

Covid-19

Marcas & Empresas

7 de abril de 2020

fsbinteligência

fsb.com.br

fsbinteligencia@fsb.com.br

+55 21 2217.6500

+55 61 3323.1072

+55 11 3165.9596

O que as companhias falaram até agora na **imprensa, Twitter, Youtube, Instagram e Facebook** sobre o novo coronavírus. E como os diversos segmentos econômicos têm atuado para reforçar políticas com foco no consumidor e nos colaboradores. Há ações voltadas a cuidados especiais e exclusivos, além de posicionamentos de transparência, apelos por prevenção, medidas de segurança. A preservação do negócio e os cuidados com a reputação estão presentes, assim como agilidade e o bom fluxo de informações que interessam aos mais variados públicos.

RIZZO MIRANDA

Diretora – Digital & Inovação da FSB

O novo normal da reputação

Já algum tempo a atitude das marcas se tornou o maior ativo de relacionamento que pode ter com seus públicos de interesse. E isso também rende bons motes para posicionamento. Mas o momento de crise é aquele território delicado para a comunicação.

Uma grande atitude? Quando mais de mil empresas aderem ao manifesto **#NãoDemita**. E isso, óbvio, não pode ter um tratamento convencional de divulgação. Não há espaço comunicacional para nada além do que o próprio gesto já diz. Algumas marcas caem na tentação de se projetar. Um suicídio reputacional. Ainda bem, não são maioria. A boa notícia é que a cada dia mais temos atitudes diversificadas. Aumentou a doação de sangue. E a generosidade se firma como o melhor atributo de uma marca em tempos de Covid-19. O novo normal da reputação.

- Reforço na higiene pessoal e limpeza
- Cancelamentos/redução de viagens nacionais e internacionais
- Home Office
- Restrições para reuniões, eventos e incentivo de videoconferências
- Reforço na comunicação interna/Comitê de Crise
- Férias coletivas/afastamento remunerado
- Fechamento de lojas/fábricas e/ou redução na operação/serviços

- Restrições para uso de elevadores e contato pessoal
- Quarentena para quem viajou para lugares críticos ou apresenta sintomas
- Horários alternativos para evitar o alto fluxo de pessoas
- Política de mobilidade
- Licença não remunerada
- Redução ou adiamento de pagamentos

Anunciou o fechamento temporário de lojas físicas em alguns países

Menor oferta de voos no mundo inteiro. Mantém alguns voos para permitir que nossos clientes retornem para a Europa ou ao Brasil.

Integra campanha de distribuição de 30 mil cestas básicas digitais para comunidades carentes de São Paulo. Além de custear os cartões, irá reverter toda a receita das transações

Doação de 100 mil kits de produtos essenciais a comunidades afetadas pelo novo coronavírus

Acesso gratuito à sua rede de mentores especializada em gestão de crise para startups

Criação de 100 mil vagas para armazéns e entrega de produtos nos EUA e a priorização de itens médicos

Anunciou a produção e a doação de álcool em gel para hospitais públicos municipais de São Paulo, Rio e Brasília. A empresa, junto com Prefeitura, Gerdau e Hospital Albert Einstein, construirão hospital público em 40 dias, com 100 leitos, em São Paulo

Uniu-se à FIEMG para ampliar leitos de assistência ao Covid-19 em MG. Quatro andares do hospital Mater Dei serão utilizados e a operacionalização será feita pela construtora. Depois, os equipamentos serão doados ao Governo de MG. Participam também MRV, Banco Inter, Banco BMG, Construtora Barbosa Mello e Localiza Hertz

Reforçou a operação de vendas on-line. Doação de 25 mil máscaras para o combate à pandemia

Divulgou regras de flexibilidade para voos domésticos e internacionais

B3 Social inicia campanha de doação com quatro ações de engajamento

Adotou medidas preventivas, seguindo orientações da OMS e do Ministério da Saúde do Brasil. Anunciaram o investimento de US\$ 3 milhões em apoio ao segmento de bares e restaurantes

