

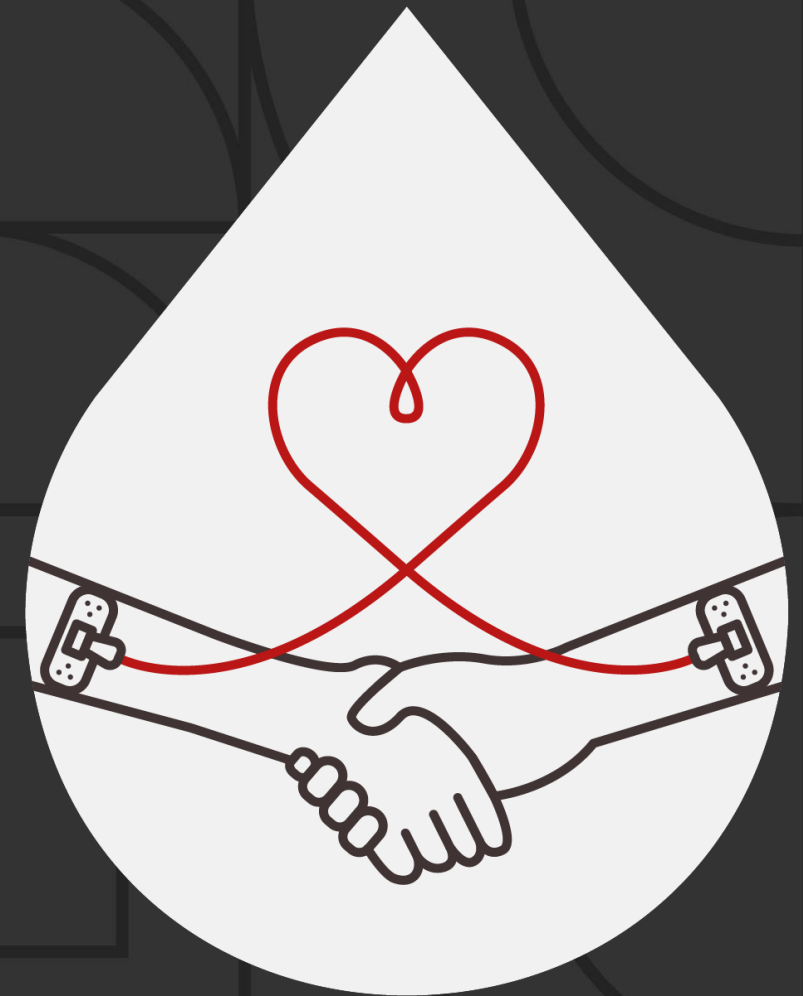
# LA SANGRE NOS CONECTA

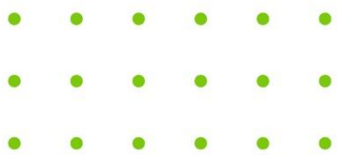
**RADIOGRAFÍA NACIONAL SOBRE LA  
DONACIÓN DE SANGRE EN COSTA RICA  
[2022-2026]**

**Día Mundial de la Persona Donante de Sangre**

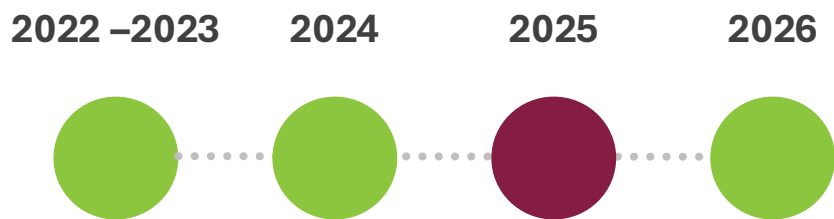
Hospital Blanco Cervantes · 19 de junio de 2026

PhD. (c) José Pablo Salazar-Aguilar





# MARCO DEL PROYECTO



**1.202**

Respuestas válidas

**7**

Provincias

**De la evidencia disponible a la acción sobre donación voluntaria...**

Eje analítico: economía del comportamiento + campus, capital y habitus → praxis social (+/- donación)

