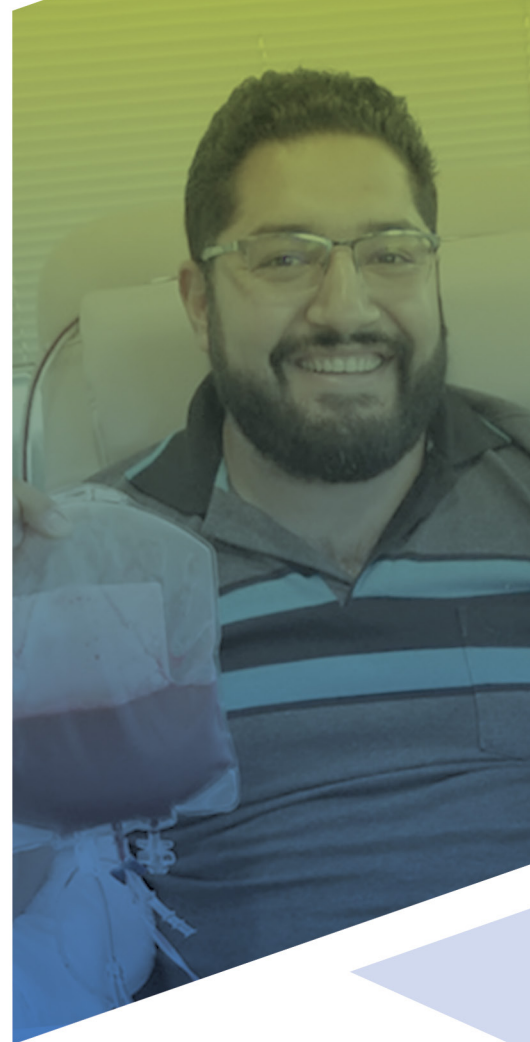


NUESTROS ÉXITOS

POR LOS PACIENTES



BE  **THE MATCH[®]**
MÉXICO

REPORTE ANUAL 2019

Índice

Presentación	2
Vinculación social	3
Formación de equipos regionales	4
Registros de donadores potenciales	5
Voluntariado y servicio social	6
Recaudación de fondos	7
Donadores y matches	8
Centro de Apoyo a Pacientes	10
Alianzas con ONGs y Gobierno	13
Red de centros de trasplante	18
Presencia en medios de comunicación, alianzas con empresas y eventos	20
Redes sociales	23
Comunicación directa (correo electrónico)	24
Influencers	25
Directorio de contactos	26



Presentación

Mensaje de nuestro Gerente General

El reporte que estás a punto de leer representa un año repleto de logros para nuestra misión, que es salvar vidas mediante la terapia celular y, hablando específicamente de nuestro país, aumentar la disponibilidad y diversificación de donadores de células madre, lo cual es esencial para garantizar igualdad de oportunidades en la búsqueda de compatibilidades genéticas.

Ver plasmados todos los resultados positivos de un año lleno de trabajo y retos es altamente gratificante para mí. Me siento muy orgulloso del camino que hemos recorrido: **hemos avanzado significativamente en nuestra misión** (tanto así que como verás en el reporte, rebasamos la meta inicial de registros del año), derribado barreras, contribuyendo a la difusión de la problemática acerca de las enfermedades de la sangre en México y apoyado a pacientes y sus familias a superar numerosos desafíos.

Nada de esto hubiera sido posible sin el apoyo y la colaboración de donadores, voluntarios, benefactores, ONGs, centros de trasplante e instancias gubernamentales.

A todos, nuestro más sincero agradecimiento. Estoy 100% convencido de que unidos somos más fuertes y podemos ayudar a más mexicanos.

Los avances durante 2019 fueron muy significativos y nos permiten reafirmar nuestro compromiso de ayudar a todos los involucrados en el proceso de trasplante: pacientes y sus familias, donadores y la comunidad médica.

Agradezco el tiempo que tomarás para revisar este reporte y quiero que sepas que estoy en total disposición de estar en comunicación contigo con el fin de conocer tus comentarios y fortalecer nuestros lazos.



