

**Universidade de Lisboa  
Faculdade de Farmácia**



# ***Crowdfunding* na atividade farmacêutica: oportunidades**

**Laura Freire António Chegadinho**

Trabalho de Campo orientado pela Professora Doutora Maria de Jesus de Almeida Rainha  
Perry da Câmara Saldanha Rocha, Categoria Professora Auxiliar

**Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas**

**2023**



**Universidade de Lisboa  
Faculdade de Farmácia**



## ***Crowdfunding* na atividade farmacêutica: oportunidades**

**Laura Freire António Chegadinho**

**Trabalho Final de Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas apresentado à  
Universidade de Lisboa através da Faculdade de Farmácia**

Trabalho de Campo orientado pela Professora Doutora Maria de Jesus de Almeida Rainha  
Perry da Câmara Saldanha Rocha, Categoria Professora Auxiliar

**2023**

## Resumo

O *crowdfunding* (ou financiamento coletivo) na área farmacêutica ainda é pouco explorado atualmente, contudo, são apontados inúmeros benefícios na sua utilização. Este financiamento ocorre em plataformas *online*, onde se estabelece o contacto entre os fundadores das campanhas e possíveis financiadores.

O Trabalho de Campo aqui apresentado tem por objetivo perceber em que áreas a atividade farmacêutica poderá beneficiar com o recurso ao financiamento coletivo pelos futuros farmacêuticos e explorar as oportunidades associadas a este tipo de financiamento na área farmacêutica. Para tal analisaram-se as características e motivações de quem cria campanhas de *crowdfunding* na área da saúde em Portugal, bem como as próprias campanhas. Simultaneamente indagou-se sobre possíveis motivações dos futuros jovens farmacêuticos/as recorrerem a este tipo de financiamento, para implementação de projetos nas diversas áreas que estão ao seu alcance e que podem vir a ser do seu interesse. Espera-se com esta investigação abrir uma ‘janela’ de oportunidades na área farmacêutica, mostrando a futuros profissionais as múltiplas valências associadas ao financiamento coletivo, e assim contribuir para fomentar o empreendedorismo.

No desenho metodológico estabeleceu-se a realização de inquéritos a pessoas que recorreram à plataforma portuguesa PPL (*People* - Pessoas) para criar campanhas, e a estudantes finalistas do 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, a nível nacional.

Com este trabalho conclui-se que a farmácia comunitária e a investigação na área farmacêutica são as áreas que no futuro poderão ser mais dinamizáveis pelo *crowdfunding* e as que mais podem beneficiar recorrendo a este tipo de financiamento alternativo.

**Palavras-chave:** Financiamento coletivo, Plataformas *online*, Saúde, Atividade Farmacêutica, Empreendedorismo

## **Abstract**

Crowdfunding (or collective financing) in the pharmaceutical area is still an emerging field of research, however, numerous benefits can be pointed out in its use. This funding occurs on online platforms where the contact is established between campaigns founders and potential clients.

The fieldwork presented aims the understanding of the possible areas where the pharmaceutical activity can benefit from its use by future pharmacists and to explore the opportunities associated with this type of financing in the pharmaceutical area. To this end, were analyzed the characteristics and motivations of those who create crowdfunding campaigns in the health area in Portugal, as well as the actual campaigns. Simultaneously, were investigated possible motivations for the use of this type of funding implementation in the projects of young pharmacists. It is hoped that this research will open a 'window' of opportunities in the pharmaceutical area, showing future professionals the multiple valences associated to collective financing, thus, contribute to fostering entrepreneurship.

This methodological design established the execution of surveys for people who used the Portuguese platform PPL (People) to create campaigns, as well as final year students of the 5<sup>th</sup> year of the Integrated Master in Pharmaceutical Sciences, at a national level.

This work concludes that community pharmacy and pharmaceutical research are the areas that could be most dynamized by crowdfunding in the future and those that can benefit most from this type of alternative financing.

**Keywords:** Crowdfunding, Online platforms, Health, Pharmaceutical Activity, Entrepreneurship

## **Agradecimentos**

À Professora Maria de Jesus Perry pela total disponibilidade na orientação deste trabalho.

À mãe, pela paciência e pela ajuda ao longo destes meses.

## **Abreviaturas**

APEF - Associação Portuguesa dos Estudantes de Farmácia

ASAE - Autoridade de Segurança Alimentar e Económica

CMVM - Comissão do Mercado de Valores Imobiliários

COD – Processo Legislativo Ordinário

FFUL - Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa

PPL – *People*

SNS – Serviço Nacional de Saúde

UE – União Europeia

UMC - União do Mercado de Capitais

## ÍNDICE

<b>Introdução</b> .....	<b>9</b>
<b>Capítulo 1 - Enquadramento teórico: <i>Crowdfunding</i> na área da saúde e na atividade farmacêutica</b> .....	<b>12</b>
1. Breve caracterização do <i>crowdfunding</i> : modelos e intervenientes .....	12
2. Enquadramento legislativo na Europa e em Portugal .....	14
3. <i>Crowdfunding</i> na área da saúde e na atividade farmacêutica .....	16
<b>Capítulo 2 – Trabalho de Campo: metodologia</b> .....	<b>17</b>
1. Materiais e métodos.....	17
2. Inquéritos a fundadores das campanhas na área da saúde na Plataforma PPL ....	19
2.1. O caso-estudo Plataforma PPL: campanhas.....	19
2.2. <i>Crowdfunding</i> com base em donativos na área da saúde: modelo dos inquéritos .....	20
2.3. Inquéritos: análise dos resultados e discussão .....	21
3. Inquéritos a alunos finalistas do curso de Ciências Farmacêuticas .....	25
3.1. Inquéritos aos alunos finalistas do curso de Ciências Farmacêuticas, ano 2022-2023, em Portugal: “ <i>Crowdfunding</i> na atividade farmacêutica: oportunidades” .....	25
3.2. Inquéritos: análise dos resultados e discussão .....	26
<b>Conclusão</b> .....	<b>31</b>
<b>Referências bibliográficas</b> .....	<b>35</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>38</b>

## Introdução

No âmbito da conclusão do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, optou-se pela realização de um Trabalho de Campo sobre o tema do *crowdfunding* na área farmacêutica. O objetivo é conhecer o uso deste tipo de financiamento pelos farmacêuticos, nas suas diversas áreas de intervenção em Portugal, e explorar as oportunidades associadas a este financiamento, face ao papel que estes profissionais de saúde desempenham na sociedade. Espera-se abrir uma ‘janela’ de possibilidades à área farmacêutica e aos futuros profissionais, nas múltiplas valências que lhe estão associadas, através do apoio do *crowdfunding*, fomentando assim o empreendedorismo, e dando maior visibilidade a este tipo de financiamento.

Na língua portuguesa a expressão *crowdfunding* (financiamento coletivo) é amplamente conhecida e por esta razão se preferenciou o uso da expressão em inglês nos materiais do Trabalho de Campo e se mantém essa consistência ao longo desta dissertação.

O *crowdfunding* corresponde a um esforço coletivo para angariar dinheiro para um determinado objetivo, dando resposta a necessidades económicas, culturais e sociais da comunidade, através de plataformas *online*.

Utilizar este tipo de financiamento alternativo permite que uma campanha de angariação de fundos chegue a um número ilimitado de pessoas geograficamente dispersas, o que constitui uma enorme vantagem nas mais diversas áreas [1].

Este tipo de financiamento coletivo tem vindo a ganhar expressão em Portugal, desde 2011, com enquadramento legislativo desde 2015, e mostra uma crescente importância, especialmente em projetos sociais ou de base empreendedora<sup>1</sup> [2].

O uso de *crowdfunding* na saúde tem-se destacado como alternativa de financiamento promissor, com envolvimento de profissionais desta área, mas também de pacientes e familiares. Na área farmacêutica, o uso desta ferramenta é ainda mais recente e pouco expressivo [4]. Representando, por isso, acrescidas oportunidades a sua utilização.

Vivemos numa sociedade que vem adotando de modo crescente atitudes mais individualistas. Esta condição, que temos de contrariar, começa desde logo por cada um de nós, mas também pelas empresas, instituições e governos. Precisamos de ações mais solidárias, tendo em vista

---

<sup>1</sup> Nos dados disponibilizados pela Plataforma PPL (de 8/5/2013 até 18/4/2023), constam 690 campanhas na categoria de “Social” e 234 campanhas na categoria “Empreendedorismo”.

não só o benefício económico, mas também objetivos sociais e humanitários. Os jovens têm um papel determinante nesta mudança, sendo o empreendedorismo uma das possíveis soluções.

O *crowdfunding* pode ser uma ferramenta que possibilita ir ao encontro destas necessidades e preocupações, uma vez que o empreendedorismo nos jovens profissionais de saúde é importante para a sua realização profissional, para a criação de negócios inovadores num mercado cada vez mais competitivo, e como iniciativa que pode promover a pesquisa e desenvolvimento técnico-científico que se encontram em desenvolvimento acelerado.

A área das Ciências Farmacêuticas tem uma base fundacional de ordem científica e social. O uso do financiamento coletivo poderá acelerar o desenvolvimento de novos medicamentos e tratamentos inovadores, bem como desenvolver conhecimento em áreas pouco exploradas da saúde (devido ao seu fraco retorno económico) e ainda possibilitar que esta área científica inove ao nível das preocupações sociais. Temos ainda expectativas de que este tipo de financiamento possa ajudar a progredir no serviço que a área farmacêutica presta à saúde e à sociedade, abrindo novas oportunidades. Ambos motivos pelo qual se realizou esta pesquisa.

A metodologia utilizada na realização deste Trabalho de Campo, iniciou-se com a pesquisa bibliográfica sobre o tema *crowdfunding*, a nível geral e, em particular, na área da saúde e na área farmacêutica. O primeiro capítulo do trabalho corresponde a esse enquadramento mais teórico, que procura concretizar o estado da arte.

Num segundo momento, que se reflete no segundo capítulo deste trabalho, já com o objetivo de conhecer o universo do *crowdfunding* e as suas oportunidades na área farmacêutica, bem como perceber o motivo de ser uma área pouco explorada, a pesquisa avançou para uma componente aplicada, com recolha de dados, acompanhado pelo sua análise e discussão. Apoiamo-nos para tal no desenvolvimento de uma pesquisa baseada na metodologia que recolhe dados através de inquéritos, realizados a dois públicos-alvo distintos, e desenvolvidos em simultâneo:

- Fundadores de campanhas de *crowdfunding*: Tentámos perceber quem realiza estas campanhas na área da saúde, em que circunstâncias o faz, com que motivações e as áreas mais relevantes, tendo por caso-estudo campanhas que decorreram na plataforma *online* PPL (*People*)<sup>2</sup>;

---

<sup>2</sup> Na língua portuguesa ‘Pessoas’.

- Estudantes finalistas do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas: Procurámos explorar no universo dos futuros farmacêuticos, as potenciais motivações para recorrerem a este tipo de financiamento e as áreas mais relevantes na área farmacêutica, que possam vir a constituir uma oportunidade para a sua intervenção.

Os primeiros inquéritos foram realizados a pessoas ou associações que tenham criado campanhas de *crowdfunding* ligadas à área da saúde inseridas na plataforma PPL.

