

Prêmio Jatobá 2020

**Inovação em meio  
a COVID-19.**

Juntos à distância,  
para ir além dos rótulos.

Comunicação Integrada

**Projeto Especial**

**ambev**

OUTUBRO 2020



# Sumário

**Com a pandemia, o novo propósito**

**O papel da comunicação**

## **AÇÕES DE COMBATE À COVID-19**

Álcool em gel

Construção de 100 leitos de UTI

Doação de água AMA

Máscara de proteção

Comunicado Interno

## **ANEXOS**

I - Vídeo Heróis

II - Infográfico Álcool em gel Ambev



# Com a pandemia, o novo propósito

O mundo mudou. Mas não mudou apenas a forma como trabalhamos e nos relacionamos com as pessoas. A crise de COVID-19 revelou uma série de lacunas na sociedade brasileira e uniu esforços para combater o avanço da doença no País. Aprendemos que a nossa vida depende muito da vida do outro e que pequenas mudanças podem fazer a diferença para milhões de pessoas. A pandemia trouxe um novo propósito para as nossas ações e uma vontade genuína de ajudar quem realmente mais precisa em um momento como esse.

Por isso, começamos a ressignificar as nossas atitudes dentro de casa, no condomínio e no bairro. Também vimos nascer diversas redes de apoio entre o setor público e privado e a sociedade civil. E, lá no início, a Ambev, como uma das maiores empresas do Brasil, entendeu o tamanho da sua responsabilidade e embarcou em uma jornada incansável para combater o avanço da pandemia no País.

Quem conhece a cultura da Ambev sabe que existe uma mobilização e um engajamento muito fortes para colocar em prática projetos tão ambiciosos. Quando a doença chegou ao Brasil, os times assumiram o compromisso de se adaptar e usar toda agilidade e eficiência necessárias para criar soluções em tão pouco tempo. E essa motivação foi decisiva para a repercussão desses projetos dentro e fora da Ambev.



# O papel da comunicação

A comunicação desempenhou um papel fundamental na amplificação e no impacto positivo de cada iniciativa. Por meio dela, conseguimos desdobrar uma série de estratégias e encontrar oportunidades em diferentes canais, o que foi decisivo na construção da reputação da companhia durante a crise.

Esse é um trabalho que já vem sendo feito pela Máquina Cohn & Wolfe há muitos anos junto à Ambev. Contamos com uma equipe multidisciplinar que trabalha diariamente com uma comunicação integrada. Cuidar e construir a reputação da marca sempre foi a nossa prioridade e por isso atuamos não só na imprensa tradicional como também em canais digitais, comunicação interna e comunicação direta com stakeholders.

Quando a pandemia começou, o nosso time se empenhou em ampliar as divulgações dos projetos, porque também passamos a acreditar verdadeiramente no propósito de cada um. E mesmo à distância, fizemos um esforço conjunto para atingir os melhores resultados e deixar um legado positivo para a sociedade.

# Ações de combate à COVID-19

Na Ambev, existe uma meta de buscar dentro de seu negócio formas de ajudar a sociedade. Por isso, já faz alguns anos que a companhia vem evoluindo e ampliando cada vez mais o impacto positivo nas comunidades ao seu redor. Em 2017, por exemplo, a companhia lançou a água mineral AMA, cujo lucro é 100% destinado a levar água para quem não tem. No ano seguinte, o programa VOA surgiu com o intuito de oferecer mentoria em gestão para aprimorar o trabalho das ONGs brasileiras. E com a pandemia, essa vontade de ajudar o seu ecossistema ficou ainda mais clara.



## Álcool em gel

**A**s cervejarias, claramente, não foram pensadas para produzir e envasar álcool em gel. Mas lá no início, a Ambev percebeu a falta que esse produto estava fazendo na rotina de milhares de profissionais da saúde. Por isso, não hesitou em encontrar soluções para adaptar suas operações e usar o álcool do seu próprio processo cervejeiro para produzir a substância. Em questão de dias e com ajuda de parceiros, a companhia fez 500 mil unidades de álcool em gel e distribuiu para hospitais públicos municipais de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília – locais onde havia o maior número de casos confirmados de COVID-19.