## EQUIPO TRANSDISCIPLINAR



José Pablo Salazar  
Comunicador



Kattia Jiménez  
Administración de  
Negocios



Martín González  
Administración de  
Negocios



Carlos García  
Matemático



Andrés González  
Enfermero

# HALLAZGO 1 • LA PARADOJA COSTARRICENSE

LA DONACIÓN SE VALORA, PERO NO SIEMPRE SE CONVIERTE EN PRÁCTICA

**94,3%**

Valora la donación  
con 8-10/10

**37,4%**

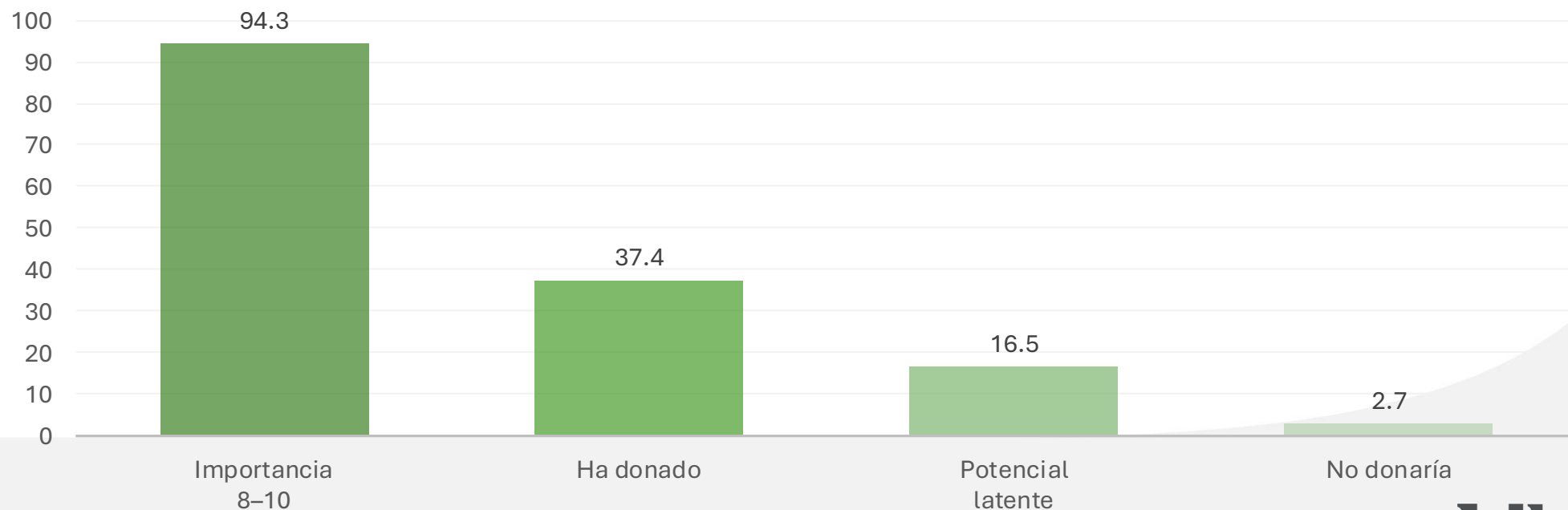
Ha donado sangre

**16,5%**

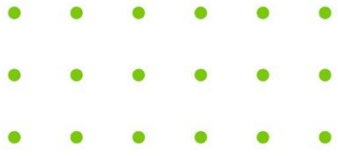
No ha donado, pero  
lo ha pensado

**2,7%**

Rechazo explícito

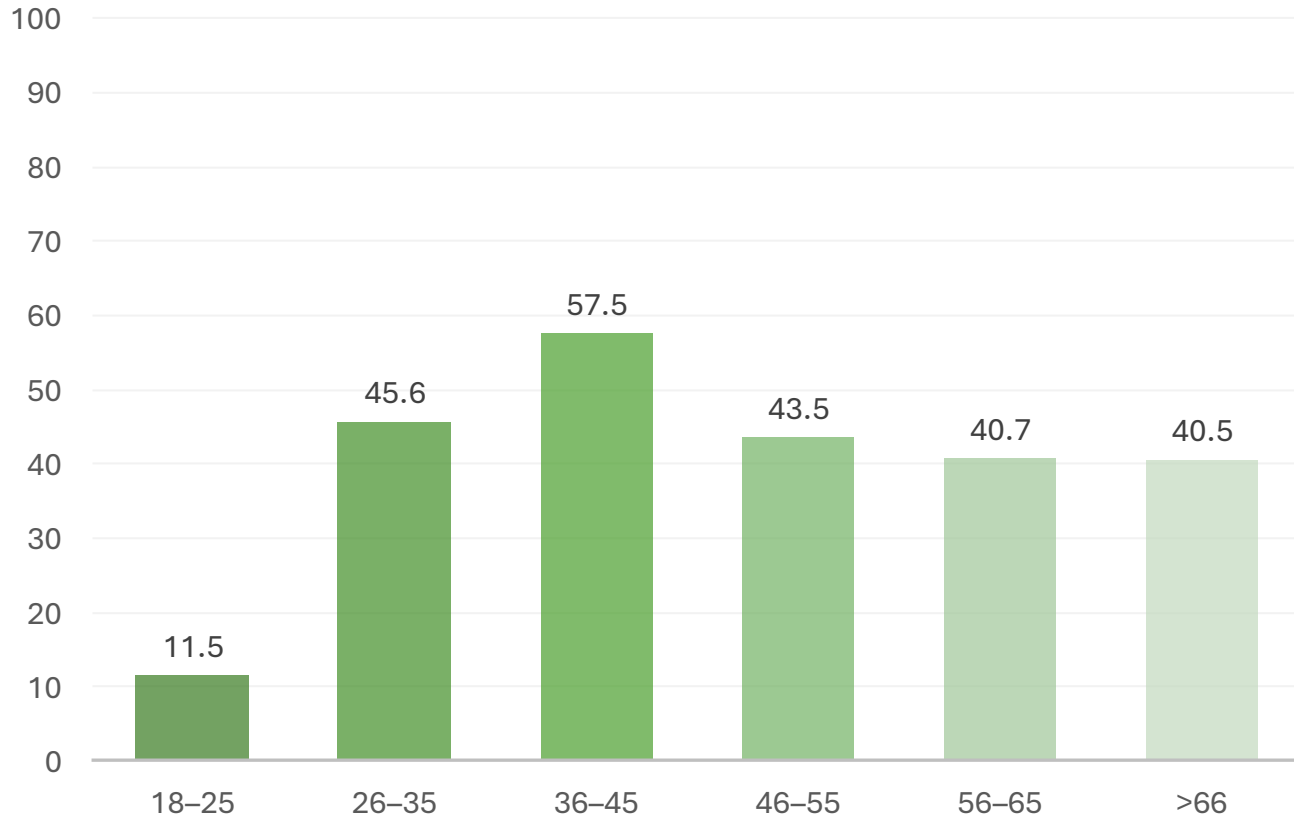


*Mensaje: no falta legitimidad social; falta conversión conductual.*



