

IMPACTOS DO COVID-19

ANÁLISE E INSIGHTS

By: Poli Consulting Club

Outubro de 2020, São Paulo, SP, Brazil.
Todos os direitos reservados.



AGENDA



STATUS DO COVID NO MUNDO



STATUS DO COVID NO BRASIL



IMPACTOS DO COVID NAS INDÚSTRIAS



REAÇÕES E ESTRATÉGIAS DE SETORES IMPACTADOS

NÚMERO DE PESSOAS CONTAMINADAS PELO COVID-19 ATÉ 14/10

INFORMAÇÕES GLOBAIS

39.0 MI

#Casos confirmados

11.0 MI

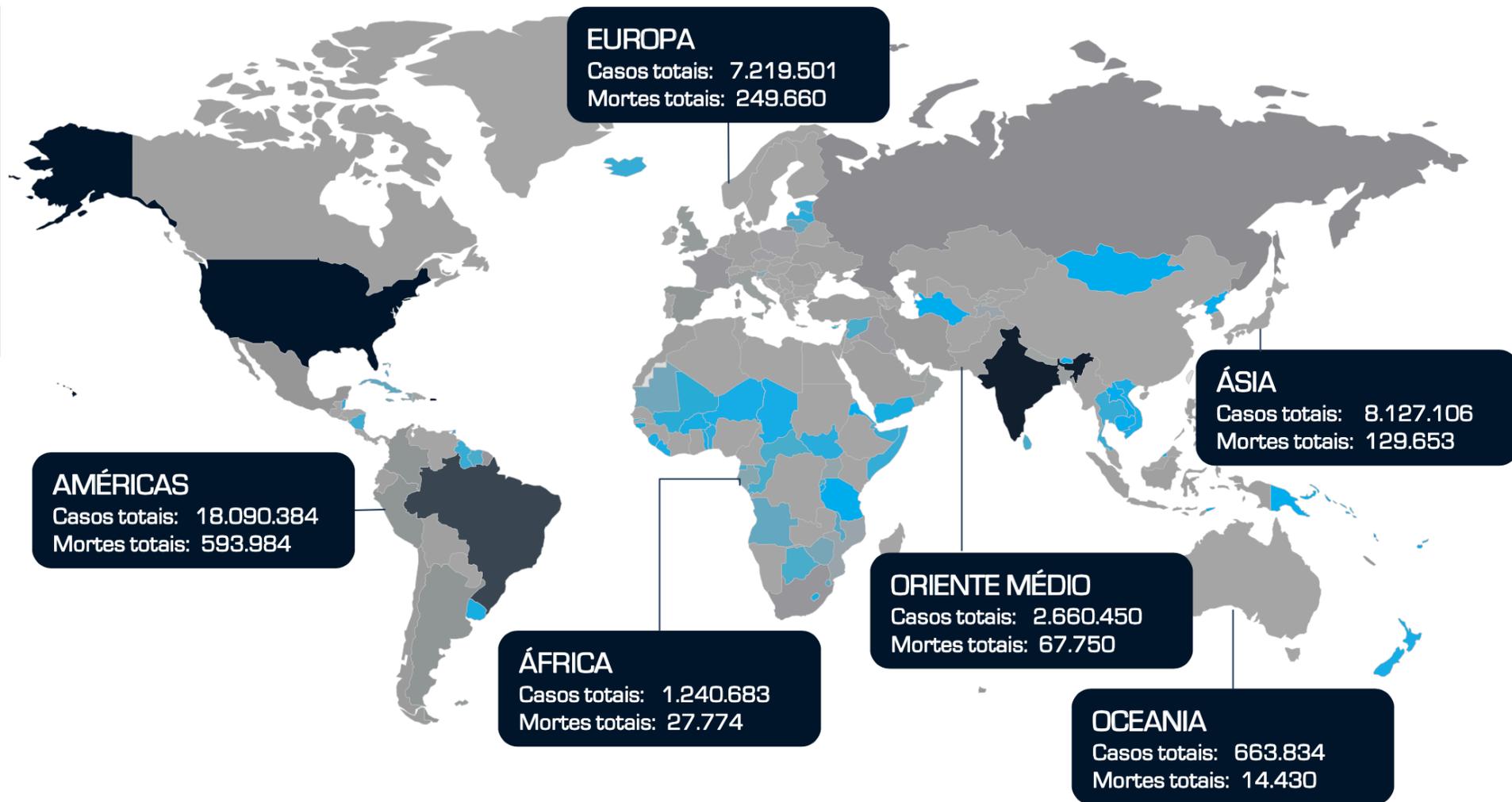
#Casos ativos

1.0 MI

#Mortes

NÚMERO DE CASOS

- + 7.000.000
- 2.000.000 - 7.000.000
- 800.000 - 2.000.000
- 10.000 - 800.000
- < 10.000

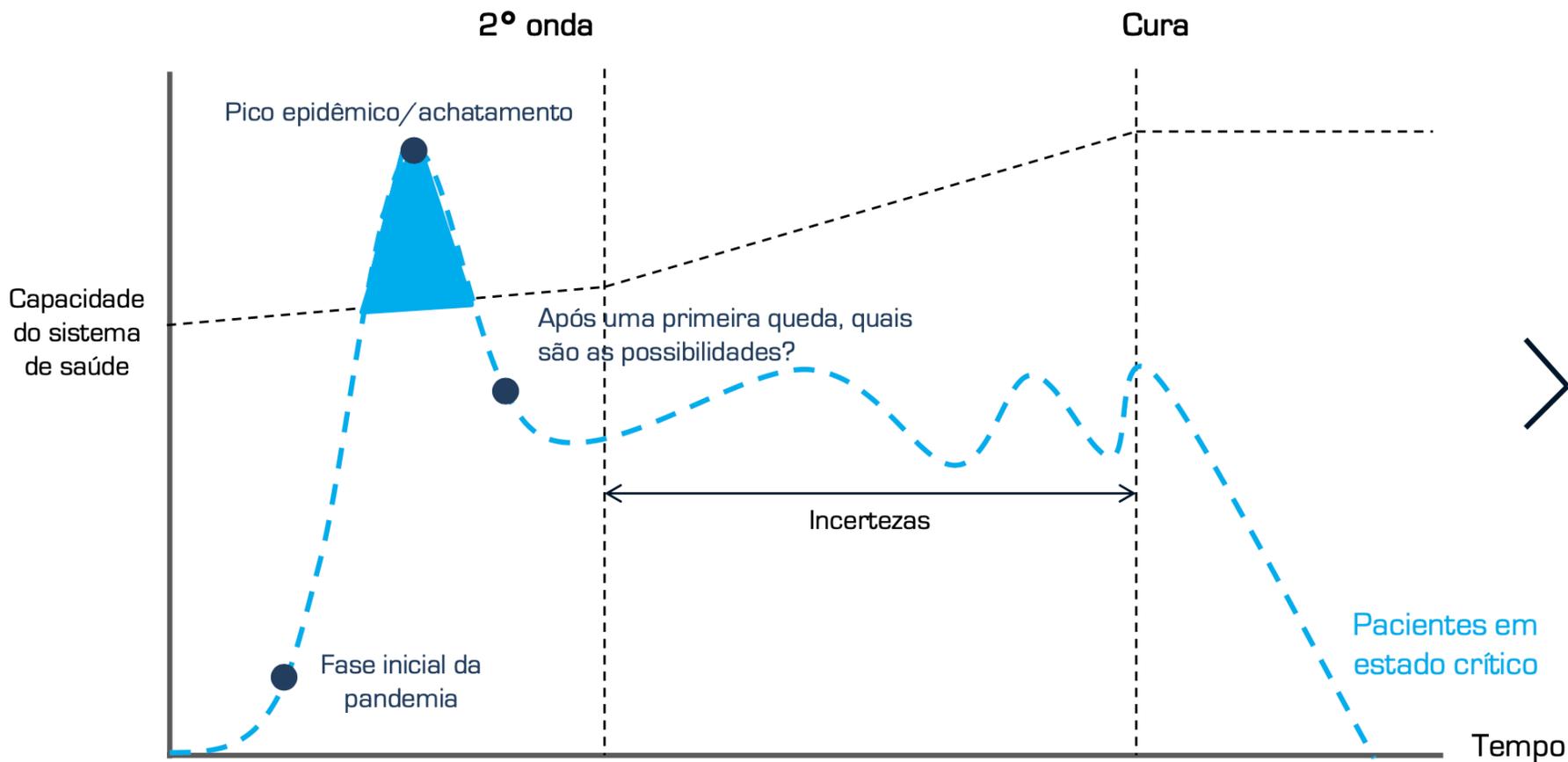


A CURVA EPIDÊMICA DA DOENÇA AINDA POSSUI INCERTEZAS QUANTO AO TEMPO E PROCESSOS DE COMBATE E RECUPERAÇÃO, DE FORMA QUE OS PAÍSES TOMEM MEDIDAS DE COMBATE DIFERENTES