Sergio Medrano

Gerente General de Be The Match® México
smedrano@bethematch.org.mx

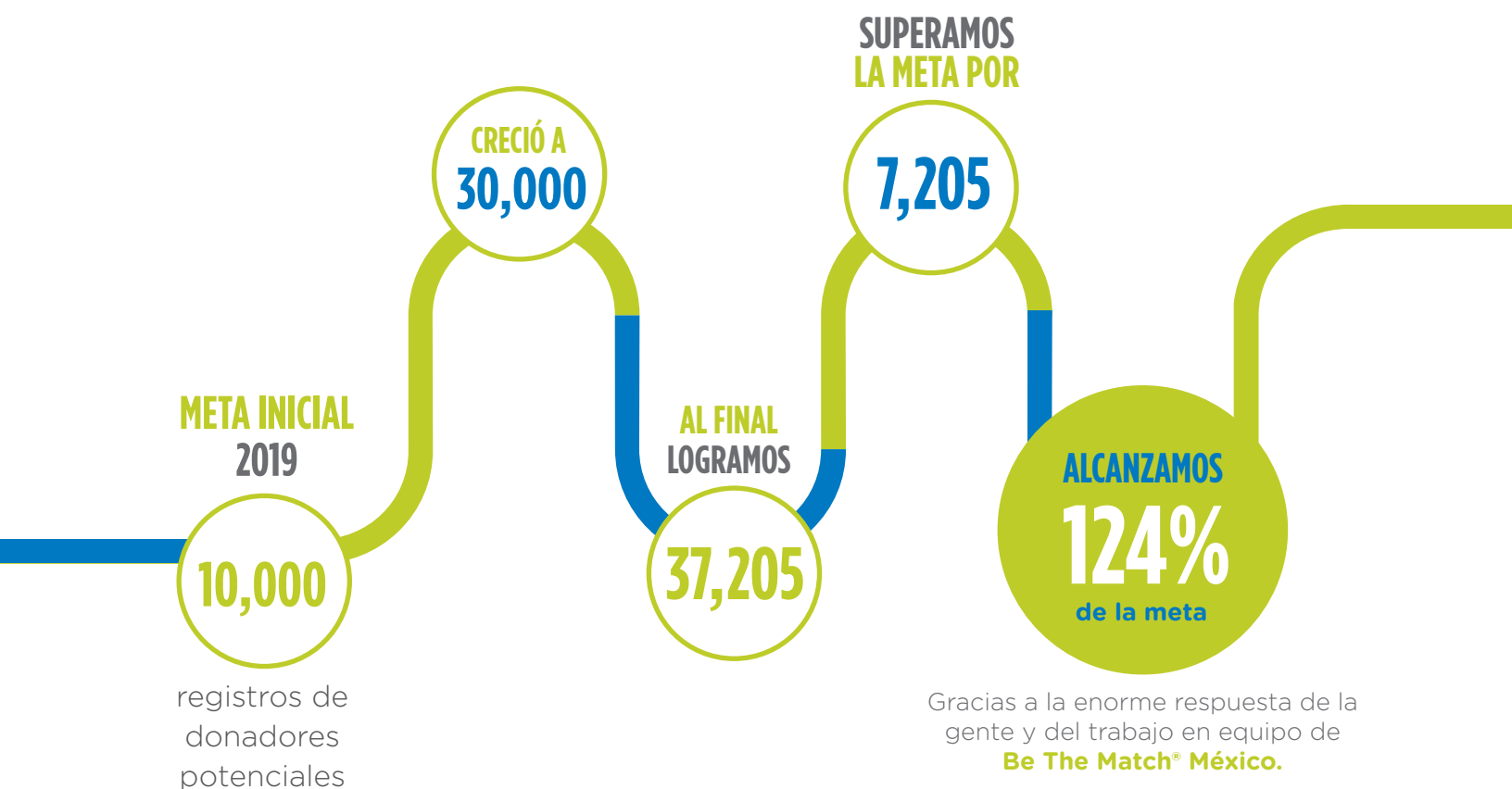


Vinculación social

La participación de la sociedad es clave para alcanzar nuestros objetivos y los mexicanos hemos demostrado una y otra vez nuestro espíritu altruista. Una de nuestras tareas principales es contribuir a la educación y difusión de la información relacionada a los trasplantes y la carga económica que representan los tratamientos para los pacientes y sus familias, con el objetivo de sensibilizar a la población y lograr su involucramiento.

Es por ello que este año enfocamos nuestras acciones en audiencias clave y fortalecimos nuestro equipo nacional, lo cual dio origen a resultados extraordinarios relacionados a nuestra meta inicial de registros, inclusive después de que la replanteamos a la alza.

¡Nos llena de emoción compartir contigo estos resultados!



Formación de equipos regionales

Formamos un equipo sólido de siete personas, distribuidas en todo México, cuyo rol es incrementar la cultura de la donación en su región, así como dar a conocer nuestra misión y aumentar el número de posibles donadores para diversificar el registro y lograr salvar cada vez más vidas.

¡Crecimos la familia!

Paula Talamás
Zona Noroeste

Carlos Assam
Zona Noreste

Michelle Aguirre
Zona Sureste

María Mercedes Ramírez
Zona Bajío-pacífico

**Karla Martínez y
Alejandro Reynosa**
Zona Centro

Andrea Baños
Zona Oriente/Suroeste

Hitos relevantes sobre el registro de **donadores potenciales**



POR REGIÓN

- Se realizaron eventos de registro en 24 de los 32 estados de México, cubriendo el **75% del territorio nacional**.



POR GÉNERO

- Del total de las personas que registramos, **55%** son mujeres y **45%** hombres.
- Este año registramos como donador potencial a un hombre trans, es decir, mujer de nacimiento que cambió su género a masculino.



POR EDAD

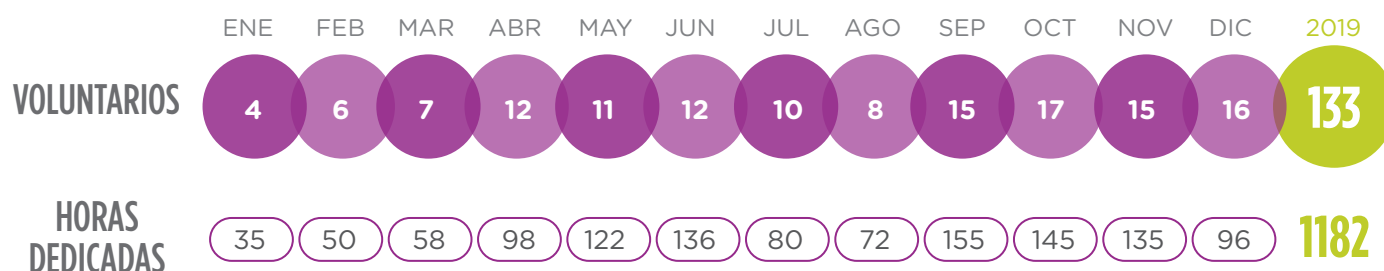
- El rango de edad para que una persona se pueda convertir en donador potencial es de 18 a 44 años, sin embargo, decidimos dirigir nuestros esfuerzos principalmente a jóvenes de **18 a 30 años** para invitarlos a ser parte del registro, ya que mientras más joven sea el donador, sus células serán de mejor calidad para el paciente que las reciba.
- Gracias a nuestras alianzas con importantes universidades del país, tanto públicas como privadas, pudimos realizar campañas de registro en sus instalaciones y eventos.
- Descubrimos que las personas pertenecientes a la **generación millennial** fueron las más participativas al mostrarse más receptivos sobre la donación y sumarse de distintas formas a nuestra misión.



Voluntariado y servicio social



Datos de voluntarios, 2019:



Creamos una estrategia específica de programa de voluntariado y proyectos con universidades.

- Iniciamos el programa de servicio social en la **Universidad de las Américas Puebla (UDLAP)**, **La Salle Chihuahua** y **Universidad Anahuac Sur**. Participaron 27 estudiantes en total de las tres universidades.
- 580 personas se registraron como donadores potenciales gracias a 12 eventos realizados por los propios estudiantes.
- Gracias a la ayuda del equipo de servicio social se duplicaron los registros en los eventos donde tuvieron participación.
- Establecimos las bases de nuestra alianza con la **Universidad Autónoma de Hidalgo** para firmar un convenio formal.
- Realizamos la primera reunión de fin de año con los jóvenes que están cumpliendo su servicio social con nosotros.
- Colaboramos con eventos de registro de donadores y actividades de comunicación sobre nuestra misión dentro de las siguientes universidades:

IBERO



- Comenzamos a coadyuvar con voluntarios de la **Asociación Mexicana de Médicos en Formación (AMMEF)**.
- Iniciamos nuestro flujo de correo sobre oportunidades de voluntariado.

Recaudación de fondos

Una de las principales metas que alcanzamos gracias al apoyo de la sociedad en general, tanto individuos como empresas y organizaciones civiles, es la obtención de contribuciones económicas para ayudar a los pacientes y a sus familias a realizar el trasplante que necesitan, pero también para aliviar su carga financiera antes y después del procedimiento.

De parte de todos ellos, queremos agradecer infinitamente la bondad de las personas e instituciones que han contribuido. Nos emociona ver cómo las aportaciones que diariamente recibimos se han convertido en algo tan grande e importante para permitirnos seguir avanzando en nuestra misión.

