

Desafios e estratégias na captação de doadores voluntários de sangue no Sul do Tocantins

Challenges and strategies in attracting voluntary blood donors in southern Tocantins

Desafíos y estrategias en la captación de donantes voluntarios de sangre en el sur de Tocantins

Recebido: 28/05/2023 | Revisado: 13/06/2023 | Aceitado: 13/06/2023 | Publicado: 18/06/2023

Grazielle Camargo Matias Gomes

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-1291-4814>

Universidade de Gurupi, Brasil

E-mail: graziellecmgomes@unirg.edu.br

Raynara Batista da Silva

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4881-602X>

Universidade de Gurupi, Brasil

E-mail: raynarabsilva@unirg.edu.br

Denise Soares de Alcântara

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3382-4343>

Universidade de Gurupi, Brasil

E-mail: denises@unirg.edu.br

Amanda Pinheiro de Sousa

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2932-9526>

Universidade de Gurupi, Brasil

E-mail: amandaps1505@hotmail.com

Hellen Cássia de Moraes

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-7116-5650>

Universidade de Gurupi, Brasil

E-mail: hellengpi@gmail.com

Eduardo Henrique Alcântara da Silva

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2875-5849>

Universidade de Gurupi, Brasil

E-mail: eduardohr.124@gmail.com

Naiana Mota Buges

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1222-205X>

Universidade de Gurupi, Brasil

E-mail: naiana_mota@yahoo.com.br

Resumo

Introdução: A aquisição do sangue é um desafio que se inicia na captação de doadores, a qual requer meios de buscas e estratégias para a fidelização e aquisição de doadores voluntários nos bancos de sangue. **Objetivo:** Identificar as estratégias e desafios para captação de doadores voluntários de sangue ao Sul do Tocantins. **Método:** Pesquisa descritiva, de natureza qualitativa. Realizada com 13 servidores de um serviço de hemoterapia do Sul do Tocantins. As entrevistas foram gravadas, transcritas e submetidas a análise de conteúdo. **Resultados:** Da análise de conteúdo emergiram as categorias: estratégias para captação e fidelização de doadores, desafios e dificuldades para captação de doadores, melhorias para captação, dificuldades e estratégias desenvolvidas na captação de doador e opinião sobre captação de doadores que foram apresentadas e discutidas de acordo com a literatura pertinente. **Conclusão:** A captação de doadores abarca ações externas junto à comunidade e internas com os próprios doadores. A maioria dos entrevistados reconhecem seu papel na captação e manutenção de doadores principalmente por meio do atendimento o qual deve ser acolhedor e esclarecedor de dúvidas.

Palavras-chave: Serviço de hemoterapia; Doadores de sangue; Bancos de sangue; Doador voluntário.

Abstract

Introduction: The acquisition of blood is a challenge that begins with attracting donors, which requires means of searches and strategies for loyalty and acquisition of voluntary donors in blood banks. **Objective:** To identify the strategies and challenges for attracting voluntary blood donors in the south of Tocantins. **Method:** Descriptive, qualitative research. Conducted with 13 servants of a hemotherapy service in the south of Tocantins. The interviews were recorded, transcribed and submitted to content analysis. **Results:** From the content analysis, the following categories emerged: strategies for attracting and retaining donors, challenges and difficulties in attracting donors, improvements in attracting donors, difficulties and strategies developed in attracting donors and opinion on attracting donors, which were presented and discussed in detail. according to the relevant literature. **Conclusion:** The

recruitment of donors encompasses external actions with the community and internal actions with the donors themselves. Most interviewees recognize their role in attracting and maintaining donors, mainly through the service, which should be welcoming and clarifying doubts.

Keywords: Hemotherapy service; Blood donors; Blood banks; Volunteer donor.

Resumen

Introducción: La adquisición de sangre es un desafío que comienza con la captación de donantes, lo que requiere medios de búsqueda y estrategias de fidelización y captación de donantes voluntarios en los bancos de sangre. **Objetivo:** Identificar las estrategias y desafíos para la captación de donantes voluntarios de sangre en el sur de Tocantins. **Método:** Investigación descriptiva, cualitativa. Realizado con 13 servidores de un servicio de hemoterapia en el sur de Tocantins. Las entrevistas fueron grabadas, transcritas y sometidas a análisis de contenido. **Resultados:** Del análisis de contenido surgieron las siguientes categorías: estrategias para atraer y retener donantes, desafíos y dificultades para atraer donantes, mejoras en la atracción de donantes, dificultades y estrategias desarrolladas para atraer donantes y opinión sobre la atracción de donantes, las cuales fueron presentadas y discutidas en detalle de acuerdo con la literatura relevante. **Conclusión:** La captación de donantes engloba acciones externas con la comunidad y acciones internas con los propios donantes. La mayoría de los entrevistados reconoce su papel en la captación y mantenimiento de donantes, principalmente a través del servicio, que debe ser de acogida y aclaración de dudas.

Palabras clave: Servicio de hemoterapia; Donantes de sangre; Bancos de sangre; Donante voluntario.