ACHATAMENTO

COMBATE

FUTURO



DIFERENTES REAÇÕES

• Ação vírus próximo de zero

Abertura da economia com imposição de medidas rigorosas de controle do vírus



• Ações balanceadas

Volta gradual das atividades econômicas, controlando o vírus com contenção moderada visando o limite do sistema de saúde



• Ação de transição

Após nova subida, transiciona de ação balanceada para de vírus próximo de zero



AGENDA



STATUS DO COVID NO MUNDO



STATUS DO COVID NO BRASIL



IMPACTOS DO COVID NAS INDÚSTRIAS



REAÇÕES E ESTRATÉGIAS DE SETORES IMPACTADOS

O BRASIL É O TERCEIRO PAÍS COM MAIS CASOS DE COVID NO MUNDO, PROVOCANDO GRANDE PREOCUPAÇÃO DA POPULAÇÃO. NOTA-SE QUE CADA REGIÃO DO PAÍS É AFETADA DE UMA MANEIRA

VISÃO GERAL

Total de casos no país:
5.250.727
(3º maior números de casos no mundo)

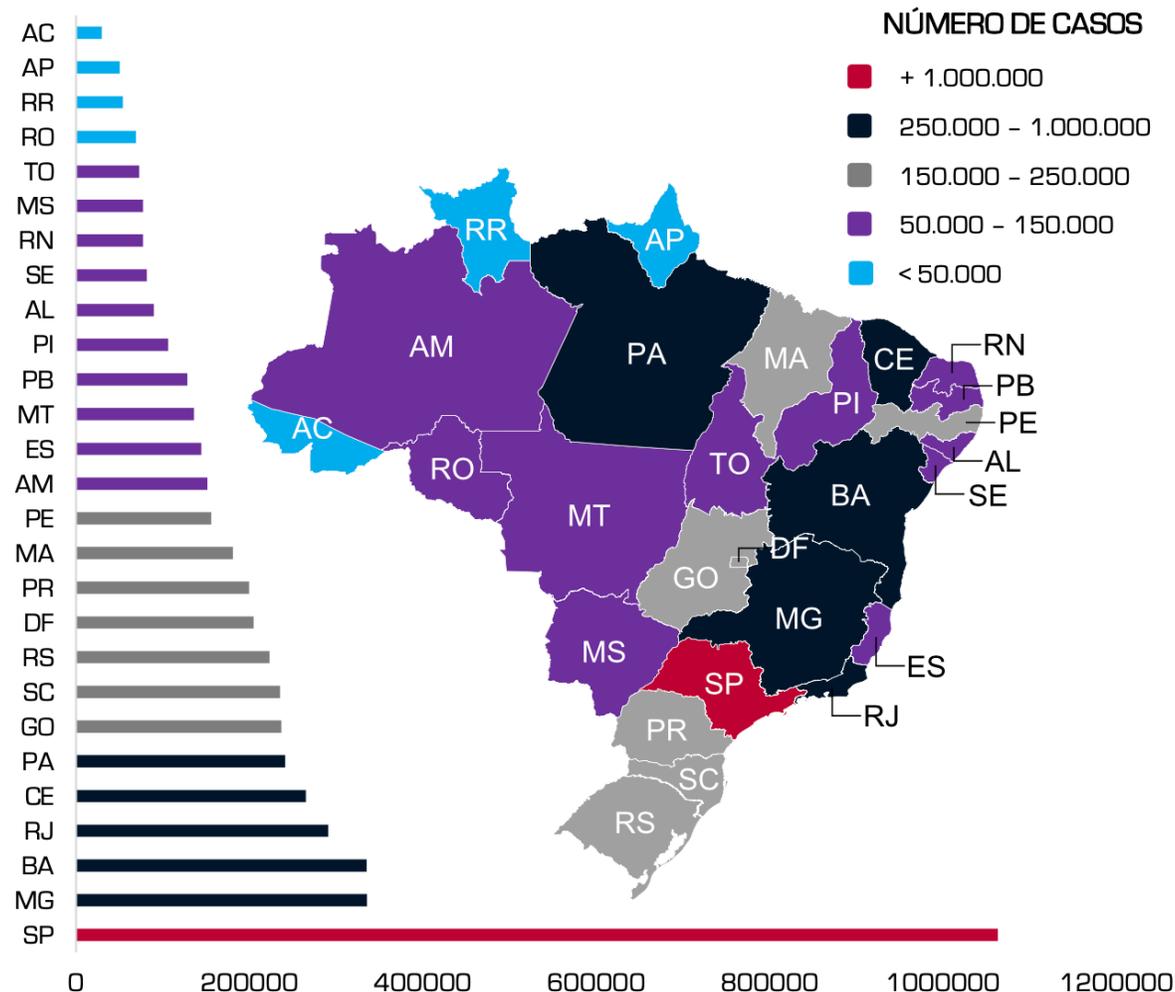
Mortes:
154.176

Nota-se um afrouxamento da quarentena na maioria das cidades

A chegada do verão deve diminuir a proliferação da doença

O vírus impacta cada região de maneira diferente. Por exemplo, o Norte tem uma taxa de mortalidade maior que as outras regiões

NÚMEROS DE CASOS EM CADA UF



SENTIMENTOS NA PANDEMIA



O brasileiro está mais pessimista sobre a duração da pandemia, porém mais otimista quanto ao impacto econômico do covid



AGENDA



STATUS DO COVID NO MUNDO



STATUS DO COVID NO BRASIL



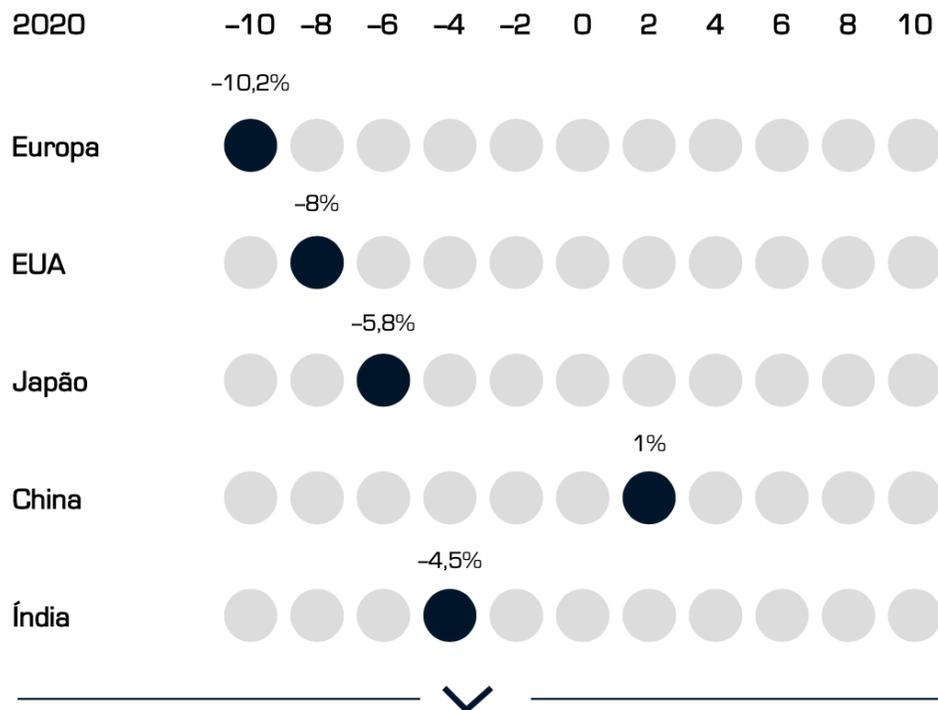
IMPACTOS DO COVID NAS INDÚSTRIAS



REAÇÕES E ESTRATÉGIAS DE SETORES IMPACTADOS

UM RESUMO DA SITUAÇÃO INDICA GRANDES PERDAS ECONÔMICAS, EM NEGÓCIOS E NO MOVIMENTO DO CONSUMIDOR

PREVISÕES CRESCIMENTO DO PIB (%)



NO MUNDO*

Queda do PIB real
2019 4T - 2020 2T
Diferença em %

-11,1%

Crescimento PIB
2020
Diferença em %

-8,1%

Retorno ao nível pré
crise
Erro: (+/- 1T)

2022 3T

IMPACTO NOS NEGÓCIOS (SETEMBRO/2020)

