

INSTITUTO POLITÉCNICO DE BEJA

Escola Superior de Educação

Mestrado em Desenvolvimento Comunitário e Empreendedorismo

A importância de um projeto de empreendedorismo social para o desenvolvimento comunitário do concelho de Beja - O Projeto MediCar

Ivone Sofia Duarte Marques

Beja

2023

INSTITUTO POLITÉCNICO DE BEJA

Escola Superior de Educação

Mestrado em Desenvolvimento Comunitário e Empreendedorismo

**A importância de um projeto de empreendedorismo social para o
desenvolvimento comunitário do concelho de Beja - O Projeto
MediCar**

**Dissertação de Mestrado apresentada na Escola Superior de
Educação do Instituto Politécnico de Beja**

Elaborado por:

Ivone Sofia Duarte Marques n.º 21040

Orientador: Professor Doutor Fernando José Calado e Silva Nunes Teixeira

Coorientador: Professora Doutora Susana Soares Pinheiro Vieira Pescada

Beja

2023

Agradecimentos

Ao meu pai e à minha mãe por tudo aquilo que representam, por estarem em todos os momentos da minha vida, transmitindo-me todo o amor, carinho e apoio, permitindo que consiga alcançar todos os objetivos da minha vida pessoais e profissionais, o que muitas vezes obrigam às minhas ausências.

Ao meu irmão Jorge, o meu maior exemplo, a minha inspiração, o homem mais bonito da minha vida, o meu melhor amigo de todas as horas, que me encaminha, que me dá os maiores e os melhores conselhos!

À minha Kaya, por ser a melhor amiga que alguém pode ter, por nunca me deixar sozinha e ser a minha força diária para levar os meus desafios para a frente.

Ao meu amigo Rogério Martins, por me ter mostrado o caminho a seguir, por nunca me deixar desistir e me ter ajudado quando mais precisei. Agradeço as longas conversas, o tempo despendido, a preocupação e a constante ajuda e incentivo para o desenvolvimento deste trabalho.

À minha Débora Lança, dos corações mais bonitos e genuínos que conheço, a minha companheira do dia a dia, um grande obrigada pela força, ajuda, carinho e amizade.

Um agradecimento muito especial ao meu orientador, Professor Doutor Fernando José Calado e Silva Nunes Teixeira e coorientadora Professora Doutora Susana Soares Pinheiro Vieira Pescada por todo o seu conhecimento que partilharam, pelo apoio, disponibilidade e conselhos prestados nas diversas fases de elaboração desta dissertação.

A todos os que de forma direta ou indireta contribuíram para a concretização de mais um objetivo de vida.

Muito muito obrigada! Sou muito grata!

Resumo

O presente projeto tem por designação MediCar, que resulta da junção do prefixo ‘Medi’, alusivo a medicamento, à palavra em inglês ‘Car’, alusiva a transporte.

A ideia para este projeto surgiu por ser um serviço inexistente em Beja, o que torna uma prestação de serviço bastante útil e essencial, mas também pelas características sociodemográficas deste concelho. O concelho de Beja tem uma área de 1.106,44 km² e abrange 12 freguesias, dispersas entre si e distantes do centro da cidade. Demograficamente, apresenta uma população envelhecida, sendo que muitas pessoas idosas possuem condições de saúde muito frágeis, impossibilitando-as de se deslocarem para aceder aos serviços de apoio à saúde. Perante este contexto, no concelho de Beja urge a necessidade de um serviço que permita à população mais idosa e dependente aceder aos medicamentos no seu domicílio de forma cómoda e segura.

Este estudo tem como objetivo principal avaliar a importância de um projeto de empreendedorismo social vocacionado para o transporte e entrega de medicamentos no domicílio, designado por MediCar, para o desenvolvimento comunitário de Beja.

Metodologicamente, este estudo segue uma abordagem quantitativa, de corte transversal, com recurso ao inquérito por questionário para aferir a perceção de dois grupos populacionais sobre a importância e a utilidade deste projeto para o concelho de Beja. Foram aplicados 400 questionários a indivíduos residentes no concelho de Beja, distribuídos pelas 12 freguesias do concelho, tendo sido obtida a totalidade das respostas. Dos 35 questionários aplicados aos *stakeholders* identificados como potenciais parceiros, foram obtidas 28 respostas.

Da análise dos resultados apurados dos questionários, foi possível constatar que o projeto é percecionado pela população e pelos *stakeholders* inquiridos como uma iniciativa de grande relevância e interesse para o desenvolvimento comunitário do concelho de Beja.

Palavras-chave:

Desenvolvimento Comunitário, Empreendedorismo, Empreendedorismo Social, Saúde, Saúde Comunitária, Farmácias, Medicamentos, Domicílio

Abstract

This project is called MediCar, which results from the combination of the prefix 'Medi', referring to medicine, to the English word 'Car', referring to transport.

The idea for this project came about because it is a non-existent service in Beja, which becomes a very useful and essential service, but also because of the sociodemographic characteristics of this municipality. The municipality of Beja has an area of 1,106.44 km² and comprises 12 parishes, dispersed among themselves and far from the city centre. Demographically, it has an aging population, and many elderly people have very poor health conditions, making it impossible for them to travel to access health support services. In this sense, in the municipality of Beja there is an urgent need for a service that allows the elderly and dependent population to access medicines at home in a comfortable and safe way.

The main objective of this study is to evaluate the importance of a social entrepreneurship project aimed at the transport and delivery of medicines at home, called MediCar, for the community development of Beja.

Methodologically, this study follows a quantitative, cross-sectional approach, using a questionnaire to assess the perception of two population groups on the importance and usefulness of this project for the municipality of Beja. 400 questionnaires were applied to individuals residing in the municipality of Beja, distributed across the 12 parishes of the municipality, with all responses obtained. Of the 35 questionnaires applied to stakeholders identified as potential partners, 28 responses were obtained.

From the analysis of the results obtained from the questionnaires, it was possible to verify that the project is perceived by the population and by the stakeholders inquired as an initiative of great relevance and interest for the community development of the municipality of Beja.

Key Words:

Community Development, Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Health, Community Health, Pharmacies, Medicines, Home

Índice Geral

Introdução	12
Capítulo 1. Revisão da Literatura	15
1.1. Desenvolvimento Comunitário	15
1.2. Empreendedorismo e Empreendedorismo Social	19
1.3. O Empreendedor e o Empreendedor Social	23
1.4. O Empreendedorismo e o Empreendedorismo social em Portugal.....	27
1.5. O Empreendedorismo Social na área da Saúde.....	32
1.6. Farmácias Comunitárias e Acesso aos Medicamentos.....	34
Capítulo 2. Projeto – MediCar	39
2.1. Apresentação do Projeto.....	39
2.1.2. Visão, Missão e Valores.....	39
2.1.3. Objetivos estratégicos	41
2.1.4. Estrutura	41
2.1.5. Descrição do serviço prestado.....	42
2.2. Análise de mercado	42
2.3. Concorrência	43
2.4. Plano de Marketing	44
2.4.1. Posicionamento do produto.....	45
2.4.2. Marketing-Mix	45
2.5. Exequibilidade ao nível das operações.....	46
2.6. Localização.....	47
2.7. Gestão de Recursos Humanos	48
2.7.1 Perfil dos Recursos Humanos	48
2.7.2. Recrutamento e Seleção	50
2.7.3. Formação	51

2.8. Programa de Voluntariado	52
2.9. Plano Financeiro e orçamento (previsão).....	53
2.9.1. Caracterização Jurídica	53
2.9.2. Caracterização das atividades a desenvolver (descrição e quantificação)	53
2.9.3. Recursos técnicos e investimentos necessários.....	53
2.9.4. Orçamento de investimentos necessários.....	54
2.9.5. Orçamento de exploração.....	55
2.10. Impacto socioeconómico.....	56
Capítulo 3. Metodologia do Estudo	60
3.1 Problema de Investigação.....	60
3.2 Objetivos do Estudo	61
3.3. Desenho do estudo	62
3.4. Procedimentos e técnicas de recolha e análise dos dados	63
3.4.1. Recolha e Análise Documental	64
3.4.2. Inquérito por Questionário	64
3.4.3. Estrutura, validade e conteúdo dos questionários	65
3.4.4. Fiabilidade dos Questionários	66
3.4.5. Distribuição dos questionários	67
3.5. População alvo e amostra.....	67
3.6. Considerações éticas	70
Capítulo 4. Apresentação e Análise dos Resultados.....	72
4.1 Caracterização Social do concelho de Beja.....	72
4.1.1 Situação Sociodemográfica	72
4.1.2 Estruturas e equipamentos de apoio à saúde	76
4.2 Análise do Ambiente Externo e Interno do Projeto	77
4.2.1 Análise PESTEL	77
4.2.2 Análise SWOT	79

4.3	Caracterização dos inquiridos	82
4.3.1	Potenciais Parceiros.....	82
4.3.2	População residente no Concelho de Beja	82
4.4	Perceção dos Potenciais Parceiros em relação ao Projeto MediCar.....	85
4.5	Perceção da População do concelho de Beja em relação ao Projeto MediCar	89
4.6	Análise global dos resultados dos questionários.....	95
	Capítulo 5. Discussão dos Resultados	99
	Capítulo 6. Conclusões, Limitações e Sugestão de Investigações Futuras.....	102
	Bibliografia	106

Índice de Anexos

Anexo 1	- Identificação dos potenciais parceiros para aplicação do questionário.....	115
Anexo 2	- Questionário aplicado aos potenciais parceiros	117
Anexo 3	- Questionário aplicado à População do concelho de Beja	121

Índice de Figuras

Figura 1 - Visão e Missão da MediCar	40
Figura 2 - Valores da MediCar.....	40
Figura 3 - Organograma da MediCar	41
Figura 4 - Logótipo e slogan da MediCar	46
Figura 5 - Mapa de localização da MediCar	47
Figura 6 - Principais Etapas de Investigação	63
Figura 7 - Definição da amostra.....	70
Figura 8 - Mapa do concelho de Beja, dividido por freguesias	72
Figura 9 - Análise SWOT da MediCar	82

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Variação da população de nacionalidade estrangeira residente no concelho de Beja, entre 2009 e 2021	74
Gráfico 2 - Estrutura etária da população do concelho de Beja, entre 2001 e 2021	75
Gráfico 3 - Nível de escolaridade da população do concelho de Beja	76
Gráfico 4 - Distribuição da idade dos inquiridos do concelho de Beja	83
Gráfico 5 - Habilitações Literárias dos inquiridos do concelho de Beja.....	84
Gráfico 6 - Distribuição de respostas dos inquiridos por freguesia do concelho de Beja	84
Gráfico 7 - Meio mais viável para adquirir os medicamentos	90
Gráfico 8 - Distribuição dos inquiridos que recorreriam à MediCar para a entrega de medicamentos ao domicílio.....	92

Índice de Quadros

Quadro 1 - Vantagens e Desvantagens face à concorrência	44
Quadro 2 - Perfil de competências dos Recursos Humanos (RH).....	48
Quadro 3 - Análise dos recursos técnicos e investimentos necessários.....	54
Quadro 4 - Análise do impacto económico da MediCar.....	57
Quadro 5 - Análise do impacto social da MediCar.....	59
Quadro 6 - Opinião e sugestões de melhoria para a MediCar por parte dos potenciais parceiros	88

Quadro 7 - Opinião e sugestões de melhoria para a MediCar por parte dos inquiridos da população do concelho de Beja.....	93
---	-----------

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Cronograma de investimento da MediCar	55
Tabela 2 - Rendimentos de exploração da MediCar	56
Tabela 3 - Demonstração de resultados previsional	58
Tabela 4 - Distribuição dos questionários aos potenciais parceiros do concelho de Beja	68
Tabela 5 - Distribuição dos questionários à população do concelho de Beja pelas doze freguesias	68
Tabela 6 - Variação da população do concelho de Beja, entre 2011 e 2021	73
Tabela 7 - Variação dos profissionais de saúde no concelho de Beja, entre 2011 e 2021	77
Tabela 8 - Mais-Valias do Projeto MediCar para os potenciais parceiros	86
Tabela 9 - Mais-Valia do serviço para a população do concelho de Beja.....	86
Tabela 10 - Interesse dos parceiros em criar uma parceria com a MediCar	87
Tabela 11 - Vantagens do serviço MediCar, segundo a opinião dos inquiridos	93

Lista de Siglas

AIM - Autorização de Introdução no Mercado

ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários

AR – Assembleia da República

ARS – Administração Regional da Saúde

CASES - Cooperativa António Sérgio para a Economia Social

CIS - Centro de Inovação Social

CRP – Constituição da República Portuguesa

DC – Desenvolvimento Comunitário

EI – Empresa de Inserção

ESNA - *Startup Nations Alliance*

EU SNS - *EU Startup Nations Standard*

EMA - *European Medicines Agency*

IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

IES - Instituto do Empreendedorismo Social PME – Pequenas e Médias Empresas

INE – instituto Nacional de Estatística

INFARMED - Instituto Nacional da Farmácia e do Medicamento

IPSS - Instituições Particulares de Solidariedade Social

MNSRM - Medicamentos não sujeitos a receita médica

MSRM - Medicamentos Sujeitos a Receita Médica

MSE – Mercado Social de Emprego

PESTEL – Políticos, Económicos, Sociais, Tecnológicos, Ecológicos e Legais

PNS – Plano Nacional de Saúde

PP – Pergunta de Partida

PRODESCOOP - Programa de Desenvolvimento Cooperativo

RH – Recursos Humanos

SME - *Small and Medium-sized Enterprises*

SNS – Serviço Nacional de Saúde

UC – Unidade Curricular

UE – União Europeia

ULSBA - Unidade Local de Saúde do Baixo Alentejo

Introdução

O avançar da idade não é apenas uma questão demográfica, trata-se também de uma questão social e política. Na mensagem deixada por Kofi Annan (2006) foi enfatizado o investimento num processo de envelhecimento produtivo, ativo e saudável. O autor fez um apelo a todas as comunidades para que estas trabalhem em prol de políticas e programas suscetíveis de permitir que as pessoas idosas vivam num ambiente que melhore as suas capacidades, promovam a sua independência e proporcionem apoio e cuidados adequados à medida que vão envelhecendo.

Segundo os resultados dos Censos de 2021, o Alentejo é uma das regiões de Portugal com baixa densidade populacional, com uma elevada percentagem de pessoas idosos e, conseqüentemente, a mais elevada percentagem de pessoas cujo estado de saúde carece de uma maior necessidade de cuidados de saúde. A maioria da população idosa, para além de não apresentar plenas condições de saúde, não tem forma de se deslocar com grande frequência ao centro da cidade por diferentes motivos: não possuem carta de condução ou carro próprio; redução de horários na rede de transportes públicos da região, contando somente com o serviço de táxis, o que acaba por ser dispendioso, sobretudo para as pessoas idosas que vivem de reformas mínimas (Santana *et al.*, 2008; Carvalho, 2014; INE, 2021).

Um estudo realizado em Portugal sobre a utilização do transporte e entrega de medicamentos ao domicílio em idosos mostrou que essa prática contribuiu para a melhoria do acesso aos medicamentos e para o aumento da adesão ao tratamento. Além disso, os idosos que utilizaram esse serviço relataram maior satisfação com o atendimento recebido (Dias, 2021).

O transporte e a entrega de medicamentos ao domicílio constituem uma prática cada vez mais frequente e relevante no contexto da saúde pública. De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), o transporte e entrega de medicamentos ao domicílio tem se tornado uma prática cada vez mais importante para garantir o acesso universal à saúde e reduzir as desigualdades de saúde. Além disso, essa prática pode melhorar a adesão ao tratamento e a qualidade de vida dos pacientes (Dias, 2021).

Assim, a entrega de medicamentos ao domicílio é encarada como uma solução cada vez mais necessária para garantir que a população tenha acesso aos medicamentos de que precisam, independentemente da sua localização ou limitações físicas. Porém, a entrega de medicamentos ao domicílio também apresenta alguns desafios, como a necessidade de garantir a segurança na

entrega dos medicamentos e a dificuldade de gerir a logística e os custos envolvidos na prestação desse serviço. Além disso, é importante garantir a comunicação adequada entre os prestadores de serviços de saúde e a população para garantir o sucesso da entrega de medicamentos ao domicílio.

Este tipo de serviço e prática poderá ser muito relevante no concelho de Beja, onde a população, sendo maioritariamente idosa, apresenta dificuldades de acesso à saúde e aos serviços de saúde comunitária (farmácias). Deste modo, torna-se de extrema relevância e importância o transporte e a entrega de medicamentos ao domicílio para garantir o acesso aos medicamentos a todas as pessoas, independentemente da sua localização ou condição física (Correia, 2022).

Perante este contexto surge o Projeto MediCar com o propósito de apoiar pessoas idosas e pessoas com mobilidade reduzida, que vivem em isolamento social, com fracos ou até inexistentes recursos em termos de meios de transporte para se deslocarem aos serviços de apoio à saúde. O principal objetivo do projeto passa pela prestação de um serviço de entrega de medicamentos e outros produtos às pessoas idosas e dependentes, mas também a toda a população que necessite do serviço no concelho de Beja, surgindo como uma solução para as dificuldades sentidas pela população em relação à acessibilidade e proximidade dos serviços de apoio. A originalidade do projeto reside na sua abordagem inovadora nas entregas ao domicílio e, ainda, na proximidade com a população ao estabelecer contatos regulares, visando, assim, a promoção da igualdade no acesso aos medicamentos. A MediCar apresenta-se como um projeto empreendedor para o concelho de Beja, criando postos de trabalho e fomentando o estabelecimento de relações com a população e parceiros.

O presente trabalho de investigação procurou, assim, avaliar as condições para a implementação do projeto MediCar, aferindo a sua importância, relevância e utilidade junto comunidade de Beja. Para tal, procurou-se conhecer a perceção da população e dos potenciais parceiros, com vista a identificar os principais benefícios e desafios envolvidos no transporte e entrega de medicamentos. A compreensão dos benefícios e desafios, assim como a proposta de melhoria no serviço de entrega de medicamentos através de métodos de entrega mais eficientes, foi fundamental para identificar e analisar as potencialidades e os constrangimentos inerentes à implementação e sustentabilidade do projeto Medicar. Este estudo permitiu, ainda, identificar as oportunidades ao nível da criação de parcerias entre a MediCar e os *stakeholders*, com vista a

garantir a qualidade da prestação dos serviços e a satisfação da população.

Neste sentido, o estudo definiu como objetivo central compreender a importância de um serviço de transporte e entrega de medicamentos ao domicílio para o desenvolvimento comunitário do concelho de Beja.

Do ponto de vista metodológico, este estudo segue uma abordagem quantitativa, de corte transversal, recorrendo ao inquérito por questionário para aferir a perceção de dois grupos populacionais sobre a importância e a utilidade deste projeto para o concelho de Beja. Foram aplicados 400 questionários a indivíduos residentes no concelho de Beja, distribuídos pelas 12 freguesias do concelho, tendo sido obtida a totalidade das respostas. Dos 35 questionários aplicados aos *stakeholders* identificados como potenciais parceiros, foram obtidas 28 respostas.

Este estudo assume, assim, uma grande importância na compreensão dos benefícios e desafios associados à implementação do Projeto Medicar, contribuindo para auxiliar a identificar oportunidades ao nível do estabelecimento de parcerias e acordos de colaboração entre a MediCar e os diversos *stakeholders* e farmácias.

Espera-se, com a implementação deste projeto, contribuir para a melhoria dos cuidados de saúde no concelho de Beja, podendo vir a alargar para outras regiões que enfrentam desafios semelhantes.

O presente trabalho encontra-se organizado em seis capítulos, iniciando-se com uma introdução, onde se apresenta o tema quanto à sua relevância e os objetivos do estudo. No capítulo 1, surge a revisão da literatura em torno das seguintes temáticas: Desenvolvimento Comunitário e Saúde; Empreendedorismo e Empreendedorismo Social; Empreendedorismo Social em Portugal; e Saúde Comunitária. O capítulo 2, dedica-se à descrição e caracterização do projeto MediCar e, no capítulo 3, apresenta-se a metodologia do estudo, nomeadamente o problema de investigação, os objetivos, o desenho do estudo, a população alvo, os instrumentos de recolha e tratamento dos dados, assim como as considerações éticas do estudo. No capítulo 4, são apresentados os resultados do estudo e, no capítulo 5, apresentam-se as discussões dos resultados, finalizando-se com as conclusões, limitações e sugestões de investigação futura no capítulo 6.

Capítulo 1. Revisão da Literatura

1.1. Desenvolvimento Comunitário

Ao considerar a comunidade como um grupo de pessoas que estabelecem relações entre si fundamentadas em aspetos comuns, deve-se considerar também os aspetos que permitem o bem-estar comunitário, mais especificamente o seu desenvolvimento. Introduce-se aqui o conceito de desenvolvimento relacionado com a possibilidade de potenciar e aprofundar os aspetos intrínsecos e positivos da comunidade (Lacerda, 2020).

A palavra desenvolvimento resulta da composição des + envolver (etimologicamente do latim *involvere*, que significa envolver), o que faz com que o seu sentido etimológico remeta para um processo dinâmico, por um lado, de desenrolar, esclarecer, descobrir, e por outro, de “alterar um movimento de propensão depressora ou até aniquiladora” (Moreno, 2007, p. 17).

Neste sentido, a palavra desenvolvimento remete-nos para sinónimos como o progresso, a evolução, o andamento, o crescimento, a expansão, a progressão, o aperfeiçoamento, o aumento, a melhoria, a elaboração ou até mesmo a otimização. Não há um único conceito, pois é difícil definir e difícil de operacionalizar, mas o objetivo será sempre garantir uma evolução para que haja equidade social (Sobrinho, 2009).

O desenvolvimento não é um fenómeno meramente quantitativo, uma questão de “mais ter”, é também um fenómeno qualitativo, devendo-se ser também “por mais ser” ou “melhor ser”. Este deve ser um processo interiorizado pela mentalidade da população, sendo capaz de operar nela uma transformação suficientemente profunda, de forma a garantir eficácia e continuidade (Coelho, 2022).

O termo Desenvolvimento Comunitário (DC) entra assim na linguagem internacional para representar o conjunto de processos pelos quais uma comunidade une as suas forças e também as suas dificuldades com os poderes públicos, com o objetivo principal de melhorar a sua situação económica, cultural e social, bem como integrar-se no quotidiano do seu país, contribuindo para o desenvolvimento nacional geral (Silva, 1963).

O DC não é mais do que um processo que orienta, de forma a identificar as necessidades de uma determinada população que habita num determinado local/espço geográfico, para que haja uma

melhoria da sua qualidade de vida, acompanhando a evolução do país. Estabelece, ainda, processos de mudança, com a ajuda dos moradores locais, com o objetivo de melhorar as suas condições de vida e de valorizar os seus recursos locais, incentivando à participação de todos, tendo uma visão integrada dos problemas e dos desafios, com apoio de parcerias locais e exógenas, tanto a nível público, como privado. O desenvolvimento pode ser encarado na sua multidimensionalidade económica, política, educacional, tecnológica e social, pela importância que confere ao bem-estar dos membros de uma comunidade (Abdi & Guo, 2008, p. 3).

O DC deve sempre realçar as características e as necessidades de cada território e mostrar-se eficaz para que as comunidades não evoluídas ou pouco desenvolvidas consigam enfrentar os seus problemas, não sendo também utilizada a mesma medida para todas. Deve, ainda, procurar um desenvolvimento equilibrado e integrado do local, com respeito pelos seus valores próprios, procurando tirar o maior valor da sua riqueza, seja ela histórica, cultural, gastronómica ou qualquer outra que seja atrativa. Desta forma, conduz a uma tomada de consciência acerca das potencialidades locais, promovendo iniciativas criadoras de riqueza e de emprego, para melhorar a qualidade de vida dessas pessoas (Sousa, 2022).

O DC aplica-se em diversas áreas, com o objetivo de promover o bem-estar das comunidades locais e o desenvolvimento sustentável. Algumas das principais áreas de atuação do desenvolvimento comunitário são:

- 1) Saúde: contribuindo para a promoção da saúde das comunidades locais, com ações que envolvem a melhoria das condições sanitárias, o acesso a serviços de saúde de qualidade, a promoção de hábitos saudáveis e a prevenção de doenças. Essas ações podem ser desenvolvidas com programas de saúde comunitária, projetos de educação em saúde e ações de mobilização social para a promoção da saúde (OMS, 2008).
- 2) Educação: contribuindo para a melhoria da qualidade da educação nas comunidades locais, com ações que envolvem a construção e reforma de escolas, a capacitação de professores, a promoção de práticas pedagógicas inovadoras e a inclusão de grupos socialmente excluídos (UNESCO, 2015).
- 3) Infraestruturas: contribuindo para a melhoria da infraestrutura das comunidades locais, com ações que envolvem a construção e reforma de habitações, a melhoria do abastecimento de água e saneamento básico, a construção de estradas e a promoção de

transportes sustentáveis. Essas ações podem ser desenvolvidas com programas de infraestruturas comunitárias, projetos de desenvolvimento urbano e rural e ações de mobilização social para a promoção de condições de vida adequadas (UNDP, 2016).

- 4) Meio ambiente: contribuindo para a promoção da sustentabilidade ambiental das comunidades locais, com ações que envolvem a proteção e recuperação de ecossistemas, a promoção de práticas sustentáveis de agricultura e pecuária, a promoção de fontes de energia renováveis e a gestão adequada dos recursos naturais (PNUMA, 2021).
- 5) Desenvolvimento económico: contribuindo para a promoção do desenvolvimento económico das comunidades locais, com ações que envolvem a promoção do empreendedorismo local, o fortalecimento de cadeias produtivas locais, a promoção do turismo sustentável e a criação de empregos locais (UNDP, 2016).

Estas são apenas algumas das áreas em que o desenvolvimento comunitário pode atuar, mas cada contexto local tem suas especificidades e as suas particularidades.

Este estudo tem como foco a área da saúde, sendo que esta é uma das principais prioridades para o desenvolvimento comunitário. A saúde é um fator fundamental para a qualidade de vida das pessoas e para o desenvolvimento social e económico das comunidades. A promoção da saúde requer abordagens estratégicas e participativas que envolvam a comunidade em todas as etapas do processo. A participação da comunidade é crucial para garantir a sustentabilidade das intervenções de saúde e a sua adaptação às necessidades locais (Wallerstein, 2010).

Uma estratégia importante para a promoção da saúde em comunidades é o estabelecimento de parcerias entre a comunidade e instituições governamentais e não-governamentais. Essas parcerias podem ajudar a mobilizar recursos e a promover ações conjuntas que abordem as necessidades de saúde da comunidade de forma mais eficaz (Carvalho, 2015).

A promoção da saúde em comunidades também pode ser alcançada por meio de programas de educação em saúde. Esses programas devem ser adaptados às necessidades e aos interesses da comunidade e devem ser desenvolvidos com a participação ativa da comunidade. Os programas de educação em saúde podem abordar temas como prevenção de doenças, nutrição, higiene, cuidados com a saúde mental, entre outros. Além disso, é importante abordar as desigualdades sociais e económicas que afetam a saúde das comunidades. A pobreza, a falta de acesso à educação e ao emprego, a falta de saneamento básico e de acesso a serviços de saúde de

qualidade são algumas das principais causas de problemas de saúde em comunidade (Durão, 2014).

Para promover a saúde em comunidades de forma eficaz, é importante que as políticas públicas levem em consideração as necessidades e demandas da comunidade. Isso requer um diálogo constante entre o governo e a comunidade, de forma que as políticas públicas possam ser adaptadas às necessidades locais (Marmot, 2010).

Em todas as áreas geográficas existem agentes promotores do desenvolvimento (institucionais ou individuais) que dinamizam e desenvolvem projetos de desenvolvimento local, com o objetivo de reforçar e valorizar o potencial humano, combater a pobreza, melhorar a saúde e o bem-estar da população, atrair e fixar os jovens com um emprego qualificado, melhorar os níveis de escolaridade e as qualificações das pessoas residentes no local ou na comunidade (Santos, 2002).

É importante que a intervenção comunitária seja realizada de forma participativa, envolvendo a comunidade em todas as etapas do processo, para que esteja alinhada com as suas necessidades e expectativas e seja bem-sucedida e sustentável ao longo do tempo. Assim, é essencial que os agentes promotores do desenvolvimento comunitário trabalhem em colaboração com a comunidade para identificar as necessidades e objetivos de intervenção, bem como implementar estratégias de desenvolvimento que sejam sensíveis às necessidades da comunidade e que promovam a participação ativa dos membros da comunidade (Caramelo, 2009).

A intervenção comunitária tem dois objetivos: a cidadania e a qualidade de vida das comunidades, sendo que, conforme destacado por Fernandez (2009), não chega só responder às necessidades de sobrevivência, mas também é necessário o desenvolvimento dos valores comunitários: cooperação, co-gestão, co-participação, comunicação, contestação do consumismo, solidariedade, participação, entre outros (Fernandez, 2009, p.2).

Assim, pode concluir-se que há uma razão realista que está na origem do interesse crescente voltado para a técnica do desenvolvimento comunitário como instrumento de aceleração do desenvolvimento económico dos territórios menos desenvolvidos (Silva, 1964).

Este interesse crescente é impulsionado pela necessidade de uma abordagem mais colaborativa centrada na comunidade para resolver problemas sociais e que pode ser atribuído a vários fatores. Em primeiro lugar, a interdependência entre as comunidades tem sido cada vez mais reconhecida, levando a uma maior cooperação entre as mesmas para promover o desenvolvimento sustentável.

Além disso, a abordagem centrada na comunidade tem se mostrado mais eficaz do que as abordagens tradicionais baseadas em intervenções externas. Ela promove a coesão e a resiliência social, fortalecendo a capacidade da comunidade para lidar com desafios e problemas. Por fim, a abordagem centrada na comunidade também é vista como mais equitativa e justa, pois valoriza a participação ativa da comunidade em todo o processo de desenvolvimento (Carmo, 2014).

É importante que todas as pessoas beneficiem equitativamente desse desenvolvimento, para que as comunidades possam satisfazer as suas necessidades básicas e fundamentais e melhorar a qualidade de vida (Silva, 1964).

1.2. Empreendedorismo e Empreendedorismo Social

O empreendedorismo e o empreendedorismo social têm ganho cada vez mais destaque na sociedade contemporânea. Enquanto o primeiro procura o lucro através da inovação e gestão de negócios, o segundo procura resolver problemas sociais e ambientais através de projetos empreendedores que têm impacto positivo para a sociedade (Santos, 2013). Os dois conceitos complementam-se, sendo que, o empreendedorismo social pode ser uma forma de alargar as oportunidades de negócio e inovação, podendo contribuir para o desenvolvimento sustentável e para a redução da desigualdade social (Barbieri & Mendes, 2016).

Neste sentido, o desenvolvimento comunitário e o empreendedorismo estão interligados no contexto do crescimento económico e social das comunidades locais, sendo que o empreendedorismo pode criar emprego e contribuir para o desenvolvimento da economia local. Para além das mudanças económicas, o desenvolvimento comunitário envolve a promoção de mudanças sociais e culturais numa determinada comunidade. Essas mudanças podem incluir melhorias na qualidade de vida, aumento dos rendimentos, acesso a serviços básicos, entre outros. O empreendedorismo pode, deste modo, contribuir para essas mudanças, criando emprego, a criação de novos negócios e estimulando o crescimento económico local, indo ao encontro das necessidades da população, oferecendo produtos e serviços inexistentes na região (Henriques, 2003; RIGS, 2018).