## HALLAZGO 2 • EDAD Y OPORTUNIDAD DE ACTIVACIÓN

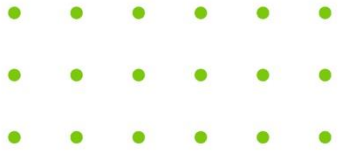
LA POBLACIÓN JOVEN CONCENTRA POTENCIAL, PERO MUESTRA BAJA DONACIÓN EFECTIVA



**Probabilidad relativa = 8,13**  
36-45 años vs. 18-25 años

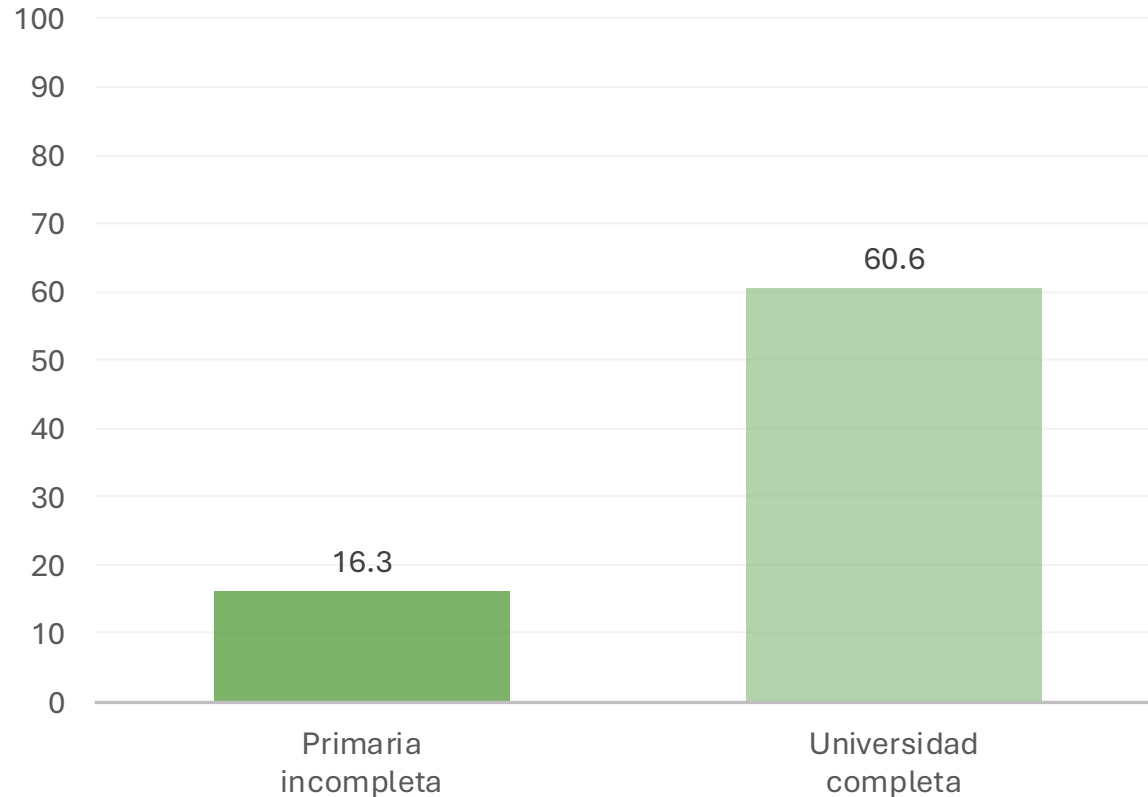
**La primera donación  
es el cuello de botella**

Implicación: universidades y  
espacios juveniles como puntos de  
activación.