1. Introdução

Algumas situações como doenças hematológicas, doenças crônicas, intervenções cirúrgicas, tratamentos oncológicos, hemorragias graves ou outras condições emergenciais, fazem com que as pessoas necessitem de transfusão sanguínea. Esse sangue pode ser obtido por meio de doações voluntárias (Brasil, 2020).

No processamento de uma bolsa de sangue, resultado de uma doação, pode-se obter uma pequena quantidade de sangue, capaz de salvar até 4 vidas, após a separação dos hemocomponentes sanguíneos em plaquetas, plasma fresco congelado e hemácias. O paciente que precisar de hemotransfusão receberá hemocomponentes conforme sua necessidade patológica (Silva et al., 2017).

A doação de sangue é um problema de saúde pública, uma vez que o sangue não pode ser totalmente substituído e os serviços de hemoterapia apresentam dificuldade em manter os estoques de sangue em quantidade suficiente para atender as necessidades da população, o que coloca em risco à saúde e vida das pessoas que deste necessitam (Rodrigues & Reibnitz, 2011).

No cenário da hemoterapia a nível global, há uma grande demanda para obtenção de doações de sangue e na contramão ocorre diminuição na captação de doadores voluntários. Situação mais agravada nos países em que não acontece a comercialização do sangue, como no Brasil onde há menores índices de transfusões (Brasil, 1988).

Revela que no Brasil apenas 1,8% da população tem o hábito da doação voluntária de sangue, sendo que o estipulado pela (OMS) é de 3% da população em si. Com isso prevalece o intuito da conscientização da doação voluntária (Verdério, 2017).

Os serviços de hemoterapia que realizam atendimento ao doador devem compreender que para a fidelização de doadores de sangue ou a obtenção de doadores de repetição precisam estabelecer bom relacionamento entre profissionais e doadores além de proporcionar um ambiente seguro que inspire confiança (Colti, 2009; Ludwig & Rodrigues 2005).

Considerando que os serviços de hemoterapia têm inúmeras atribuições, a captação de doadores de sangue com o propósito de sensibilizar as pessoas para doação voluntária é imprescindível. A captação é pautada no recrutamento de doadores nos próprios serviços de hemoterapia, em empresas, escolas, igrejas, instituições públicas, hospitais e na comunidade de modo geral (Brasil, 2015).

Apesar da oferta de informações sobre a importância da doação de sangue, os serviços de hemoterapia demonstram dificuldades para captar doadores ainda pelo déficit de conhecimento destes (Oliveira & Luksys, 2020).

Problemas na captação de doadores levam a estoques de sangue insuficientes com as demandas existentes e estes podem ser advindos da falta de estratégias eficientes para captação de doadores (Rodrigues & Reibnitz, 2011).

Diversas estratégias podem ser empregadas para captação de doadores como: o marketing social, a divulgação sobre doação de sangue em meios de comunicação, campanhas, o acolhimento ao doador, mudança de horário do funcionamento dos serviços, entre outras (Carlesso et al, 2017). Neste contexto é imperativo o conhecimento a respeito dos desafios e estratégias desempenhadas pelos serviços hemoterápicos para captação e fidelização de doadores para que estes façam autoanálise sobre como está a captação em sua instituição.

Dado o exposto, o presente estudo teve como objetivo identificar as estratégias e desafios para captação de doadores voluntários de sangue em um serviço de hemoterapia ao Sul do Tocantins.

2. Metodologia

Trata-se de um estudo exploratório-descritivo de abordagem qualitativa que foi realizado em um serviço de Hemoterapia localizado ao Sul do Tocantins. A amostra consistiu de 13 participantes que atuam na área de atendimento ao doador do local escolhido. Os critérios de inclusão adotados foram: ser servidor atuante na área de atendimento ao doador (recepção, triagem hematológica, triagem clínica, coleta e captação), estar trabalhando no serviço há mais de seis meses, não estar de licença folga, atestado ou férias no período da coleta de dados e aceitar participar da pesquisa assinando o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Foram excluídos servidores terceirizados. Não participaram da pesquisa quatro servidores que se recusaram participar do estudo, dois que estava de férias e dois de licença médica durante o período de coleta de dados. Os dados foram coletados no mês de abril de 2023, por meio de entrevistas individuais semiestruturada, realizadas em local reservado, conforme disponibilidade dos participantes. A entrevista foi guiada por um instrumento elaborado pelas próprias pesquisadoras que contemplava a caracterização dos sujeitos e questões abertas referentes a estratégias e desafios para captação de doadores no serviço estudado. As entrevistas foram gravadas e transcritas na íntegra posteriormente. A coleta de informações foi registrada através de um aparelho eletrônico MP4 garantindo fidedignidade das falas dos participantes. Antes do início da entrevista aos servidores que se prontificaram participar foi feita a leitura do TCLE e colhido a assinatura dos mesmos. A análise de dados foi realizada por meio da técnica de análise de conteúdo proposto por Bardin (Bardin, 2006, p.281). Os dados foram submetidos tematicamente à análise de conteúdo. Inicialmente, foi realizada uma fase de investigação exploratória, seguido de uma sessão de explicação, através dos relatos dos participantes, dar sentido, lógica e projeção às respostas, e buscar a compreensão e síntese de todos.