O Empreendedorismo é um processo complexo e cada vez mais tendencial por todo o território nacional e internacional, não só porque contribui para a criação de emprego, mas também, porque

contribui para a sustentabilidade da competitividade da atividade económica de qualquer país. O termo empreendedorismo está associado a inovação, à iniciativa e à oportunidade de fazer algo novo e/ou de maneira diferente (Fernandes, 2012).

A palavra empreendedorismo tem origem na expressão francesa *entrepreneur* que significa “começar um negócio próprio e novo”, assumindo riscos e responsabilidades, procurando sistematicamente a inovação. Fazendo uma breve inserção histórica sobre o Empreendedorismo, o mesmo começou a ser utilizado em 1950, sendo definido o conceito, como algo relacionado com a criatividade e a inovação (Dornelas, 2005).

Segundo Carloni e Michel (2006), empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação económica e pessoal.

Outro conceito associado ao empreendedorismo é a inovação, sendo uma ferramenta para criação ou melhoria de produtos, serviços, processos ou modelos de negócios, que vão ao encontro das necessidades das pessoas para que possam criar vantagem competitiva para a empresa. A inovação pode ser incremental com uma melhoria contínua de algo já existente, ou radical, com uma nova criação que muda fundamentalmente a forma como as coisas são feitas. Assim, a inovação é fundamental para o empreendedorismo, pois é através da criação de algo novo e diferente que os empreendedores podem encontrar novas oportunidades de negócios e se diferenciar da concorrência (Drucker, 1986).

Desenvolver negócios com vista numa causa social é a definição mais comum do empreendedorismo social, pois combina questões comerciais e sociais, não medindo o sucesso do projeto apenas em termos de lucro, mas também pelo impacto social na sociedade (Gomes, 2020).

O empreendedorismo social pode ter impactos positivos tanto para a sociedade quanto para os negócios e é uma forma de promover a inclusão social e a justiça. Por outro lado, pode ser uma estratégia para atrair consumidores e investidores alinhados com a responsabilidade social. Dessa forma, a relação entre empreendedorismo e empreendedorismo social é complexa e pode envolver diversos fatores, como inovação, gestão, impacto social e sustentabilidade (Dias & Sales, 2017).

Vários autores discutem a ligação entre inovação social e empreendedorismo social, bem como as diversas definições desses conceitos e a necessidade de abordar as explicações parciais do termo “social”. Assim, a definição de inovação social e empreendedorismo social pode variar dependendo do autor ou contexto, mas geralmente a inovação social refere-se a novas soluções para problemas sociais, enquanto o empreendedorismo social diz respeito à criação de negócios que visam resolver problemas sociais. Os conceitos estão interligados, pois os empreendedores sociais usam, muitas vezes, a inovação social como uma ferramenta para criar soluções sustentáveis para problemas sociais. A inclusão do aspeto “social” pode criar impacto no modelo de negócios das empresas sociais de várias maneiras, sendo que, por exemplo, podem considerar não apenas o lucro financeiro, mas também o impacto social das suas atividades, o que pode levar a modelos de negócio diferentes dos tradicionais e requerer uma abordagem mais colaborativa com outras organizações e partes interessadas. A ligação entre inovação social e empreendedorismo social é indispensável para criar negócios com a capacidade de resolver problemas sociais e agregar valor social (Dees, 2001; Grilo & Moreira, 2022).

O empreendedorismo social está em crescimento acentuado, atraindo, cada vez mais, a atenção de vários setores. Este modelo de negócio surge quando as forças de mercados comerciais não respondem às necessidades sociais. O trabalho dos empreendedores sociais passa, então, por desenvolver uma pesquisa profunda do mercado com a finalidade de encontrar ou definir um problema social específico e, de seguida, organizar, criar e controlar um negócio social para obter o pretendido. No fundo, o empreendedorismo social amplia a definição de empreendedorismo, dando ênfase à integridade ética e à maximização do valor social ao invés do lucro (Pereira, 2021).

O valor social consiste na preocupação que algumas organizações considerarem e avaliarem o impacto integral das suas ações a nível económico, social e ambiental. Interprete-se organizações como empresas privadas ou públicas, institutos, fundações ou qualquer outra estrutura, dedicadas às mais diversas atividades, ao fornecimento de produtos ou serviços. Este conceito de valor social é amplo, mas o objetivo é que haja um esforço consciente para que o impacto integral da ação de uma presumida organização seja positivo na sociedade, com criação de contribuições para o bem-estar, resiliência e crescimento dos indivíduos e da comunidade (Portela, 2020).

O empreendedorismo social resulta de uma associação entre o tradicional tema do

empreendedorismo, desenvolvido no seio da economia e da gestão empresarial e o recente tema das empresas sociais, emergente no quadro das problemáticas da Economia Social, representado pelo Terceiro Setor. O terceiro setor demonstra hoje a sua génese solidária e assistencialista, sendo a economia social responsável em todo o mundo por respostas muito significativas a sociedade civil em áreas como a educação, a saúde, o apoio à população sénior, o combate à pobreza e às alterações climáticas (Pereira, 2021).

O terceiro setor é, atualmente, constituído por uma multiplicidade de organizações não-governamentais, associações públicas e privadas, mutualidades, cooperativas, fundações, misericórdias e outras instituições de solidariedade social, atuando à escala global, regional e local e partilhando a sua natureza não lucrativa (Pereira, 2021).

O conjunto de entidades do terceiro setor e as interações económicas que geram entre si e com os restantes atores sociais e agentes económicos, constituem um novo tipo de economia, centrado na resolução de necessidades comunitárias, sociais e de sustentabilidade. A economia social é assim, responsável pela geração de riqueza (volume de negócios) de biliões de dólares e a criação de centenas e milhões de empregos à escala global (Pereira, 2021).

O empreendedorismo social pode ser entendido como um método no qual a criação de uma nova empresa leva ao aumento da riqueza social, de modo a beneficiar tanto a sociedade quanto o empreendedor (Oliveira, 2017).

Dees (2001) destaca, assim, a importância do empreendedorismo social na criação de mudanças significativas na sociedade e aborda alguns dos desafios enfrentados pelos empreendedores sociais. Refere, também, como é que o empreendedorismo social pode abordar grandes problemas sociais, ou seja, desenvolvendo novos modelos de negócio que combinam missões sociais com disciplina empresarial, o que pode incluir a utilização de tecnologia inovadora, parcerias estratégicas e outras abordagens criativas para resolver problemas sociais complexos. Porém, alguns dos desafios comuns enfrentados pelos empreendedores sociais incluem carências ao nível de financiamento, apoio institucional, recursos humanos qualificados e resistência à mudança por parte das comunidades locais. Esses desafios podem ser superados por criação de parcerias estratégicas, pela procura pelo financiamento alternativo, pela construção de redes profissionais sólidas e da adoção de uma abordagem colaborativa para resolver problemas complexos.

No que se refere à importância da medição do impacto social do empreendedorismo social, Rijn *et al.* (2018), sugerem que os financiadores devem incentivar os empreendedores sociais a medir seu impacto social, mas também devem estar cientes dos desafios e limitações da medição do impacto social. Afirmam, ainda, que os empreendedores sociais devem medir o impacto social dos seus projetos para obter *feedback* sobre o desempenho e como melhorar.

O empreendedorismo na área social tem sido, deste modo, importante para a renovação da dinâmica do terceiro setor, sendo fundamental para desenvolvimento sustentável dos territórios, na medida em que procura uma distribuição da riqueza mais equilibrada e equitativa (Quintão, 2008; Defourny & Nyssens, 2010; Barbieri & Mendes, 2016).

1.3. O Empreendedor e o Empreendedor Social

Muitos estudos demonstram que é possível analisar os traços de personalidade das pessoas com características empreendedoras, observando-as e analisando os seus comportamentos, hábitos ou formas de pensar. Ao longo dos anos, vários traços foram indicados para definir a personalidade de um empreendedor, sendo que existem três que são mais recorrentes e se destacam dos outros (Stokes *et al.*, 2010).

O primeiro traço é a necessidade de realização que explica como algumas pessoas precisam de *feedback* pelo que estão a fazer. Indica ainda que determinadas pessoas, incluindo empreendedores, precisam e necessitam de ver resultados positivos decorrentes das atividades que desempenham, mais do que outros (McClelland, 1961).

Este tipo de pessoas com este traço de personalidade têm uma grande necessidade de realização, têm objetivos elevados e procuram receber *feedback* constantemente. Receber esse *feedback* positivo gera ainda um maior esforço e comprometimento, aumentando os níveis de realização (Schumpeter, 2005).

O segundo traço que mais se destaca é a sensação de controlo e que varia de pessoa para pessoa. Algumas acreditam que têm todas as situações controladas, outras acham que nada conseguem controlar (Brockhaus, 1982). Stokes *et al.* (2010) acrescentam que os empreendedores sentem que têm o controlo e que podem moldar as diferentes situações e circunstâncias, de forma a tirar proveito dela, o que faz com que aumentem a sua autoconfiança e que consigam ultrapassar os

obstáculos.

O terceiro traço é correr riscos, muito associado e vincado nos empreendedores em que a percepção do risco é algo bastante subjetivo e que vai variar dependendo do conhecimento e do ponto de vista individual de cada um sobre determinada situação (Stokes *et al.*, 2010).

Além destes traços, podem ainda ser incluídas outras características que estão presentes nos empreendedores, sendo elas, a tendência criativa que está diretamente ligada ao processo de empreendedorismo, que envolve inovação, a mudança de um produto ou serviço ou até mesmo a melhoria de algum processo produtivo, podendo afirmar que para conseguir atingir inovação, os empreendedores devem ter altos níveis de criatividade (Stokes *et al.*, 2010).

A necessidade de autonomia também é uma característica forte associada muitas vezes ao facto de os empreendedores não gostarem de trabalhar para outras pessoas ou não se sentirem atraídos pelas estruturas formais e tradicionais das empresas para que trabalham, sendo que a criação da sua própria empresa é a manifestação clara da sua necessidade de autonomia (Stokes *et al.*, 2010).

Os empreendedores são tipicamente descritos como pessoas observadoras, que se dedicam a uma certa visão e quase que sozinhos levam a cabo essa visão, desenvolvem-na e implementam-na de forma bem-sucedida (Thompson, 1999).

No que diz respeito ao conceito de empreendedor como “caçador” de oportunidades, podemos caracterizá-lo como uma pessoa que combina os fatores de produção de uma forma inovadora e que procura e explora oportunidades e lacunas no mercado (Thompson, 1999, p. 288).

O empreendedor é definido, pela maioria dos autores, como alguém que está disposto a correr riscos, que tem a capacidade de identificar oportunidades, agarrando-as e criando negócios de sucesso. Ser empreendedor não é apenas criar um negócio, mas sim, saber geri-lo, mantê-lo e sustentá-lo para que possa ter um ciclo de vida grande e obter retorno nos seus investimentos, tornando-se imprescindível saber administrar o negócio (planear, organizar, dirigir e controlar) e todas as atividades direta ou indiretamente relacionadas. Para além disso, o empreendedor é alguém, com um elevado espírito de iniciativa, visão coragem, bem como uma elevada capacidade de sacrifício, organização e liderança. (Duarte, 2008; Barroca, 2012).

Dias (2017) defende que o empreendedor para ter sucesso na concretização do seu objetivo, deve

ser alguém capaz de aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a conviver e por fim, aprender a ser. Assim, pode-se afirmar que ser empreendedor é fazer algo novo e diferente dentro de um mercado, de uma empresa ou mesmo para a sociedade, procurando novas oportunidades através da inovação e da criatividade. Pressupõe colocar em prática uma ideia nova, ou oferecendo um produto ou um serviço diferente do que o que está no mercado, fazendo algo diferente e de maneira diferente (Dias, 2017).

Neste sentido, o termo “Empreendedor” refere-se frequentemente a pessoas que têm novas iniciativas, ou seja, que são inovadoras e criativas. É geralmente visto como uma pessoa acessível, ativa, que se interessa pelo que decorre à sua volta e na sociedade em geral e as suas ações estão associadas a comportamentos de gestão em constante exploração de oportunidades e circunstâncias para apresentação das suas aptidões e como consequência os resultados (Hamilton & Harper, 1994, p.5).

Os empreendedores da era atual conciliam a preocupação em causar um impacto positivo no mundo com a necessidade e vontade de criar um projeto rentável. A combinação entre reconhecer problemas sociais e conquistar uma mudança social são os princípios, processos e operações empresariais, que estão na base do empreendedorismo social. O objetivo primordial no empreendedorismo social é a criação de valor e não a criação de lucro ou obtenção de ganhos privados. É por essa razão que os empreendedores sociais têm a capacidade de mobilizar recursos financeiros, obtendo fontes de financiamento que estejam orientadas para a criação de valor social. Ao mesmo tempo, têm a necessidade de mobilizar recursos humanos e recorrem, por isso, a voluntários e funcionários que têm, igualmente, em vista a criação de valor social. Os empreendedores, nesta área, estão associados a setores e organizações sem fins lucrativos, mas isso não elimina a necessidade de obter lucro (Gomes, 2020; Portela, 2020).

Assim, os empreendedores sociais são aqueles que criam valores sociais através da inovação e da força de recursos financeiros, independente da sua origem, tendo em conta a mudança social, o desenvolvimento social, económico e comunitário. O empreendedor social é, portanto, uma pessoa visionária, criativa, prática e pragmática, que sabe como ultrapassar obstáculos para criar mudanças sociais significativas e sistémicas, demonstra propostas verdadeiramente inovadoras, que provoquem resultados de impacto social positivo na região onde atua e demonstra estratégias concretas para disseminação dessa ideia a nível nacional e/ou internacional (Costa, 2017).

Uma das características mais importantes de um empreendedor social é a capacidade de inovação e a criatividade. Devem ser capazes de pensar fora da caixa e desenvolver soluções criativas para problemas complexos. Além disso, também precisam de ter uma visão clara do impacto social que desejam causar e saber como medir e avaliar esse impacto (Elkington *et al.*, 2008).

Outra característica importante é a capacidade de liderança e gestão. Os empreendedores sociais precisam ser eficientes em recrutar equipas e parceiros à volta de uma visão compartilhada. Precisam também de ter habilidades de gestão financeira, planeamento estratégico e administração de recursos, sendo que, a capacidade de liderança é essencial para que os empreendedores sociais possam mobilizar recursos e criar parcerias para alcançar os seus objetivos (Mair *et al.*, 2006).

A resiliência também é uma característica fundamental para os empreendedores sociais, pois é um campo complexo e desafiador, que exige perseverança, paciência e coragem para enfrentar obstáculos e superar dificuldades, procurando ser capazes de se adaptar rapidamente às mudanças no ambiente e serem persistentes na procura dos seus objetivos (Santos, 2013).

Os empreendedores sociais devem ter um forte sentido de responsabilidade social e um compromisso com a justiça e a equidade, de forma a criarem uma visão crítica da sociedade e um desejo de transformá-la em algo melhor, para que sejam capazes de lidar com questões éticas e morais complexas, procurando sempre o bem-estar da sociedade como um todo (Bornstein & Davis, 2010).

Hietschold e Voegtlin (2020) destacam a importância de entender as diferenças cognitivas para ajudar os empreendedores sociais e comerciais a tomar decisões informadas e bem-sucedidas. Estes autores sugerem que os empreendedores comerciais podem ser mais suscetíveis à tendência do controlo ilusório, enquanto os empreendedores sociais podem ser mais suscetíveis a ganhar confiança, a ter um maior compromisso e a ganhar mais responsabilidade. Os autores sugerem que alguns programas de treino específicos podem ajudar os empreendedores sociais a reconhecer as suas tendências cognitivas e desenvolver estratégias para lidar com elas.

De um modo geral, um empreendedor tem, cada vez mais, um papel fundamental na sociedade para que haja evolução ao nível da criação de emprego, promoção da criatividade e da inovação, contribuindo também para a responsabilidade social (Saraiva, 2015).

1.4. O Empreendedorismo e o Empreendedorismo social em Portugal

O empreendedorismo representa uma componente fundamental numa economia de mercado globalizada e competitiva, enquanto impulsionador do emprego e do crescimento económico, centralizando-se assim no núcleo da política económica. Associado à criatividade e à capacidade de correr riscos por parte do empreendedor, tem também outras vantagens associadas como a criação de novas empresas e novos postos de trabalho, maior investimento na economia, inovação e a promoção de mais competitividade (DGAE, 2023).

A educação tem assim, um papel fundamental, no sentido de incentivar tanto os jovens na sua participação ativa, bem como das organizações, todos os cidadãos, empresas e outros *stakeholders*. O desenvolvimento de atitudes e comportamentos empreendedores é reconhecido por todos os Estados-membros como uma prioridade de atuação. Neste âmbito a União Europeia tem vindo a promover o empreendedorismo como fator chave da competitividade e já destacou a importância de fomentar uma cultura empreendedora europeia (Parreira *et al.*, 2018).

Faz parte integrante dos princípios que constituem a iniciativa da União Europeia *Small Business Act* para a Europa e adotada por todos os Estados-Membros. Esta iniciativa pretende melhorar a abordagem política global do empreendedorismo, de modo a ancorar irreversivelmente o princípio «*Think Small First*» na definição das políticas, promovendo o crescimento das Pequenas e Médias Empresas (PME) ajudando-as a ultrapassar os problemas que reprimem o seu desenvolvimento (DGAE, 2023).

Portugal possui empresas e empreendedores, capazes de competirem nos mercados globais. De acordo com a Portugal *Small and Medium-sized Enterprises (SME) Fact Sheet 2021*, o país apresenta um desempenho acima da média da União Europeia (UE), e desde o ano de 2008 que tem vindo a alcançar melhorias significativas. Em Portugal, o empreendedorismo é considerado uma opção de carreira atrativa e o governo português continua empenhado através da Estratégia Nacional *Startup Portugal +*, de forma a promover e a fortalecer um ecossistema empreendedor nacional sólido e eficaz, capaz de atrair investidores nacionais e estrangeiros e acelerar o crescimento das *startups* portuguesas nos mercados externos (DGAE, 2023).

Para o percurso que a Europa necessita fazer para a ambicionada recuperação justa, verde e digital, a inovação e o empreendedorismo serão incentivos de crescimento a curto-prazo, mas também fatores verdadeiramente transformantes, que irão promover diversas mudanças

fundamentais na economia, incentivando a competitividade e o emprego (DGAE, 2023).

Em novembro de 2021, no âmbito da *Web Summit*, foi lançada uma nova entidade europeia de apoio ao empreendedorismo, sendo ela a *Startup Nations Alliance* (ESNA), que terá uma permanente representação em Lisboa. A ESNA marca o início da fase de implementação da *EU Startup Nations Standard* (EU SNS), ou seja, de uma declaração assinada por 27 países (União Europeia e Islândia), onde são identificadas oito normas padrão, de forma a garantir que as *startups* europeias irão empregar as condições mais benéficas para crescer em todas as fases do seu ciclo de vida, sendo elas: 1) Acelerar e simplificar a criação de *startups*; 2) Atrair e reter talentos; 3) *Stock options*; 4) Inovar na regulamentação; 5) Facilitar a aquisição de inovação; 6) Facilitar o acesso ao financiamento; 7) Inclusão social, diversidade e proteção dos valores democráticos; 8) Digital primeiro (DGAE, 2023).

A ESNA terá também um papel focado na ação e no apoio aos seus países membros de forma a tornarem-se numa nação “*startup*”, monitorizando o desenvolvimento dos países membros na implementação, fazendo uma partilha ativa das melhores práticas e fornecendo apoio técnico aos governos dos seus países membros. Os padrões que a aliança espera implementar incidem sobre uma criação rápida de *startups*, além de ser um elemento facilitador para a entrada nos diferentes mercados, para a atração e retenção de talento, bem como uma regulação adequada e o acesso a financiamento (SBA, 2021).

A taxa de atividade empreendedora em Portugal subiu cerca de 86% em apenas 3 anos, de acordo com um estudo da *Global Entrepreneurship Monitor*. A progressão para que Portugal se revele um país empreendedor, deve-se ao facto da crise económica e do aumento da taxa de desemprego, aliado também à qualidade das infraestruturas físicas e dos serviços profissionais a empresas, num contexto europeu de ritmo rápido de inovações económicas e da reestruturação de mercados, sobretudo em novas ideias e novas formas de pensar e ver o trabalho (Ascensão, 2016).

O StartUP Voucher é uma das medidas da StartUP Portugal (Estratégia Nacional para o Empreendedorismo), que promove o desenvolvimento de projetos empresariais em fase de ideia, promovidos por jovens com idade entre os 18 e os 35 anos, através de diversos instrumentos de apoio disponibilizados ao longo de um período de até 12 meses de preparação do projeto empresarial. Esta medida destina-se a projetos que beneficiem as regiões NUT II - Norte, Centro

e Alentejo ou NUT II - Lisboa, admitindo-se a realização de ações fora das mesmas desde que beneficiem a economia daquelas regiões (IAPMEI, 2019).

O Empreendedorismo Social em Portugal define-se pela atuação de uma organização não-lucrativa que responde a problemas sociais de forma inovadora e autossustentada através do desenvolvimento de uma atividade económica que irá criar rendimento e gerar riqueza para o país (Morgado, 2013).

Até meados dos anos 90, o Empreendedorismo Social era algo desconhecido ou ignorado, até ser necessário a sua intervenção, por o Estado e as empresas com fins lucrativos não conseguirem cobrir, no que diz respeito a área de necessidade social, direitos judiciais das comunidades mais desfavorecidas e à criação de oportunidades para grupos mais vulneráveis. Este procedimento tornou-se um caminho estratégico e lógico, pois apoiava a inserção e a reinserção profissional, sendo também uma ajuda para que houvesse uma inserção na economia (Marques, 2010).

As competências, mas também as potencialidades do Empreendedorismo Social deram grande importância a três grandes problemas, sendo elas a luta contra a pobreza e exclusão social, o emprego e a inserção socioprofissional e por fim, o desenvolvimento local e sustentável (Quintão, 2004).

As Empresas de Inserção Social em Portugal desempenham um papel fundamental na promoção do empreendedorismo social e na criação de emprego para pessoas em situação de vulnerabilidade. Essas empresas são caracterizadas por promover a inclusão social e profissional de trabalho para pessoas que enfrentam dificuldades no mercado de trabalho tradicional, como desempregados de longa duração, pessoas com deficiência ou com baixa qualificação (Silva, 2018).

Estas empresas têm um impacto positivo na comunidade ao fornecer serviços e produtos de qualidade, muitas vezes com um forte enfoque na responsabilidade social, ética e ambiental, contribuindo assim, para o desenvolvimento económico e social do país, ajudando também a comunidade a desenvolver competências e habilidades necessárias para o mercado de trabalho, aumentando assim a sua independência financeira (Silva, 2018; Quintão, 2008).

Assim, a criação de Empresas de Inserção Social contribuiu para inserir o conceito de empreendedorismo com uma finalidade específica (social), sendo uma ferramenta para a luta contra a pobreza e o desemprego, sendo que, são entendidas como entidades organizadas segundo

lógicas empresariais de produção de bens e serviços, em diversos setores de atividade económica, e que têm como objetivo inserir social e profissionalmente pessoas desfavorecidas face ao mercado de trabalho, através do desenvolvimento de uma atividade produtiva em contexto real, tendo partido de uma iniciativa pública, com intenção de inserir tendências inovadoras nas políticas sociais (Quintão, 2008).

Nos últimos tempos, o panorama social português tem vindo a modificar-se, na medida em que as interações entre a sociedade e as empresas têm se multiplicado de forma a dar resposta a um Estado de Providência muitas vezes pouco dinâmico e pouco eficaz na resolução de problemas sociais. O empreendedorismo social chegou a Portugal como uma mentalidade e uma forma de estar, assumindo um papel de grande importância em organizações não lucrativas, em empresas estabelecidas, através de empreendedores convencionais, entidades estatais e outros (Martins, 2007).

O empreendedorismo social está associado à flexibilidade, inovação, risco e criatividade, sendo que os empreendedores sociais têm desenvolvido competências, não vivendo à conta de mecenato ou subsídios, na medida em que utilizam as suas próprias ferramentas de gestão para formar e gerir os seus negócios sociais, o qual tem vindo a ser desenvolvido como um excelente trabalho pelos empreendedores sociais portugueses (Martins, 2007).

O empreendedorismo social começou a ganhar destaque em Portugal na década de 1990, quando surgiram as primeiras organizações sociais e ambientais que procuravam soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais. Desde então, tem crescido e se desenvolvido em Portugal, especialmente nos últimos anos, com o aumento da consciência social e ambiental (Alves & Fernandes, 2019).

A expressão do empreendedorismo social em Portugal pode ser vista em diferentes regiões do país, onde surgiram diversas iniciativas e organizações sociais que procuram soluções para problemas locais. Na região Norte, por exemplo, destaca-se o projeto "Bagos d' Ouro", que procura combater a pobreza infantil no Douro (Costa & Fernandes, 2018). Na região Centro, há o "Casa do Impacto", que apoia empreendedores sociais e ambientais em Coimbra. Já na região de Lisboa, destaca-se a "Santa Casa da Misericórdia", que tem um papel fundamental na promoção do empreendedorismo social em Portugal (Santos & Marques, 2019).

Portugal tem várias organizações de apoio social com bastante relevância que trabalham para

estimular e promover o espírito empreendedor na sociedade, ajudando-as a concretizar as suas ideias, como é o caso do Instituto do Empreendedorismo Social (IES) e da Cooperativa António Sérgio para a Economia Social (CASES). Estas organizações ministram formação, programas, incentivos financeiros e parcerias ligadas ao crescimento do empreendedorismo em Portugal. As escolas também têm um papel fundamental nesta área, tanto ao nível do ensino, da formação ou até da investigação tendo como objetivo influenciar a sociedade através dos alunos para promover o seu envolvimento, através de um conjunto de atividades que melhorem o seu bem-estar (Marques, 2010).

Têm sido também desenvolvidos programas de incentivo ao Empreendedorismo Social, como Mercado Social de Emprego (MSE), o Programa de Desenvolvimento Cooperativo (PRODESCOOP), Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS), programas de concursos de ideias inovadoras, promovidos pelo Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI), pela Associação Nacional de Jovens Empresários (ANJE), o Centro de Inovação Social (CIS), o CoopJovem – programa de apoio ao empreendedorismo cooperativo, tendo sido também criado o Conselho Nacional da Economia Social e a Lei da Bases da Economia Social, ambos aprovados por unanimidade pela Assembleia da República (AR) (Quintão, 2004).

O empreendedorismo social tem ganho destaque em Portugal como forma de promover o desenvolvimento da comunidade e combater problemas sociais. De acordo com um estudo realizado pela Associação Nacional de Jovens Empresários (ANJE) em parceria com a *Deloitte*, as empresas sociais em Portugal estão a crescer a uma taxa de 15% ao ano. Além disso, o estudo também destaca que as empresas sociais têm uma forte presença em áreas como a educação, saúde e ambiente, e que muitas delas têm como objetivo melhorar a qualidade de vida das comunidades locais (Parente, 2014).

Outra iniciativa que tem ganho destaque no empreendedorismo social em Portugal é a criação de incubadoras e aceleradoras de empresas sociais. A *Impact Hub Lisbon*, por exemplo, é uma dessas incubadoras que tem como objetivo apoiar empreendedores sociais a desenvolverem as suas ideias e negócios. Além disso, a Fundação Calouste Gulbenkian tem um programa de apoio ao empreendedorismo social que oferece financiamento e mentoria a empresas sociais em Portugal. Essas iniciativas têm contribuído para o crescimento do empreendedorismo social em

Portugal e para a criação de negócios que abordam problemas sociais complexos de forma inovadora e eficaz (Parente, 2014).

Posto isto, o empreendedorismo assume grande importância para o desenvolvimento social e económico do território português, de forma a fomentar a criação de emprego, da inovação, da geração de riqueza e é cada vez mais uma opção de carreira, por tornar-se uma crescente força de trabalho. Qualquer que seja o contexto territorial, o Empreendedorismo Social tem-se revelado como um novo segmento para que seja possível tornar o desenvolvimento sustentável e a distribuição da riqueza, de forma mais equilibrada, havendo quem fale numa renovação da dinâmica do terceiro setor (Quintão, 2008).

1.5. O Empreendedorismo Social na área da Saúde

O empreendedorismo na área da saúde é um conjunto de comportamentos e ideias que levam à inovação da criação e ao desenvolvimento de produtos e serviços voltados para esse setor. É necessário inovar os sistemas, desenvolver aplicativos, equipamentos e até melhorar os processos. Contudo, para que se torne um empreendimento viável e de sucesso é necessário ter uma boa gestão, construída com tecnologia adequada e manter os padrões de qualidade. Empreender na área da saúde é um campo promissor para quem quer ajudar pessoas, fazer a diferença na sociedade e ter um negócio rentável (Furtado, 2021).

A saúde é uma necessidade que deve estar sempre em primeiro lugar. Para a escolha de um bom negócio na área da saúde, é necessário escolher primariamente a área específica para trabalhar. Nas áreas mais competitivas, os serviços especializados possuem extraordinárias oportunidades quando investimos em inovação e tecnologia diferenciada. Os três aspetos mais importantes do empreendedorismo na saúde são: uma gestão eficiente, um serviço de qualidade e o feedback dos utentes para que se possa continuar a melhorar os serviços (Costa, 2017).

O desenvolvimento dos serviços de saúde tem permitido uma evolução empreendedora, quer nas instituições ou em empresas no que diz respeito ao aumento das quotas de mercado, quer no reforço das posições competitivas e na criação de novas empresas. Ao nível do setor da saúde, este tem características muito próprias que o distingue dos outros setores, pois pelo facto de lidar com a vida humana e com a doença, tem agregado a si diversas regulamentações, protocolos,

legislações e código de ética (Costa, 2017).

O bem-estar, a segurança, a estabilidade, o desenvolvimento de instituições, a competitividade das empresas e a economia, estão cada vez mais ligadas às diferentes atividades da saúde e à própria atitude empreendedora, não estando apenas associados aos proprietários ou aos administradores das empresas, mas também aos trabalhadores e à sociedade em geral (Capucha & Figueiredo, 2007).

Todas as oportunidades decorrentes de erros de mercado, mudanças de hábitos dos consumidores, da globalização e da própria evolução no que toca à saúde, gera a necessidade de uma adaptação ou mudança por parte dos empreendedores. Assim, através do empreendedorismo, a área da saúde estabelece uma rede de comunicação entre as estruturas globais e os locais com a delegação de responsabilidades, contribuindo, por um lado, para uma nova exploração e desafios com estabelecimento de parcerias e, por outro, para o desenvolvimento de novos instrumentos de apoio à implementação de ideias, reforço de estruturas e intervenções no sistema de saúde (Hisrich *et al.*, 2009).

A saúde e o bem-estar encontram-se relacionadas entre si, na medida em que a saúde contribui para melhorar o bem-estar dos indivíduos, sendo este fundamental para que a sociedade tenha saúde, não só mental e física. Quando uma pessoa passa por uma situação de doença, esta acarreta fatores e consequências negativas, o que leva à diminuição da qualidade de vida e tem um enorme impacto no bem-estar das pessoas (Nunes & Menezes, 2014).

No que se refere à prestação de serviços de saúde com vista ao bem-estar das populações, estas têm uma forte contribuição para o desenvolvimento económico e social das comunidades e dos territórios, pelo que permitem gerar novas oportunidades e impulsionar a inovação (Costa, 2017).