Final do mês de setembro
vs. 02 Janeiro/20

Performance no
mercado de ações

S&P500

↗ 3%

FTSE100

↘ -23%

CHN SSE

↗ 4%

DRIVERS ECONÔMICOS

MOBILIDADE

20% Menor

Mobilidade em Jul/20
em comparação com
Jan-Fev/20

(Google Mobility)

GASTOS DO CONSUMIDOR

6% Menor

Consumo (Online e
offline) em Jul/20 em
comparação com
Jan/20

(Opportunity Insights
Economic tracker)

ATIVIDADE INDUSTRIAL

11% Menor

Produção industrial
Jan/20 vs. Jul/20
(Ajustado sazonalmente)

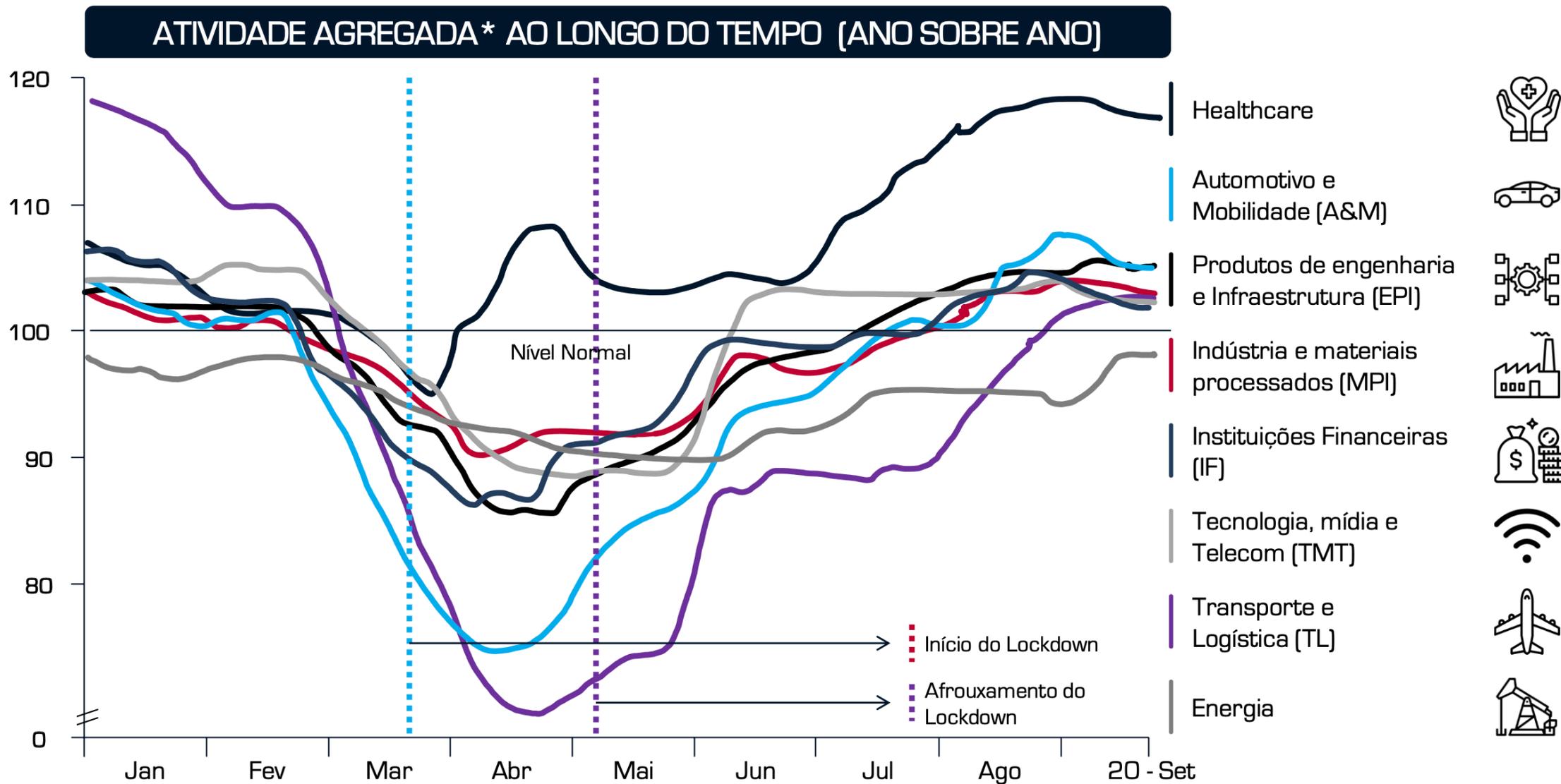
(US FED)

*Considerando grandes economias e um cenário com a recorrência do vírus em recuperação silenciosa, previsão feita em 09/06/2020;

Fontes: Fundo Monetário Internacional; McKinsey & Oxford Economics; BCG; Google Mobility; Opportunity Insights Tracker; US FED



AS MAIORIA DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS*, NOS EUA, VOLTARAM A NÍVEIS PRÉ PANDEMIA DO ANO PASSADO

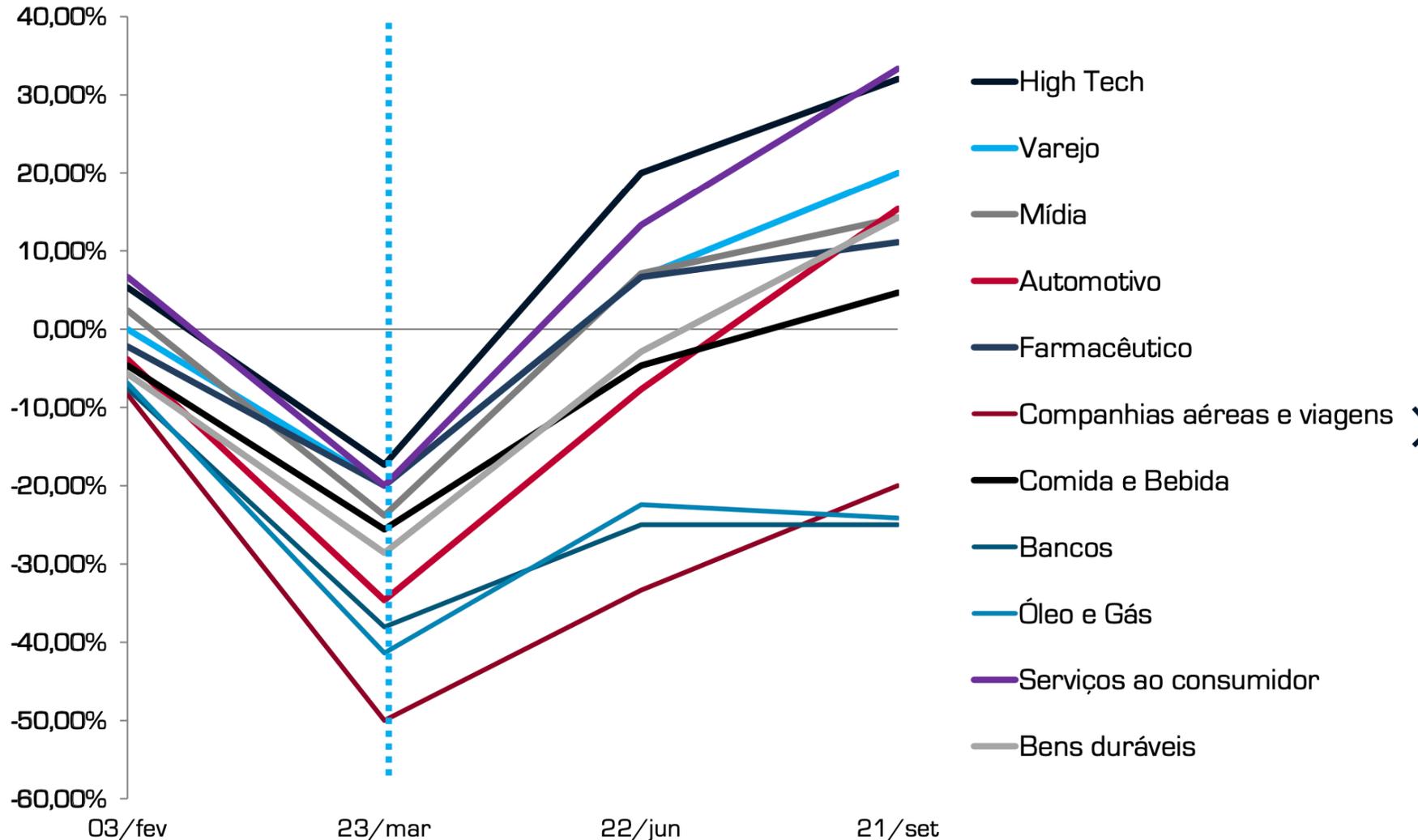


*Atividade do setor considerando mais de 100 fontes, por exemplo, índices financeiros, informação macroeconômica, taxa de desemprego, confiança do consumidor;
Fonte: BCG;



