



A ONDA DO BEM CONTINUA

Se a crise não arrefece, tampouco diminui o espírito de solidariedade das empresas brasileiras para mitigar seus efeitos. Elas seguem oferecendo o que têm à mão – dinheiro, empregos, equipamentos, logística, alimentos – para ajudar a população a passar por essa tormenta

POR DÉCIO GALINA E JOSÉ VICENTE BERNARDO

A maior onda de solidariedade já vista no Brasil, que reuniu R\$ 5,6 bilhões em doações até 19 de junho para mitigar os danos da pandemia e estampou a capa da edição passada da Forbes (quando publicamos a tabela das 100 Maiores Empresas Doadoras), continuou levando conforto e esperança aos brasileiros nas semanas seguintes. Até o dia 24 de julho, o total contabilizado pelo Monitor das Doações, criado pela Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR), subiu para R\$ 6,3 bilhões, montante que é resultado da atitude de mais de 463 mil doadores. Nesta edição, apresentamos outras empresas que entraram na corrente de ações em benefício do próximo.

ILUSTRAÇÃO: ROGÉRIO MAROJA



A **Vivo** repetiu o gesto de abril e anunciou, em meados de julho, a disponibilização de mais R\$ 1 bilhão para antecipação de pagamentos de 800 pequenos e médios fornecedores, totalizando uma ajuda de R\$ 2 bilhões. Durante a crise, a empresa destinou R\$ 16,3 milhões para a compra de insumos e equipamentos hospitalares, além de doações para alimentar 60 mil famílias. Em conjunto com o Santander, doou 200 respiradores para a rede de saúde do país.

A **Porto Seguro** iniciou um movimento voltado a gerar renda extra para 10 mil pessoas que perderam seus empregos na pandemia. Batizada de Meu Porto Seguro, a iniciativa inclui um programa de capacitação via EAD no setor de seguros e renda mensal de R\$ 1.500 por pessoa durante três meses – um programa no valor total de R\$ 45 milhões, portanto. As primeiras contratações estavam previstas para agosto. “Desde o início da pandemia, o aumento do desemprego sinalizava a extensão da crise. O Meu Porto Seguro surgiu para minimizar esse cenário negativo e oferecer algo que realmente pudesse mudar a vida das pes-

soas. Sem dúvida, esta é uma das maiores crises que o mundo já enfrentou. É essencial que grandes empresas se mobilizem e criem iniciativas de impacto social”, afirma Bruno Garfinkel, presidente do Conselho de Administração da Porto Seguro.

A seguradora também doou cerca de 3 milhões de itens médico-hospitalares e 100 toneladas de alimentos em São Paulo e Campinas e 200 mil cestas básicas em comunidades carentes da capital paulista e do Rio de Janeiro. Em parceria com a Raizen e a Natura, entregou 100 mil frascos de álcool em gel em quatro estados.

A **Minerva Foods** criou, com apoio do BTG Pactual, um fundo de R\$ 32 milhões para auxiliar seus clientes sob a forma de crédito para empréstimo com até um ano de carência e dois anos para pagamento com juros abaixo do mercado. Dessa forma, até 2 mil pequenos e médios varejistas podem captar até R\$ 30 mil em crédito para capital de giro. Os recursos são da própria Minerva. “A Covid-19 impôs muitos desafios aos pequenos e médios negócios. Como maior exportadora de carne bovina da América do

Sul, temos um papel relevante na manutenção da cadeia e achamos importante somar esforços, apoiando nossos clientes com essa iniciativa”, disse Edison Ticle, CFO da Minerva Foods. Somada a outras iniciativas, o valor total doado pela empresa supera os R\$ 40 milhões.

O **Grupo Heineken** chegou a um total de doações de R\$ 16 milhões. Entre as iniciativas externas, destaque para a ação Forçada do Bem, em parceria com a Wickbold. Para auxiliar famílias carentes, o malte das cervejarias do grupo foi transformado em pão. Por meio da ONG Banco de Alimentos foram distribuídos, a partir de julho, 2 milhões de fatias de pão para 1 milhão de sanduíches destinados a famílias do estado de São Paulo. Com outras empresas parceiras e com o apoio da Cufa (Central Única de Favelas), distribuiu 238 mil frascos de produtos de limpeza e higienização para 120 mil famílias na capital e Grande São Paulo.

A **Unilever** atuou em 12 estados promovendo doações que somaram R\$ 13,4 milhões em produtos, incluindo 65 ventiladores respiratórios e 24 mil testes PCR para detectar o vírus. Para comunidades carentes, lares de idosos e hospitais foram repassadas 1.300 toneladas de produtos de higiene, limpeza e alimentos. “Sempre estivemos ao lado dos consumidores, e não seria agora, num momento tão desafiador, que faríamos diferente. Continuaremos dando nosso apoio e solidariedade”, diz Gerardo Rozanski, presidente da Unilever Brasil, empresa que está no país há 91 anos.