É importante garantir a universalidade e a equidade na prestação de serviços, fomentar a participação da sociedade e dos profissionais na organização dos serviços e, também, na prestação dos cuidados em saúde, de forma a criar impacto e a aprender a lidar com a integralidade das ações, criando espaços e formas de interação no trabalho diário (Schraiber *et al.*, 1999).

1.6. Farmácias Comunitárias e Acesso aos Medicamentos

Os farmacêuticos existem em Portugal desde 1449, sendo denominados na altura como boticários. As suas funções eram essencialmente a preparação officinal de medicamentos ou substâncias medicamentosas, conhecidas durante muitos anos como Farmácias de Oficina (Farmacêuticos, 2022).

Com o passar dos anos, o papel do farmacêutico começou a centrar-se cada vez mais no cidadão, tendo sido desenvolvidos diversos serviços de apoio direcionados às comunidades auxiliadas pelas farmácias, passando assim a usar-se com maior frequência a denominação de Farmácia Comunitária. Nos dias de hoje, são diversas as atividades exercidas pelo profissional de farmácia comunitária, podendo existir uma alteração de país para país (Farmacêuticos, 2022).

Portugal é muitas vezes identificado nos meios políticos e científicos como um dos países da Europa com um conjunto maior de serviços disponibilizado à população. Pela vasta cobertura geográfica que as farmácias têm no território nacional e pela elevada competência técnico-científica dos seus recursos humanos, estas estruturas tornaram-se parceiros essenciais para a garantia dos pilares preconizados no SNS, sendo eles a acessibilidade ao medicamento e a equidade na prestação de cuidados de saúde de qualidade a todos os cidadãos, independentemente da sua localização geográfica (Farmacêuticos, 2022).

Em diversas zonas do território nacional, as farmácias são as únicas disponíveis para prestar os serviços mais rápidos e de proximidade com a população, sendo os farmacêuticos os profissionais capazes de ajudar, para que se evitem deslocações desnecessárias a outros serviços de saúde para cuidados de saúde menores, através da dispensa ou aconselhamento sobre o uso correto de medicamentos não sujeitos a receita médica e medicamentos de venda exclusiva em farmácias. O farmacêutico tem cada vez mais um papel determinante na área da saúde pública, contribuindo também em áreas como a gestão da terapêutica, administração de medicamentos, determinação de parâmetros, identificação de pessoas em risco, deteção precoce de diversas doenças e promoção de estilos de vida mais saudáveis (Farmacêuticos, 2022).

Segundo a Portaria que estabelece o regime jurídico a que obedecem as regras de prescrição e dispensa de medicamentos e produtos de saúde e define as obrigações de informação a prestar aos utentes, à luz da jurisprudência do Tribunal de Justiça, os Estados Membros da União Europeia, podem impor as suas próprias condições e limitações, por motivos de proteção da saúde pública,

sendo que essas condições não devem restringir de forma incorreta o funcionamento do mercado interno, podendo controlar ou até impedir a venda *online* de medicamentos controlados (Portaria n.º 224/2015).

De acordo com a Portaria n.º 390/2019, de 27 de julho, em Portugal, as farmácias e os locais de venda de Medicamentos não sujeitos a receita médica (MNSRM) podem também vender à distância para o público residente em outros Estados-Membros da União Europeia, sendo a entrega efetuada nas instalações da farmácia ou do local de venda de MNSRM (Portaria n.º 390/2019, 2019).

Também de acordo com o Decreto-Lei n.º 171/2012 de 01 de agosto, a venda de medicamentos à distância tem diversas condições, sendo necessário realizar uma comunicação prévia ao Instituto Nacional da Farmácia e do Medicamento (INFARMED), indicando a data de início da atividade e do respetivo endereço da página eletrónica com as informações necessárias para a sua identificação, se aplicável, é ainda necessário comunicar a classificação dos medicamentos disponíveis para venda, devendo estes dados serem mantidos constantemente atualizados pelos seus interventores. As farmácias e os locais de venda de MNSRM nas suas páginas eletrónicas no caso de disporem de medicamentos para venda à distância devem ainda conter os dados de contacto do INFARMED, assim como uma hiperligação para a sua página eletrónica. A presença do logótipo comum concebido e definido pela Comissão Europeia deve também estar claramente visível em cada vista da página eletrónica que contenha medicamentos. É, ainda, importante que os medicamentos disponíveis para venda à distância cumpram a legislação nacional do Estado-Membro a que se destinam, nomeadamente no que respeita à obrigatoriedade de disporem de Autorização de Introdução no Mercado (AIM) no mesmo (Decreto-Lei n. 171/2012, 2012).

O Decreto-Lei que estabelece o regime jurídico das farmácias de oficina, veio inserir em Portugal um novo regime jurídico que possibilita às farmácias e aos locais de venda de MNSRM a dispensa de medicamentos ao domicílio ou através da internet. Inicialmente, a ideia foi criada para pessoas com dificuldades em deslocarem-se às farmácias, tornando-se uma ideia inovadora e de proximidade entre as farmácias e os clientes (Decreto-Lei n.º 307/2007, 2017).

No mesmo ano, a Portaria n.º 1427/2007, de 02 de novembro, veio regular as condições e os requisitos da dispensa de medicamentos ao domicílio ou através da utilização de tecnologias, mais propriamente a internet (Portaria n.º 1427/2007, 2017).

Ao nível da UE, os aspetos legais sobre o comércio eletrónico, incluindo os medicamentos sem uma diferenciação, encontram-se previstos na Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu transpostos para o Decreto-Lei n.º 7/2004, de 7 de janeiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 62/2009, de 10 de março e pela Lei n.º 46/2012, de 29 de agosto que transpõe a Diretiva n.º 2009/136/CE. No entanto, com o aumento dos casos relacionados com medicamentos falsificados, que contêm substâncias (inclusive ativas) ou em dosagem incorreta, surgiu a necessidade de, em julho de 2011, a UE reforçar a proteção de toda a população, adotando uma nova diretiva sobre medicamentos falsificados para uso humano (Paulo, 2020).

A nova Diretiva 2011/62/EU veio alterar a Diretiva 2001/83/CE, que estabelece um código comunitário relativo aos medicamentos para uso humano, mas que se centrava exclusivamente na regulamentação da cadeia de abastecimento farmacêutico legal, estabelecendo medidas conciliadas de segurança e de controlo reforçado por toda a Europa, para todos, inclusive no que diz respeito à distribuição ilegal e as vendas pela internet em páginas eletrónicas não autorizadas (EU, 2015).

Em Portugal, as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 128/2013, de 5 de setembro, veio determinar uma diferenciação entre a dispensa de medicamentos ao domicílio através da internet e a venda à distância de medicamentos ao público (Paulo, 2020).

A dispensa de medicamentos ao domicílio através da internet consiste na apresentação de um pedido, sendo limitada ao território nacional e só pode ser efetuada pelo pessoal do quadro farmacêutico ou não farmacêutico da farmácia, nas instalações desta ou no domicílio do utente, incluindo os medicamentos não sujeitos a receita médica de dispensa exclusiva em farmácia. As vendas à distância de medicamentos ao público consistem numa venda através de serviços da sociedade da informação. Entendendo-se este tipo de venda remunerada como qualquer serviço prestado à distância por via eletrónica mediante um pedido individual do destinatário (Paulo, 2020).

Em Portugal, a venda à distância de medicamentos ao público é permitida a todos os residentes nos Estados-Membros da União Europeia, aplicando-se as mesmas regras para a entrega de medicamentos, sem que, em Portugal, o Decreto-Lei n.º 307/2007, de 31 de agosto, consagrou a possibilidade às farmácias e aos locais de venda de MNSRM de dispensarem medicamentos ao domicílio e de aceitarem pedidos realizados através da internet. Para que se pudesse concretizar,

a Portaria n.º 1427/2007, de 02 de novembro, veio regular as condições e os requisitos necessários para a dispensa dos medicamentos, passando a ser possível não só a dispensa de medicamentos através da farmácia (de forma presencial), mas também ao domicílio, dando a possibilidade de o cidadão poder fazer o pedido através de uma página de internet. Assim, é exequível a dispensa de medicamentos por esta última via, necessitando apenas de fazer uma comunicação prévia ao INFARMED, identificando o endereço da página da internet ligada à farmácia. A página deve conter informações do preço dos serviços prestados com a dispensa de medicamentos e também da respetiva entrega ao domicílio, quais as formas de pagamento aceites, o tempo estimado para a entrega dos pedidos e a área geográfica que abrange (Paulo, 2020).

A entrega ao domicílio está limitada ao município da entidade prestadora do serviço e aos municípios ao seu redor. A página de internet deve ainda mencionar nome do diretor técnico da farmácia ou do responsável técnico da venda através do site. Para o transporte de medicamentos ao domicílio do cidadão são aplicadas as regras de transporte previstas nas Boas Práticas de Distribuição de Medicamentos para uso humano com as necessárias adaptações (Farmacêuticos, 2018).

A entrega ao domicílio de Medicamentos Sujeitos a Receita Médica (MSRM) pelas farmácias necessariamente obriga à apresentação da respetiva receita médica. A venda à distância de medicamentos requer determinadas condições: é necessário realizar uma comunicação prévia ao INFARMED, da data de começo da atividade e do respetivo endereço da associada ao site com todas as informações essenciais para a sua identificação, sendo que, também é obrigatório comunicar a classificação dos medicamentos disponíveis para venda. Estes elementos devem ser mantidos permanentemente atualizados pelos seus intervenientes. Os locais de venda de MNSRM nas suas páginas de internet, caso tenham medicamentos para venda à distância devem ainda conter os dados de contacto do INFARMED, assim como uma hiperligação para o seu *website* (Paulo, 2020).

No que diz respeito à compra de medicamentos *online*, tornou-se rapidamente popular, pois a sociedade vê esta evolução como uma forma mais conveniente, mais cómoda, mais rápida e menos dispendiosa para a aquisição de medicamentos, face à dispensa efetuada nas farmácias comunitárias (Bowman, 2020).

O facto de as pessoas poderem comprar *online*, faz também com que tenham menos exposição pública no ato da compra, um aumento na facilidade de acesso aos medicamentos em zonas mais isoladas ou por pessoas que, por algum motivo, não se consigam deslocar às farmácias, ou até mesmo a comodidade da entrega de medicamentos ao domicílio após o horário de funcionamento da farmácia (Paulo, 2020).

As farmácias e os locais de venda de medicamentos não sujeitos a receita médica que dispensem medicamentos solicitados através da internet ao domicílio, devem ter no seu *website* as seguintes informações (INFARMED, 2022):

- o preço dos serviços prestados relacionados com a dispensa de medicamentos e respetiva entrega ao domicílio;
- as formas de pagamento aceites e disponíveis;
- a área geográfica em que a farmácia assegura a dispensa ao domicílio;
- tempo estimado para a entrega dos medicamentos solicitados;
- indicação do nome do diretor técnico da farmácia ou do responsável técnico do local de venda de medicamentos

A legislação determina que os medicamentos devem ser entregues ao domicílio respeitando as normas de supervisão, habilitação e formação adequada à dispensa de medicamentos e respeitar as regras de transporte previstas nas Boas Práticas de Distribuição de Medicamentos. As Boas Práticas de Distribuição de Medicamentos determinam que os medicamentos devem ser transportados, de forma que (INFARMED, 2022):

- Não se perca a sua identificação;
- Não contaminem nem sejam contaminados por outros produtos ou materiais;
- Sejam adotadas precauções especiais contra o derrame, a rotura ou o roubo;
- Estejam em condições de segurança e não sejam sujeitos a condições inapropriadas de calor, frio, luz, humidade ou outros fatores adversos, nem à ação de microrganismos ou agentes infestantes.

É muito importante que os medicamentos que necessitem de controlo da temperatura durante o acondicionamento sejam transportados em condições especiais e adequadas (INFARMED, 2022).

Capítulo 2. Projeto – MediCar

2.1. Apresentação do Projeto

O projeto tem a designação de “MediCar”, que resulta da junção do prefixo ‘Medi’, alusivo a medicamento, à palavra em inglês ‘Car’, alusiva a transporte.

O objetivo principal da MediCar é prestar um serviço de apoio ao domicílio, tendo como destinatário a população residente do concelho de Beja, em particular a população mais idosa que vivencia situações de isolamento social.

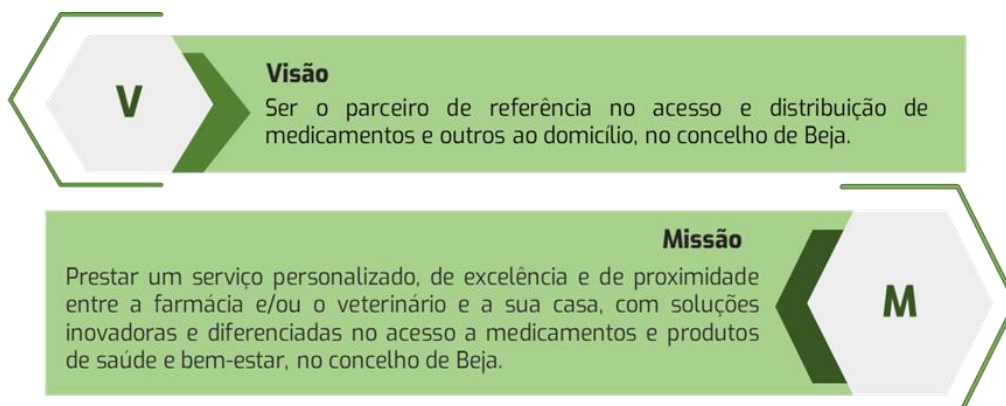
A MediCar será uma empresa, com fins lucrativos, a atuar numa atividade de cariz social. A oportunidade detetada pela empreendedora prende-se com a identificação de um problema social, designado por “isolamento social da população idosa e/ou dependente e as dificuldades sentidas por este segmento da população ao nível da proximidade e do acesso aos serviços de apoio comunitário, em particular aos serviços farmacêuticos para aquisição/compra de medicamentos e outros produtos farmacêuticos”. Detetada essa necessidade, a Medicar procura colmatar e minimizar essas dificuldades através: (1) da prestação do serviço de entrega de medicamentos ao domicílio (pelo estafeta) e (2) do contacto frequente com o cliente, de uma equipa de voluntários (via telefone ou ao domicílio).

A primeira vertente do projeto tem fins lucrativos e procura, em simultâneo, responder às necessidades desta população através da proximidade e do acesso a um serviço de apoio de saúde fundamental para o seu bem-estar e qualidade de vida. O trabalho de voluntariado é, por sua vez, um complemento de extrema importância ao serviço de apoio prestado pela equipa de saúde, sendo uma forma direta de chegar à população que vive mais isolada e que não tem possibilidade de se deslocar até à cidade. Este projeto contribui, assim, para uma sociedade mais justa e igualitária.

2.1.2. Visão, Missão e Valores

A MediCar tem uma visão e uma missão definidas como qualquer outra organização, conforme se pode observar na Figura 1.

Figura 1 - Visão e Missão da MediCar

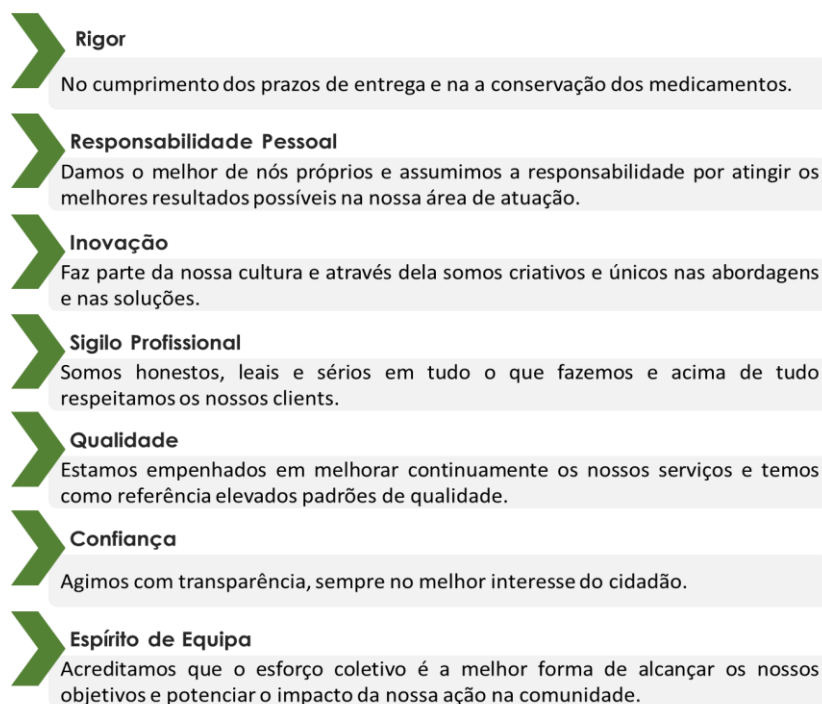


Fonte: Elaboração própria

Os valores da MediCar são os princípios que regem a sua missão, visão, cultura organizacional e compromisso com os seus clientes, neste caso, com a população do concelho de Beja. São a motivação, o direcionamento, o posicionamento, o agir com foco nos objetivos e com ética. É a partir deles que se estabelece como uma organização quer ser vista e como será a participação de todos os seus integrantes, que deverão guiar as suas atitudes e decisões com base neles.

A MediCar rege-se por sete valores primordiais, apresentados na Figura 2.

Figura 2 - Valores da MediCar



Fonte: Elaboração própria

2.1.3. Objetivos estratégicos

Para alcançar a sua missão, a MediCar propõe-se a alcançar os seguintes objetivos estratégicos:

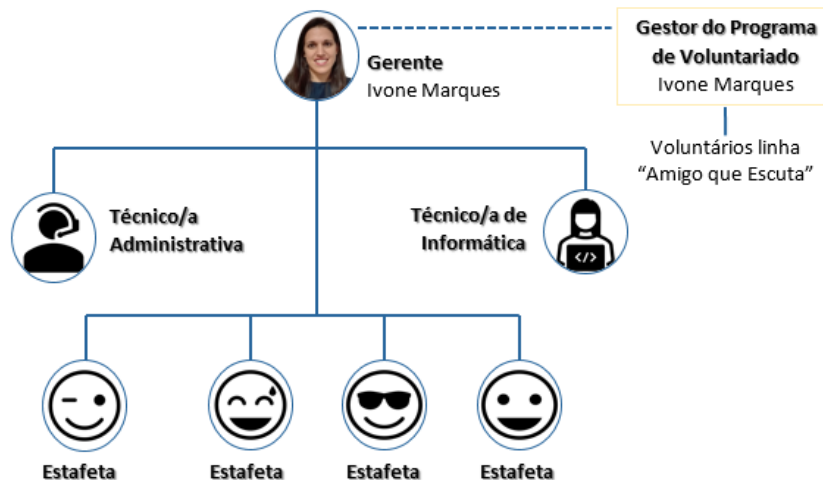
1. Promover a acessibilidade a medicamentos e a produtos de saúde e bem-estar, bem como a sua sustentabilidade;
2. Envolver o cidadão, profissionais de saúde e parceiros;
3. Supervisionar e reforçar as condições de transporte dos medicamentos e produtos de saúde e bem-estar;
4. Criar valor para o concelho de Beja, apoiando a inovação na área da saúde;
5. Promover a excelência e a sustentabilidade ambiental, utilizando veículos elétricos;
6. Satisfazer as necessidades da população que vive em zonas rurais fisicamente isoladas;
7. Promover o contacto com a comunidade e com os serviços de apoio.

2.1.4. Estrutura

A estrutura inicial da MediCar é constituída por um Gerente, um Técnico de Informática, um Técnico Administrativo e dois Estafetas. Para esta última função, após a implementação do projeto, ou seja, durante o segundo ano, prevê-se um aumento do efetivo para três funcionários e para os dois anos seguintes um efetivo de quatro estafetas.

O organograma da organização pode ser verificado na Figura 3.

Figura 3 - Organograma da MediCar



Fonte: Elaboração própria

2.1.5. Descrição do serviço prestado

O serviço prestado pela MediCar centra-se na entrega ao domicílio de medicamentos e outros produtos vendidos nas farmácias, parafarmácias (cosméticos, entre outros) e clínicas veterinárias. Este serviço é prestado através de parcerias entre as farmácias, seguradoras, clínicas veterinárias, Câmara Municipal, Juntas de Freguesias do concelho e a equipa do projeto.

Existem diversas formas de aceder ao serviço, sendo que os pedidos podem ser efetuados através de aplicação de telemóvel, com leitura do código QR das receitas, transmitindo assim um código com a informação dos medicamentos a comprar. Existem ainda mais duas possibilidades de aquisição de medicamentos, podendo ser feitas através do *website* da MediCar, ou através da via telefónica (principalmente para utilização das pessoas mais idosas).

As entregas serão realizadas por estafetas, em que o serviço se encontra disponível 24 horas por dia. Inicialmente, está previsto que o projeto seja iniciado apenas no concelho de Beja, com a eventual possibilidade de alargamento aos concelhos vizinhos, à medida que for possível (em termos de investimentos).

2.2. Análise de mercado

Relativamente ao mercado, importa caracterizar o perfil do potencial cliente, bem como quantificar a sua dimensão, de forma a perceber o potencial de procura e aferir os que representam mais concorrência de serviços.

O mercado corresponde ao concelho de Beja conta com 33.400 habitantes, segundo os Censos de 2021 (INE, 2021). Embora todos os habitantes tenham a possibilidade de acesso ao serviço, não será expectável que todos o venham a utilizar. Ainda assim, existe potencial para crescimento neste mercado, sendo que o maior potencial de crescimento depende da possibilidade de alargamento do serviço aos concelhos vizinhos. Para além da entrega de medicamentos, a entrega de outros produtos, como cosméticos ou produtos naturais, bem como medicamentos e produtos de veterinária, também têm potencial para ir sendo alargada ao longo do tempo.

O mercado, em termos de fornecedores principais, é composto por nove farmácias da cidade de Beja e as duas parafarmácias Wells, sendo de referir que, existem também extensões das farmácias em algumas das freguesias fora da cidade. Inicialmente, será fundamental estabelecer parcerias com estes estabelecimentos, sendo necessário negociar as comissões a cobrar por cada

tipo de produto.

A pesquisa de mercado relativa a potenciais clientes seria feita por meio da criação de uma página *web* de divulgação, através da qual se iriam realizar as primeiras vendas. Para além deste meio, as instituições parceiras (farmácias, Juntas de Freguesia, entre outras) seriam também responsáveis pela divulgação da informação e potencial angariação de clientes.

Em Portugal, a maior parte das Seguradoras e alguns Planos de Saúde já prestam serviço de entrega de medicamentos ao domicílio. O projeto MediCar representa uma oportunidade, uma vez que pretende estabelecer parcerias e protocolos com seguradoras que operam em Beja. Assim, a MediCar será a escolha, no que toca à entrega de medicamentos, pelos beneficiários dessa cobertura de seguro.

2.3. Concorrência

Existem no mercado algumas entidades que podem ser concorrentes ou parceiros de negócio. Desta forma, importa conhecer melhor estes potenciais concorrentes e a forma como o serviço da MediCar pode posicionar-se estrategicamente.

São concorrentes diretos, as próprias farmácias existentes na cidade, na medida em que são as principais vendedoras de medicamentos. Ainda assim, verifica-se que a maioria destas não procede a entregas ao domicílio, pelo que, neste canal, não se identificam concorrentes diretos.

Como concorrentes indiretos, contamos com as empresas de vendas por catálogo ou as vendas *online* se produtos de parafarmácia, cosmética ou de MNSRM. No Quadro 1 apresentam-se as Vantagens e Desvantagens identificadas face à concorrência.

Quadro 1 - Vantagens e Desvantagens face à concorrência

VANTAGENS	DESVANTAGENS
<ul style="list-style-type: none">• Entregas ao domicílio a qualquer hora;• Não há necessidade de o cliente sair de casa para adquirir os produtos;• Processo de venda simplificado, seja através do envio da receita médica, seja através da seleção de produtos disponíveis na base de dados (campo de pesquisa), através da aplicação móvel ou da plataforma <i>web</i>;• Possibilidade de deixar feedback sobre o serviço prestado, que pode contribuir para a credibilidade do mesmo;• Possibilidade de subcontratação de entregadores em prestação de serviços;• Entrega do comprimido único, sem necessidade de compra de embalagens completas;• Possibilidade de entrega de embalagens personalizadas para os utilizadores que o requeiram;• A possibilidade de recolha de medicamentos com prazo de validade ultrapassados gratuitamente no mesmo serviço;• A utilização de meios de transporte elétricos e embalagens ecológicas;• Linha de apoio ao cliente “o amigo que escuta”.	<ul style="list-style-type: none">• Comissão sobre a prestação do serviço, que pode tornar o preço mais elevado e diminuir a procura;• Existência de uma rede de oferta direta relativamente grande, que pode constituir-se como concorrência;• Limitada possibilidade de inovação e diferenciação, face às características do próprio serviço.

Fonte: Elaboração própria

2.4. Plano de Marketing

Ao nível do marketing é fundamental definir o posicionamento da organização e caracterizar as variáveis do marketing-mix, que permitirão definir as estratégias a adotar. É também indispensável projetar as vendas esperadas, de forma a compreender como poderá evoluir o mercado e conseqüentemente, a própria organização.

2.4.1. Posicionamento do produto

O posicionamento do produto engloba duas características complementares, a identificação e a diferenciação. No caso da diferenciação, há três fatores que devem ser tidos em conta: (1) as expectativas dos consumidores, (2) o posicionamento dos produtos concorrentes, e (3) os potenciais benefícios do nosso serviço face à concorrência.

No caso da MediCar, o posicionamento terá de ser definido em função do cliente tipo, a população idosa, sem carta de condução, ou pessoas com pouca disponibilidade horária para se deslocarem aos locais de venda. Dando destaque aos seus valores, a MediCar procura definir o seu posicionamento através da qualidade, rigor, inovação, confiança, sigilo profissional, responsabilidade pessoal e espírito de equipa. É através destes atributos que a organização se pretende posicionar na mente dos consumidores e diferenciar-se dos seus potenciais concorrentes.

2.4.2. Marketing-Mix

Para concretizar o posicionamento, é fundamental trabalhar as quatro variáveis do marketing-mix de qualquer organização: (1) produto, (2) preço, (3) distribuição e (4) comunicação.

O produto tem uma grande dependência das parcerias que se conseguem estabelecer, neste caso os medicamentos e os produtos vendidos nas farmácias e/ ou clínicas veterinárias. Tais como, os medicamentos disponibilizados mediante receita médica, os medicamentos vendidos sem receita médica, os produtos de cosmética, os produtos para bebé e outros produtos similares, e ainda os medicamentos outros produtos para animais.

O serviço a prestar corresponde ao levantamento das receitas (dados cedidos previamente pelo cliente – receita *online*) e/ou aquisição dos produtos nos estabelecimentos farmacêuticos e entrega ao domicílio. Como o serviço se encontra nas plataformas eletrónicas, facilita o acesso a partir de qualquer local e a qualquer momento.

O preço tem de ser definido a partir de uma base já fixada (o preço oficial dos produtos), sendo cobrada uma taxa fixa ao cliente ou aos parceiros de negócio, no caso das seguradoras.

Relativamente à distribuição, esta seria realizada inicialmente através do pedido na aplicação móvel, no *website* ou via telefone e, posteriormente, a prestação do serviço por parte da MediCar, através da recolha nos parceiros de negócio e da entrega ao domicílio.

A comunicação ajuda a definir como estabelecer relacionamentos com os potenciais clientes. Estes podem ser pessoais (interação) ou *self-service*, em que são fornecidos todos os meios

necessários para que o cliente consiga adquirir os produtos de forma facilitada. A comunicação da organização passa pela transmissão dos seus valores aos seus potenciais clientes.

Os principais meios de comunicação da MediCar passariam por ser as redes sociais, o *website* e publicidade nas farmácias, parafarmácias e clínicas veterinárias. Para a sua promoção, foi desenvolvido um logótipo com o objetivo de identificar a marca e divulgar a ideia da organização, contendo também um *slogan* apelativo, como podemos observar na Figura 4. O *slogan* “Pela sua saúde vamos ao seu encontro”, pretende cativar a atenção dos potenciais clientes através de uma alusão aos valores da organização, como a responsabilidade, a qualidade ou a confiança.

Figura 4 - Logótipo e slogan da MediCar



Fonte: Elaboração própria

Para os indivíduos que necessitam de um atendimento com mais proximidade, a comunicação pode ainda ser assegurada através do telefone, diferenciando-se por um serviço de excelência junto do cliente.

2.5. Exequibilidade ao nível das operações

Para além da exequibilidade do marketing, é essencial assegurar a exequibilidade ao nível das operações da organização. Para o fornecimento do serviço, é necessário recorrer a duas motas elétricas para fazer as entregas ao domicílio. As entregas ao domicílio funcionam consoante o número de pedidos ao longo do dia, sejam eles através do *site* da MediCar, da aplicação móvel ou via telefone. As duas motas elétricas asseguram a capacidade de resposta aos pedidos sendo fundamentais quando se trata de entregas para fora da cidade. Caso as distâncias sejam perto do

local de recolha, existe a possibilidade de as mesmas serem feitas a pé.

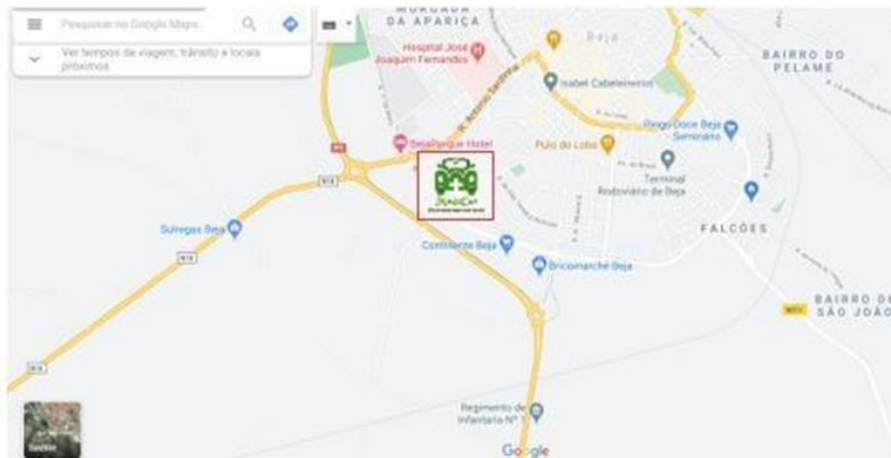
A aplicação móvel e o *website* serão desenvolvidas, no sentido de facilitar o acesso ao serviço. A criação de uma conta de utilizador nestes meios facilitará a prestação do serviço, bem como o controlo da informação e do histórico de cada cliente, o que será útil para ambas as partes.

Todas estas funcionalidades centram-se na evolução tecnológica, quer ao nível das motas elétricas, quer através da aplicação. O carregamento das motas elétricas será feito em dispositivo próprio a adquirir, que permite a carga completa em cerca de 1 hora. Uma carga permite realizar deslocações de cerca de 100 km.

2.6. Localização

A localização deverá ser central, relativamente ao território abrangido (concelho), por forma a minimizar os custos com as deslocações. Na sequência da assinatura de um protocolo com a Força Aérea Portuguesa, a MediCar terá acesso a um espaço localizado no Bairro Residencial da Força Aérea, 7800-399 Beja (Figura 5), por um valor de aluguer bastante razoável comparativamente ao normal solicitado na região (100€/mês).

