y la intención para el contexto de la donación de sangre pueden ayudar a predecir la intención de donar sangre entre los donantes de sangre.

Un segundo objetivo del presente trabajo académico fue establecer los factores asociados a la intención de donar sangre por parte de los habitantes de la ciudad de Medellín. El estudio tuvo como referencia el modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado para utilizar algunos factores de diferentes modelos que tuvieran algún tipo de poder explicativo sobre la intención de donar sangre. A través de la aplicación de un instrumento se encontró que la intención de participar, la autoeficacia, la motivación del donante, la motivación altruista y el control de comportamiento influyen significativamente en la intención de donar sangre.

El modelo final propuesto explicó el 59,7% de la varianza total en la intención de donar sangre. Los hallazgos aportan elementos para centrarse en algunas barreras y factores motivacionales del comportamiento de donación de sangre y a través de los resultados puede observarse que en la donación de sangre está muy influenciada por factores como la intención de participar en una causa o motivados por el altruismo que esta despierta entre la comunidad. Al respecto, el estudio encontró que el altruismo, a nivel de motivos altruistas (H6) generados por este sentimiento, predecían positivamente la intención de donar sangre. También se encontró que la autoeficacia y la motivación del donante también predecían positivamente la intención de donar sangre. Por lo anterior, la comunicación voz a voz y la referencia entre familiares, amigos o conocidos es una forma importante de atraer nuevos donantes, y la motivación altruista desempeña un papel importante en este sentido; esto también pudo evidenciarse en las respuestas dadas al preguntar sobre los medios a través de los cuales se enteran de la donación de sangre, donde amigos y familiares destacan en un 72% y un 64,4% de los casos respectivamente.

El trabajo mostró que las actitudes hacia el comportamiento (motivadores) tienen un valor positivo y alto hacia la intención de donar sangre en concordancia con los hallazgos de otros trabajos previos como el de Hamid et al. (2013) donde se identificó que el principal motivador para donar sangre fue el altruismo. El trabajo también encontró que el control conductual percibido del donante fue un predictor significativo de la intención de donar sangre, en concordancia con lo hallado por autores como Hamid et al. (2013).

Estos hallazgos subrayan la complejidad de la toma de decisiones relacionadas con la donación de sangre y destacan la necesidad de abordar estos aspectos en futuras estrategias y campañas de promoción de la donación y sugieren que proporcionar información clara y accesible sobre el proceso de donación, así como brindar apoyo y acompañamiento durante el proceso, puede aumentar la percepción de autoeficacia y, en última instancia, motivar a más personas a donar sangre; también fomentar un sentido de contribución altruista y enfocarse en el bienestar colectivo puede aumentar la motivación

de las personas para donar y mejorar su disposición a participar en actividades relacionadas con la donación. Finalmente, proporcionar información clara sobre los lugares y horarios de donación, así como simplificar el proceso de registro y donación, puede mejorar el sentido de control personal y facilitar la toma de decisiones para donar sangre. Estos resultados resaltan la necesidad de enfoques integrales que consideren la importancia de la autoeficacia, la motivación altruista y el control de comportamiento para aumentar las tasas de donación. Estas conclusiones pueden servir como base para el diseño de estrategias efectivas de promoción de la donación de sangre y, en última instancia, contribuir a garantizar el suministro adecuado de sangre segura para el beneficio de la comunidad.

En conclusión, el trabajo académico encontró que la intención de donar sangre está influenciada por varios factores, incluido la intención de participar, la autoeficacia, la motivación del donante, los motivos altruistas y el control del comportamiento. El estudio tomó como referencia el modelo de la teoría del comportamiento planificado para identificar los factores que influyen en la intención de donar sangre y descubrió que este modelo y otros derivados o complementarios son una herramienta útil para predecir el comportamiento de donación de sangre. El trabajo también reveló que los motivos altruistas son un importante factor por considerar al momento de evaluar la intención de donación de sangre. Los hallazgos del trabajo brindan información sobre los factores que influyen en el comportamiento de donación de sangre y pueden usarse para desarrollar estrategias para aumentar las tasas de donación de sangre en la ciudad de Medellín.

El objetivo general de este trabajo académico era diseñar estrategias y tácticas para la donación de sangre basadas en los factores asociados a la intención de donar sangre entre los habitantes de Medellín. A través de un enfoque basado en el marketing y la identificación de factores determinantes, se buscó no solo entender las motivaciones detrás de la intención de donar, sino también diseñar estrategias y tácticas específicas que fomenten la participación de los habitantes de la ciudad en acto. Con el objetivo general de proponer estrategias y tácticas de marketing efectivas, se identificaron seis factores clave que influyen en la decisión de donar sangre: 1) la autoeficacia, 2) el control de comportamiento, 3) la intención de participar, 4) la lealtad altruista, 5) la motivación del donante y 6) los motivos altruistas. La identificación de estos seis factores ofrece un marco para el desarrollo de acciones efectivas, con el objetivo último de consolidar una cultura de donación sostenible y contribuir significativamente al abastecimiento de bancos de sangre locales.

Los aportes estratégicos y tácticos que pueden encontrarse en cada uno de los factores anteriormente enunciados pueden identificarse así: 1) Autoeficacia. Se evidenció que la autoeficacia, entendida como la percepción de la capacidad individual para llevar a cabo la donación de sangre, tiene un impacto significativo en la intención de donar. Se recomienda

diseñar campañas educativas que refuercen la confianza en las habilidades de los potenciales donantes, proporcionando información clara y motivadora sobre el proceso de donación. 2) El control de comportamiento, relacionado con la percepción de control sobre la propia decisión de donar sangre, se reveló como un factor determinante. Estrategias que enfatizan la autonomía y facilidad en el proceso de donación, como la implementación de centros de donación accesibles y horarios flexibles, pueden aumentar la disposición de la población a participar. 3) La intención de participar en eventos o campañas de donación demostró ser un predictor clave de la donación efectiva. Se sugiere la implementación de eventos comunitarios, colaboraciones con empresas locales y campañas a través de redes sociales y medios de comunicación masivos que generen interés y compromiso en la población. 4) La motivación del donante, asociada a los incentivos emocionales y personales para donar, debe ser considerada en la formulación de estrategias. Campañas que resalten las historias de impacto, testimonios de beneficiarios y la conexión personal con la causa pueden incrementar la motivación y generar una respuesta más positiva. 5) Los motivos altruistas, como el deseo de ayudar a los demás, demostraron ser un poderoso estímulo para la donación. Estrategias que resalten el impacto social y humanitario de la donación, así como la creación de campañas con mensajes emocionales, pueden fortalecer el vínculo entre la población y la causa de la donación de sangre.

En resumen, el diseño de estrategias y tácticas efectivas para la donación de sangre en Medellín debe abordar estos factores identificados, reconociendo la complejidad de las motivaciones individuales y fomentando una cultura altruista. La implementación integrada de estas recomendaciones podría generar un impacto significativo en la promoción de la donación de sangre en la ciudad, contribuyendo así a satisfacer las necesidades de los bancos de sangre y en última instancia, a salvar vidas.

En conclusión, el trabajo brinda valiosos aportes sobre los factores que influyen en la intención de donar sangre entre los habitantes de la ciudad de Medellín. El estudio destaca la necesidad de una mayor conciencia sobre la donación de sangre y la importancia de la donación de sangre regular. Los hallazgos de este trabajo pueden utilizarse para desarrollar además de las estrategias y tácticas esbozadas, otras para incrementar el número de donantes de sangre en la ciudad de Medellín y garantizar un suministro adecuado de sangre para los pacientes que la necesitan.

#### **A manera de discusión: Nuevas ideas y caminos para incentivar la donación de sangre**

La donación de sangre es un acto altruista y vital que desempeña un papel fundamental en la salvación de vidas y en el bienestar de la comunidad. En el marco de nuestro trabajo académico, cuyo objetivo general ha sido proponer estrategias y tácticas desde el marketing para la donación de sangre a partir de los factores asociados a la intención de donar sangre

en habitantes de la ciudad de Medellín, se han descubierto una serie de relaciones significativas entre diversos elementos clave y la intención de realizar esta valiosa contribución. Los hallazgos muestran que la intención de participar en actividades de donación, la motivación del donante, la autoeficacia percibida, la motivación altruista y el control de comportamiento son factores que influyen de manera significativa en la disposición de las personas a donar sangre. En esta sección, nos enfocaremos en explorar nuevas ideas y en trazar caminos innovadores que puedan incentivar la donación de sangre en la población de Medellín. Nuestro objetivo es proponer estrategias y enfoques integrales que, basados en los resultados de este estudio, puedan aumentar la participación en la donación de sangre y, en última instancia, contribuir a garantizar el abastecimiento suficiente de sangre segura para el beneficio de la salud pública. A través de la combinación de evidencia científica y enfoques innovadores en la formulación de propuestas, esperamos aportar soluciones que motiven a más individuos a convertirse en donantes activos y de esta manera, fortalecer la solidaridad y el compromiso social con la salud de la comunidad.