EMPRESAS NOS SETORES BANCÁRIO, ENERGÉTICO E DE VIAGENS TIVERAM SEUS VALORES DE MERCADO ALTAMENTE IMPACTADOS NEGATIVAMENTE COM A PANDEMIA DO COVID-19

% MKT CAP DO SETOR EM COMPARAÇÃO COM 2019



DRIVERS



Queda do preço do petróleo

\$19,33: Menor preço do barril de petróleo Brent desde 2002, com queda de 57% de janeiro para abril



Mudança no perfil do consumidor

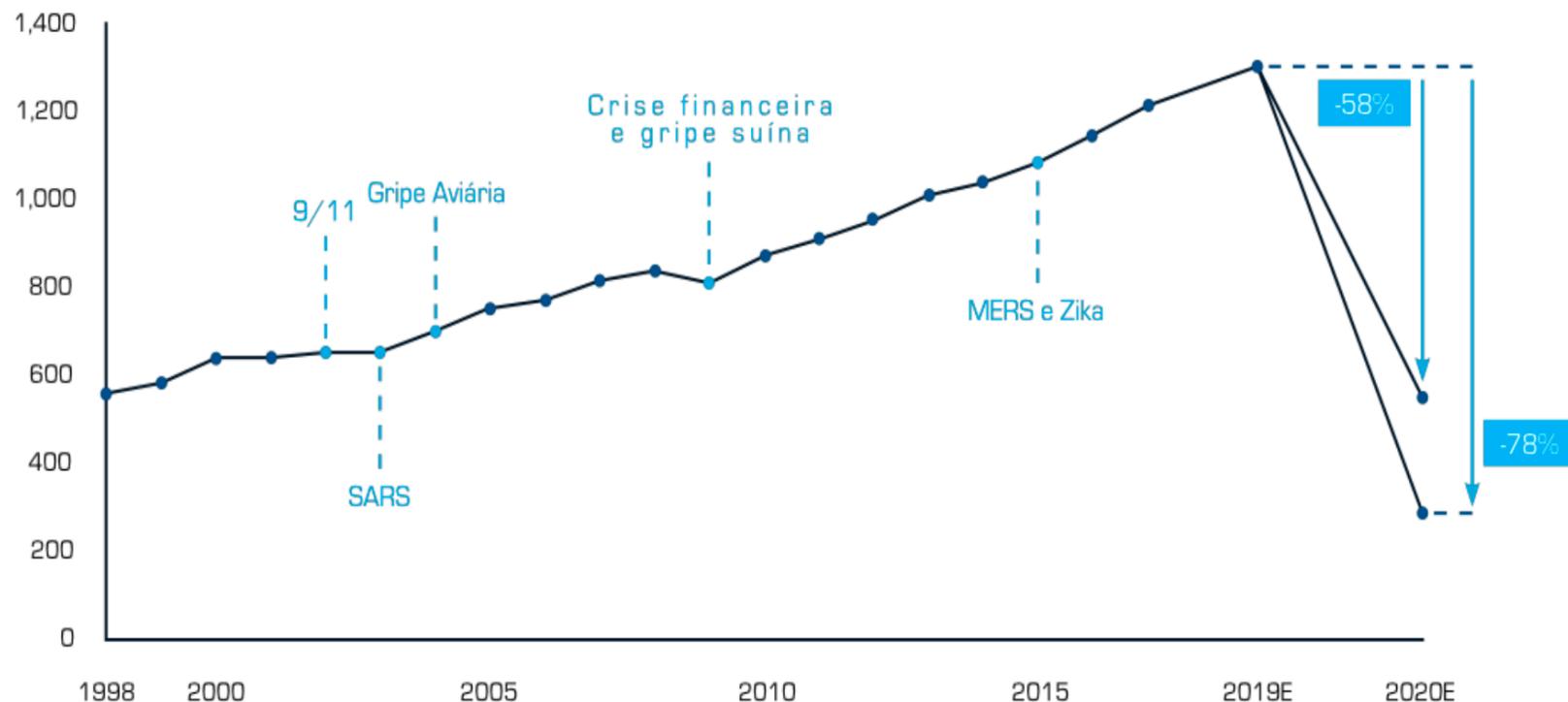
- Mudança para produtos de valor
- Transição para digital e omnichannel
- Mudança de fidelidade
- Economia voltada para o higiênico
- Economia doméstica



O SETOR DE AVIAÇÃO E TURISMO FOI UM DOS MAIS IMPACTADOS PELAS MEDIDAS LEGAIS TOMADAS PELOS GOVERNOS

IMPACTO DO COVID NO NÚMERO DE TURISTAS NO MUNDO (EM MILHÕES)

O turismo havia crescido consistentemente ao longo de diversas outras crises até agora, mas sofreu grande impacto com a pandemia



CONSEQUÊNCIAS DO COVID

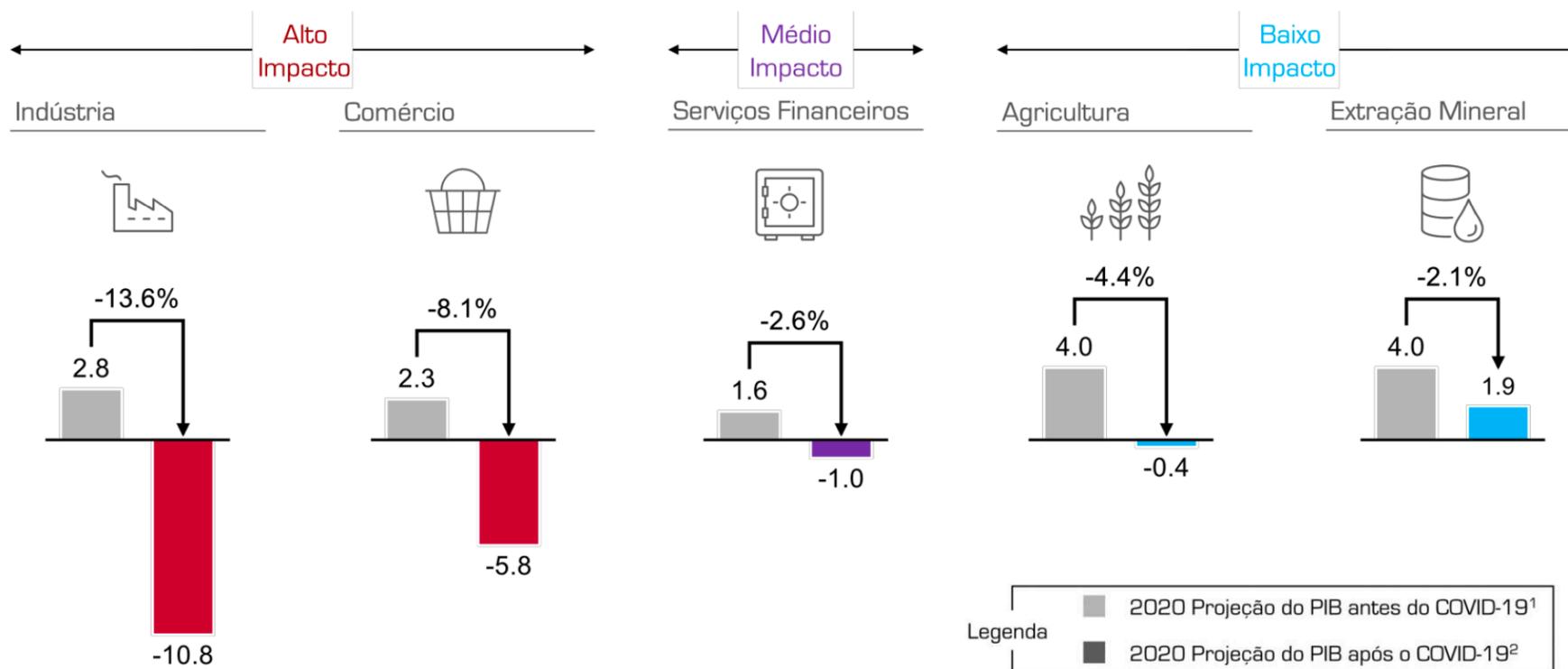
Dois terços das aeronaves do planeta estão estacionadas, e 18 companhias aéreas entraram com pedido de falência em questão de meses

