

de São Luís. **Objetivos:** Identificar a prevalência de traço falciforme em doadores de sangue em banco de sangue privado de São Luís. **Material e métodos:** A análise foi feita através dos laudos dos doadores de sangue com presença de HbS através do método de teste de solubilidade e posteriormente submetidas à análise estatística, no período de janeiro de 2021 a dezembro de 2022. **Resultados:** Dos 3.390 doadores de sangue, 72 (2,12%) apresentaram traço falcêmico (TF). Seus perfis caracterizaram-se por: 73% do sexo masculino; 61% na idade de 18 a 38 anos; 54,16% da cor parda; 62% com nível de escolaridade médio completo. **Discussão:** Vale ressaltar que os resultados corroboram com os de outras pesquisas, onde esse predomínio de doadores de sangue do gênero masculino tem como uma possível justificativa as condições fisiológicas do gênero feminino como, gravidez, sendo também a maioria dessas pessoas acometidas por anemia (ANTWI-BAFFOUR, 2015). No Brasil, a prevalência do traço falciforme (HbAS) varia de 2% a 8% (MURÃO et al, 2007). Quanto à etnia, no estudo foi encontrado entre os doadores positivos para o TF, a maior frequência de autodeclarados pardos (42,8%), o que mostra a grande influência da miscigenação da região do norte (PINTO, LADEIRA, OLIVEIRA et al, 2022). Em relação ao nível de escolaridade Coutinho (2021) relata que os doadores com TF possuíam 2º grau completo (58,34%). **Conclusão:** O estudo mostrou 2,12% de TF entre os doadores de sangue, com prevalência no sexo masculino, com idades entre 18 e 38 anos, da cor parda, com segundo grau completo. Vale salientar a importância dessa informação para orientar ações de esclarecimento sobre o tema e aconselhamento à essa população.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2023.09.1275>

A IMPORTÂNCIA DA COLETA EXTERNA COMO FERRAMENTA DE CAPTAÇÃO E AMPLIAÇÃO DA MARCA

MA Sampaio, PG Moura, TM Carvalho

Grupo GSH, Brasil

Objetivo: Relatar os benefícios da coleta externa como ferramenta de captação e relacionamento com novos parceiros para ampliação da base de doadores e visibilidade da marca. **Método:** Realizada análise retrospectiva para avaliação dos benefícios de uma nova estratégia de captação para obtenção de ampliação de base. Informações extraídas da base de dados do sistema informatizado no período de Janeiro de 2022 a Junho de 2023. **Resultados:** As coletas externas do Serum, em 2022, apresentaram os seguintes resultados: candidatos a doação de sangue de primeira vez 629, 31 doadores de repetição, 49 de doadores esporádicos. Estratificando em número e considerando que obtivemos 8 dias de coleta no ano, o resultado atingido foi de: candidatos a doação 709, 577 coletas efetivas e a média de 72 doações por dia. No primeiro semestre de 2023, foram captados 1.086 candidatos a doação. Desses candidatos, obtivemos 825 doadores de primeira vez, 123 de repetição e 138 doadores esporádicos. Fechando o semestre com 919 coletas efetivas, ou seja, com o aproveitamento de 85%. Considerando que realizamos até o momento 9 dias de ações e com uma média 102 doações dia. Comparando o

primeiro semestre de 2023, com o ano de 2022, concluímos com 24% de aumento da base de candidatos a doação. Para conclusão do ano de 2023, estamos com mais 13 dias de ações externas e prevendo o atingir 69% de doadores de primeira vez. Considerando os dados coletados dos últimos anos, para o ano 2024, com a continuidade as ações e ampliação das estratégias este percentual continuará crescendo. Contudo, dando um equilíbrio maior com o volume de doadores de repetição, já que buscamos fidelizar o público alvo atingido através das parcerias com as instituições, empresas e centros comerciais. Considerando que o perfil de doadores da unidade Serum Centro, são de primeira vez, no ano de 2022 com as coletas externas conseguimos contribuir 3% e em 2023 com 9%. **Conclusão:** Constata-se que as estratégias utilizadas de captação, em paralelo com as ações nos anos de 2022 e 2023, contribuíram para autossuficiência regional no mês aplicado. Trazendo maior conforto em nosso estoque e garantindo o abastecimento das agências transfusionais do Serum e demais empresas que são atendidas pelo mesmo. Além do volume atingido nas coletas, foi detectado que o maior índice de doações nos dois anos, são do tipo RH e ABO O+. O que corrobora, para a maior parte dos pacientes com tipagem sanguínea positiva. Através dos estudos elaborados em equipe, observou-se que as oportunidades de ampliação dos doadores, encontra-se em locais onde a população tem uma característica mais regionalizada. São regiões, que possuem difícil acesso ao Centro do Rio de Janeiro, Barra da Tijuca e Nova Iguaçu. O que ratifica os relatos sobre a distância e alto custo de transporte para mobilidade até os hemocentros. Que são um dos principais apontamentos levantados em nossas pesquisas de satisfação. Viabilizando o alcance de um ponto de coleta, de forma mais prática, o que contribui para que o mesmo se torne doador de repetição. Levando para esta população, a importância da doação de sangue regular e desmistificando possíveis dúvidas e tabus sobre o ato. Para ação mais assertiva da campanha, observou-se uma melhoria interna de comunicação entre os setores de marketing, captação, imprensa e operações técnicas. O que levou ao fortalecimento e visibilidade para a marca GSH, fazendo com que novas empresas buscassem nosso serviço como referência de qualidade e serviço. Além de atribuir maior volume de doadores captados, ressaltamos aos nossos parceiros e seus clientes, a importância da contribuição na responsabilidade social e desenvolver o engajamento no ato voluntário.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2023.09.1276>

PROGRAMA UM SÓ SANGUE E A DISSEMINAÇÃO DA DOAÇÃO DE SANGUE COMO FORMA DE ESTABELECE PARCERIAS

APP Ache, SRP Rizzo, A Alves, LC Santos, RM Fava, JFCM Junior

Associação Brasileira de Hematologia, Hemoterapia e Terapia Celular (ABHH), São Paulo, SP, Brasil

Objetivo: O principal objetivo do programa Um Só Sangue é disseminar a doação como um ato voluntário e altruísta, atraindo novos doadores de sangue por meio de parcerias