El trabajo académico tuvo como objetivo proponer estrategias y tácticas desde el marketing para la donación de sangre a partir de los factores asociados a la intención de donar sangre en habitantes de la ciudad de Medellín. Previa y principalmente en otros contextos, se han realizado varios estudios para comprender los factores que influyen en el comportamiento de donación de sangre. El modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado se ha utilizado en muchos estudios para identificar los factores que influyen en la intención de donar sangre. El modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado sugiere que la intención de donar sangre está influenciada por la actitud, las normas subjetivas y el control conductual percibido; así mismo se ha encontrado que las características sociodemográficas, el conocimiento y la autoeficacia también se encuentran asociadas con la intención de donar sangre (Ting et al., 2021).

Como pudo corroborarse con el presente trabajo, los factores asociados a la donación de sangre son múltiples, igual que sus fuentes, lo que se convierte en un reto para quienes deseen intervenir y trabajar con ellos. Sin embargo, es posible plantear algunas ideas y vislumbrar algunas perspectivas para incentivar la donación de sangre:

Lanzar una campaña a nivel nacional o regional: se puede lanzar una campaña para aumentar la conciencia sobre la importancia de donar sangre y plasma. La campaña puede estar dirigida a alentar a las personas a crear hábitos de donación nuevos y regulares. Con lo observado en el presente trabajo y previamente por las instituciones encargadas del tema como Instituto Nacional de Salud (2020) la tasa de donación en Colombia aún se encuentra muy baja comparada con otros; esto se convierte en una oportunidad de mejora y crecimiento de dichos indicadores, ya que por lo experimentado en la práctica, cuando un donante es captado y motivado adecuadamente se convierte en regular, tenido como

ejemplo y referencia el trabajo realizado por la Cruz Roja Seccional Antioquia con los donantes de plaquetas. Esto se puede hacer a través de varios medios de comunicación, priorizando las nuevas tecnologías como internet y las redes sociales que han sido referidos como los medios más utilizados para informarse acerca de las campañas de donación de sangre.

Asociarse con negocios locales: asociarse con negocios locales, gimnasios, supermercados y centros comerciales, universidades, bibliotecas y organizaciones religiosas puede ayudar a llegar a más personas. Estas organizaciones pueden organizar campañas de donación de sangre para animar a más personas a donar; en la actualidad este tipo de instituciones si bien presta sus espacios para campañas de donación de sangre, rara vez intervienen en promoverlas activamente. Lograr una participación más activa de este tipo de establecimientos e instituciones puede dar un mayor impulso a las campañas de donación de sangre.

Usar contenido previamente escrito: incluir información en boletines o enviar información a través de otros canales de divulgación, como el correo electrónico, utilizando contenido previamente escrito puede ayudar a difundir la importancia de la donación de sangre. Redactar una publicación de blog para un sitio web o una red social sobre la importancia de la donación de sangre también puede ser un punto de partida.

Organizar campañas de donación de sangre: trabajar con los otros bancos de sangre locales para organizar campañas de donación de sangre puede ser una forma eficaz de alentar a más personas a donar. Aunque muchos de los bancos e instituciones basan gran parte de sus ingresos en la distribución y comercialización de los hemocomponentes captados, trabajar en conjunto con otros bancos sumaría sinergias y haría el proceso de las campañas de donación de sangre más eficiente (y eficaz).

Continuar investigando los factores asociados a la donación de sangre: la investigación puede ayudar a ampliar el alcance de la donación de sangre. Esto puede incluir la exploración de otros factores como los educativos, culturales, religiosos o étnicos que han sido puestos a prueba en otras latitudes. La investigación, como propone Ferguson (2021), también puede explorar nuevas vías para atraer y retener a los donantes de sangre.

Fomentar la donación de sangre es crucial ya que a cada instante alguien necesita sangre para cirugías, tratamientos contra el cáncer y otros procedimientos médicos. Al implementar estas ideas, se puede alentar a más personas a donar sangre y se pueden salvar más vidas.

## Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (1998). Models of human social behavior and their application to health psychology. *Psychology and Health*, 13(4), 735–739. <https://doi.org/10.1080/08870449808407426>
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Amponsah-Afuwape, S. A., Myers, L. B., & Newman, S. P. (2002). Cognitive predictors of ethnic minorities' blood donation intention. *Psychology, Health and Medicine*, 7(3), 357–361. <https://doi.org/10.1080/13548500220139359>
- Andreoni, J. (1990). Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving. *The Economic Journal*, 100(401), 464. <https://doi.org/10.2307/2234133>
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Social cognitive determinants of blood donation. *Journal of Applied Social Psychology*, 31(7), 1431–1457. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2001.tb02681.x>
- Balegh, S., Marcus, N., Dubuc, S., Godin, G., France, C. R., & Ditto, B. (2016). Increasing nondonors' intention to give blood: Addressing common barriers. *Transfusion*, 56(2), 433–439. <https://doi.org/10.1111/trf.13386>
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. In *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc.
- Bednall, T. C., Bove, L. L., Cheetham, A., & Murray, A. L. (2013a). A systematic review and meta-analysis of antecedents of blood donation behavior and intentions. In *Social Science and Medicine* (Vol. 96, pp. 86–94). <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2013.07.022>
- Bednall, T. C., Bove, L. L., Cheetham, A., & Murray, A. L. (2013b). A systematic review and meta-analysis of antecedents of blood donation behavior and intentions. In *Social Science and Medicine* (Vol. 96, pp. 86–94). <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2013.07.022>

- Beyerlein, K. (2016). The effect of religion on blood donation in the United States. *Sociology of Religion: A Quarterly Review*, 77(4), 408–435. <https://doi.org/10.1093/socrel/srw016>
- Bhattacharjee, A. (2000). Acceptance of e-commerce services: the case of electronic brokerages. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics - Part A: Systems and Humans*, 30(4), 411–420. <https://doi.org/10.1109/3468.852435>
- Bossolan, R. P., Perosa, G. B., & Padovani, C. R. (2011). A doação de sangue sob a ótica de escolares: Concepções e valores. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 24(3), 495–503. <https://doi.org/10.1590/S0102-79722011000300010>
- Brief, A. P., & Motowidlo, S. J. (1986). Prosocial Organizational Behaviors. *Academy of Management Review*, 11(4), 710–725. <https://doi.org/10.5465/amr.1986.4283909>
- Bruner, G. C. (2012). *Marketing scales handbook A compilation of multi-item measures for consumer behavior & advertising research Volume 6*. GCBII Productions.
- Bruner, G. C. (2019). *Marketing scales handbook : multi-item measures for consumer insight research. Volume 10*.
- Burditt, C., Robbins, M. L., Paiva, A., Velicer, W. F., Koblin, B., & Kessler, D. (2009). Motivation for blood donation among African Americans: Developing measures for stage of change, decisional balance, and self-efficacy constructs. *Journal of Behavioral Medicine*, 32(5), 429–442. <https://doi.org/10.1007/s10865-009-9214-7>
- Burnett, J. J., & Wood, V. R. (1988). A proposed model of the donation decision process. *Research in Consumer Behavior*, 3, 1–47.
- Callero, P. L., & Piliavin, J. A. (1983). Developing a Commitment to Blood Donation: The Impact of One's First Experience. *Journal of Applied Social Psychology*, 13(1), 1–16. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1983.tb00883.x>
- Chacón, F., Vecina, M. L., & Dávila, M. C. (2007). The three-stage model of volunteers' duration of service. *Social Behavior and Personality*, 35(5), 627–642. <https://doi.org/10.2224/sbp.2007.35.5.627>
- Charseatd, P. (2016). Role of religious beliefs in blood donation behavior among the youngster in Iran: A theory of planned behavior perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 7(3), 250–263. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2014-0037>