Figura 5 - Mapa de localização da MediCar



Fonte: Google Maps

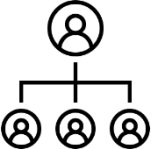
2.7. Gestão de Recursos Humanos



2.7.1 Perfil dos Recursos Humanos


Para a realização das entregas será necessário contratar estafetas, que no início do projeto serão somente dois, cuja previsão de número de efetivos é que este sofra um aumento para quatro, conforme a procura. Inicialmente, os estafetas poderão ser contratados em regime de prestação de serviços. Ainda assim, existe a hipótese de estabelecer contratos a termo certo, quando o volume de vendas assim o exigir.

No quadro seguinte (Quadro 2), irá ser apresentado o perfil de competências, bem como uma breve descrição das funções de cada um dos colaboradores da MediCar.

Quadro 2 - Perfil de competências dos Recursos Humanos (RH)

DESIGNAÇÃO DA FUNÇÃO	PRINCIPAIS TAREFAS E RESPONSABILIDADES	PERFIL DE COMPETÊNCIAS
<p>GERENTE (1)</p>  <pre>graph TD; G((GERENTE)) --- L1[]; L1 --- F1(()); L1 --- F2(()); L1 --- F3(())</pre>	<p>Decisão de aquisição de materiais e equipamentos; Estabelecer parcerias; Gestão de clientes e fornecedores Gestão financeira; Gestão de equipa; Avaliar a satisfação dos clientes. Definir o plano de ação; Gerir e planejar a formação; Gestão de horários e escalas de serviço; Dar feedback.</p>	<p>Competências Transversais: Assiduidade; Respeito e empatia para com o cliente; Cooperação e trabalho em equipa; Comunicação assertiva; Ser autónomo e responsável. Ética profissional.</p> <p>Competências Específicas: Bom relacionamento interpessoal; Liderança e gestão de equipas; Tomada de decisão; Contabilidade e Finanças; Capacidade de negociação; Ter iniciativa e pensamento estratégico.</p>

<p style="text-align: center;">TÉCNICO/A DE INFORMÁTICA (1)</p> 	<p>Desenvolvimento e manutenção do <i>website</i> e da aplicação móvel; Gestão de conteúdos e atualização de redes sociais; Marketing digital; Configuração e programação do sistema informático da MediCar; Assistência técnica aos equipamentos informáticos; Montagem e instalação de computadores; Instalação e manutenção de <i>hardware</i> e <i>software</i>; Colaboração no desenvolvimento dos objetivos propostos.</p>	<p>Competências Transversais: Assiduidade; Respeito e empatia para com o cliente; Cooperação e trabalho em equipa; Comunicação assertiva; Ser autónomo e responsável. Ética profissional.</p> <p>Competências Específicas Formação académica na área de informática ou similar; Conhecimento de linguagem de programação web; Criatividade; Experiência profissional; Capacidade de resolução de problemas informáticos.</p>
<p style="text-align: center;">TÉCNICO/A ADMINISTRATIVO/A (1)</p> 	<p>Apoio aos clientes; Atendimento telefónico; Receção e gestão do <i>e-mail</i>; Gestão dos pedidos, contacto com fornecedores e entrega do serviço aos estafetas; Gerir e manter atualizada a base de dados de clientes; Gerir as férias e faltas dos RH; Apoio ao processamento salarial e área financeira; Distribuição de rotas</p>	<p>Competências Transversais: Assiduidade; Respeito e empatia para com o cliente; Cooperação e trabalho em equipa; Comunicação assertiva; Ser autónomo e responsável. Ética profissional.</p> <p>Competências Específicas: Conhecimentos informáticos na ótica do utilizador; Organização; Atenção ao detalhe; Experiência em atendimento; Capacidade de comunicação e relacionamento com o cliente; Inteligência emocional.</p>

<p style="text-align: center;">ESTAFETA (2)</p> 	<p>Responsável pela condução, e limpeza da mota; Recolha dos pedidos nos parceiros e entrega ao cliente, no domicílio; Gestão e análise das rotas; Garantir o bom acondicionamento e condições de transporte dos produtos.</p>	<p>Competências Transversais: Assiduidade; Respeito e empatia para com o cliente; Cooperação e trabalho em equipa; Comunicação assertiva; Ser autónomo e responsável. Ética profissional.</p> <p>Competências Específicas: Estar habilitado com carta de condução: categoria A e/ou B; Experiência na condução de veículos; Resistência ao <i>stress</i>; Bom conhecimento da zona das rotas.</p>
--	---	---

Fonte: Elaboração própria

2.7.2. Recrutamento e Seleção

O processo de recrutamento da MediCar pretende atrair pessoas motivadas e envolvidas com a causa e identificar os candidatos que poderão estar mais enquadrados e comprometidos com a missão do projeto. O recrutamento inicia com a descrição das atividades que serão desenvolvidas por cada função, identificadas no Quadro 2, no ponto 2.7.1. Identificado o perfil desejado, devem definir-se os meios através dos quais serão divulgadas as vagas e a forma de receção de candidaturas.

As ofertas de emprego serão divulgadas nos mais diversos canais de comunicação, nomeadamente através de: publicidade nas farmácias, redes sociais e *site*; e divulgação de ofertas de emprego no centro de emprego, escolas de condução; farmácias, supermercados, redes sociais e *website*.

A candidatura pode ser feita diretamente no *site*, onde é feita a divulgação da oferta, o candidato faz o seu registo e anexa o seu *Curriculum Vitae* e respetivos certificados. Caso o candidato não tenha possibilidade de o fazer por essa via, deve enviar a sua candidatura por carta, para a morada da MediCar ou proceder à entrega em mãos.

Em todo e qualquer processo de recrutamento não deve haver espaço à discriminação de género,

condição física, idade, raça ou outra não identificada. O critério de pré-seleção que se deve ter sempre por base e o requisito mais importante é a adequação do colaborador ao desempenho da cada função, em representação da MediCar. Após a identificação dos candidatos mais ajustados, segue-se a fase de entrevista que antecede a seleção do candidato.

2.7.3. Formação

Na MediCar valoriza-se o desenvolvimento dos colaboradores e aposta-se na sua formação, recorrendo à realização de diversas formações promovidas pelo IIEFP de forma gratuita, não só com vista ao cumprimento da obrigatoriedade legal constante na Lei n.º 7/2009 de 12 de fevereiro, alterada pela Lei 93/2019 de 4 de setembro no n.º 2 do artigo 131, mas também da capacitação do capital humano.

Estas ações podem ser realizadas através do IIEFP ou de qualquer outra entidade certificada, que promova ações de formação gratuitas de desenvolvimento pessoal e profissional e que possam contribuir para o Reconhecimento de Revalidação de Competências dos/as colaboradores/as, de acordo com os referenciais do Catálogo Nacional de Qualificações.

2.7.4 Avaliação de Desempenho

A avaliação de desempenho será realizada anualmente a todos os colaboradores com recursos à aplicação de um questionário de avaliação da satisfação de clientes e parceiros. O questionário pode ser enviado via digital e/ou preenchido logo após a entrega dos medicamentos, com base na avaliação de todo o serviço prestado.

A avaliação será feita numa escala de 1 a 10, na qual 1 representa extremamente insatisfeito e 10, extremamente satisfeito.

O cliente avalia: O atendimento; O tempo de espera (entre o pedido e a entrega); O estado de conservação dos medicamentos/produtos; O estafeta.

O parceiro avalia: O tempo de espera entre a encomenda e a recolha; O atendimento; O estafeta.

2.7.5 Gestão de pessoas em teletrabalho

Tendo em conta a situação pandémica que assola o planeta, o regime de teletrabalho veio para ficar e na MediCar acredita-se que, independentemente de qualquer organização ter que ter

definidos planos de contingência em caso de infeção por SARS-COV-2, é essencial que esteja previsto um regime híbrido de trabalho (*home office + office*), permitindo aos colaboradores flexibilidade na escolha.

Apesar de este não ser um serviço que dependa de presença a 100%, na MediCar existe um manual com medidas a adotar, caso haja necessidade de desempenhar as funções em teletrabalho, sendo aplicável a todas as funções exceto aos Estafetas.

2.8. Programa de Voluntariado

A MediCar aceita e encoraja o envolvimento de voluntários para o Serviço de Apoio de Voluntariado, através de uma linha telefónica de apoio psicológico, onde todos são incentivados a prestar auxílio a este nível aos clientes e beneficiários da MediCar, que se sintam mais isolados, ajudando assim a região e a população que se encontra mais afastada da cidade de Beja. Através da participação voluntária dos cidadãos da comunidade local, são atingidos os objetivos referentes ao serviço de apoio psicológico, com vista à identificação de situações de risco, provenientes do isolamento rural e social.

O serviço de Apoio Psicológico é disponibilizado aos clientes MediCar, através de uma parceria com o USLBA, que cede para o efeito um/a Psicólogo/a. Este serviço permite ao Centro de Saúde identificar sujeitos em situação de risco de isolamento rural e social e os voluntários da MediCar representam o veículo para essa realidade, no sentido de fazer a triagem, identificação e sinalização dessas pessoas ao Psicólogo (inscrito na Ordem dos Psicólogos e detentor de cédula profissional).

O papel dos voluntários não será o de prestação de apoio psicológico (a não ser que detenham certificação para o efeito), mas sim de ser alguém que visita e liga aos idosos a perguntar como se sentem, se têm saído de casa, entre outros, tentando ser “Um amigo que escuta”, mas que também como amigo deve estar atento aos sinais que podem surgir (instruídos pelo/a Psicólogo/a), a fim reportar a situação ao/à Psicólogo/a para posterior intervenção com os idosos. Ou seja, os voluntários farão apenas o contacto e acompanhamento no sentido de promover a socialização e o sentimento de bem-estar das pessoas que se encontrem isolados dos meios urbanos.

Na eventualidade do voluntário deter tal licença ou certificação, deve entregar uma cópia aos serviços administrativos da MediCar, a fim de completar o seu processo individual e, caso o gestor de voluntariado assim o entenda, poderá ser criado um outro perfil de voluntário mais

ajustado a essa realidade. O Regulamento Interno do Programa de Gestão de Voluntariado da MediCar também já se encontra elaborado com toda a política definida.

2.9. Plano Financeiro e orçamento (previsão)

2.9.1. Caracterização Jurídica

A MediCar será uma organização que se enquadra juridicamente como uma cooperativa, porque é uma associação autónoma de pessoas que se unem voluntariamente, para satisfazer necessidades sociais através da criação de uma empresa de propriedade comum e democraticamente gerida. Tem um número ilimitado de cooperadores, capital social variável e duração indefinida. O setor cooperativo compreende diversos ramos de atividade, no caso da MediCar, no âmbito da prestação de serviços. Tendo por base um conjunto de princípios cooperativos, universalmente aceites, é promotora da igualdade, do desenvolvimento comunitário e do bem-estar social.

2.9.2. Caracterização das atividades a desenvolver (descrição e quantificação)

O objetivo principal é a prestação de um serviço de entrega ao domicílio de medicamentos e/ou outros produtos à venda nas farmácias/parafarmácias e ainda, clínicas/hospitais veterinários, tendo como público-alvo, a população do concelho de Beja. A fonte de rendimento advém da cobrança de taxas de entrega associadas a medicamentos, outros produtos, colaboração com seguradoras e produtos/medicamentos de veterinária.

A atividade desenvolvida é estabelecida através de parceria entre a MediCar e as farmácias, parafarmácias, seguradoras e veterinárias, tendo ainda o apoio tanto da Câmara Municipal de Beja, Unidade de Saúde do Baixo Alentejo e Juntas de Freguesias envolvidas.

2.9.3. Recursos técnicos e investimentos necessários

A MediCar necessita de recursos técnicos e alguns investimentos, conforme se pode observar no Quadro 3.

Quadro 3 - Análise dos recursos técnicos e investimentos necessários

CONSTITUIÇÃO, FORMAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS E CONSULTORIA	<ul style="list-style-type: none">• Custos administrativos e legais de constituição jurídica;• Formação de rh;• Licenças de <i>software</i>.
INSTALAÇÕES	<ul style="list-style-type: none">• Obras de adaptação/modernização: administrativo.
EQUIPAMENTOS ADMINISTRATIVOS/GESTÃO	<ul style="list-style-type: none">• Mobiliário (mesas e cadeiras);• Equipamento informático (computadores);• Equipamento de impressão;• Material de comunicação (telemóveis).
EQUIPAMENTOS DE DISTRIBUIÇÃO/TRANSPORTE	<ul style="list-style-type: none">• Motos elétricas com capacete;• Mala de transporte para os medicamentos.

Fonte: Elaboração própria

2.9.4. Orçamento de investimentos necessários

O total do investimento necessário será de 9150€ no ano 0, ano anterior ao da Demonstração de Resultados, por forma a garantir que após essa linha de tempo, a organização esteja em condições de iniciar a sua atividade.

Relativamente ao cronograma de investimento, a MediCar tem previsto para:

O ano de 2023, a previsão de investimento para o 1.º ano associado à constituição da empresa, aquisição de material, equipamentos e outros;

Para 2024, o arranque do projeto.

Tabela 1 - Cronograma de investimento da MediCar

INVESTIMENTO	SET 23	OUT 23	NOV 23	DEZ 23
Constituição da empresa	1400€			
Formação RH	600€			
Equipamento básico e administrativo (mobiliário, equipamento informático e de impressão e telemóveis)			3450€	
Licenças de software			500€	
Obras de adaptação/ modernização		500€	500€	
Equipamento distribuição/ transporte				2200€
Total do Investimento	2000€	500€	4450€	2200€

Fonte: Elaboração própria

Para financiamento do investimento pretende recorrer-se a um subsídio público de apoio à criação de emprego (5.000€) e com recurso a capitais próprios (co investidor – 4.150€).

2.9.5. Orçamento de exploração

A caracterização e valorização dos rendimentos a gerar pela atividade passam por ser as taxas de cobrança pela prestação de serviços resultante de parceria com farmácias, parafarmácias, seguradoras e veterinárias:

- Entrega de medicamentos = 3€
- Entrega de outros produtos = 3€
- Às seguradoras para entrega de medicamentos = 4€
- Produtos de veterinário = 3€

Assim, tendo em conta que o serviço funciona 24H por dia, todos os dias do ano, prevê-se que aplicando as taxas acima descritas se faça uma taxa de entrega da seguinte forma:

- 40 medicamentos x 365 = 14600 entregas
- 28 outros produtos x 365 = 10220 entregas

- 13 entregas cobradas às seguradoras x 365 = 4745 entregas
- 9 entregas de produtos de veterinária x 365 = 3285 entregas

Tabela 2 - Rendimentos de exploração da MediCar

	VALOR				
PRODUTOS E SERVIÇOS:	2024	2025	2026	2027	2028
Atividade em quantidades:					
Taxa de entrega de medicamentos	14 600	18 250	21 535	23 689	25 110
Taxa de entrega de outros Produtos	10 220	12 775	15 202	17 027	18 389
Taxa de entrega seguradora	4 745	5 457	6 112	6 732	7 261
Taxa de entrega produtos de Veterinária	3 285	3 942	4 533	5 077	5 585

Fonte: Elaboração própria

Prevê-se, ainda, um aumento de entregas do primeiro para o segundo ano entre os 15% e os 25%, aumento esse que irá diminuindo ao longo do tempo, variando entre 3% e 8% em 2028.

2.10. Impacto socioeconómico

O impacto socioeconómico do projeto antevê-se relativamente reduzido, uma vez que se trata de uma microempresa, cujo aumento de postos de trabalho se prevê que venha a ser baixo.

Relativamente às parcerias, estas são a base do negócio, uma vez que a distribuição dos medicamentos dependerá do seu fornecimento por parte dos parceiros. Também o desenvolvimento do *website* e aplicação móvel poderão ser conseguidos com uma parceria com a ESTIG do Instituto Politécnico de Beja, para integração de estagiários dos cursos de Informática e de Tecnologias *Web* e Dispositivos Móveis.

No que concerne ao potencial de crescimento, a expansão dos serviços de entrega de medicamentos e produtos de veterinária, para a área dos cosméticos, produtos naturais, para bebé e produtos para animais, assegurará uma primeira fase de consolidação da empresa. Posteriormente, há potencial para alargar os serviços a outros concelhos, permitindo a

escalabilidade da MediCar.

Para a análise do impacto económico, definiram-se seis variáveis, tal como se pode observar no Quadro 4.

Quadro 4 - Análise do impacto económico da MediCar

VARIÁVEL	FORMA DE VERIFICAÇÃO
1. Produção e/ou distribuição de bens e serviços	Entrega ao domicílio de medicamentos na área, em troca de um valor/taxa fixa.
2. Criação de emprego	Criação de 5 a 7 postos de trabalho.
3. Distribuição de rendimentos	Rendimentos para a empresa e colaboradores.
4. Satisfação de necessidades de consumo	Resposta às necessidades essenciais da população, que não têm meios de se deslocar às farmácias, por se encontrarem em isolamento rural.
5. Geração de poupanças e investimentos	<u>Investimento</u> : Com o aumento de lucro da empresa, possibilidade de alargamento para outras zonas da região e aquisição de mais motas/estafetas. <u>Poupança</u> : Motas elétricas (consumos); Escritórios (trabalhar em casa).
6. Articulado com:	Troca de serviços com parceiros:
6.1 Economia da dádiva/reciprocidade	Parcerias com seguradoras (para prestarem este serviço através da MediCar); Voluntariado.
6.2 Economia de mercado	Mercado em procura, pois não existe muita oferta deste tipo de serviços, exceto de algumas seguradoras e que acarreta uma despesa fixa mensal.
6.3 Economia da redistribuição de recursos	Rede de redistribuição de produtos já disponibilizados em farmácias e parafarmácias.

Fonte: Elaboração própria

Após a validação das variáveis definidas para a dimensão económica, pode concluir-se que este projeto garante a segurança económica, pelo que se verificou o seguinte:

- a) Quanto maior a distribuição de medicamentos/produtos, maior a margem de lucro/rentabilidade do negócio;
- b) Inicialmente, é criado um número reduzido de postos de trabalho, cujo aumento acompanha o crescimento do negócio;

- c) O potencial de crescimento depende da possibilidade de alargamento do serviço aos concelhos vizinhos. Para além da entrega de medicamentos, prevê-se a entrega de outros produtos, como cosméticos ou produtos naturais, com vista a potencializar o negócio;
- d) Parcerias são a base da sustentabilidade económica, na medida em que são o veículo que garante que chegamos ao cliente;
- e) No início, as motas elétricas adquiridas são um investimento, contudo a longo prazo tornam-se uma poupança, existindo assim um retorno do investimento inicial.

A Tabela 3 apresenta a demonstração dos resultados económicos. De acordo com a demonstração de resultados, prevê-se que seja um projeto rentável, em que, no primeiro ano de atividade, devido aos investimentos realizados, tenha um prejuízo de 2.140€. A partir daí haverá um crescimento das receitas, obtendo-se resultados positivos logo no segundo ano, o que permitirá também fazer a MediCar crescer.

Tabela 3 - Demonstração de resultados previsional

	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Vendas e serviços prestados	103295,00	126728,00	148257,89	164267,81	176292,56	184684,10
Subsídios à Exploração						
Variação nos inventários da produção						
CMVMC	0	0	0	0	0	0
Fornecimento e serviços externos	9240,00	9424,80	9613,30	9805,56	10001,67	10201,71
Gastos com o pessoal	93824,10	112187,31	131567,87	135514,91	139580,36	145431,40
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	0	0	0	0	0	0
Provisões (aumentos/reduções)						
Outros rendimentos e ganhos						
Outros gastos e perdas						
EBITDA (Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos)	230,90	5115,89	7076,72	18947,34	26710,53	29051,00
Gastos/reversões de depreciação e amortização	2243,33	2310,00	2376,67	1610,00	310,00	220,00

Imparidade de ativos depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)						
EBIT (Resultado Operacional)	-2012,43	2805,89	4700,05	17337,34	26400,53	28831,00
Juros e rendimentos similares obtidos	0,00	18,57	62,95	182,96	337,36	494,27
Juros e gastos similares suportados	127,96	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS	-2140,39	2824,45	4763,00	17520,30	26737,89	29325,27
Imposto sobre o rendimento do período	0,00	171,02	1190,75	4380,08	6684,47	7331,32
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	-2140,39	2653,44	3572,25	13140,23	20053,42	21993,95

Fonte: Elaboração própria com recurso ao ficheiro base do IAPMEI

No Quadro 5 são identificadas as variáveis de impacto social e as respetivas formas de verificação.

Quadro 5 - Análise do impacto social da MediCar

VARIÁVEL	FORMA DE VERIFICAÇÃO
Criação de empregos (indivíduos que estão fora do mercado de trabalho)	Recurso ao IEFP para apoio à contratação de desempregados de longa duração e/ou em situação de desemprego há mais de 6 meses, inscritos em Beja - estágios profissionais para a ESTIG (informática).
Satisfação das necessidades básicas	O envelhecimento da população proporciona um aumento de doenças e consequentemente o uso de medicamentos
Promoção da igualdade de oportunidades	Igualdade de acesso aos medicamentos por toda a população.
Promoção do desenvolvimento de iniciativas de luta contra a pobreza e a exclusão social	Este é um projeto que vai ao encontro das necessidades básicas da população, bem como da prevenção da exclusão social ao nível da saúde.

Fonte: Elaboração Própria

As variáveis de impacto social permitem concluir que a MediCar irá contribuir para a coesão social, através de: a) Diminuição da taxa de desemprego; b) Combate ao isolamento que, devido à atual pandemia, potenciou a necessidade e a procura pelo serviço, promovendo a saúde e bem-estar da população; c) Serviço de emergência social para quem não tem mesmo possibilidade de sair de casa, ou a entrega de medicamentos que estejam em condição de ser redistribuídos gratuitamente a famílias carenciadas.

Capítulo 3. Metodologia do Estudo

O presente estudo definiu como objetivo de investigação compreender a importância do Projeto MediCar para o desenvolvimento comunitário do concelho de Beja. Para o efeito, foram aplicados questionários à população do concelho de Beja e aos potenciais parceiros do projeto.

O presente capítulo começa por apresentar o problema e a estratégia de investigação, assim como os procedimentos de recolha e tratamento de dados adotados neste estudo para responder à pergunta de partida e aos objetivos do estudo. A identificação da população-alvo, os procedimentos de seleção da amostra, assim como as questões éticas do estudo são pontos discutidos neste capítulo.

3.1 Problema de Investigação

O avançar da idade não é apenas uma questão demográfica, trata-se também de uma questão social e política. Na mensagem deixada por Kofi Annan (2006) foi enfatizado o investimento num processo de envelhecimento produtivo, ativo e saudável. O autor fez um apelo a todas as comunidades para que estas trabalhem em prol de políticas e programas suscetíveis de permitir que as pessoas idosas vivam num ambiente que melhore as suas capacidades, promova a sua independência e lhes proporcione apoio e cuidados adequados, à medida que vão envelhecendo.

No concelho de Beja, a maioria da população idosa, para além das debilidades ao nível da situação de saúde, não tem forma de se deslocar com grande frequência à cidade, por diferentes motivos: por não possuírem carta de condução ou carro próprio; pela redução de horários na rede de transportes públicos da região, contando somente com a alternativa de utilizar o serviço de táxis, o que acaba por ser mais dispendioso inatingível para quem vive de reformas mínimas (Figueira, 2019).

O Projeto Medicar surge, assim, com a finalidade de suprir estas dificuldades através da prestação de um serviço de entrega ao domicílio de medicamentos e de outros produtos à venda nas farmácias ou parafarmácias, e ainda de medicamentos e produtos veterinários, tendo como público-alvo a população do concelho de Beja.

Tendo como foco o problema social de isolamento social da população idosa e/ou dependente, a MediCar pretende minimizar as dificuldades sentidas ao nível da acessibilidade e proximidade

dos serviços de apoio através de duas formas: da prestação do serviço de entrega de medicamentos ao domicílio pelo estafeta em articulação com uma equipa de voluntários; e do estabelecimento de contactos regulares com o cliente/população do concelho de Beja, com vista à promoção da igualdade no acesso aos medicamentos. A MediCar apresenta-se como um projeto empreendedor para a cidade de Beja, colmatando as necessidades da população do concelho, constituindo uma mais-valia económica, potenciando a criação de novos postos de trabalho, e social, ao fomentar o estabelecimento de relações com os seus clientes e parceiros.

Perante este contexto, surge a presente investigação, com objetivo de aferir a sensibilidade da população e dos parceiros em relação à importância do Projeto MediCar para o desenvolvimento comunitário do concelho de Beja.

Com base na formulação do problema de investigação, definiu-se a seguinte pergunta de partida: *“Qual a importância do Projeto MediCar para o desenvolvimento comunitário do concelho de Beja?”*

3.2 Objetivos do Estudo

O presente projeto de intervenção tem como principal objetivo avaliar a importância do projeto MediCar para o desenvolvimento comunitário no concelho de Beja.

Para o efeito, traçaram-se os seguintes objetivos específicos, são eles:

- 1) Caracterizar a situação demográfica e socioeconómica do concelho de Beja;
- 2) Conhecer e analisar o ambiente externo e interno do Projeto;
- 3) Conhecer a perceção da população e dos potenciais parceiros sobre a relevância e a utilidade social do Projeto Medicar.
- 4) Aferir a sensibilidade da população e dos parceiros do concelho de Beja quanto à adesão ao Projeto.
- 5) Aferir a sensibilidade da população e dos parceiros quanto à adequabilidade dos serviços a prestar às necessidades da população-alvo do projeto.
- 6) Identificar os benefícios sociais e económicos, os constrangimentos e os parceiros-chave do projeto.

3.3. Desenho do estudo

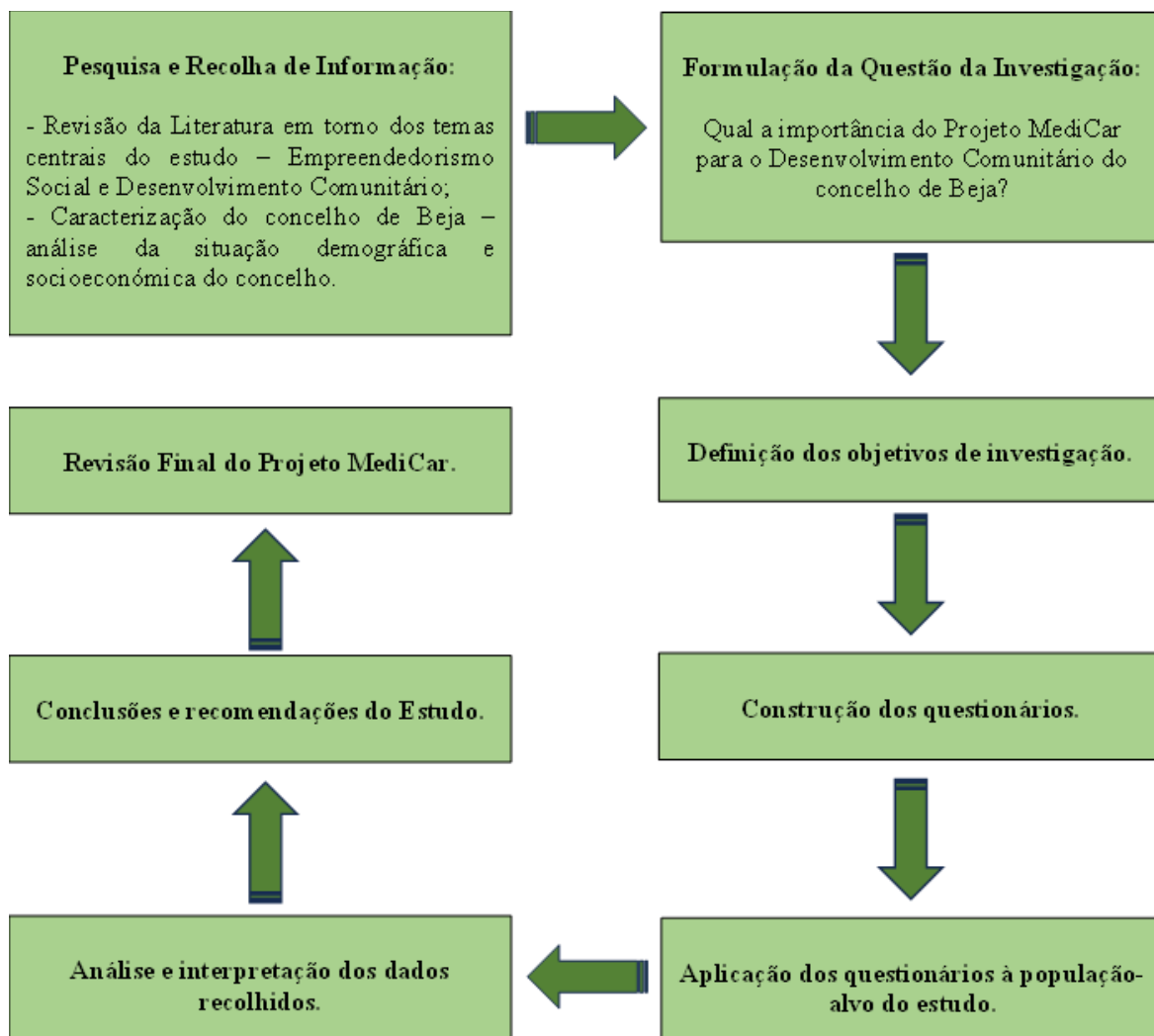
A presente investigação tem um enfoque quantitativo com base num desenho de corte transversal.

A opção por estudo de natureza quantitativa justifica-se por se tratar de um processo sistemático de colheita de dados observáveis, objetivos e quantificáveis, que existem independentemente do investigador (Fortin, 2003). Os dados recolhidos através dos questionários foram quantificáveis, o que significa que foram traduzidos em números e as opiniões em dados, posteriormente classificados. Por outro lado, é um estudo transversal, pois é um tipo de pesquisa que reúne dados num único momento e numa amostra da população (Frias, 2016). Este estudo baseou-se, assim, na observação de fenómenos, com a finalidade de validar os conhecimentos e permitir a realização de estudos com grandes amostras, generalizando às respetivas populações (Reis, 2022).

Optou-se por um estudo exploratório e descritivo, uma vez que se procurou, por um lado, aferir a sensibilidade da população residente e dos potenciais parceiros sobre a importância de um projeto de inovação social para o desenvolvimento comunitário e, por outro, descrever e analisar os benefícios sociais e económicos do projeto para a comunidade de Beja. O estudo do tipo exploratório e descritivo é uma ferramenta importante para a recolha de informações, com vista investigar situações pouco exploradas. Tem como objetivo principal a obtenção de informações e dados sobre determinado assunto, sem a pretensão de confirmar ou refutar hipóteses preexistentes (Gil, 2019).

Na Figura 6 serão apresentadas as principais etapas de investigação que serviram de orientação do estudo.

Figura 6 - Principais Etapas de Investigação



Fonte: Elaboração própria

3.4. Procedimentos e técnicas de recolha e análise dos dados

Para a realização do estudo foi necessário mobilizar técnicas e métodos de recolha de dados. Destaca-se a observação direta, de forma não participada, que, segundo Lakatos e Marconi (2017), foi importante para explorar e captar informações em contexto natural. Outra técnica utilizada foi o inquérito por questionário aplicado a uma amostra da população-alvo do estudo e aos *stakeholders* identificados no âmbito do projeto.

