São Paulo, 19 de junho 2020

GRUPO LUXO BRASIL - Crise #CORONAVÍRUS

RETOMADA E EXPECTATIVAS

1) FLUXOS

a. Colaboradores das estruturas físicas, como atendimento via WhatsApp e Facetime como forte estratégia para vendas à distância
b. E-commerce = média de 50% das vendas
c. Físico = para consumidores das classes B e C, face a algumas características como, conectividad**e,** , resultou em vendas mais elevadas para Beleza, Cosméticos e Perfumaria

2) REFLEXOS REGIONAIS

a. Sul
    i. Curitiba = (operação das 12:00 às 20:00) com forte retomada, porém com -30% do tráfego. "Bandeira Laranja" quanto ao *lockdown*
    ii. Porto Alegre = (operação das 12:00 às 20:00) boa retomada, com -40% do tráfego. Adotará medidas mais restritivas para a próxima semana para evitar o *lockdown*
b. Sudeste
    i. São Paulo e Rio de Janeiro = (operação das 16:00 às 20:00/12:00 às 20:00 respectivamente) com baixo fluxo, porém com conversão entre 70% e 80% e Ticket Médio alto/médio respectivamente
c. Brasília
    i. Operação das 12:00 às 20:00, fluxo médio, conversão e ticket médio bons
d. Belo Horizonte, Salvador e Porto Alegre com mais um mês de quarentena
e. Shoppings do Recife reabrirão na próxima segunda (22/06)

3) **DIFICULDADES**

a. Todos buscando soluções criativas e de argumentação para experimentação e venda dos produtos. As barreiras e protocolos como desconforto, principalmente alta renda e para gastronomia e bebidas
b. No geral, os grandes centros populacionais apresentaram resultados inferiores em comparação a capitais menores
c. Colaboradores que demandam muitos transportes públicos apresentando muita resistência para retornar ao trabalho

4) IMPULSIONADORES

a. Atendimento virtual = WhatsApp, e-commerce, telefone e Facetime como principais ferramentas de venda
b. Drive Thru como relevante para as vendas
c. Na atividade "Beleza e Cosméticos", Lives sertanejas como transformação de consumo com forte impacto positivo
d. A alta do dólar está colaborando como impulsionador do consumo local. "Global Shopper no more"
e. Na atividade "Beleza, Cosméticos e Perfumaria", PDVs atraem o público Classe B e C para consumo físico
f. ABRASEL pleiteando a utilização das calçadas como espaços extensores dos bares e restaurantes, Case Lisboa.

5) TURISMO

a. Média procura para os meses de Julho, Agosto e Setembro
b. Alta procura para os meses de Outubro, Novembro e Dezembro
c. Nordeste sem sinalização do Governo local quanto a utilização de praias (nem mesmo para a prática de atividade física)
d. Destinos dependentes do turismo, com pouquíssimo fluxo
e. Bangalôs e Pousadas como carro chefe das procuras no momento

6) INTERNACIONAL

a. Aruba, Monterrey, Cancún, Cidade do México e Argentina com fluxos intensos e alto consumo
b. Palácio de Hierro com fluxo acima do esperado
c. Chile com dificuldade, reabertura prematura e aumento de protestos

7) ADENDO

a. Status de fechamento de 28% a 33% dos bares em 3 meses
b. 30% das academias foram fechadas
c. Fernando de Noronha: 4 mil habitantes e o governo fará apenas 900 testes. População local com baixa capacidade de compra. Consumo 100% turístico
d. Saint Barth aplica restrições e todos deverão fazer teste em até no máximo 3 dias antes da viagem ou ao chegar, fazer o teste nas primeiras 24 horas e reclusão de 7 dias

8) ADVISER JURÍDICO ABRAEL

a. E-mail com informativo quinzenal sobre questões jurídicas atuais e pertinentes aos interesses das Associadas
b. Estamos monitorando os desdobramentos contínuos do Acordo Comercial Bilateral entre a União Europeia e o Mercosul

9) AÇÃO SOCIAL ABRAEL

a. Apresentaremos o projeto da VOZ SOCIAL da ABRAEL na semana que vem. Conceito de BAZAR com 100% da arrecadação destinada para doação