También queremos reconocer a aquellos que interactuaron y compartieron en redes sociales o difundieron "de boca en boca" nuestra misión y las necesidades de los pacientes, porque eso nos ha permitido llegar a más benefactores. Juntos **#SalvamosVidas.**

DONATIVOS ECONÓMICOS

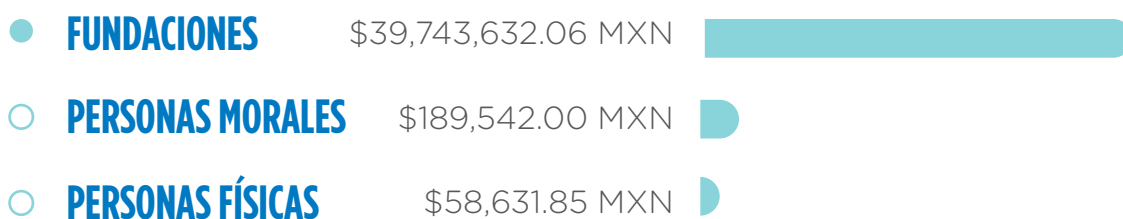
INTERNACIONALES
\$38,109,778.06 MXN

NACIONALES

\$1,882,027.85 MXN

En efectivo **\$1,869,227.85 MXN**

En especie **\$12,800.00 MXN**



Donadores y *matches*

Nuestros donadores son el alma de Be The Match® México. Es su bondad y extraordinaria generosidad lo que incrementa las posibilidades de vida de los pacientes. Viendo este año en retrospectiva, nos llena de orgullo darnos cuenta de cómo cada vez más mexicanos están dispuestos a donar células madre. Llegar pacientemente hasta el último examen médico con la ilusión de salvar una vida es prueba de su deseo de cambiar para bien la realidad de una familia entera.

Adicional a lo anterior, en diciembre sucedió algo que nos emocionó bastante: pudimos ser testigos del **primer encuentro donador-paciente en México** entre Walter Urbina, donador de 36 años, y Natalia Cárdenas, una joven chihuahuense que padecía leucemia y que hace dos años recibió la donación que necesitaba para sobrevivir.

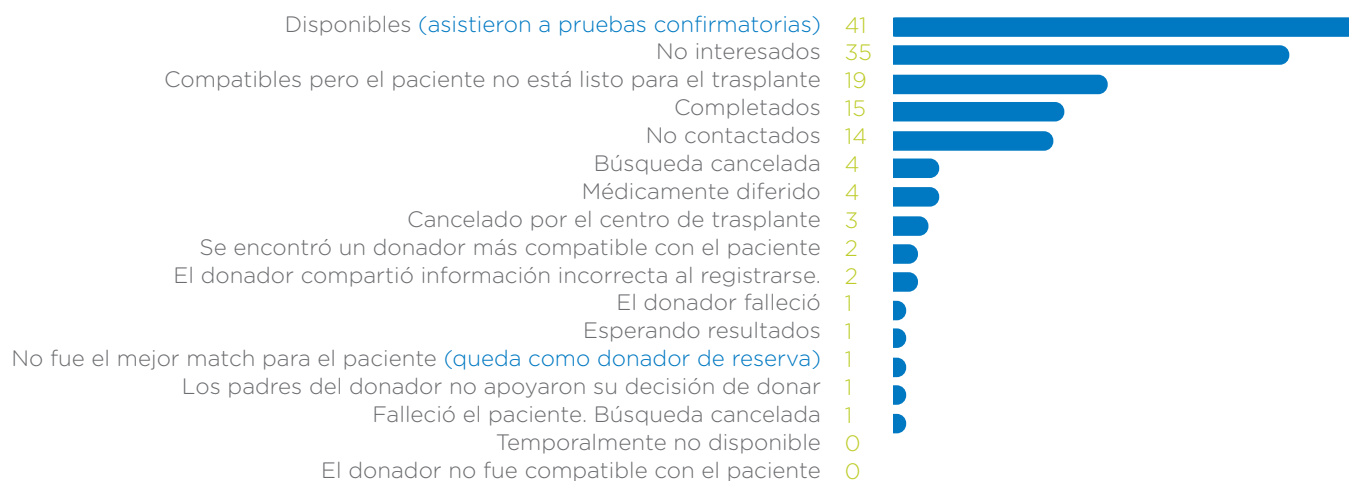
Este momento nos marcó para siempre y estamos seguros de que se repetirá en los meses por venir con otros protagonistas, pero con el mismo espíritu bondadoso que nos caracteriza como nación.

Exámenes confirmatorios solicitados: 103*

Muestras recolectadas: 41**

Matches encontrados: 144***

De los cuales:



Donaciones relacionadas **53.3%**

Donaciones no relacionadas **46.6%**

Tasa de disponibilidad de miembros del registro que hicieron *match* y fueron seleccionados por el equipo médico de paciente WU: **63.60%**

Tasa de disponibilidad de miembros del registro que hicieron *match* CT: **53.80%**

*Número que representa el total de pruebas confirmatorias solicitadas por los centros de trasplante del mundo.

**Personas que acudieron a la toma de muestras durante 2019.

***Esta cifra comprende a algunos casos de 2018 que se definieron en 2019.

Algunos hallazgos

1

Debido a la situación cultural de México y a la falta de conocimiento sobre este tipo de procedimientos, **los donadores ponen barreras por desconfianza y temor.**

2

Detectamos un **buen balance** entre las solicitudes de donadores relacionados y no relacionados.

3

La mayoría de los **matches no relacionados que no continuaron con el proceso** fueron registrados por nuestro grupo ambulante en calle. En algunos casos se identificó que la información de contacto proporcionada en las formas de registro era incorrecta.

4

Es por eso que uno de nuestros objetivos más importantes es **reforzar la comunicación para derribar mitos**, informar a la población sobre la donación y resaltar la importancia de ayudar a pacientes con enfermedades en la sangre.

5

Los padres juegan un papel primordial en la toma de decisiones de los donadores respecto a continuar con el proceso: aunque tengan todo el interés de proseguir, son sus papás quienes toman la decisión final. Es por ello que hemos redoblado esfuerzos en medios de comunicación, redes sociales, eventos y a través de testimonios, entre otras actividades, para educar y estar en comunicación constante con padres de familia para obtener su confianza y contribuir a que sus hijos o hijas procedan con su donación en un ambiente seguro, tranquilo y de confianza.

6

Otro obstáculo frecuente para la realización de los trasplantes es el **proceso de los permisos de exportación** otorgados por la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), situación que impacta en el cumplimiento de las fechas solicitadas por los centros de trasplante.

7

Respecto al punto anterior, la falta de documentación dirigida específicamente al público mexicano también ha tenido una leve repercusión.

