

estoque de O+ tiveram êxito, pois não só pode-se perceber um aumento significativo nos comparecimentos de doadores deste grupo sanguíneo, como uma estabilização do estoque, possibilitando adequado atendimento à população. Além disso, ações atrativas e com engajamento do público atingem doadores de outros tipos sanguíneos e colaboram para a manutenção de todo o estoque de sangue. **Conclusão:** Diante de novos cenários que interferem diretamente na doação de sangue é necessário aos captadores se reinventarem e buscarem novas formas de atingir o público em geral, tendo como foco a estabilização do estoque para atendimento adequado à população. É importante divulgar a doação de sangue de forma sistemática e diversa para que consigamos atingir as pessoas onde elas estejam, atraindo novos doadores ao Hemocentro. É necessário também utilizar uma estratégia eficaz em massa de acesso aos doadores cadastrados, para que os mesmos sejam fidelizados e retornem para nova doação.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2024.09.1283>

ACÇÃO DE NATAL COMO ESTRATÉGIA DE CAPTAÇÃO DE DOADORES VOLUNTÁRIOS DE SANGUE NO HEMOCENTRO DE BELO HORIZONTE

HH Dupim, AA Baldaia, MAD Santos,
LRSL Guimarães, LDRD Santos,
AOR Sacramento, PC Rodrigues

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

Objetivos: Desenvolver ação de captação durante o período de dezembro a janeiro, meses historicamente críticos no que se refere ao comparecimento de candidatos a doação voluntária de sangue, para melhoria do estoque de sangue do Hemocentro de Belo Horizonte (HBH). **Material e métodos:** A fim de melhorar o comparecimento nos meses dezembro e janeiro, utilizou-se uma das estratégias de captação, a exploração de datas comemorativas, neste caso o natal, para sensibilizar e convocar a população a doar sangue. Foram criados dois vídeos de natal: o primeiro vídeo conta com entrevistas de pacientes do ambulatório do HBH relatando suas histórias, agradecendo e convidando a população a realizar uma doação de sangue; o segundo vídeo é um compilado de entrevistas realizadas com doadores de sangue, contando sobre a sua experiência como doador. Os vídeos foram veiculados nas redes sociais oficiais da Fundação Hemominas e um cartão de natal com QRCode do link do vídeo foi distribuído para doadores e pacientes durante o mês de dezembro, estimulando-os a convidar outras pessoas a ir ao hemocentro realizar uma doação de sangue. **Resultados:** Foram realizados dois tipos de comparativo, entre os bimestres (dezembro de 2022 a janeiro de 2023 com dezembro de 2023 a janeiro de 2024) e entre os meses separadamente. Em relação aos bimestres: foi registrado 6% a mais de doações totais no bimestre da ação, com destaque para os grupos sanguíneos O negativo (117 doadores a mais), O positivo (127 doadores a mais), A positivo (177 doadores a mais). Em relação ao comparativo entre meses: houve

aumento de comparecimento total de 2% em dezembro de 2023 em relação a dezembro de 2022 e de 9% no comparativo entre janeiro 2023 e janeiro de 2024. Foram distribuídos aproximadamente 1000 cartões de natal no período; o vídeo dedicado aos doadores teve 2.931 visualizações no instagram e 566 visualizações no youtube; o vídeo dedicado aos pacientes teve 5.177 visualizações no instagram e 270 visualizações no youtube. **Discussão:** Períodos historicamente críticos, por épocas festivas, feriados ou sazonalidade demandam da captação estratégias com abrangência global e de comparecimento imediato. Em datas comemorativas grande parte da população não prioriza a doação voluntária de sangue, sendo muito importante o uso de mídias informativas e de grande alcance. Os vídeos incentivam a população a presentear pessoas que precisam através do ato de doar sangue, relacionando a doação ao sentimento de fazer o bem no natal. Os relatos dos doadores aos pacientes são uma estratégia de informação, transformando a experiência da doação de sangue, quebrando mitos e medos de forma leve e altruísta em prol do objetivo maior de salvar vidas. Os resultados demonstram que a ação com os vídeos foi efetiva e que os doadores continuamente colaboram com a divulgação da doação voluntária de sangue, através da entrega dos cartões a amigos e familiares, se tornando potenciais captadores. **Conclusão:** O investimento em ações de captação em momentos de estoque crítico global é fundamental para o atendimento da demanda transfusional, principalmente em meses do ano onde a doação de sangue não é um assunto central. Por se tratar de mídias atemporais, a ação realizada pode ser replicada em outros anos e através de outros veículos de divulgação.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2024.09.1284>

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE DOADORES DE SANGUE VOLUNTÁRIOS EM UM HEMONÚCLEO FEDERAL DA ZONA OESTE DO RIO DE JANEIRO COMO FERRAMENTA DE APOIO À CAPTAÇÃO DE DOADORES

MFM Silva, MM Rocha

Hospital Federal Cardoso Fontes, Rio de Janeiro, RJ,
Brasil

Introdução: Sendo o Brasil um país com pouca expressão no que se refere a doação voluntária de sangue (em torno 1.8% da população doa sangue, meta da OMS seria de 3%), por questões de nossa história recente, onde há menos de 40 anos ainda se remunerava a doação de sangue, e no cenário do país onde o trabalhador só tem direito a compensar sua disponibilidade à doação de sangue uma única vez ao ano. Nosso serviço de hemoterapia tem como meta captar novos doadores nos seguimentos que normalmente que raramente frequentam o serviço. Pensando na necessidade diária de sangue para atender as demandas clínicas e cirúrgicas da sua área de atendimento, os centros de hemoterapia precisam estar em constante avaliação e atualização do perfil de seus doadores, visando a atuação nos grupos que não costumam doar sangue com frequência. **Objetivo:** O objetivo deste estudo é traçar o perfil dos doadores do último triênio (2021 a