

AÇÃO DE CAPTAÇÃO PARA AUMENTO DO COMPARECIMENTO DE DOADORES VOLUNTÁRIOS DE SANGUE JOVENS NO HEMOCENTRO DE BELO HORIZONTE

MAD Santos, HH Dupim, AA Martins, JPM Sousa, EAW Maciel, PC Rodrigues

Hemocentro de Belo Horizonte, Fundação Hemominas (FH), Belo Horizonte, MG, Brasil

Objetivos: Planejar e implantar ação de captação de doadores de sangue com foco no público jovem para comparecimento imediato no Hemocentro de Belo Horizonte (HBH) através do uso de material educativo. **Material e métodos:** A partir de análise realizada sobre o comparecimento de doadores no HBH ao longo do ano 2023, por faixa etária, constatou-se déficit na categoria entre 16 e 29 anos de idade. Foi desenvolvida ação voltada para este público, com a intenção de aumentar o comparecimento de doadores jovens através da produção de material gráfico, mídias, peças publicitárias e vídeos educativos com linguagem acessível e adaptada. O material foi divulgado nas redes sociais oficiais da Fundação Hemominas, jornais dos ônibus e painéis de led da cidade. Utilizou-se a mascote (uma bolsinha de sangue de pelúcia) respondendo as dúvidas mais comuns. Os temas abordados incluíram mitos sobre a doação voluntária de sangue, perguntas frequentes, aproveitando a data do dia do jovem, 13 de abril. O período da ação foi estrategicamente escolhido, devido histórico baixo de doações, ausência de campanhas clássicas, fora do período de férias, sem grandes variações sazonais, sem interferência de fatores epidemiológicos e mesma capacidade de atendimento do hemocentro em ambos os anos de análise. **Resultados:** Foram analisados 3 bimestres de 2023 e 2024: janeiro a março (antes), abril a maio (durante) e junho a julho (pós ação). Doadores atendidos em 2024 em relação a 2023: entre 16 e 18 anos, 1º bimestre (52 doadores a mais); 2º bimestre (1 doador a menos); 3º bimestre (21 doadores a menos). Entre 18 e 29 anos, 1º bimestre (1 doador a mais); 2º bimestre (1122 doadores a mais); 3º bimestre (112 doadores a mais). Dados complementares do 2º bimestre de 2024 foram levantados em relação às demais faixas etárias, a fim de verificar se houve interferência da ação fora do público alvo, como segue. Entre 30 a 39 anos: 784 doadores a mais; 30 a 39 anos: 585 doadores a mais; 50 a 59 anos: 209 doadores a mais; acima de 60 anos: 67 doadores a mais. **Discussão:** Os resultados se mostraram favoráveis e perduraram até o mês seguinte para o principal público da campanha, entre 18 a 29 anos, sendo o objetivo atingido. Entre 30 e 59 anos o comparecimento aumentou consideravelmente e decaiu gradativamente a medida que se aumenta a idade, mostrando que a campanha atingiu uma parcela maior da população do que o previsto. A ação deve sofrer adaptações para atingir a faixa de 16 a 18 anos que se manteve estável ao longo dos bimestres. Não houve resultado significativo na categoria acima de 60 anos. A forma de veiculação da campanha virtualmente se mostrou efetiva e foi confirmada pelo alcance do público alvo. O uso da mascote facilitou explicações complexas, além de simbolizar simplicidade e conforto no processo de doação de sangue, aproximando o doador da experiência de doação em detrimento dos mitos e medos associados. **Conclusão:** Ações

de captação de sangue voltadas para o público jovem são de extrema importância para manutenção dos estoques e atendimento da população. Ainda há muitos desafios a enfrentar, principalmente no que se refere aos doadores adolescentes. A educação para doação é uma metodologia que colabora para despertar o interesse e a inserção de conteúdos relacionados à doação voluntária de sangue nos espaços onde o público jovem está presente.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2024.09.1282>

AÇÕES PARA AUMENTO DO ESTOQUE DE SANGUE DE O POSITIVO NO HEMOCENTRO DE BELO HORIZONTE

HH Dupim, AA Martins, MAD Santos, JPM Sousa, EAW Maciel, PC Rodrigues

Hemocentro de Belo Horizonte, Fundação Hemominas (FH), Belo Horizonte, MG, Brasil

Objetivos: Aumentar o estoque de sangue O positivo (O+) que teve grande queda no primeiro semestre de 2024 com o intuito de atender aos pacientes. **Material e métodos:** No primeiro semestre de 2024 houve um aumento considerável no número de hemocomponentes fornecidos em relação ao mesmo período no ano anterior. Enquanto em 2023 tivemos um consumo de 49.552 bolsas, em 2024 tivemos um total de 57.889 bolsas. Um aumento significativo de aproximadamente 17%. Ao mesmo tempo vivemos uma epidemia de dengue onde no estado de Minas Gerais tivemos um aumento de 300% dos casos de dengue ocasionando muitos doadores inaptos provisórios. O Hemocentro de Belo Horizonte chegou um déficit considerável principalmente nos meses de abril e maio de 2024 com relação ao estoque de O+. Algumas ações foram realizadas para contornar este problema entre elas: Post específico no Instagram da Fundação Hemominas com 361 comentários, mais de 350 mil reproduções e 3.511 compartilhamentos. Envio de 700 mensagens de whatsapp para doadores aptos a realizarem uma nova doação do grupo O+, com o tema “Procura-se Doadores O +. Agende sua doação”. Divulgação em painéis de LED na cidade de Belo Horizonte com peça similar à viralizada no Instagram convocando doadores O+. **Resultados:** Houve aumento significativo no comparecimento de doadores em geral, mas, principalmente do grupo sanguíneo O+ nos meses de maio e junho de 2024. Aumento de aproximadamente 19% dos doadores O+ de abril para maio de 2024 e de aproximadamente 34% de abril para junho de 2024. O resultado também é positivo na análise comparativa entre 2023 e 2024, no mesmo período. Crescimento de 20% no comparecimento deste grupo de doadores em 2024 (1.636 doadores). Além disso ao compararmos o resultado com os demais grupos sanguíneos é possível verificar que a campanha teve êxito pois, enquanto em abril de 2024, os doadores O+ estavam 2% menores que o mesmo período em 2023, a média de doadores geral crescia chegando a um aumento de 26%. Em junho, após a campanha em massa, o resultado se reverte, tendo 61% de aumento de doadores O+ e uma queda de 1% entre os doadores de todos os tipos sanguíneos. **Discussão:** As ações realizadas para melhoria do