A **FCA** (Fiat Chrysler Automobiles) investiu R\$ 13 milhões em ações sociais. A companhia contribuiu com a doação de agasalhos, cobertores e 300 mil máscaras cirúrgicas de produção própria. Os itens contemplaram o Projeto Inverno Solidário e foram distribuídos a entidades selecionadas no estado de São Paulo. Para ampliar os leitos disponíveis para tratamento, a FCA atuou na instalação de hospitais de campanha em Minas Gerais e Pernambuco. Em Betim (MG), cedeu uma área de 2 mil metros quadrados do Fiat Clube para montar o hospital com capacidade total de 200 leitos.

Em parceria com o Senai, a FCA direcionou parte de sua equipe para o concerto e recuperação de ventiladores pulmonares. A companhia está dando apoio para a viabilização do acordo entre a Magnamed, maior fabricante de ventiladores pulmonares do Brasil, e o Ministério da Saúde, para a fabricação e entrega de 6.500 respiradores em agosto. Essa ação conta com o envolvimento de empresas como Positivo Tecnologia, Suzano, Klabin, Flex e White Martins, entre outras.

No Polo Automotivo Fiat em Betim (MG) e na fábrica de motores de Campo Largo (PR), as impressoras 3D que eram utilizadas para produzir peças de reposição de maquinários foram direcionadas para a confecção de máscaras faciais do tipo face shield, que estão sendo doadas a hospitais e profissionais da saúde de Minas Gerais, Pernambuco, Paraná e São Paulo. “Mais uma vez, nossas pessoas investiram seu tempo, criatividade, solidariedade e veia inovadora para viabilizar uma nova operação industrial, sem qualquer precedente em nossa história na América Latina, em tempo recorde”, disse Antonio Filosa, presidente da FCA.

A **Mondelez Brasil** doou cerca de R\$ 5,3 milhões sob a forma de 220 toneladas de alimentos distribuídos em 14 estados para famílias em situação de vulnerabilidade social e profissionais da saúde. Foram entregues também 100 mil EPIs e mais de 7 mil litros de sanitizantes. “Nós temos um forte compromisso com a sociedade brasileira e entendemos que, como líder do mercado de snacks, temos o papel de ajudar as pessoas com iniciativas que estejam ao nosso alcance. É por isso que, há mais de 15 anos, realizamos doações de alimentos a comunidades e famílias, por meio de parcerias que nos permitem atuar nacionalmente”, diz Maria Claudia Souza, diretora de assuntos corporativos e governamentais da Mondelez Brasil.

A **Mosaic Fertilizantes** investiu R\$ 4,5 milhões em ações preventivas e de combate à pandemia em parceria com os





governos e autoridades locais. Via Instituto Mosaic, disponibilizou produtos de limpeza e higiene (álcool em gel, sabonetes e desinfetante), kits médicos com equipamentos de proteção para profissionais da saúde e testes para confirmação do vírus. Além disso, cestas de alimentos estão sendo doadas para famílias em situação de vulnerabilidade social.

A **Buritirama Mineração**, de Marabá (PA), disponibilizou R\$ 3 milhões para a construção e operação do hospital de campanha do município (120 leitos em 4 mil metros quadrados), além de mais de 10 mil itens para o combate à Covid-19. O município também contou com duas câmeras de desinfecção, confeccionadas pela equipe da companhia e instaladas no Hospital Materno Infantil e na sede do Serviço de Saneamento Ambiental.

A **Dow** repassou R\$ 3 milhões para as ações de combate à pandemia em diversas frentes, que vão do apoio financeiro a catadores até doações de álcool em gel e colchões a entidades públicas de saúde e fundos emergenciais de assistência social.

A construtora **CBM** investiu R\$ 2 milhões em ações divididas em três frentes: saúde, comunidade e cadeia de valor. Em movimento articulado pela Fiemg, participou da aquisição de 798 leitos com respiradores no Hospital de Campanha da Expominas. Houve ainda a doação de mais de 13 mil itens de segurança para o Hospital Filantrópico da Baleia (BH). A construtora também colaborou com o Estímulo 2020, movimento que leva crédito barato e capacitação para micros e pequenas empresas mineiras.

A **Fiemg** (Federação das Indústrias de Minas Gerais) doou R\$ 2 milhões e disponibilizou a equipe técnica para organização do hospital de campanha no Expominas, com capacidade de 900 leitos.