Os segundos inquéritos foram realizados a estudantes finalistas do 5.º ano (no ano letivo 2022-2023) do curso de Ciências Farmacêuticas a nível nacional. Este grupo de futuros farmacêuticos poderá vir a considerar este tipo de financiamento coletivo para conseguirem lançar projetos científicos ou apoiar causas, gerando maior visibilidade deste financiamento na área farmacêutica, mas também realizar ações de carácter social. Em ambos os casos correspondem a ações de empreendedorismo que podem ser significativas para as áreas de investigação científica, profissionais e para a sociedade.

# Capítulo 1 - Enquadramento teórico: *Crowdfunding* na área da saúde e na atividade farmacêutica

## 1. Breve caracterização do *crowdfunding*: modelos e intervenientes

O *crowdfunding* é um tipo de financiamento que se caracteriza pela angariação de pequenas quantidades de dinheiro recorrendo a um grande número de financiadores [3][4]. Como já referido, caracteriza-se por ocorrer em plataformas *online* onde são lançadas várias campanhas de angariação de fundos, nas mais diversas áreas, com distintos moldes, para alcançar diferentes objetivos.

A palavra “*crowdfunding*” tem origem na palavra “*crowdsourcing*” que, segundo o *Cambridge Dictionary* [5] corresponde à “atividade de atribuir tarefas a um grande grupo de pessoas ou ao público em geral”.

O termo *crowdfunding* foi utilizado pela primeira vez em 2006 por Michael Sullivan quando este lançou uma plataforma *online* que ajudava a financiar videoblogues [6]. Desde aí que esta palavra tem tido uma crescente utilização nas mais diversas áreas do conhecimento.

Uma campanha de *crowdfunding* é constituída por três intervenientes que permitem concretizar a atividade e que contribuem para o sucesso ou insucesso de uma campanha [7] [8]:

- Fundador da campanha: indivíduo, entidade ou instituição que tem como objetivo conseguir financiamento para um projeto. É o fundador que seleciona a plataforma *online* onde lançar o projeto de angariação de fundos e nela é responsável por explicar as motivações, de um modo claro, podendo também partilhar fotografias ou vídeos que ajudam a despertar maior interesse a todos que se deparam com a publicação;
- Financiadores: destinatários a quem é despertado interesse pela campanha e que acabam por contribuir financeiramente. Esta doação pode ter várias modalidades consoante o modelo de *crowdfunding* em que se está a investir. No entanto, a maioria das plataformas só permite fazer determinados tipos de financiamento. No caso da PPL os financiamentos são baseados em donativos ou recompensas;
- Plataforma *online*: onde ocorre todo o processo e que permite o contacto entre o fundador e os possíveis financiadores da campanha. A *Internet* permite uma maior visibilidade de toda a campanha, levando a uma rápida disseminação de toda a informação pela comunidade. Há algumas políticas que as plataformas podem seguir,

como escolher que campanhas incluir ou excluir [9] ou definirem a percentagem que beneficiam face aos fundos conseguidos com cada campanha [8]. A plataforma de *crowdfunding* acaba por ser um suporte determinante para o sucesso de uma angariação de fundos, já que a divulgação nas redes sociais é apontada como o fator decisivo para o êxito da campanha [8].

De acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS), uma campanha de *crowdfunding* pode ser realizada segundo dois moldes de financiamento [10]:

- *All-or-nothing*: os criadores da campanha só recebem os fundos se o objetivo financeiro for alcançado no tempo inicialmente estipulado para realização da campanha;
- *Keep-what-you-raise*: os criadores da campanha recebem todo o dinheiro angariado, tendo ou não atingido o objetivo financeiro no período previamente definido.

O modelo *All-or-nothing* é o que oferece menor segurança financeira, mas é o que leva os financiadores a terem mais confiança no projeto [10]. Já o segundo modelo é o mais utilizado por organizações de solidariedade e sem fins lucrativos, oferecendo uma maior segurança para os criadores da campanha que acabam sempre por receber algum dinheiro.

Existem várias formas de conceber uma campanha de *crowdfunding* [8] [11]:

- Retribuições monetárias ou de serviços;
- Doações (denominado de *crowdfunding* filantrópico);
- Investimento por parte dos financiadores, ou seja, através de empréstimos com juros elevados ou compra de ações da empresa.

Contudo, qualquer que seja o tipo de *crowdfunding* realizado, há um objetivo em comum numa qualquer campanha – o seu sucesso. Para tal, há dois tipos de fatores que o influenciam [12]:

- Fatores estáticos: os elementos que não se alteram durante a campanha, como o capital social dos fundadores, as informações sobre a campanha e as metas de financiamento;
- Fatores dinâmicos: os elementos que se alteram no decurso da campanha, como o desempenho do financiamento, a popularidade da campanha e as reações dos possíveis financiadores.

Cada vez mais os países ricos são confrontados com o que outros países há muito vivem - medicamentos inacessíveis e inovação inadequada [13]. Estas questões foram expostas devido

aos mais recentes estudos sobre o *crowdfunding* na área da saúde, o que levantou conseqüentemente questões regulatórias e éticas, com evidência na literatura [13].

No que diz respeito às questões éticas, há vários problemas que são levantados [9]:

- Possível fraude e desinformação com uma campanha;
- Equidade inexistente devido ao interesse mediático que uma campanha poderá ter, acabando por saírem beneficiados fundadores com uma maior rede de contactos e com maior domínio na *Internet*;
- Questões de privacidade, que podem ser ainda mais relevantes na população infantil, mas também a publicação de dados médicos, fotos e vídeos;
- Mudança da avaliação dos cuidados de saúde, ou seja, os serviços de saúde acabam por ser prestados com base nas necessidades dos doentes e não com base na capacidade económica dos doentes.

Sobre as questões regulatórias, não só ganharam destaque na literatura, como surgiram com distinta expressão em vários países, o que motivou a necessidade de se caminhar para uma regulação europeia, como iremos ver seguidamente.

## **2. Enquadramento legislativo na Europa e em Portugal**

O *crowdfunding* tem vindo a ser cada vez mais utilizado no mundo financeiro, mas por ser uma alternativa de financiamento recente ainda é pouco legislado. Este financiamento até há pouco tempo não tinha nenhuma proposta regulamentar a nível europeu, acabando as plataformas de *crowdfunding* por se regerem pelas estruturas regulatórias do Estado-Membro da União Europeia (UE) onde operavam. Assim, cada Estado-Membro acabava por definir as condições de funcionamento das plataformas de *crowdfunding*, as atividades permitidas e os requisitos de autorização [14].

Atualmente a situação está diferente e já há vários países que têm um regime jurídico específico para regulamentar as plataformas e os serviços de *crowdfunding* [14]. Porém, tal também acaba por constituir uma limitação, já que não permite uma fácil ação transfronteiriça a nível da União Europeia.

Com objetivo de começar a regular de uma forma uniforme as plataformas de financiamento coletivo, estabelecendo um sistema jurídico a nível da União Europeia, surgiu em 2013 a primeira discussão sobre o tema, que pretende facilitar a dinâmica de *crowdfunding* europeu.

Esta regulamentação reflete uma prioridade que a Comissão Europeia tem em criar uma União do Mercado de Capitais (CMU)<sup>3</sup>. Tal regulamentação visa assim controlar o risco dos investimentos, bem como a transparência e a proteção dos seus investidores. Uma forte união de mercado irá permitir aumentar o investimento por parte da UE e do resto do mundo, melhorar a ligação entre os financiamentos de projetos de investimento em toda a UE, tornar o sistema de financiamento mais estável, aprofundar a integração financeira e aumentar a concorrência [15].

Foi em 2013, que se começou a averiguar sobre o potencial da regulação do *crowdfunding* a nível da União Europeia. Mas só em 2018 é que houve uma proposta legislativa do Parlamento Europeu e o Conselho Europeu para alterar a Diretiva 2014/65/UE, relativa aos mercados de instrumentos financeiros, com o objetivo de estender o acesso ao financiamento a empresas inovadoras, *start-ups* e outras empresas não listadas, onde se inclui o *crowdfunding*. Surge então o procedimento 2018/0047 (COD): “Markets in financial instruments: crowdfunding service providers” que em outubro de 2020 foi publicado no Jornal Oficial da União Europeia depois das votações e aprovações necessárias por ambas as entidades europeias [14].

Deste procedimento resultou o Regulamento (UE) 2020/1503 do Parlamento e Conselho Europeus de 7 de outubro de 2020 relativo aos prestadores europeus de financiamento colaborativo às entidades, e que altera o Regulamento (UE) 2017/1129 e a Diretiva (UE) 2019/1937 que entrou em vigor a 10 de novembro de 2021. No entanto as plataformas de *crowdfunding* que se regiam pela legislação nacional tiveram de ser sujeitas ao novo quadro regulatório até 10 de novembro de 2022. Para que a transição para este novo regime seja gradual e que haja continuidade dos serviços, o período de transição foi estendido até 10 de novembro de 2023 [16].

Em Portugal houve uma maior visibilidade do *crowdfunding* devido a um evento internacional sobre o tema, que ocorreu em Lisboa, em novembro de 2011. Este acontecimento levou à necessidade de criar a primeira regulamentação que surgiu em 2015 (Lei no 102/2015, de 24 de Agosto) [17], alterada depois pela Lei nº 3/2018, de 09 de fevereiro. Nesta lei o legislador define quatro tipos de financiamento coletivo: de capital, por empréstimo, por donativo, ou por recompensa. Os dois primeiros são atualmente regulados pela Comissão do Mercado de Valores Imobiliários (CMVM), enquanto os dois últimos estão a cargo da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE) [18].

---

<sup>3</sup> *Capital Markets Union (CMU)*.

Aguarda-se então um novo quadro regulamentar à luz da legislação europeia, que se espera estar concluído, como referimos, até final deste ano.

### **3. *Crowdfunding* na área da saúde e na atividade farmacêutica**

A área da saúde é aquela que mais está relacionada com a atividade farmacêutica e o *crowdfunding* neste caso pode ter várias motivações a que correspondem distintos modelos [8]:

- Campanhas de angariação de fundos para cobrir despesas de saúde de doentes que não podem suportar, por exemplo, tratamentos de quimioterapia;
- Iniciativas sem fins lucrativos, como é o caso de instituições que trabalham na área da saúde ou organizações de caridade;
- Fundos para promover a investigação médica;
- Financiamento de projetos inovadores nesta área.

Neste universo de motivações e modelos na área da saúde encontramos os seguintes modelos [13]:

- *Crowdfunding* filantrópico (*charity-crowdfunding*);
- *Crowdfunding* por recompensa (*reward-crowdfunding*);
- *Crowdfunding* por empréstimo (*lending crowdfunding* ou *peer-to-peer crowdfunding*);
- *Crowdfunding* por capital (*equity crowdfunding*).

Sabemos ainda que nesta área o modelo mais utilizado acaba por ser o *crowdfunding* filantrópico (ou *charity-crowdfunding*), dado que é mais comum a realização de angariações a título individual ou por pessoas próximas ao doente ou ainda para causas de saúde globais ou projetos de saúde pública [19].

Na atualidade tem-se verificado um enorme pedido de apoio financeiro através de *crowdfunding* para medicamentos não autorizados ou terapias alternativas [20], como é o caso do uso de canabidiol no tratamento do cancro [21] ou o tratamento com células estaminais [22].