Fez simulação de contingência. Anunciou medidas para mitigar a crise

Suspendeu a produção nos EUA

Férias coletivas para os funcionários até 20/04. Desenvolveram teste rápido para detectar a Covid-19

O banco e seus sócios doaram R\$ 50 milhões para iniciativas de combate à Covid-19. O atendimento humanizado 24x7 do BTG Pactual digital continua funcionando normalmente e a instituição intensificou sua programação no canal do YouTube

Decidiu destinar ao SUS parte de toda receita líquida de qualquer sanduíche vendido até o final de março. Delivery e Drive-Thru funcionam normalmente

Redobrou as medidas de segurança. Vai doar R\$ 1 milhão para compra de respiradores

Instalou painéis de acrílico nas lojas para evitar contágio. Reforça orientações de higiene para clientes e colaboradores

Lojas fechadas no Brasil

A Coca-Cola colocará nas embalagens de seus produtos informações sobre a prevenção à Covid-19. Decidiu pausar todas as campanhas publicitárias das marcas engarrafadores e a The Coca-Cola Foundation, estão doando globalmente US\$ 120 milhões para apoiar os esforços de prevenção e reação à Covid-19

Pioneiro em várias iniciativas na pandemia. Como conteúdo em libras, campanha de doação de sangue, apoio ao comércio de barro e ações de prevenção

Reforçou o delivery

Antecipará R\$ 5 bilhões em recebíveis para clientes que faturam até 15 milhões por ano

Deu aos funcionários a opção de um PDV ou um Programa de Qualificação Profissional remunerado

Incentiva os empresários e prestadores de serviço do setor a adotarem práticas para reduzir os impactos da crise econômica mundial, assumidas também pela própria entidade

Colaboradores que quiserem poderão antecipar suas férias em até 15 dias

Doará 10 mil pares para profissionais de saúde nos Estados Unidos

Planos de sucessão para lideranças e equipes técnicas, bem como planos de continuidade para todas as áreas

Fez campanha de doação de um real por cada aluno que se inscrever em qualquer um de seus planos para o InCor e a FMUSP, que trabalham para desenvolver a primeira vacina contra o Covid-19. Oferecerá série de benefícios até o fim do surto, como conteúdos de graça e com grande desconto

Para ajudar os clientes a manterem a saúde das finanças em meio à crise imposta pelo coronavírus, dobrou o número de parcelas para pagamento da fatura – agora são 24 vezes, com juros do parcelamento reduzidos. A empresa ainda disponibilizou cartão virtual para todos os clientes, inclusive para aqueles que não receberam o cartão físico, e reforçou a seção de ajuda no app para evitar filas no atendimento telefônico

Medidas de prevenção foram estendidas para as empresas prestadoras de serviços que se encontram nas dependências da empresa

Integra o “Rio Contra Corona”, sendo a primeira instituição de ensino a fazer parte do movimento, lançando a #EscolasContraCorona. O objetivo é promover o engajamento de 2 mil famílias, compostas por pais e alunos de suas duas unidades, em Botafogo e Barra da Tijuca (no Rio de Janeiro), para arrecadação de recursos financeiros. Além disso, a Escola deseja incentivar mais instituições de educação a entrar para o movimento e mobilizar suas redes com a campanha

Levantamento da área de consultoria da Elo registra as mudanças de hábitos de consumo por conta da covid-19 no período de 15 a 29 de março. Os números indicam que o faturamento total no débito e crédito tem registro de queda de 45% a 50%, respectivamente, ao longo dos últimos dias. Os dados têm como base a carteira da Elo, que possui uma ampla representatividade nacional

Trouxe de Dubai para o Brasil 500 mil unidades de testes rápidos para diagnosticar o coronavírus

