

**BANCO DE SANGUE VIRTUAL: DO GRANDE DESAFIO SOCIAL À BUSCA POR
UMA SOLUÇÃO ATRAVÉS DE UMA PLATAFORMA COLABORATIVA**

LETICIA BRITTO FERNANDES LANES
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE (FURG)

ALEXANDRE BORBA DA SILVEIRA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE (FURG)

BANCO DE SANGUE VIRTUAL: DO GRANDE DESAFIO SOCIAL À BUSCA POR UMA SOLUÇÃO ATRAVÉS DE UMA PLATAFORMA COLABORATIVA

O desafio da escassez de sangue e a otimização do processo de doação são temas de crescente relevância social e gerencial dos bancos de sangue em nosso país. A plataforma Banco de Sangue Virtual (www.bancodesanguevirtual.com.br) surge como uma iniciativa inovadora para conectar doadores, pacientes, hospitais, bancos de sangue/hemocentros e sociedade como um todo.

A análise da plataforma como um caso de ensino, explorando seu funcionamento, o valor gerado e os dilemas de gestão envolvidos, busca integrar teoria e prática no contexto da Administração.

Da idealização ao desenvolvimento da plataforma colaborativa

A plataforma Banco de Sangue Virtual surgiu em 2017 pela vontade de seu idealizador, Ricardo Nunes, de “estabelecer a relação entre solidariedade e vida”. Na época, a plataforma foi lançada com 62 doadores cadastrados, oriundos de seu círculo familiar e de amizades.

Para o seu funcionamento partiu-se do grande dilema que deu origem à sua criação que foi a ausência recorrente de doadores para suprir a demanda contínua dos bancos de sangue e hemocentros em nosso estado. Esta situação que, a princípio, seria gerencial e interna dos estabelecimentos de saúde, por sua relevância social, acaba reverberando em uma questão social e não apenas de governança.

Com essas informações e com a preocupação em contribuir com uma solução para esse dilema social, surgiu então o Banco de Sangue Virtual, que através do compartilhamento de informações, faz a conexão entre os pacientes que precisam de doação e seus doadores compatíveis de forma rápida e fácil.

Wegner et al. (2023), ao definir Plataformas Digitais Colaborativas (PDCs), expõe que "Esta ampla categoria de ecossistemas de plataforma digital visa ir além do puro foco nos lucros. Eles oferecem uma alternativa às plataformas de propriedade corporativa e são um terreno fértil para a colaboração das partes interessadas e a criação de valor social. O objetivo principal de tais plataformas é abordar questões sociais e ambientais ou promover a colaboração entre as partes interessadas para produzir desenvolvimento econômico."

Diante desse contexto e com ênfase especialmente àquelas plataformas que impulsionam a colaboração com o foco principal na articulação de ações coletivas, o Banco de Sangue Virtual enquadra-se eximamente em sua definição.

Figura 1: Stakeholders do Banco de Sangue Virtual



Fonte: os autores, 2025.

Conforme pode ser observado na figura 1, a plataforma atende à seus stakeholders de formas diferentes:

- Bancos de Sangue/Hemocentros: Podem se cadastrar e buscar doadores para seus bancos de sangue, recebendo suporte na sua missão de coletar doações.
- Doadores: Se cadastram e informam sua disposição para doar, colaborando com informações e, futuramente, com a doação em si.
- Pacientes/familiares: Podem divulgar necessidades específicas, colaborando na divulgação da necessidade.
- Divulgadores: população que não podem ou não querem ser doadores, porém, através do cadastro na plataforma, recebem informações de necessidades de doação e as compartilham criando uma grande rede de informações e conexões;
- Apoiaadores: podem ser empresas que contribuem financeiramente com a plataforma para a manutenção de seu funcionamento. Empresas, entidades e instituições que contribuem com a divulgação. E podem ainda ser personalidades e influenciadores que apoiam divulgando a plataforma nos meios de comunicação e mídias sociais.

A operacionalização do negócio

A operacionalização do Banco de Sangue Virtual acontece através de uma equipe enxuta que atua da seguinte maneira:

- Gerenciamento do site e controle manual da entrada de cadastros;
- Acolhimento pelas redes das demandas de doações de familiares e instituições de saúde;
- Cruzamento manual dos dados de doadores na plataforma identificando a localização e o tipo sanguíneo de cada solicitação;
- Envio de mensagens, via e-mail e WhatsApp aos doadores cadastrados e anúncios nas Redes Sociais, através de empresas parceiras especializadas cumprindo a responsabilidade legal relacionada a LGPD;

- Manutenção de diálogos de relacionamento com usuários da plataforma para o esclarecimento de dúvidas e orientações acerca da doação de sangue e das funcionalidades da própria plataforma.