- Chen, L. (2017a). Applying the extended theory of planned behaviour to predict Chinese people's non-remunerated blood donation intention and behaviour: The roles of perceived risk and trust in blood collection agencies. *Asian Journal of Social Psychology*, 20(3–4), 221–231. <https://doi.org/10.1111/ajsp.12190>
- Chen, L. (2017b). Applying the extended theory of planned behaviour to predict Chinese people's non-remunerated blood donation intention and behaviour: The roles of perceived risk and trust in blood collection agencies. *Asian Journal of Social Psychology*, 20(3–4), 221–231. <https://doi.org/10.1111/ajsp.12190>
- Clowes, R., & Masser, B. M. (2012). Right here, right now: The impact of the blood donation context on anxiety, attitudes, subjective norms, self-efficacy, and intention to donate blood. *Transfusion*, 52(7), 1560–1565. <https://doi.org/10.1111/j.1537-2995.2011.03486.x>
- Cohen, J. (1992a). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.155>
- Cohen, J. (1992b). Statistical Power Analysis. *Current Directions in Psychological Science*, 1(3), 98–101. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10768783>
- Condie, S. J., Warner, W. K., & Gillman, D. C. (1976). Getting blood from collective turnips: Volunteer donation in mass blood drives. *Journal of Applied Psychology*, 61(3), 290–294. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.61.3.290>
- Conner, M., Godin, G., Sheeran, P., & Germain, M. (2013). Some feelings are more important: Cognitive attitudes, Affective attitudes, Anticipated affect, And blood donation. *Health Psychology*, 32(3), 264–272. <https://doi.org/10.1037/a0028500>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. Plenum.
- Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent Partial Least Squares Path Modeling. *MIS Quarterly*, 39(2), 297–316. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2015/39.2.02>
- Duh, H. I., & Dabula, N. (2021). Millennials' socio-psychology and blood donation intention developed from social media communications: A survey of university students. *Telematics and Informatics*, 58, 101534. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101534>
- Faqah, A., Moiz, B., Shahid, F., Ibrahim, M., & Raheem, A. (2015). Assessment of blood donation intention among medical students in Pakistan - An application of theory of

- planned behavior. *Transfusion and Apheresis Science*, 53(3), 353–359. <https://doi.org/10.1016/j.transci.2015.07.003>
- Farley, S. D., & Stasson, M. F. (2003). Relative Influences of Affect and Cognition on Behavior: Are Feelings or Beliefs More Related to Blood Donation Intentions? *Experimental Psychology*, 50(1), 55–62. <https://doi.org/10.1027//1618-3169.50.1.55>
- Felts, W. M., & Glascoff, M. A. (1991). Blood donation and transfusion: A primer for health educators. *Journal of Health Education*, 22(4), 244–249. <https://doi.org/10.1080/10556699.1991.10614623>
- Ferguson, E. (1996). Predictors of future behaviour: A review of the psychological literature on blood donation. *British Journal of Health Psychology*, 1(4), 287–308. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8287.1996.tb00510.x>
- Ferguson, E. (2021). Strategies and theories to attract and retain blood donors: fairness, reciprocity, equity and warm-glow. *ISBT Science Series*, 16(3), 219–225. <https://doi.org/10.1111/voxs.12640>
- Ferguson, E., Atsma, F., De Kort, W., & Veldhuizen, I. (2012). Exploring the pattern of blood donor beliefs in first-time, novice, and experienced donors: Differentiating reluctant altruism, pure altruism, impure altruism, and warm glow. *Transfusion*, 52(2), 343–355. <https://doi.org/10.1111/j.1537-2995.2011.03279.x>
- Ferguson, E., Farrell, K., & Lawrence, C. (2008). Blood Donation is an Act of Benevolence Rather Than Altruism. *Health Psychology*, 27(3), 327–336. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.27.3.327>
- Ferrari, J. R., Barone, R. C., Jason, L. A., & Rose, T. (1985). The use of incentives to increase blood donations. *Journal of Social Psychology*, 125(6), 791–793. <https://doi.org/10.1080/00224545.1985.9713559>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382. <https://doi.org/10.2307/3150980>
- France, C. R., France, J. L., Carlson, B. W., Frye, V., Duffy, L., Kessler, D. A., Reboza, M., & Shaz, B. H. (2017). Applying self-determination theory to the blood donation context: The blood donor competence, autonomy, and relatedness enhancement (Blood Donor

- CARE) trial. *Contemporary Clinical Trials*, 53, 44–51. <https://doi.org/10.1016/j.cct.2016.12.010>
- France, J. L., France, C. R., & Himawan, L. K. (2007). A path analysis of intention to redonate among experienced blood donors: An extension of the theory of planned behavior. *Transfusion*, 47(6), 1006–1013. <https://doi.org/10.1111/j.1537-2995.2007.01236.x>
- France, J. L., Kowalsky, J. M., France, C. R., McGlone, S. T., Himawan, L. K., Kessler, D. A., & Shaz, B. H. (2014). Development of common metrics for donation attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and intention for the blood donation context. *Transfusion*, 54(3 Pt 2), 839–847. <https://doi.org/10.1111/trf.12471>
- Giles, M., & Cairns, E. (1995a). Blood donation and Ajzen's theory of planned behaviour: An examination of perceived behavioural control. *British Journal of Social Psychology*, 34(2), 173–188. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1995.tb01056.x>
- Giles, M., & Cairns, E. (1995b). Blood donation and Ajzen's theory of planned behaviour: An examination of perceived behavioural control. *British Journal of Social Psychology*, 34(2), 173–188. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1995.tb01056.x>
- Giles, M., McClenahan, C., Cairns, E., & Mallet, J. (2004a). An application of the Theory of Planned Behaviour to blood donation: The importance of self-efficacy. *Health Education Research*, 19(4), 380–391. <https://doi.org/10.1093/her/cyg063>
- Giles, M., McClenahan, C., Cairns, E., & Mallet, J. (2004b). An application of the Theory of Planned Behaviour to blood donation: The importance of self-efficacy. *Health Education Research*, 19(4), 380–391. <https://doi.org/10.1093/her/cyg063>
- Giles, M., McClenahan, C., Cairns, E., & Mallet, J. (2004c). An application of the Theory of Planned Behaviour to blood donation: The importance of self-efficacy. *Health Education Research*, 19(4), 380–391. <https://doi.org/10.1093/her/cyg063>
- Gillum, R. F., & Masters, K. S. (2010). Religiousness and blood donation findings from a national survey. *Journal of Health Psychology*, 15(2), 163–172. <https://doi.org/10.1177/1359105309345171>
- Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (2008). *Health behavior and health education: Theory, research, and practice*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Godin, G., Sheeran, P., Conner, M., Germain, M., Blondeau, D., Gagné, C., Beaulieu, D., & Naccache, H. (2005). Factors explaining the intention to give blood among the general

- population. *Vox Sanguinis*, 89(3), 140–149. <https://doi.org/10.1111/j.1423-0410.2005.00674.x>
- Grau, S. L., & Folse, J. A. G. (2007). Cause-Related Marketing (CRM): The Influence of Donation Proximity and Message-Framing Cues on the Less-Involved Consumer. *Journal of Advertising*, 36(4), 19–33. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367360402>
- Guglielmetti Mugion, R., Pasca, M. G., Di Di Pietro, L., & Renzi, M. F. (2021). Promoting the propensity for blood donation through the understanding of its determinants. *BMC Health Services Research*, 21(1), 127. <https://doi.org/10.1186/s12913-021-06134-8>
- Haddad, A., Bou Assi, T., Baz, E., Samaha, H., Hachem, B., Feghali, R., Jisr, T., Haddad, C., Barakett, V., Malaud Wakim, P., & Garraud, O. (2019). Blood donations mode: Assessment of the Lebanese model. In *Transfusion Clinique et Biologique* (Vol. 26, Issue 4, pp. 341–345). Elsevier Masson SAS. <https://doi.org/10.1016/j.tracli.2019.02.009>
- Hagger, M. S., & Chatzisarantis, N. L. D. (2009). Integrating the theory of planned behaviour and self-determination theory in health behaviour: A meta-analysis. *British Journal of Health Psychology*, 14(2), 275–302. <https://doi.org/10.1348/135910708X373959>
- Hagger, M. S., & Chatzisarantis, N. L. D. (2016). The Trans-Contextual Model of Autonomous Motivation in Education: Conceptual and Empirical Issues and Meta-Analysis. *Review of Educational Research*, 86(2), 360–407. <https://doi.org/10.3102/0034654315585005>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). Rethinking some of the rethinking of partial least squares. *European Journal of Marketing*, 53(4), 566–584. <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2018-0665>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Sage Publications, Inc.
- Hamid, N. Z. A., Basiruddin, R., & Hassan, N. (2013). Factors Influencing the Intention to Donate Blood: The Application of the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Social Science and Humanity*, 344–348. <https://doi.org/10.7763/IJSSH.2013.V3.259>
- Holdershaw, J., Gendall, P., & Wright, M. (2011). Predicting blood donation behaviour: Further application of the theory of planned behaviour. *Journal of Social Marketing*, 1(2), 120–132. <https://doi.org/10.1108/20426761111141878>