Da análise de conteúdo surgiram cinco categorias: estratégias para captação e fidelização de doadores, desafios e dificuldades para captação de doadores, melhorias para captação, dificuldades e estratégias desenvolvidas na captação de doador e opinião sobre captação de doadores.

Todos os entrevistados foram identificados com a letra “E” seguida de notação em número arábico, que indica a ordem cronológica da entrevista. Para realização do estudo este teve autorização da Hemorrede do Tocantins e aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade UnirG sob o parecer nº 6.019.498 respeitando todos preceitos éticos para pesquisa envolvendo seres humanos do Conselho Nacional de Saúde.

3. Resultados e Discussão

A amostra consistiu de 13 servidores atuantes nos setores de recepção, triagem clínica, triagem hematológica, coleta e captação do doador. Entre estes 06 eram enfermeiras, 01 técnico de laboratório, 03 técnicos de enfermagem e 03 recepcionistas. A maioria 92,3% eram do sexo feminino, 61,5% casadas, 61,5% com escolaridade de nível superior e 92,3%

com tempo de atuação no serviço superior a dois anos.

As cinco categorias que emergiram da análise estão apresentadas e discutidas a seguir:

Estratégias para captação e fidelização de doadores

Ao serem questionados acerca das estratégias adotadas para garantir a captação e fidelização dos doadores os pesquisados enfatizaram a necessidade de se ter comportamento e atitude de amabilidade com os doadores, além de mantê-los esclarecidos,

como pode ser visto nas falas abaixo:

“Dar as boas-vindas ao doador, recebe cordialmente [...] se a pessoa vier com dúvidas sobre a doação eu sempre estou esclarecendo que doar é vida” [E1].

“Bom atendimento, clareza, sendo cordial” [E2].

“[...]ele é bem tratado e orientado a voltar, a gente liga para esse doador para que quando completar o tempo que ele pode retorna para fazer uma nova doação a gente liga para ele voltar e ser assim o doador fica fidelizado” [E6].

“[...] eu trato ele bem né, dou boas vindas ne, ainda mais quando é de primeira vez ne, é uma picadinha, é um ambiente que gera muita ansiedade ne, um ambiente também que dá medo ne por que vai ter que picar meu dedo, vou ter que depois colher uma bolsa, então gera um turbilhão de perguntas, eu particularmente eu procuro deixar ele mais calmo ne, eu sempre procuro deixar ele a vontade [...]” [E4].

O atendimento ao doador deve ser esclarecedor, procurando sanar todas suas dúvidas, diminuindo a insegurança e o medo do desconhecido que a maioria apresenta principalmente os de primeira doação.

Para garantir que um doador tenha uma experiência positiva, é importante cumprimentá-lo calorosamente e usar seu nome completo ao se dirigir a ele. Ao longo de sua visita, o doador deve receber uma assistência atenciosa e prestativa para que se sinta confortável e valorizado. Essa abordagem não apenas encorajará o doador a retornar, mas também potencialmente a se tornar um doador regular de sangue (Giacomini & Filho, 2010).

Doar sangue é um ato de solidariedade que pode salvar a vida de milhares de pessoas ao redor do mundo (Oliveira & Luksys, 2020). Assim o doador deve ser tratado com todo respeito e consideração merecida pelo ato altruísta que está realizando.

É amplamente reconhecido que um serviço excepcional é um fator chave para encorajar o retorno dos doadores bem como é um componente crucial do processo de avaliação. É importante que os doadores sejam tratados com consideração e respeito e que reconheçam a importância de sua doação de sangue, sentindo-se apreciados (Giacomini & Filho, 2010).

Quando questionados sobre as estratégias para fidelização dos doadores, os pesquisados também expuseram que o atendimento e o esclarecimento de dúvidas também são estratégias:

“[...]a fidelização desse doador depende da hora que ele entra na porta de entrada ali, então a estratégia é colocar na cabeça dos outros colegas da unidade a importância de que seja uma rede de bom atendimento” [E5].

“Qualidade no atendimento [...] sempre convidando para outra doação” [E2].

“No meu setor a minha função é tratar bem o doador para que ele possa retorna à doação [...]além de ter uma visão clínica de todo doador é sempre tratar ele muito bem para que ele se sinta a vontade e queira retornar para doação” [E6]

“[...]explicou pra ele da necessidade, o que acontece é que a gente tem muitos doadores de reposição também, a gente orienta o doador da importância dele né, como o ato dele é importante, que eu preciso dele aqui várias vezes, inclusive o doador homem ele pode doar[...]então eu respaldo bem isso daí que ele pode doar mais vezes, que é importante que ele venha, é importante que ele seja colaborador[...]” [E7].

“[...]explico pra ele a necessidade, oriento a importância da doação, que assim ele pode doar mais vezes” [E1].

“Oferecendo/ ofertando informações sobre a doação de sangue” [E3].

O objetivo da implantação de procedimentos hospitalares na sala de espera é fidelizar os doadores. Isso ocorre porque quanto mais um doador se sente valorizado, maior a probabilidade de se tornar um doador recorrente (Carlesso et al, 2017).

