

19,80%), seguido do comportamento de risco (n=97; 10,55%) e doador que apresenta algum problema de saúde (n=91; 9,90%). A pandemia por Coronavírus foi o 4º principal motivo significativo de recusa, sendo 36,49% (n=27) em indivíduos do gênero feminino e 63,51% (n=47) em indivíduos do gênero masculino, de acordo com maioria dos estudos em que o gênero masculino ainda é o maior público para doação de sangue. **Conclusão:** Apesar da criticidade do período pandêmico não foi observado diferença significativa no total de inaptidão clínica quando comparado ao mesmo período do ano anterior, 2019 (n=952) e 2020 (n=919). Contudo, foi traçado de estratégias de captação para este cenário que garantiram a estabilidade do estoque mantendo o número de doações de 2019 (n=5.645) e 2020 (n=5.620). Entretanto, como é de se esperar para períodos de pandemia e por recomendação da OMS e políticas locais, foram adotados diversos procedimentos que gerariam impacto transfusional, porém se observou discreta redução do número de transfusões (-2,3%) de 2019 (7.504) para 2020 (7.335 transfusões), referente ao mesmo período.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2020.10.602>

601

O IMPACTO DA IMPLEMENTAÇÃO DO AGENDAMENTO ON LINE NO BANCO DE SANGUE DO HOSPITAL DE CLÍNICAS PORTO ALEGRE DURANTE A PANDEMIA COVID-19

M.D.S.V. Leao, P.P.F. Seltenreich, L. Sekine, A.R. Malaquias, N.T. Carvalho, B.P. Bonfante, J.G.B. Chaparro, T.S. Pinto

Hospital de Clínicas de Porto Alegre, Porto Alegre, RS, Brasil

Objetivo: Analisar o impacto da utilização da ferramenta de agendamento on line, estratégia adotada para organização no atendimento à doadores de sangue, analisar a agilidade, absenteísmo e a adesão da população ao agendamento visando não aglomeração de pessoas durante a Pandemia e manter os estoques de hemocomponentes supridos. **Métodos:** Realizado um estudo de coorte dos agendamentos no período de 01 de março de 2020 à 30 de junho de 2020 e comparado com mesmo período do ano de 2019. Observamos o quantitativo de doadores que agendaram × que compareceram no Hospital de Clínicas de Porto Alegre para realizar sua doação. Foi implementado a ferramenta de agendamento on line visando aumentar a segurança nesse momento de preocupação com a Pandemia COVID-19 sendo disponibilizado através de um link para agendamento com hora marcada – 50 horários de agendamento da doação durante a semana e 40 horários para agendamento no sábado. Houve ampliação no horário de atendimento visando um espaçamento maior entre um atendimento e outro. Essa informação foi disseminada através de mídias (rádio, TV, Jornal, Intranet, Facebook, Instagram), mensagens por envio de e-mail, envio de whatsapp e por telefonemas. **Resultado:** Em relação ao total de doadores no período, o número de doadores em 2019 (4486) foi bastante similar ao observado em 2020 (4517). O percentual de doadores efetivos (que doaram sangue ao fim do processo de triagem) também foi comparável entre os anos (2019 – 82,08%

× 2020 – 82,47%; p=0,64). Entretanto o percentual de doadores agendados foi significativamente superior no ano 2020 em comparação com os agendamentos do ano anterior, que eram realizados por telefone (9,6%×61,7%; p<0,0001). Também foi observado que os doadores agendados por via online tinham menor taxa de absenteísmo do que os agendados por telefone (59,1%×48,2%; p<0,0001). **Discussão:** A organização do processo e adoção de ações para adesão dos doadores se deu através da informação e educação contínua para mudança de cultura no ato de doar. O agendamento on line visa agilidade, ou seja, um atendimento mais seguro e sem aglomeração, mas traz algumas vulnerabilidades no que diz respeito a tempo de atendimento e treinamento de equipe. **Conclusão:** O uso da ferramenta do agendamento on-line foi muito importante para mantermos o estoque de hemocomponentes e o atendimento da demanda de transfusões do hospital. Oportunizou a adaptação necessária para que a equipe pudesse adequar ao acolhimento de doadores em consonância com os padrões de seguridade exigidos pelo Ministério da Saúde a partir da pandemia por COVID-19. Essa ferramenta, mostrou-se efetiva e de fácil adaptação para a população em estudo, a adesão ao novo modelo de agendamento foi aceita, pois observamos que 40% (2827) dos doadores que compareceram ao Banco de Sangue estavam agendados. Com a ampliação do agendamento on-line diminuímos os riscos de aglomeração e contaminação de doadores e colaboradores.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2020.10.603>