3.4.1. Recolha e Análise Documental

Face aos objetivos delineados para a presente investigação foi necessário proceder à recolha de um conjunto de dados adicionais. Desta forma, para além da consulta de conjunto documentos relativos à legislação afeta à área da saúde e da dispensa de medicamentos ao domicílio, procedeu-se também à recolha de informação sobre o concelho de Beja, no que se refere à população e território, aos equipamentos e serviços sociais e de saúde.

Assim, com o objetivo de caracterizar o ambiente interno e externo do Projeto MediCar e analisá-lo quanto aos seus benefícios sociais e económicos, procedeu-se à recolha de documentos provenientes de diferentes fontes de informação, nomeadamente aos Censos da População (INE, 2021), ao Diagnóstico Social do concelho de Beja relativo a 2021 e 2022 e ao Plano de Saúde Municipal.

Numa fase inicial, procedeu-se à análise PESTEL, no sentido de avaliar os fatores macro-ambientais, tais como, políticos, económicos, sociais, tecnológicos, ambientais e legais, que podem afetar o projeto, no sentido de perceber de que forma podem afetar e/ou condicionar a implementação do projeto MediCar para melhor se poder adaptar e superar. Foi utilizada a técnica de análise SWOT que permitiu avaliar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que o projeto poderá enfrentar ao nível interno e externo. Deste modo, foram analisados os pontos fortes, de forma a obter vantagem competitiva, e os pontos fracos, no sentido de definir estratégias no sentido de melhorar e transformar as suas fraquezas em forças. Estas técnicas foram essenciais para avaliar o projeto, no sentido de tomar decisões mais informadas e estratégicas.

3.4.2. Inquérito por Questionário

De forma a concretizar os objetivos do estudo, recorreu-se a inquéritos por questionário realizados a dois grupos-alvo distintos, nomeadamente aos potenciais parceiros identificados nas diferentes áreas de interesse (Farmácias, Veterinárias, Juntas de Freguesia, Hospitais, Centros de Saúde e Câmara Municipal) (Anexo 1) e um segundo inquérito à população residente no concelho de Beja, distribuída pelas diferentes freguesias.

O questionário foi construído de acordo com objetivos propostos, sendo que o principal era obter informações sobre a opinião, interesses e expectativas relativas ao projeto. O questionário foi

constituído por perguntas abertas e fechadas, com vista a conhecer as perceções dos participantes envolvidos sobre a importância do Projeto MediCar para o desenvolvimento comunitário de Beja. As respostas aos questionários permitiram, ainda, aferir a sensibilidade da população e dos parceiros do concelho de Beja quanto à sua adesão e quanto à adequabilidade dos serviços a prestar às necessidades da população-alvo do projeto.

A utilização do questionário como método de recolha de dados apresentou como principal vantagem o facto de permitir quantificar um elevado número de dados, sendo também um método adequado quando se pretende analisar um fenómeno que está circunscrito aos indivíduos de um determinado grupo (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Por maior conveniência dos inquiridos, optou-se por um questionário estruturado, enviado por *email*. Os esclarecimentos, relacionados com a interpretação das questões podiam ser esclarecidas por telefone ou por *email*, mas tal não foi necessário.

Os dados extraídos dos questionários foram recolhidos através da ferramenta *Google Forms*, através da qual foram administrados. Posteriormente, e de acordo com os resultados obtidos, os dados extraídos dos questionários foram tratados no programa *Excel*.

3.4.3. Estrutura, validade e conteúdo dos questionários

O primeiro questionário, aplicado aos potenciais parceiros da MediCar, é composto por dez questões, sendo a maioria de respostas diretas e breves (Anexo 2). O questionário encontra-se organizado em três secções.

A I Secção contém uma breve apresentação do projeto e o consentimento informado segundo o Regulamento Geral de Proteção de Dados; a II Secção contém questões relativas à Caracterização Profissional e à identificação da área de ação do potencial parceiro; por fim, a III Secção tem como objetivo estudar os benefícios económicos e sociais deste projeto e aferir a sua sensibilidade em relação à adesão e adequabilidade do projeto às necessidades da comunidade, solicitando-se a opinião e sugestões de melhoria relativamente ao desenvolvimento do projeto.

O segundo questionário, aplicado à população residente do concelho de Beja, é composto por quinze questões, sendo a maioria de respostas diretas e breves (Anexo 3) e encontra-se organizado em três secções. Na I Secção é feita uma breve apresentação do projeto e introduz-se

o consentimento informado segundo o Regulamento Geral de Proteção de Dados. A II Secção integra questões relativas à caracterização sociodemográfica da população e, por fim, a III Secção do questionário contém questões para aferir a importância e a sensibilidade da população em relação ao projeto.

No final do questionário, solicita-se a opinião e sugestões de melhoria relativamente ao desenvolvimento do projeto.

A fim de garantir a obtenção e validação dos resultados dos questionários, percorreram-se quatro etapas, são elas:

1.º Etapa: Pesquisa e recolha de informação com vista a identificar os potenciais parceiros distribuídos pelo concelho de Beja e caracterizar a população residente no concelho de Beja.

2.º Etapa: Elaboração do “*draft*” da primeira versão dos questionários com as questões dirigidas aos potenciais parceiros e à população residente no concelho de Beja.

3.º Etapa: Aplicação do questionário a 10 pessoas (5 por questionário) para análise e apreciação crítica dos conteúdos das questões e respetiva alteração.

4.º Etapa: Elaboração do questionário no *Google Forms* para posterior envio por *email* aos inquiridos.

3.4.4. Fiabilidade dos Questionários

Para garantia da fiabilidade e validade do questionário, efetuou-se um pré-teste, o qual consistiu num estudo preliminar a uma parte da população alvo em estudo, para avaliar se o mesmo foi elaborado de forma clara e se responde às questões e objetivos da investigação (Reis, 2022).

Neste sentido, este o questionário foi aplicado a um grupo de dez pessoas (5 por questionário). Este procedimento serviu para que fosse possível determinar se as questões são compreendidas da mesma forma pelo grupo, se as mesmas estão organizadas de forma prática e coerente.

O pré-teste permitiu, assim, o uso de uma linguagem adequada e acessível para os inquiridos, uma ordenação e semântica mais corretas das questões, bem como retificar as perguntas de escolha múltipla com respostas similares e reduzir o tempo de preenchimento do questionário (Reis, 2022).

3.4.5. Distribuição dos questionários

Em relação ao questionário aplicado aos potenciais parceiros, este ficou disponível no *Google Forms* durante o mês de junho de 2022 e enviado para todos os endereços de *email* dos potenciais parceiros identificados, tendo havido, antes do envio, uma chamada prévia de forma que pudessem identificar com maior facilidade o *email* e o projeto. Após o envio e passadas as primeiras duas semanas, foram feitas diversas chamadas telefónicas, com o objetivo de sensibilizar a sua participação e resposta ao questionário, a fim de obter o maior número de respostas.

O questionário aplicado à população residente ficou disponível no *Google Forms* durante todo o mês de julho de 2022 e primeira quinzena de agosto, sendo que se apelou às respostas e à partilha do mesmo através das redes sociais, de forma a obter o maior número de respostas num curto espaço de tempo.

3.5. População alvo e amostra

A área de incidência do estudo foi o concelho de Beja, englobando a totalidade das doze freguesias. Deste modo, a população-alvo de estudo foram os *stakeholders* identificados como potenciais parceiros para o desenvolvimento deste projeto, bem como a população residente do concelho de Beja.

Foram abrangidos no estudo as farmácias, as parafarmácias, as seguradoras, as Juntas de Freguesia, a Câmara Municipal, a Unidade Local de Saúde do Baixo Alentejo, os Hospitais Veterinários e algumas lojas veterinárias que possam vir a ser aderentes do projeto e por proporcionem aos seus clientes a entrega de medicamentos ao domicílio. De acordo com a pesquisa realizada, foram identificados 35 potenciais parceiros, conforme Tabela 4, tendo sido obtidas 28 respostas, distribuídas pelas doze freguesias do concelho.

Tabela 4 - Distribuição dos questionários aos potenciais parceiros do concelho de Beja

Inquiridos	n=35
Respostas	n=28
Área	
Farmácias	8
Município e Juntas de Freguesia	13
Veterinárias	2
Hospital e Centro de Saúde	3
Seguradoras	2

Fonte: Elaboração própria

Foram incluídos no estudo a população residente no concelho de Beja, nomeadamente a população residente nas doze freguesias e das diferentes faixas etárias. Do total da população residente no concelho de Beja (n=33401), foram inquiridos 400 habitantes, distribuídos pelas doze freguesias do concelho de Beja, conforme Tabela 5.

Tabela 5 - Distribuição dos questionários à população do concelho de Beja pelas doze freguesias

Inquiridos	n=400
Respostas	n=400
Freguesia	
Baleizão	23
Beringel	20
Nossa Senhora das Neves	18
Salvador e Santa Maria da Feira	79
Santa Clara de Louredo	32
Cabeça Gorda	17
Albernoa e Trindade	13
Santa Vitória e Mombeja	15
Santiago Maior e São João Baptista	141
Trigaches e São Brissos	11
São Matias	17
Salvada e Quintos	14

Fonte: Elaboração própria

Para a seleção da amostra relativa à população residente, o estudo adotou como método a amostragem não probabilística, a qual consiste numa seleção, segundo a qual cada elemento da população não tem uma probabilidade igual de ser escolhido para formar a amostra. Optou-se por usar a técnica de amostragem intencional, uma vez que os indivíduos foram escolhidos de forma intencional, porque foi realizada a seleção de elementos que apresentam as características definidas previamente com o objetivo de obter informações que respondam aos objetivos do estudo (Reis, 2022). Ao utilizar a amostragem não probabilística por escolha intencional, foi selecionada uma amostra da população de fácil acesso para obter as respostas necessárias para a realização do estudo de acordo com um conjunto de critérios de seleção. Assim, foi definido como critério de inclusão/exclusão ser habitante/residir no concelho de Beja. Para além deste critério, procurou-se, ainda, cumprir com os seguintes critérios: a representação de indivíduos com residência nas doze freguesias do concelho de Beja; a representação das diferentes faixas etárias da população.

Quanto maior for a amostra mais possibilidades esta tem de ser representativa da população, no entanto a determinação da sua dimensão depende do tipo de investigação e da precisão e confiança que se espera obter da recolha dos dados. Essa precisão está relacionada com a margem de erro da resposta, uma vez que a confiança é uma medida do valor real da informação obtida (Reis, 2022).

Neste sentido, considerando o total da população residente no concelho de Beja (33.401 habitantes), recorreu-se a uma calculadora *online* de amostras e concluiu-se que, para um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%, seriam necessários 380 questionários, sendo que, reuniram-se 400 respostas por parte dos habitantes do concelho de Beja, divididas pelas diversas freguesias. A Figura 7 apresenta os resultados dos cálculos para definição da amostra.

Figura 7 - Definição da amostra

Nível de confiança:

Tamanho da população:

Margem de erro:

Tamanho ideal da amostra:

Fonte: Calculadora de tamanho de amostra – SurveyMonkey, 2022

Foram, então, inquiridos 400 indivíduos residentes no concelho de Beja, distribuídos pelas dozes freguesias, com idades compreendidas entre os 18 e os 76 anos. Dos 400 inquiridos, 176 (44%) são do sexo feminino e (56%) do sexo masculino. A média das idades é de 40 anos, variando entre os 18 e os 76 anos. Relativamente ao nível de escolaridade, a amostra encontra-se dividida da seguinte forma: 45% da população com o ensino secundário, 21% com licenciatura, 8% com Mestrado, 1% com Doutoramento, sendo que 9% da população tem apenas o 1.º ciclo, 6% o 2.º ciclo e 10% o 3.º ciclo.

No que se refere ao estado civil, 59% dos inquiridos são casados ou vivem em união de facto, 28% estão solteiros, 9% estão separados ou divorciados e 4% são viúvos.

Foi, ainda, questionado à população se possuem carta de condução, sendo que apenas 7% da população responderam que não têm carta de condução.

3.6. Considerações éticas

Os questionários foram enviados por *email* aos potenciais parceiros e à população das diversas freguesias do concelho de Beja, com recurso à ferramenta *Google Forms*.

Os potenciais parceiros e a população foram informados que poderiam esclarecer as suas dúvidas sobre o questionário via *email*, por mensagem privada nas redes sociais ou via telefónica.

Para garantir a confidencialidade e anonimato das informações extraídas dos questionários através do *Google Forms*, em nenhuma parte do questionário foram solicitadas informações pessoais identificativas, tornando anónimos os participantes do estudo. Deste modo, procedeu-se

à codificação dos participantes, utilizando algarismos para a população e letras para identificação dos parceiros.

Antes de iniciarem o questionário, os inquiridos tiveram acesso ao consentimento informado, tendo sido, desta forma, garantida que toda a informação recolhida no estudo é de carácter confidencial, de acordo com a Lei n.º 58/2019 de 08 de agosto, relativa à execução, na ordem jurídica nacional, do Regulamento Geral de Proteção de Dados, não sendo utilizada para outros meios fins, que não os do estudo em causa e a divulgação dos seus resultados.

Capítulo 4. Apresentação e Análise dos Resultados

4.1 Caracterização Social do concelho de Beja

4.1.1 Situação Sociodemográfica

A cidade de Beja é capital de distrito, situa-se na região do Baixo Alentejo, no coração da planície alentejana e é sede de um dos maiores concelhos de Portugal. O concelho de Beja é constituído por doze freguesias: Santa Maria da Feira e Salvador; Santiago Maior e São João Baptista; Albernoa e Trindade; Cabeça Gorda; Nossa Senhora das Neves; Salvada e Quintos; Baleizão; Santa Clara de Louredo; Santa Vitória e Mombeja; São Matias; Trigaches e São Brissos e Beringel, das quais, duas são predominantemente urbanas, uma é mediantemente urbana e 9 predominantemente rurais. A geografia física deste território é muito uniforme, com a planície a dominar a paisagem, sendo esta uma região caracterizada por aglomerados populacionais dispersos e baixa densidade populacional (Câmara Municipal de Beja (CMB), 2021).

Figura 8 - Mapa do concelho de Beja, dividido por freguesias



Fonte: Censos, 2021

Ao nível de acessibilidades, Beja dista 177 km de Lisboa e está ligada à capital portuguesa através da rede viária A2, tendo acesso à autoestrada de Lisboa e Algarve a aproximadamente 50

km. A cidade é também servida por uma rede ferroviária complementar, encontrando-se a duas horas do centro da capital do país. Porém, a linha férrea convencional entre Beja e Casa Branca não se encontra eletrificada, o que obriga à utilização de material circulante obsoleto, constituído por antigos comboios a diesel, mais lentos e poluentes, menos cómodos que implicam transbordo na estação de Casa Branca e acarretam custos mais elevados (CMB, 2021). Dispõe, também, de uma base aérea com uma pista de aterragem considerada a segunda maior do país, referenciada nas rotas aéreas, como recurso de emergência, sem restrições ao uso de qualquer tipo de aeronave, sendo a única infraestrutura aeroportuária, de Portugal Continental, que pode receber aviões de grande dimensão (CMB, 2021).

No que se refere à rede de transportes públicos urbanos, existe uma rede de transportes, cujo serviço é garantido através de serviços prestados pela rede Rodoviária, sendo os percursos e horários definidos pela Câmara Municipal (CMB, 2021).

A partir da análise dos resultados dos Censos 2021, é possível observar que houve um decréscimo da população residente no concelho de Beja, correspondente a -6.8%, ou seja, menos 2454 habitantes.

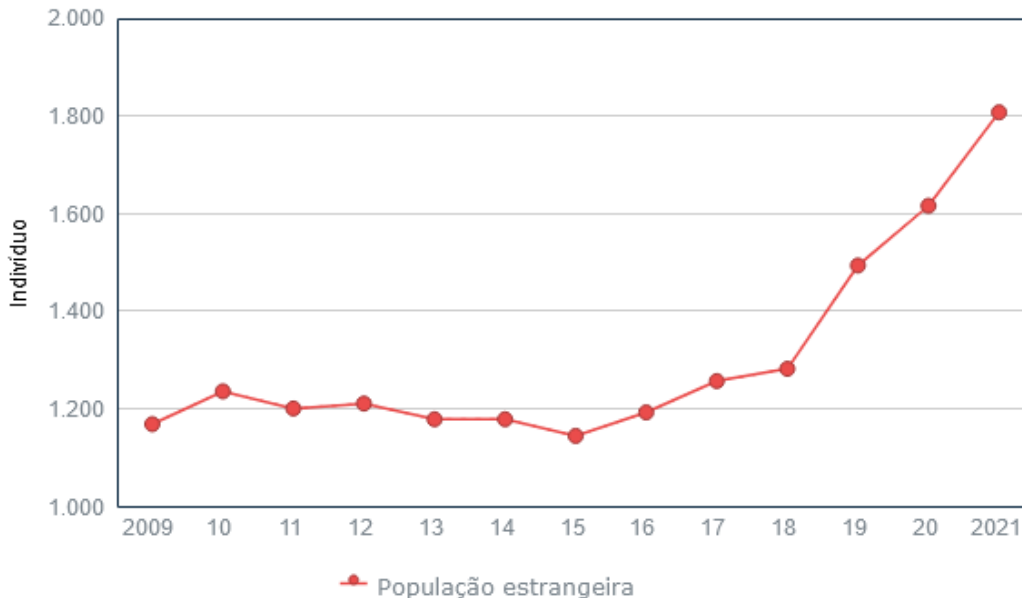
Tabela 6 - Variação da população do concelho de Beja, entre 2011 e 2021

Sexo	H			M			Total			
	Município	2021	2011	Var.	2021	2011	Var.	2021	2011	Var.
Beja		16 301	17 387	-6.2%	17 099	18 467	-7.4%	33 400	35 854	-6.8%
Total		16 301	17 387	-6.2%	17 099	18 467	-7.4%	33 400	35 854	-6.8%

Fonte: Censos, 2021

O Gráfico 1 apresenta o número de indivíduos de nacionalidade estrangeira residente no concelho de Beja, sendo que houve um aumento de indivíduos ao longo dos anos, mas com um destaque significativo a partir do ano de 2016 até 2021.

Gráfico 1 - Variação da população de nacionalidade estrangeira residente no concelho de Beja, entre 2009 e 2021



Fonte: INE, PORDATA, 2023

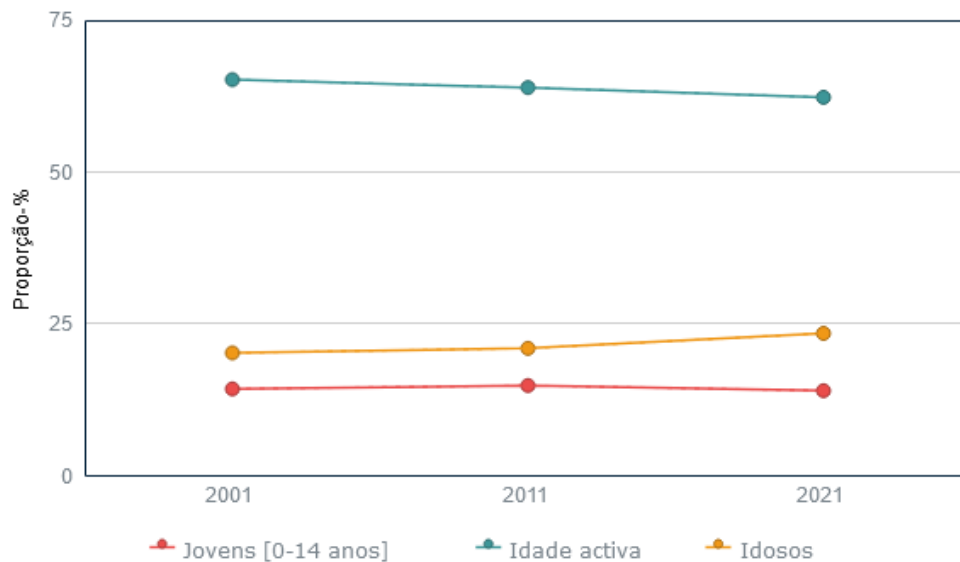
No ano de 2016, o concelho de Beja tinha 1195 indivíduos estrangeiros residentes, enquanto em 2021 tinha 1808 indivíduos (INE, 2023).

O impacto da população estrangeira na região é claramente positivo, conforme mostram os dados do Censos de 2021. Do ponto de vista económico, os imigrantes preenchem postos de trabalho em défice, não apenas na agricultura, mas também na construção civil, na hotelaria e no comércio. Segundo a Associação Solidariedade Imigrante, também se realça a contribuição dos imigrantes para a Segurança Social, pois foi superior a 1000 milhões de euros, sendo um pilar da sustentabilidade a prazo do sistema, considerando a média de idades dos trabalhadores imigrantes que ronda os 30 anos. Quanto aos obstáculos que surgem na integração das comunidades imigrantes, o responsável pela delegação do Alentejo aponta a carência quantitativa e qualitativa de serviços públicos de saúde, educação, segurança social, finanças, justiça, pois considera que não acompanharam o crescimento demográfico desta população (Pedrosa, 2023).

Relativamente à estrutura etária da população, no Gráfico 2, estão representados os grupos com idades compreendidas entre os 0 e 14 anos (jovens), a população ativa dos 15 até aos 64 anos e os indivíduos com mais de 65 anos de idade (idosos). Segundo os Censos de 2021, a população com

mais representatividade é a população ativa (62,3%), seguidamente da população idosa com 23,5%. A camada de população mais jovem é a menos expressiva no concelho com cerca de 14,1% da população total. Ainda através do Gráfico 2, podemos verificar que houve um decréscimo significativo entre 2001 e 2021 na população jovem (6,9%) e um aumento na percentagem de idosos (5%). Relativamente à população ativa, esta manteve a linha nos últimos 20 anos, o que pode estar relacionada com a fraca fixação de população jovem, em idade ativa, (sobretudo nas freguesias rurais) e com a elevada percentagem de população envelhecida (Censos, 2021).

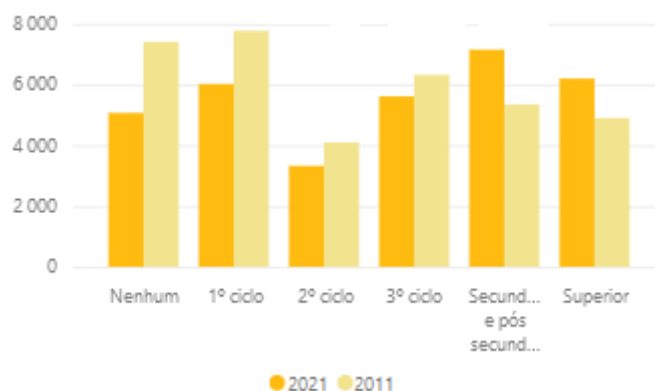
Gráfico 2 - Estrutura etária da população do concelho de Beja, entre 2001 e 2021



Fonte: INE, PORDATA, 2023

Através do Gráfico 3, pode-se verificar que o grau de instrução da população do concelho de Beja, é considerado um fator relevante, pois está na base de todo o desenvolvimento comunitário. Deste modo, podemos verificar que ainda existe cerca de 11.000 habitantes com pouca escolaridade (entre nenhuma e o 1ª ciclo, apesar de que, a frequência de ensino secundário e superior teve um aumento significativo de 2100 indivíduos entre 2011 a 2021 (Beja, 2021).

Gráfico 3 - Nível de escolaridade da população do concelho de Beja



Fonte: Censos, 2021

4.1.2 Estruturas e equipamentos de apoio à saúde

De acordo com o Diagnóstico Social de 2022 do concelho de Beja, no que diz respeito aos recursos e equipamentos existentes, o concelho apresenta indicadores positivos, que auxiliam e ultrapassam as tendências confirmadas por todo o país (CMB, 2022).

Ao nível das estruturas da saúde do concelho de Beja, estas apresentam duas características importantes, sendo elas: estruturas concelhias suficientes e devidamente equipadas; estruturas de âmbito distrital/regional, dado que Beja é a capital do Baixo-Alentejo, centralizando-se, por isso, na sua área territorial estruturas de maior comprometimento, que dão resposta a um âmbito geográfico que se estende para fora concelho.

Ao nível das estruturas de apoio à saúde, o concelho de Beja possui estruturas que dependem da Unidade Local de Saúde do Baixo Alentejo (ULSBA), uma estrutura com autonomia administrativa e financeira, cuja sede concelho de administração funciona nas instalações do Hospital de José Joaquim Fernandes na cidade de Beja e tem ainda mais dois Centros de Saúde Beja 1 e Beja 2 (sendo este último constituído como Unidade de Saúde Familiar) (CMB, 2021).

A ULSBA é constituída por 1 Hospital (Beja) e por 14 centros de saúde, sendo que destes, 2 são em Beja (Beja 1 e Beja 2) e 12 nos restantes concelhos do distrito, à exceção de Odemira que pertence à Unidade Local de Saúde do Litoral Alentejano. O Hospital de José Joaquim Fernandes

é o hospital de âmbito Distrital/Regional, que acolhe as especialidades hospitalares básicas e um conjunto de outras especialidades mais diferenciadas, constituindo-se como recurso importante em termos de saúde para a região (CMB, 2022).

No concelho de Beja, existe descentralização da prestação de cuidados efetivos, sendo que, nalgumas das freguesias com maior população ou que ficam mais afastadas do concelho, como é o caso de Albernoa, existe uma deslocação de equipas de saúde em instalações usualmente cedidas pelas Juntas de Freguesia, com consultas diárias e regulares, de acordo com as necessidades da população. Nos 2 centros de saúde funcionam consultas de recurso/serviço de atendimento permanente ou equivalente em horário diurno, inclusive durante os fins-de-semana e feriados. De acordo com o referido diagnóstico, existe uma boa cobertura total de cuidados de saúdes primários composta por programas de saúde e com médicos/as de família que servem toda a área do concelho (Beja, 2022). A Tabela 7 apresenta a variação dos profissionais de saúde (médicos, enfermeiros e farmacêuticos) entre 2011 e 2021, onde é possível verificar que houve um aumento do número de médicos (43), enfermeiros (86) e farmacêuticos (11) de 2011 a 2021, o que é muito vantajoso a nível de prestação de cuidados de saúde no concelho de Beja.

Tabela 7 - Variação dos profissionais de saúde no concelho de Beja, entre 2011 e 2021

Anos	Médicos		Enfermeiros		Farmacêuticos	
	2011	2021	2011	2021	2011	2021
Concelho de Beja	161	204	497	583	39	50

Fonte: INE, PORDATA, 2023

4.2 Análise do Ambiente Externo e Interno do Projeto

4.2.1 Análise PESTEL

No que concerne ao meio envolvente do Projeto MediCar, importa conhecer e analisar as oportunidades e as ameaças, bem como as suas tendências de evolução no futuro.

O contexto pandémico foi crucial para pensar e criar este projeto, uma vez que com esta verificou-se uma maior necessidade de entregas de medicamentos ao domicílio. No futuro, a necessidade deste tipo serviço poderá sofrer alterações e flutuações em termos de procura, contudo essa possibilidade pode ser compensada com a oferta de outros serviços para além da entrega de medicamentos, como a entrega de cosméticos, saúde e bem-estar e outros.

Atualmente, o contexto é favorável às compras *online*, e não se antevê que no futuro, haja uma grande diminuição da preferência por este tipo de comércio. Os desenvolvimentos tecnológicos também facilitam a adesão ao comércio eletrónico, uma vez que é, cada vez, mais fácil e seguro fazer compras *online* através de diversos tipos de dispositivos.

Relativamente às questões legais, atualmente não existe legislação específica para a entrega de produtos farmacêuticos. Caso venha a ser aprovada alguma regulamentação mais restritiva, será necessário e fulcral que a organização se adapte às exigências que venham a ser definidas.

Procedeu-se à análise PESTEL, por se considerar uma ferramenta útil e estratégica, que ajudou a entender os fatores externos que podem afetar desempenho do projeto Medicar, identificar riscos e oportunidades e a desenvolverem estratégias mais eficazes.

A sigla PESTEL representa seis categorias de fatores: Políticos, Económicos, Sociais, Tecnológicos, Ecológicos e Legais (Johnson *et al.*, 2017). Neste sentido, de acordo com a análise PESTEL feita ao projeto, apresentam-se de forma sistematizada os seguintes fatores:

1) Os fatores políticos focam-se nas tendências políticas e na legislação vigente que influenciam o setor onde o negócio se insere. Assim, identificou-se a regulamentação de mercado, pois existe regulamentação sobre os preços e distribuição dos medicamentos.

2) Os fatores económicos são os que são ditados pelo mercado e que podem afetar a atividade da empresa. Assim, apesar de ter pouca influência no ciclo económico, pois o negócio terá um impacto residual, visto ser um serviço de distribuição, o aumento da concorrência, pode fazer com que haja uma diminuição da aquisição da prestação do serviço.

3) Os fatores sociais permitem identificar as características do consumidor que podem interferir com a área de negócio. O envelhecimento da população proporciona um aumento de doenças e

consequentemente o uso de medicamentos; o isolamento social aumentou significativamente a procura e a necessidade pelo serviço e a saúde e o bem-estar da população são um fator muito relevante, sendo estes os fatores identificados.

4) Os fatores tecnológicos avaliam o impacto das inovações tecnológicas existentes num determinado produto ou serviço. Assim, ao nível do contexto externo, a inovação do serviço prestado; o aumento da utilização dos canais digitais/tecnologias de informação e as limitações no acesso à tecnologia por parte de alguns clientes são os principais aspetos apontados.

5) Os fatores ecológicos identificam aspetos ambientais e como podem ter impacto no funcionamento do negócio. O aumento do consumo de produtos naturais; a recolha de medicamentos com prazo de validade ultrapassados gratuitamente no mesmo serviço; a possibilidade de entrega do comprimido único, de forma a racionar os medicamentos e a utilização de meios de transporte elétricos e embalagens ecológicas, são os fatores encontrados nesta análise.

6) Os fatores legais levam a conhecer a legislação e os aspetos relacionados com ela para que se evite problemas legais. Assim, foram identificados como fatores, as alterações na regulamentação do mercado dos medicamentos ao nível do preço e ao acesso a eles; a necessidade de receita médica para alguns medicamentos; o regime geral de proteção de dados para acesso aos dados dos clientes e a legislação em vigor, mais propriamente a portaria n.º 1427/2007, de 2 de novembro que regula as condições e os requisitos da dispensa de medicamentos ao domicílio e através da Internet.

4.2.2 Análise SWOT

A partir da análise PESTEL foi possível compreender o meio envolvente onde se insere a projeto no que se refere aos fatores políticos, económicos, sociais, tecnológicos, ecológicos e legais.

Contudo, para compreender melhor o contexto do Projeto MediCar, foi fundamental proceder à análise SWOT, que significa Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças).

O contexto social do concelho constitui uma oportunidade para o sucesso da missão e dos objetivos do projeto, uma vez que contribui para a redução do isolamento rural e social, cria valor para a comunidade local e tem uma grande proximidade com todas as partes interessadas. O concelho de Beja é constituído por doze freguesias, das quais, duas são predominantemente urbanas, uma é mediantemente urbana e nove predominantemente rurais (estão a mais de 10km da cidade), dificultando a deslocação de muitas pessoas do seu local de residência até à cidade de Beja, onde se encontram centralizados todos os serviços do concelho, principalmente os de saúde, tornando-se assim, essencial, a necessidade de um serviço de entrega de medicamentos ao domicílio. Existe uma das farmácias que tem um serviço de 24 horas por dia, mas que não faz entregas imediatas ao domicílio, considerando-se que, neste momento não há concorrência. Além disso, o Baixo Alentejo tem vindo a sofrer reduções significativas na rede dos transportes públicos, restando a opção pelos serviços de táxis, que muitas vezes têm preços elevados, sendo difíceis de suportar financeiramente.