- Hong, J. M., & Lee, W. N. (2020). The stages-of-change approach for prosocial behavior: Message tailoring to encourage blood donation. *Journal of Applied Social Psychology*. <https://doi.org/10.1111/jasp.12727>
- Hossain Parash, M., Suki, N. M., Shimmi, S. C., Hossain, A. B. M. T., & Murthy, K. D. (2020). Examining students' intention to perform voluntary blood donation using a theory of planned behaviour: A structural equation modelling approach. *Transfusion Clinique et Biologique*, 27(2), 70–77. <https://doi.org/10.1016/j.tracli.2020.02.002>
- Huang, M., Chen, Ip., & Chung, S. (2022). The Theory of Planned Behavior for the Improvement of the Delayed Blood Donation Cycle, Optimization of the Planning Behavior, and Donor Intention. *BioMed Research International*, 2022, 1–11. <https://doi.org/10.1155/2022/3806431>
- Hyde, M. K., Knowles, S. R., & White, K. M. (2013). Donating blood and organs: Using an extended theory of planned behavior perspective to identify similarities and differences in individual motivations to donate. *Health Education Research*, 28(6), 1092–1104. <https://doi.org/10.1093/her/cyt078>
- Instituto Nacional de Salud. (2018a). *Boletín Seguridad Transfusional: Vol. Número 1,*
- Instituto Nacional de Salud. (2018b). *Boletín Seguridad Transfusional: Vol. Número 1,*
- Instituto Nacional de Salud. (2019a). *Informe ejecutivo de la red nacional de bancos de sangre, Colombia 2018.*
- Instituto Nacional de Salud. (2019b). *Informe ejecutivo de la red nacional de bancos de sangre, Colombia 2018.*
- Instituto Nacional de Salud. (2020). *Informe preliminar de donaciones de sangre en Colombia 2019.*
- Invima. (2014). *abc Bancos de Sangre: puestos fijos y móviles de recolección.*
- Jalalian, M., Latiff, L., Hassan, S. T. S., Hanachi, P., & Othman, M. (2010). Development of a questionnaire for assessing factors predicting blood donation among university students: a pilot study. *The Southeast Asian Journal of Tropical Medicine and Public Health*, 41(3), 660–666.

- Jones, T., Taylor, S. F., & Bansal, H. S. (2008). Commitment to a friend, a service provider, or a service company—are they distinctions worth making? *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(4), 473–487. <https://doi.org/10.1007/s11747-008-0107-z>
- Kaiser, U., Schreier, M., & Janiszewski, C. (2017). The Self-Expressive Customization of a Product Can Improve Performance. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 816–831. <https://doi.org/10.1509/jmr.14.0293>
- Karacan, E., Cengiz Seval, G., Aktan, Z., Ayli, M., & Palabiyikoglu, R. (2013). Blood donors and factors impacting the blood donation decision: Motives for donating blood in Turkish sample. *Transfusion and Apheresis Science*, 49(3), 468–473. <https://doi.org/10.1016/j.transci.2013.04.044>
- Kassie, A., Azale, T., & Nigusie, A. (2020). Intention to donate blood and its predictors among adults of Gondar city: Using theory of planned behavior. *PLOS ONE*, 15(3), e0228929. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0228929>
- LaHuis, D. M., & Ferguson, M. W. (2009). The accuracy of significance tests for slope variance components in multilevel random coefficient models. *Organizational Research Methods*, 12(3), 418–435. <https://doi.org/10.1177/1094428107308984>
- Landsteiner, K. (1961). On Agglutination of Normal Human Blood. *Transfusion*, 1(1), 5–8. <https://doi.org/10.1111/j.1537-2995.1961.tb00005.x>
- Lee, L., Piliavin, J. A., & Call, V. R. A. (1999). Giving time, money, and blood: Similarities and differences. *Social Psychology Quarterly*, 62(3), 276–290. <https://doi.org/10.2307/2695864>
- Lightman, E. S. (1982). Technique bias in measuring acts of altruism. The case of voluntary blood donation. *Social Science and Medicine*, 16(18), 1627–1633. [https://doi.org/10.1016/0277-9536\(82\)90293-3](https://doi.org/10.1016/0277-9536(82)90293-3)
- Ling, L. M., Hui, T. S., Tan, A. K. G., & Ling, G. S. (2018). Determinants of blood donation status in Malaysia: Profiling the non-donors, occasional donors and regular donors. *Kajian Malaysia*, 36(1), 43–62. <https://doi.org/10.21315/km2018.36.1.3>
- Masser, B. M., Bednall, T. C., White, K. M., & Terry, D. (2012). Predicting the retention of first-time donors using an extended theory of planned behavior. *Transfusion*, 52(6), 1303–1310. <https://doi.org/10.1111/j.1537-2995.2011.03479.x>

- Masser, B. M., White, K. M., Hyde, M. K., Terry, D. J., & Robinson, N. G. (2009). Predicting blood donation intentions and behavior among Australian blood donors: Testing an extended theory of planned behavior model. *Transfusion, 49*(2), 320–329. <https://doi.org/10.1111/j.1537-2995.2008.01981.x>
- McCombie, R. P. (1991). Blood donation patterns of undergraduate students: Family and friendship correlates. *Journal of Community Psychology, 19*(2), 161–165. [https://doi.org/10.1002/1520-6629\(199104\)19:2<161::AID-JCOP2290190207>3.0.CO;2-C](https://doi.org/10.1002/1520-6629(199104)19:2<161::AID-JCOP2290190207>3.0.CO;2-C)
- Mogilner, C., & Aaker, J. (2009). “The Time vs. Money Effect”: Shifting Product Attitudes and Decisions through Personal Connection. *Journal of Consumer Research, 36*(2), 277–291. <https://doi.org/10.1086/597161>
- Moore, R. (1971). Methods for the analysis and prediction of rates of donation of human blood in the United States. *Computers in Biology and Medicine, 1*(3), 223–230. [https://doi.org/10.1016/0010-4825\(71\)90015-1](https://doi.org/10.1016/0010-4825(71)90015-1)
- M’Salleem, W. (2022). Role of motivation in the return of blood donors: mediating roles of the socio-cognitive variables of the theory of planned behavior. *International Review on Public and Nonprofit Marketing, 19*(1), 153–166. <https://doi.org/10.1007/s12208-021-00295-2>
- Nisbet, E. K. L., & Gick, M. L. (2008). Can health psychology help the planet? Applying theory and models of health behaviour to environmental actions. *Canadian Psychology, 49*(4), 296–303. <https://doi.org/10.1037/a0013277>
- Noar, S. M., & Stee, S. (2012). Designing messages for individuals in different stages of change. In *Health communication message design. Theory and practice* (pp. 209–229).
- Nysveen, H. (2005). Intentions to Use Mobile Services: Antecedents and Cross-Service Comparisons. *Journal of the Academy of Marketing Science, 33*(3), 330–346. <https://doi.org/10.1177/0092070305276149>
- Omoto, A. M., & Snyder, M. (1995). Sustained Helping Without Obligation: Motivation, Longevity of Service, and Perceived Attitude Change Among AIDS Volunteers. *Journal of Personality and Social Psychology, 68*(4), 671–686. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.68.4.671>