Decidiu retomar operações essenciais, entre elas apoio à operação dos clientes, manutenção e a fabricação de aeronaves, bem como tem grupo dedicado a aumentar a disponibilidade de equipamentos e soluções para o combate ao Covid-19

Aulas presenciais dadas ao vivo pela internet

Criou o movimento Energia do Bem, com iniciativas para o conserto de ventiladores pulmonares para UTIs e soluções e obras elétricas em unidades públicas de saúde, além de oferta de conteúdo educativo e de entretenimento no portal: <http://www.movimentoenergiadobem.com.br/>

Doou 25 ventiladores mecânicos e 3500 kits higiene e máscaras próximas as suas operações. A companhia incentiva o voluntariado para a compra de cestas básicas (alimentos e produtos de higiene e limpeza) destinadas a comunidades do Rio de Janeiro: para cada R\$ 1 doado pelos colaboradores, a empresa aporta o dobro, R\$ 2. Eneva presta serviços essenciais, por isso, adotou trabalho remoto para áreas administrativas e reforçou medidas de saúde e proteção em suas operações e projetos em implementação, com especialização diferenciada de profissionais

Restringiu visitas sociais ao escritório no Brasil. Divulgou medidas de combate à desinformação e anunciou doações

Fechará a maioria de suas fábricas na Europa e América do Norte. Anunciou a redução de salário de executivos

Apostou na divulgação de conteúdos para auxiliar empresas na programação para a recessão financeira, com temas como priorização de gastos e gestão de caixa, em duas lives semanais. Liberou home office. Antecipou o lançamento de uma plataforma digital para desenvolvimento de competências. Trouxe de volta ao Brasil os consultores em outros países

Disponibilizou sua frota de caminhões para realizar o transporte de 250 mil litros de álcool 70% líquido para a rede pública de saúde do estado de São Paulo. A iniciativa é uma parceria com a União da Indústria de Cana-de-Açúcar (UNICA).

Fez doação de 10 milhões de euros para o combate à crise

Reforço na comunicação de canais internos e orientações aos revendedores. Produzirá ventiladores para o combate à doença

Serviços de secretaria escolar e processos seletivos estão sendo feitos remotamente

Reforço da comunicação institucional, medidas com foco na saúde dos funcionários e foco nos clientes

Lançou uma série de webinars chamada Com:unidade. Diariamente, professores da FDC debatem, via YouTube, temas sobre gestão relacionados à crise. Entre alguns dos temas, estão: trabalho remoto, intraempreendedorismo, gestão do tempo e outros

Adaptou seus cursos presenciais para formatos de transmissão ao vivo com recursos que preservam a interação entre facilitadores e alunos. Já o cardápio de cursos que já existia em versão online foi todo liberado gratuitamente

Interrompeu a gravação de novelas e intensificou a grade do jornalismo

Suspendeu por 15 dias a produção em fábricas no Rio Grande do Sul e São Paulo. Em parceria com a Ambev, Hospital Albert Einstein e prefeitura de São Paulo, irá construir um hospital público com capacidade de 100 leitos anexo ao Hospital Municipal M'Boi Mirim

Anunciou férias coletivas na fábrica de São José dos Campos (SP). Vai consertar respiradores utilizados por pacientes da Covid-19

Incentivo ao consumo consciente. Segue as recomendações do Ministério da Saúde para prevenção. O aplicativo de delivery James, do Grupo Pão de Açúcar, passará a realizar entregas gratuitas para aqueles que fazem parte do grupo de risco

Antecipou a vacina contra gripe dos funcionários (são fornecedores do imunizante). Criou comitê de crise e anunciou doação para OMS e ONU

Suspendeu voos internacionais até 30/06

Limitou acesso aos escritórios. Criou fundo de amparo a funcionários que precisem de licença médica. Anunciou doação de US\$ 800 milhões para PMEs e iniciativas contra o coronavírus

