

Mastercard, em parceria com iFood, doará 300 mil refeições para ONG Ação da Cidadania

Movimento Todos à Mesa, liderado pelo iFood, reúne doações de clientes e parceiros para contribuir com este momento desafiador no País e no mundo

21/05/2020 17:52:04

A Mastercard, em conjunto com os usuários do aplicativo iFood, doará 300 mil refeições para famílias carentes em todo o Brasil durante o período de isolamento social. A campanha é fruto da parceria que a Mastercard firmou com o movimento Todos à Mesa, que nasceu diante do contato de diversas empresas desejando realizar juntas iniciativas de auxílio que atingissem o maior número possível de brasileiros durante a pandemia de COVID-19 por meio da tecnologia.

A campanha lançada por ambas as empresas contará com o apoio dos usuários do aplicativo para somar esforços à parceria e garantir assistência a cerca de 7,5 mil famílias pelo País neste momento de isolamento social e paralisação de atividades devido à pandemia de COVID-19.

Para participar é simples: clientes Mastercard poderão realizar doações de cestas básicas para por meio do aplicativo do iFood. Para cada quantia arrecadada, a Mastercard irá doar o mesmo valor para a Ação da Cidadania. “Em momentos difíceis como este, a indústria deve somar esforços para amenizar os efeitos da pandemia, focando sobretudo naqueles que mais necessitam. Mais do que nunca, a Mastercard está empenhada em oferecer aos seus consumidores oportunidades para que criem novos hábitos, comecem o que não tem preço”, ressalta Sarah Buchwitz, vice-presidente de Marketing e Comunicação da Mastercard Brasil e Cone Sul.

Cada pessoa poderá contribuir com qualquer valor até que a marca de 75 toneladas seja batida. O dinheiro arrecadado será convertido em cestas básicas que serão distribuídas pela Ação da Cidadania, com ajuda de entidades parceiras espalhadas por todo o País. Estima-se a entrega de 75 toneladas de alimentos, como arroz, feijão, óleo, farinha e macarrão, além de sabonetes. No total, as cestas básicas equivalem a 300 mil refeições para as famílias assistidas.

“A Mastercard junta-se à grande ‘mesa’ onde empresas de diversos setores buscam formas de ajudar quem mais necessita e com isso diminuir os efeitos colaterais da pandemia. Com solidariedade e tecnologia, consumidores e empresas se unem, seja doando cestas básicas e refeições prontas para populações vulneráveis, seja apoiando pequenos restaurantes. Contar com a parceria da Mastercard só aumenta a força do movimento”, comenta o Bruno Montejorge, Diretor de Comunicação e Soluções Sustentáveis do iFood.

“A luta contra a fome está na nossa alma, trazida pelo nosso querido fundador Herbert de Souza, o Betinho. Uma luta que se amplia com a crise gerada pela pandemia do coronavírus, que coloca

dezenas de milhões de brasileiros em situação de insegurança alimentar. Mastercard e iFood são parceiros de longa data nessa nossa luta. Venceremos, juntos”, ressaltou Rodrigo Afonso, diretor executivo da ONG Ação da Cidadania.

Com os desafios impostos pela contenção do contágio do vírus, as comunidades mais vulneráveis são as primeiras a sentirem os impactos da paralisação da economia. Comprometidos com a inclusão e qualidade de vida das pessoas, a Mastercard e iFood trabalham para reduzir os prejuízos complexos trazidos pela pandemia.

Iniciativas da Mastercard contra o avanço da COVID-19

A Mastercard anunciou uma parceria com a Fundação Bill e Melinda Gates e a Wellcome Trust para acelerar o desenvolvimento e o acesso ao tratamento para a COVID-19. Juntas, as empresas disponibilizarão até US\$ 125 milhões em financiamento para agilizar a identificação, avaliação, desenvolvimento e a escala dos tratamentos. Além disso, os funcionários da Mastercard se engajaram no programa de doações para ajudar comunidades em todo o mundo.

A companhia anunciou, também, que está liderando esforços regionais, na América Latina e Caribe, para ampliar os limites de pagamento por aproximação na região. Isso possibilitará que os portadores de cartões utilizem a tecnologia em compras de valor mais alto em vez de serem limitados a um valor predefinido baixo.

Para ajudar as organizações de saúde a proteger seu ambiente durante a crise da COVID-19, a RiskRecon, uma empresa Mastercard, anunciou uma parceria com o Health Information Sharing and Analysis Center (Centro de Análise e Compartilhamento de Informações sobre Saúde - H-ISAC), na qual os seus membros e organizações de saúde em todo o mundo poderão receber avaliações gratuitas de classificação sobre sua segurança cibernética até 31 de dezembro de 2020.

No último mês, a empresa anunciou uma parceria inédita com o chef Alex Atala para oferecer em seus canais digitais uma série de conteúdos gratuitos que estimulam as pessoas a adotarem novos hábitos, além de auxiliá-las a enfrentar os desafios impostos pelas mudanças pelas quais a sociedade está passando. A iniciativa faz parte da campanha “Crie novos hábitos, comece o que não tem preço”.

A Mastercard aderiu ao movimento #naodemita, comprometendo-se a manter 100% da sua força de trabalho no País, apesar dos reflexos da pandemia na economia.