Gracias a la excelente labor de nuestro equipo de marketing y vinculación social logramos identificar de raíz los puntos débiles y así crear una estrategia adecuada para mejorar el proceso de donación: nos enfocamos más en la calidad de los donadores que en la cantidad.

Cabe mencionar que la disponibilidad de los donadores en México es muy buena, considerando que es un registro tan nuevo.

Centro de apoyo a pacientes

La motivación por la cual nos levantamos todos los días son los pacientes y sus familias.

Están no sólo en nuestros pensamientos, sino también en cada una de nuestras acciones. Para nosotros, cada llamada y cada mensaje que intercambiamos con ellos a través de nuestro Centro de Apoyo a Pacientes significa una oportunidad de contribuir a su bienestar y de ayudarlos a darle un final feliz a sus historias de esperanza.

Cada beca entregada a los centros de trasplante nos acerca a la meta de nuestra organización: salvar vidas. Nada sería posible sin las aportaciones económicas que ya mencionamos, pero tampoco sin el trabajo de nuestros aliados: el cuerpo médico, trabajadores sociales, enfermeras/os, psicólogas/os y nuestro equipo de Apoyo a Pacientes. Para todos ellos, nuestro gran reconocimiento. **¡Vamos por más éxitos!**

Como parte de las actividades del Centro de Apoyo a Pacientes, este año tuvimos la oportunidad de hablar con pacientes, cuidadores y/o familiares de casi toda la república, que enfrentaron padecimientos variados y que nos contactaron por razones múltiples.

Contactos con pacientes o familiares por estado:



CDMX	86	Aguascalientes	4
Jalisco	18	Querétaro	4
Puebla	15	Hidalgo	3
México	14	Tabasco	3
Guanajuato	11	Oaxaca	3
Baja California	10	Chiapas	2
Michoacán	9	Tlaxcala	2
Nuevo León	8	Sinaloa	2
Durango	8	San Luis Potosí	2
Veracruz	8	Yucatán	1
Chihuahua	6	Coahuila	1
Sonora	6	Zacatecas	1
Morelos	5	Estado no identificado	36
Quintana Roo	4		

Enfermedades más recurrentes que tienen los pacientes que nos contactaron:

Leucemia linfoblástica aguda	15
Leucemia mieloide aguda	9
Anemia aplásica severa	7
Leucemia mielógena crónica	3
Síndromes mielodisplásicos	2
Linfoma no Hodgkin	2
Alfa talasemia	1
Beta talasemia mayor	1
Síndrome Di George	1
Granulomatosis	1
Leucemia	1
Síndrome de POEMS	1
Trombocitosis	1

¿Por qué contactaron al Centro de Apoyo a pacientes?

Aprender sobre búsqueda de donadores	42
Financiamiento	38
Para entender su enfermedad	36
Información general sobre el proceso de trasplante	36
Becas Be The Match®	4
Ensayos clínicos JCCT*	4
Otros motivos	51
Razón no identificada	61

*Jason Carter Clinical Trials

Testimonios

Nuestros apoyos a través del **Centro de Apoyo a Pacientes** incluyen acceso a información, soporte emocional y asesoramiento financiero, entre otros. A continuación podrás leer algunos testimonios de organizaciones, pacientes y cuidadores a los que ayudamos durante 2019.

¿QUÉ DICEN LOS PACIENTES, FAMILIARES Y NUESTROS ALIADOS SOBRE SU EXPERIENCIA CON BE THE MATCH® MÉXICO?

“

Be The Match®, gracias por toda la información que me han dado, por la beca y todos los apoyos para el caso de nuestro hijo, especialmente por darnos una nueva esperanza de vida.

”

“

¡Qué gusto recibir este correo! Desde hace mucho tiempo estoy buscando hacer alianzas y estoy totalmente de acuerdo con lo que escribes en cuanto a la importancia de unirnos y que los pacientes puedan recibir un tratamiento integral.

”

“

Muchas gracias por tanto. Escucharlos es como sentir ayuda en este intenso proceso.

”

“

En verdad, reitero nuestros agradecimientos. Instituciones como la suya hacen más fácil llevar todo este proceso.

”



Natalia
Paciente trasplantada



Sol y familia
Paciente con alfa talasemia



Chuchito
Paciente con leucemia



Cyara y familia
Paciente trasplantada



Otras actividades



Nuestro personal no solo está en constante contacto con pacientes, cuidadores y sus familias, sino que también busca estar presente en **eventos y actividades que le permitan seguir capacitándose** y compartiendo nuestra misión con diferentes audiencias.

Este año participamos en:

- **XXV Congreso Latinoamericano y del Caribe de Trasplante**, donde presentamos el primero póster de Be The Match(R) México y la ponencia "Los navegantes del paciente como pieza clave en la integración interprofesional del tratamiento de trasplante de células madre desde el Centro de Apoyo a Pacientes de Be The Match(R) México por María MacWilliams, Dr. Guillermo Cantú, Dr. Héctor Ortiz y Debbie Jacobson.
- **Congreso AMOHP** (Agrupación Mexicana de Onco-Hematología Pediátrica) durante junio en Acapulco, Guerrero.



Alianzas con ONGs y gobierno

Unidos somos más fuertes. Durante 2019 logramos concretar **alianzas fundamentales para avanzar en nuestra misión**, pero también para colaborar y contribuir a hacer visibles las necesidades de los pacientes con el fin de construir una sociedad más justa, incluyente y equitativa.

Agradecemos a todos aquellos que han confiado en nosotros para trabajar en conjunto, pero también por permitirnos apoyarlos en sus propias misiones y objetivos. Nos honra contar con ustedes y ser parte de esta gran misión en beneficio de México.

INCIDENCIA EN POLÍTICAS PÚBLICAS

Hemos propiciado acercamientos con diferentes actores claves del Gobierno de México y del poder ejecutivo a nivel estatal y municipal, así como con el Congreso.

- **Gobierno Federal**

- **Secretaría de Salud**

- Centro Nacional de la Transfusión Sanguínea (CNTS)
 - Comisión Federal para la Protección contra los Riesgos Sanitarios (COFEPRIS)
 - Dirección de Promoción para la Salud

- **Gobierno del Estado de Guanajuato**

- **Gobierno del Estado de Durango**

- **Gobierno del Estado de México**

- **Senado de la República**

- **Comisión de Derechos de la Niñez y de la Adolescencia del Senado de la República**

Gracias a este trabajo de incidencia hemos generado alianzas colaborativas para mejorar las oportunidades de vida de las personas con enfermedades en la sangre que necesitan un trasplante de médula ósea para salvar su vida.