Distribuição de álcool em gel para colaboradores; home office; aferição de febre dos colaboradores da fábrica; doação de álcool em gel, itens de higiene pessoal e alimentos para comunidades carentes através do Instituto FAR, do Grupo Hinode; incentivo do uso de delivery nas franquias; reforço das operações de venda online

Anunciou a coordenação da produção de 100 mil máscaras de tecido de proteção para doar à população

Maior distribuidor de material hospitalar do Brasil, firmou parceria com o HC-SP para doar 5.000 máscaras e abastecer o hospital. Também fez parceria com prefeituras, Secretarias de Saúde e Defesa Pública de Santa Catarina. Investiu R\$ 5 milhões para ampliar a logística em todo o país e trabalha na capacidade máxima nas fábricas

Preocupado com o funcionamento de seu ecossistema, o Gympass anunciou 5 medidas para ajudar as academias parceiras e seus usuários nesse período de crise: 1) Antecipação do repasse referente a visitas de março; 2) Pagamento por Aulas ao Vivo (BETA); 3) Programa de Incentivo Digital; 4) Aulas ao Vivo para usuários não-Gympass, através da plataforma terceirizada Glofox; 4) Mais de 1.500 aulas gravadas para usuários não-Gympass acessarem pela plataforma Wexer. Para os usuários, foi disponibilizada uma plataforma gratuita por 60 dias para que todos possam se exercitar e cuidar da saúde mental

Reduziu os preços de produtos e adotou medidas para facilitar o acesso dos pacientes aos tratamentos por períodos mais longos, em antecipação a eventuais impactos da crise sobre a logística de importação

Equipes essenciais continuarão trabalhando para que não faltem medicamentos nas farmácias brasileiras. Para o bem-estar dessas equipes, foram adotadas medidas adicionais de proteção nas unidades. Todo pessoal não essencial está em regime de home office. Vacinaram todos os colaboradores contra influências A e B. Promoveram homenagem a todos os profissionais de farmácia

Por meio de cinco empresas associadas – Chevron, Ipiranga, Raízen, Repsol Sinopec Brasil e Shell -, vai doar recursos financeiros para a construção de um hospital de campanha no bairro do Leblon, no Rio de Janeiro, que será destinado exclusivamente para receber até 200 pacientes do Sistema Único de Saúde (SUS) diagnosticados com Covid-19

Criou um fundo solidário para entregadores em quarentena e para assistência aos restaurantes

Empresa de tecnologia e inteligência a partir de dados de geolocalização, a In Loco está ajudando órgãos públicos de todo o Brasil a medir o distanciamento social e, desta forma, determinar quais regiões precisam intensificar ações de conscientização sobre a prevenção. Já são 6 governos estaduais mais a Prefeitura do Recife

Disponibilizou suporte psicológico via telefone para funcionários, flexibilizou contratos para parcelamento e prorrogação dos compromissos financeiros da rede de postos e franquias, firmou parceria para doação de óleo diesel para transporte de Alcool 70 e se uniu a grupo de empresas para construção de um hospital de Campanha no Rio de Janeiro

Uma página especial sobre a pandemia resume as ações

Está oferecendo 3 mil vagas de empregos, entre postos de trabalho diretos e indiretos. Aprimorou ainda mais as medidas de controle, saneamento e limpeza em todas as instalações e não há nenhum risco para a produção ou produtos

Intensificou descontos nos produtos de higiene pessoal, especialmente nos sabonetes

Fechamento temporário dos cinemas. Antecipou férias coletivas

Reduziu operações ao limite mínimo necessário para atuar com segurança e cumprir a missão da empresa

Segue as diretrizes da OMS e do Ministério da Saúde. Campanha de endomarketing para valorização dos trabalhadores das fábricas que estão garantindo a produção de alimentos suficientes para a quarentena

Anunciou medidas para quem ainda precisa voar ou remarcar/cancelar voos

Orienta os 3 mil condomínios que administra sobre o coronavírus. Criou uma plataforma para realização de assembleias virtuais, e lançou campanha de arrecadação para compra de produtos de higiene que serão distribuídos em favelas