602

O IMPACTO NAS AÇÕES DE MARKETING NA CAPTAÇÃO DE DOADORES DE SANGUE NO HOSPITAL DE CLÍNICAS DE PORTO ALEGRE

P.P.F. Seltenreich, M.D.S.V. Leão, L. Sekine, N.T. Carvalho, A.R. Maquias, T.S. Pinto, J.G.B. Chaparro, B.P. Bonfante

Hospital de Clínicas de Porto Alegre, Porto Alegre, RS, Brasil

Objetivo: Analisar as estratégias adotadas na captação de doadores de sangue quanto ao uso do marketing e mídias para fidelizar doadores e manter estoques de sangue em Hospital Universitário de alta complexidade no primeiro semestre de 2020. **Métodos:** Realizado um estudo de coorte dos doadores de sangue que compareceram no Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA) no período de 1 de janeiro de 2020 à 1 de junho de 2020. Avaliamos o tipo de abordagem, a comunicação utilizada, respostas das ações realizadas no período das campanhas através telefonemas e de mídias (rádio, tv, jornal, Intranet, Facebook, whatsapp, SMS e-mail, Instagram), acolhimento de grupos de empresas parceiras, grupos religiosos, familiares de pacientes e grupos voluntários, visando suprir os estoques de hemocomponentes no Banco de Sangue. **Resultados:** Recebemos nesse período 8387 doadores, totalizando 6422 doações efetivas. Nossos números de coletas de sangue total 5637 (67%), plaquetas por aférese 741(9%), hemácias por aférese 44(5%). Obtivemos uma resposta através de email de (8,35%), telefone e whatsapp, SMS (15,37%), através de marketing interno pré cirúrgico e abordagens de profissionais

com folder (22,27%), de mídias Facebook, Instagram e Intranet (13,16%), agendamento de grupos (5,19%) e doadores voluntários (39,80%). Observamos um aumento expressivo de (32%) no número de doadores nas semanas que utilizamos a ferramenta TV e rádio para veiculação da informação. **Discussão:** A comunicação é a principal estratégia no processo de Captação. O convite, acolhimento, campanhas e estratégias educativas associados ao Marketing são fundamentais para a Captação e presença constante de doadores, que tem como objetivo tornar a ação parte de hábitos e valores da população. As parcerias que auxiliam na divulgação do ato de doar impulsionam a informação e a estratégia visual tem um alcance considerável. Devemos observar o que motiva o doador à doação e conhecer e avaliar as estratégias utilizadas. **Conclusão:** O uso da mídia digital pessoal, por meio de e-mails e de telefonemas, audiovisual e parcerias, possibilita novos registros de doações, além de ser uma ferramenta de marketing organizacional de resposta rápida, grande alcance e custo baixo, é uma ferramenta pontual. A criatividade e bom atendimento ao doador é uma estratégia eficaz na fidelização e necessita da capacitação e da boa vontade dos profissionais envolvidos no processo.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2020.10.604>

603

PERFIL ÉTNICO-TERRITORIAL DOS CANDIDATOS DOADORES DE MEDULA ÓSSEA PARAENSES, NÃO APARENTADOS, CADASTRADOS NO HEMOPA

L.J. Barreto-Cabral^{a,b}, A.C.L. Oliveira^b, E.V.O. Jorge^b, H.D.S. Anijar^b, I.C.G. Lima^b, N.N. Farias^b, T.R.D.C. Almeida^b, M.K. Palmeira^c, L.M.C.M. Pereira^d, P.J.S. Mendonça-Mattos^{a,b}

^a Instituto de Ciências Biológicas, Universidade Federal do Pará (UFPA), Belém, PA, Brasil

^b Laboratório de Imunogenética, Fundação Centro de Hemoterapia e Hematologia do Pará (HEMOPA), Belém, PA, Brasil