A demanda por hotéis só deve retornar ao nível de 2019 em 2023, e a de aviação em 2024



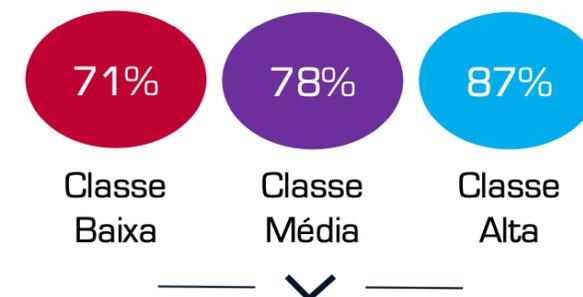
NO BRASIL, NOTA-SE QUE CERTOS SETORES, COMO A INDÚSTRIA, FORAM MAIS AFETADOS. ALÉM DISSO, O CONSUMIDOR TAMBÉM ESTÁ REALIZANDO MAIS COMPRAS NA INTERNET

INFLUÊNCIA DO COVID NO PIB (SEGMENTADO POR SETOR)



COMPRAS ONLINE

Consumidores devem manter o novo hábito de comprar mais na internet:



Dada essa mudança do offline para o online, as lojas em que os consumidores estão comprando também estão mudando para a maioria dos consumidores (53% na pesquisa da Bain & Company)

MUITOS DOS NOVOS HÁBITOS DESENVOLVIDOS DURANTE O COVID DEVEM CONTINUAR

Práticas como o online banking, cursos “ead” e o delivery de comida através de apps devem continuar fortemente, enquanto a telemedicina é uma das atividades que não deve ganhar tanta tração após a pandemia. Entre esses hábitos, o de maior destaque são as compras online



AGENDA



STATUS DO COVID NO MUNDO



STATUS DO COVID NO BRASIL



IMPACTOS DO COVID NAS INDÚSTRIAS



REAÇÕES E ESTRATÉGIAS DE SETORES IMPACTADOS

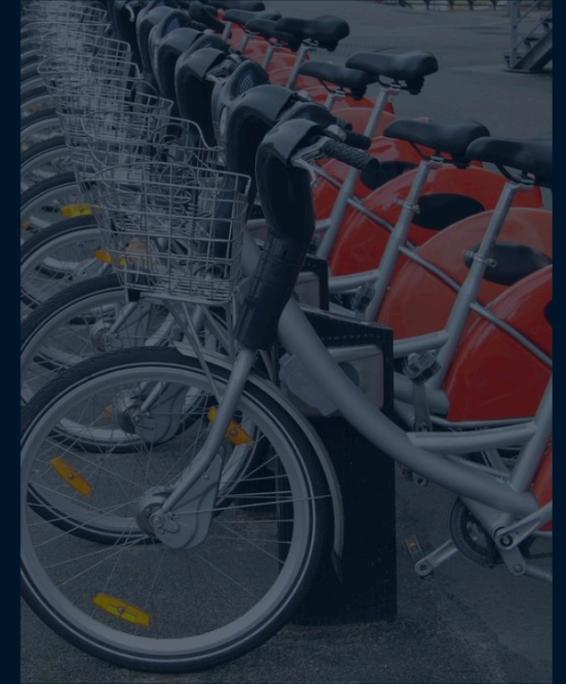
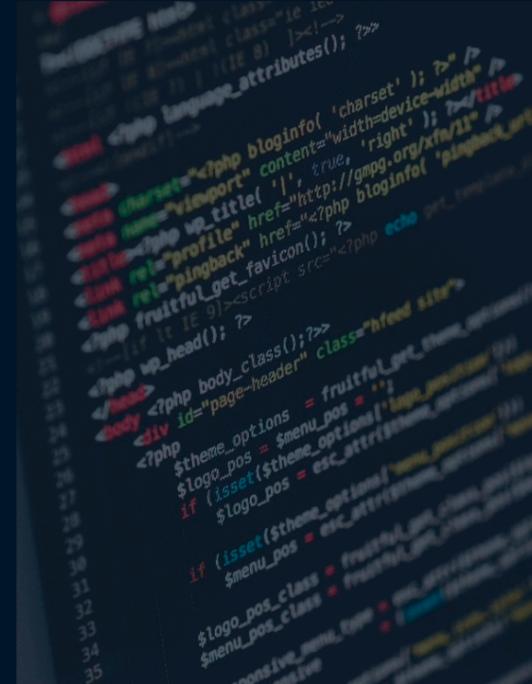
INÚMEROS SETORES FORAM AFETADOS COM A PANDEMIA, POR ISSO ESTRATÉGIAS FORAM TOMADAS PARA COMBATER OS IMPACTOS DELA

VAREJO

RESTAURANTES

TECNOLOGIA

MOBILIDADE



A close-up, slightly blurred photograph of a person in a dark suit and white shirt. The person's right hand is holding a dark credit card over a laptop keyboard. The left hand is also visible, typing on the keyboard. The laptop is silver and open. The background is out of focus, showing a desk and some papers. The overall lighting is soft and professional.

VAREJO

A PANDEMIA TROUXE INÚMEROS IMPACTOS AO VAREJO DE FORMA DIFERENTE EM CADA TIPO DE PRODUTO, MODIFICANDO OS HÁBITOS DE CONSUMO DOS CLIENTES

VENDAS DE BENS NO VAREJO*, VARIAÇÃO % ANO SOBRE ANO NOS EUA

NECESSIDADES DO CONSUMIDOR

	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago
Varejo (Online + Offline)	4%	7%	-6%	3%	8%	8%	8%
Lojas de comidas e bebidas	4%	29%	12%	15%	12%	11%	11%
Supermercados	2%	9%	-6%	0%	3%		
Lojas de cuidados pessoais e farmácias	0%	6%	-10%	-9%	-6%	4%	4%
Lojas de roupas	1%	-49%	-86%	-62%	-23%	-23%	-19%
Lojas de eletrodomésticos	0%	-18%	-53%	-37%	-13%	-5%	-4%



MUDANÇA NA OCASIÃO



MUDANÇA NO CONSUMO



MUDANÇA NO CANAL

< -30%

-30% a -15%

-15% a 0%

>0%

* Excluindo automobilístico, combustível e serviços de alimentação (Delivery)
Fontes: US Census Bureau, Earnest Research, BCG Lighthouse ; BCG



O SETOR SE MOSTROU RESILIENTE À PANDEMIA POIS 70% DE SUA RECEITA NÃO DEPENDE DIRETAMENTE DO CONSUMO. ALÉM DISSO, O FORTALECIMENTO DO ECOMMERCE NÃO DEVE TER GRANDE IMPACTO NEGATIVO

FONTES DE RECEITA

73%

ALUGUEL DE LOJAS

12%

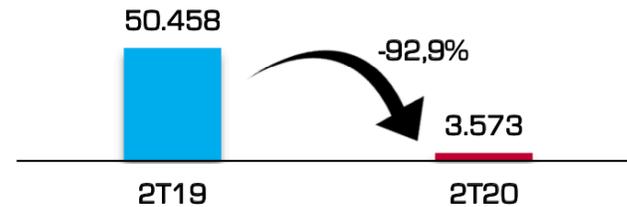
ESTACIONAMENTO

15%

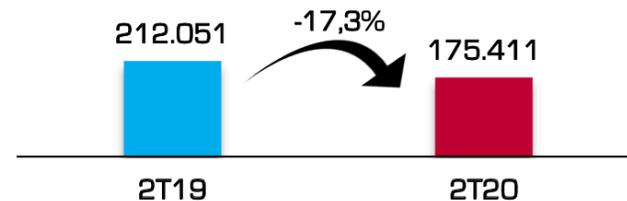
TAXAS E SERVIÇOS

IMPACTO DO COVID NA RECEITA

Receita de Estacionamento
(em milhares de reais)



Receita do Aluguel de Lojas
(em milhares de reais)



INFLUÊNCIA DO COVID NOS CONSUMIDORES



ECOMMERCE



SHOPPING



Shoppings centers devem continuar atraindo os consumidores pós pandemia, principalmente para lazer, alimentação e compras de roupas



FIDELIZAÇÃO E
ATINGIR O
CONSUMIDOR

Com essas novas tendências, algumas estratégias devem ser tomadas pelos shopping centers para se manterem competitivos...

Dada a distribuição das fontes de receita e à capacidade de negociar com os lojistas o pagamento do aluguel e outras taxas, os **shoppings** conseguiram manter 70% de sua receita mesmo fechados.