Com essa atuação é possível gerenciar os dados e então efetivar a conexão entre quem precisa de sangue e quem pode doar. A partir do momento que uma necessidade é cadastrada, seja para um paciente específico ou para suprir o estoque de bancos de sangue e hemocentros, uma mensagem de alerta é direcionada a todas as pessoas cadastradas na região que atenderá tal necessidade com a descrição do tipo sanguíneo, unidade de saúde e nome do paciente (quando for o caso).

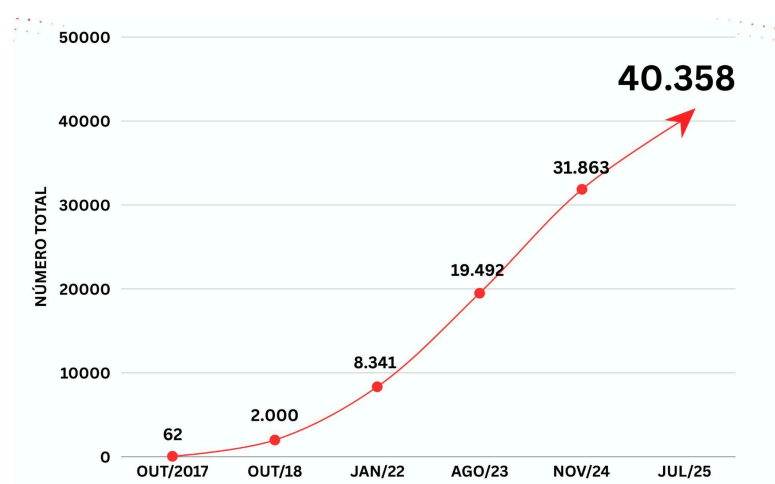
Crescimento em busca de perenidade de mercado

Por conta da dinâmica operacional é que a divulgação constante da plataforma é tão importante, pois quanto mais pessoas a conhecerem, maiores as chances de alcance e de conexão entre quem pode doar e quem precisa receber a doação. Uma tarefa contínua de informação e sensibilização da sociedade.

A divulgação da plataforma é realizada de forma ativa em empresas, escolas, instituições, feiras e eventos. Através das mídias sociais também são utilizadas algumas ferramentas de IA e ainda a publicação de depoimentos de personalidades e de pessoas beneficiadas com a plataforma.

Ao longo dos anos, a plataforma foi recebendo mais cadastros de forma gradativa, porém com alguns destaques de volumes de cadastro foram oriundos de ações pontuais que contribuíram com essa alavancagem, especialmente relacionados a reportagens realizadas para a TV aberta.

Figura 2: Gráfico da evolução em número de cadastros do Banco de Sangue Virtual



Fonte: Banco de Sangue Virtual, 2025.

No gráfico da figura 2 é possível verificar o crescimento ao longo dos anos desde a criação da plataforma em 2017.

A governança da plataforma trabalha com a meta de 249 mil cadastros, número que representa 3% da população gaúcha da faixa etária ativa para doação de sangue, que é de 16 anos a 70 anos (base que, em função dos critérios, coincide com o colégio eleitoral do RS). Esse percentual atende ao que a OMS (Organização Mundial da Saúde) preconiza como número de doadores necessários para atender todas as demandas de doação de sangue no país e que hoje conta com apenas 1,4% .

Para atingir a meta, algumas ações estratégicas estão sendo definidas especialmente com relação à divulgação. Outros projetos também estão em desenvolvimento e que, apesar de não diretamente, contribuirão para a visibilidade da plataforma e conseqüentemente para o aumento no número de cadastros:

- Doador PCD: busca por ferramentas de apoio à comunicação inclusiva para este público;
- Torcidas de Futebol: projeto junto aos clubes de futebol que impactam em suas torcidas;
- Personalidades (continuidade): contribuição de personalidades em depoimentos para a divulgação da plataforma;
- Selo Empresa Amiga do Banco de Sangue Virtual: projeto para engajar empresas e funcionários com a causa;
- Unidade Móvel: suporte aos bancos de sangue e hemocentros para a coleta de sangue em comunidades e até em cidades que não têm estrutura para tal;
- Doadores do Futuro: ações educativas voltadas à formação de crianças e jovens conscientes sobre a importância da doação de sangue;
- Mascote: criação de mascote representativo do Banco de Sangue Virtual com o objetivo de criar conexões afetivas com a comunidade.