Esse engajamento dos times e tomada de decisões rápidas também foram refletidas na comunicação. O nosso time na Máquina Cohn & Wolfe foi alertado sobre o início da produção em um domingo. Usamos, então, a nossa segunda-feira para discutir o assunto e colocar em prática o quanto antes um plano de comunicação integrada. Naquele momento, tudo era muito novo para nós e não sabíamos como seria a receptividade do anúncio na imprensa, no digital e na própria comunicação interna da companhia.

A pandemia ainda era muito recente e tentamos evitar ao máximo fazer com que a divulgação soasse oportunista. Na terça-feira, levamos a exclusiva para a coluna da Mônica Bergamo, na Folha de S.Paulo e apoiamos as postagens dos executivos da companhia no LinkedIn e comunicados internos. A repercussão ganhou proporções que jamais imaginamos.





## Mônica Bergamo

monica.bergamo@grupofolha.com.br



CORONAVÍRUS

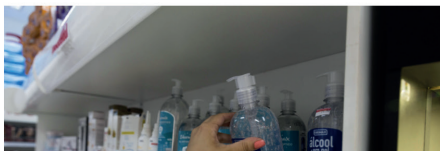
### Cervejaria produzirá álcool em gel para doar a hospitais públicos

Unidades nas cidade de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília serão contempladas



A empresa de bebidas Ambev vai usar as linhas de sua cervejaria em Pirai, no Rio de Janeiro, para produzir 500 mil unidades de álcool em gel. Elas serão doadas a hospitais públicos em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

A cervejaria também se responsabilizará pela produção das garrafas nas quais será envasado o produto e pela logística para entrega. Cada hospital contemplado receberá cinco mil unidades.



Prateleira com álcool em gel em farmácia de Cavallari/Folhapress

O produto passou a ser um dos itens mais vendidos em supermercados com o aumento da demanda pelo produto.

Alguns estabelecimentos na cidade tiveram vendas superiores a 500% nas últimas semanas.



Rodrigo Figueiredo de Souza • Seguindo

VP Procurement & Sustainability

2 m • 🗨️

Fotos como essas me enchem de orgulho. Elas mostram a concretização de um projeto grandioso que nasceu aqui dentro da Cervejaria Ambev nas últimas duas semanas.

Nossas unidades de álcool em gel já começaram a ser distribuídas para hospitais públicos das cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. mil entregues hoje à Santa Casa de Misericórdia de São Paulo.

Resultado de muita agilidade e dedicação de um time de pessoas incríveis, que nunca deixam de acreditar na nossa responsabilidade além dos rótulos.

Estamos fazendo o que está ao nosso alcance, nos unindo cada vez mais para ajudar quem realmente precisa em momentos difíceis como esse.

Se todos nós estivermos juntos, vamos sair dessa mais rápido!

#ambev  
#covid19



18.969 · 404 comentários

Semanas depois, também anunciamos a ampliação da produção do álcool em gel. A Ambev se mobilizou e, em poucos dias, dobrou a sua capacidade para 1 milhão de unidades ao total. Nessa segunda onda, as doações foram feitas para todos os estados do Brasil. As ondas renderam repercussão nacional e internacional, com destaque ao Jornal Hoje, da TV Globo e CNN em espanhol. A Reuters também produziu uma reportagem com a produção de A a Z do insumo.

COVID-19

CERVEJARIA  
ambev

### Nossa iniciativa do álcool em gel indo ainda mais longe!

Fomos pioneiros em levar álcool em gel para quem precisa e, graças à ajuda dos nossos parceiros e ao esforço dos nossos times, nossa ação cresceu e agora vai chegar a hospitais públicos de todo o Brasil.



Clique aqui e assista ao nosso vídeo!

É a Ambev #AlémDosRótulos deixando a gente cheio de orgulho em fazer parte disso tudo



## Construção de 100 leitos de UTI

**A** Ambev tem a missão de agir e pensar além dos rótulos e a construção de um anexo ao Hospital do M'Boi Mirim, na zona Sul da cidade de São Paulo, foi um dos seus projetos mais ambiciosos. O time de engenheiros da Ambev jamais imaginou que seria capaz de assumir a responsabilidade de uma obra tão grande como essa em um prazo tão curto de tempo.



Em apenas 36 dias, a Ambev, em parceria com a Prefeitura de São Paulo, a Gerdau e o Hospital Israelita Albert Einstein, entregou 100 novos leitos de UTI – uma obra que foi realizada em tempo recorde e que ficará como legado para o sistema de saúde público da cidade.