- Organización Mundial de la Salud. (2020a). *Disponibilidad y seguridad de la sangre a nivel mundial*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/blood-safety-and-availability>
- Organización Mundial de la Salud. (2020b). *Disponibilidad y seguridad de la sangre a nivel mundial*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/blood-safety-and-availability>
- Ottoni-Wilhelm, M. (2017). Altruism and egoism/warm glow in economics and psychology: building a bridge between different experimental approaches. In J. Costa-Font & M. Macis (Eds.), *Social Economics: Current and Emerging Avenues* (pp. 79–108). The MIT Press.
- Packard, G., & Berger, J. (2017). How Language Shapes Word of Mouth's Impact. *Journal of Marketing Research*, 54(4), 572–588. <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0248>
- Piersma, T. W., Bekkers, R., de Kort, W., & Merz, E. M. (2021). Altruism in blood donation: Out of sight out of mind? Closing donation centers influences blood donor lapse. *Health and Place*, 67. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2020.102495>
- Piliavin, J. A., & Callero, P. L. (1991). *Giving Blood: The Development of an Altruistic Identity*. Johns Hopkins University Press,.
- Piliavin, J. A., Callero, P. L., & Evans, D. E. (1982). Addiction to altruism? Opponent-process theory and habitual blood donation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(6), 1200–1213. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.43.6.1200>
- Price, L. L., Feick, L. F., & Guskey, A. (1995). Everyday Market Helping Behavior. *Journal of Public Policy & Marketing*, 14(2), 255–266. <https://doi.org/10.1177/074391569501400207>
- Prochaska, J. O., & DiClemente, C. C. (1982). Transtheoretical therapy: Toward a more integrative model of change. *Psychotherapy*, 19(3), 276–288. <https://doi.org/10.1037/h0088437>
- Prochaska, J. O., & DiClemente, C. C. (1986). Toward a comprehensive model of change. In *Treating addictive behaviors*.
- Puig Rovira, J. M., Graell Martín, M., & Cortel Mañé, G. (2014). Blood donation and citizenship education. An approach from service learning and the theory of don. *Teoria de La Educacion*, 26(2), 141–162. <https://doi.org/10.14201/teoredu2014261141162>

- Pule, P. I., Rachaba, B., Magafu, M. G. M. D., & Habte, D. (2014). Factors Associated with Intention to Donate Blood: Sociodemographic and Past Experience Variables. *Journal of Blood Transfusion, 2014*, 1–7. <https://doi.org/10.1155/2014/571678>
- Reed, A., Aquino, K., & Levy, E. (2007). Moral Identity and Judgments of Charitable Behaviors. *Journal of Marketing, 71*(1), 178–193. <https://doi.org/10.1509/jmkg.71.1.178>
- Rivis, A., & Sheeran, P. (2003). Descriptive norms as an additional predictor in the theory of planned behaviour: A meta-analysis. In *Current Psychology* (Vol. 22, Issue 3, pp. 218–233). Springer New York LLC. <https://doi.org/10.1007/s12144-003-1018-2>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist, 55*(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Salazar-Concha, C., & Ramírez-Correa, P. (2021). Predicting the Intention to Donate Blood among Blood Donors Using a Decision Tree Algorithm. *Symmetry, 13*(8), 1460. <https://doi.org/10.3390/sym13081460>
- Sanquin. (2019). *Which blood types are there?* <https://www.sanquin.nl/en/become-a-donor/about-blood/which-blood-types-are-there>
- Sarason, I. G., Sarason, B. R., Pierce, G. R., Shearin, E. N., & Sayers, M. H. (1991). A Social Learning Approach to Increasing Blood Donations. *Journal of Applied Social Psychology, 21*(11), 896–918. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1991.tb00449.x>
- Sherrod, D. L. (2000). Determining receptivity and responsiveness for conservation: Measurement, models and implications for strategy. *Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences and Engineering, 60*(8-B), 4307.
- Snelling, P. C. (2014). Challenging the Moral Status of Blood Donation. *Health Care Analysis, 22*(4), 340–365. <https://doi.org/10.1007/s10728-012-0221-4>
- Sparks, P. (2000). Subjective Expected Utility-Based Attitude-Behavior Models: The Utility of Self-Identity. In *Attitudes, Behavior, and Social Context* (pp. 31–46). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781410603210-3>
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Information Systems Research, 6*(2), 144–176.

- Ting, C. Y., Lee, Y. F., Lim, C. J., Ting, R. S. K., MD Zahrin, M. M., Ahmad, A. S., Wong, J. S. Y., Arip, M., Zakaria, Z., Ahmad Zaidi Aduce, S., Tnay, J. K. S., & Wong, Y. S. (2021). Factors Associated with Intention to Donate Hematopoietic Stem Cells among Blood Donors. *Transfusion Medicine and Hemotherapy*, 48(3), 188–195. <https://doi.org/10.1159/000512197>
- Tran, N. Y. L., Charbonneau, J., & Valderrama-Benitez, V. (2013). Blood donation practices, motivations and beliefs in Montreal's Black communities: The modern gift under a new light. *Ethnicity and Health*, 18(6), 508–529. <https://doi.org/10.1080/13557858.2012.734279>
- van Dongen, A. (2015). Easy come, easy go: Retention of blood donors. *Transfusion Medicine*, 25(4), 227–233. <https://doi.org/10.1111/tme.12249>
- Vesterlund, L. (2006). *Why do people give? The nonprofit sector: A research handbook 2*.
- Wildman, J., & Hollingsworth, B. (2009). Blood donation and the nature of altruism. *Journal of Health Economics*, 28(2), 492–503. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2008.11.005>
- Williams, L. A., Sun, J., & Masser, B. (2019). Integrating self-determination theory and the theory of planned behaviour to predict intention to donate blood. *Transfusion Medicine*, 29(S1), 59–64. <https://doi.org/10.1111/tme.12566>
- Zelege, A. M., & Azene, Z. N. (2022). Willingness and Its Associated Factors for Blood Donation in Gondar Town, Northwest Ethiopia: A Community-Based Cross-Sectional Study. *Hygiene*, 2(4), 212–225. <https://doi.org/10.3390/hygiene2040019>
- Zhang, L., Yao, M., Liu, H., & Zheng, S. (2021). The Effect of Functional Motivation on Future Intention to Donate Blood: Moderating Role of the Blood Donor's Stage. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(17), 9115. <https://doi.org/10.3390/ijerph18179115>
- Zucoloto, M., Gonzalez, T., McFarland, W., Custer, B., & Martinez, E. (2019). Does Religiosity Predict Blood Donation in Brazil? *Journal of Religion and Health*. <https://doi.org/10.1007/s10943-019-00802-0>

## Anexo A. Listado de reactivos (ítems) utilizados en el modelo y su clasificación en cada variable

Variable	Reactivo
CC1	Me siento libre de realizar una donación de sangre
CC2	Siento que donar sangre está completamente bajo mi control
CC3a	Dispongo de las facilidades y los medios físicos para desplazarme y realizar una donación de sangre
CC3b	Cuento con los recursos económicos necesarios para desplazarme y realizar una donación de sangre
MD1	Donar sangre es mi elección voluntaria
MD2	Donar sangre es el reflejo del tipo de persona que soy
MD3	Donar sangre es una actividad en la que pienso a menudo
MD4	Donar sangre es una prioridad para mí
MD5	Donar sangre representa quien soy
MD6	Donar sangre sería natural para mí
IS1	Donar sangre es algo en lo que rara vez pienso
IS2	Realmente no tengo ningún sentimiento claro sobre donar sangre
IS3	Donar sangre es una parte importante de quien soy
IS4	Donar sangre significa para mí más que una simple actividad
AE1	Considerando mi estado de salud, estoy seguro de que me iría bien en una próxima donación de sangre
AE2	Tengo confianza en mi estado de salud para realizar una donación de sangre
AE3	Si pienso en una próxima donación de sangre, me siento capaz de realizarla
AE4	Estoy convencido de que mi estado de salud es el adecuado para una donación de sangre
LA1	Me gusta ayudar a otras personas con los procedimientos/trámites previos para la donación de sangre

- LA2 Es probable que haga todo lo que pueda para ayudar a que las campañas de donación de sangre sean mejores
- LA3 Haré todo lo posible para promover la donación de sangre
- MA1 Cuando he donado sangre me ha motivado el deseo de ayudar a las personas
- MA2 He querido ayudar a otras personas que pudieran estar buscando/eligiendo un sitio para realizar una donación de sangre
- MA3 He sentido la preocupación por ser útil para otras personas
- IP1 Estaría dispuesto a participar en campañas para la donación de sangre
- IP2 Consideraría donar sangre para ayudar una causa
- IP3 Es probable que contribuya a una causa asociada a la donación de sangre involucrándome en campañas
- IP4 Planeo ser donante de sangre algún día
- IP5 Me animaría a donar sangre en el futuro
- INT1 Espero donar sangre en los próximos 6 meses
- INT2 Quiero donar sangre en los próximos 6 meses
- INT3 Tengo la intención de donar sangre en los próximos 6 meses

*Fuente: Elaboración propia*

## Anexo B. Resumen estadístico descriptivo

### Demográficos, con respecto a los participantes

La encuesta fue diligenciada por 261 personas ubicadas en su gran mayoría en municipios del valle de Aburrá (94,6%): Medellín (68,6%), Bello (13%), Envigado (5%), Sabaneta (4,6%) e Itagüí (3,4%).

