

população, acerca da doação de sangue. De acordo com a Secretaria de Saúde do Estado do Rio de Janeiro (2023), foram coletados ao final de três dias de campanha 2.015 bolsas de sangue. No primeiro dia da ação, atingiu-se o marco de 669 bolsas coletadas pelo HEMORIO, entre sua sede e coletas externas. O sucesso da campanha contou com a mobilização de outros bancos de sangue do Estado do Rio de Janeiro, mediante articulação e contato do HEMORIO no segundo e terceiro dia de campanha, para absorção de todos os candidatos à doação. **Discussão:** Com base nos resultados, verificou-se que campanhas como esta são meios facilitadores na captação de doadores. Entretanto, percebeu-se que é necessário planejamento estratégico e dimensionamento de recursos humanos para absorção do número de pessoas, de forma a manter a qualidade e humanização do atendimento. Para mais, nota-se a relevância dos serviços de hemoterapia incorporarem os princípios do marketing na promoção de uma ideia ou comportamento. Essa estratégia beneficia tanto a sociedade, quanto a imagem corporativa da empresa/pessoa jurídica envolvida, a qual torna-se bem vista pelos consumidores. **Conclusão:** Diante do exposto, fica clara a importância de ações com enfoque na captação e fidelização de doadores, principalmente quando realizadas de maneira conjunta entre Hemocentros e artistas populares, já que tem como desfecho o abastecimento dos estoques de sangue.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2023.09.1189>

#### FIDELIZAÇÃO DE DOADORES: QUAIS OS FATORES MAIS IMPORTANTES NA VISÃO DOS DOADORES?

ALG Amaral, V Tomazini, MIA Madeira

Grupo GSH, Brasil

**Introdução:** A transfusão de sangue é uma prática médica muito importante e frequente no cotidiano do cuidado dos pacientes. O uso de hemocomponentes são variados: politraumatizados, doenças crônicas, cirurgias, neoplasias hematológicas, hemoglobinopatias, entre outras. O ato da doação de sangue é a única forma de mantermos esse recurso, porém segundo o Ministério da Saúde apenas 1,6% da população brasileira doa sangue, número abaixo do esperado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), estimado de 3 a 5%. Temos em nosso serviço em média 16 mil doadores por ano, onde 38,8% são doadores de repetição e 43,3% são de primeira vez. Do total de doadores, 30% são motivados por conhecer um paciente em específico, 44% foram mobilizados por campanhas ou convocados pelo banco de sangue e 25% são doadores espontâneos. Para a manutenção dos estoques de sangue e atender a demanda hospitalar é necessário um trabalho contínuo para fidelização de doadores. **Objetivos:** Este trabalho teve como objetivo identificar os fatores que na visão dos doadores são importantes para seu retorno em nosso serviço. **Material e métodos:** Por meio de pesquisa descritiva, foram distribuídos 100 questionários na recepção do banco de sangue de forma aleatória para doadores que já haviam doado pelo menos uma vez, no período de maio a junho de 2023. O questionário continha as perguntas: quantidade de

doações, estacionamento, cordialidade, limpeza, infraestrutura, tempo de espera, a contato da equipe de captação e o lanche. Os doadores assinalavam se aquele item foi extremamente, muito, moderadamente, pouco ou nada importante para seu retorno ao banco de sangue. **Resultados:** Do total de 100 questionários, foram 52 sexo masculino e 48 feminino, 60% tinham entre 30 e 50 anos de idade. Com relação ao número de doações, 37% já fizeram mais de 10 doações, 29% entre 5 e 10 doações, 21% de 3 a 5 doações e 13% estavam realizando a segunda doação. Em relação aos fatores perguntados, a limpeza, cordialidade e infraestrutura foi extremamente importante para seu retorno, com 60, 57 e 53 % respectivamente, sendo que aproximadamente 95% dos doadores assinalaram “extremamente” ou “muito” para esse 3 fatores. Já os fatores de tempo de atendimento, contato e o lanche, a maioria dos doadores sinalizou a opção “muito” para seu retorno com 40, 44 e 42%. No fator de ter um estacionamento, 15% assinalaram como “nada”. Verificou-se que o sexo masculino são mais motivados pela limpeza (extremamente), porém o contato da captação e tempo de doação também influenciaram muito no seu retorno. Já o sexo feminino, a limpeza e cordialidade são extremamente importantes, porém os demais fatores foram bem distribuídos. **Discussão:** Esta pesquisa evidenciou que a faixa etária de doadores mais fidelizados estão entre 30 e 50 anos e que independente do sexo, a limpeza, cordialidade e infraestrutura são os fatores que mais motivaram os doadores a retornarem ao nosso serviço. Assim, o investimento no cuidado da limpeza e a garantia de um bom relacionamento com o doador são pontos de sucesso para a fidelização. Possuir um estacionamento conveniado foi o menos importante na nossa pesquisa, mas sabemos que essa importância pode ser variável a depender da localização de cada banco de sangue. **Conclusão:** Este estudo nos permitiu analisar a visão dos doadores sobre dos fatores que os deixam seguros e motivados a voltarem ao nosso serviço e assim melhorarmos os pontos para o aumento da fidelização.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2023.09.1190>

#### AÇÕES PREVENTIVAS PARA REDUÇÃO DO RISCO DE REAÇÕES ADVERSAS SISTÊMICAS RELACIONADAS À DOAÇÃO DE SANGUE EM DOADORES DE PRIMEIRA VEZ E FAIXA ETÁRIA JOVEM

JCD Pires, V Tomazini, MIA Madeira,  
BMC Oliveira, NPS Lopes

Grupo GSH, Brasil

**Objetivo:** O Banco de Sangue GSH de Ribeirão Preto, realizou no ano anterior a caracterização do perfil epidemiológico dos doadores de sangue que apresentaram reações adversas sistêmicas à doação, sendo a maior incidência em doadores de primeira vez e faixa etária dos 16 a 29 anos. A partir da identificação doadores com perfil de maior risco, foram estabelecidas algumas ações de prevenção, visando minimizar o risco das reações adversas sistêmicas deste grupo. Desta forma, o objetivo do atual estudo é avaliar a efetividade