A recente pandemia causada pelo coronavírus (SARS-CoV-2) foi também uma situação clara de como a saúde pública, a sustentabilidade financeira e económica e a acessibilidade aos cuidados de saúde são conceitos que estão naturalmente ligados [13]. Durante este período o *crowdfunding* foi muitas vezes uma forma de financiamento alternativo, já que a falta de

investimento na saúde ficou evidente em muitos países e o financiamento imediato era algo necessário e ao qual se recorreu.

## Capítulo 2 – Trabalho de Campo: metodologia

### 1. Materiais e métodos

O Trabalho de Campo foi realizado através do uso de inquéritos efetuados a dois públicos-alvo distintos.

Os inquéritos foram direcionados aos fundadores de campanhas de *crowdfunding* registadas na plataforma on-line PPL (*Crowdfunding Portugal*)<sup>4</sup>, especificamente aos fundadores cujas campanhas foram realizadas na área da saúde.

Estes inquéritos foram realizados através de um documento de preenchimento rápido no *Google Forms*. As perguntas foram enviadas aos fundadores das campanhas já terminadas, incluindo as que tiveram sucesso e as que não o tiveram.

A natureza dominante da pergunta foi de carácter fechado, de modo a facilitar o tratamento de dados, ainda que se tenha, pontualmente, deixado oportunidade para respostas abertas e/ou justificação da resposta.

Os outros inquéritos foram direcionados a alunos finalistas do mestrado integrado em Ciências Farmacêuticas a nível nacional - Universidade de Lisboa, Porto, Coimbra, Algarve, Beira Interior, Centro Universitário Lusófona, Instituto Universitário de Ciências da Saúde, Instituto Universitário Egas Moniz, Universidade Fernando Pessoa - portanto enquadrando universidades públicas e privadas, potenciais agentes na procura deste tipo de financiamento, com abertura de novas oportunidades para explorar na área farmacêutica.

Estes inquéritos foram realizados também na plataforma *Google Forms* e foram distribuídos pelos alunos finalistas recorrendo a diversas instituições, órgãos e ferramentas:

- Associação Portuguesa dos Estudantes de Farmácia (APEF), organização a que se solicitou a divulgação interna para os membros e associados;
- Diretores de Curso das várias universidades, por *e-mail*, com solicitação para envio aos alunos finalistas;
- Redes sociais (*WhatsApp* e *Facebook*);

---

<sup>4</sup> <https://ppl.pt>

- Contactos pessoais.

À semelhança do realizado para os primeiros inquéritos as perguntas tiveram marcadamente carácter fechado, com oportunidade pontual de resposta aberta e/ou justificação da mesma.

Metodologicamente, na preparação da abordagem por inquéritos aos fundadores de campanhas na Plataforma PPL ("*Crowdfunding* com base em donativos na área da saúde: caso-estudo"), realizaram-se as seguintes ações:

- Seleção na plataforma de *crowdfunding* PPL das campanhas que tiveram sucesso ou insucesso na área da saúde;
- Contacto com os respetivos fundadores enviando-lhes um documento tipo entrevista de preenchimento rápido, via *e-mail* (único contacto que se encontra disponível na plataforma);
- Análise dos resultados dos inquéritos.

Na preparação da abordagem a realizar por inquéritos aos alunos finalistas ("*Crowdfunding* na atividade farmacêutica: oportunidades"), realizaram-se os seguintes procedimentos:

- Seleção de todas as instituições de Ensino Superior nacionais, públicas e privadas, em que existe o curso de Ciências Farmacêuticas;
- Seleção do público-alvo, os alunos finalistas no ano letivo 2022-2023;
- Divulgação ativa através das redes sociais (*WhatsApp* e *Facebook*) e via *e-mail* do inquérito *on-line*, a responder no *Google Forms*.
- Análise dos resultados do inquérito.

Considerámos que o período de um mês seria o suficiente para alcançarmos os resultados dos inquéritos, que foram realizados durante o mês de maio de 2023. Ao longo deste período, constatou-se a pouca representatividade das respostas, motivo pelo qual fomos reforçando o nosso apelo, com bastante frequência. Enviámos por três vezes o pedido de participação via *e-mail* para pessoas/instituições que abrangiam a nossa amostra associada à plataforma PPL, e para os inquéritos aos alunos, recorreremos ativamente em publicações nas redes sociais e junto das instituições e órgãos que nos auxiliaram neste processo.

## 2. Inquéritos a fundadores das campanhas na área da saúde na Plataforma PPL

### 2.1. O caso-estudo Plataforma PPL: campanhas

A plataforma *online* PPL é uma plataforma portuguesa fundada em 2011 pela empresa Orange Bird. Faz parte dos membros fundadores da Rede Europeia de *Crowdfunding*<sup>5</sup> que assumem como missão a promoção deste tipo de financiamento coletivo a nível europeu [23]. Nesta plataforma a modalidade de *crowdfunding* que mais se realiza é a baseada em doações, no entanto, há algumas campanhas que prometem recompensas materiais ou financeiras aos seus financiadores.

Na PPL, em 2023, período em que desenvolvemos a pesquisa, havia oito categorias que juntam campanhas da mesma área: Livros de Ontem, WACT (*We are Changing Together*), Negócios Sociais Fundação EDP, PPL Causas, Fundação Eugénio de Almeida, BET24, *IES-Social Business School* (IES-SBS) e Novo Rumo a Norte. São categorias que acabam por abranger outras mais pequenas e, assim, direcionar os possíveis financiadores para as áreas onde pretendem investir [24]. De entre as categorias de menor dimensão, a categoria “Social” é a que tem angariado maiores montantes desde a criação da PPL, seguindo-se “Cidadania/Política”, “Livros/Revistas” e “Música” [25].

A escolha desta plataforma, como fonte de dados, através da realização dos inquéritos a fundadores de campanhas de *crowdfunding*, deveu-se ao facto de esta plataforma de financiamento coletivo ser a mais utilizada e com mais expressão em Portugal.

Não havendo nenhuma categoria na PPL sobre a área da saúde, a seleção dos inquiridos tendo por base as campanhas realizadas, foi feita após leitura breve da descrição de cada campanha, em determinadas categorias mais sugestivas associadas ao tema,<sup>6</sup> que achámos poderem ter alguma ligação com a saúde, de onde constituem exemplos as campanhas consideradas:

- “Projeto VOLTA”, que teve como objetivo a angariação de dinheiro para pessoas especializadas e equipamento de modo a permitir realizar ecografias em contexto de situações clínicas urgentes, como traumas e infeções (categoria *Social*) [26];

---

<sup>5</sup> *European Crowdfunding Network*.

<sup>6</sup> De entre as categorias presentes, foi dada maior atenção às categorias - *Social, Empreendedorismo, Eventos, Ciência/Tecnologia e Outros*.

- “*GlicoDiary - BET24 Social Challenge*”, uma aplicação de telemóvel que ajuda no controlo da diabetes tipo I nas crianças e jovens (categoria *Social*) [27];
- “*Juntos pelo Santiago!*”, angariação de fundos para criança com uma doença genética rara e que necessita de ajuda monetária para tratamentos e aquisição de material médico (categoria *Social*) [28];
- “*Organismos Marinhos para o tratamento da Dor Crónica*”, apoio a empresa de biotecnologia que utiliza compostos marinhos para desenvolver novos medicamentos, especialmente para a dor crónica (categoria *Ciência/Tecnologia*) [29].

## 2.2. *Crowdfunding* com base em donativos na área da saúde: modelo dos inquéritos

Com os inquéritos realizados às pessoas e associações que criaram campanhas de *crowdfunding* na área da saúde na plataforma PPL, procurou-se obter informação sobre o indivíduo, sobre a campanha que realizaram, tendo ainda sido questionados sobre os domínios da atividade farmacêutica que poderão ter mais interesse ao recorrer a este financiamento. Elementos que conjugados, se admitiu serem suficiente face ao objetivo definido – perceber as áreas em que a atividade farmacêutica poderá beneficiar, com recurso ao financiamento coletivo, até agora pouco ou nada exploradas (ver axeno 1).

Na primeira parte do inquérito, efetuou-se a caracterização dos indivíduos que realizaram a campanha: idade, género, nacionalidade, formação académica e área profissional.

Na segunda parte inquiriu-se sobre vários aspetos associadas à campanha e ao promotor da campanha: estatuto do promotor; alcance da campanha; outras plataformas utilizadas; motivações para criação da campanha; objetivos monetários; sucesso ou insucesso da campanha; possíveis variáveis influenciadoras do resultado obtido; domínios da área farmacêutica com interesse para recorrer neste tipo de financiamento.

Salienta-se que os inquéritos integraram essencialmente perguntas fechadas, onde o inquirido seleciona uma ou diversas opções alternativas de entre um conjunto de pré-definido. Entre essas perguntas usaram-se a resposta única, escolha múltipla e escolha dicotómica. A opção por este tipo de perguntas justificou-se no facto de as mesmas produzirem resultados facilmente quantificáveis, tornando mais célere a análise dos dados.

A elaboração das perguntas foi antecedida por uma pesquisa bibliográfica acerca do *crowdfunding* e observação cuidada da Plataforma PPL, já que tínhamos a noção que a construção do inquérito e formulação das questões é uma fase fundamental de um inquérito [30].

Os inquéritos, antes de serem enviados para os fundadores das campanhas, foram validados com um primeiro teste, através do pedido de resposta a três pessoas - ainda que não constituíssem o público-alvo, permitindo-nos clarificar e/ou reformular perguntas, que suscitaram algumas dúvidas.

### 2.3. Inquéritos: análise dos resultados e discussão

Face ao número de fundadores de campanhas contactados, cerca de 50, recebermos 10 respostas aos inquéritos enviados (n=10).<sup>7</sup> Como antes mencionado, enviaram-se por três vezes os inquéritos, durante o mês de maio, apelando de modo crescente e com maior assertividade para a importância da resposta. Este número de respostas é uma amostra que se afasta do esperado e que temos consciência ser limitativa para validação dos resultados. Porém, considerámo-la representativa face aos objetivos e ao número de contactos estabelecidos. Várias circunstâncias poderão estar na base desta participação, designadamente: a criação de um *e-mail* exclusivo para a campanha, que eventualmente não se tendo eliminado deixa de ser consultado finda a campanha; o cansaço das pessoas face ao apelo constante a participarem ativamente em trabalhos de investigações, que requerem a sua participação através de inquéritos, entre outros aspetos.

Da análise dos resultados obtidos nos inquéritos assinalam-se os seguintes aspetos (ver anexo 3): sobre as **características dos indivíduos**, estes são maioritariamente mulheres (60%) de nacionalidade portuguesas (100%). A idade mais representativa encontra-se entre os 18 e 35 anos (50%). Contudo, há ainda uma expressão assinalável em faixas etárias superiores entre os 36-50 anos (20%), 51-65 (20%) e maiores que 65 anos (10%). Portanto observam-se globalmente como mais empreendedoras as mulheres jovens.

Entre os inquiridos há pessoas com vários graus de **formação académica**. Com maior representatividade temos as formações de nível de ensino secundário (40%) e mestrado (40%) e menor a licenciatura (10%) e doutoramento (10%). Desta amostra conseguimos perceber ser fácil o processo de criação de uma campanha, não sendo determinante a maior formação.

---

<sup>7</sup> Obtiveram-se assim respostas de 20% face ao universo dos contactados.

