

Nexcare™ y la Federación Española de Donantes de Sangre lanzan una campaña para sensibilizar a los jóvenes

- El objetivo de la campaña “Give by Nexcare™” es aumentar las donaciones de sangre entre los jóvenes de España y Portugal en el grupo de edad de 18 a 35 años
- La campaña culminará el Día Internacional del Donante de Sangre, 14 de junio, con la presentación de los datos sobre donaciones de sangre en España 2015
- 3M destinará el 5% de las ventas de sus tiras adhesivas Nexcare™ a la captación de nuevos donantes, especialmente entre la población joven

Madrid, 6 de abril de 2016. - **Llevas el ritmo en la sangre, Compártelo.** Con este eslogan Nexcare™ , la Federación Española de Donantes de Sangre (FEDESANG) y el Comité de Jóvenes Donantes ponen en marcha por tercer año consecutivo la campaña “Give by Nexcare™ ”, cuyo objetivo es sensibilizar a la población joven, de entre 18 y 35 años, sobre la necesidad de contar con su apoyo en la causa de la donación de sangre. El **objetivo es aumentar el número de donaciones entre la población joven** de cara a la celebración el próximo 14 de junio del Día Internacional del Donante de Sangre.



Desde hace 3 años y en el marco de esta campaña, 3M busca al donante más representativo con la intención de reconocer la labor de todas aquellas personas, instituciones o empresas que con su aportación han colaborado para hacer del mundo un lugar mejor.

En esta ocasión la campaña se orienta hacia la población más joven, por lo que las tareas de sensibilización se centrarán en los institutos, universidades y centros juveniles. Pero además de este colectivo, una parte importante de esta campaña residirá en las oficinas de farmacias, punta de lanza del sistema sanitario actual.

Durante la presentación de esta edición de la campaña en el Colegio de Farmacéuticos de León, se ha dado a conocer la imagen de la campaña ***Llevas el ritmo en la sangre, Compártelo*** y se han explicado cuáles son las acciones que se llevarán a cabo para conseguir aumentar las cifras de donantes antes del 14 de junio.

Cabe destacar que esta fecha no sólo coincide con el nacimiento de Karl Landsteiner, quien descubrió y tipificó los grupos sanguíneos, sino que supone el inicio de la época estival, en la que normalmente las donaciones descienden debido a las vacaciones.

Por lo tanto, con esta iniciativa **Nexcare™** considera necesario reforzar la importancia de las donaciones, un gesto altruista del que puede depender el buen funcionamiento del sistema sanitario. En junio se conocerán los resultados de esta campaña, así como los datos de la evolución de las donaciones durante el año 2015 y el galardonado con el premio al donante más importante.

El responsable del área de Farmacia de 3M, **Claudio Lázaro**, ha asegurado que "desde 3M estamos muy orgullosos del éxito y la buena acogida que tuvo la campaña 'Give by Nexcare™' los años anteriores tanto en España como en Portugal. Esto nos ha motivado para seguir trabajando y apoyando a estas organizaciones en algo que consideramos de suma importancia, la sensibilización sobre la donación de sangre". Con este, son tres años los que Nexcare™ lleva dando visibilidad a la donación de sangre y sensibilizando a la población acerca de la importancia de donar. El año pasado, la campaña recordaba con su lema "Diferentes por fuera, iguales por dentro" que la sangre no entiende de razas y que son necesarios todos los grupos sanguíneos y conseguía la adhesión de más de mil farmacias y un incremento de la visibilidad de las donaciones.

Este año, centrada en un público joven, esta campaña anima a colaborar donando sangre y compartiendo el ritmo que se lleva dentro. Como en ocasiones anteriores, además de la colaboración de [FEDESANG](#) en España, se cuenta con la ayuda del [Instituto Português do Sangue e Transplantação](#) en Portugal.