Lojas físicas fechadas

Doará celulares K40s e notebooks a hospitais de campanha em São Paulo

Mesmo sem casos, fechou acesso ao escritório em São Paulo

Fechou as lojas físicas. Vai doar R\$ 10 milhões em equipamentos e outros itens para o tratamento das vítimas da pandemia da Covid-19

Fechou todas as lojas do país

Divulgou medidas de apoio aos funcionários, parceiros, clientes, consumidores e sociedade. Lidera o esforço para elevar os limites para pagamentos por aproximação na América Latina e no Caribe, auxiliando na redução de contato com dinheiro. Anunciou o compromisso de alocar até US\$ 125 milhões em financiamento para acelerar a resposta à pandemia, juntamente com a Fundação Bill & Melinda Gates e Wellcome

Decidiu pagar aos funcionários uma licença de afastamento se for necessário colocar em quarentena. Doou referências para profissionais de saúde e caminhoneiros

Mudou o logotipo para promover a conscientização do isolamento social e, junto com a Cruz Vermelha, doou mais de 15 mil kits de higiene e material informativo em áreas de maior vulnerabilidade social

Interrompeu a produção de suas fábricas temporariamente na Espanha, França e Itália

Anunciou medidas para garantir informação de qualidade e oficial para combater as fake news

Antecipação da campanha de vacinação contra a gripe, com desconto para dependentes. Medição de temperatura e fortalecimento da segurança alimentar. Contratação de transporte fretado para os colaboradores de fábrica. Táxi ou app de transporte para time de campo. A Lacta doará mais de meio milhão de Ovos de Páscoa para diversas entidades e instituições que atendem pessoas em vulnerabilidade social

Disponibiliza o conteúdo de aulas em plataformas digitais. São cursos de capacitação, aulas para crianças e adolescentes de Português e Matemática, além da chamada Trilha Hangout ou Skype de inglês estão sendo transmitidas ao vivo. Os cursos têm professores à disposição para tirar dúvidas

Doação de lotes de sabonete líquido para distribuição em Igarapé e São Joaquim de Bicas (MG)

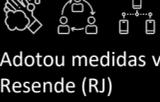
Para casos especiais, possui atendimento em casa com todos os cuidados que a situação exige

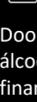
Redirecionou as fábricas para produzir mais sabonete e álcool gel

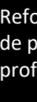
Trabalho com parceiros das cadeias de fornecimento, distribuição e varejo para implementação de medidas apropriadas de controle de infecções e atendimento à demanda pelos produtos

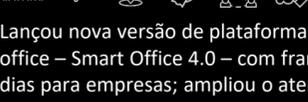
Pioneira no setor elétrico em ações de enfrentamento à crise e em investimentos mesmo com o impacto financeiro do coronavírus. Priorizou canais de atendimento on-line e não-presenciais, essenciais para o estabelecimento de economia de energia, disponibilizou parcelamento de débitos de clientes em 12 vezes e realizou visitas técnicas a hospitais e empresas de saneamento

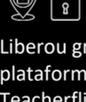
  Fechou lojas em alguns países

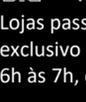
  Adotou medidas voltadas à fábrica de Resende (RJ)

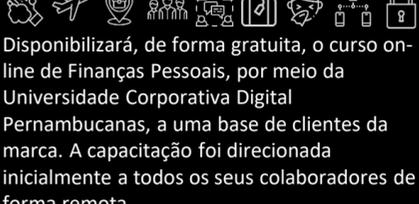
  Doou cerca de 216 toneladas de sabonetes e álcool líquido e em gel, além do apoio financeiro à compra de equipamentos hospitalares

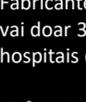
  Reforçou o delivery e está doando 13,6 mil ovos de páscoa para pequenos mercados e profissionais de saúde