Em relação à **área profissional**, os inquiridos são maioritariamente especialistas das atividades intelectuais e científicas (40%), seguindo-se os trabalhadores não qualificados (20%). Estes resultados mostram-nos que há um grupo mais especializado, que mostra a consciência das limitações e problemas associados à área da saúde, e recorre a estas ferramentas de financiamento para superar limitações que encontra eventualmente no decurso da sua atividade profissional. Mas, também que há um grupo de pessoas ‘não qualificadas’ que, face a um dado problema e com uma dada motivação, consegue levar a cabo uma campanha, o que corrobora a dedução expressa no parágrafo anterior.

Sobre o **estatuto dos promotores da campanha**, a maioria criou-a enquanto pessoa(s) individual(ais) (70%), mas também existiram campanhas associadas a instituições (30%). Estes valores revelam-nos que as motivações podem ser mais pessoais. As enquadradas em sede de instituições ainda assim sugerem dificuldades de sustentabilidade financeira.

A maioria dos **promotores** foram voluntários (40%) que pretenderam angariar fundos para um projeto para o qual estavam sensibilizados, encontrando-se também uma percentagem expressiva que correspondia aos próprios doentes (30%). A maior expressão dos fundadores com estatuto de voluntário é significativa, e mostra-nos uma dinâmica de preocupação com os outros e/ou com a sociedade. A também significativa expressividade daqueles que se envolvem a título pessoal, pode indiciar a incapacidade e/ou dificuldades do Estado na assistência social e em problemas ligados à saúde.

Sobre o **alcance das campanhas** realizadas, houve equidade ao nível nacional (50%) e internacional (50%). Esta situação é significativa, sendo que a justificação dada pelos inquiridos, face a uma ou outra opção, assenta no facto do alcance se tornar mais internacional quando o beneficiário tem outra nacionalidade, e mais nacional se estiver mais orientada para os residentes em Portugal. Portanto mostra-nos não haver a consciência que uma campanha realizada numa plataforma portuguesa consegue atravessar fronteiras e conquistar financiamento estrangeiro, qualquer que seja a nacionalidade do beneficiário.

Os inquiridos acusam a **utilização dominante da plataforma PPL**, o que é natural uma vez que é a este grupo que estamos a realizar os inquéritos. Porém, há um respondente que já havia utilizado outra plataforma de *crowdfunding*, a *GoFundMe*<sup>8</sup> [31]. Esta fraca expressão no uso de outras plataformas (usadas em simultâneo ou noutro projeto) pode indiciar o reconhecimento

---

<sup>8</sup> Plataforma americana de *crowdfunding*.

da plataforma PPL como a que tem maior visibilidade em Portugal e como sendo um bom canal de comunicação e divulgação de campanhas de *crowdfunding*.

Em relação à **motivação para a criação das campanhas**, metade (50%) dos fundadores respondeu que foi para apoiar familiares e/ou amigos. No entanto assinalam-se outras, de âmbito muito diverso, como o lançamento de novos produtos (10%), investimento em novas instalações (10%) e motivações humanitárias (10%), sociais (10%) e científicas (10%). A primeira motivação, apoio a familiares e/ou amigos, mostra-nos assim, que o envolvimento pessoal na história de vida do doente, o experienciar de perto as situações e conhecer de perto todas as dificuldades, é o mais impulsionador para o lançamento de uma campanha.

Os **montantes estabelecidos como objetivo de financiamento** constituem um dos fatores mais determinante para o sucesso ou insucesso de uma campanha, tendo cada projeto um objetivo monetário diferenciado [7]. A totalidade dos inquiridos estabeleceu como objetivo valores superiores a 500 € e a maior representatividade das campanhas está entre 5001€ e 10000€ (40%), os 1001€ e 2000€ (20%) e mais de 10000€ (20%). Com menor significado temos valores entre 501€-1000€ (10%) e entre 2001€ e 5000€ (10%). Estes resultados permitem concluir que a opção pelo financiamento coletivo se fundamenta certamente em cobrir despesas elevadas, que excedem o orçamento normal dos indivíduos, família ou amigos.

Quanto ao **sucesso das campanhas** analisadas, a maioria (80%) alcançou o objetivo estipulado, apenas uma pequena parte não o conseguiu (20%). Para tal terão certamente ocorrido variáveis diversas, como objetivos de financiamento mal definidos, informação sobre a campanha pouco explícita, reduzida divulgação da campanha nas redes sociais, entre outras [12]. Entre as variáveis que os inquiridos consideram poder influenciar o sucesso de uma campanha estão:

- Divulgação da campanha nas redes sociais e comunicação social (70%);
- Utilização de vídeos para promoção da campanha (60%);
- Realização de uma campanha para uma causa social/humanitária (60%);
- Alcance de visibilidade da campanha (40%);
- Campanha com tema mais impactante/sensível (30%);
- Seleção da plataforma de *crowdfunding* (30%);
- Momento de realização da campanha (20%);
- Tempo de duração da campanha (20%);
- Parcerias com instituições universitárias e/ou laboratórios (10%);
- Campanha apoiada em bases científicas (10%);

- Campanha para uma causa da atualidade (10%);
- Utilização de outro tipo de parcerias (10%).

Inequivocamente o fator que os fundadores manifestam contribuir mais expressivamente para o sucesso de uma campanha é a divulgação da mesma, a utilização de vídeos na sua promoção e o tratar-se de uma campanha para uma causa social/humanitária. Intrinsecamente ao tipo de financiamento, o meio inicial para a divulgação é sempre a plataforma *online* escolhida. Contudo é sempre uma mais valia haver uma divulgação adicional nas redes sociais, conseguindo-se chegar a um número de pessoas superior. Uma boa divulgação permite sempre que mais pessoas se deparem com a existência da campanha, que sejam sensibilizados pela causa que está subjacente e que acabem por contribuir financeiramente, numa atitude solidária. Ora esta circunstância, no mundo global em que vivemos, contrasta com o facto das campanhas a nível internacional ainda não serem dominantes.

Sobre eventuais **áreas de campanhas que se concordou que se enquadravam na área farmacêutica**, as respostas foram equilibradas nas distintas opções com que foram confrontados os inquiridos. Evidencia-se o apoio a projetos sociais (60%), o apoio à investigação na área farmacêutica (50%), a aquisição de medicamentos (50%), o financiamento de tratamentos médicos (50%), o apoio a projetos de promoção de saúde (40%), a aquisição de material científico/médico (20%). A área mais valorizada para realizar campanhas está relacionada com projetos sociais (sejam eles rastreios, programas de promoção de saúde, entre outros) atividades que se reconhecem poder vir a ver neste tipo de financiamento uma oportunidade para a sua concretização. Estes são projetos para a comunidade, com causas individuais ou coletivas, ligadas ao bem-estar físico e psicológico do indivíduo e que podem também levar para a comunidade o conhecimento (literacia na saúde) e aplicação prática na área da saúde, através de programas de proximidade, que desmistificam e esclarecem muitos temas. Saliencia-se ainda haver a área menos representativa - o apoio a instituições de saúde (10%). Esta é uma área que atualmente se mostra com falhas, que têm conduzido à degradação da qualidade do Serviço Nacional de Saúde (SNS) [32] situação que pode justificar o menor interesse que lhe é dado. O Estado mostra-se, de facto, gradualmente mais incapaz de dar uma resposta atempada e de qualidade, o que é incompreensível para os doentes e para as pessoas que se confrontam com os atuais problemas na área da saúde, como temos assistido ao longo dos últimos anos. Ora possivelmente é por este motivo que o financiamento coletivo é menosprezado no apoio a instituições de saúde - por se considerar que deve ser o Estado o financiador e prestador de cuidados da saúde.

### 3. Inquéritos a alunos finalistas do curso de Ciências Farmacêuticas

#### 3.1. Inquéritos aos alunos finalistas do curso de Ciências Farmacêuticas, ano 2022-2023, em Portugal: “*Crowdfunding* na atividade farmacêutica: oportunidades”

Esta investigação, realizada através de inquéritos a alunos finalistas do mestrado integrado em Ciências Farmacêuticas, a concluir no ano 2022-2023, inclui duas partes (ver anexo 2).

Na primeira parte trata-se da caracterização do universo de alunos: idade, género, nacionalidade, local de formação superior, ações de voluntariado, grupos de índole religiosa, área de atividade futura que gostaria de exercer (Quadro 1).

Na segunda parte procurou-se perceber sobre a existência de interesse em dinamizar ações de *crowdfunding* na área farmacêutica. As perguntas efetuadas procuram conseguir alcançar informação sobre potenciais motivações dos futuros farmacêuticos para dinamizarem ações ou projetos de financiamento coletivo: áreas de interesse; circunstâncias ou atividades que podem beneficiar com este tipo de financiamento; dimensão nacional ou internacional da campanha; realização individual ou em parceria com instituições; o tipo de *crowdfunding* que se admite criar. (Quadro 1).

À semelhança dos inquéritos anteriores foram usadas perguntas essencialmente fechadas, pelos mesmos motivos. Os tipos de perguntas também foram os mesmos – resposta única, escolha múltipla e escolha dicotómica.

**Quadro 1** - Objetivos das principais questões do inquérito

QUESTÃO	OBJETIVOS
<b>Caracterização do indivíduo</b>	
Preocupação do indivíduo com os problemas da sociedade e envolvimento em atividades e/ou projetos com carácter social.	Perceber se as preocupações e o envolvimento na sociedade podem levar à elaboração de projetos inovadores que vejam no <i>crowdfunding</i> uma oportunidade.
Envolvimento em ações de voluntariado.	Averiguar se a participação em ações de voluntariado desencadeia preocupações sociais acrescidas e sucessivas.
Integração em grupos ou movimentos de índole religiosa.	Perceber se a índole religiosa é um fator que pode contribuir para a participação em atividades com um cariz social.
Área de atividade futura em que gostaria de exercer a atividade profissional.	Conhecer as áreas das ciências farmacêuticas onde os futuros farmacêuticos admitem vir a exercer.
<b>Dinamização do <i>crowdfunding</i></b>	
Eventual interesse em dinamizar ações de financiamento coletivo na área farmacêutica.	Perceber se os indivíduos têm ambições de lançar projetos recorrendo ao <i>crowdfunding</i>

	como financiamento alternativo na área profissional.
Domínio em que as ações de financiamento coletivo podem vir a estar centradas (pessoal/familiar, social e profissional).	Perceber o que pode despoletar o recurso ao financiamento coletivo.
Áreas de maior interesse para dinamização através do <i>crowdfunding</i> .	Averiguar sobre as áreas mais suscetíveis de dinamizar através de ações de <i>crowdfunding</i> .
Circunstâncias e/ou atividades que podem beneficiar com o financiamento coletivo.	Estimar as circunstâncias e/ou atividades que podem beneficiar de ações de <i>crowdfunding</i> .
Âmbito em que admite realizar uma campanha de <i>crowdfunding</i> (nacional ou internacional).	Conhecer a alcance que se admite chegar com a campanha de <i>crowdfunding</i> .
Modo em que admite realizar a campanha (individual ou em parceria com instituições).	Saber se a tendência de realização da campanha se enquadra em ações individuais ou institucionais.
Tipo de <i>crowdfunding</i> (donativo, empréstimo entre particulares, recompensa, entre outros) passível de ser utilizar.	Perceber o modo como se pretende estruturar a campanha de <i>crowdfunding</i> .

Por idênticos motivos, efetuou-se a validação destes inquéritos, com um primeiro teste, através do pedido de resposta a três colegas de curso. Daí resultou a retificação e/ou reformulações de algumas perguntas.