Perante as dificuldades e os problemas diagnosticados na região do Baixo Alentejo e, em particular, no concelho de Beja, o Projeto Medicar constitui, assim, uma oportunidade de valor para a população residente no concelho, na medida em que proporciona um serviço com potencialidades de continuidade e sucesso no alcance da sua finalidade.

Foram identificadas ao nível externo algumas ameaças, como o facto de a legislação em vigor neste momento não estar adequada e não acompanhar as necessidades da população, pois não prevê uma prestação com este tipo de serviço. Poderá também ser uma ameaça para a MediCar que, no futuro, surjam outras empresas, ou até mesmo os potenciais parceiros, a prestar este serviço, o que poderá prejudicar o estabelecimento de parcerias. Algumas localidades ficam a uma distância superior a 10km, o que pode vir a prejudicar no tempo das entregas inicialmente com poucas motas elétricas, bem como o facto de não existirem pontos de recarga elétrica na periferia do concelho de Beja.

Ao nível interno, a MediCar apresenta alguns pontos fortes que devem ser potenciados, de forma a manter o sucesso do negócio, mas também pontos fracos que devem ser alvo de atenção e análise constante, a fim de identificar estratégias de melhoria.

Foi identificado como ponto forte do projeto, o formato de entrega, pois as motas são um meio de

transporte prático que possibilita a deslocação mais célere, através de veículos elétricos, o que se reflete num serviço inovador e inexistente em Beja. Para além deste aspeto, é importante referir que as motas conseguem chegar e circular em zonas históricas com ruas estreitas mais facilmente, nas quais um veículo automóvel tem dificuldade em circular. A escolha da MediCar para transporte de medicamentos permite que o tempo de entrega seja mais curto, comparativamente com veículos automóveis cujo volume de carga requer um mínimo de capacidade, antes de sair para uma rota, o que acrescenta ainda mais qualidade no serviço prestado.

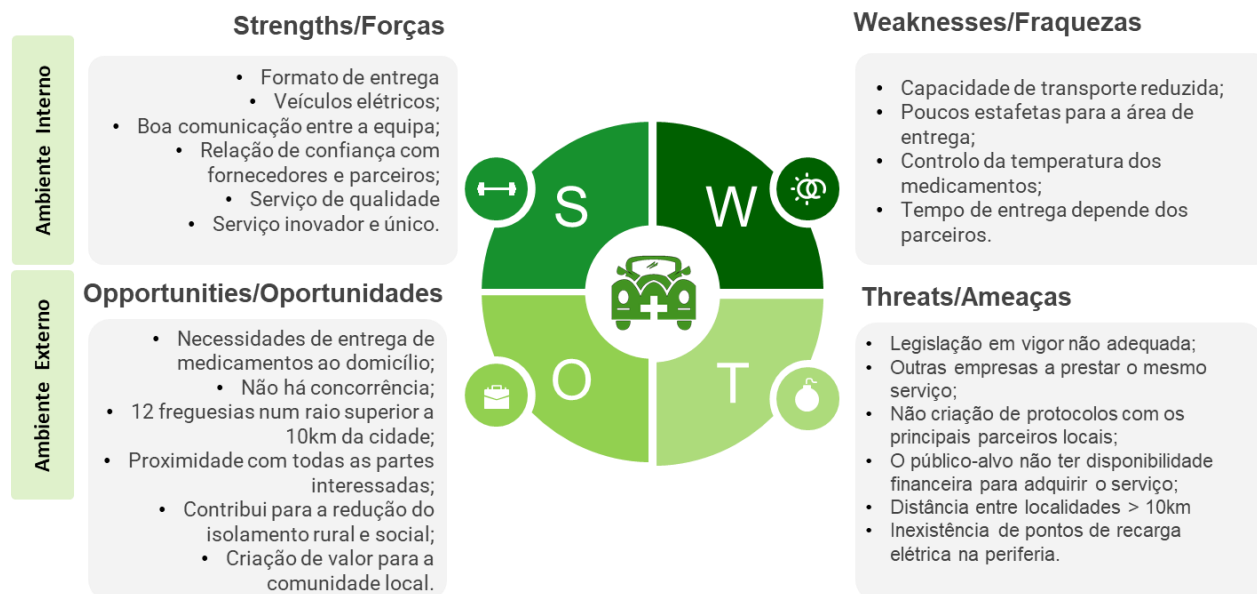
Uma vez que existe boa comunicação entre a equipa (interna e estafetas), e uma relação de confiança com os fornecedores e parceiros, tal permite uma maior e melhor concretização dos objetivos, quer ao nível da eficácia, como da eficiência. Deste modo é possível a transmissão de garantia de um serviço de qualidade, com fornecedores de referência, o que transmite confiança ao cliente.

Relativamente às fraquezas (pontos a melhorar), a MediCar admite que é possível que estejam recrutados poucos estafetas para a área de entrega, comparativamente ao volume de pedidos no primeiro ano. O serviço prestado pela MediCar, apesar de pretender dar resposta o mais rápido possível ao pedido das pessoas, está dependente do tempo de espera e da capacidade de resposta dos parceiros.

É importante, ainda, salientar que as motas são um meio de transporte mais ágil e célere, mas com capacidade reduzida, pois levam menos produtos, comparativamente a outros veículos automóveis. Para além de que, caso exista a necessidade de transportar algum medicamento que tenha de ser conservado a uma determinada temperatura, não o conseguimos fazer isoladamente.

De forma a entender melhor todos os pontos negativos e positivos, quer a nível interno como externo, foi realizada uma análise SWOT (Figura 9).

Figura 9 - Análise SWOT da MediCar



Fonte: Elaboração própria

4.3 Caracterização dos inquiridos

4.3.1 Potenciais Parceiros

Os potenciais parceiros identificados para este projeto foram as farmácias, as veterinárias, centros de saúde e hospitais, seguradoras, Juntas de Freguesia e Municípios. Das 28 respostas obtidas, 29% representam as farmácias, 46% os Municípios e Juntas de Freguesia, 11% Hospital e Centros de Saúde e, por último, 7% as veterinárias e seguradoras.

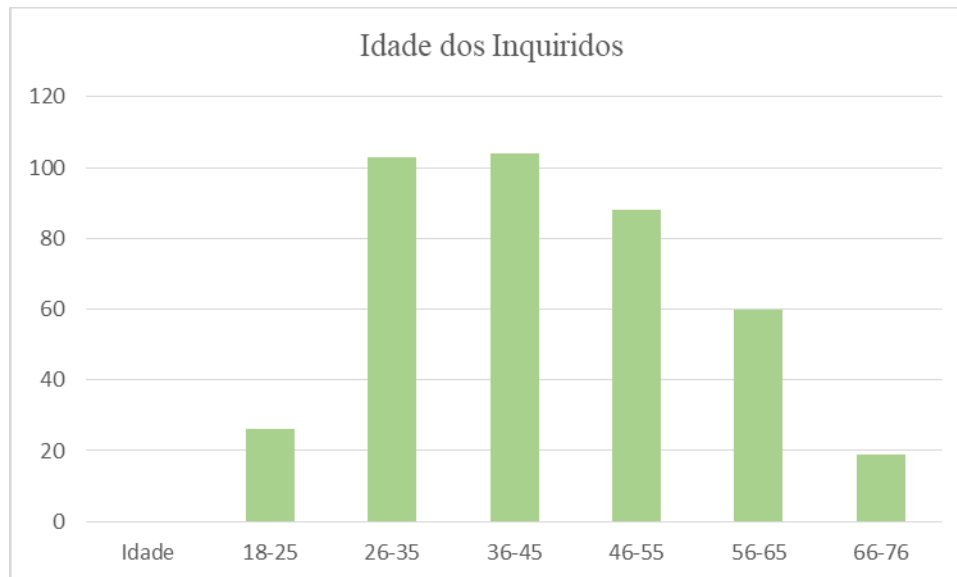
4.3.2 População residente no Concelho de Beja

A região do Baixo Alentejo tem 33,6% da população com mais de 65 anos, sendo que, uma parte, a viver em situações de vulnerabilidade social (INE, 2021). O Alentejo é uma das regiões de Portugal com menor densidade populacional, na medida em que apresenta a percentagem mais elevada de idosos e também a mais elevada percentagem de pessoas com declínio do estado de saúde como resultado de doenças agudas e crónicas, revelando uma maior necessidade de cuidados de saúde (Canhestro, 2018).

O Gráfico 4 apresenta a distribuição de respostas da população-alvo do estudo, por idades, sendo

que é possível observar que, a maioria das respostas obtidas, foram entre os 26 e os 65 anos de idade, havendo 26 respostas entre os 18 e o 25 anos e 19 respostas entre os 66 e os 76 anos de idade.

Gráfico 4 - Distribuição da idade dos inquiridos do concelho de Beja

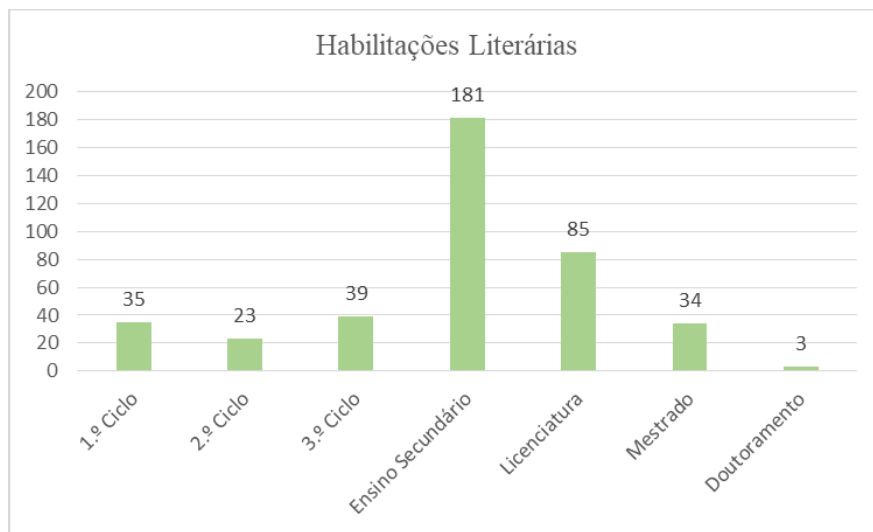


Fonte: Elaboração própria

Relativamente ao sexo dos inquiridos, obteve-se 56% do sexo masculino e 44% no sexo feminino. No que diz respeito ao estado civil, foram obtidas 111 respostas de solteiros, 235 de habitantes que são casados ou vivem em união de facto, 37 respostas de habitantes deparados os divorciados e apenas 17 de pessoas viúvas. Em relação à questão se possuem carta de condução, 372 afirmam que sim e 28 não.

Podemos observar, através do Gráfico 5, que a maior parte das respostas foram obtidas de habitantes com o ensino secundário, mas podemos observar que quase 100 respostas são provenientes de habitantes com um nível de escolaridade baixo (entre o 1.º e o 3.º ciclo do ensino básico).

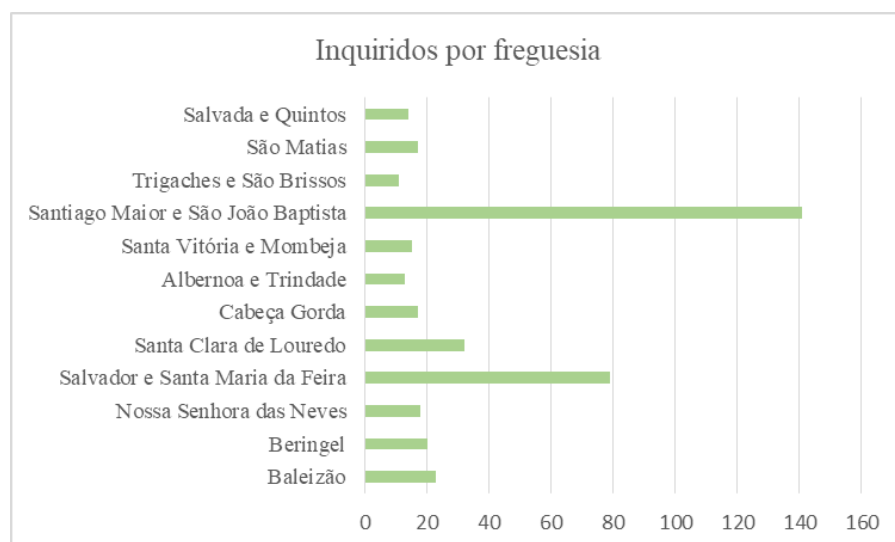
Gráfico 5 - Habilitações Literárias dos inquiridos do concelho de Beja



Fonte: Elaboração própria

De seguida, apresenta-se o Gráfico 6 com a distribuição dos inquiridos (população) por freguesia, onde se pode observar que o maior número é proveniente das freguesias de Santiago Maior e São João Baptista, seguido da freguesia de Salvador e Santa Maria da Feira e da freguesia de Santa Clara de Louredo. Estes números devem-se ao facto de serem as freguesias com maior densidade populacional e, ainda, por haver uma maior proximidade com as pessoas das referidas freguesias.

Gráfico 6 - Distribuição de respostas dos inquiridos por freguesia do concelho de Beja



Fonte: Elaboração própria

4.4 Perceção dos Potenciais Parceiros em relação ao Projeto MediCar

Com o objetivo de conhecer a perceção dos potenciais parceiros do projeto, procurou-se aferir a sua sensibilidade sobre a importância do projeto, as mais-valias, a adesão e a adequabilidade do serviço a prestar às necessidades da população.

Quando questionados sobre **a importância de existir um serviço de entrega de medicamentos ao domicílio**, do total de respostas apuradas (n=28), 71% considera muito importante e 29% importante.

De igual modo, quando questionados sobre **se consideram a MediCar uma prestação de serviço importante** no concelho de Beja, 75% considera muito importante e 25% importante.

Relativamente à questão colocada sobre **a taxa associada ao serviço** no valor de 3€, 61% dos parceiros afirmam que consideram o valor da taxa de entrega adequado, mas 39% respondem que não. Associada a esta questão foi colocada uma segunda questão sobre **o valor que considerariam justo**, tendo os valores variado entre os 0.50€ e os 2.50€, tendo havido ainda uma sugestão de ser um serviço gratuito e do valor a cobrar ser de acordo com as capacidades financeiras do utilizador do serviço.

Questionados sobre a **venda do comprimido único**, 89% dos inquiridos dão bastante importância, mas 11% consideram que é indiferente ou que não tem importância. Também sobre a questão da possibilidade da recolha de medicamentos com prazo de validade ultrapassados de forma gratuita, no ato de entrega de outros medicamentos, 86% dos inquiridos dão muita importância e apenas 4% consideram indiferente.

No que toca à questão da **existência de um serviço semelhante ao da MediCar no concelho de Beja**, 79% indicam que não conhecem e apenas 21% diz que existe um serviço semelhante. Ainda ligada a esta questão, dos 21% que referem conhecer um serviço semelhante, quando questionados se o mesmo está ao alcance de toda a população, a maioria afirma que sim, com exceção de uma resposta que considera pouco provável.

Em relação às **mais-valias do Projeto MediCar para o parceiro**, a Tabela 8 apresenta o valor nominal das respostas dos 28 parceiros, sendo que as mais-valias “Vantagens devido a situações de isolamento profilático/doença” e “Proximidade com a população” foram as que obtiveram maior número respostas (44).

Tabela 8 - Mais-Valias do Projeto MediCar para os potenciais parceiros

De que forma a MediCar poderia ser uma mais-valia para o parceiro?	Respostas em %
Vantagens devido a situações de isolamento profilático/doença	36
Proximidade com a população	35
Gestão de atendimento e do serviço	10
Menos gastos na contratação de recursos humanos	8
Ausência de filas	6
Publicidade/divulgação da imagem	3
Outro: Se for um medicamento já receitado ao animal, poderá ir diretamente à farmácia sem passar pelo veterinário. Receita enviada para o <i>email</i> ou telemóvel.	2

Fonte: Elaboração própria

De seguida, foi solicitada a opinião aos parceiros, sobre quais seriam **as mais-valias do serviço para a população do concelho de Beja**, sendo que, foram obtidas o seguinte número de respostas, conforme exposto na Tabela 9.

Tabela 9 - Mais-Valia do serviço para a população do concelho de Beja

Na sua opinião enquanto parceiro, quais as vantagens que este serviço traria para a população do concelho de Beja?	Respostas em %
Comodidade	28
Vantagens devido a situações de isolamento profilático/doença	25
Bem-Estar	17
Igualdade de acesso aos medicamentos por toda a população	14
Criação de valor para a comunidade	11
Poupança de Combustível	5

Fonte: Elaboração própria

Quando questionados sobre o seu **interesse em estabelecer uma parceria no futuro com a MediCar**, 82% dos parceiros responderam que sim, justificando que é importante combater a desertificação do interior, que a proximidade com os serviços são uma mais-valia, sobretudo quando se tratam de freguesias com elevadas taxas com população idosa. A Tabela 10, apresenta com detalhe esta informação.

Tabela 10 - Interesse dos parceiros em criar uma parceria com a MediCar

Estaria interessado ou seria possível estabelecer uma parceria com a MediCar?		Respostas	
Sim		23 (82%)	
Não		5 (18%)	

Área	N.º Resp. Sim	Área	N.º Resp. Não
Farmácias	8	Farmácias	0
Município e Juntas de Freguesia	11	Município e Juntas de Freguesia	2
Veterinárias	1	Veterinárias	1
Hospital e Centro de Saúde	3	Hospital e Centro de Saúde	0
Seguradoras	0	Seguradoras	2

Fonte: Elaboração própria

Justificam, ainda, que uma parceria com a MediCar seria uma ajuda às farmácias, na medida em que poderá aumentar as vendas, evitar o desperdício de medicamentos e fomentar a proximidade com a população mais vulnerável, nomeadamente as pessoas idosas. A parceria contribuirá, assim, para a melhoria da qualidade de vida dos munícipes de Beja, traduzindo-se num maior apoio à população mais vulnerável. Apesar do serviço possuir um custo associado, os clientes que usufruírem do serviço acabam por economizar, uma vez que existe a possibilidade de comprimido único.

As juntas de freguesia devem, também, ter um papel para auxiliar à população mais vulnerável. Além disso, um serviço de entrega de medicamentos ao domicílio facilitaria a continuidade dos cuidados de saúde aos utentes após alta hospitalar, pelo que os medicamentos chegariam a toda a população com mais facilidade, contribuindo, assim, para o bem-estar da população.

Um dos centros de saúde referiu que seria muito útil divulgar este serviço através dos centros e que seria muito importante para criar valor para a comunidade do concelho de Beja. Acresce que 18% dos inquiridos referiram que não estariam interessados em estabelecer uma parceria, pois uma junta de freguesia referiu que existe no local, um serviço idêntico e gratuito, sendo que, no caso de uma veterinária, é da opinião de que, antes do serviço de entrega de medicamentos para os animais, é necessária uma observação do animal em consulta.

Uma das autarquias refere que não é possível uma parceira, pois não têm verba para ajudar, contudo referem que é necessário a existência de diversas reuniões prévias de forma a perceber

todos os objetivos do projeto para entenderem se querem ou não criar uma parceria. Uma das seguradoras de Beja, identificadas como parceiro indica que as parcerias são estabelecidas pela própria companhia de seguros e não por uma filial, o que pode prejudicar na realização de uma parceria entre ambas as partes.

Como última questão foi questionado sobre se **considerariam exequível a cobrança de uma pequena comissão pelo serviço ao potencial parceiro**, ao que 72% dos inquiridos indicou que sim e 18% indicou que não. Os que indicaram que não, justificaram que as entidades, sejam elas de que área forem, devem colaborar de forma voluntária no processo. Destacam, novamente, a falta de verbas e a existência de uma freguesia que disponibiliza este serviço gratuitamente. Para tal, a comissão deverá ser cobrada apenas a entidades privadas com fins lucrativos, sendo exequível. Contudo, as farmácias têm uma margem de lucro muito pequena.

Para concluir, foi pedido aos potenciais parceiros que apresentassem sugestões de melhoria ou dessem a sua opinião sobre a futura implementação deste projeto, tendo-se obtido o seguinte *feedback*, conforme apresentado no próximo Quadro 6.

Quadro 6 - Opinião e sugestões de melhoria para a MediCar por parte dos potenciais parceiros

Opinião e Sugestões de melhoria sobre a implementação do Projeto Medicar
<i>“As entidades desportivas, culturais e recreativas têm um papel fundamental neste processo, pois são elas que nos pequenos meios combatem o despovoamento e ao mesmo tempo criam proximidade com os mais isolados havendo abertura de ambas as partes acredito neste caminho positivo para a nossa região” (Inquirido B).</i>
<i>“Será sem dúvida uma mais-valia, para as pessoas, ainda mais aquelas com mobilidade reduzida” (Inquirido I).</i>
<i>“Seria interessante este projeto principalmente nas freguesias rurais” (Inquirido J).</i>
<i>“O utente deveria ser identificado pelo SNS para usufruir destes serviços com a sua farmácia de proximidade” (Inquirido O).</i>
<i>“A União de Freguesias de Salvador e Santa Maria da Feira tem todo o gosto em participar em qualquer ação em favor da população e dos mais desfavorecidos” (Inquirido P).</i>
<i>“Conheço projetos semelhantes que abrangem a população. Não conheço em Beja e acho que nunca ninguém pensou em englobar também os animais. Excelente projeto! Esperamos ouvir falar dele em breve!” (Inquirido Q).</i>
<i>“Este serviço viria ajudar os tratamentos e a recuperação dos doentes com menos mobilidade após os cuidados hospitalares” (Inquirido R).</i>

Fonte: Elaboração própria

4.5 Perceção da População do concelho de Beja em relação ao Projeto MediCar

Das 400 respostas obtidas a partir dos questionários aplicados à população residente do concelho de Beja, foi possível conhecer a sua perceção sobre a importância do Projeto MediCar e, com isso, aferir a sua sensibilidade sobre a importância do projeto, as mais-valias, a adesão e a adequabilidade do serviço a prestar às suas necessidades.

A primeira questão apresentada à população do concelho de Beja prendeu-se com **o número de vezes por mês que adquirem produtos de farmácia e/ou parafarmácia**, sendo que 25% (101) dos inquiridos disse que “Quase nunca”, 50% (202) “Menos de 2”, entre 3 a 4, obtiveram-se 21% (82) das respostas e 4% (15) indicaram que adquirem mais de 5 medicamentos por mês.

Quando questionados sobre a **importância de existir um serviço de entrega de medicamentos ao domicílio**, 35% dos inquiridos (140) considera muito importante e 58% (232) importante, sendo que também foram obtidas 7% (28) de respostas que consideram um serviço pouco importante ou indiferente.

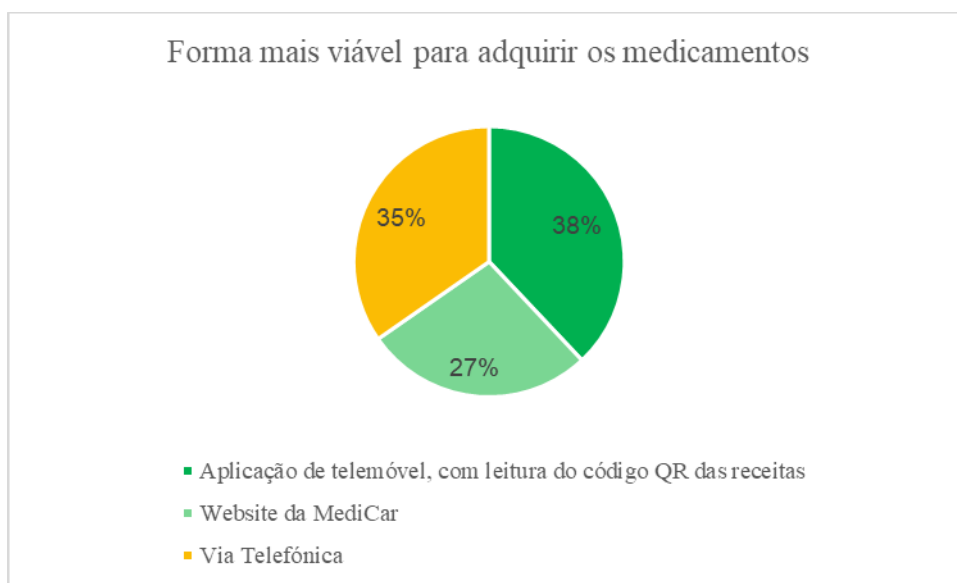
De igual forma, quando foi colocada a questão sobre **se consideram a MediCar uma prestação de serviço importante no concelho de Beja**, sendo que, 94% (378) inquiridos respondeu entre Muito Importante e Importante e os restantes 6% (22) distribuíram-se entre Indiferente, Pouco e Nada Importante.

A população foi, ainda, questionada sobre quais **os motivos que o faria recorrer ao serviço da MediCar**, sendo que houve uma distribuição homogénea nas diferentes opções indicadas. O que significa que, entre o isolamento social, a falta de tempo para se deslocarem às farmácias/parafarmácias, as filas, a doença, a pandemia e a ausência de meios de transportes, foram, ainda, indicados como outras opções, os motivos de conveniência e comodismo, a falta de mobilidade e a mobilidade reduzida, a inexistência de farmácias próximas de casa e motivos relacionados com a impossibilidade de deixarem os filhos menores sozinhos em casa.

No Gráfico 7 é possível observar as respostas da população do concelho de Beja sobre **a opção mais viável para adquirir os medicamentos**, concluindo-se que das três opções apresentadas, 38% (207) dos inquiridos indicam como opção a “*Aplicação de telemóvel, com leitura do código QR das Receitas*”, 35% (189) referem o “*Website da MediCar*” e 27% (149) recorrem à opção

“via telefónica”.

Gráfico 7 - Meio mais viável para adquirir os medicamentos



Fonte: Elaboração própria

Relativamente à questão colocada sobre a **taxa associada ao serviço** no valor de 3€, 77% (308) da população afirma que consideram o valor da taxa de entrega adequado, mas 23% (92) dizem que não. Associada a esta questão foi colocada uma segunda questão sobre o **valor que considerariam justo**, tendo os valores variado entre os 0.50€ e os 2.50€, tendo havido também uma resposta no valor de 5€. Dos 23% que consideram a taxa associada ao serviço inadequada, sugerem que, o serviço seja gratuito, relativamente ao valor a cobrar, pelo que este deve ser de acordo com as capacidades financeiras do utilizador do serviço. Ou, então, que o serviço aplique uma taxa igual à da *uber eats*, em que o valor a cobrar seja em função da distância a percorrer para proceder à entrega. Indicaram outras sugestões, nomeadamente que os custos deveriam ser suportados pelas farmácias, sendo que o valor a cobrar deveria depender do número de medicamentos requeridos. Por último, indicam que este tipo de serviço deveria ser participado pelo estado. Importa, salientar, que houve apenas duas respostas que consideram que o serviço é caro, não tendo indicado qualquer valor.

Quando os inquiridos foram questionados sobre a **venda do comprimido único**, 86% (347) dão bastante importância, mas 14% (53) consideram que é indiferente ou que não tem importância.

Em relação à questão da possibilidade da **recolha de medicamentos com prazo de validade ultrapassados de forma gratuita**, no ato de entrega de outros medicamentos, 90% (361) dos inquiridos atribuíram muita importância e apenas 10% (39) consideraram indiferente ou pouco importante.

Aferiu-se ainda, os inquiridos sobre se têm animais de estimação, pelo que existe a possibilidade de alargar este serviço para as necessidades dos animais em conjunto com as veterinárias, sendo que 57% (228) indicou que têm animais de estimação e 43% (172) indicaram que não têm animais de estimação, o que significa que a população que respondeu “*Não*”, naturalmente não vai ter necessidade de ter este serviço por parte das veterinárias. Dentro desta questão, foi também questionado ao 57% dos inquiridos que indicaram que têm animais de estimação se **consideram importante existir entrega de medicamentos ao domicílio para os seus animais de estimação**, sendo que 71% (162) considerou ter importância, mas 29% (66) indicou que lhes era indiferente ou pouco/nada importante.

Existe também a intenção da MediCar realizar uma parceria com as seguradoras e, por esse motivo, procurou-se aferir **se os inquiridos tinham seguro de saúde**, concluindo-se que ainda há uma grande percentagem de população sem seguro de saúde, isto é, 47% (189). Ainda dentro da mesma questão, questionou-se a quem afirma ter seguro de saúde, se o seguro que têm lhes proporciona a entrega de medicamentos ao domicílio, tendo obtido 84% de respostas negativas.

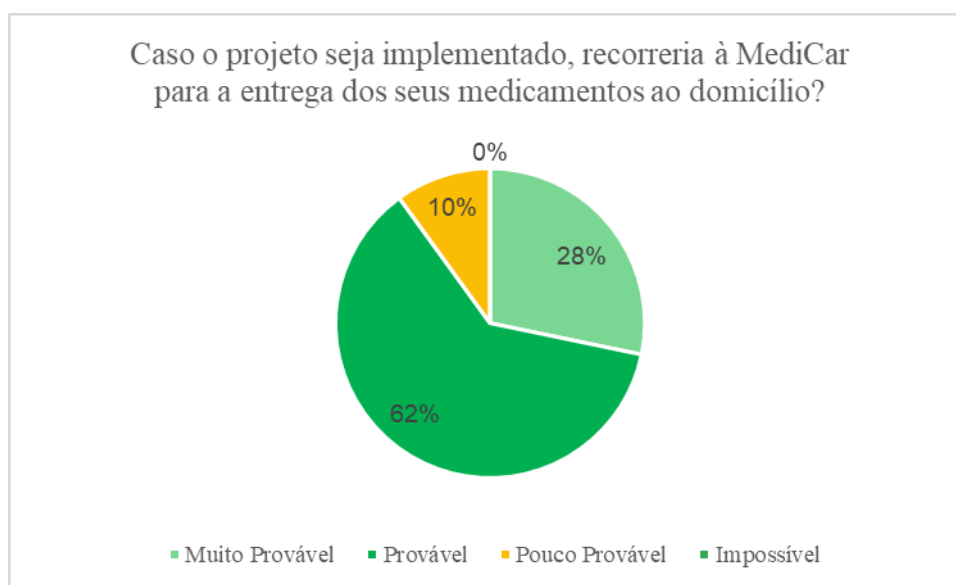
Quando questionados sobre se têm **conhecimento de um serviço semelhante ao da MediCar no concelho de Beja**, 79% (315) dos inquiridos indicaram que não, mas 21% (85) referiu que sim. Das respostas obtidas positivas, foi questionado se consideram que o serviço está ao alcance de todos ou se podem adquiri-lo, desse número menor de respostas, 76% (65) indicaram que seria muito provável ou provável, mas 24% (20) dos inquiridos consideraram que é pouco provável ou impossível.

