

Coca-Cola Brasil reforça em R\$ 9,5 milhões as iniciativas de mitigação da pandemia neste ano

[Clique aqui para ver a notícia no site](#)

Combate à fome e inclusão produtiva de jovens ganham destaque, e marca patrocina Prêmio Empreendedor Social do Ano em 2021

As ações de mitigação da pandemia criadas pela Coca-Cola Brasil ganharam reforço de R\$ 9,5 milhões neste ano. No braço de impacto social da empresa, que fortalece jovens em territórios vulneráveis, ficou o legado de combate à fome e conscientização sobre o coronavírus construído em parceria com comunidades pelo país. O pacote de iniciativas faz parte dos R\$ 45 milhões empregados desde 2020 pelo Sistema Coca-Cola no auxílio ao sistema de saúde, amplificação das medidas de segurança e apoio a comunidades vulneráveis. Produção de comida durante a pandemia pelas Cozinhas Solidárias da Gastromotiva Alexandra Karmirian Instituto Coca-Cola se articula em rede para socorrer de Heliópolis à Amazônia e fomentar cozinhas solidárias “Nos últimos dez anos não tínhamos trabalhado com ajuda humanitária nesse nível”, diz Daniela Redondo, diretora executiva do Instituto Coca-Cola Brasil. Ao ouvir mais de 80 líderes comunitários no ano passado, ela entendeu que seria preciso ter flexibilidade na destinação dos recursos para as comunidades. A articulação mobilizou 100 organizações com necessidades variadas, de dinheiro para a compra de botijões de gás à circulação de carros de som informando sobre o necessário uso de máscaras. A iniciativa chamada Fundo Estamos Nessa Juntos foi destaque no Prêmio Empreendedor Social do Ano em Resposta à Covid-19. “Com a curva de aprendizado do ano passado, conseguimos responder agora com muito mais agilidade”, afirma a executiva. Os maiores desafios, segundo ela, foram operacionalizar a entrega de refeições em Manaus e o desencontro de informações sobre a doença, mesmo após um ano e meio de crise sanitária. “O que me assusta é o baixo nível de compreensão do que fazer com informações divergentes sobre a doença.” Prêmio Empreendedor Social do Ano O instituto criou uma apostila para ajudar líderes comunitários a repassar informações sobre a Covid-19, com destaque para a vacinação. “Falamos sobre a necessidade da segunda dose, que todas as vacinas importam, sobre a manutenção dos cuidados e, se possível, ficar em casa.” Em Manaus, a complexidade logística em um território imenso, permeado por rios, foi um obstáculo para a distribuição de cestas básicas. Somado a isso, muitas pessoas não tinham conexão com organizações sociais e uma parte delas não teria como cozinhar os alimentos doados. “Montamos uma força-tarefa em Manaus com a Gastromotiva”, explica Daniela Redondo. A ONG desenvolvia desde 2020 as Cozinhas Solidárias no centro-sul, modelo em que refeições são preparadas por cozinheiros voluntários e direcionadas a comunidades próximas de suas casas. Natália Silva fez parte de iniciativa da Gastromotiva, com apoio do Instituto Coca-Cola, um dos destaques do Empreendedor Social do Ano. Natália Silva fez parte de iniciativa da Gastromotiva, com apoio do Instituto Coca-Cola, um dos destaques do Empreendedor Social do Ano em Resposta à Covid-19 na categoria Ajuda Humanitária “Fornecemos insumos, apoio logístico, treinamento, equipamentos, orientação para a montagem de um cardápio nutritivo e uma renda mensal para os cozinheiros, que preparam e distribuem as refeições para o público mapeado”, diz David Hertz, fundador da Gastromotiva. Só teve uma coisa que viajou, afirma a executiva: “Enviamos embalagens daqui para garantir que não gerassem resíduos em uma região protegida como a Amazônia.” Serão 50 mil refeições distribuídas na região neste ano, com apoio do Instituto Phi e do Instituto Acariquara. “Estamos deixando legado com uma mudança sistêmica para a região, e isso brilha nossos olhos”, diz Hertz. Para além da mitigação da Covid-19, o Instituto Coca-Cola Brasil segue estruturando um dos pilares de sua atuação: a inclusão produtiva de jovens vulneráveis. “Queremos impactar um milhão de jovens até 2025”, afirma Redondo. A estratégia do Coletivo Jovem abrange formação, conexão com o setor privado para empregabilidade e fortalecimento do ecossistema.

Para isso, vão contar com algo que a pandemia evidenciou: digitalização. “Assumíamos que os jovens estavam conectados, mas eles não têm dados nem espaço suficientes no celular para fazer uma aula, por exemplo”, afirma a diretora. “Transformamos o curso em pílulas para o WhatsApp.” No momento em que jovens mostram falta de perspectiva com o mercado de trabalho e a desocupação ultrapassa os 56%, segundo estudos da FGV Social, uma pesquisa do instituto denota o potencial da ação. Para 91% dos jovens, o curso contribuiu para seu desenvolvimento pessoal. Além das apostas do instituto, a Coca-Cola Brasil lançou a campanha “Por todas as mesas” com o objetivo de doar 2,5 milhões de refeições com bebida para a Ação da Cidadania. Para isso, a empresa vai doar 50 centavos a cada pedido que contenha produtos de seu portfólio feito nos principais aplicativos de delivery. Fundada há 24 anos, ONG está sob ameaça de perder sua sede na zona portuária do Rio, onde funciona há 17 anos Ricardo Borges/Folhapress Fundada há 24 anos, ONG está sob ameaça de perder sua sede A Coca-Cola também disponibilizará R\$ 1 milhão em vouchers de R\$ 5 para pedidos realizados em pequenos restaurantes cadastrados no iFood que estejam participando da campanha. Em 2021, a marca patrocina o Empreendedor Social do Ano, principal concurso socioambiental da América Latina, parceria da Folha com a Fundação Schwab. Para Daniela Redondo, é uma maneira de fortalecer todo o ecossistema de impacto social. “Quando você dá visibilidade para empreendedores sociais, você inspira empresas a investirem no ecossistema”, afirma. “É mais que um prêmio, é um fomento.”