Mais uma vez, como para o primeiro inquérito, a elaboração das perguntas foi antecedida por uma pesquisa bibliográfica acerca do *crowdfunding*, com maior incidência ao nível da saúde e da atividade farmacêutica.

### 3.2. Inquéritos: análise dos resultados e discussão

Perante o número de alunos universitários que se estima em fase de conclusão dos estudos ao nível do mestrado integrado em Ciências Farmacêuticas (cerca de 720)<sup>9</sup>, e a intensa dinamização efetuada nas redes sociais, considerou-se satisfatória a obtenção de 70 respostas (n=70) aos inquéritos (portanto cerca de 10%). Não sendo o número esperado, não o considerámos limitativo para um primeiro ensaio efetuado no âmbito deste tema. As respostas obtidas têm já um carácter representativo (ver anexo 4).

<sup>9</sup> Ponderando o diferente número de vagas e de inscrições no ano letivo 2018-2019 nas universidades públicas e privadas, considerámos uma média de 800 alunos. Admitimos que, em média, cerca de 90% conclui a formação no ano letivo de 2022-2023. Chegando-se assim ao número aproximado de 720 alunos em situação de conclusão do Mestrado em Ciências Farmacêuticas em Portugal.

Note-se, como afirmámos, trata-se de valores estimados, não temos informação que o sustente para o universo de todas as universidades, mas também não o considerámos determinante no contexto dos objetivos deste trabalho. Neste processo, ponderámos as vagas abertas por instituição, o número de inscritos e as desistências que ocorrem ao longo do percurso académico dos alunos.

Sobre as **características dos indivíduos**, responderam ao inquérito, na maioria, pessoas do sexo feminino (90%) com menos de 25 anos (97,1%) de nacionalidade portuguesa (98,6%). Estes valores refletem o universo de alunos a frequentar o Ensino Superior em Ciências Farmacêuticas em Portugal (dominantemente mulheres, jovens e portuguesas). Deste universo, responderam alunos somente de faculdades públicas, designadamente: Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa (FFUL) (38,6%), pela Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra (28,6%), pela Faculdade de Farmácia da Universidade do Porto (18,6%) e pela Universidade do Algarve – Faculdade de Ciências e Tecnologia (14,3%). A maior expressão das respostas dos alunos a frequentarem a FFUL é natural, dado que é nesta faculdade que estudamos, onde existem mais contactos e pode haver maior empatia na participação na investigação de uma colega. Contudo, mostra-se ainda assim positiva a adesão na participação de alunos de mais três instituições.

O *crowdfunding* pode ser utilizado para desenvolver a vertente social na área da saúde, já que há muitos projetos nesta área que precisam deste tipo financiamento para serem levados a cabo. [13] Esta necessidade acaba por refletir as presentes desigualdades nesta área. Assim tentámos conhecer as preocupações e o **envolvimento dos alunos em projetos sociais**, tanto em atividades como em projetos. A maioria (84,3%) afirma que está ou esteve envolvido ou que se preocupa com a vertente social, o que consideramos uma resposta muito significativa. Na sequência desta pergunta, também inquirimos acerca da participação em ações de voluntariado, onde uma parte expressiva participa (62,9%). Na pergunta aberta relativa a esta questão, solicitámos a indicação das ações e/ou projetos de voluntariado onde participaram ou participam. As respostas cobriram diversos projetos, tendo sido os mais observados na área social (79,7%), a que se seguiram os associados à área farmacêutica (20,3%): *Banco Alimentar Contra a Fome, Missão País, Programa Abem, Associação Cura +, Escuteiros, ReFood, Liga Portuguesa Contra o Cancro, Cantinho dos Animais, Projeto +, Faz Mais, Jornadas Mundiais da Juventude, Associação LEOS, Banco Farmacêutico, APEF Social, Associação Move-te Mais, Projeto des.Liga, ações de voluntariado com crianças, idosos e de pessoas com deficiência, limpeza de florestas, entre outros*. Esta maior expressão da área social é compreensível, uma vez que é mais abrangente e se liga com a comunidade em geral. Já a área farmacêutica, que se integra no mundo profissional, e com a qual os jovens futuros farmacêuticos só têm contacto a um nível académico, mostra-se com menor significado, mas ainda assim demonstra já uma procura dentro da área da saúde. Situação que acreditamos que rapidamente se inverterá, após a conclusão da formação superior.

Em relação à questão sobre a **integração em grupos ou movimentos de índole religiosa**, uma pequena parte respondeu que estava inserido (31,4%). Esta participação não se mostra assim determinante no envolvimento dos inquiridos em projetos ou ações de voluntariado, como podemos concluir face aos resultados expressos na questão anterior.

No que diz respeito à **área de atividade futura que os inquiridos gostariam de exercer**, os resultados mostram maior concentração na área da Farmácia Comunitária (34,3%) e Indústria Farmacêutica (30%), áreas cuja oferta de emprego será possivelmente maior. Segue-se a Farmácia Hospitalar (12,9%), os Assuntos Regulamentares (7,1%), Investigação (5,7%) e Análises Clínicas (1,4%). Deixámos ainda a categoria de Outras (8,6%) onde se integram áreas não cobertas pelas restantes categorias, valor que indicia possíveis áreas de atividade alternativas no futuro.

À questão sobre o **interesse em dinamizar ações de financiamento coletivo na área farmacêutica**, a grande parte dos inquiridos mostraram interesse em dinamizar uma campanha de *crowdfunding* na área farmacêutica (87,1%). Ora este interesse é representativo das motivações empreendedoras dos jovens e da sua consciência do maior contributo que podem dar à sociedade, fazendo uso de ferramentas que lhes permitem realizar projetos e ações. Os que responderam que não tinham qualquer interesse (12,9%), terminaram por aqui a resposta ao inquérito.

Sobre **possíveis motivações para desenvolvimento de uma campanha de *crowdfunding***, os resultados mostram-nos o maior propósito enquanto causa profissional (63,9%) e causa social (57,4%) e menos significativa a causa pessoal/familiar (27,9%). Estes resultados colocam em evidência a valorização da área de formação e de atividade profissional e, simultaneamente, a consciência que esta tem na componente de serviço social.

Mais em concreto, sobre as **áreas que admitem ter maior interesse dinamizar recorrendo ao *crowdfunding*** os resultados mostram-nos a consciência de que a Investigação (63,9%) e a Farmácia Comunitária (63,9%) são as mais expressivas, seguindo-se com bastante significado a Indústria Farmacêutica (41%), e menos relevantes a Farmácia Hospitalar (29,5%) e com menor interesse as Análises Clínicas (9,8%) e os Assuntos Regulamentares (1,6%). Estes resultados ligam-se, como vimos, com as áreas onde mais gostariam de exercer a sua atividade (Farmácia Comunitária e Indústria).

Os inquiridos quando confrontados sobre as **circunstâncias e/ou atividades que podem beneficiar com este tipo de financiamento numa perspetiva futura**, dão respostas bastantes

elucidativas que corroboram a questão anterior, o que torna estes dados bastante robustos. Os projetos sociais (72,1%), o apoio a projetos de investigação científica na área farmacêutica (67,2%) e projetos de promoção de saúde pública (68,9%) foram os mais assinalados. Permite-nos concluir que a Investigação e a Farmácia Comunitária podem ser áreas onde o financiamento coletivo pode ser usado, trazendo benefícios, do ponto de vista da atividade dos profissionais mais jovens, com tradução no desenvolvimento de projetos mais inovadores ou de outros cuja concretização dependa de financiamentos que mais dificilmente os obtêm. No entanto, também se identificaram outras circunstâncias e/ou atividades, cujos resultados não podem ser menosprezados, como o apoio a associações de doentes (54,1%), o financiamento de tratamentos médicos (49,2%), a aquisição de medicamentos (47,5%) e material científico (39,3%), o apoio a instituições de saúde (27,9%) e os recursos humanos (4,9%).

À pergunta de escolha múltipla sobre a hipótese de poderem vir a **dinamizar campanhas com alcance internacional ou nacional**, a maioria está convicta que o faria com o alcance nacional (91,8%). Com muito menor expressividade está o alcance internacional (24,6%). Ora estes resultados mostram que os jovens ainda possuem um pensamento que parece não se coadunar com as dinâmicas que estes acompanham diariamente nas redes sociais, associadas a uma sociedade global. Este resultado eventualmente também pode sugerir o pouco conhecimento desta ferramenta, ainda que a mesma tenha sido explicada sucintamente no cabeçalho do inquérito.

Sobre a **possibilidade de realizarem uma campanha de *crowdfunding* em parceria com outras instituições ou individualmente**, a maioria admite-o fazer inserido em instituições (85,2%) enquanto só uma inexpressiva parte coloca a possibilidade de o fazer individualmente (14,8%). Assim estes resultados mostram que, contrariamente, ao que até agora se têm verificado,<sup>10</sup> os futuros farmacêuticos entendem que tais ações possuem maior visibilidade e facilidade quando ligadas a instituições. Estes dados podem encontrar justificações no facto de o futuro profissional se vir a enquadrar em instituições e empresas (como vimos locais onde mais gostaria de trabalhar), contextos onde conseguirá dinamizar tais ações/projetos. Porém, não podemos deixar de sublinhar a componente de empreendedorismo sem outras instituições de apoio, que pode estar associada ao lançamento individual da campanha, e que poderá explicar os resultados referentes a esta opção de resposta.

---

<sup>10</sup> Nos inquéritos realizados a fundadores de campanhas na Plataforma PPL a maioria fê-lo em nome individual (70%).

Sobre os **modelos de *crowdfunding* que permitem estruturar uma campanha**, as respostas foram inequívocas sendo que a maioria dos inquiridos admite recorrer ao financiamento coletivo com base em donativos (81%). Com expressão ainda significativa encontra-se o financiamento coletivo com emissão de títulos de dívida (43,4%) e os modelos híbridos (34,5%). Também de assinalar o financiamento coletivo com recompensas (27,6%), a participação nos lucros/receitas (22,4%) e o financiamento coletivo com participação no capital próprio (17,2%). Inexpressivo aparece-nos o financiamento através de empréstimos entre particulares (5,2%). Da leitura destes resultados depreende-se que o *crowdfunding* na área farmacêutica é antevisto pelos futuros farmacêuticos como sendo essencialmente apoiado por donativos, uma situação que não acompanha os resultados alcançados em Portugal nos últimos anos. [33] Ainda que no inquérito haja clareza na definição de cada modelo de *crowdfunding* e admitindo que os mais complexos sejam compreendidos pelos inquiridos, admite-se que o financiamento coletivo com base em donativos seja o modelo mais conhecido e, por isso, o mais considerado a usar em futuras utilizações.

## Conclusão

As ciências farmacêuticas sempre tiveram uma base científica em prol da saúde e uma vertente de natureza social. Há ainda múltiplas oportunidades desta área se tornar mais ativa, não só na pesquisa, no desenvolvimento e na produção de medicamentos, como numa maior proximidade à sociedade, através de ações sociais dos farmacêuticos.

Esta área científica e a sua prática tem vindo a revelar a importância crescente que possui numa sociedade em que a população aumenta de modo exponencial, onde as diferenças entre países desenvolvidos, em vias de desenvolvimento e pobres são cada vez mais intensificadas e onde a esperança média de vida tem aumentado nas últimas décadas, o que se espera ser acompanhada por uma maior qualidade de vida.