A estruturação de um plano de comunicação integrada também foi feita com toda dedicação e empenho do nosso time na Máquina. Levamos o anúncio com exclusividade para a Agência Estado e, em seguida, fomos desdobrando para outros veículos. O anúncio nos deu a oportunidade de sermos uma das primeiras empresas a participar do quadro Solidariedade S/A do Jornal Nacional, da TV Globo.

Contudo, a grande repercussão veio mesmo com um conteúdo em vídeo produzido pela nossa equipe audiovisual, por meio do vídeo, em time lapse da construção dos 100 leitos usando as mesmas mensagens da divulgação na imprensa. A peça, além de ser publicada nos perfis dos executivos no LinkedIn, repercutiu também nas redes sociais institucionais da Ambev e em sites de notícias como o da Folha de S.Paulo.



Ricardo Melo • Seguindo  
VP People & Management - South America Zone - Ambev/AbInbev  
3 m • Editado • 🌐

#OrgulhoAmbev

Nós da Ambev, a Prefeitura de São Paulo, a Gerdau e o Einstein unimos nossas forças para construir em 40 dias um 🏥 hospital com 100 novos leitos ...ver mais



👍❤️🗨️ 1.299 · 58 comentários

## 150 pessoas trabalharam sem trégua para entregar anexo de hospital em SP

Obra hospitalar mais rápida da história do Brasil foi concluída em 36 dias, seis a menos que o previsto inicialmente



## Doação de água AMA



Muitas pessoas já têm dificuldade de acesso à água potável no dia a dia e, com a crise decorrente da pandemia de COVID-19, o cenário se agravou ainda mais. Diante disso, a AMA, água mineral que destina 100% do lucro para levar água potável para as comunidades com dificuldades de acesso no país, doou 30 mil galões de água potável, de seis litros

cada, para moradores do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, beneficiando cerca de 30 mil pessoas. A ação contou com a parceria da CUFA (Central Única das Favelas).

A Ambev, então, decidiu ampliar a sua capacidade de produção realizando o envase de água dentro das próprias fábricas. Assim, a companhia conseguiu doar mais 1,4 milhão de litros de água potável para 140 comunidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Em São Paulo, 18 hospitais públicos também serão beneficiados.

**No total, serão 240 mil pessoas contempladas por cerca de 700 mil garrafas de água de 2 litros.**



Para disseminar a comunicação sobre ampliação da doação de água, garantimos uma publicação exclusiva na Exame. O tema também ganhou destaque no Valor Econômico, com direito a chamada de capa. Logo após, realizamos uma estratégia focada em veículos de repercussão nacional e em veículos regionais com foco em editorias hardnews. Ao todo foram 26 publicações. Além disso, o time de audiovisual da Máquina Cohn & Wolfe entrou em ação para ajudar a contar essa história e criou uma animação para os perfis dos executivos da companhia e que se disseminou por toda rede da Ambev.

## Fabricação de Máscaras de proteção

**A** Ambev também se comprometeu em fabricar mais de 3 milhões de máscaras do tipo face shield que cobrem o rosto todo e doar para profissionais de saúde do País. A matéria-prima para a produção dos protetores é o PET, mesmo material utilizado nas embalagens de Guaraná Antarctica. Os equipamentos foram produzidos por uma empresa parceira em Guarulhos (SP) e contaram com



avaliação técnica do INOVA USP-Centro de Inovação da Universidade de São Paulo e do INOVAHC-Centro de Inovação do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP. A companhia disponibilizou gratuitamente todo o passo a passo e técnica para produção dessas máscaras para que outras empresas também consigam produzir a máscara e ajudem a ampliar a quantidade.

Para anunciar a fabricação de 3 milhões de máscaras, o time da Máquina trabalhou com a divulgação focada em uma exclusiva para o Painel S.A e, após a publicação, pautamos veículos que estava realizando a cobertura de COVID-19 com editorias especiais sobre o tema.



Alcançamos 159 publicações em veículos de grande relevância em formatos impresso e online. Além disso, a produção das máscaras obteve destaque também no quadro do Jornal Nacional, bem como em reportagens em alguns dos dos principais telejornais do país como Jornal da Band, Jornal da Record, SBT Brasil e no especial de COVID-19 da CNN – CNN Todos Juntos.