## HALLAZGO 3 • EDUCACIÓN Y CONVERSIÓN

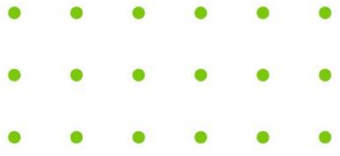
LA ESCOLARIDAD COMPLETA SE ASOCIA CON MAYOR PROBLABILIDAD DE HABER DONADO



**Probabilidad relativa = 8,25**  
Universidad Completa  
vs. Primaria Incompleta

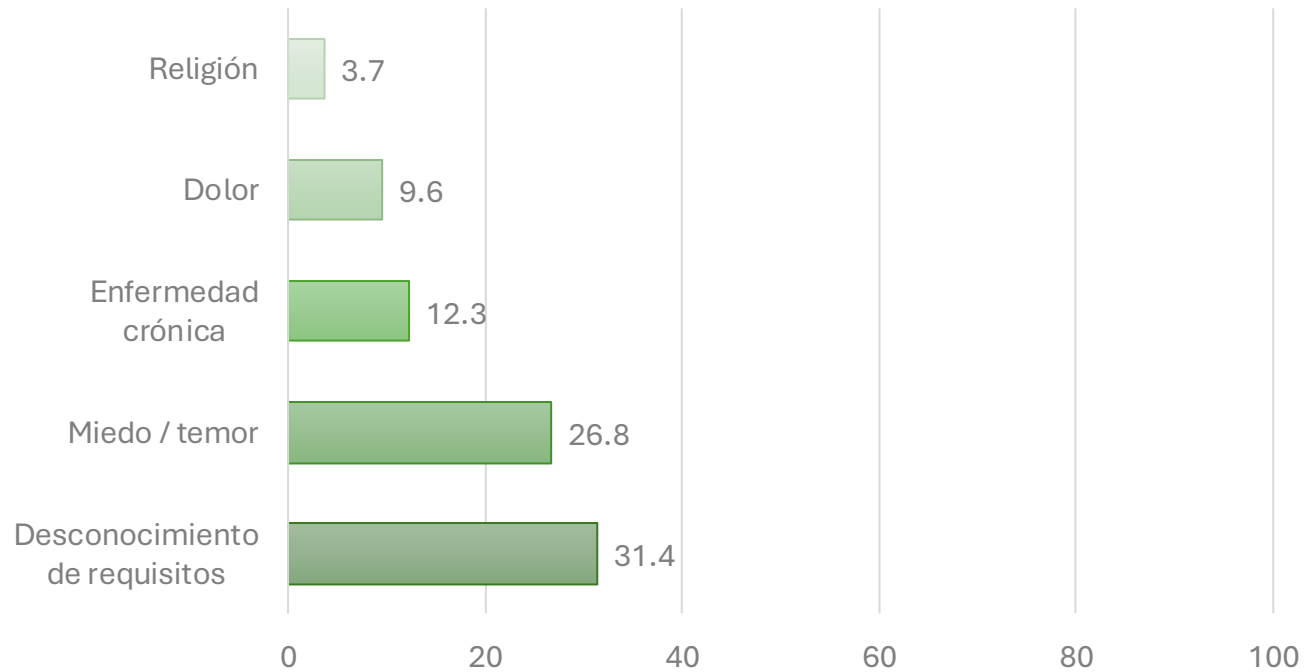
**Más información, más  
confianza, menos  
incertidumbre**

Lectura estratégica: reducir brechas informativas puede ampliar el grupo de donantes.



## HALLAZGO 4 • BARRERAS MODIFICABLES

LOS PRINCIPALES FRENSOS NO SON IDEOLÓGICOS: SON INFORMATIVOS Y EMOCIONALES



### CLAVE PRÁCTICA



**Explicar requisitos**

**Reducir incertidumbre**

**Acompañar primera vez**



# ¿QUÉ NOS DICEN LOS RESULTADOS?

DE CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN A ESTRATEGIAS DE ACTIVACIÓN

1

## Activar

Primeros donantes  
jóvenes

2

## Simplificar

Requisitos, agenda  
y ruta

3

## Segmentar

Mensajes por edad  
y educación

4

## Fidelizar

Donantes  
ocasionales

EJE COMÚN: CONVERTIR INTENCIÓN EN ACCIÓN SOSTENIDA

# SIGUIENTE ETAPA



## Meta 2026:

Integrar evidencia cuantitativa + cualitativa para apoyar captación, comunicación y sostenibilidad del sistema nacional de sangre.

Centros  
Universitarios



Comunidades



**Grupos  
Focales**

Sugerencias de  
comunicación

# MENSAJES CLAVES PARA COSTA RICA

1. La donación tiene alta legitimidad social.
2. El reto es convertir intención en acción.
3. Jóvenes y educación: claves de activación.

# La sangre nos conecta

Acceso al proyecto y materiales  
de investigación



<https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion>

# GRACIAS

**La evidencia  
muestra que Costa  
Rica valora donar.**

El siguiente paso es  
hacerlo más fácil, claro y  
recurrente.