É neste contexto global em vivemos que se foca a nossa atenção. Consequentemente procuram-se estratégias para reduzir tais diferenças e melhorar a qualidade de vida das populações. Optámos, assim, por investigar o tema do financiamento coletivo, conscientes que este pode constituir, em certos casos, uma solução para o acesso a cuidados de saúde, a medicamentos e tecnologias de saúde, de modo mais célere e mais equitativo.

Por outro lado, o financiamento na área da saúde continua a ser imprevisível, dificultando às instituições a planificação das atividades e a boa gestão dos fundos públicos, e a sociedade confronta-se atualmente com graves dificuldades económicas e problemas sociais. É imperativo a cultura de proximidade e solidariedade entre investigadores, decisores políticos e entre profissionais de saúde e a sociedade portuguesa.

A opção metodológica de inquirir indivíduos que realizaram campanhas na plataforma PPL (objeto de estudo) aproximou-nos do universo real das campanhas já existentes na área da saúde, a mais próxima da área farmacêutica, e também constatar o que a investigação teórica apontava, ou seja, a fraca representatividade de ações de *crowdfunding* na área farmacêutica.

Os inquéritos aos indivíduos que realizaram campanhas na plataforma PPL levam-nos a concluir que: os promotores agem maioritariamente a título individual; possuem predominantemente o estatuto de voluntário ou doente; a vertente social é a mais recorrente; os objetivos monetários dominantes são elevados (entre os 5000 € e mais de 10 000 €); as campanhas são em geral alcançadas com sucesso (para o que contribuem essencialmente as variáveis de divulgação, utilização de vídeos e o tema social); que, numa eventual futura ação na área farmacêutica, admitem privilegiar o apoio a projetos sociais, investigação na área farmacêutica e aquisição de material científico e tratamentos médicos; admitem seguir os

moldes de *crowdfunding* filantrópico, onde o apoio a tais projetos se realiza através de donativos.

Os inquéritos realizados a estudantes finalistas de Ciências Farmacêuticas, no presente ano letivo de 2022-23 (objeto de estudo), permitiram-nos perceber as potenciais motivações dos futuros farmacêuticos para dinamizarem ações de *crowdfunding* na área farmacêutica. Mas não só, acreditamos que esta investigação ao inquirir estes alunos sobre o tema, é um momento de partilha de informação, sensibilização e promoção desta ferramenta de financiamento. Nessa medida, este tipo de financiamento passou a ser uma ferramenta que pode gerar múltiplas oportunidades na área farmacêutica e para os futuros profissionais, e ainda equacionar a resolução de problemáticas ou desafios de investigação e/ou intervenção.

Concluímos que os estudantes se preocupam com os problemas da sociedade, estando expressivamente envolvidos em projetos sociais, abrangendo principalmente ações de voluntariado. A área de farmácia comunitária e da investigação farmacêutica são as áreas de atividade profissional que os alunos mais gostariam de exercer. Mostram interesse em realizarem no futuro ações de financiamento coletivo, centradas maioritariamente em causas profissionais e sociais. Selecionam como áreas mais dinâmizáveis a da investigação e da farmácia comunitária. Sobre as circunstâncias e/ou atividades que consideram mais poder beneficiar deste financiamento salientam os projetos sociais, de investigação e de promoção de saúde pública. Sobre o alcance da campanha privilegiam a realização de uma campanha a nível nacional vindo a ser efetuadas em parceria com outras instituições. Por fim, a seleção do tipo de *crowdfunding* a realizar é por donativos, também denominado *crowdfunding* filantrópico.

Relacionando os resultados obtidos nos dois inquéritos, salientam-se algumas conclusões. O financiamento coletivo é uma ferramenta que pode ser utilizada como uma mais-valia na área farmacêutica, na medida em que poderá constituir uma solução para alguns desafios que se colocam na área científica e para muitos problemas sociais, nomeadamente para o acesso a medicamentos inacessíveis, ou para o desenvolvimento de uma investigação urgente e em progressão, entre outros. As campanhas realizadas ainda não cobrem estas áreas referidas sendo atualmente dominante a área social. Porém, os futuros farmacêuticos reconhecem-se num papel importante desta valência, enquanto profissionais de saúde de proximidade, na farmácia comunitária. Sentem-se motivados para serem agentes de mudança, e conscientes de que este tipo de financiamento pode ser uma alavanca para resolução de problemas sociais relacionados com a saúde da comunidade, seja ao nível dos projetos sociais, de investigação e da promoção de saúde pública.

Como vimos as campanhas atualmente realizadas mostram uma abrangência equitativa a nível nacional e internacional, e a expectativa dos futuros farmacêuticos é de a utilizarem predominantemente a nível nacional. Ora esta situação parece-nos crítica. Os futuros farmacêuticos terão de olhar para a comunidade global em que vivemos, onde as redes sociais podem ter um papel determinante na divulgação e consequente maior oportunidade de financiamento, podendo conduzir a uma maior taxa de sucesso, abrangendo mesmo projetos mais ambiciosos.

Considera-se também que o *crowdfunding* é uma excelente ferramenta de empreendedorismo ao nível da população jovem, mas também para empresas, que podem utilizar este financiamento alternativo para financiar áreas que de outra forma não conseguiriam ser suportadas.

As campanhas de financiamento atual mostram-nos que com este tipo de financiamento não são privilegiadas ligações com associações, mas que os jovens farmacêuticos as privilegiam. Esta circunstância poderá advir do meio institucional e empresarial em que o futuro profissional mais irá exercer, contexto em que é mais fácil dinamizar ações e/ou projetos.

Com a realização deste trabalho de campo considera-se que se alcançaram os objetivos - conhecer o uso do *crowdfunding* pelos farmacêuticos, nas suas diversas áreas de intervenção em Portugal, e explorar as oportunidades associadas a este financiamento, face ao papel que estes profissionais de saúde desempenham na sociedade.

O *crowdfunding* tem uma componente de voluntariado importante, ou seja, de preocupação com o outro, de solidariedade. Vivemos cada vez mais numa sociedade global que nos torna seres mais individualistas. Esta condição pode ser encarada e desconstruída, não só pelos governos e políticas, mas deve também começar pelos profissionais em nome individual e/ou coletivo. Há que apostar em melhores condições de vida, tirando proveito de lógicas de solidariedade e de ferramentas como o *crowdfunding*, que podem melhor responder aos desafios, às necessidades e problemas que as diferentes sociedades enfrentam em cada momento e de uma forma eventualmente mais célere. De acordo com este estudo, a área social e a área da investigação, são as que mais poderão beneficiar com este tipo de financiamento alternativo.

O estudo realizado apresentou algumas **limitações** no que respeita às expectativas iniciais relativamente à dimensão da amostra do público-alvo, motivo pelo qual prolongámos no tempo os inquéritos e os dinamizámos insistentemente via *e-mail*, contactos pessoais e redes sociais. Admite-se que a percentagem de respostas ao ser superior nos conduziria a dados mais robustos

e, conseqüentemente, mais fundamentados, dada a dinâmica e potencial relacionados com o *crowdfunding*.

Uma outra limitação que encontramos no decorrer deste estudo foi a inexistência de uma categoria na área da saúde na plataforma nacional PPL o que condicionou a pesquisa e seleção das campanhas a considerar no domínio em investigação. Esta plataforma, já com 12 anos de existência e grande representatividade, não inclui, todavia, esta categoria, podendo suscitar dúvidas aquando da seleção das campanhas na área da saúde, apenas com base na descrição realizada pelos fundadores.

Já no que se refere aos alunos que responderam aos inquéritos, admite-se desde logo que tenha havido algum desconhecimento sobre o conceito de *crowdfunding* apresentado, que se pode justificar pelo facto de ser um recurso globalmente pouco explorado, particularmente na área farmacêutica. É ao nível da atividade profissional que as limitações e os problemas, mas também as oportunidades associadas ao universo da atividade profissional surgem aos jovens farmacêuticos. São estes os motivos pelos quais se admitem que algumas respostas ao inquérito possam ser pouco consistentes.

Em **pesquisas futuras** considera-se importante identificar e fundamentar, com mais detalhe, as áreas, ações e atividades, que dentro do universo farmacêutico poderão beneficiar com este tipo de financiamento alternativo. As dinâmicas e processos em cada área são muito distintos e, como consequência, os objetivos e os métodos de elaboração e dinamização de uma campanha também o poderão ser. Acresce a consciência de em pesquisas futuras envolver mais intervenientes, juntar um outro inquérito a indivíduos com maior experiência na área farmacêutica que, por este motivo, podem ter maior conhecimento da área científica, da atividade e dos problemas e necessidades inerentes à área da saúde.

## Referências bibliográficas

- [1] Mendes-Da-Silva W, Rossoni L, Francisco E, & Gattaz CC. Geographic Distance and Reward Crowdfunding Donations. In: Mendes- Da-Silva W, editor. Individual Behaviors and Technologies for Financial Innovations. Heidelberg: Springer International Publishing; 2019. p. 189–214.
- [2] Sousa M. Um estudo às plataformas de *crowdfunding* em Portugal – O caso da plataforma PPL. Porto (Portugal): Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, Politécnico do Porto; 2020.
- [3] Vachelard J, Gambarra-Soares T, Augustini G, Riul P, & Maracaja-Coutinho V. A. Guide to Scientific Crowdfunding. PLoS Biology. 2016. 14(2).
- [4] Holmes TM, Aungst TD, Smith CC, Metcalf MD. Crowdfunding pharmacy - and medication-related products: How successful is it?. JPhA. 2019. 59(2S): 57–62.
- [5] Cambridge Dictionary [Internet]. Cambridge University. Available from: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/crowdsourcing>
- [6] Wordspy [Internet]: Wordspy, 2008 [cited 2023 abr 26]. Available from: <https://wordspy.com/words/crowdfunding/>
- [7] Hou X, Wu T, Chen Z, Zhou L. Success Factors of Medical Crowdfunding Campaigns: Systematic Review. Journal of medical Internet research. 2022. 24(3).
- [8] Renwick MJ, Mossialos E. Crowdfunding our health: Economic risks and benefits. Social science & medicine. 2017. 191: 48–56.
- [9] Snyder J. Crowdfunding for medical care: Ethical Issues in an Emerging Health Care Funding Practice. The Hastings Center report. 2016. 46(6), 36–42.
- [10] Public engagement and crowdfunding in health research: a practical guide. Geneva: World Health Organization; 2021.
- [11] Bassani G, Marinelli N, Vismara S. Crowdfunding in healthcare. J Technology Transfer. 2019. 44: 1290–1310.
- [12] Chen Y, Zhang W, Xiangbin Y, Jin J. The life-cycle influence mechanism of the determinants of financing performance: an empirical study of a Chinese crowdfunding platform. Rev. Manag. Sci. 2020. 14: 287–309.
- [13] Grassi L, Fantaccini S. An overview of Fintech applications to solve the puzzle of health care funding: state-of-the-art in medical crowdfunding. Financial Innovation. 2022. 8(84).
- [14] Legislative Observatory. European Parliament; 2018 [cited 2023 mar 28]. Available from: <https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/summary.do?id=1526041&t=e&l=en>