Um serviço de atendimento ao doador deve conseguir realizar uma captação bem-sucedida, na qual o doador é o ponto crucial. Para uma efetiva fidelização, é preciso compreender que o perfil social do doador é de extrema importância se atrelando ao processo de captação com a especificidade do potencial doador (Batista et al., 2022).

Para que os doadores de sangue se tornem fidelizados, é fundamental que eles se sintam seguros durante todo o processo de doação e satisfeitos com o serviço prestado (Borges et al., 2005).

A importância de um doador fidelizado vai além do simples fato de tê-lo constantemente doando para manter estoques suficientes, está atrelado a medidas para um sangue seguro, quanto mais o doador comparecer no serviço, mais probabilidade do seu sangue ser seguro evitando contaminação nas transfusões.

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) diz que para ser um doador de sangue confiável é preciso doar sangue pelo menos duas vezes ao ano (Batista et al., 2022).

É importante manter e conquistar doadores de repetição uma vez que estes fornecem maior segurança para o uso de sangue. Os serviços de hemoterapia distinguem dois tipos de doadores: os que doam regularmente (ou seja, duas ou mais vezes num período de 12 meses) e os que doam esporadicamente (ou seja, após um intervalo superior a 12 meses). Esses serviços priorizam doadores regulares, pois eles já passaram pelo processo de doação, são testados com frequência e são considerados um produto mais seguro (Brasil, 2015)

Considerando a existência de diversas estratégias desenvolvidas para captação e fidelização de doadores alguns entrevistados nesta categoria ainda relataram realizar ações que envolvem a comunidade de modo geral como campanhas para divulgação da importância da doação de sangue. Discorreram que estas são feitas no âmbito universitário, escolar, empresarial e instituições religiosas.

“Fazendo mais campanhas em empresas privadas porque as em faculdades os acadêmicos acabam indo por conta de pontos e depois acaba que não retornam” [E5].

“[...]com campanhas, já temos algumas empresas parceiras ou algumas instituições também um exemplo é o cidadão universitário que são duas vezes ao ano, então já é uma parceria fixa acontece já algum tempo, nós trabalhamos com doação externa de medula óssea é algumas igrejas, são essas parcerias que a gente trabalha” [E12].

É importante que as equipes de trabalho mantenham uma linguagem/comunicação com os doadores, outros clientes institucionais e a sociedade como um todo (Brasil, 2015). Campanhas favorecem essa comunicação que pela sua característica abrange um contingente maior de pessoas.

Educação é essencial, nosso país carece de projetos que visam transformar (Oliveira & Luksys, 2020). Projetos educativos devem propor mudanças nos hábitos das pessoas, sobre a temática é preciso intensificar as informações, disseminar junto à comunidade o conhecimento sobre a doação de sangue. Quebrar mitos e tabus por meio do conhecimento sobre os aspectos que envolve a doação do sangue pode ser uma das estratégias mais assertivas. O uso oportuno das ferramentas disponíveis contribui para o aumento do número de doadores voluntários logo da oferta de sangue.

Para facilitar o uso de atividades educativas envolvendo a promoção da doação de sangue, estas podem ser realizadas nos mais variados espaços como: universidades, empresas, feiras de saúde, feiras de ciências, igrejas, shopping centers e escolas por meio de palestras diretas individuais ou em pequenos grupos (Brasil, 2015).

O uso dos meios de comunicação em massa a fim de sensibilizar maior número de pessoas é uma das formas de incentivo a doação de sangue.

Nesta categoria ainda os resultados da pesquisa mostraram nos trechos abaixo a existência de divergências entre alguns entrevistados a respeito da responsabilidade/compromisso de quem deve captar doadores:

“Aqui cada setor tem uma forma diferente de trabalho, igual eu falei na minha função [...]tratar bem, a captação aí sim ela tem a função de captar de ir atras, de ligar, mandar carta, de se deslocar as vezes se possível se a gente pudesse se deslocar, então cada setor tem a sua especificidade” [E13].

“Nenhum, pois é o setor de captação que faz isso” [E9].

“[...]todos nós podemos ser agentes de informação” [E12].

É extremamente importante que haja o entendimento de que mesmo cada profissional atuando na sua área específica este deve ter a concepção coletiva do trabalho podendo contribuir com o fortalecimento das ações da captação garantindo a conquista de novos doadores.

Toda equipe que atua nos serviços de hemoterapia deve ter conhecimento técnico científico e ser capacitada para desenvolver suas atividades junto aos doadores e receptores e independente do setor que atua todos são responsáveis pela captação e fidelização dos doadores de acordo com a maneira como acolhem, atendem, orientam e desempenham suas funções específicas de área (Brasil, 2015).

Ante o exposto concorda-se com Brasil (2015) que para a regularidade das doações e a fidelização de doadores ainda se tem uma longa trajetória a ser consolidada nos serviços hemoterápicos e a base para isso se detém no acolhimento do doador e na divulgação das informações referentes a doação. Não privando de atuar com isonomia de compromisso todos os envolvidos neste processo.

