

Categoria: Inovação na Gestão Pública

3º lugar

Instituição: Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro (MPRJ)

Rio de Janeiro - RJ

CAMPANHA DE DOAÇÃO DE MEDICAMENTOS DO MPRJ

CAMPANHA DE DOAÇÃO DE MEDICAMENTOS DO MPRJ

Estudos mostram que o volume acumulado de resíduos domiciliares de medicamentos incorretos no Brasil é exageradamente alto; e que o elevado índice de automedicação influencia neste volume e no desperdício financeiro. o Núcleo de Saúde Ocupacional do Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro (NSO/MPRJ) decidiu atacar de frente o problema, criando uma Campanha de doação de medicamentos. Foram doados medicamentos dentro do prazo de validade (isto é, em bom estado) e informaram como realizar o descarte correto de medicamentos vencidos.

Funcionou do seguinte modo: Os integrantes do MPRJ doaram medicamentos que ainda estão dentro do prazo de validade, mas que não utilizariam, e outros integrantes do MPRJ interessados receberam medicamentos também em bom estado, para uso próprio ou dos familiares. Os medicamentos serviam para diversos tipos de tratamentos. No mercado, os valores deles variavam de centavos até R\$ 500,00. Com a Campanha, os integrantes do MPRJ que necessitavam desses medicamentos fizeram uma economia no orçamento familiar.

O segundo aspecto da campanha trata exatamente do descarte correto de medicamentos. A Campanha incentivou o descarte correto de medicamentos entre os quase 6 mil integrantes do MPRJ e seus familiares. Desde o início da Campanha, dezembro de 2016, foi evitado que quase 5.000 medicamentos (comprimidos, caixas de medicamentos fechadas, ampolas, xaropes, pomadas, entre outros) fossem descartados indevidamente no meio ambiente.

A Campanha serviu também para a conscientização dos integrantes do MPRJ e seus familiares do quanto é desperdiçado em medicamentos no Brasil, um país em que boa parte de sua população não têm acesso aos remédios, por conta do seu custo elevado ou de restrições no orçamento familiar.

Os objetivos da Campanha foram plenamente atingidos. No aspecto econômico/financeiro, os resultados são visíveis por representarem uma economia no orçamento familiar. Quanto ao aspecto ambiental, a Campanha evitou que medicamentos, tornados “lixo”, porque venceu o prazo de validade, tivessem o destino indevido, poluindo as ruas ou o meio ambiente.

Por fim, o aspecto social. A Campanha promoveu a interação Instituição-servidor, conscientizando-o sobre a importância da doação e, desta forma promovendo a qualidade de

vida no ambiente de trabalho. Os envolvidos na Campanha entenderam que a Instituição se preocupa com eles.