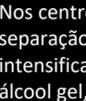
  Lançou nova versão de plataforma de home office – Smart Office 4.0 – com franquia de 90 dias para empresas; ampliou o atendimento nos canais digitais e liberou o sinal de canais na TV por assinatura

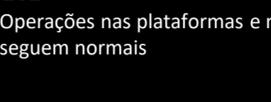
  Liberou gratuitamente a assinatura de sua plataforma de capacitação de professores, o Teacherflix, para apoiar educadores com cursos que podem ajudá-los a adaptar suas aulas para o formato online. A Entretanto, portal sobre inovação educacional administrado pela empresa, está produzindo conteúdos para ajudar as pessoas a lidar com os desafios relacionados a trabalho e estudos durante o período de isolamento social

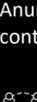
  Lojas passam a ter horário de atendimento exclusivo para clientes com mais de 60 anos, das 6h às 7h, durante todos os dias da semana

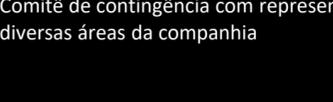
  Disponibilizará, de forma gratuita, o curso online de Finanças Pessoais, por meio da Universidade Corporativa Digital Pernambuco, a uma base de clientes da marca. A capacitação foi direcionada inicialmente a todos os seus colaboradores de forma remota

  Fabricante de bebidas como Chivas e Absolut, vai doar 36 mil litros de álcool 70% para hospitais do estado do Rio de Janeiro

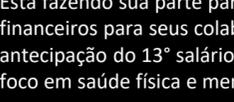
  Nos centros de distribuição foram adotadas: separação de turnos para evitar aglomerações, intensificação da limpeza, compra de máscaras e álcool gel, disponibilização de termômetros para que possamos aferir a temperatura dos colaboradores no início e no fim do expediente e higienização dos fretados com maior frequência. Além disso, lançou projeto em parceria com Vetsmart para apoiar negócios de bairro

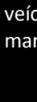
  Operações nas plataformas e nas refinarias seguem normais

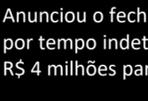
  Anunciou a intenção de desenvolver vacina contra a Covid-19

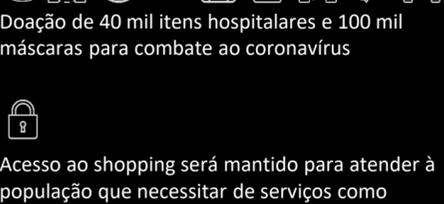
  Comitê de contingência com representantes de diversas áreas da companhia

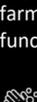
 Não aderiu ao reajuste anual de preços de medicamentos programado pelo setor para o início de abril. Ampliou canais de atendimento ao consumidor. Ajustou o atendimento em suas unidades. Doações e produtos a preço de custo. Ampliou orientações ao consumidor

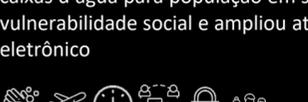
  Está fazendo sua parte para amenizar os impactos financeiros para seus colaboradores com a antecipação do 13º salário, além de medidas com foco em saúde física e mental

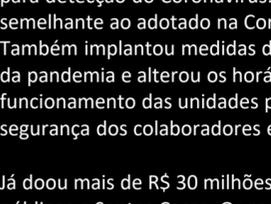
  Estendeu o prazo de todas as revisões de veículos com vencimento a partir de 10 de março até 30 de abril

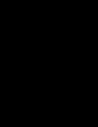
  Anunciou o fechamento de todas as lojas físicas por tempo indeterminado. Destinará mais de R\$ 4 milhões para o combate à Covid-19

  Doação de 40 mil itens hospitalares e 100 mil máscaras para combate ao coronavírus

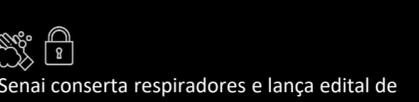
  Acesso ao shopping será mantido para atender à população que necessitar de serviços como farmácias e bancos. Serviços de delivery funcionam normalmente