ALIANZAS CON LA SOCIEDAD CIVIL

Sabemos que unidos podemos lograr más en beneficio de los pacientes. Por ello, Be The Match® México ha impulsado y concretado diversas alianzas con organizaciones de la sociedad civil con el fin de contribuir a sus distintas misiones y apoyarnos mutuamente.

Así mismo, las mesas de trabajo en las que participamos posibilitaron la realización de acciones en conjunto que ayudan a visibilizar las enfermedades de baja prevalencia y a ofrecer un tratamiento integral para seguir salvando vidas en México.

CONECTA2 POR LA VIDA

Objetivo general:

Esta alianza de tiempo indefinido busca aumentar la esperanza de vida de niños, niñas y adolescentes en México que requieren un trasplante de médula ósea (células madre).

Objetivos específicos:

- Asegurar el tratamiento (pre, durante y post) de trasplante de médula ósea a través de esquemas de cofinanciamiento.
- Incrementar la base de donadores no relacionados.
- Disminuir el desgaste físico, psicológico y económico del paciente y su familia.
- Contribuir a la reinserción del paciente y su familia a la vida sin cáncer.
- Sensibilizar a la sociedad en general sobre su participación activa en la mejora de las condiciones en las que el paciente y su familia viven el cáncer.

Compromisos:

- Promover la donación no relacionada de médula ósea y realizar acciones de sensibilización a través de campañas de comunicación, eventos, talleres, conferencias y toda aquella actividad que se organice en aceptación de las partes.
- Promover el financiamiento de la presente alianza a través de convocatorias y donaciones únicas, entre otras acciones nacionales e internacionales que se acuerden en conjunto.

Participantes:



Aporta parte de los recursos para financiar el trasplante y asesora a los pacientes y sus familias en la búsqueda de los mismos.



Brinda estancia temporal al paciente y su familia posterior al trasplante para asegurar un tratamiento eficaz. Además, otorga apoyo psicológico.



Objetivo general:

Impulsar el diseño e implementación de una política pública nacional de atención a las **enfermedades de baja prevalencia (EBP)** que garantice, sin discriminación, exclusión o restricción. Esa incluye:

- Acceso a servicios de salud y a medicamentos gratuitos.
- Atención integral interdisciplinaria.
- Detección y diagnóstico oportuno.
- Registro y financiamiento sostenible.

Objetivos específicos:

• **Comunicación.** Generar opinión favorable entre la población acerca de la implementación de una política pública en salud para las EBP y difundir sus señales de alerta para la detección temprana y referencia a diagnóstico oportuno.

• **Incidencia.** Generar sinergia entre los diferentes actores involucrados en el diseño, implementación y evaluación de la política pública de las EBP encaminada a:

- Inclusión efectiva de enfermedades de baja prevalencia en los listados del Consejo de Salubridad General para el **acceso universal a los tratamientos, medicamentos e insumos.**
- **Diagnóstico oportuno** con métodos probados, tamiz neonatal y/o pruebas posteriores de tipo genético u otras.
- Atención a las personas que padecen enfermedades de baja prevalencia con **modelos integrales** que incluyan las especialidades que requieran por tipo de enfermedad.
- **Homologación de la atención para cada enfermedad** en los diferentes subsistemas de salud (Guía de Práctica Clínica, Protocolo Técnico).
- **Creación de un registro nacional de enfermedades de baja prevalencia** para la obtención de la información estadística pública necesaria para la generación de política pública en salud.
- Coordinación para el desarrollo de un **registro de personas donadoras de células progenitoras hematopoyéticas** para trasplante.
- **Optimización de procesos** de internación y salida internacional de células progenitoras, medicamentos e insumos.



• Investigación.

- **Informe de políticas públicas exitosas** en el mundo sobre enfermedades de baja prevalencia.
- **Generación de datos estadísticos** a partir del registro nacional de enfermedades de baja prevalencia.

Participantes:



Ofrece a los pacientes que viven con esclerosis múltiple, la oportunidad de vivir una vida con calidad a través del apoyo mutuo y el intercambio de experiencias que los impulsan a llegar lejos cada día.



Establece los medios para diagnosticar de manera clara y oportuna la Fibrosis Quística (FQ), así como brinda apoyo a los pacientes y sus familias, informándoles sobre la enfermedad y los cuidados necesarios.



Contribuye a garantizar el derecho constitucional a la protección de la salud para niñas y niños con inmunodeficiencias primarias en México.



Ramoncito
Paciente trasplantado



Red de centros de trasplante



Reconocemos que los pacientes son la parte medular de nuestra organización y es por ellos que nos mantenemos motivados a seguir dando lo mejor cada día. Tenemos presente en nuestra filosofía organizacional que la vida de nuestros pacientes depende de nuestras acciones y lo asumimos con mucha responsabilidad.

Nos enorgullece presentarte los siguientes avances respecto a becas de trasplante, importaciones y exportaciones; confiamos en que cada una de nuestras acciones durante 2019 hayan impactado positivamente en la vida de muchas familias mexicanas. Nada hubiera sido posible sin todos los centros de trasplante e instituciones de salud públicas y privadas que se han sumado a nuestra misión para contribuir a la democratización de la terapia celular y acceso a trasplantes de células madre para quienes los necesitan. Queremos expresar nuestro agradecimiento a todos ellos.

BECAS DE TRASPLANTE

1 ASISTENCIA A TRASPLANTE (TAM)

Cubre los estudios diagnósticos de histocompatibilidad (HLA) para los pacientes y sus familiares consanguíneos de primera línea (padres, hermanos e hijos).

2 ASISTENCIA PARA BÚSQUEDA (SAF)

Cubre el 50% de los gastos operativos de la importación de las células del donador desde el centro de recolección hasta el hospital (hasta \$20,000 USD).

Becas a pacientes otorgadas por mes:

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
TAM						
SAF	\$25,635.00	\$3,245.00	\$20,765.00		\$2,455.00	\$8,505.00
	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
TAM	\$7,240.00		\$85,320.00	\$755.00	\$2,055.00	\$17,860.00
SAF			\$137,935.00		\$21,337.00	

TOTAL TAM (USD) **\$113,230.00** TOTAL SAF (USD) **\$ 219,877.00**

Estudios de HLA realizados:

- A pacientes: 62
- A familiares: 79

Trasplantes:

- Importaciones: 7
- Exportaciones: 10

IMPORTACIONES

Número de Centro de Trasplante	Nombre	Trasplantes realizados
300	Beneficiencia Española de la Laguna	1
396	Instituto Nacional de Pediatría (INP)	2
398	Hemoterapia	2
904	Hospital Infantil de México Federico Gómez	1
479-ABC	Centro Médico American British Cowdray (ABC)*	1

*Todos los centros mencionados forman parte de la red excepto este, al cual apoyamos en la importación de células madre.