Tabla 8. Participantes por municipio

Municipio	Participantes	Porcentaje
Medellín	179	68,6%
Bello	34	13,0%
Envigado	13	5,0%
Sabaneta	12	4,6%
Itagüí	9	3,4%
Copacabana	3	1,1%
La Estrella	2	0,8%
Caldas	2	0,8%
Girardota	1	0,4%
Guarne	1	0,4%
Rionegro	1	0,4%
Sin respuesta	4	1,5%
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al sexo asignado al nacer, la mayoría de las participantes fueron de sexo femenino (56,3%), seguido de los participantes de sexo masculino (42,1%), intersexuales (0,4%) y quienes prefirieron no decirlo (1,1%).

Tabla 9. Sexo asignado al nacer de los participantes

Sexo	Participantes	Porcentaje
Femenino	147	56,3%
Masculino	110	42,1%
Intersexual	1	0,4%
Prefiero no decirlo	3	1,1%
<b>TOTAL</b>	<b>261</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

La gran mayoría de los participantes manifestó ser heterosexual (90,8%) en su orientación sexual, frente a un 3,8% que manifestaron ser bisexuales y un 2,7% que manifestaron identificarse como homosexuales. 2,7% de los participantes prefirió no decir su orientación sexual.

Tabla 10. Orientación sexual de los participantes

Orientación sexual	Participantes	Porcentaje
Bisexual	10	3,8%
Heterosexual	237	90,8%
Homosexual	7	2,7%
Prefiero no decirlo	7	2,7%
<b>TOTAL</b>	<b>261</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Un 96,9% de los participantes estuvo entre los 18 y los 60 años, rango de edad definido en Colombia para ser apto para realizar una donación de sangre.

Tabla 11. Edad de los participantes

Edad	Participantes	Porcentaje
18 a 29 años	100	38,3%
30 a 39 años	103	39,5%

40 a 49 años	33	12,6%
50 a 60 años	17	6,5%
61 o más años	8	3,1%
<b>TOTAL</b>	<b>261</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Los grupos sanguíneos y factor RH de los participantes estuvieron acordes a la presencia de estos en la población colombiana, siendo el más frecuente el O+ con un 50,6%.

Tabla 12. Grupo sanguíneo y RH de los participantes

Grupo sanguíneo y RH	Colombia	Antioquia	Instrumento actual	
			Porcentaje	Participantes
A-	1,9%	3,1%	2,7%	7
A+	23,2%	25,2%	29,9%	78
AB-	0,1%	0,2%	0	0%
AB+	1,4%	1,5%	1,1%	3
B-	0,5%	0,7%	2,3%	6
B+	7,7%	6,4%	8,4%	22
O-	5,4%	8,4%	5,0%	13
O+	59,8%	54,5%	50,6%	132
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>261</b>

Fuente: elaboración propia con datos del INS (Instituto Nacional de Salud, 2020)

La gran mayoría de los participantes en la encuesta, tienen un nivel educativo más allá de la formación tecnológica o superior (78,5%) y en una proporción similar (72%) son trabajadores(as) o empleados(as).

Tabla 13. Nivel educativo de los participantes

Nivel educativo	Participantes	Porcentaje
Primaria	5	1,9%
Secundaria	33	12,6%
Técnica	18	6,9%
Tecnológica	73	28,0%
Profesional	66	25,3%
Especialización	30	11,5%
Maestría	33	12,6%
Doctorado	3	1,1%
<b>TOTAL</b>	<b>261</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

Tabla 14. Ocupación de los participantes

Ocupación	Participantes	Porcentaje
Desempleado(a)	6	2,3%
Estudiante	41	15,7%
Trabajador(a) / Empleado(a)	188	72,0%
Empresario(a) / Emprendedor(a)	17	6,5%
Jubilado(a)	8	3,1%
Dedicado(a) al hogar	1	0,4%
<b>TOTAL</b>	<b>261</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

Los anteriores datos sobre la ocupación de los participantes también se ven reflejados en la afiliación al sistema de salud, un 96,5% de los participantes reportó estar afiliado a una EPS a través del régimen contributivo o subsidiado.

Tabla 15. Afiliación al sistema de salud de los participantes

Afiliación al sistema de salud	Participantes	Porcentaje
EPS (régimen contributivo o subsidiado)	251	96,5%
Régimen especial	2	0,8%
SISBEN	5	1,9%
No estoy afiliado	2	0,8%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

Tabla 16. Ocupación de los participantes contrastada con su afiliación al sistema de salud

Ocupación	EPS (régimen contributivo o subsidiado)	No estoy afiliado(a)	Régimen especial	SISBEN
Dedicado(a) al hogar	1			
Desempleado(a)	6			
Empresario(a) / Emprendedor(a)	16	1		
Estudiante	37	1		3
Jubilado(a)	8			
Trabajador(a) / Empleado(a)	183		2	2
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>5</b>

Fuente: elaboración propia

Casi la totalidad de los participantes en el estudio manifestó no pertenecer a ningún grupo étnico (95%). Con respecto a las creencias religiosas, destacan quienes reportan profesar la fe católica (64,4%), seguido de quienes se identifican como creyentes sin religión en particular (18%).

Tabla 17. Grupo étnico de los participantes

Grupo étnico	Participantes	Porcentaje
Afrocolombianos - Negros	5	1,9%
Afrocolombianos - Palenqueros	5	1,9%
Afrocolombianos - Raizales	1	0,4%
Indígenas	2	0,8%
Ninguna	248	95,0%
<b>TOTAL</b>	<b>261</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

Tabla 18. Creencias religiosas de los participantes

Religión profesada/identificado	Participantes	Porcentaje
Católica	168	64,4%
Creyente sin religión	47	18,0%
Ateo	23	8,8%
Cristiana no católica	11	4,2%
Adventista	1	0,4%
Evangélica	3	1,1%
Pentecostal	1	0,4%
Testigo de Jehová	2	0,8%
Otra religión no cristiana	5	1,9%
<b>TOTAL</b>	<b>261</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

### Con respecto a la donación de sangre...

En un gran porcentaje, los participantes reportan que conocen o están familiarizados con el proceso de donación de sangre (80,1%) y también en un porcentaje mayoritario dicen conocer sitios donde pueden acercarse para realizarla (64,4%). Realizando un cruce de los anteriores hallazgos, se encuentra que un gran porcentaje de quienes están familiarizados

con la donación de sangre también conocen sitios donde pueden acercarse para realizarla (57,5%).

Tabla 19. Familiaridad con la donación de sangre y conocimiento de sitios para realizarla

		¿Conoce sitios donde pueda acercarse para realizar la donación de sangre?		TOTAL
		Si	No	
¿Conoce o está familiarizado con la donación de sangre?	Si	150	59	209
	No	18	34	52
TOTAL		168	93	261

Fuente: elaboración propia

Los principales lugares identificados por los participantes para realizar la donación de sangre son los bancos de sangre y las instituciones que realizan frecuentemente campañas de donación de sangre y en general las instituciones de salud. También puede observarse como los participantes tienen presente los lugares donde se desarrollan las campañas de donación con universidades, empresas y centros comerciales.

