

Excesso de estoque de medicamentos: solução em 4 Cs

ENQUANTO TENTA-SE MUDAR A LEI PARA ISENTAR DE TRIBUTOS AS DOAÇÕES [APOIEM O PROJETO DE LEI (PL) 4719/2020!], UM PROCESSO LENTO, PROponHO OUTRA SOLUÇÃO BASEADA NOS 4 CS: CRIATIVIDADE, COOPERAÇÃO, CORAÇÃO E CASH



MARCIO LERNER

Fundador da Prorede3
www.prorede3.com.br

Em meu artigo anterior aqui no **Guia da Farmácia**, expus o paradoxo entre a incineração da sobra de medicamentos válidos da indústria farmacêutica de um lado e a falta desses mesmos medicamentos para a população carente do outro. E indaguei: qual a solução?

A resposta imediata é a doação. Mas doar não é tão simples. Em primeiro lugar, é necessário gerir as doações de forma a garantir que os medicamentos sejam transportados, armazenados e cheguem a quem precisa, dentro do prazo e condições de validade.

Em segundo lugar, por mais que os laboratórios farmacêuticos desejem contribuir para essa importante causa socioambiental: eles são desincentivados a seguir por esse caminho por conta da pesada tributação que incide sobre as doações, mas não sobre a incineração. Um absurdo!

Assim, do ponto de vista da Sustentabilidade baseada no Triple Bottom Line (People, Planet, Profit), se de um lado os aspectos Social e Ambiental se resolveriam, de outro, o aspecto Econômico seria fortemente penalizado.

Enquanto tenta-se mudar a lei para isentar de tributos as doações [apoiem o Projeto de Lei (PL) 4719/2020!], um processo lento, proponho outra solução baseada nos 4 Cs: Criatividade, Cooperação, Coração e Cash.

A Criatividade está em buscar soluções fora da caixa. Que outro retorno

econômico seria possível entregar aos laboratórios doadores para mitigar o efeito adverso do custo tributário? Como obter esse recurso econômico sem custo para quem o forneça? Minha experiência prévia trabalhando com o segmento publicitário aponta um caminho: assim como a indústria farmacêutica apresenta excesso de estoque com validade a vencer, os veículos de comunicação têm espaços de publicidade absolutamente perecíveis: o que não é vendido, é perdido para sempre.

Aí entra a Cooperação: por que não usar os espaços de mídia não vendidos (calhaus) para bonificar campanhas dos produtos dos laboratórios doadores? Essa “verba” adicional de mídia seria um grande benefício econômico (Cash) para ambos: para os laboratórios, pela parte bonificada; e para os veículos, pela parte vendida e pela fidelização. Além disso, ambos compartilham o mérito pelas ações socioambientais (Coração). E ambos constroem reputação!

Colocando esse modelo em prática, conduzimos uma dúzia de projetos com diversos laboratórios, veículos de publicidade e entidades filantrópicas, viabilizando a doação de mais de R\$ 20 milhões (a Preço Máximo ao Consumidor) para pessoas vulneráveis, evitando a incineração de mais de 500 kg de medicamentos!

Essa experiência deu origem a Prorede3. Estamos apenas no início e convidamos todos os interessados para construirmos juntos e transformarmos excesso em acesso! 