CENTROS DE TRASPLANTE QUE SON PARTE DE LA RED DE BTMM HASTA DICIEMBRE*



*Además de los centros incorporados, nos hemos acercado con otros hospitales públicos y privados para continuar creciendo nuestra red.

Conclusiones y hallazgos

México comenzó a tener centros de trasplante en la red internacional desde 2006, sin embargo, fue en 2019 que se duplicó su número comparado con el año anterior, llegando a 7 centros registrados. Lo anterior nos llena de orgullo y esperanza, pues **es reflejo del esfuerzo de todos los que conformamos Be The Match® México**, así como de la disposición y compromiso de los mismos centros de trasplante, colaboradores y personal médico.

Adicionalmente, detectamos que la mayoría de los pacientes que hemos tipificado con pruebas de HLA tiene un donador compatible en algún registro a nivel internacional, otro hallazgo que, sin duda, nos brinda optimismo.

Por otro lado, durante nuestros años de trabajo en el país hemos notado que lo más complicado no ha sido la variabilidad genética, sino los componentes socioeconómicos de la población que hemos tipificado. Creemos que es sumamente importante poner sobre la mesa este hecho para apoyar a más pacientes de la forma en que lo necesitan: las barreras económicas impiden que muchos reciban las células madre que requieren para seguir viviendo, aun cuando ya cuentan con un donador compatible y dispuesto a ayudarles.

Asimismo, identificamos que **en México hace falta regulación sanitaria en el tema de trasplantes de médula ósea**, así como seguridad social que cubra los gastos operativos de la búsqueda y recolección del trasplante no relacionado, algo que está íntimamente relacionado con lo que mencionamos en el párrafo anterior.

Cada uno de estos hallazgos y experiencias se convertirán en herramientas valiosas para fortalecer y orientar nuestras acciones durante 2020, por ello queremos agradecer de nueva cuenta a todas las personas que forman parte de nuestra misión.

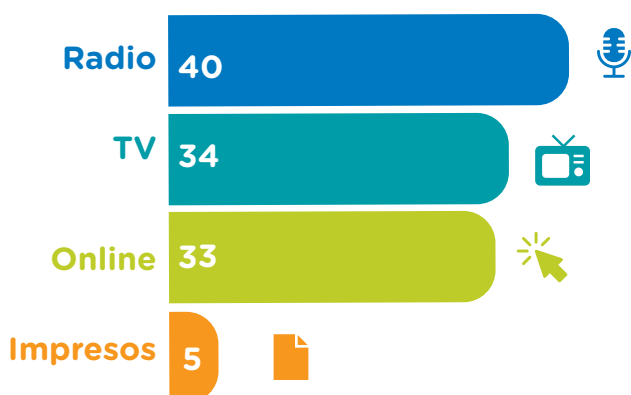


Presencia en medios, alianzas con empresas y eventos

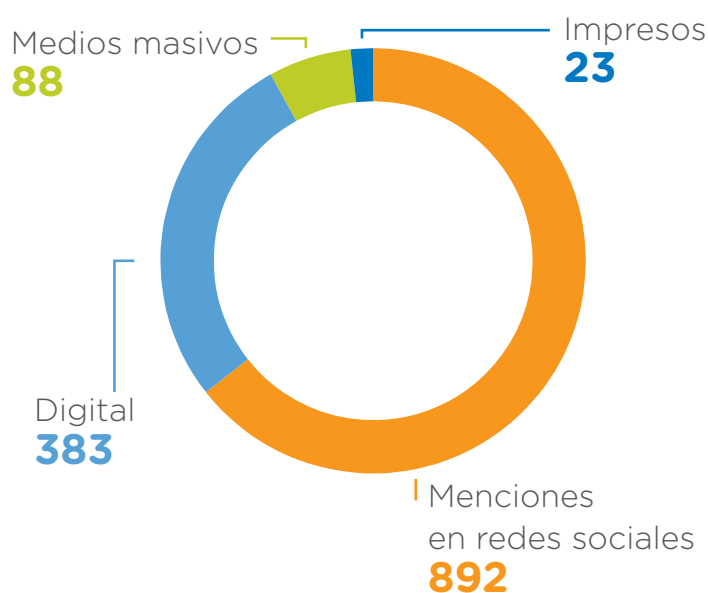
Gracias a nuestro equipo de relaciones públicas, logramos dar visibilidad a nuestra misión con presencia en medios de comunicación y diversos eventos dirigidos a la población general.

De igual forma, consolidamos alianzas con diversas empresas, instituciones y marcas solidarias, a las cuales extendemos nuestro más profundo agradecimiento por confiar en nosotros y apoyar de manera tan comprometida a los pacientes.

ENTREVISTAS EN MEDIOS: 112



PUBLICACIONES: 1,386



MEDIOS DESTACADOS

EL IMPARCIAL

COSMOPOLITAN

¡Qué Tal Fernanda!

publimetro

EL CEO

Saga

MILENIO

NOTIMEX
VERDAD, LIBERTAD Y DERECHO A LA INFORMACIÓN

EL ECONOMISTA

Televisa
GUADALAJARA

TELEMUNDO

tv azteca

IMAGEN
NOTICIAS

MUNDO
EJECUTIVO

MILENIO TELEVISION

Eventos

Celebración del Día de la Madres - Lectura del cuento Atahualpa

Para celebrar el Día de las Madres, realizamos un evento en las oficinas de WeWork Varsovia (CDMX) donde mamás (medios de comunicación e influencers) e hijos compartieron un momento de diversión y aprendizaje, a través de la presentación de la historia de Atahualpa, narración interactiva sobre la donación de médula ósea.



Fundación Jorge Vergara

Por segundo año consecutivo, nos asociamos para realizar actividades de sensibilización sobre la donación de médula ósea e invitamos a la población a registrarse como posibles donadores. Asimismo, realizamos una actividad de registro durante el partido Chivas vs. Pachuca el 24 de septiembre, se generaron contenidos internos para promover nuestra misión entre sus colaboradores, y regalamos boletos para el partido mediante nuestras redes sociales y *mailing* a nuestras audiencias.

Tour de conferencias

Ryan Peña, estratega de medios sociales de Be The Match®, presentó a estudiantes universitarios de CDMX y Guadalajara su conferencia "El nuevo virus: *influencers*, historias y autenticidad". Además, hicimos una campaña en cada institución donde Ryan se presentó (Universidad Panamericana, Anáhuac, EBC CDMX y EBC GDL) para registrar más posibles donadores.