Tabla 20. Sitios identificados para la donación de sangre

Sitios que conoce para la donación de sangre	Participantes / Menciones <sup>1</sup>	Porcentaje
Cruz Roja	70	41,4%
Clínicas y Hospitales	44	26,0%
San Vicente Fundación	35	20,7%
Universidades	16	9,5%
Hospital Pablo Tobón Uribe	14	8,3%
Bancos sangre	11	6,5%
Hospital General de Medellín	10	5,9%
Clínica Las Américas	9	5,3%

<sup>1</sup> Existe una diferencia entre el total de menciones y de participantes debido a que podían nombrar tantos lugares como conocieran para acercarse a realizar la donación de sangre.

Otras Clínicas y Hospitales	8	4,7%
Clínica León XIII (IPS Universitaria)	7	4,1%
Centros comerciales	6	3,6%
Clínica CardioVID	6	3,6%
Otros lugares de campaña	6	3,6%
EPS	5	3,0%
Empresas	4	2,4%
Banco sangre UdeA	3	1,8%
Clínica Medellín	3	1,8%
<b>Total menciones lugares</b>	<b>257</b>	
<b>Total participantes</b>	<b>169</b>	

Fuente: elaboración propia

Frente a estos lugares, los participantes otorgaron una calificación de 1 a 5, considerando 1 como “Cerca” y 5 “Lejos”; los siguientes son los resultados:

Tabla 21. Percepción de Cercanía – Lejanía de los sitios de donación identificados

Cerca – Lejos lugares	Participantes	Porcentaje
1 – Cerca	53	22,9%
2	31	13,4%
3	97	42,0%
4	27	11,7%
5 – Lejos	23	10,0%
<b>TOTAL</b>	<b>231</b>	<b>100%</b>
<b>Promedio</b>	<b>2,72</b>	

Fuente: elaboración propia

Así mismo, los participantes valoraron que tanto influía la ubicación de los lugares disponibles para realizar la donación de sangre en su intención de hacerlo, donde 1 significaba “Poco” y 5 “Mucho”; los siguientes son los resultados:

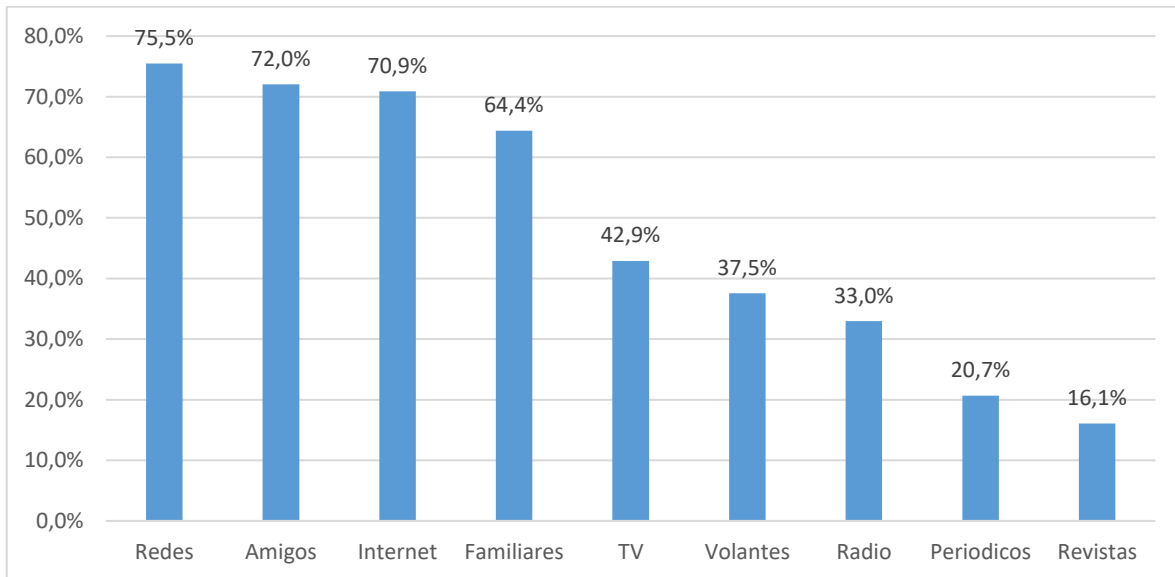
Tabla 22. Influencia de la ubicación en la intención de donar sangre

Ubicación vs. Influencia en la intención de donar	Participantes	Porcentaje
1 – Poco	37	16,0%
2	22	9,5%
3	60	26,0%
4	47	20,3%
5 – Mucho	95	41,1%
<b>TOTAL</b>	<b>261</b>	<b>100%</b>
<b>Promedio</b>	<b>3,54</b>	

Fuente: elaboración propia

Los principales medios a través de los cuales los participantes se han enterado acerca de la donación de sangre son las redes sociales (75,5%), los amigos (72,0%) e internet (70,9%), quedando en últimos lugares medios de comunicación tradicionales como la radio, los periódicos o las revistas.

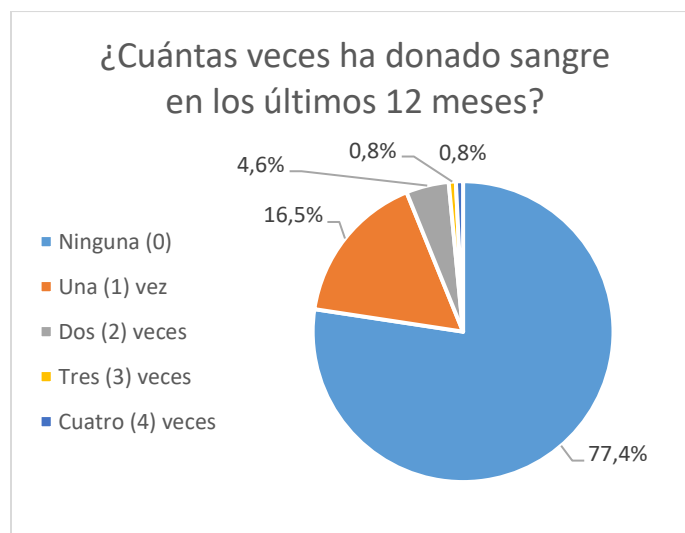
Gráfica 1. Medios a través de los cuales los participantes se enteran de la donación de sangre



Fuente: elaboración propia

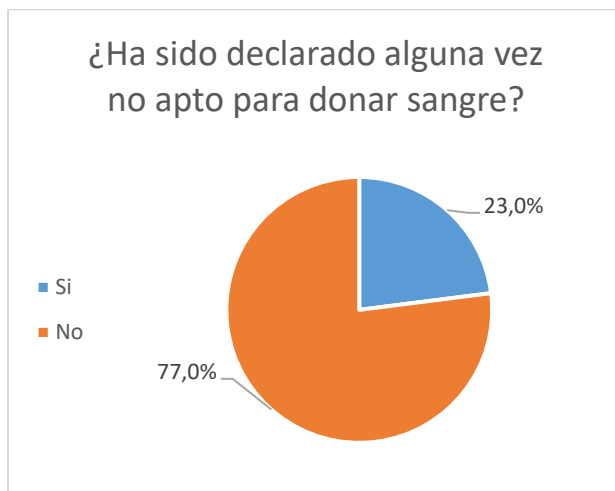
Una gran mayoría de los participantes no ha realizado ninguna donación de sangre en el último año (77,4%) y casi ninguno ha realizado el máximo de donaciones según el sexo asignado al nacer. Contrastan estos resultados con la posibilidad de realizar una donación de sangre, pues solo el 23% de los participantes ha sido declarado alguna vez no apto para donar sangre.