A plataforma que, claramente visa abordar uma questão social (a escassez de sangue em bancos de sangue e hemocentros) e promover a colaboração entre diferentes partes interessadas, tem como principal objetivo o impacto social, com a geração de valor voltada a salvar vidas através da otimização do processo de doação de sangue, conectando a oferta (doadores) com a demanda (bancos de sangue/hemocentros/pacientes). Sua perenidade de mercado depende da ação ativa e contínua de suas partes interessadas, bem como da alavancagem constante de novos usuários.

Agindo como um intermediário digital para facilitar uma ação colaborativa (doação de sangue), a plataforma, apesar de ser de caráter privado e sem fins lucrativos, tem um benefício social bem definido que visa abordar uma questão de saúde pública, promovendo ativamente a colaboração entre múltiplos participantes para gerar valor social. Um excelente exemplo de como as plataformas digitais podem ser utilizadas para fins colaborativos e de impacto social!

Referências

ANDERSSON SCHWARZ, Jonas. Platform logic: An interdisciplinary approach to the platform-based economy. *Policy & Internet*, v. 9, n. 4, p. 374-394, 2017.

ATANASOVA, Aleksandrina; ECKHARDT, Giana M.; LAAMANEN, Mikko. Platform cooperatives in the sharing economy: How market challengers bring change from the margins. *Journal of the Academy of Marketing Science*, p. 1-20, 2024.

DE REUVER, Mark; SØRENSEN, Carsten; BASOLE, Rahul C. The digital platform: a research agenda. *Journal of information technology*, v. 33, n. 2, p. 124-135, 2018.

DA SILVEIRA, Alexandre Borba; WEGNER, Douglas. Cooperativismo de plataforma: Uma proposta de tipologia organizacional. *Revista de Gestão e Organizações Cooperativas*, v. 11, p. e85881-e85881, 2024.

WEGNER, Douglas et al. A systematic review of collaborative digital platforms: structuring the domain and research agenda. *Review of Managerial Science*, v. 18, n. 9, p. 2663-2695, 2024.

NOTAS DE ENSINO

Objetivo de Ensino

Este estudo de caso tem como objetivo principal permitir que os alunos compreendam o funcionamento, a gestão e o impacto social de uma Plataforma Digital Colaborativa (PDC) no contexto de um problema de saúde pública de relevância social. Ao analisar o Banco de Sangue Virtual, os alunos deverão ser capazes de:

- Identificar os stakeholders envolvidos em uma plataforma colaborativa e suas diferentes formas de interação e contribuição;
- Analisar os desafios e dilemas de gestão de uma plataforma sem fins lucrativos com foco em impacto social;
- Avaliar as estratégias de crescimento e sustentabilidade de plataformas digitais que dependem da colaboração ativa dos usuários;
- Discutir a aplicação de tecnologias e estratégias de marketing para engajamento da comunidade em causas sociais;
- Compreender o conceito de Plataformas Digitais Colaborativas (PDCs) e seu papel na resolução de questões sociais;

Fontes e Métodos de Coleta

O estudo de caso foi elaborado com base em informações sobre a plataforma Banco de Sangue Virtual, incluindo sua origem, funcionamento, stakeholders e evolução. As fontes e métodos de coleta de dados para este caso provavelmente incluíram:

- Dados da própria plataforma (www.bancodesanguevirtual.com.br);
- Entrevista semi-estruturada com o idealizador da plataforma, Ricardo Nunes, para entender a motivação e os desafios iniciais;
- Pesquisa documental: Análise de documentos, notícias e materiais de divulgação relacionados ao Banco de Sangue Virtual;
- Pesquisa bibliográfica: Referências a estudos sobre Plataformas Digitais Colaborativas (PDCs) para contextualizar o caso;
- Observação: observação das interações e da dinâmica da plataforma através do cadastro pessoal como usuária.