COM AS MUDANÇAS NAS TENDÊNCIAS DE CONSUMO DA SOCIEDADE, O VAREJO E OS SHOPPINGS DEVEM SE MOVIMENTAR PARA SOBREVIVER A ESSA TRANSIÇÃO

TENDÊNCIAS PARA O VAREJO

Mudanças no(a)...



Consumo



Lealdade a marca



Canal



Custos



Migração para o meio digital e omnichannel

- Uso do Whatsapp para contatar os consumidores com maior agilidade
- Integração com apps melhorando a experiência e fidelidade do cliente
- Conexão online+offline, para agilizar processos



Simplificação com foco no cliente

- Redução de custos: Estoque, vendas, volume, operação e supply chain
- Facilidades aos consumidores
- Relacionamento melhor com os fornecedores



Explorar novos nichos abertos



TENDÊNCIAS PARA OS SHOPPINGS



Se tornar um novo destino e mudar o papel das lojas

- Melhoria da experiência do consumidor → Lojas mais enxutas e visadas pelo cliente
- Ir além das lojas → Oferecimento de outros serviços como entretenimento e atividades culturais



Se preparar para a revolução dos restaurantes

- Substituição de antigas lojas → Papel de loja bandeira
- Foco em higiene para manter o fluxo de pessoas → Ajuste nos métodos de pagamentos, visita e interação com clientes



Abraçar a tecnologia

- Uso de apps para trazer promoções e conteúdo → Mais consumidores
- Integração online + offline

Centro de pedidos



Shoppings parceiros

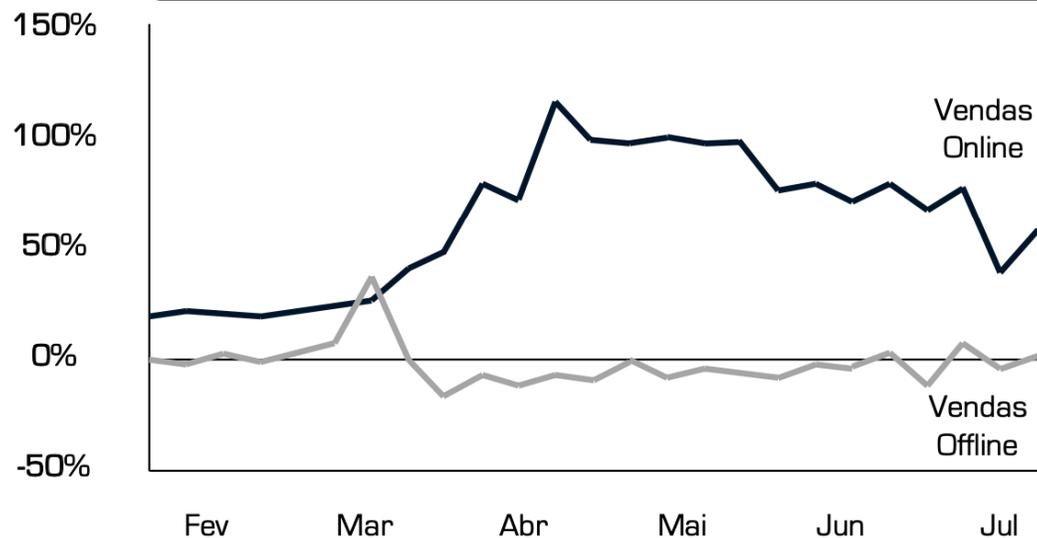


Delivery



NO E-COMMERCE. AS PERSPECTIVAS DO COVID-19 TROUXERAM UMA ACELERAÇÃO DO CANAL E UMA MUDANÇA NO PERFIL DOS PRODUTOS ADQUIRIDOS NESSE MEIO

VENDAS EM VAREJO: ONLINE X OFFLINE*



Share Online

22%

22%

33%

33%

31%

30%



NO BRASIL

+49%

Volume de vendas em comparação com 2019

8%

Penetração do comércio eletrônico

17,3%

CAGR previsto para 2024

IMPACTOS

O QUE ESTÁ SENDO VENDIDO ONLINE**

↑ 7,2%

Comida e Bebida



↑ 18,9%

Presentes e especialidades



↑ 14,3%

Roupas e acessórios



↑ 7,0%

Brinquedos e Games



↑ 8,4%

Casa e Jardim



O QUE NÃO ESTÁ SENDO VENDIDO ONLINE**

↓ 77%

Bagagens



↓ 64%

Câmeras e acessórios



↓ 62%

Roupas de Banho



↓ 57%

Malas de academia



↓ 50%

Displays para lojas



- Implementação do e-commerce por diversos players: Abertura de novas 80 mil lojas Online no Brasil
- Mudança dos produtos consumidos online, com forte aumento em bens não duráveis e domésticos
- Impacto em outros setores: Lojas de departamento dos EUA foram de 14,3% [1992] para 3,7% [2020] das vendas do varejo

* Variação Ano sobre Ano % vs. 2019; **Crescimento Ano a Ano em comparação com 2019

Fontes: BCG Lighthouse, Big Commerce, Kearney



COM A ENTRADA DE DIVERSOS PLAYERS NO E-COMMERCE, DIVERSAS ESTRATÉGIAS DEVEM SER TOMADAS PARA UMA EMPRESA SE DIFERENCIAR DE SEUS COMPETIDORES

ESTRATÉGIAS PÓS COVID-19

MEDIDA

EXEMPLO

Ser mais contextual: Vendas com foco no contexto do momento

Passar o máximo de informação possível: Passar dados com clareza e credibilidade

Mudar a estratégia de promoção: Maneiras mais eficientes para impactar o consumidor

Agilização dos serviços: Serviços de entrega no mesmo dia

Parcerias: Aumentar vendas com outros setores



DESTAQUE NA PANDEMIA

\$4 Bi

Alocados para segurança de consumidores e funcionários e focar na venda de itens essenciais

160%

Em aumento de capacidade da sessão de mercearia

Drivers importantes para o consumidor:

- Frete Grátis
- Disponibilidade
- Preço



\$88,9 Bi

De Receita no 2T de 2020, aumento de 9,5% em relação ao previsto

40%

Crescimento Ano sobre Ano vs. 2019, representando 35% das vendas do e-commerce do RU



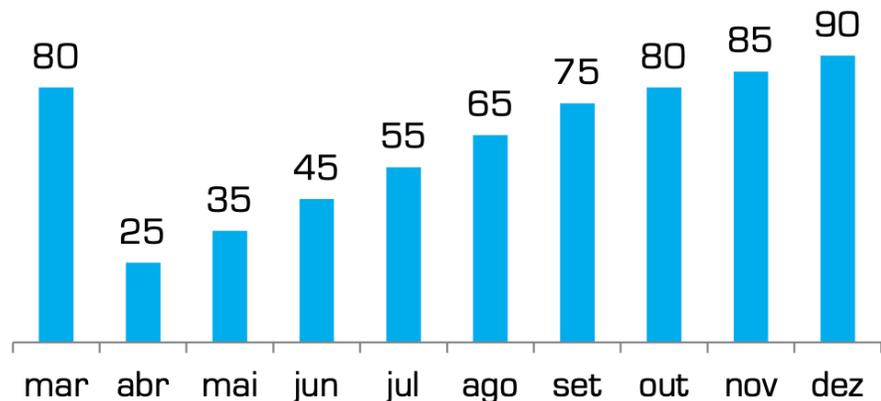
RESTAURANTES

A photograph of a restaurant table setting. In the foreground, a white plate holds a piece of salmon, a cherry tomato, a slice of lemon, and fresh basil leaves. To the left of the plate is a silver fork. In the background, a wine glass and another plate are visible, all slightly out of focus. The word "RESTAURANTES" is overlaid in large, white, bold, sans-serif capital letters across the center of the image.