- [15] Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Action Plan on Building a Capital Markets Union. European Commission. 2015.
- [16] Finance - European Commission [Internet]. European Commission [cited 2023 mar 28]. Available from: [https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/financial-markets/crowdfunding\\_en](https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/financial-markets/crowdfunding_en)
- [17] Catarino LG. *Crowdfunding e crowdinvestiment: o regresso ao futuro?* Publicações CEDIPRE *Online* – 32. 2017.
- [18] Decreto nº 12/2018 de 9 de fevereiro do Presidente da República. Diário da República: 1ª série, N°29 – 9 de fevereiro de 2018
- [19] Kenworthy NJ. Crowdfunding and global health disparities: an exploratory conceptual and empirical analysis. *Globalization and health*. 2019. 15(1): 71.
- [20] Iqbal S, Collins DC. Crowdfunding for anticancer therapies: an analysis of non-US GoFundMe pages. *Ir J Med Sci*. 2020. 190: 1355–1361.
- [21] Zenone M, Snyder J, Caulfield T. Crowdfunding cannabidiol (CBD) for cancer: hype and misinformation on GoFundMe. *Am J Public Health*. 2020. 110: S294–S299.
- [22] Tanner C, Munsie M, Sipp D, Turner L, Wheatland C. (2019) The politics of evidence in online illness narratives: an analysis of crowdfunding for purported stem cell treatments. *Health*. 2019. 23(4):436–457.
- [23] PPL [Internet]. Lisboa: Orange Bird; [cited 2023 mai 29]. Available from: <http://ppl.pt/equipa>
- [24] PPL [Internet]. Lisboa: Orange Bird; [cited 2023 mai 29]. Available from: <http://ppl.pt/canais>
- [25] PPL [Internet]. Lisboa: Orange Bird; [cited 2023 mai 29]. Available from: <http://ppl.pt/estatisticas>
- [26] PPL [Internet]. Lisboa: Orange Bird; [cited 2023 mar 20]. Available from: <https://ppl.pt/causas/volta>
- [27] PPL [Internet]. Lisboa: Orange Bird; [cited 2023 mar 20]. Available from: <https://ppl.pt/bet24/glicodiary>
- [28] PPL [Internet]. Lisboa: Orange Bird; [cited 2023 mar 20]. Available from: <https://ppl.pt/causas/santiago20>
- [29] PPL [Internet]. Lisboa: Orange Bird; [cited 2023 mar 20]. Available from: <https://ppl.pt/prj/organismos-marinhos>
- [30] Ghiglione R, Matalon B. *O Inquérito – Teoria e Prática*. 3ª ed. Oeiras: Celta Editora, 1997. 336 p.
- [31] GoFundMe [Internet]. Portugal: GoFundMe. Available from: <https://www.gofundme.com>

- [32] Gouveia M. *Saúde e Hospitais Privados em Portugal*. Coleção Ensaios da Fundação Lisboa: Fundação Francisco Miguel dos Santos, 2023. 132 p.
- [33] Ziegler, T, *et al.* *Shifting Paradigms - 4<sup>th</sup> European Alternative Finance Benchmarking Report*. University Cambridge, 2020. 228 p.

# Anexos

## Anexo 1 – Inquérito a fundadores das campanhas na área da saúde na Plataforma PPL

### Plataforma PPL: *crowdfunding* com base em donativos na área da saúde - casos de estudo

Esta entrevista é feita no âmbito da conclusão do Mestrado Integrado em Ciências Farmacéuticas na Universidade de Lisboa.

Tem por objetivo perceber as áreas em que a atividade farmacéutica poderá beneficiar, com recurso este tipo de financiamento coletivo na atualidade, até agora pouco ou nada exploradas.

\* Indica uma pergunta obrigatória

1. Declaro, para os efeitos previstos no disposto no art.º 13.º do Regulamento Geral de Proteção de Dados (EU) 2016/679 do P.E. e do Conselho de 27 de abril (RGPD), prestar o meu consentimento para o tratamento dos meus dados pessoais. Os dados por mim cedidos no âmbito da investigação "Crowdfunding na atividade farmacéutica: oportunidades" realizada pela aluna da Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa, Laura Freire Chegadinho, serão por esta recolhidos e tratados num ficheiro da sua responsabilidade, tendo como único fim a utilização no âmbito da investigação. Tenho ainda conhecimento que os meus dados serão eliminados no final da investigação e que tenho o direito de retirar o meu consentimento a qualquer momento, através do e-mail laurachegadinho@campus.ul.pt.

Marcar apenas uma oval.

- Concordo  
 Não concordo

#### CARACTERIZAÇÃO DO INDIVÍDUO

2. Idade \*

Marcar apenas uma oval.

- Entre 18 e 35 anos  
 Entre 36 e 50 anos  
 Entre 51 e 65 anos  
 Maior que 65 anos

3. Género \*

Marcar apenas uma oval.

- Feminino  
 Masculino  
 Outro

4. Nacionalidade \*

Marcar apenas uma oval.

- Portuguesa  
 Outra nacionalidade

5. Se selecionou "outra nacionalidade", indique qual:

\_\_\_\_\_

6. Formação académica \*

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Básico  
 Ensino Secundário  
 Licenciatura  
 Mestrado  
 Doutoramento  
 Outra formação académica

7. Área profissional \*

Marcar apenas uma oval.

- Profissões das Forças Armadas  
 Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigentes, diretores e gestores executivos  
 Especialistas das atividades intelectuais e científicas  
 Técnicos e profissões de nível intermédio  
 Pessoal administrativo  
 Trabalhadores dos serviços pessoais, de proteção e segurança e vendedores  
 Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, pesca e da floresta  
 Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artesãos  
 Trabalhadores na área da saúde  
 Operadores de instalações e máquinas e trabalhadores de montagem  
 Trabalhadores não qualificados  
 Estudantes

## CAMPANHA(S) DE CROWDFUNDING

A(s) campanha(s) de crowdfunding são caracterizadas por distintos aspetos, os quais gostaríamos de conhecer, dado que já esteve envolvido em campanha(s) na plataforma PPL.

8. Estatuto enquanto promotor da campanha de crowdfunding \*

Marcar apenas uma oval.

- Pessoas(s) individual(ais)  
 Associado a uma instituição

9. Estatuto enquanto promotor individual/institucional da campanha de crowdfunding \*

Marcar apenas uma oval.

- Voluntário  
 Missionário  
 Cuidador  
 Doente  
 Profissional de saúde  
 Outro

10. Se respondeu "Outro", indique qual.

---

11. Crowdfunding: alcance da campanha \*

Marcar apenas uma oval.

- Nacional  
 Internacional

12. Justifique a resposta anterior. \*

---

13. Além desta plataforma de crowdfunding (PPL), já utilizou outra? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não

14. Se respondeu "Sim", indique qual.

---

15. Motivações para a criação da campanha de crowdfunding \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Apoio a familiares/amigos  
 Lançamento de novos produtos/serviços/marcas  
 Expansão para novos territórios  
 Investimentos em novas instalações  
 Motivações humanitárias  
 Motivações sociais (exemplo: apoio a instituições)  
 Motivações científicas  
 Motivações políticas  
 Outras (quais?)

16. Se respondeu "outras", quais?

---

17. Crowdfunding: objetivo monetário definido para financiamento \*

Marcar apenas uma oval.

- 0€ - 500€  
 501€ - 1000€  
 1001€ - 2000€  
 2001€ - 5000€  
 5001€ - 10 000€  
 Mais de 10 000€

18. Conseguiu alcançar os objetivos da campanha? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não

19. Crowdfunding: variáveis que na sua opinião influenciaram o sucesso da campanha. \*

Marcar tudo o que for aplicável.

Marcar tudo o que for aplicável.

- Divulgação da campanha nas redes sociais e comunicação social  
 Utilização de vídeos para promoção da campanha  
 Alcance da visibilidade da campanha  
 Utilização de parcerias (ex: empresas, instituições de solidariedade social, entre outras)  
 Parceria com instituições universitárias e/ou laboratórios  
 Campanha apoiada em bases científicas  
 Campanha com tema mais impactante/sensível  
 Campanha para uma causa social/humanitária  
 Campanha para uma causa da atualidade (exemplo: apoio a refugiados, apoio a situações de guerra)  
 Momento de realização da campanha  
 Tempo de duração da campanha  
 Seleção da plataforma de crowdfunding (incluindo compreensão das regras e requisitos jurídicos)

20. Crowdfunding: em que domínios da área farmacêutica considera importante recorrer a este tipo de financiamento \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Investigação na área farmacêutica  
 Aquisição de material científico/médico  
 Aquisição de medicamentos  
 Apoio a projetos sociais (exemplo: lares, domiciliário, entre outros)  
 Projeto de promoção de saúde pública (exemplo: rastreios, entre outros)  
 Apoio a instituições de saúde  
 Tratamentos médicos  
 Outra

21. Se respondeu "outra", diga qual/quais

---

Obrigada pela sua colaboração!  
Laura Freire Chegadinho

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google.

Google Formulários

## Anexo 2 - Inquérito aos alunos finalistas do curso de Ciências Farmacêuticas 2022-2023 em Portugal “Crowdfunding na atividade farmacêutica: oportunidades”

### Crowdfunding na atividade farmacêutica: oportunidades

Este inquérito é feito no âmbito da conclusão do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas na Universidade de Lisboa.

O crowdfunding ou financiamento coletivo é uma forma de angariar fundos para financiar projetos ou empresas. Permite aos promotores angariar fundos provenientes de um número elevado de pessoas através de plataformas online.

O objetivo deste inquérito é perceber as potenciais motivações dos futuros farmacêuticos para dinamizarem ações de financiamento coletivo na área farmacêutica.

\* Indica uma pergunta obrigatória

1. Declaro, para os efeitos previstos no disposto no art.º 13.º do Regulamento Geral de Proteção de Dados (EU) 2016/679 do P. E. e do Conselho de 27 de abril (RGPD), \* prestar o meu consentimento para o tratamento dos meus dados pessoais. Os dados por mim cedidos no âmbito da investigação “Crowdfunding na atividade farmacêutica: oportunidades” realizada pela aluna da Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa, Laura Freire Chegadinho, serão por esta recolhidos e tratados num ficheiro da sua responsabilidade, tendo como único fim a utilização no âmbito da investigação. Tenho ainda conhecimento que os meus dados serão eliminados no final da investigação e que tenho o direito de retirar o meu consentimento a qualquer momento, através do e-mail laurachegadinho@campus.ul.pt.

Marcar apenas uma oval.

- Concordo  
 Não concordo

#### CARACTERIZAÇÃO DO INQUIRIDO

2. Idade \*

Marcar apenas uma oval.

- Com menos de 25 anos  
 Entre 26 a 30 anos  
 Com mais de 31 anos

3. Género \*

Marcar apenas uma oval.

- Feminino  
 Masculino  
 Outro

4. Nacionalidade \*

Marcar apenas uma oval.

- Portuguesa  
 Outra nacionalidade

5. Se respondeu “outra nacionalidade”, indique qual.

\_\_\_\_\_

6. Local de formação \*

Marcar apenas uma oval.

- Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa  
 Faculdade de Farmácia da Universidade do Porto  
 Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra  
 Faculdade de Farmácia da Universidade do Algarve  
 Faculdade de Farmácia da Universidade da Beira Interior  
 Universidade Fernando Pessoa  
 Universidade Lusófona  
 Instituto Universitário de Ciências da Saúde - CESPU  
 Instituto Universitário Egas Moniz

7. Considera-se uma pessoa preocupada com os problemas da sociedade e envolve-se (e/ou envolveu-se) ativamente nalguma atividade e/ou projeto? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não

8. Participa em ações de voluntariado? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não

9. Se respondeu “sim”, enumere.

\_\_\_\_\_

10. Integra grupos ou movimentos de índole religiosa? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não

11. Qual a área de atividade futura em que gostaria de exercer a sua atividade profissional? \*

Marcar apenas uma oval.