^c Coordenação de Laboratórios, Fundação Centro de Hemoterapia e Hematologia do Pará (HEMOPA), Belém, PA, Brasil

^d Diretoria Técnica e Corpo Médico, Fundação Centro de Hemoterapia e Hematologia do Pará (HEMOPA), Belém, PA, Brasil

Introdução: A população brasileira moderna é extremamente heterogênea, pressupondo diversidade genética do loci HLA. Por isso, banco de dados da população são muito importantes, já que a região Norte mostra maior tendência de hereditariedade indígena, o Nordeste de africanos, o Sudeste e Sul de Europeus e o Centro-Oeste com maior participação das regiões sudeste e nordeste, mas com influência das demais. **Objetivo:** O trabalho analisou os dados étnico-territoriais de 5.000 candidatos doadores voluntários de medula óssea (DVMO) paraenses, recrutados na Fundação Hemopa, no período compreendido entre julho de 2010 a novembro de 2019. **Materiais e métodos:** Foi utilizado o programa Neovita version 2.01.29 para a obtenção de

dados e para análise dos resultados o programa Microsoft Excel version Office 365. **Resultados:** De todos os doadores candidatos paraenses, 70,1% se autodeclararam como pardos, seguido de 23,9% brancos, 4,9% negros, 0,8% sem autodeclaração, 0,3% amarelos e apenas uma única pessoa indígena. Logo, de todos os dados coletados, percebe-se que o tipo mais predominante foi de pardos. Também foi consultada a localização das unidades de atendimento da Fundação Hemopa, observando-se que a procedência geográfica dos cadastros muito se assemelha às localidades das unidades da Fundação no Estado. Os dez municípios paraenses com maior número de cadastros foram, em ordem decrescente: Belém, Ananindeua, Castanhal, Santarém, Marabá, Capanema, Redenção, Marituba, Tucuruí e Altamira. **Discussões:** Em trabalhos semelhantes, brasileiros, também existem diferentes grupos étnicos dos voluntários captados por bancos de sangue. De forma decrescente, para Macêdo et al. (2015), do Rio Grande do Norte, a maioria das pessoas se autodeclarou como indígenas, seguido de negros, pardos, brancos e amarelos. Para Roque et al. (2014), de São Paulo, a maioria se autodeclarou como brancos, seguido de mestiços, negros e outras categorias. Para Boquett et al. (2015), do Rio Grande do Sul, a maioria se autodeclarou como brancos, seguido de negros, pardos, amarelos e indígenas. Carvalho et al. (2013), do Piauí, observaram uma enorme heterogeneidade entre origem caucasóide e africana com pequena contribuição indígena. Já o presente trabalho apresentou como grupo étnico predominante os pardos, apesar do trabalho feito por Macêdo et al. (2015) discordar de todos, já que ele possui maior participação do grupo étnico indígena. A partir dos resultados da procedência regional, nota-se que os municípios com maior participação de candidaturas são os que são ou ficam próximos das unidades de coleta do Hemopa. Infelizmente, não se encontraram estudos que tenham feito também a comparação entre o local de candidatura à medula óssea com o ponto de coleta de um hemocentro, mas percebe-se que quanto mais próximos da capital paraense, maior é a adesão. Muito interessante também de ter observado foi que o único candidato que se autodeclarou como indígena, do sexo masculino, fez seu cadastro na cidade de Belém. **Conclusões:** É inferido que se faz necessário aumentar o número de postos de coleta do Hemopa para o interior do Estado e ampliar campanhas de sensibilização para captar mais voluntários dos grupos étnicos minoritários, visando aumentar as chances de compatibilidade de HLA.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2020.10.605>

604

QUALIFICAÇÃO DO PLASMA CONVALESCENTE SARS-CoV-2 EM DOADORES DE SANGUE

G.C. Duarte^a, V. Simone^a, M.A.P. Ottoboni^a, R. Haddad^a, R.S.M. Toledo^a, S. Sanches^b

^a H.Hemo Hemoterapia Brasil SA, Pacaembu, SP, Brasil

^b Imunolab Laboratório Triagem de Doadores Ltda, São Paulo, Brasil