O SETOR DE ALIMENTAÇÃO SOFREU INÚMEROS IMPACTOS DIRETOS E INDIRETOS NEGATIVAMENTE, RESULTANDO NO FECHAMENTO DE DIVERSAS LOJAS

03/2020 Fechamento dos salões dos restaurantes no Brasil

FATURAMENTO DE RESTAURANTES EM 2020 COMPARADO COM 2019 - %



30%

Restaurantes fechados no período

40%

Do nível de vendas de Set/Out de 2019

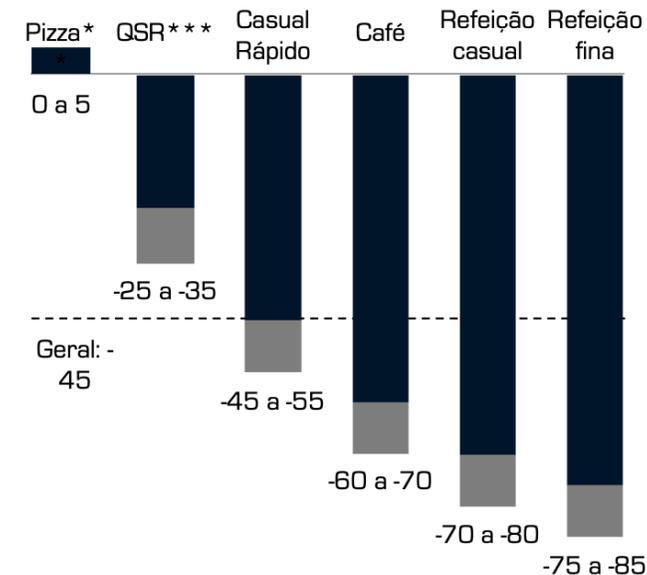
1,5Mi

De empregos perdidos no setor

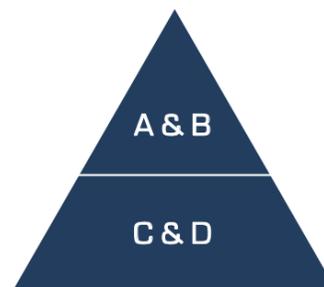
SETORES INDIRETAMENTE IMPACTADOS



VENDAS POR TIPOS DE PRODUTOS NOS EUA *



DIFERENTES IMPACTOS EM CLASSES DISTINTAS



Restaurantes focados nesse público foram os mais impactados: Quedas em vendas de 65 a 70% comparando com o período pré-pandemia

Menor impacto: Quedas de 20%

*Mudança % comparado a 2019 até abril/2020; **Somente pizza fast-food; ***QSR: Quick Service restaurants: Inclui Frango (frito), Hambúrgueres, comida mexicana e sanduíches, exclui pizza e café
 Fontes: SEBRAE; ABRASEL; McKinsey; Bernstein Research; Datassential



PARA O MITIGAR OS EFEITOS DA CRISE, OS RESTAURANTES DEVEM TOMAR ALGUMAS MEDIDAS INSTANTÂNEAS, A MÉDIO PRAZO E PARA UM FUTURO PÓS-CRISE

CURTO E MÉDIO PRAZO

MEDIDAS IMEDIATAS



Segurança da equipe e do consumidor

- Suspensão de algumas práticas e atividades
- Procedimentos sanitários e fornecimento de produtos de higiene
- Simplificação das operações da cozinha

MUDANÇA DE CANAL



Introdução do canal de delivery próprio ou terceiro

Pesquisas já indicam que o mercado endereçável do delivery já alcançou 13% (esperado era 9%) -> Oportunidade de continuar crescendo -> Aumento de frotas dos restaurantes

ESTRATÉGIAS E PARCERIAS

ESTRATÉGIA

APLICAÇÃO

EXEMPLOS



Delivery e serviços de entrega

Atingir maior público, visto que circulação é menor nas lojas

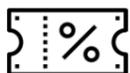


Restaurantes



E-commerce

Maior capilaridade, com maior visibilidade também



Cartões presente e cupons

Melhoria do fluxo de caixa atual da empresa, adiantando recebimentos



LONGO PRAZO



Consolidação da higiene e segurança

- Demanda maior por parte dos consumidores -> maior transparência
- Aumento de custos em material extra



Tendência de mais compras de produtos de mercearia

- Gastos em restaurantes -> Gastos em produtos de mercearia (tendência mais doméstica)
- Possibilidade: Entrar no mercado de mercearia ou B2B



Foco no gerenciamento do Supply Chain

- Bom alinhamento entre demanda e oferta -> maior agilidade de atendimento



Remodelação do formato da loja

Exemplos:



TECNOLOGIA

```
24 <meta charset="</php bloginfo 'charset'>" content="width=device-width, initial-scale=1" />
25 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1" />
26 <link rel="profile" href="http://gmpg.org/xfn/11" />
27 <link rel="pingback" href="</php bloginfo 'pingback_url'>" />
28 <script src="</php echo get_template_directory_uri() . '</php wp_head(); ?>" />
29
30 <body <?php body_class();?>
31 <div id="page" class="hfeed site" <?php $theme_options = $theme_options;
32 $logo_pos = $menu_pos;
33 if (isset($theme_options['logo_pos']))
34     $logo_pos = esc_attr($theme_options['logo_pos']);
35 if (isset($theme_options['menu_pos']))
36     $menu_pos = esc_attr($theme_options['menu_pos']);
37 $logo_pos_class = 'fruitful_pos_<?php echo $logo_pos . '>';
38 $menu_pos_class = 'fruitful_pos_<?php echo $menu_pos . '>';
39 $responsive_menu_type = 'fruitful_pos_<?php echo $responsive_menu_type . '>';
40 </div>
41 </body>
42 </html>
```

O SETOR DE TECNOLOGIA FOI O QUE MAIS CRESCEU NA PANDEMIA. MESMO ASSIM, TAMBÉM HOVERAM IMPACTOS NEGATIVOS COMO A QUEDA NA MOTIVAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS.

TECNOLOGIA É O SETOR QUE MAIS CRESCE NA PANDEMIA

O distanciamento social acelerou a digitalização de muitas indústrias, e aumentou o uso da internet de modo geral



O valor de mercado do setor cresceu mais de 40%

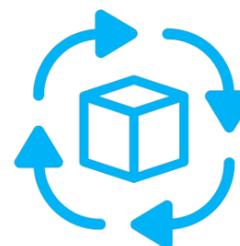
Market cap. do setor de tecnologia
(em trilhões de dólares)



IMPACTOS NEGATIVOS DO COVID NO SETOR



Grande queda na motivação dos funcionários na pandemia



A disrupção das cadeias de suprimentos prejudicou companhias de tecnologia que dependem de componentes físicos

ADAPTAÇÃO DAS EMPRESAS DO SETOR AO HOME OFFICE

facebook

ny bank

Microsoft

- A maior parte do setor já permitia o home office
- Muitas empresas querem continuar com o modelo no futuro

WORK FROM HOME SOFTWARE

zoom

- 200% de crescimento na Receita
- Número de usuários mais que triplicou
- Valor de mercado superou os 60bi de dólares

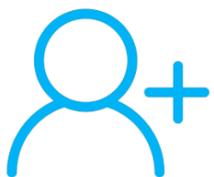


O ENTRETENIMENTO DIGITAL CRESCER MUITO NO PERÍODO DA PANDEMIA POIS O ISOLAMENTO SOCIAL FEZ COM QUE O NÚMERO DE USUÁRIOS E SEU ENGAJAMENTO AUMENTASSE

COVID IMPULSIONOU O STREAMING DE CONTEÚDO



Tempo diário gasto com streaming de vídeos dobrou



20 milhões de usuários novos em serviços como Netflix, Disney+ e Amazon Prime. O crescimento foi maior entre os idosos



Métricas de visualização saltaram 71% em relação ao ano passado



Metade dos usuários deve continuar assistindo a mesma quantidade de conteúdo após a pandemia

COVID NA INDÚSTRIA DE GAMES

PICO DE JOGADORES POR DIA NA STEAM (EM MILHÕES DE PESSOAS)

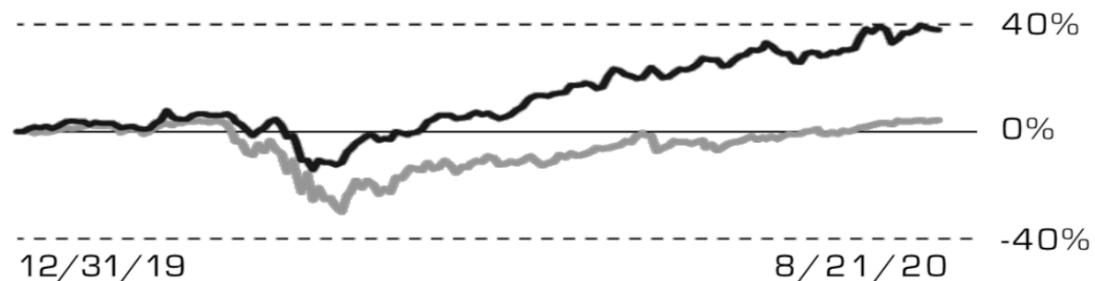
Domingos



DESEMPENHO DA INDÚSTRIA DE GAMES VS S&P500 (EM %)