  Isentou pagamento de água e esgoto de 2 milhões de pessoas de baixa renda; distribuiu caixas d'água para população em situação de vulnerabilidade social e ampliou atendimento eletrônico

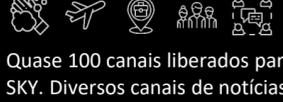
  Lançou o sistema de drive-thru para agilizar o atendimento de pacientes na teste molecular para detecção do Coronavírus. O sistema é semelhante ao adotado na Coreia do Sul. Também implantou medidas de monitoramento da pandemia e alterou os horários de funcionamento e segurança dos colaboradores e clientes

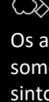
 Já doou mais de R\$ 30 milhões para hospitais públicos e Santas Casas. Os recursos estão sendo destinados à ampliação de leitos hospitalares e compra de equipamentos e insumos médicos. O banco também doou 10 mil cestas básicas e 16,6 mil refeições para pessoas em situação de vulnerabilidade social. O Safra convida clientes e parceiros para fazerem doações em torno dessa causa. O dinheiro arrecadado será destinado a ações específicas voltadas ao tratamento e combate ao coronavírus

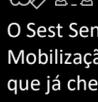
  Na sede em São Paulo foi instalada uma câmera infravermelha térmica para medir a temperatura de produtos

  Decidiu manter apenas o departamento de jornalismo e o programa "Fofocalizando" no ar

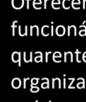
  Senai conserta respiradores e lança edital de inovação contra o coronavírus no valor de R\$ 10 milhões

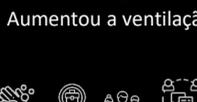
  Quase 100 canais liberados para quem já é cliente SKY. Diversos canais de notícias, esportes, infantis, filmes, séries e variedades. Quase 30 canais com o sinal aberto no SKY Play

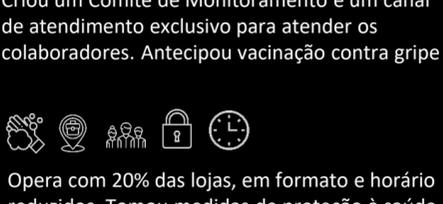
  Os acessos da empresa estão autorizados somente após monitoramento de temperatura e sintomas compatíveis com a COVID-19. Foi implementado plantão na área médica para esclarecimento de dúvidas de colaboradores. A Selmi segue operando ininterruptamente com o controle necessário para que a distribuição de alimentos seja garantida durante a quarentena.

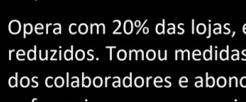
  O Sest Senat criou uma campanha para Mobilização Nacional de Combate ao Coronavírus que já chegou a milhares de trabalhadores do transporte. Ao todo, mais de 50 mil motoristas já foram atendidos nas ações desenvolvidas, e as equipes estão em mais de 200 pontos de rodovias brasileiras. São distribuídos kits de alimentação e higiene, fornecidas orientações sobre a Covid-19 e como preveni-la

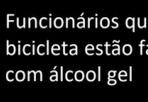
 Disponibilizou sua rede de distribuição a empresas e governos estaduais para transporte de doações de produtos essenciais na prevenção à Covid-19 como: detergentes, sabonetes, álcool gel, vacinas, máscaras, além de cestas básicas

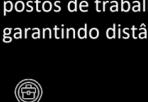
  Oferecerá “pagamento de catástrofe” para os funcionários no caso de uma possível quarentena. Anunciou doações para organizações que colaboram com a indústria da saúde

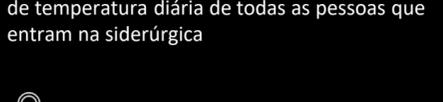
  Aumentou a ventilação nas instalações

  Criou um Comitê de Monitoramento e um canal de atendimento exclusivo para atender os colaboradores. Antecipou vacinação contra gripe

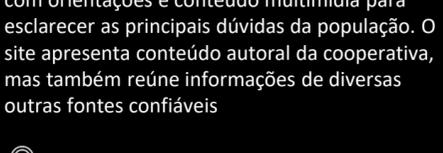
  Opera com 20% das lojas, em formato e horário reduzidos. Tomou medidas de proteção à saúde dos colaboradores e abonou frete para médicos, enfermeiros e pessoas acima de 60 anos.