“Não da mesma forma pelo menos na minha visão, mais acho que a função deles é um pouco mais nobre porque eles

fidelizam o doador pelo atendimento, o atendimento é considerado de excelência, todos se esforçam se empenham para fazer um atendimento melhor, então a captação tem esse papel de chamar o doador mais se eles não forem bem atendidos eles não vão voltar, então eu acho que a forma deles captar é até um pouco mais nobre que a nossa” [E11].

“Eles são bem atendidos desde a recepção até a copa” [E13].

Desafios e dificuldades para captação de doadores

Esta categoria mostrou que a falta de materiais educativos, a falta de recursos (mídias, equipamentos, transporte, espaço físico) na unidade e a falta de conhecimento da população são as principais dificuldades enfrentadas para captação de doadores.

“A dificuldade são os recursos que são muito limitados” [E2].

“Não encontro dificuldades por não ser função do meu setor captar doador” [E3].

“Nós precisaríamos de mais computadores, de material, [...] a gente precisaria de um espaço maior, de materiais de divulgação, então tudo isso fica a desejar” [E4].

“Eu acho o espaço muito pequeno” [E6].

“Então existe essa dificuldade da pessoa está bem de saúde aparentemente” [E7].

“Eu acho que falta recurso ne, poderíamos ter mais carros para que a gente pudesse abranger mais os municípios vizinhos já que [...] e responsável pela região sul do estado ne, então eu acho que fica muito restrito a [...], então poderíamos ter mais recursos físicos para deslocar ou ir até os doadores” [E59].

É notório a necessidade de mais investimentos para captação de doadores voluntários na forma de ferramentas de marketing, matérias de divulgações e incentivo para os doadores.

O desenvolvimento de ferramentas e materiais digitais pode servir como uma alternativa na educação em saúde sendo um poderoso aliado na disseminação do conhecimento sobre a doação de sangue e a importância de doar (Siqueira et al, 2022).

Quanto maior o número de candidatos cientes das exigências para doação, maior a taxa de elegibilidade durante a triagem clínica. Acredita-se que o aumento de doadores esteja relacionado principalmente aos esforços de marketing para aumentar o número de doadores desenvolvidos nos hemocentros (Carlesso et al, 2017).

“[...]os desafios sempre tem né, sempre existe, as vezes a pessoa não tem conhecimento da doação, fica com medo, uns chega dizendo que tem medo da agulha outros tem medo de passar mal, uns fala que tem medo de ficar tonto e outros também fala que tem medo do sangue não repor ou então tem muita dúvida de que se doar” [E6].

Falta de informação por parte da população com relação ao processo de doação com divulgação de falsas informações, disseminação de fake News, algumas pessoas tendem a resistir a doação.

“[...] o atendimento de modo geral porque cada um particularmente faz seu atendimento, então eu posso tratar ele bem pra ele voltar, mais as vezes quando ele chegar la na sala de coleta vai ser outra pessoa que vai ne ter ne esse contato com ele [...]” [E7]

“Percebe-se a falta de entrosamento entre os profissionais, estabelecer boas relações interpessoais entre os trabalhadores do hemonúcleo é essencial para melhoria dos processos de trabalho, e conseqüentemente para os doadores e receptores” [E8].

A captação de doadores de sangue no cenário brasileiro é um trabalho árduo, complexo e dinâmico (Brasil, 2015).

Talvez o maior desafio da captação de doadores esteja voltado para o próprio doador que precisa estar dentro dos critérios de segurança do sangue, que necessita de conhecimento sobre as doações para perceber a importância do seu gesto e retornar para outras doações.

“[...] os doadores voluntários que é o nosso maior calcanhar de Aquiles aqui dentro, você conseguir trazer doadores voluntários é um desafio grande, então a gente tem que ter muito jogo de cintura pra conseguir isso” [E3].

“O desafio e o questionário que a gente faz né, porque a gente quer esteja tudo ok para que ele consiga passar pra coleta, então o desafio maior e que ele eles estejam dentro dos padrões para doação” [E4].

“[...] os maiores desafios da captação aqui de [...] é a questão da divulgação, do incentivo, a gente precisava de mais divulgação por parte da população, mais parcerias, é a gente encontra algumas dificuldades, algumas empresas não se interessam, então a gente ainda tem muita coisa a mudar na mente das pessoas, porque muitas pessoas não vêm doar por medo, por mitos, então os desafios são diários” [E6].

“A falta de informação né, dificulta bastante a captação dos doadores porque a gente trabalha com um leque grande, gigantesco, chega pessoas aqui com nível intelectual né bem alto e o contrário também então a gente tem que saber lidar é falar com eles de uma forma com que eles entenda com clareza, então acho que é mais difícil é chegar essa informação da importância de doação para todas as pessoas, por que acho que se todos tivessem né se eles entendesse da importância o porquê doar é como fazer eu acho que seria mais fácil” [E9].

“Ah! o desafio é muito grande porque o doador é assim se você maltratar o doador, se você não o atender bem de modo geral assim não atender ele bem fazer tudo certinho muitos deles não volta” [E10].