Subasta "El arte de salvar vidas"

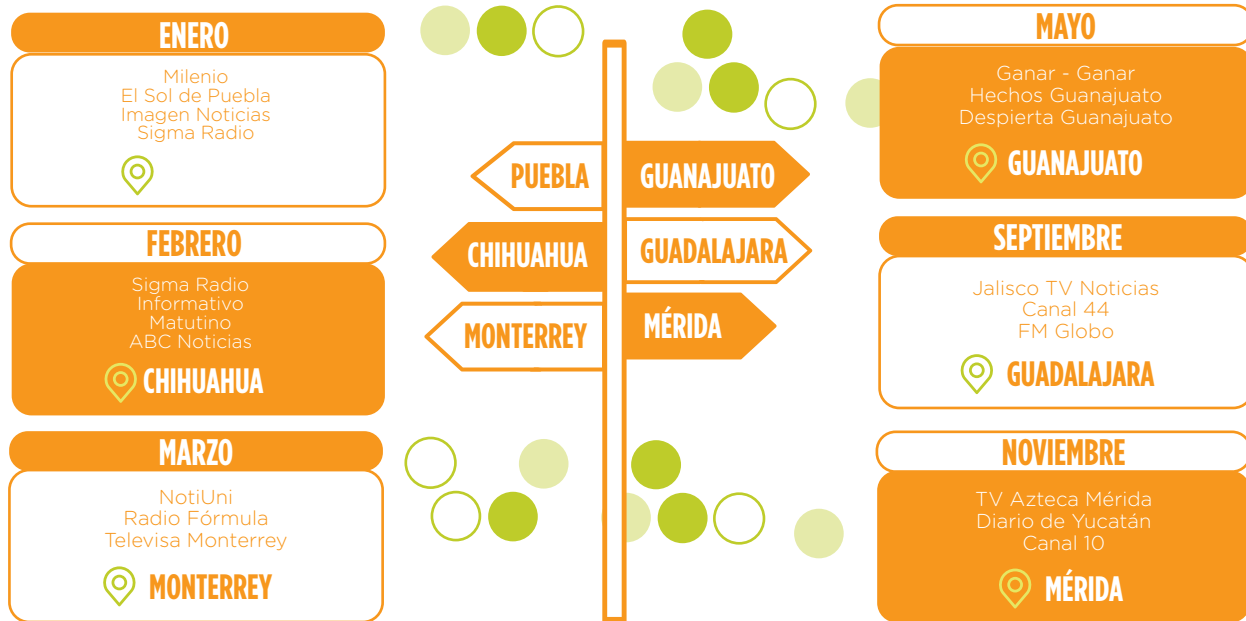
En alianza con la galería de arte Baga06, en septiembre realizamos una subasta donde artistas independientes donaron piezas de arte para ser exhibidas y adquiridas durante el evento. El dinero recaudado fue donado a pacientes con enfermedades en la sangre.

Primer encuentro donador-paciente en México

Organizamos el primer encuentro entre paciente (Natalia, de Chihuahua, México) y su donador (Walter, de Texas, Estados Unidos).



Media Tours



ALIANZAS

wework

Desde el primer semestre del año se convirtió en punto fijo de registro, con buzones en cada edificio para que los interesados en registrarse como donadores potenciales de células madre pudieran acudir en cualquier momento a registrarse a cualquiera de estos. Además, fungió como gran aliado en la organización de eventos y actividades de registro de donadores potenciales, así como patrocinando algunos de los suplementos necesarios para llevarlas a cabo.

BEAT

Realizamos eventos y colocamos buzones de registro en sus oficinas de CDMX, Monterrey y Guadalajara. También se colocaron cubrecabeceras en los autos de sus conductores en dichas ciudades.

COLABORACIONES



Durante nuestra subasta, regaló botellas de vino por cada una que adquirimos.



Se realizó un evento de registro en sus instalaciones y fue aliada estratégica durante nuestra subasta de septiembre.



También estuvo presente durante nuestra subasta dando un cóctel de bienvenida para todos nuestros invitados.



Su participación fue esencial para poder realizar el encuentro donador-paciente en diciembre, ya que patrocinó el vuelo de Walter (donador) y además donó millas para nuestra subasta de arte.

Redes sociales

Nuestro equipo de redes sociales crea conexiones con nuestras audiencias principales y además abre vías esenciales para llegar a nuevos miembros de nuestra familia utilizando un lenguaje amigable y acorde con los distintos tipos de audiencias que nos siguen mediante hashtags.

Gracias a su trabajo constante, estamos en comunicación directa con donadores y familiares, benefactores, pacientes, organizaciones civiles, personal de la salud, voluntarios, marcas aliadas, medios de comunicación, *influencers* y población en general.

Asimismo, durante este año logramos incrementar significativamente nuestro número de seguidores y magnificar cada una de nuestras iniciativas digitales.

CRECIMIENTO DE SEGUIDORES



+3,800



27%



+1,400



73%



HASHTAGS MÁS RELEVANTES EN FACEBOOK E INSTAGRAM

#BETHEMATCH

#SALVAMOSVIDAS

#UNIENDOVIDAS

#DONADORATODAMADRE

CANAL	ACTIVIDADES
	• Motivamos más registros. • Invitamos a realizar contribuciones financieras. • Comunicamos sobre nuestros eventos, nuevos casos de donación o recepción y sus detalles. • Realizamos dinámicas de interacción. • Difundimos noticias sobre nuestras estrategias.
	• Motivamos más registros. • Invitamos a realizar contribuciones financieras. • Comunicamos sobre de nuestros eventos, nuevos casos de donación o recepción y sus detalles. • Realizamos dinámicas de interacción.
 STORIES	• Creamos <i>challenges</i>. • Comunicamos sobre nuestros eventos de registro. • Creamos contenido para derribar mitos de la donación. • Respondemos a preguntas de la población. • Desarrollamos y comunicamos dinámicas de interacción y “filtros” propios.
	• Publicamos nuestras apariciones en medios de comunicación y encuentros paciente/donador. • Difundimos testimonios de pacientes y donadores.

Comunicación directa (correo electrónico)

Utilizamos el correo electrónico para enviar información útil, relevante, educativa y esperanzadora tanto a pacientes y sus familias, como al resto de nuestras audiencias principales:

- Padres de familia.
- Donadores potenciales y actuales.
- Población en general (invitaciones a eventos de registro e información para derribar mitos sobre la donación de células madre).
- Asistentes potenciales a eventos.
- Benefactores actuales y potenciales.
- Voluntarios.
- Menores de edad y adultos mayores a 44 años interesados en ayudar.
- Personal médico.

La comunicación constante con ellas es clave para alcanzar nuestros objetivos y, especialmente, para mantenernos cerca de los pacientes.

Nuestros mensajes nos permiten invitarlas a ser parte de nuestra comunidad de diferentes maneras, como convertirse en voluntarios y benefactores, o simplemente pasando la voz para que más personas se enteren de nuestra causa.