Indústria de Games

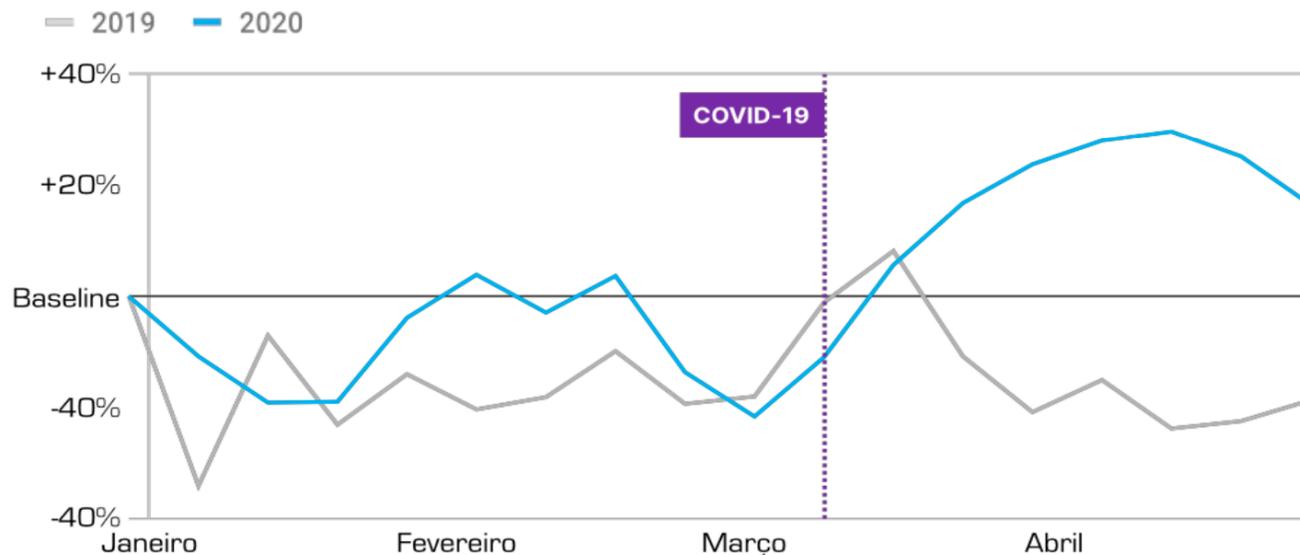
S&P500



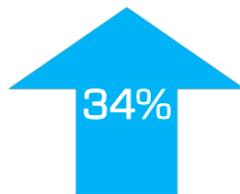
O ENORME DESEMPENHO DOS JOGOS MOBILE, OS PROBLEMAS DE INFRAESTRUTURA E A MAIOR RESILIÊNCIA DO SOFTWARE AS A SERVICE FORAM DESTAQUES NO SETOR DE TECNOLOGIA

JOGOS COM ANÚNCIOS E MICROTRANSAÇÕES PERFORMARAM MELHOR

RECEITA DE MICROTRANSAÇÕES AO LONGO DOS MESES (EM %)



Receita e visualização dos anúncios aumentou



Click-through rate (CTR) dos anúncios aumentou

Dada a baixa barreira de entrada desse tipo de jogo, ele também é o que mais está atraindo novos jogadores

PROBLEMAS DE INFRAESTRUTURA

NETFLIX



Redução na qualidade do streaming

Nintendo®



Severa escassez do Nintendo Switch

A MAIOR RESILIÊNCIA DA COBRANÇA RECORRENTE

SaaS (Software as a Service) e modelos de assinatura de maneira geral se mostraram mais resilientes que os produtos de cobrança pontual por dois motivos:



Receita recorrente



Bom relacionamento com o consumidor

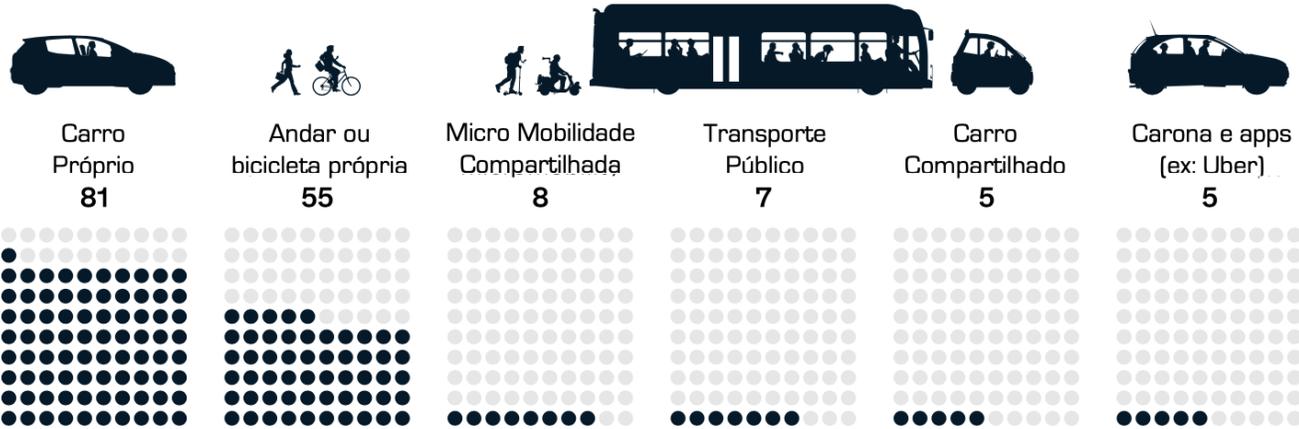


A row of red bicycles with white frames and baskets parked on a sidewalk. The bicycles are arranged in a line, receding into the distance. The word "MOBILIDADE" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the image.

MOBILIDADE

NO SETOR DE MOBILIDADE, O INTERESSE EM MEIOS DE TRANSPORTE PRIVADOS AUMENTOU GRAÇAS AO COVID. MESMO ASSIM, TODOS OS MODAIS FORAM MUITO IMPACTADOS NO CURTO PRAZO

PERCEPÇÃO DE SEGURANÇA SANITÁRIA POR MODAL NA PANDEMIA



Carro próprio voltou a ser atrativo para muitas pessoas. Mas o alto preço é um detrator

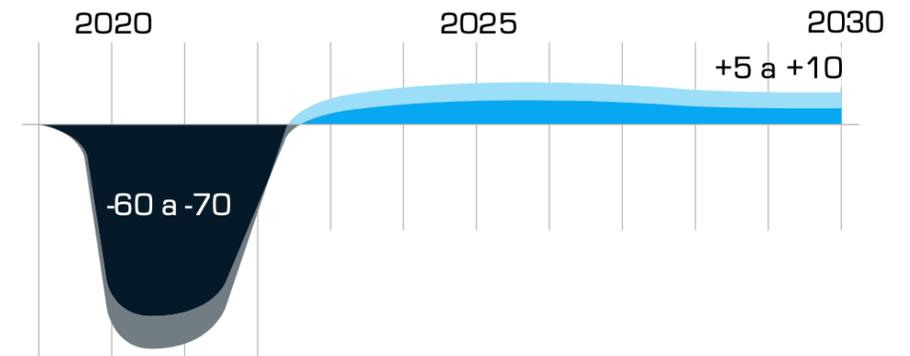
IMPACTO DO COVID NA VENDA DE CARROS NO BRASIL

A alta do dólar, e a instabilidade financeira de muitas famílias faz com que a venda de automóveis tenha uma queda significativa.



COVID E MICROMOBILIDADE

Impacto do COVID na micro mobilidade [% passageiro-km rodado]



COVID E APPS DE CARONA

- Queda de 80% no número de corridas
- Serviço de delivery de comida está performando bem na pandemia.

Uber



PARA AMENIZAR O IMPACTO DA PANDEMIA, AS COMPANHIAS REALIZARAM INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS, COLABORAÇÕES ENTRE EMPRESAS E A EXPLORAÇÃO DE NOVOS NICHOS

DELIVERY DE CARROS



- Foco na venda de carros usados, aproveitando a alta no preço dos novos graças ao dólar
- Compra 100% online, respeitando o distanciamento social e trazendo inovação
- Concorrentes adotaram estratégias semelhantes

INOVAÇÕES NO ALUGUEL DE CARROS



Contratos de longo prazo:

- Aluguel de 2-3 anos
- Substituto à compra de um carro próprio



Novos Planos corporativos:

- Curto prazo, pago pela empresa
- Substituto ao Uber e às viagens de avião

MICROMOBILIDADE



- Parceria para prover bikes elétricas aos entregadores de comida
- Mesmo sem a parceria, há uma grande sinergia entre os dois setores, especialmente nas grandes cidades
- Também é uma ação de marketing para melhorar a percepção das duas empresas

APPS DE CARONA



- Desinfecção dos carros, aumentando a percepção de segurança sanitária
- O uso de um produto de limpeza conhecido ajuda a trazer confiança para as pessoas
- Ações de marketing em ciclovias