“[...] o maior desafio é esse conseguir tempo porque o processo de doação e demorado é por volta de 50 minutos a 1 hora, então pra mim é um dos maiores desafios” [E11].

O ato de doar sangue além de requerer do doador sua solidariedade, requer tempo e disposição. A doação de sangue é um procedimento complexo, constituído de fases que compõem o ciclo do sangue. O ciclo do sangue se inicia com a captação do doador, conscientização, cadastro do doador, triagem hematológica, triagem clínica, coleta triagem laboratorial, distribuição do sangue/hemocomponentes e transfusão destes (Brasil, 2016). O candidato para doação de sangue dependendo do serviço e do atendimento pode levar até uma hora para realizar a doação. Neste tempo a espera deve ser um momento agradável que precede um ato de amor ao próximo.

Para alguns servidores os desafios da captação de doadores passam praticamente ou totalmente despercebidos, conforme evidenciado.

“Até que não tem muito desafio não, algumas perguntas que eles fazem pra gente” [E12].

“Não tenho desafio, pois já chega para mim somente a coleta” [E13].

Nas questões voltadas a sensibilização das pessoas para a doação de sangue encontra-se um grande desafio; quebrar os tabus em torno da doação relacionados a fatores históricos e culturais (Oliveira & Luksys, 2020). Dado enfatizado abaixo:

“[...]esse é um dos nossos maiores desafios, que a população entenda a necessidade de ser um doador de sangue” [E7].

Concluimos nesta categoria que os desafios e as dificuldades se misturam e se complementam, o que retrata uma realidade pouco fácil da captação de doadores.

Melhorias para captação

Esta categoria se ateve a compreender quais melhorias os sujeitos da pesquisa acham necessárias para conquistar doadores e obteve-se que seriam o acolhimento, o esclarecimento de dúvidas e a oferta de incentivo ao doador.

“Eu acho que o tratamento né porque as pessoas doam ou já doaram ne, muita gente vem nervoso, aí as vezes você vai conversando, o tratar bem é a melhor forma de manter o doador” [E8].

“A gente procura fazer um bom atendimento conversando com os doadores, fazendo tudo certinho para que eles voltem para doar de novo né” [E9].

“[...]bem acolhido e bem recebido por toda equipe, começa lá da recepção até chegar aqui e termina quando for apto para doação, então assim trata-lo de forma respeitosa né, orienta-lo sempre que necessário, orientar ele dá importância da doação, o que o ato dele doar vai trazer de benefício para comunidade em geral né, fazer com que o ambiente seja agradável, acho que é o primordial para o atendimento” [E10].

“[...]melhorando mais na captação poderia mudar bastante, acredito que se tivesse algum brinde para os doadores eles retornaria” [E6].

O acolhimento do doador é peça fundamental para a doação de sangue, a equipe precisa estar engajada e oferecer um ambiente que inspire segurança ajudando o doador a reduzir o medo e a insegurança no momento da doação (Giacomini & Filho, 2010).

Os principais motivos que geram desconfiança das pessoas em doar sangue, são a falta de informação, o medo e o preconceito. Para minimizar essa situação, é importante desenvolver ferramentas educacionais eficazes para conscientizar os doadores sobre seu papel como cidadãos (Oliveira & Luksys, 2020).

Neste contexto todos os envolvidos no atendimento ao doador podem e devem esclarecer as dúvidas dos doadores diminuindo seus medos e incertezas.

“Sim como eu estava falando a gente precisava de mais mídia, mais apoio da população em geral[...]” [E1].

“Ah! teria condições de melhorar sim, se nós tivéssemos mais investimentos para captação através de materiais de trabalho de mídias, de incentivo, materiais gráficos, tudo que pudesse levar a mais divulgação facilitaria a gente ter um número maior de doadores, porque tudo aqui que é mais falado, bem mais falado, bem frisado, as pessoas sentem mais atraídas, então acho que falta um pouco disso” [E3].

O papel do governo na captação de doadores de sangue por meio de políticas públicas e campanhas de conscientização da comunidade é fundamental para o fornecimento de hemocomponentes aos necessitados (Mendes et al., 2022).

Para tanto é preciso de mais investimentos no setor de comunicação em termos de reconhecimento, fidelização e compreensão de doadores para atingir um índice de doadores que atenda à demanda atual (Krause et al, 2022).

Interessante foi a melhoria contraditória e polêmica sugerida pelo entrevistado abaixo:

“Se tivesse algo de brinde para esses doadores eles voltaria mais vezes” [E6].

Conforme regulamentado pela legislação não pode haver remuneração pela doação de sangue de forma alguma, os serviços de hemoterapia podem apenas proporcionar melhorias que incentivem as doações como diversificação do lanche, ampliação dos horários de funcionamento, orientações individualizadas, melhorias na ambiência, agilidade no atendimento, tratamento acolhedor entre outros (Silva, 2017).

Dificuldades e estratégias desenvolvidas na captação de doador

Essa categoria mostra que os principais meios de comunicação fazem parte das estratégias adotadas pelos sujeitos da pesquisa para captarem doadores.