ESTRATEGIA DE CORREO ELECTRÓNICO

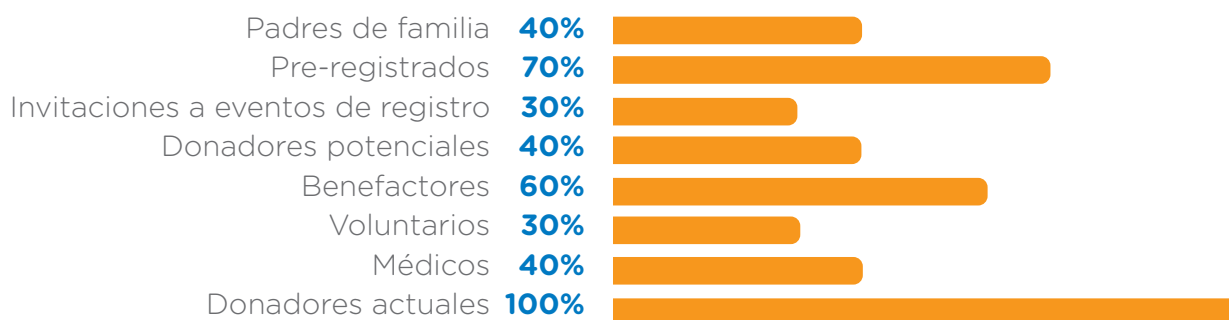


* Referencia: El promedio de aperturas para correos de organizaciones benéficas es de 25.20%

** Referencia: El promedio de clics para correos de organizaciones benéficas es de 2.60%

Fuente: campaignmonitor.com/resources/guides/email-marketing-benchmarks

TASA DE APERTURAS DE CORREOS ELECTRÓNICOS POR AUDIENCIA



Influencers

Durante 2019 tuvimos la fortuna de contar con el invaluable talento de personas que saben llegar directamente a nuestras audiencias clave. Todos ellos nos permitieron amplificar nuestros mensajes, desarrollar confianza entre sus seguidores, difundir nuestra misión y objetivos, fortalecer nuestra estrategia de contenidos y dar valor a nuestra causa. Lo mejor de todo es que varios se identificaron tanto con nuestra causa que se convirtieron en donadores potenciales.

¡Gracias a todos por ayudarnos a salvar vidas!



Actividad	Descripción	Participantes	Alcance potencial	Nota
GO KARTS	Competencia entre influencers y sus seguidores en una pista de go karts.	Sedúcame Mujer Raulito Show Renata Gómez Jos Beto Sanchez Mariana Gutiérrez	207,000 68,100 45,800 11,100 3,700 2,100	
"DONADOR A TODA MADRE"	Sumamos a los influencers a la campaña señalada con motivo de nuestros primeros dos años en México y las celebraciones del Día de la Independencia.	Chantal Tirado Saraí Valdez Andrea Guillén Andrea Veléz Juan Miranda Eugenio De La Garza	65,700 320,400 401,000 201,500 65,800 68,100	La mayoría de los influencers participantes fueron regionales. Específicamente, Chantal Tirado, Saraí Valdez y Andrea Guillén amplificaron el video en Guadalajara, ciudad de donde son originarias.
SUBASTA "EL ARTE DE SALVAR VIDAS"	Los asistentes a nuestra subasta de arte nos ayudaron a amplificar el mensaje y a conseguir más compradores.	Alejandro Peniche Rommel Pacheco Kennya Pacheco Israel Palacios Ximena Martínez Victor Santamaría Mitchel Bonilla Marie Magaña	110,000 1,256,000 124,200 85,800 179,800 115,200 1,920,000 168,900	Contamos con la asistencia del clavadista Rommel Pacheco, acompañado por su hermana Kennya. El actor Alejandro Peniche fue anfitrión del evento.
PRIMER ENCUENTRO PACIENTE - DONADOR	Evento en el que Natalia (paciente) y Walter (donador) se conocieron en persona por primera vez, hecho inédito en México.	Bianca Ponce Crys Lg Jimena Montes Karina Rangel Mitchel Bonilla Nikki Lugo Paola Navarro Steph Ruiz	250,200 581,700 255,600 188,000 10,272,000 203,400 86,604 79,896	Mitchel Bonilla se sumó como conductor de todo el evento. Él se ha consolidado como uno de los influencers más participativos en Be The Match.
"DONADOR A TODA MADRE" (DICIEMBRE)	Reforzamiento de la campaña "Donador a toda madre" para incentivar a la población a reflejar la generosidad y gratitud de la temporada navideña brindando esperanza de vida a pacientes con enfermedades en la sangre.	Alexia Hoo Natalia Catala Devi Lllamar Mafer Curiel Rafael Coppola Michelle Negróns Bárbara Boller Elice Castro	729,000 1,608,000 179,500 102,800 79,600 72,600 850,000 41,100	 VER VIDEO

ALCANCE TOTAL: 3,238,904 personas

Directorio de contactos

DIRECCIÓN GENERAL

Yvonne Ybarra

Directora de Latinoamérica
yybarra2@bethematch.org.mx

Sergio Medrano

Gerente General
smedrano@bethematch.org.mx

DIRECCIÓN MÉDICA

Dr. Juan Antonio Flores Jiménez

Director Médico
jflores2@bethematch.org.mx

MARKETING

Kenza Gravois

Gerente de Marketing
kgravois@bethematch.org.mx

APOYO A PACIENTES

Karla Martínez

Gerente de Servicio a Pacientes
kmartin3@bethematch.org.mx

APOYO A DONADORES

Regina Cuevas

Representante de Contacto de Donadores
rcuevas@bethematch.org.mx

Erika Molinar

Especialista de Servicios de Donadores
emolina5@nmdp.org

Letty Rodriguez

Especialista de Servicios de Donadores
lrodrig9@nmdp.org

EVENTOS DE REGISTRO

Andrea Baños

Lider de Gerentes Regionales
abanos@bethematch.org.mx

Alejandro Reynosa

Gerente Regional Zona Centro
areynosa@bethematch.org.mx

Paula Talamás

Gerente Regional Zona Noroeste
ptalamas@bethematch.org.mx

Michelle Aguirre

Gerente Regional Zona Sureste
maguirre@bethematch.org.mx

Carlos Assam

Gerente Regional Zona Noreste
cassam@bethematch.org.mx

VOLUNTARIADO Y SERVICIO SOCIAL

Andrea Baños

Gerente Regional de Vinculación Social y Voluntariado
abanos@bethematch.org.mx

RECAUDACIÓN DE FONDOS

Laura Chávez

Gerente de Sostenibilidad
lhavez@nmdp.org

ENLACE DE CENTROS DE TRASPLANTE

Amaro Sanchez

Enlace de Centros de Trasplante Latinoamérica
asanche4@bethematch.org.mx