A **Electrolux** destinou R\$ 1,5 milhão para iniciativas voltadas a atender às comunidades em que possui operações. Trata-se da doação de 600 eletrodomésticos e da produção semanal de 4 mil máscaras por semana desde março para atender a 45 hospitais, entre os de campanha e os de referência no tratamento da Covid-19.

A **Nitro**, produtora global de especialidades químicas, fez doações de equipamentos de proteção, alimentos e itens de necessidades básicas a hospitais e instituições do bairro de São Miguel Paulista e de Cesário Lange (SP). Foram doados mais de 21 mil frascos de álcool em gel; 50 mil máscaras de proteção e mais de 2 mil equipamentos de proteção individual para unidades básicas de saúde, asilos, a Santa Casa de Cesário Lange e o Hospital Tide Setúbal. Também foram doadas 14 toneladas de alimentos, produtos de higiene e limpeza destinados ao atendimento de famílias carentes nas regiões de atuação das operações. “Em 2020, a Nitro completa 85 anos de atuação, e para nós sempre foi importante contribuir para o bem-estar da comunidade. Neste momento, isso é ainda mais importante, e estamos fazendo a nossa parte para amenizar as dificuldades causadas pelo coronavírus”, afirma Marcos Cruz, CEO da Nitro.

A **Abihpec** (Associação Brasileira das Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) e suas associadas doaram mais de 895 toneladas em produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. São mais de 7,3 milhões de produtos distribuídos. “Enfrentamos um momento atípico, de muita delicadeza”, diz o presidente-executivo João Carlos Basilio.

A **Mastercard** anunciou a doação de 1 milhão de refeições para a ONG Visão Mundial. “Quando lançamos o movimento Faça Parte: Comece o Que Não Tem Preço, anunciamos o compromisso de doar 2 milhões de refeições para aqueles que mais precisam. Estamos orgulhosos de trabalhar com a Visão Mundial neste programa que ajudará a atender às necessidades essenciais de milhares de pessoas no Brasil”, afirma João Pedro Paro Neto, presidente da Mastercard Brasil e Cone Sul. A Visão Mundial tem trabalhado na redução dos impactos da Covid-19 na vida de 72 milhões de pessoas vulneráveis em todo o mundo. No Brasil, já beneficiou mais de 1,5 milhão de pessoas.

A **Netshoes** anunciou a doação de 1 milhão de máscaras para governos estaduais, comunidades e centros de referência no

tratamento da doença. “Desde o início nos preocupamos em preservar os empregos e garantir o bem-estar de nossos funcionários. Mas entendemos que poderíamos ir além, e ampliamos os nossos cuidados a toda a população. A doação de máscaras é uma forma de contribuir com o país no combate à doença”, afirma o CEO da Netshoes, Marcio Kumruian. Além de doá-las, a empresa usará a sua malha logística para fazer a entrega das máscaras.

O **Grupo Ferrero** doou 3,6 milhões de chocolates para instituições filantrópicas dos estados de São Paulo, Minas Gerais e Distrito Federal. A ação deve atingir 1,6 milhão de pessoas. Entre as instituições beneficiadas estão a AACD, Instituto Nosso Lar, Gaia Social, Associação de Pais e Amigos de Pessoas Excepcionais (Apae), o programa Alimento Solidário, a Rede Ibab Solidária, Mesa Brasil Sesc e Gerando Falcoes. Em Poços de Caldas (MG), onde está localizada a fábrica da Ferrero, a companhia destinará os chocolates para cerca de 12 entidades, que realizam trabalho social com idosos, crianças e moradores de rua.

A **Rappi**, ao lado de empresas como Stone, Loggi, XP Inc., Vitta e Grupo Iguatemi, entre outras, viabilizou o movimento chamado #2em2. Começando por São Paulo, a proposta é oferecer testes do tipo sorológico (mais preciso que o teste rápido das farmácias) ao preço de custo de R\$ 251 pelo aplicativo Rappi e doar exames a quem não pode pagar: para cada teste comprado, um é doado, via ONG Renovatio, para o SUS. A comercialização e o agendamento são feitos pelo aplicativo da plataforma de delivery. As coletas são feitas em sistema drive-thru por profissionais de saúde contratados e treinados pela startup de saúde Cia. da Consulta. O processamento é feito por laboratórios parceiros. Os resultados são enviados digitalmente entre dois e cinco dias. A expectativa é atender 800 pessoas por dia por ponto de coleta. “Montamos esse movimento como uma forma de ajudar a população. Assim, de dois em dois, conseguimos chegar mais longe e ajudar a sociedade”, afirma Ricardo Bechara, cofundador da Rappi no Brasil. ①