“[...]a gente utiliza as redes sociais, telefone convocando via telefone, a gente faz captação hospitalar e também a gente capta em empresas com palestras e divulgações geral” [E6].

“Uma das estratégias é fazer convites por via do WhatsApp[...]” [E9].

“[...]utilizamos de várias estratégias para tentar atrair o doador [...]entre elas são divulgação de mídias sociais, é captação de doadores na captação hospitalar, através de empresas, programas em escolas e nos nossos doadores em loco também” [E7].

“Divulgação em redes sociais, rádios e canais de tv, bem como promoção de campanhas voltadas ao doador de sangue” [E11].

“[...]quanto mais informação a gente passa, quanto mais conteúdo a gente passa, quanto mais base a gente passa pro próprio candidato de doação que chega ele vai lá na comunidade dele, lá na casa dele vai repassar isso aí [...]” [E6].

“Acredito que ultimamente as mídias sociais é a melhor ferramenta que a gente tem, acho embora nós já estamos

mudando isso utilizando WhatsApp, Instagram, mas eu acho que dá para aperfeiçoar essa parte de mídias sociais, seria uma boa para conseguir otimizar essas captações de doadores” [E7].

“[...]em relação a essa captação é as redes sociais né, compartilhamento de informações” [E13].

A comunicação é a base de todo o trabalho desenvolvido pelo recrutamento de doadores que precisa ser claro, objetivo e simples, sendo a ferramenta mais eficaz para a motivação, educação e conscientização sobre a doação de sangue (Brasil, 2015).

Possível expandir a base como ferramenta de marketing usando dispositivos de tratamento de sangue doador de sangue (Ludwig & Rodrigues, 2005).

O emprego de mídia pessoal, como marketing, e-mails e telefonemas, tem o potencial de estabelecer novos recordes de doação, ao mesmo tempo em que serve como uma ferramenta de marketing econômica para as organizações, embora possa ser limitada em sua eficácia (Rodrigues & Reibnitz, 2011).

Cada projeto ou programa desenvolvido pode incluir materiais promocionais específicos dependendo de suas necessidades. Depende do perfil do público em geral atingindo folhetos, banners, cartazes, adesivos, flyers, revistas/jornais, manuais, mala direta, cartões de aniversário (impressos e/ou enviados pelo correio) (Brasil, 2015).

Dentre as informações sobre a doação de sangue é importante também usar os variados meios de comunicação para enfatizar que a falta de sangue ou hemoderivados pode repercutir negativamente na saúde da população caso seja necessário seu uso em situações de emergência ou até mesmo programadas.

Opinião sobre captação de doadores

Os depoimentos a seguir retratam a opinião dos pesquisados sobre a captação de doadores:

“Eu vejo o setor de captação como o coração da hemorrede em geral, to falando hemorrede no estado no país, então é aqui que o doador tem o contato direto, recebe convites, recebe explicações de como funciona a doação de sangue” [E13].

“Captação é de grande importância sendo um ato voluntario que salva vidas” [E3].

“É de suma importância, tem que ter, uma doação é uma coisa que assusta as pessoas, as pessoas não tem conhecimento de como que é feito o processo, chegam aqui muitas vezes muito ansiosos, então e de suma importância estarmos levando informações nos locais” [E1].

“[...]é uma função árdua, é uma função pesada porque você trabalha na fase de convencimento de convencer uma pessoa a vim dar uma coisa que tem um medo envolvido[...]” [E2].

“[...]deixar claro ao doador da importância né da doação[...]” [E5].

“[...]extremamente necessário acredito que é utilidade pública, [...]é um trabalho de formiguinha [...]” [E7].

“Eu acredito que eles fazem um ótimo trabalho né, dentro do possível, porque realmente não tem muito recurso né, então a gente tem que trabalhar essa questão da divulgação pedindo ajuda até mesmo entre nós, a gente tem que contribuir” [E13].

Deve-se reconhecer pelas opiniões acima a importância da captação, no entanto captar requer disponibilidade, engajamento com o serviço. Porém precisa de estrutura e apoio dos profissionais de outras áreas, dos gestores, da comunidade e dos próprios doadores.

Como já exposto anteriormente apenas 1,8% da população brasileira doa sangue. Isso mostra que o Brasil mesmo com os esforços dedicados a captação de sangue está distante de atingir eficiência que atenda a demanda de sangue da população (Verdério, 2017).

Ante isto a captação de doadores de sangue no Brasil enfrenta um grande desafio para captar e manter doadores de repetição, ações educativas tem sido o meio mais utilizado para tanto, embora o estabelecimento de um bom relacionamento entre os profissionais dos serviços de hemoterapia e a comunidade possa também contribuir como incentivo para doações (Lima, 2020).

Encontrar um doador é uma tarefa assustadora que requer experiência e habilidade. Porque nem todos podem doar, apenas doadores conscientes, responsáveis e saudáveis podem (Rosa et al, 2017).

Dessa forma, observa-se a necessidade de mais apoio dos responsáveis por proporcionar e disponibilizar meios para a captação desenvolver amplamente seu trabalho aumentando o número de doadores, além da capacitação para toda equipe de forma que todos possam estar contribuindo com o serviço captando novos voluntários.