- Investigação  
 Indústria farmacêutica  
 Análises Clínicas  
 Farmácia Comunitária  
 Farmácia Hospitalar  
 Assuntos regulamentares  
 Outra

#### CROWDFUNDING

O financiamento coletivo (*crowdfunding*) é uma ferramenta que poderá ser importante usar na área farmacêutica, na sociedade atual.

12. Admite ter e/ou poder vir a ter interesse em dinamizar ações de financiamento coletivo na área farmacêutica? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não

#### CROWDFUNDING: ÁREAS DE DINAMIZAÇÃO

13. A motivação poderá estar centrada em \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Causa pessoal/familiar  
 Causa social  
 Causa profissional

14. Numa perspectiva de futuro farmacêutico, quais as áreas que considera mais interessantes para dinamização através do *crowdfunding*? \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Investigação  
 Indústria Farmacêutica  
 Farmácia Hospitalar  
 Farmácia Comunitária  
 Assuntos Regulamentares  
 Análises Clínicas  
 Outra

15. Se respondeu "outra", indique qual.

\_\_\_\_\_

16. Na sua perspectiva identifique as circunstâncias e/ou atividades que podem beneficiar com este tipo de financiamento \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Apoio a projetos de investigação na área farmacêutica  
 Aquisição de material científico e/ou médico  
 Aquisição de medicamentos  
 Financiamento de tratamentos médicos  
 Projetos sociais (exemplo: projetos com idosos, crianças, pessoas com deficiência, entre outros)  
 Projeto de promoção de saúde pública (ex: rastreios, campanhas de saúde pública, entre outros)  
 Apoio a associações de doentes (ex: associação de doenças raras, de psoríase)  
 Apoio a instituições de saúde  
 Recursos humanos  
 Outros

17. Se respondeu "Outros", indique qual/ quais.

\_\_\_\_\_

18. No âmbito da sua atividade como futuro farmacêutico admite realizar uma campanha de *crowdfunding* a que nível? \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Nacional  
 Internacional

19. De que modo admite que a campanha seja realizada? \*

Marcar apenas uma oval.

- Modo individual  
 Em parceria com outras instituições

20. Que tipo de crowdfunding admite criar?

*Marcar tudo o que for aplicável*

- Empréstimos entre particulares (as pessoas emprestam uma determinada quantia a uma empresa)
- Financiamento coletivo com participação no capital próprio (venda de participações de uma empresa a vários investidores como contrapartida do investimento)
- Financiamento coletivo com recompensas (as pessoas fazem um donativo para um projeto/empresa na expectativa de receberem uma recompensa de bens e/ou serviços em troca do seu contributo)
- Financiamento coletivo com base em donativos (as pessoas doam pequenos montantes a fim de alcançar um financiamento mais alargado de um determinado projeto de caridade, sem receber retorno financeiro ou material)
- Participação nos lucros/receitas (as empresas partilham com o público os lucros ou receitas que tenham no futuro em troca de financiamento no presente)
- Financiamento coletivo com emissão de títulos de dívida (as pessoas investem em títulos de dívida emitidos pela empresa, como por exemplo obrigações)
- Modelos híbridos (oportunidade das empresas combinarem elementos de diversos tipos de financiamento coletivo)

Obrigada pela sua colaboração!  
Laura Freire Chagadinho

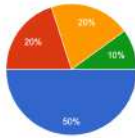
---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google.

Google Formulários

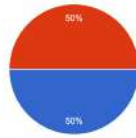
## Anexo 3 – Resultados do inquérito a fundadores das campanhas na área da saúde na Plataforma PPL

Idade  
10 respostas



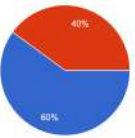
Crowdfunding: alcance da campanha  
10 respostas

Entre 18 e 35 anos  
Entre 36 e 50 anos  
Entre 51 e 65 anos  
Maior que 65 anos



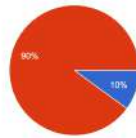
Nacional  
Internacional

Género  
10 respostas



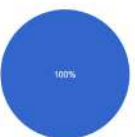
Feminino  
Masculino  
Outro

Além desta plataforma de crowdfunding (PPL), já utilizou outra?  
10 respostas



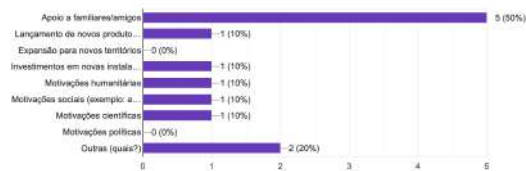
Sim  
Não

Nacionalidade  
10 respostas

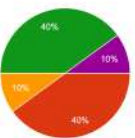


Motivações para a criação da campanha de crowdfunding  
10 respostas

Portuguesa  
Outra nacionalidade



Formação académica  
10 respostas



Ensino Básico  
Ensino Secundário  
Licenciatura  
Mestrado  
Doutoramento  
Outra formação académica

Crowdfunding: objetivo monetário definido para financiamento  
10 respostas



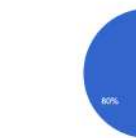
0€ - 500€  
501€ - 1000€  
1001€ - 2000€  
2001€ - 5000€  
5001€ - 10 000€  
Mais de 10 000€

Área profissional  
10 respostas



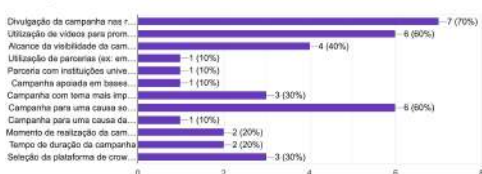
Profissões das Forças Armadas  
Representantes do poder legislativo e...  
Especialistas das atividades intelectu...  
Técnicos e profissionais de nível inter...  
Pessoal administrativo  
Trabalhadores dos serviços pessoais, ...  
Agricultores e trabalhadores qualificad...  
Trabalhadores qualificados da indústri...

Conseguiu alcançar os objetivos da campanha?  
10 respostas

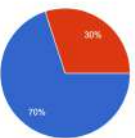


Sim  
Não

Crowdfunding: variáveis que na sua opinião influenciam o sucesso de uma campanha. Marcar tudo o que for aplicável.  
10 respostas



Estatuto enquanto promotor da campanhas de crowdfunding  
10 respostas



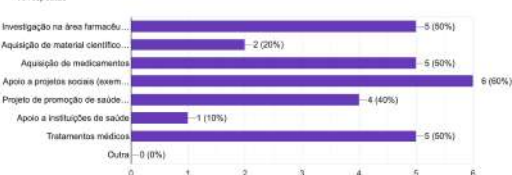
Pessoa(s) individual(is)  
Associado a uma instituição

Estatuto enquanto promotor individual/institucional da campanha de crowdfunding  
10 respostas



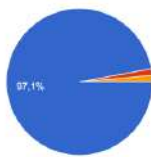
Voluntário  
Missionário  
Cuidador  
Doente  
Profissional de saúde  
Outro

Crowdfunding: em que domínios da área farmacéutica considera importante recorrer a este tipo de financiamento  
10 respostas

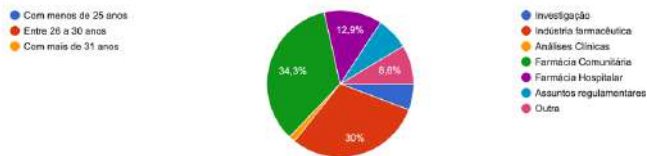


## Anexo 4 – Resultados do inquérito aos alunos finalistas do curso de Ciências Farmacêuticas 2022-2023 em Portugal “Crowdfunding na atividade farmacêutica: oportunidades”

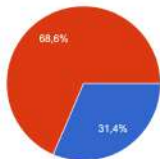
Idade  
70 respostas



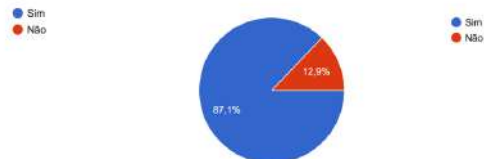
Qual a área de atividade futura em que gostaria de exercer a sua atividade profissional?  
70 respostas



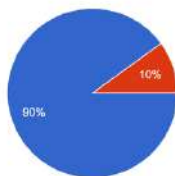
Integra grupos ou movimentos de índole religiosa?  
70 respostas



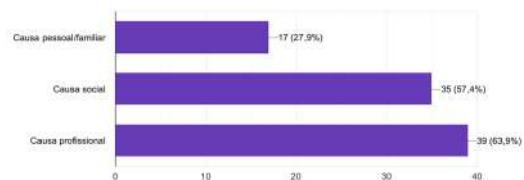
Admite ter e/ou poder vir a ter interesse em dinamizar ações de financiamento coletivo na área farmacêutica?  
70 respostas



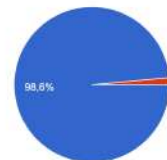
Género  
70 respostas



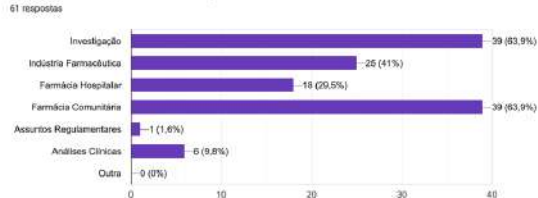
A motivação poderá estar centrada em  
61 respostas



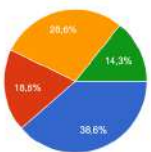
Nacionalidade  
70 respostas



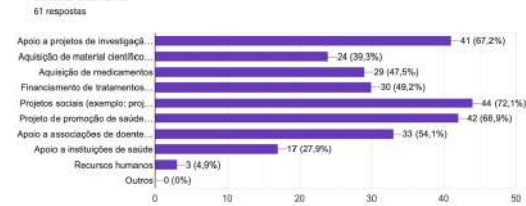
Numa perspetiva de futuro farmacêutico, quais as áreas que considera mais interessantes para dinamização através do crowdfunding?  
61 respostas



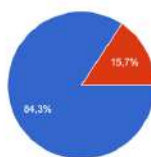
Local de formação  
70 respostas



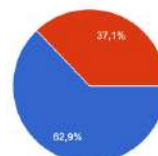
Na sua perspetiva identifique as circunstâncias e/ou atividades que podem beneficiar com este tipo de financiamento  
61 respostas



Considera-se uma pessoa preocupada com os problemas da sociedade e envolve-se (e/ou envolveu-se) ativamente nalguma atividade e/ou projeto?  
70 respostas

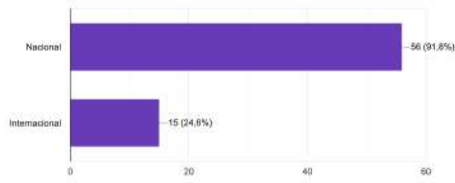


Participa em ações de voluntariado?  
70 respostas



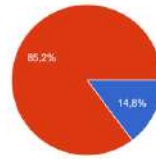
No âmbito da sua atividade como futuro farmacêutico admite realizar uma campanha de crowdfunding a que nível?

61 respostas



De que modo admite que a campanha seja realizada?

61 respostas



● Modo individual  
● Em parceria com outras instituições

Que tipo de crowdfunding admite criar?

58 respostas