Relações com os objetivos de um Curso ou Disciplina

Este estudo possibilita a aplicação em diversas áreas, conectando-se com os objetivos de cursos e disciplinas que abordem Gestão de Projetos Sociais (permite analisar o ciclo de vida de um projeto com impacto social, desde sua idealização até as estratégias de sustentabilidade); Marketing Social e Engajamento de Comunidades (explora como a plataforma utiliza a divulgação e o relacionamento para engajar doadores, pacientes e a sociedade em geral); Transformação Digital e Inovação (demonstra como a tecnologia digital pode ser empregada para solucionar problemas sociais de forma inovadora); Gestão de Stakeholders e Redes Colaborativas (aprofunda a compreensão sobre a identificação e o gerenciamento de múltiplos stakeholders em um ecossistema colaborativo); Administração de Organizações do Terceiro Setor/Sem Fins Lucrativos (oferece um exemplo prático de gestão de uma entidade que visa o valor social e a perenidade através da colaboração).

Disciplinas sugeridas para uso do Caso

Administração, Empreendedorismo Social, Marketing Social, Gestão da Inovação e Tecnologia, Responsabilidade Social Corporativa, Sistemas de Informação, Gestão de Projetos, Serviço Social, Saúde Coletiva.

Possíveis tarefas a propor aos alunos

1. Análise dos Stakeholders:
 - Identifique e descreva cada stakeholder do Banco de Sangue Virtual e suas respectivas contribuições para o funcionamento da plataforma.
 - Discuta como a plataforma atende às necessidades de cada stakeholder.
2. Modelo de Negócio Social e Geração de Valor:
 - Explique como o Banco de Sangue Virtual gera valor social. Qual é o seu principal objetivo?
 - Mesmo sendo sem fins lucrativos, quais são os desafios de perenidade de mercado da plataforma e como ela busca superá-los?
3. Estratégias de Crescimento e Engajamento:
 - Analise o gráfico de evolução do número de cadastros e, diante da exposição de fatores que contribuíram para os picos de crescimento, contribua construindo um roteiro de Planejamento de Marketing para a geração de reportagens regulares sobre a plataforma;
 - Como as ações estratégicas em desenvolvimento citadas poderão contribuir para atingir a meta de cadastros? Modele essas ações:
 - Proponha novas estratégias de divulgação e engajamento para a plataforma.
4. Desafios Operacionais e Tecnológicos:
 - Descreva a operacionalização do Banco de Sangue Virtual. Quais são os processos manuais envolvidos?
 - Que melhorias tecnológicas poderiam ser implementadas para otimizar o funcionamento da plataforma e reduzir a dependência de processos manuais?
5. Discussão sobre Plataformas Digitais Colaborativas (PDCs):
 - Pesquise os conceitos de Plataforma Digital e Plataforma Digital Colaborativa.
 - Com base na definição de Wegner et al, discuta por que o Banco de Sangue Virtual se enquadra como uma PDC.
 - Quais são as características que diferenciam as PDCs de plataformas corporativas tradicionais?
 - Pesquise outros exemplos de PDC e as explore.

Possível organização da aula para uso do Caso

É importante que, antes mesmo da aula, os alunos recebam o estudo de caso para leitura prévia individual e possibilidade de reflexão, os preparando assim para a proposta educacional. Alinhado com a leitura, pode ser sugerido que os alunos façam anotações de suas observações e percepções.

Para contextualizar o estudo de caso, o professor deverá fazer uma breve introdução ao tema da escassez de sangue e a importância das soluções inovadoras com apresentação do Banco de Sangue Virtual como um exemplo de Plataforma Digital Colaborativa. Poderá ser conduzida uma breve discussão para levantar as primeiras impressões dos alunos sobre o caso.

Após esse momento sugere-se a divisão da turma em pequenos grupos e distribuição nos mesmos de uma ou mais das tarefas propostas acima (conforme a disciplina) para discussão e desenvolvimento.

Como fechamento, propõe-se a realização de uma apresentação pelos grupos de suas produções para a turma. Na sequência pode haver uma mediação pelo professor de discussão sobre as apresentações, promovendo o debate, conectando as diferentes perspectivas e aprofundando os conceitos teóricos relacionados ao caso. Por fim, o encerramento pode ser feito com síntese dos principais aprendizados e a relação do caso com os objetivos da disciplina.

Sugestões de Bibliografia

Além das referências já citadas no estudo de caso, que são fundamentais para a base teórica, as seguintes obras podem complementar a discussão:

FISCHER, Rosa Maria. Construindo a cidadania: ações e reflexões sobre empreendedorismo e gestão social. São Paulo: CEATS, 2005.

KOTLER, Philip. Marketing para Organizações que não visam Lucro. Editora Atlas. São Paulo, 1994.

KOTLER, Philip & ROBERTO, Eduardo L. Marketing Social - Estratégias para Alterar o Comportamento Público. Rio de Janeiro, Campus, 1992.