## Painel S.A.

joana.cunha@grupofolha.com.br



### Material de garrafa de Guaraná Antarctica vira máscara contra coronavírus

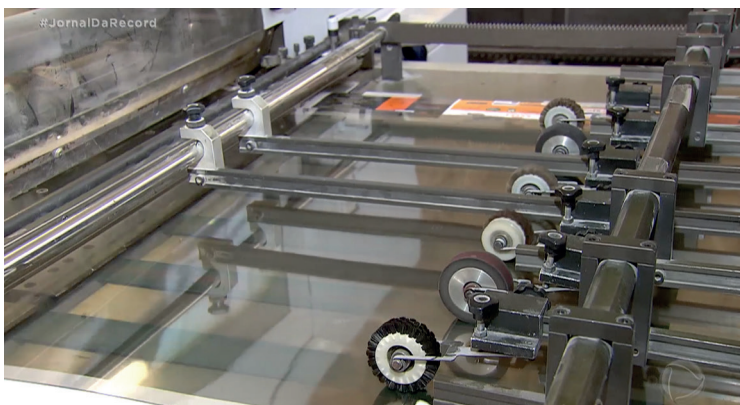
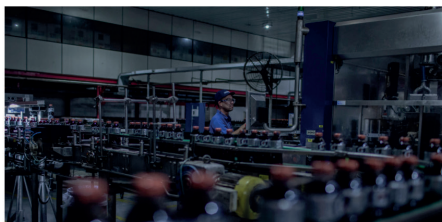
Ambev prepara 500 mil unidades com material PET



Joana Cunha

SÃO PAULO Após a decisão de [produzir álcool em gel para ajudar no combate ao coronavírus](#), a Ambev se prepara para fabricar também protetores faciais para o rosto inteiro. Serão 500 mil unidades que começam a ser entregues para profissionais de saúde já na próxima semana.

O projeto, que vinha sendo [discutido internamente na empresa](#), foi submetido ao endosso de uma comissão de especialistas, que inclui Inova HC da USP, professor Rubens Berfort, da Academia Nacional de Medicina e o professor João Alessio, do Hospital São Paulo, além de outros profissionais da saúde.



# Homenagem aos Heróis

Para homenagear os funcionários que continuaram atuando na linha de frente das operações mesmo durante a pandemia, a Ambev preparou um vídeo para compartilhar com todos os funcionários da companhia através da sua rede social corporativa.

O vídeo é narrado pelo próprio presidente da companhia, Jean Jereissati, e reforça a contribuição desses colaboradores para

que a companhia continuasse produzindo, entregando as bebidas para os pontos de venda e mantendo vivo os negócios de seus clientes.

O time da Máquina ajudou na construção do roteiro e ficou responsável por toda construção do material audiovisual, desde a criação até a finalização do projeto. Feito em tempo recorde, o vídeo foi um dos mais curtidos na rede social corporativa, com mais de 400 interações.





# Conclusão

Embora os inúmeros desafios que estamos descobrindo e enfrentando com essa pandemia, essa jornada traçada pelos times da Ambev tem nos deixado uma série de aprendizados. E em todas elas, a comunicação desempenhou um papel extremamente estratégico para amplitude dessas ações.

**Foram mais de 1000  
matérias espontâneas  
alcançadas por todo o Brasil  
e em diferentes tipos de mídia.**

**Totalizamos**

**4.322 pontos de IDM,  
métrica da Máquina Cohn & Wolfe que  
qualifica as repercussões na imprensa.**

O resultado nos fez bater a meta anual de Responsabilidade Social, dentro do pilar de Reputação, logo nos primeiros três meses do ano e nos deu a oportunidade de trabalhar uma série de assuntos da companhia em tão pouco tempo.



**No LinkedIn, produzimos um total de 33 posts para 4 perfis de executivos da companhia. Foram mais de 1,7 milhão de visualizações e 81,3 mil interações.**

**Tivemos ainda 49 publicações na rede social corporativa da Ambev, com cerca de 68 mil visualizações pelo público interno.**

Um trabalho genuíno e cheio de significado não tem como resposta apenas números positivos, mas também a construção da reputação de uma marca e o reconhecimento da sociedade. E foi isso que nos fez acreditar em cada estratégia e em cada divulgação. Vamos seguir com essa motivação, sem deixar de lado o nosso compromisso com a transparência e com uma comunicação mais ágil e objetiva.

**ambev**