Dado que este projeto tem uma vertente ligada ao voluntariado, os inquiridos foram questionados sobre se **conhecem alguém que vive em isolamento social**, sendo que as respostas se situaram nos 50% para o Sim e para o Não. Para quem indicou *Sim*, questionou-se sobre **de que forma a MediCar poderia ajudar**, foram apresentadas diferentes respostas, sendo que a maior percentagem recaiu em ajudas como: ida ao domicílio e via telefónica; através dos Centros de Saúde e Hospitais e das Juntas de Freguesia da residência das pessoas que carecem deste apoio;

através de um local próximo da residência a acordar entre a MediCar e a pessoa.

Questionados sobre “**Caso o projeto seja implementado, recorreriam à MediCar para a entrega dos seus medicamentos ao domicílio?**”, foram obtidas respostas muito positivas, sendo que 90% dos inquiridos afirmam que, caso o projeto avance, recorreriam à MediCar para a entrega de medicamentos ao domicílio, o qual se pode verificar no Gráfico 8.

Gráfico 8 - Distribuição dos inquiridos que recorreriam à MediCar para a entrega de medicamentos ao domicílio



Fonte: Elaboração própria

Considerando que a MediCar tem como objetivo principal a prestação de um serviço de qualidade e excelência, colocou-se a questão sobre **se estariam dispostos a preencher, no ato de entrega dos medicamentos, um inquérito de satisfação pelo serviço prestado**, sendo que das 400 respostas dos inquiridos, 91% (363) dos inquiridos estariam dispostos a preencher um inquérito de satisfação e apenas 9% (37) foram respostas menos positivas, indicando que seria pouco provável.

Por último, foi colocada a questão sobre quais seriam **as vantagens do serviço para o inquirido e para população do concelho de Beja**, sendo que, das 400 respostas, foram indicadas como vantagens, o isolamento profilático/doença (225), a comodidade (209), a igualdade de acesso aos medicamentos (176), o bem-estar (148), a poupança de combustível (88), a criação de valor para a comunidade (83) e criação de mais postos de trabalho/emprego (2) (conforme Tabela 11).

Tabela 11 - Vantagens do serviço MediCar, segundo a opinião dos inquiridos

Vantagens devido a situações de isolamento profilático/doença	225
Comodidade	209
Igualdade de acesso aos medicamentos por toda a população	176
Bem-Estar	148
Poupança de combustível	88
Criação de valor para a comunidade	83
Criação de mais postos de trabalho/emprego	2

Fonte: Elaboração própria

Para terminar o questionário, foi pedido aos inquiridos que apresentassem sugestões de melhoria ou apenas dessem a sua opinião para o desenvolvimento deste projeto, obtendo-se o seguinte *feedback*, conforme pode ser observado no Quadro 7.

Quadro 7 - Opinião e sugestões de melhoria para a MediCar por parte dos inquiridos da população do concelho de Beja

Opinião e Sugestões de melhoria sobre a implementação do Projeto Medicar
<i>“Este projeto seria uma excelente ideia para dinamização e criação de valor para o concelho de Beja”</i> (Inquirido 2).
<i>“Este projeto iria ajudar as pessoas mais frágeis”</i> (Inquirido 5).
<i>“Muito positivo para casos de doença em que se torna impossível a deslocação à farmácia e a necessidade eminente de um fármaco. Muito bom projeto! Desejos de sucesso numa possível implementação”</i> (Inquirido 8).
<i>“Associar o projeto às IPSS do concelho com valências para idosos”</i> (Inquirido 16).
<i>“A população mais idosa precisa de um serviço como este projeto”</i> (Inquirido 18).
<i>“Parece-me uma ótima ideia!”</i> (Inquirido 27).
<i>“É um projeto interessante e válido espero que haja possibilidade de ser implementado”</i> (Inquirido 31).
<i>“Nesta região do país é necessário serviços que sirvam a população idosa e isolada mas que tenha em conta as precárias reformas das gentes isoladas”</i> (Inquirido 33).
<i>“Acho que é um projeto muito útil aos nossos idosos, mas seria importante que nestes casos fosse realizada chamada telefónica com os mesmos de forma a confirmar a medicação e as possíveis hipóteses de entrega, pois muitos não sabem usar as aplicações sugeridas”</i> (Inquirido 43).
<i>“E porque não fazer compras para as pessoas idosas / isoladas?”</i> (Inquirido 44).
<i>“Taxa de entrega mais baixa no caso do cliente ser uma pessoa pensionista ou reformada”</i> (Inquirido 52).
<i>“Serviço grátis para + de 65 anos”</i> (Inquirido 61).
<i>“Descontos para pessoas de baixos rendimentos”</i> (Inquirido 65).
<i>“A taxa fixa de 3€ parece-me exagerada para alguns medicamentos que podem ter um custo inferior a</i>

esse” (Inquirido 70).
“A ausência de transporte associado a distância das farmácias de serviço pode sugerir a utilização deste serviço pela segurança e facilidade que proporciona” (Inquirido 73).
“Diferenciado! Podes ser realmente uma mais valia!” (Inquirido 102).
“Pode sempre existir melhorias quando o distrito de Beja é o maior do país e com menos densidade populacional através de mecanismos de proximidade e apoio social à população mais envelhecida” (Inquirido 105).
“Eu posso pagar os 3 euros, mas acredito que para algumas pessoas, os 3 euros seja muito” (Inquirido 106).
“A ser criado este conceito penso que terá que ter um custo simbólico de modo a que a população possa aderir” (Inquirido 111).
“Seria uma mais valia para as comunidades mais isoladas” (Inquirido 112).
“Complementar a entrega de medicamentos com a prestação de serviços de enfermagem a quem necessite” (Inquirido 126).
“Proximidade com o cliente em todo o tempo” (Inquirido 135).
“Utilização de viaturas menos poluentes” (Inquirido 149).
“Projeto de importância extrema aos que necessitam de medicação diária. É importante a criação de uma linha telefónica, tipo pequeno call center para situações SOS de rápida resposta” (Inquirido 150).
“Apenas achei pouco provável várias respostas porque tenho uma farmácia mesmo à porta de casa. Também ainda sou uma pessoa válida e autónoma daí não necessitar desses serviços. E além de mais tenho uma filha que mora perto e que me visita diariamente, porque sou eu que vou buscar o filho à creche” (Inquirido 167).
“É importante existir auxílio aos idosos” (Inquirido 170).
“São cada vez mais importantes serviços que ajudam os mais idosos” (Inquirido 171).
“Nos dias atuais a comodidade é importante para o cliente no geral” (Inquirido 173).
“Cada vez mais estes serviços são importantes para a população no geral” (Inquirido 174).
“Não esquecer que pode haver necessidade de envolver mais entidades e/ou empresas a fim de complementar o projeto” (Inquirido 187).
“É uma boa iniciativa!” (Inquirido 247).
“A ideia do projeto é muito boa. Espero que não seja mais um projeto que acaba só por estar acessível aos ciganos e depois dão a volta para lhes entregarem os medicamentos em casa gratuitamente e os outros têm que pagar” (Inquirido 301).
“Será uma ideia excelente se o valor não for muito elevado, caso contrário poderá afastar muita gente dessa opção” (Inquirido 342).
“Sendo a MediCar um serviço de qualidade e excelência e, tendo em conta que, no concelho de Beja existe uma grande parte da população envelhecida, com necessidade permanente de medicamentos, nem sempre de valor acessível (baratos), que vive/sobrevive com pensões baixas, digo mais, muito baixas, a taxa poderia variar ou mesmo ser isenta de acordo com o poder de compra do cliente, compensando com as taxas auferidas pelos outros, nem que para tal, houvesse uma informação dada aos clientes mais carenciados que haveria necessidade de juntar várias entregas para o mesmo destino para ser possível a isenção da taxa. Relativamente a outras empresas com a mesma prestação de serviços, a MediCar, para além da qualidade e excelência, ficará indubitavelmente associada igualmente a: Distinção, Dignidade, Nobreza, Virtude, Bondade..., enfim, qualidades que já pouco se vêem e farão toda a diferença neste nosso (pobre) Alentejo. Nunca esquecendo que, as coisas boas, depressa são difundidas e noticiadas, permitindo com que, muito provavelmente, proporcione, de igual modo, o rápido crescimento da MediCar e que se mantenha, da mesma forma, lucrativa. Boa sorte!” (Inquirido 374).

Fonte: Elaboração própria

4.6 Análise global dos resultados dos questionários

Foram aplicados 28 questionários aos potenciais parceiros entre Farmácias, Municípios, Juntas de freguesia, centros de saúde e hospitais, seguradoras e veterinárias. De acordo com as respostas pode afirmar-se que os potenciais parceiros consideraram muito importante a existência de um projeto como o da MediCar. No que diz respeito à taxa associada à prestação do serviço, mais de metade dos potenciais parceiros consideraram adequado o valor, mas 39% considerou que o valor deveria ser mais baixo e poderia rondar entre os 0.50€, os 2.50€, havendo inquiridos que referiram que o serviço deveria ser gratuito. Em relação ao projeto de voluntariado, este foi perspectivado como uma mais-valia para a identificação de casos de pessoas com dificuldades financeiras e para o estabelecimento de um acordo entre os potenciais parceiros e a MediCar. Os potenciais parceiros consideraram a venda do comprimido único de grande importância, pelo que permite a redução de custos e desperdícios, tanto para o paciente, como para o sistema de saúde. A questão da possibilidade da recolha de medicamentos com prazo de validade ultrapassados de forma gratuito no ato de entrega foi vista com muito apreciada, na medida em que contribui para proteger a segurança e a saúde dos pacientes, evitando erros de medicação e de uso indevido. Os potenciais parceiros revelaram desconhecer a existência de um serviço semelhante ao da MediCar no concelho de Beja, sendo que apenas 21% afirmaram que conheciam a existência de um serviço de entrega de medicamentos ao domicílio numa freguesia do concelho através de uma instituição que disponibiliza medicamentos a famílias carenciadas. Existe, ainda, uma farmácia em Beja que está disponível sempre 24h por dia/7 dias por semanas. Em relação às mais-valias do projeto para os potenciais parceiros, estes identificaram como principais vantagens, uma maior resposta a situações de isolamento profilático e doença, uma maior proximidade com a população e uma melhoria na gestão de atendimento e do serviço, garantindo a entrega e o transporte de medicamentos com segurança e qualidade. Assim, os potenciais parceiros inquiridos indicaram como vantagens do serviço da MediCar: maior comodidade e bem-estar das pessoas; evitar deslocações em situações de isolamento profilático ou doença. Apesar de nem todos os parceiros estarem de acordo com a cobrança de uma pequena comissão pelo serviço, por terem uma margem de lucro muito pequena e por falta de verbas, pode concluir-se que há um grande número de potenciais parceiros interessados numa parceria com a MediCar (82%), o que é muito positivo, pois sem um trabalho conjunto entre a MediCar e os potenciais parceiros, não seria possível o desenvolvimento deste projeto. Nas opiniões e sugestões de melhoria para a MediCar por parte

dos potenciais parceiros, foi possível apurar alguns *feedbacks* positivos, tais como, ser um projeto muito importante para as pessoas com mobilidade reduzida e o facto de algumas freguesias estarem geograficamente distantes. Por fim, foi recebida uma sugestão de melhoria importante, no sentido de as entidades culturais, desportivas e recreativas participarem como parceiras no projeto, com vista a ajudar a identificar casos de pessoas com necessidades no acesso aos medicamentos.

No que se refere às respostas da população residente inquirida, constatou-se que metade adquire medicamentos com frequência. Contudo, o facto de haver quase metade da população que referiu que “quase nunca” adquire medicamentos, pode ser uma fragilidade para o projeto MediCar, pois sem consumo, não é possível haver a entrega de medicamentos ao domicílio, logo o projeto não consegue avançar. Quanto à importância de existir um serviço de entrega de medicamentos ao domicílio no concelho de Beja, mais de 90% da população afirmou ser muito importante, o que leva a concluir que este tipo de prestação de serviço é útil e necessário. Quando questionados sobre os motivos que fariam a população recorrer ao serviço da MediCar, os inquiridos indicaram os seguintes: isolamento social; disponibilidade de tempo para se deslocarem às farmácias; filas; doença; carência de meios de transporte; mobilidade reduzida; inexistência de farmácias próximas de casa; e o facto de terem filhos menores, o que os impede de sair de casa com maior regularidade; compromissos de trabalho; cuidados familiares e outras responsabilidades podem dificultar as deslocações às farmácias durante o horário comercial. No caso do isolamento social, o projeto MediCar garante que as pessoas tenham acesso aos medicamentos de que necessitam, sobretudo em caso de doença. No caso de estar impossibilitado de sair de casa devido à doença ou por motivos de mobilidade reduzida, a entrega de medicamentos ao domicílio garante que os medicamentos sejam fornecidos sem interrupções, ajudando na recuperação. Entre as formas mais viáveis para adquirir os medicamentos, como a via telefónica, o *website* da MediCar ou a aplicação de telemóvel, com leitura do código QR das receitas, concluiu-se que as três opções foram votadas de forma homogénea, sendo, portanto, opções viáveis para a utilizar no projeto. No que diz respeito à taxa associada à prestação do serviço, mais de metade da população inquirida considera o valor adequado. Os inquiridos consideraram a venda do comprimido único bastante importante, tal como a possibilidade da recolha de medicamentos com prazo de validade ultrapassados de forma gratuito no ato de entrega, foi bastante apreciada. Este projeto tem a possibilidade de alargar o serviço para as necessidades dos animais em conjunto com as

veterinárias, pelo que questionou-se a população sobre se tinham animais de estimação e se considerariam importante existir também uma entrega de medicamentos ao domicílio para os seus animais, sendo que 57% que indicaram que têm animais, 71% dá relevância ao facto de haver um serviço disponível para os seus animais, o que justifica a parceria e o envolvimento deste projeto com as veterinárias. Como existe também a intenção da MediCar realizar uma parceria com as seguradoras, questionou-se a população inquirida se têm seguro de saúde e se esse seguro abrange uma prestação de serviço semelhante ao que a MediCar propõe, sendo que, dos 53% que têm seguro de saúde, 84% afirmaram que o seu seguro de saúde não lhes proporciona este tipo de serviço, o que pode trazer vantagens significativas na criação de uma parceria, pois permite a prestação de um serviço conveniente, acessível e de qualidade aos pacientes. Além disso, a parceria também pode contribuir para a redução de custos globais de saúde, melhorando os resultados clínicos e evitando complicações relacionadas à falta de adesão ao tratamento. As parcerias constituem uma abordagem inovadora e estratégica, beneficiando todas as partes envolvidas no processo de entrega de medicamentos ao domicílio. Ao colocar a questão sobre se têm conhecimento de um serviço semelhante ao da MediCar no concelho de Beja, 79% dos inquiridos indicaram que não, mas os restantes inquiridos afirmam que têm conhecimento de um serviço semelhante, dizendo que a maioria dos serviços que conhecem não estão ao seu alcance, pois só está disponível para famílias carenciadas ou com problemas financeiros. Os inquiridos também foram questionados se conheciam alguém que vive em isolamento social, sendo que as respostas se dividiram entre “Sim” e “Não”, sendo que, para quem respondeu “Sim”, perguntou-se também de que forma a MediCar poderia ajudar, obtendo-se as seguintes respostas: Ida ao domicílio e via telefónica; Centros de Saúde e Hospitais; Juntas de Freguesia da residência ou através de um local definido que seja próximo da residência. Assim sendo, organizar visitas regulares às pessoas em isolamento social pode ser uma forma eficaz de oferecer companhia, apoio emocional e auxílio prático. Essas visitas podem ser realizadas por voluntários, familiares, amigos ou profissionais de saúde, dependendo da situação e das necessidades da pessoa isolada. Além disso, os inquiridos afirmam que manter contacto regular por telefone é uma maneira valiosa de ajudar pessoas em isolamento social, pois uma simples chamada pode proporcionar uma sensação de conexão ao permitir que compartilhem as suas preocupações ou assuntos do dia-a-dia. Ao serem questionados sobre se recorreriam à MediCar para a entrega dos seus medicamentos ao domicílio, mais de 90% deu uma resposta positiva e

também estão dispostos a preencher, no ato de entrega dos medicamentos, um inquérito de satisfação pelo serviço prestado, o que se torna num feedback muito positivo, não só por quererem aderir ao serviço, mas por poder haver uma melhoria contínua no mesmo. Ao serem questionados sobre as vantagens do serviço para a população do concelho de Beja, as respostas mais votadas foram: situações de isolamento profilático ou doença; comodidade; igualdade no acesso aos medicamentos; e a promoção do bem-estar. Para concluir, em relação às sugestões de melhoria ou opiniões para o desenvolvimento deste projeto, destacaram-se opiniões positivas sobre o projeto, dado que consideraram uma mais-valia para a população, na medida em que auxilia as pessoas idosas e as pessoas que não possuem meios de transporte. Sugeriram, também, associar o projeto a uma IPSS do concelho, o que pode ser positivo, porque é importante existir uma parceria ao nível da prestação de serviços comunitários, de forma a obter com maior facilidade a identificação e o encaminhamento de pessoas que precisam de entrega de medicamentos, a organização logística e coordenação das entregas, bem como uma maior divulgação do serviço aos seus beneficiários.

Capítulo 5. Discussão dos Resultados

O projeto MediCar pode ser entendido como uma iniciativa de empreendedorismo social, uma vez que consiste numa solução inovadora para o problema das desigualdades no acesso à saúde. Com recurso a ferramentas digitais e a um modelo de negócio, este projeto permite fornecer serviços de saúde de proximidade, mais acessíveis e efetivos, junto de públicos em situação de vulnerabilidade social e económica (Dees, 2001; Grilo & Moreira, 2022).

Os resultados do estudo permitiram evidenciar que o projeto MediCar foi considerado pela globalidade dos inquiridos como fundamental para melhorar o acesso aos cuidados de saúde. Ao combinar a missão social com a disciplina empresarial, este projeto foi avaliado como muito importante, pelo que permite criar mudanças significativas no concelho de Beja, trazendo benefícios sociais à população, sobretudo ao nível da proximidade e da adequação do serviço às necessidades das pessoas, em especial, daquelas que se encontram em situação de isolamento profilático e de doença (Costa, 2017; Gomes, 2020; Grilo & Moreira, 2022).

Além disso, com vista a superar alguns desafios associados à falta de financiamento e apoio institucional, o projeto adota uma abordagem colaborativa através do estabelecimento de parcerias estratégicas com as entidades locais (Carmo, 2014).

Este estudo permitiu, assim, avaliar o projeto de entrega de medicamentos ao domicílio a partir da perceção da população e das entidades locais, com a finalidade de identificar ações estratégicas eficazes, de forma a criar um equilíbrio entre o propósito social e a vertente comercial (Hietschold & Voegtlin, 2020).

Conforme apontam Rijn *et al.* (2018) é crucial medir o impacto social do projeto, no sentido de identificar os fatores importantes a serem considerados no financiamento e no estabelecimento de uma rede de parceiros. Os resultados do estudo revelaram que a maioria dos potenciais parceiros inquiridos manifestaram interesse e vontade em colaborar com o projeto, com vista a criar sinergias e a garantir a sustentabilidade e a continuidade das ações projeto. Por outro lado, a sensibilidade da população na adesão ao projeto revelou ser igualmente positiva e favorável, tendo manifestado interesse em participar na avaliação do projeto.

O projeto MediCar busca, assim, melhorar o acesso aos cuidados de saúde em áreas geográficas

do território mais isoladas através de uma abordagem inovadora com recurso a ferramentas digitais, criando as condições necessárias para que a população tenha igualdade no acesso aos medicamentos e os cuidados de saúde (OMS, 2008; Dias, 2021; Correia, 2022).

Pode-se, deste modo, concluir que a MediCar é um projeto empreendedor, na medida em que está associado à inovação, iniciativa e oportunidade de fazer algo novo e de maneira diferente, sendo um potencial contributo para a renovação da dinâmica do terceiro setor e, conseqüentemente, para o desenvolvimento social do concelho de Beja através da distribuição de serviços de apoio à saúde de forma mais equitativa. A promoção da igualdade no acesso à saúde em territórios de baixa densidade constitui, assim, uma das principais missões da MediCar (Defourny & Nyssens, 2010; Fernandes, 2012; Quintão, 2008; Barbieri & Mendes, 2016; Furtado, 2021; Costa, 2017).

A criação de uma iniciativa de empreendedorismo que estimula o crescimento económico (através da criação de postos de trabalho) e responde às necessidades da população, oferecendo produtos e serviços inexistentes na região, é compreendida pelos inquiridos como relevante para o desenvolvimento comunitário de Beja (Henriques, 2003; Costa, 2017).

O empreendedorismo social é uma abordagem inovadora que combina a missão social com a dimensão empresarial. Acresce que o empreendedorismo social ao ser liderado por organizações sem fins lucrativos ou empresas sociais pode criar um impacto social positivo. Ao ser criado um projeto empreendedor de entrega de medicamentos ao domicílio, este potenciará o acesso aos cuidados de saúde, especialmente para pessoas que vivem em áreas geográficas mais isoladas e/ou com dificuldade em se deslocar até uma farmácia. Os resultados do estudo permitiram concluir que o projeto MediCar apresenta-se com projeto empreendedor, uma vez que se foca na solução de problemas relevantes, na inovação e na criação de soluções sustentáveis para problemas sociais.

Como apontado por Hietschold e Voegtlin (2020) é importante entender as características dos empreendedores sociais para promover o sucesso do empreendedorismo social. No contexto da entrega de medicamentos ao domicílio, um empreendedor social pode estar mais focado na missão social de fornecer o acesso a medicamentos para pessoas que não se podem deslocar do seu domicílio por vários motivos. Contudo, não pode negligenciar a rentabilidade do negócio. Portanto, é importante que num projeto de entrega de medicamentos ao domicílio sejam feitos diversos estudos sobre tendências e desenvolvidas estratégias para a tomada de decisão, no

sentido de haver um crescimento sustentável do negócio, de forma a criar um equilíbrio entre a componente social e a componente comercial.

Os resultados do estudo mostraram, ainda, a importância de se medir o impacto social do projeto MediCar. Segundo Rijn *et al.* (2018) existem dois fatores principais que motivam os empreendedores sociais a medir seu impacto social: "provar" e "melhorar". Desta forma, para medir o seu impacto, a MediCar pode usar esses fatores como base para sua estratégia de medição. Por exemplo, o projeto pode querer "provar" que está a melhorar o acesso aos medicamentos para pessoas idosas ou com mobilidade reduzida ou pode querer "melhorar" a prestação do serviço com base no feedback dos clientes, sendo que, nos dois casos, a medição do impacto social pode ajudar o projeto a avaliar sua eficácia e introduzir as melhorias necessárias. Assim, este projeto ao estar associado à saúde pode ter uma abordagem inovadora para resolver um problema de saúde específico, isto é, melhorar o acesso aos cuidados de saúde em zonas do concelho de Beja mais isoladas em que podem ser utilizadas as tecnologias para apoio farmacêutico ou para a entrega de medicamentos.

Neste contexto, é possível afirmar que o projeto MediCar apresenta uma utilidade social pública no acesso aos medicamentos, pois proporciona maior acessibilidade a medicamentos essenciais para pessoas que enfrentam dificuldades em se deslocar até as farmácias. Permite, ainda, que as pessoas mantenham a sua autonomia e independência, especialmente aqueles que não têm suporte familiar ou cuidadores regulares. Para muitas pessoas, a entrega de medicamentos ao domicílio pode reduzir os custos associados a visitas frequentes a clínicas ou hospitais, transporte público ou táxis para chegar às farmácias. No contexto de pandemia, a entrega de medicamentos ao domicílio desempenhou um papel crucial, pois permitiu que as pessoas recebessem os medicamentos sem a necessidade de se expor a riscos adicionais em locais públicos, ajudando a reduzir a disseminação de doenças e a proteger grupos vulneráveis. Ao proporcionar a entrega de medicamentos ao domicílio, o projeto pode aliviar a carga sobre os serviços de saúde, permitindo que se concentrem em casos mais urgentes e reduzindo a necessidade de atendimentos presenciais para a retirada de medicamentos em farmácias.

Capítulo 6. Conclusões, Limitações e Sugestão de Investigações Futuras

O desenvolvimento comunitário deve sempre realçar as características e as necessidades de cada território para que a sua população consiga enfrentar os seus problemas. Neste sentido, com o objetivo de avaliar a importância do projeto MediCar para o desenvolvimento comunitário do concelho de Beja, o estudo procurou conhecer as perceções da população residente e dos potenciais parceiros relativamente à sua adequabilidade e utilidade social (Abdi & Guo, 2008; Sousa, 2022).

A partir da análise das respostas dos inquiridos, foi possível confirmar que o projeto é percecionado pela população e pelos parceiros inquiridos como uma iniciativa de grande relevância e interesse para o desenvolvimento comunitário do concelho de Beja. Através da promoção de uma iniciativa que cria valor social, este projeto visa respeitar e valorizar as necessidades e o bem-estar da comunidade de Beja (Abdi & Guo, 2008; Sousa, 2022).

A respeito dos benefícios sociais e económicas inerentes ao transporte e entrega de medicamentos ao domicílio, quer para a população, quer para os diferentes *stakeholders* do território, destacaram-se como benefícios, a resposta efetiva a “situações de isolamento profilático/doença”, a “proximidade com a população”, a “comodidade”, a “igualdade de acesso aos medicamentos”, o “bem-estar”, a “poupança de recursos financeiros”, a “criação de valor para a comunidade”.

Deste modo, ao aferir a sensibilidade da população e dos potenciais parceiros sobre a importância do projeto MediCar, foi possível observar respostas favoráveis quanto à adesão e à adequabilidade do serviço às necessidades e ao perfil da população.

A maioria dos parceiros inquiridos manifesta interesse em colaborar com o projeto. Neste sentido, foram evidenciadas vantagens ao nível do estabelecimento de parcerias, designadamente: aumentar as vendas de medicamentos; evitar o desperdício de medicamentos; fomentar a proximidade com a população mais vulnerável, nomeadamente as pessoas idosas; a melhoria do bem-estar e, conseqüentemente, da qualidade de vida dos munícipes de Beja, traduzindo-se num maior apoio à população mais vulnerável; facilitar a continuidade dos cuidados de saúde à pessoas após alta hospitalar, pelo que facilitaria o transporte dos medicamentos ao domicílio população com mais facilidade. Apesar do serviço possuir um custo associado, a população que

usufruisse do serviço acabaria por economizar.

Os resultados permitiram, ainda, revelar algumas medidas visando a melhoria dos serviços do projeto, são elas: a integração do serviço e a sua ligação com os hospitais na continuidade dos cuidados e na recuperação dos doentes com menos mobilidade; a sinalização e a referenciação do cidadão pelos serviços locais de saúde para usufruir dos serviços; amplificar e consolidar a rede de parceiros e o envolvimento com entidades de natureza desportiva, cultural e recreativa.

Foram, ainda, revelados alguns desafios à implementação do projeto neste território, que incluem, sobretudo, carências ao nível de financiamento e captação de recursos humanos qualificados. Esses desafios podem ser superados através da criação de parcerias estratégicas, pela procura pelo financiamento alternativo, pela construção de redes profissionais sólidas e da adoção de uma abordagem colaborativa para resolver problemas complexos.

Conclui-se que a aposta num serviço de transporte e entrega de medicamentos ao domicílio, de forma segura e contígua, torna-se essencial em territórios de baixa densidade, como é o caso do território de Beja, cuja população, na sua maioria idosa, apresenta dificuldades de acesso à saúde e, em particular, aos equipamentos e serviços de apoio à saúde na comunidade (OMS, 2008; Dias, 2021; Correia, 2022).

Este projeto tem duas vertentes, a parte económica, em que o objetivo principal é, por um lado, gerar lucro e, por outro, contribuir para o desenvolvimento comunitário de um território através do empreendedorismo local. Tem uma importância significativa para a comunidade e acarreta vários contributos em várias áreas, nomeadamente, no acesso aos medicamentos, pois a entrega de medicamentos ao domicílio facilita o acesso da população aos medicamentos, o que é particularmente relevante para as pessoas com mobilidade reduzida, com doença crónica ou com dificuldades ao nível da mobilidade de transporte. A entrega de medicamentos ao domicílio pode, também, contribuir para a melhoria da saúde e do bem-estar da população do concelho de Beja, pois a disponibilidade e a acessibilidade dos medicamentos essenciais ajudam a garantir que os doentes sigam corretamente os seus regimes de tratamento, evitando interrupções desnecessárias, tornando-se especialmente relevante para as pessoas com doenças crónicas ou condições de saúde que exigem uma medicação contínua. Em situações como pandemias ou condições climáticas adversas, a entrega de medicamentos ao domicílio torna-se ainda mais crucial, podendo ajudar a garantir que as pessoas recebam os medicamentos necessários sem se exporem a riscos

adicionais, como o contágio em locais públicos. Este serviço pode, igualmente, contribuir para melhorar a qualidade do atendimento e a eficiência dos serviços comunitários locais. A entrega de medicamentos ao domicílio permite que as farmácias expandam o seu alcance, chegando às pessoas que de outra forma poderiam ter dificuldade em obter os medicamentos necessários. Isso pode aliviar a pressão sobre as unidades de saúde e ajudar a otimizar os recursos existentes.

Embora este projeto tenha muitos benefícios associados, também existem algumas limitações a serem consideradas, por exemplo, ao nível logístico e tempo de entrega, pois pode haver dificuldades na entrega rápida e eficiente dos medicamentos, no valor da taxa de entrega, uma vez que nem todos os inquiridos estavam dispostos a pagar o valor da taxa associada à entrega. Também a interação humana reduzida pode ser uma limitação, uma vez que a entrega de medicamentos ao domicílio elimina a interação pessoal entre a pessoa e o farmacêutico. Essa interação é valiosa para fornecer informações sobre o uso adequado dos medicamentos, esclarecer dúvidas e oferecer aconselhamento personalizado. A ausência desse contato direto pode afetar a qualidade do atendimento e a compreensão das pessoas sobre os seus tratamentos. É importante considerar essas limitações ao implementar um projeto de entrega de medicamentos ao domicílio e desenvolver soluções para minimizá-las, garantindo uma prestação de serviço segura, eficiente e de qualidade. É importante, ainda, garantir as condições especiais de armazenamento, uma vez que alguns medicamentos requerem condições especiais de armazenamento, como refrigeração ou controlo da temperatura, o que se torna muitas vezes um desafio em climas quentes, como é o caso do concelho de Beja.

Relativamente às limitações do estudo, uma das identificadas prende-se com a representatividade da amostra, uma vez que foi apenas inquirida uma parte da população, isto porque uma amostra restrita pode não capturar a variabilidade das perceções sociais, o que dificulta alcançar uma visão completa e abrangente da realidade do concelho de Beja. O questionário aplicado apenas num período temporal específico, também pode limitar a compreensão, uma vez que não acompanha diversas evoluções, tendências ou até padrões ao longo do tempo. Além disso, as opiniões, atitudes e comportamentos das pessoas podem variar com o tempo devido a uma série de fatores, como eventos, influências externas ou mudanças de contexto.

A outra limitação identificada relaciona-se com o facto de não ter sido feito um estudo da viabilidade económico-financeira do projeto. Para superar esta limitação, sugere-se como

proposta de investigação futura avaliar a sustentabilidade económica e financeira do projeto. Como sugestão de investigação futura, propõe-se, ainda, um estudo que abranja outros *stakeholders* revelantes para auxiliar na medição do sucesso do projeto em termos de lucro e de impacto social no território, recorrendo, para o efeito, a metodologias participativas.