4. Considerações Finais

Os resultados encontrados permitiram identificar que na visão dos pesquisados o atendimento cordial, acolhedor e personalizado são estratégias essenciais para captação e fidelização de doadores voluntários de sangue.

Pode-se constatar também que os principais desafios encontrados para captação de doadores estão relacionados a fatores voltados aos próprios doadores, ao serviço, gestão e servidores. Diante da fala dos entrevistados percebeu-se também a preocupação com a excelência do serviço e com o cuidado dos doadores.

A falta de recursos para ampliação das estratégias para captação de doadores são dificuldades apontadas que envolvem questões administrativas a serem discutidas e resolvidas pela gestão do serviço com a finalidade de aumentar a captação de novos doadores em prol de mais doações voluntárias.

Dado que despertou a atenção foi a percepção de que alguns profissionais não se sentem responsáveis por captar doadores só pelo fato de não atuarem no setor de captação.

Destarte, sugere-se capacitações sobre a temática envolvendo todos colaboradores a fim de promover a reflexão sobre a importância do trabalho em equipe e da continuidade das ações para captação e fidelização dos doadores.

Salienta-se que cada profissional mesmo que indiretamente ao realizar com excelência seu trabalho se torna um captador.

Referências

- Bardin, L. (2006). *Análise de conteúdo*. Escola técnica de saúde da UFPB. Editora BRASIL.
- Batista, L. A. X., Silva, M. W. L. A., & Silva, M. L. A. S. (2022). Avanços no recrutamento e fidelização de doadores de sangue: um olhar crítico sobre o panorama brasileiro. *Revistas.usp, Medicina* (Ribeirão Preto) 2022;55(2):e-169997.
- Borges, V. L., Martinez, E. Z., Bendini, M. H., Costa, M. A. G. F. & Ferreira, S. C. L. (2005). Avaliação da Fidedignidade de um Instrumento Voltado à Satisfação do Doador de Sangue. *Rev Bras Epidemiol*. 8(2): 177-86.
- Brasil. (2015). *Ministério da Saúde*. Manual de Orientação para Promoção da Doação Voluntária de Sangue.
- Brasil. (2016). *Ministério da Saúde*. Portaria Nº 158, de 4 de fevereiro de 2016.
- Brasil. (2020). *Ministério da Saúde*. Doação de Sangue.

Brasil. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*, de 5 de outubro de 1988.

Carlesso, L. et al. (2017). Estratégias implementadas em hemocentros para aumento da doação de sangue. *Rev Bras Promoç Saúde*, 30(2): 213-220.

Colti, L. D., et al. (2009). O papel do usuário na organização do setor de coleta de sangue do Hemonúcleo de Apucarana, Paraná, Brasil. *Rev. Bras. Hematol. Hemoter.* 31(2):98-103.

Giacomini, L., & Filho, W. D. L. (2010). Estratégias para fidelização de doadores de sangue voluntários e habituais. *Acta Paul Enferm*;23(1):65-72.

Krause, J. C. et al. (2022). Estratégias de captação para doadores de sangue. *VIII Fórum Rondoniense de Pesquisa*, 8(1).

Lima, H. F., et al. (2020). Educação em saúde sobre doação de sangue: relato de uma experiência com crianças e adolescentes. *Research, Society and Development*, 9(9), 1-14.

Ludwig, S. T., & Rodrigues, A. C. M. (2005). Doação de sangue: uma visão de marketing. *Cad. Saúde Pública*, 21(3):932-939.

Mendes, P. A. T., Matias, D. O., Berlitz, M. M., & Aguiar, B. G. C. (2022). Enfermagem em Serviços de Hemoterapia: reflexões acerca das políticas públicas voltadas ao sangue e hemocomponentes. *Rev Bras Enferm*.75(4):e20210417.

Oliveira, R. J., & Luksys, L. (2020). Abastecimento e manutenção dos estoques de sangue: Desafio e contradições. *Caderno Saúde e Desenvolvimento*. 9(17).

Rodrigues, R. S. M., & Reibnitz, K. S. (2011). Estratégias de captação de doadores de sangue: uma revisão integrativa da literatura. *Texto Contexto Enferm*, 20(2): 384-91.

Rosa, L. M. et al. (2017). Captação de Doadores e Doação de Sangue: Discursos Históricos. *Revista enfermagem*.

Silva M. O. (2017). Ritos e mitos: as representações sobre o sangue e sua doação [Tese de Doutorado].

Silva, P. A. R., Assis, D. C. M., & Silva, C. R. (2017). Conhecimento de profissionais de enfermagem sobre atuação em hemotransusão. *Rev Ciên Saúde*, 2017;2(2):15-24.

Siqueira, L. O., et al. (2022). Construção e análise de materiais adjuvantes no processo de educação em saúde para a doação de sangue. *SciELO Preprints*.

Verdélío, A. (2017). Doação de sangue: 1,8% da população brasileira doa sangue; meta da OMS é 3%. *Agencia Brasil*.