Gráfica 2. Número de veces de donación de sangre en el último año



Fuente: elaboración propia

Gráfica 3. Porcentaje de participantes que alguna vez ha sido declarado no apto para la donación de sangre



Fuente: elaboración propia

### Afirmaciones del constructo

Se utilizaron una serie de afirmaciones encaminadas a validar los referentes teóricos referenciados y utilizados previamente. Los siguientes son los resultados de frecuencia obtenidos en cada uno de ellos:

Tabla 23. Afirmaciones relacionadas con la donación de sangre, parte 1

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Respuestas
Me siento libre de realizar una donación de sangre	6,1%	1,5%	3,4%	18,8%	70,1%	261
Siento que donar sangre está completamente bajo mi control	7,3%	4,2%	5,4%	21,5%	61,7%	261
Dispongo de las facilidades y los medios físicos para desplazarme y realizar una donación de san	5,4%	3,8%	7,7%	21,1%	62,1%	261

<b>Afirmaciones</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>	<b>Respuestas</b>
Cuento con los recursos económicos necesarios para desplazarme y realizar una donación de sangre	5,4%	3,1%	7,7%	23,0%	60,9%	261
Donar sangre es mi elección voluntaria	6,5%	0,4%	3,4%	18,8%	70,9%	261
Donar sangre es el reflejo del tipo de persona que soy	23,4%	15,3%	25,7%	18,8%	16,9%	261
Donar sangre es una actividad en la que pienso a menudo	21,8%	27,2%	27,6%	13,0%	10,3%	261
Donar sangre es una prioridad para mí	22,2%	28,0%	31,4%	12,3%	6,1%	261
Donar sangre representa quien soy	33,3%	23,4%	24,5%	10,7%	8,0%	261
Donar sangre sería natural para mí	11,5%	8,8%	17,6%	28,4%	33,7%	261
Donar sangre es algo en lo que rara vez pienso	14,9%	12,6%	19,5%	31,8%	21,1%	261
Realmente no tengo ningún sentimiento claro sobre donar sangre	26,8%	18,0%	26,8%	18,0%	10,3%	261
Donar sangre es una parte importante de quien soy	28,4%	23,0%	29,1%	11,5%	8,0%	261
Donar sangre significa para mí más que una simple actividad	14,2%	19,9%	18,4%	28,0%	19,5%	261
Considerando mi estado de salud, estoy seguro de que me iría bien en una próxima donación de sangre	8,4%	8,8%	12,3%	28,7%	41,8%	261

<b>Afirmaciones</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>	<b>Respuestas</b>
Tengo confianza en mi estado de salud para realizar una donación de sangre	6,9%	8,8%	8,8%	28,4%	47,1%	261
Si pienso en una próxima donación de sangre, me siento capaz de realizarla	7,7%	8,4%	10,3%	28,0%	45,6%	261
Estoy convencido de que mi estado de salud es el adecuado para una donación de sangre	9,6%	8,4%	9,2%	27,2%	45,6%	261
Me gusta ayudar a otras personas con los procedimientos/trámites previos para la donación de san	10,3%	10,3%	24,9%	27,6%	26,8%	261
Es probable que haga todo lo que pueda para ayudar a que las campañas de donación de sangre sean	10,0%	11,9%	27,2%	29,5%	21,5%	261
Haré todo lo posible para promover la donación de sangre	10,7%	12,3%	29,9%	28,0%	19,2%	261
Cuando he donado sangre me ha motivado el deseo de ayudar a las personas	12,6%	6,1%	16,1%	30,3%	34,9%	261
He querido ayudar a otras personas que pudieran estar buscando/eligiendo un sitio para realizar	11,9%	12,6%	23,4%	30,3%	21,8%	261
He sentido la preocupación por ser útil para otras personas	10,3%	10,0%	15,3%	37,2%	27,2%	261
Estaría dispuesto a participar en campañas	8,0%	8,8%	16,1%	33,7%	33,3%	261

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Respuestas
para la donación de sangre						
Consideraría donar sangre para ayudar una causa	7,3%	2,7%	8,0%	33,0%	49,0%	261
Es probable que contribuya a una causa asociada a la donación de sangre involucrándome en campañas	10,0%	10,7%	24,1%	29,5%	25,7%	261
Planeo ser donante de sangre algún día	9,6%	5,4%	10,3%	34,1%	40,6%	261
Me animaría a donar sangre en el futuro	8,8%	2,7%	8,8%	34,9%	44,8%	261
Espero donar sangre en los próximos 6 meses	13,4%	10,7%	25,7%	20,7%	29,5%	261
Quiero donar sangre en los próximos 6 meses	13,8%	8,8%	22,6%	23,8%	31,0%	261
Tengo la intención de donar sangre en los próximos 6 meses	13,0%	10,7%	23,8%	24,1%	28,4%	261
Donaría sangre, por sangre en el futuro	11,1%	7,3%	18,8%	29,9%	33,0%	261
Donaría sangre si mis amigos o conocidos la necesitaran	6,9%	3,1%	5,7%	22,6%	61,7%	261
Si dono sangre, la sangre estaría disponible cuando la necesite	11,9%	11,5%	24,5%	21,5%	30,7%	261
Sé que se requiere sangre todos los días	6,9%	3,1%	8,0%	30,7%	51,3%	261
Conozco el destino de la sangre que dono	29,5%	18,4%	19,5%	17,2%	15,3%	261

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Respuestas
Conozco los lugares más cercanos para donar sangre	15,7%	21,1%	17,6%	24,1%	21,5%	261
Los horarios de donación no son convenientes	21,5%	18,4%	34,9%	17,6%	7,7%	261
La donación toma demasiado tiempo	28,4%	27,6%	28,0%	11,9%	4,2%	261
Las filas para la donación de sangre son muy largas	34,5%	27,6%	27,2%	8,4%	2,3%	261

Fuente: elaboración propia

### Afirmaciones de investigaciones previas

Se referenciaron algunos instrumentos previamente utilizados y de ellos se extrajeron algunas afirmaciones para validarlas en el contexto del presente trabajo de grado. Estos fueron los resultados obtenidos:

Tabla 24. Afirmaciones relacionadas con la donación de sangre, parte 2

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Respuestas
Siento que donar sangre es muy importante para salvar vidas	3,1%	3,5%	2,3%	23,0%	68,0%	256
La donación voluntaria de sangre prevendría escasez en bancos de sangre	3,5%	2,7%	5,4%	22,2%	66,1%	257
La donación de sangre es segura	3,5%	3,5%	13,2%	27,6%	52,1%	257
Considero que las todas las personas deberían procurar ser donadoras	4,3%	5,5%	12,5%	31,0%	46,7%	255

<b>Afirmaciones</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>	<b>Respuestas</b>
de sangre ya que no hay sus						
Donar sangre me haría sentir orgulloso	8,6%	8,2%	23,3%	25,3%	34,6%	257
Considero que la donación de sangre es una buena manera de expresar gratitud hacia mi comunidad	8,2%	9,0%	17,2%	31,3%	34,4%	256
Considero que la donación de sangre permite renovar la sangre	6,7%	7,1%	16,9%	30,6%	38,8%	255
La donación de sangre mejora la circulación sanguínea	3,9%	6,6%	34,6%	26,1%	28,8%	257
Considero que la donación de sangre cansa y debilita	17,6%	27,0%	30,5%	18,0%	7,0%	256
La donación de sangre me expondría a enfermedades infecciosas	29,6%	30,0%	28,4%	5,8%	6,2%	257
Donaré sangre ya que soy una persona medicamente sana	6,2%	8,9%	14,0%	31,9%	38,9%	257
La sangre debe ser donada ya que proporciona un chequeo médico gratuito	17,9%	20,6%	28,0%	17,1%	16,3%	257
Donaré sangre, si me piden que done	9,4%	7,8%	15,2%	32,0%	35,5%	256

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Respuestas
No donaría porque tengo miedo a los sitios para la donación de sangre	46,9%	27,7%	16,0%	5,5%	3,9%	256
No donaría porque la donación de sangre es un procedimiento largo	42,6%	32,4%	16,4%	5,9%	2,7%	256
Dudaría en donar sangre porque tengo miedo de que otros conozcan mis resultados	52,1%	29,6%	13,6%	3,1%	1,6%	257
No donaría porque tengo miedo a los pinchazos de aguja	52,5%	26,1%	10,9%	6,6%	3,9%	257
No donaría porque siento que tengo menos cantidad de sangre	55,6%	28,0%	12,1%	1,9%	2,3%	257
Solamente las personas solteras deberían donar sangre	63,1%	23,9%	9,0%	2,4%	1,6%	255
La donación de sangre debe hacerse cuando los propios familiares lo necesiten	52,5%	27,6%	11,7%	4,3%	3,9%	257
Todas las personas, independiente de su sexo, deberían donar sangre	9,3%	8,2%	9,3%	22,6%	50,6%	257
Deberían pagar por donar sangre	55,6%	23,0%	10,5%	5,4%	5,4%	257
Las personas mayores no deben donar sangre	27,0%	21,5%	31,6%	10,2%	9,8%	256

Fuente: elaboración propia