Conclui-se, assim, que o projeto MediCar oferece uma utilidade social pública significativa, melhorando o acesso a medicamentos, promovendo a saúde e o bem-estar, aumentando a autonomia dos pacientes e contribuindo para a eficiência dos serviços de saúde. No entanto, a dispersão geográfica do concelho de Beja pode constituir um desafio significativo quando se trata do transporte de medicamentos ao domicílio. Beja tem uma população envelhecida com problemas de natureza de social e de saúde e que dependem de transporte público, o que cria dificuldades ao nível da sua mobilidade. Perante tais desafios, o projeto MediCar pode trazer benefícios importantes para a população local ao superar as barreiras geográficas e melhorar a acessibilidade aos medicamentos para essas pessoas. A MediCar apresenta, deste modo, condições para ser implementado, constituindo uma opção vantajosa, quer para a população local, quer para a região, ao melhorar o acesso a medicamentos, proporcionar comodidade, contribuir para a saúde e bem-estar da população, garantir a continuidade do tratamento em situações de emergência e ao apoiar os serviços de saúde locais.

O projeto MediCar surge, assim, como um potencial aliado do desenvolvimento sustentável do território de Beja, na medida em que visa garantir a igualdade no acesso aos cuidados de saúde de qualidade e potencia o estabelecimento de parcerias locais. Como destacaram Schraiber *et al.* (1999) e Fernandez (2009), não chega só responder às necessidades de sobrevivência das populações, sendo fundamental que o desenvolvimento se oriente por um conjunto de valores comunitários, como a cooperação, a co-gestão, a co-participação, a comunicação, a solidariedade e a participação. Nessa medida, o projeto procura garantir a universalidade e a equidade na prestação de serviços, fomentar a colaboração e o envolvimento dos cidadãos nos cuidados em saúde.

Bibliografia

- Abdi, A. A., & Guo, S. (2008). *Education and social development: Global issues and analyses*. BRILL.
- Alves, A. C., & Fernandes, A. S. (2019). Empreendedorismo social em Portugal: Um panorama dos atores e instituições envolvidos. *Revista Empresa Social*, 15(1), 63-81.
- Andrade, J. , Campos, C., Rosa, R., & Estival, K. (2018). Empreendedorismo e Negócios Sociais: O Caso do Escritório de Projetos da Universidade Estadual de Santa Cruz. *Interdisciplinary Journal of Social Management/Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, 7(2).
- Ascensão, P. (2016). *A excelência e o empreendedorismo: Os desafios que Portugal está a ganhar*. Compete 2020. https://www.compete2020.gov.pt/noticias/detalhe/Empreendedorismo_websummit.
- Barbieri, A. F., & Mendes, J. M. (2016). Empreendedorismo Social: uma abordagem teórico-conceitual. *Revista de Administração e Inovação*, 13(1), 5-28.
- Barroca, J. (2012). *O sucesso das startups em tempo de crise* [Dissertação de Mestrado não publicada]. ISCTE – Business School, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa.
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: What everyone needs to know*. Oxford University Press.
- Bowman C, Family H, Agius-Muscat H, Cordina M, Sutton J. (2020). Compra de medicamentos pelo consumidor pela internet usando uma amostra populacional: uma abordagem de metodologia mista. *Elsevier*. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2019.09.056>.
- Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. Em Kent C. A., Sexton D. L., & Vesper K. H., *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 39-57). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Campenhoudt, L. V., & Quivy, R. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais*. Gradiva Publicações.
- Canhestro, A. (2018). *Envelhecer com saúde – Promoção de estilos de vida saudáveis no Baixo Alentejo* [Tese de Doutoramento não publicada]. Escola Superior de Enfermagem de Lisboa –

Universidade de Lisboa. Lisboa.

- Capucha, L. & Figueiredo, V. (2007). *Promoção Empreendedorismo na Escola*. https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/ficheiros/guiaio_pdf.pdf
- Caramelo, J. (2009). *Educação e desenvolvimento comunitário num processo de transição autogestionário* [Tese de Doutoramento não publicada]. Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação, Universidade do Porto, Porto.
- Carloni, C & Michel, M. (2006). *Revista Científica Eletrónica de Administração* – ISSN: 1676-6822.
- Carmo, H. (2014). *Desenvolvimento comunitário*. <https://www.mybooks.pt/book/desenvolvimento-comunitario/U09MT3>
- Carvalho, C. (2014). *Desigualdades de acesso e de mobilidade em meio rural, uma perspetiva de género* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Universidade da Beira Interior, Covilhã.
- Carvalho, N. (2015). *Promoção da saúde: da investigação à prática* (6ª. ed). Universidade Aberta.
- Câmara Municipal de Beja (2021). *Diagnóstico Social do Concelho de Beja*. Câmara Municipal de Beja.
- Câmara Municipal de Beja (2022). *Diagnóstico Social do Concelho de Beja*. Câmara Municipal de Beja.
- Coelho, R. (2022). *Um parque uma aldeia – desenvolvimento comunitário e participativo de vale domingos* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Instituto Politécnico de Leiria, Leiria.
- Correia, A. (2022). *A dignidade nas políticas sociais de velhice: contributo para uma nova agenda do envelhecimento em Portugal* [Tese de Doutoramento não publicada]. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Costa, E. C. (2017). *Empreendedorismo no setor da saúde: Proposta de criação de uma clínica* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Universidade da Beira Interior, Covilhã.
- Costa, R., Ferreira, J. J., & Fernandes, A. S. (2018). Empreendedorismo social e desenvolvimento regional: Um estudo de caso no Norte de Portugal. *Jornal de Estudos Rurais*, 60, 9-18.

- Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship revisited. *Stanford University Graduate School of Business*. http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). *Social enterprise in Europe: At the crossroads of market, public policies and third sector*. Policy and society.
- DGAE (2023). *Empreendedorismo*. <https://www.dgae.gov.pt/servicos/politica-empresarial/competitividade/empreendedorismo.aspx>.
- Dias, C. (2021). *Pandemia: Resiliência do Sistema de Saúde* (1ª. Edição). Almedina.
- Dias, E. (2017). *Dicionário Financeiro*. <https://www.dicionariofinanceiro.com/empreendedorismo/>.
- Dias, L. & Sales, E. (2017). *Empreendedorismo social: uma visão contemporânea*. Paco Editorial.
- Dornelas, A. (2005). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios* (2ª. ed.). Elsevier.
- Drucker, P. (1986). *Inovação e espírito empreendedor – prática e princípios* (4ª. ed.). Pioneira.
- Duarte, M. (2008). *Determinantes de Empreendedorismo - o papel dos BIC* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Faculdade de Engenharia – Universidade do Porto, Porto.
- Durão, V. S. G. T. (2014). *Educação para a Saúde como Estratégia para a Promoção do Envelhecimento Saudável* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Instituto Politécnico de Santarém, Santarém.
- Elkington, J. & Hartigan, P. (2008). *O poder das pessoas irracionais: como os empreendedores sociais criam mercados que mudam o mundo*. Harvard Business Press.
- Europeu, P. (2011). Diretiva 2011/62/UE do Parlamento Europeu e do Conselho de 8 de junho de 2011. Estrasburgo: Parlamento Europeu.
- Europeu, P. (2015). Diretiva 2001/83/CE: código comunitário relativo aos medicamentos para uso humano, 2001.
- Farmacêuticos, O. D. (2018). *Boas Práticas de Farmácia Comunitária - Norma específica sobre dispensa de medicamentos e produtos de saúde*. Ordem dos Farmacêuticos. https://www.ordemfarmaceuticos.pt/fotos/qualidade/of.c_n004_00_norma_especifica_sobre_disp

ensa_de_medicamentos_e_produtos_de_saude_5214920525afd9c8445f2 c.pdf.

- Farmacêuticos, O. D. (2022). *A Farmácia Comunitária*. Ordem dos Farmacêuticos. <https://www.ordemfarmaceuticos.pt/pt/areas-profissionais/farmaciacomunitaria/a-farmacia-comunitaria/>.
- Fernandes, J. C. C. (2012). *Empreendedorismo e atitude inovadora nas empresas: estudos de caso aplicados à hotelaria*. [Dissertação de Mestrado não publicada]. Instituto Politécnico de Setúbal, Setúbal.
- Fernández, C. (2009). *Intervenção comunitária e práticas de inclusão*. Saber & Educar.
- Figueira, R. (2019). *Envelhecimento ativo e Empreendedorismo Social: Proposta para a criação de um Centro Sénior de artes e ofícios no concelho de Aljustrel*. [Projeto de Intervenção]. Instituto Politécnico de Beja – Escola Superior de Educação, Beja.
- Fortin, M. (2003). *O Processo de Investigação: da Conceção à Realização* (3.^a ed.). Lusociência.
- Frias, P. G. (2016). *Métodos de investigação em ciências sociais e humanas: teoria e prática* (2.^a ed.). Texto Editores.
- Furtado, L. (2021). *Empreendedorismo em Saúde: Estudo de caso de uma clínica médica no Município de Maranguape/ce* [Trabalho de conclusão de Bacharel]. Centro Universitário Christus, Fortaleza.
- Gil, A. C. (2019). *Como elaborar projetos de pesquisa*. Atlas.
- Gomes, M. (2020). *Empreendedorismo Social: o impacto deste modelo de negócio*. Cegid Jasmin. <https://www.jasminsoftware.pt/blog/empreendedorismo-social/>.
- Grilo, R., & Moreira, A. C. (2022). The social as the heart of social innovation and social entrepreneurship: An emerging area or an old crossroads?. *International Journal of Innovation Studies*, 6(2), 53-66.
- Hamilton, R. T.; Harper, D. A. (1994). The Entrepreneur in Theory and Practice. *Journal of Economic Studies*, p.5.
- Henriques, A. (2003). *Desenvolvimento Comunitário e Empreendedorismo Social: Dinâmicas e Desafios no Contexto Português*. Editorial Caminho.

- Hietschold, N., & Voegtlin, C. (2020). Blinded by a social cause? Differences in cognitive biases between social and commercial entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 13(3), 431-452.
- Hisrich R. D., Peters M. P., Souza T. C. F., Shepherd D. A. (2009). *Empreendedorismo*. Bookman Companhia Ed.
- IAPMEI (2019). *StartUP Voucher 2019-2022*. [https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo.Inovacao/Empreendedorismo-\(1\)/StartUP-Voucher-2019-2022.aspx](https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo.Inovacao/Empreendedorismo-(1)/StartUP-Voucher-2019-2022.aspx).
- INE, (2021). *Índice de envelhecimento*. Pordata. <https://www.pordata.pt/Municipios/Índice+de+envelhecimento-458>.
- INE, (2021). *Plataforma de Divulgação dos Dados*. https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=censos21_main&xpid=CENSOS21&xlang=pt.
- INFARMED (2022). *Gestão da disponibilidade do medicamento*. <https://www.infarmed.pt/web/infarmed/gestao-da-disponibilidade-do-medicamento>.
- International Organization for Standardization. (2015). *Quality management systems – Requirements*. Switzerland: International Organizations for Standardization.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regner, P. (2017). *Exploring Strategy*. Pearson Education Limited.
- Kofi Annan (2006). *Mensagem do secretário-geral da ONU por ocasião do dia internacional das pessoas idosas*. <http://europa.eu/volunteering/en>.
- Lacerda, M. (2020). *Ética e desenvolvimento comunitário: um estudo de caso* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Instituto de Educação, Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Mair, Johanna, Marti & Ignasi (2006), “Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight”, *Journal of World Business*, n.º 41, pp. 36-44.
- Marmot, M. (2010). *Fair Society, Healthy Lives*. The Marmot Review.
- Marques, M. L. (2010). *Empreendedorismo Social: do enquadramento teórico à realidade portuguesa* [Trabalho de investigação não publicado]. Escola Superior de Tecnologia e Gestão – Instituto Politécnico da Guarda, Guarda.

- Martins, M. (2007). *O empreendedorismo social chegou a Portugal como mentalidade e como forma de estar*. Portal VER.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. D. Van Nostrand Company
- Moreno, L. (2007). *Desenvolvimento Territorial - de um sentido ocidental às orientações coesivas para um meio rural inovador: Caminhos e Caminhantes* (1ª. Edição). Universidade de Lisboa.
- Morgado, C. (2013). *O Empreendedorismo Social na realidade portuguesa: do conceito à prática* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Universidade da Beira Interior, Ciências Sociais e Humanas, Covilhã.
- Nunes, L. & Menezes, O. (2014). *O bem-estar, a qualidade de vida e a saúde dos idosos*. Caminho.
- Oliveira, P. (2017). *Empreendedorismo Social: um modelo de gestão eficaz*. [Dissertação de Mestrado não publicada]. Instituto Superior de Gestão, Lisboa.
- OMS (2008). *Cuidados de saúde primários: agora mais que nunca*. https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/43949/9789244563731_por.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Parente, C. (2014). *Empreendedorismo Social em Portugal*. Universidade do Porto - Faculdade de Letras.
- Parreira, P., Paiva, T., Mónico, L., Alves, L., Sampaio, H. (2018). *As instituições de Ensino Superior Técnico e a educação para o empreendedorismo*. Poli-Entrepreneurship Innovation Network.
- Paulo, G. (2020). *A Dispensa de Medicamentos ao Domicílio ou através da internet em Portugal* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Universidade da Beira Interior, Covilhã.
- Pedrosa, N. (2023). *População estrangeira no distrito de Beja continua a aumentar*. <https://diariodoalentejo.pt/pt/noticias/15428/populacao-estrangeira-no-distrito-de-beja-continua-a-aumentar.aspx>.
- Pereira, L. (2021). *Material de apoio para a Unidade Curricular de Avaliação de Projetos Sociais e Empreendedorismo Social*. Instituto Piaget.

- Portela, C. (2020, 5 de agosto). *Do valor social individual*. <https://observador.pt/opinio/do-valor-social-individual/>
- PNUMA (2021). *Relatório Anual 2021 – Ação Planetária*. https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/37946/UNEP_AR2021_PT.pdf.
- Portugal. (2007). Decreto-Lei n.º 307/2007, de 31 de agosto. Diário da República n.º 168, I Série. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/168-2007-641148>
- Portugal. (2007). Portaria n.º 1427/2007, de 02 de novembro. Diário da República n.º 211, I Série. <https://files.dre.pt/gratuitos/1s/2007/11/21100.pdf>
- Portugal (2012). Decreto-Lei n.º 22/2012, de 30 de janeiro. Diário da República n.º 21, I Série. <https://files.dre.pt/1s/2012/01/02100/0051300516.pdf>
- Portugal. (2012). Decreto-Lei n.º 171/2012, de 1 de agosto. Diário da República n.º 148, I Série. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/171-2012-179072>
- Portugal. (2013). Decreto Lei n.º 128/2013, de 5 de setembro. Diário da República n.º 171, I Série. https://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=1987&tabela=leis&so_miolo=
- Portugal. (2015). Portaria n.º 224/2015, de 27 de julho. Diário da República n.º 144, I Série. <https://diariodarepublica.pt/dr/analise-juridica/portaria/224-2015-69879391>
- Portugal. (2019). Portaria n.º 390/2019, de 29 de outubro. Diário da República n.º 208, I Série. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/portaria/390-2019-125781753>
- Quintão, C. (2004). *Empreendedorismo social e oportunidades de construção do próprio emprego* [Trabalho Seminário não publicado]. Universidade Fernando Pessoa – Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Porto
- Quintão, C. (2008). Dez anos de empresas de inserção em Portugal – revisão dos dados oficiais e de estudos recentes. Em *VI Congresso Português de Sociologia*. Lisboa.
- Reis, F. L. (2022). *Investigação científica e Trabalhos Académicos - Guia Prático* (2.ª ed.). Edições Sílabo.
- Rijn, M. V., Raab, J., Roosma, F. & Achterberg, P. (2018). To Prove and Improve: An Empirical Study on Why Social Entrepreneurs Measure Their Social Impact. *Journal of Social*

Entrepreneurship, <https://doi: 10.1080/19420676.2021.1975797>

- Santana, P., Alves, I., Couceiro, L., & Santos, R. (2008). Envelhecimento e saúde em Portugal. *PNS em foco - Boletim informativo n.º 2*. Lisboa: Alto Comissariado da Saúde – Gabinete de Informação e Prospectiva.
- Santos, H. (2002). Desenvolvimento Comunitário vs. Educação: duas faces da mesma moeda. *Cadernos de Educação de Infância*, 62.
- Santos, F. (2013). *Empreendedorismo social: o que é, como fazer, porquê?*. Elsevier.
- Santos, S. C., & Marques, C. S. (2019). Empreendedorismo social em Portugal: Perspetivas e desafios. *Revista Portuguesa de Investigação Comportamental e Social*, 5(1), 1-9.
- Saraiva, P. (2015). *Empreendedorismo: do Conceito à Aplicação, da Ideia ao Negócio, da Tecnologia ao Valor* (3.ª ed.). Imprensa da Universidade de Coimbra.
- SBA (2021). Relatório de monitorização da implementação da iniciativa SBA em Portugal – 2021. <https://www.dgae.gov.pt/comunicacao/noticias/relatorio-anual-sba-2021.aspx>
- Schraiber, L. B., Peduzzi, M., Sala, A., Nemes, M. I., Castanhera, E. R., & Kon, R. (1999). Planeamento, gestão e avaliação em saúde: identificando problemas. *Ciência & Saúde Colectiva*, <https://doi:10.1590/S1413-81231999000200002>
- Schumpeter, J. (2005). *The theory of economic development*. Transaction Publishers.
- Silva, M. M. (1963). Bases de um processo de desenvolvimento comunitário. *Análise Social*. <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/1402>
- Silva, M. M. (1964). Oportunidade do desenvolvimento comunitário em Portugal. *Análise Social*. <https://www.jstor.org/stable/41007689>
- Silva, F. (2020). *Empreendedorismo Social: um contributo para a compreensão do processo de incubação de negócios sociais* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Universidade do Minho – Escola de Engenharia, Braga.
- Sobrinho, A. (2009). *Desenvolvimento sustentável: uma análise a partir do Relatório Brundtland* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Universidade Estadual Paulista - Faculdade de Filosofia e Ciências, Mirante.

- Sousa, D. (2022). *A sustentabilidade dos territórios face às novas determinações europeias: o concelho de Oleiros* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Stokes, D., Wilson, N., & Mador, M. (2010). *Entrepreneurship*. Cengage Learning EMEA.
- Thompson, J. B. (1999). *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Vozes.
- UNDP (2016). *Relatório sobre o Desenvolvimento Humano – Desenvolvimento Humano para todos*. <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ao/HDR2016-2016-PT-ANGOLA.pdf>
- UNESCO (2015). *Relatório de monitoramento global de EPT – Educação para todos 2000-2015: Progressos e desafios*. https://www.cnedu.pt/content/noticias/internacional/EFA2015_PT.pdf.
- Wallerstein, N., & Duran, B. (2010). Community-based participatory research contributions to intervention research: the intersection of science and practice to improve health equity. *American Journal of Public Health*, 100(S1), S40-S46.

Anexos



Anexo 1 - Identificação dos potenciais parceiros para aplicação do questionário

(N=35)

Farmácias (N=11)

- Farmácia Silveira - f.silveira.bja@gmail.com
- Farmácia Palma - farmaciapalmabeja@gmail.com
- Farmácia Central - farmaciacentraldebeja@gmail.com
- Farmácia Oliveira - farmacia.oliveira.beja@gmail.com
- Farmácia Santos – f.maria.f.moura@gmail.com
- Farmácia Santa Lúcia - f.santalucia@hotmail.com
- Farmácia Fonseca - farmafonseca@gmail.com
- Farmácia Pacheco (Holon) - farmacia.pacheco.beja@gmail.com
- Farmácia J. Delgado - farmaciajdelgado@gmail.com
- Well's – otica.beja@wells.pt
- Well's Retail – otica.bejaretail@wells.pt

Câmara Municipal de Beja (N=1) - geral@cm-beja.pt

Juntas de Freguesia do concelho de Beja (N=12)

- Albernoa e Trindade - ufalbernoatrindade@gmail.com
- Baleizão - geral@freg-baleizao.com
- Beja (Salvador e Santa Maria da Feira) - geral.ufsalsm@gmail.com
- Beja (Santiago Maior e São João Baptista) - geral@ufsmaiorsjbaptista.pt
- Beringel - jfberingel@gmail.com
- Cabeça Gorda - jfcgorda@gmail.com

- Nossa Senhora das Neves - juntansneves@mail.telepac.pt
- Salvada e Quintos - ufsalvadaquintos@gmail.com
- Santa Clara de Louredo - freguesialouredo@gmail.com
- Santa Vitória e Mombeja - ufsvitoriaemombeja@sapo.pt
- São Matias - jfsaomatias@gmail.com
- Trigaches e São Brissos - uftrigachessbrissos@mail.telepac.pt

Unidade Local de Saúde do Baixo Alentejo (ULSBA) (N=3)

- Hospital José Joaquim Fernandes - ca@ulsba.min-saude.pt
- Centro de Saúde de Beja - Unidade de Saúde Familiar Alfabeja - usfalfabeja@ulsba.min-saude.pt
- Centro de Saúde de Beja 2 - csbeja@ulsba.min-saude.pt

Seguradoras (N=4)

- Fidelidade – helena.rosario.sobreira@fidelidade.pt
- Tranquilidade – manuel.felicio@parceiros.tranquilidade.pt
- Ageas Seguros – beseгуros@agentegeneral.ageas.pt
- MAPFRE - almeida.tavaresde@gmail.com

Veterinárias (N=4)

- Clínica veterinária Portas de Beja – clivetportasdebeja@gmail.com
- Hospital veterinário do Baixo Alentejo (Animália) - geral@animalia.pt
- Casota consultório veterinário - casotaconsultorioveterinario@gmail.com
- ZU Beja - BRTZU@sonaemc.com

Anexo 2 - Questionário aplicado aos potenciais parceiros

O presente questionário surge no âmbito de um projeto de intervenção intitulado MediCar enquadrado no Mestrado de Desenvolvimento Comunitário e Empreendedorismo ministrado pela Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Beja.

O principal objetivo do presente questionário consiste em avaliar, por um lado, a importância de implementar um serviço de entrega ao domicílio de medicamentos e de outros produtos à venda nas farmácias ou parafarmácias e, ainda, de medicamentos e produtos veterinários, tendo como público-alvo a população do concelho de Beja. E, por outro lado, aferir a possibilidade de estabelecer parcerias com os potenciais intervenientes identificados pelo presente projeto como relevantes para a sua implementação.

Os resultados obtidos serão utilizados para fins académicos. O questionário é anónimo, não devendo por isso colocar a sua identificação em nenhuma das folhas, nem assinar. Não existem respostas certas ou erradas. Na maioria das questões terá apenas de assinalar com uma cruz a sua opção de resposta, sendo que, o tempo previsto para preenchimento do questionário são de 5 a 10 minutos.

Toda a informação recolhida neste estudo é de carácter confidencial, de acordo com a Lei n.º 58/2019 de 08 de agosto, relativa à execução, na ordem jurídica nacional, do Regulamento Geral de Proteção de Dados, não sendo utilizada para outros meios fins, que não os do estudo em causa e a divulgação dos seus resultados.

Consinto Não Consinto

Caracterização Profissional

Área de ação do potencial parceiro:

- Município e Juntas de Freguesia
- Farmácias
- Hospitais e Centros de Saúde
- Seguradoras
- Veterinárias

Nome da Entidade: _____

Questionário

1. Considera importante um serviço de entrega de medicamentos ao domicílio?

- Muito importante Importante Indiferente Pouco importante Nada importante

2. De acordo com o que leu na introdução do questionário, considera a MediCar uma prestação de serviço importante no concelho de Beja?

- Muito importante Importante Indiferente Pouco importante Nada importante

3. A prestação de serviço da MediCar tem uma taxa associada no valor de 3€ para os clientes. Considera o valor da taxa de entrega adequado?

- Sim Não

3.1 Caso a sua resposta seja “Não”, indique o valor que considera mais adequado.

4. Considera importante a venda do comprimido único de forma a poupar, racionar os medicamentos e evitar o desperdício?

- Muito importante Importante Indiferente Pouco importante Nada importante

5. Considera importante a possibilidade de recolha de medicamentos com prazo de validade ultrapassados, no ato da entrega de outros medicamentos e de forma gratuita?

Muito importante Importante Indiferente Pouco importante Nada importante

6. Tem conhecimento de um serviço semelhante ao da MediCar no concelho de Beja?

Sim Não

6.1 Se sim, esse serviço está ao alcance de toda a população?

Muito provável Provável Pouco Provável Impossível

7. De que forma a MediCar poderia ser uma mais-valia para o parceiro?

(Pode assinalar mais do que uma opção).

- Proximidade com a população
- Ausência de filas
- Publicidade/divulgação da imagem
- Gestão de atendimento e do serviço
- Menos gastos na contratação de recursos humanos
- Vantagens devido à pandemia ou situações de isolamento profilático/doença
- Outro motivo

(Indique qual): _____

8. Na sua opinião enquanto parceiro, quais as vantagens que este serviço traria para a população do concelho de Beja?

(Pode assinalar mais do que uma opção).

- Bem-estar
- Comodidade
- Criação de valor para a comunidade
- Igualdade de acesso aos medicamentos por toda a população
- Poupança de combustível
- Vantagens devido à pandemia ou situações de isolamento profilático/doença
- Outro motivo

(Indique qual): _____

9. Estaria interessado ou seria possível estabelecer uma parceria com a MediCar?

Sim Não

9.1 Justifique a sua resposta à questão anterior.

10. Com o estabelecimento da parceria, considera exequível a cobrança de uma pequena comissão pelo serviço ao potencial parceiro?

Sim Não

10.1 Caso a sua resposta seja “Não”, justifique a sua opção.

O projeto da MediCar é ainda uma ideia em exploração, pelo que se deixam umas linhas em branco para que possa escrever e indicar algo que considere importante para o desenvolvimento deste projeto, sugestões de melhoria ou simplesmente a sua opinião.

Muito obrigada pela sua colaboração!

Anexo 3 - Questionário aplicado à População do concelho de Beja

O presente questionário surge no âmbito de um projeto de intervenção intitulado *MediCar* enquadrado no Mestrado de Desenvolvimento Comunitário e Empreendedorismo ministrado pela Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Beja.

O principal objetivo do presente questionário consiste em aferir junto do público-alvo do projeto a importância de implementar um serviço de entrega ao domicílio de medicamentos e de outros produtos à venda nas farmácias ou parafarmácias e, ainda, de medicamentos e produtos veterinários, tendo como público-alvo a população do concelho de Beja.

Os resultados obtidos serão apenas utilizados para fins académicos, garantindo-se o anonimato dos mesmos. Não existem respostas certas ou erradas. Na maioria das questões terá apenas de assinalar com uma cruz a sua opção de resposta, sendo que, o tempo previsto para preenchimento do questionário são de 5 a 10 minutos.

Toda a informação recolhida neste estudo é de carácter confidencial, de acordo com a Lei n.º 58/2019 de 08 de agosto, relativa à execução, na ordem jurídica nacional, do Regulamento Geral de Proteção de Dados, não sendo utilizada para outros meios fins, que não os do estudo em causa e a divulgação dos seus resultados.

Consinto Não Consinto

Caracterização Sociodemográfica

Idade: _____

Sexo: Feminino Masculino

Habilitações Literárias: 1º Ciclo 2º Ciclo 3º Ciclo
 Ensino Secundário Licenciatura Mestrado Doutoramento

Estado Civil: Solteiro/a Casado/a ou a viver em união de facto
 Divorciado/a ou separado/a Viúvo

Freguesia onde reside: Albernoa e Trindade Baleizão Beringel
 Cabeça Gorda Nossa Senhora das Neves Salvada e Quintos São Matias
 Salvador e Santa Maria da Feira Santa Clara de Louredo Santa Vitória e Mombeja
 Santiago Maior e São João Baptista Trigaches e São Brissos

Carta de Condução: Sim Não

Questionário

1. Quantas vezes por mês adquire produtos de farmácia e/ou parafarmácias?

Mais de 5 Entre 3 a 4 Menos de 2 Quase nunca

2. Considera importante um serviço de entrega de medicamentos ao domicílio?

Muito importante Importante Indiferente Pouco importante Nada importante

3. De acordo com o que leu na introdução do questionário, considera a MediCar uma prestação de serviço importante no concelho de Beja?

Muito importante Importante Indiferente Pouco importante Nada importante

4. Quais as razões que o fariam recorrer ao serviço da MediCar? (Pode assinalar mais do que uma opção).

Isolamento Social

Falta de tempo para se deslocar às farmácias/parafarmácias

Filas nas farmácias/parafarmácias

Doença

Pandemia

Ausência de meio de transporte

Outro motivo (Indique qual): _____

5. Das 3 formas que poderá adquirir os medicamentos, qual seria para si a mais viável? (Pode assinalar mais do que uma opção).

- Aplicação de telemóvel, com leitura do código QR das receitas
- Website* da MediCar
- Via telefónica

6. A prestação de serviço da MediCar tem uma taxa associada no valor de 3€ para os clientes.

Considera o valor da taxa de entrega adequado?

- Sim
- Não

6.1 Caso a sua resposta seja “Não”, indique o valor que considera mais adequado?

7. Considera importante a venda do comprimido único de forma a poupar, racionar os medicamentos e evitar o desperdício?

- Muito importante
- Importante
- Indiferente
- Pouco importante
- Nada importante

8. Considera importante a possibilidade de recolha de medicamentos com prazo de validade ultrapassados, no ato da entrega de outros medicamentos e de forma gratuita?

- Muito importante
- Importante
- Indiferente
- Pouco importante
- Nada importante

9. Tem animais de estimação? Sim Não

9.1. Se sim, considera importante existir entrega de medicamentos ao domicílio para os seus animais de estimação?

- Muito importante
- Importante
- Indiferente
- Pouco importante
- Nada importante

10. Tem algum seguro de saúde? Sim Não

10.1 Se sim, o seu seguro de saúde proporciona-lhe a entrega de medicamentos ao domicílio?

- Sim
- Não

11. Tem conhecimento de um serviço semelhante ao da MediCar no concelho de Beja?

- Sim
- Não

11.1 Se sim, esse serviço está ao seu alcance ou pode adquiri-lo?

- Muito provável Provável Pouco Provável Impossível

12. Considera que, ou conhece alguém que vive em isolamento social? Sim Não

12.1 Se sim, de que forma a MediCar poderia ajudar?

- Presencial, no domicílio
 Presencial, nas instalações da MediCar
 Via telefónica
 Outro (Indique qual): _____

13. Caso o projeto seja implementado, recorreria à MediCar para a entrega dos seus medicamentos no domicílio?

- Muito provável Provável Pouco Provável Impossível

14. A MediCar tem como objetivo prestar um serviço de qualidade e excelência. Estaria disposto a preencher, no ato da entrega dos medicamentos, um inquérito de satisfação pelo serviço prestado?

- Muito provável Provável Pouco Provável Impossível

15. Na sua opinião, quais as vantagens que este serviço traria para si e para a população do concelho de Beja? (Pode assinalar mais do que uma opção).

- Bem-estar
 Comodidade
 Criação de valor para a comunidade
 Igualdade de acesso aos medicamentos por toda a população
 Poupança de combustível
 Vantagens devido à pandemia ou situações de isolamento profilático/doença
 Outro motivo (Indique qual): _____

O projeto da MediCar é ainda uma ideia em exploração, pelo que se deixam umas linhas em branco para que possa escrever e indicar algo que considere importante para o desenvolvimento deste projeto, sugestões de melhoria ou simplesmente a sua opinião.

Muito obrigada pela sua colaboração!