



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

LA INFLUENCIA DEL MARKETING
SOCIAL EN LA INTENCIÓN DE
DONAR SANGRE
VOLUNTARIAMENTE EN LOS
ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD DE
PIURA - CAMPUS LIMA

Annie Tafur-Roman, Andrea Takuma-
Flores

Lima, junio de 2018

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Programa Académico de Administración de Servicios

Tafur, A. y Takuma, A. (2018). *La influencia del marketing social en la intención de donar sangre voluntariamente en los alumnos de la Universidad de Piura - Campus Lima* (Tesis de licenciatura en Administración de Servicios). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Servicios. Lima, Perú.



Esta obra está bajo una licencia

[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](https://repositorio.institucional.pirhua.edu.pe/)