  Funcionários que lidam diretamente com a bicicleta estão fazendo higienização recorrente com álcool gel

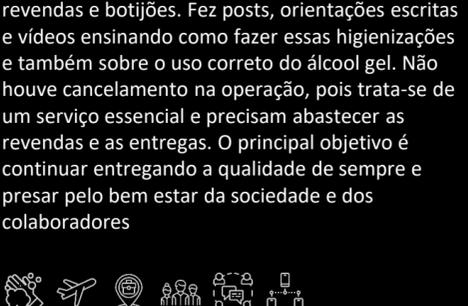
  Ampliou ao máximo o home office, reorganizou postos de trabalho, reuniões e refeitórios, garantindo distância entre os funcionários

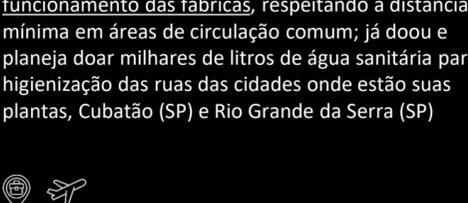
  50% dos funcionários em home office. Medição de temperatura diária de todas as pessoas que entram na siderúrgica

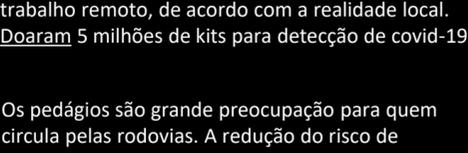
  Suspendeu o serviço de retirada nas lojas

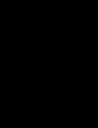
  Lançou um hotsite especial sobre coronavírus, com orientações e conteúdo multimídia para esclarecer as principais dúvidas da população. O site apresenta conteúdo autoral da cooperativa, mas também reúne informações de diversas outras fontes confiáveis

  Suspendeu o serviço de retirada nas lojas

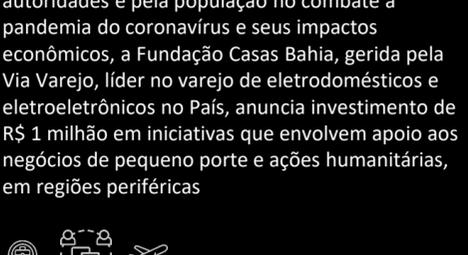
  Orientou funcionários e revendedores sobre o reforço na higiene pessoal e na limpeza das revendas e botijões. Fez posts, orientações escritas e vídeos ensinando como fazer essas higienizações e também sobre o uso correto do álcool gel. Não houve cancelamento na operação, pois trata-se de um serviço essencial e precisam abastecer as revendas e as entregas. O principal objetivo é continuar entregando a qualidade de sempre e presar pelo bem estar da sociedade e dos colaboradores

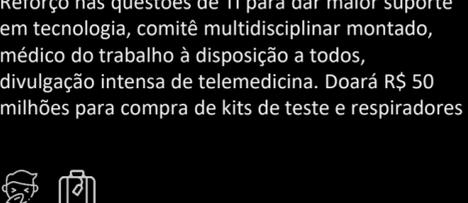
  Ativou plano de contingenciamento para garantir o funcionamento das fábricas, respeitando a distância mínima em áreas de circulação comum; já doou e planeja doar milhares de litros de água sanitária para higienização das ruas das cidades onde estão suas plantas, Cubatão (SP) e Rio Grande da Serra (SP)

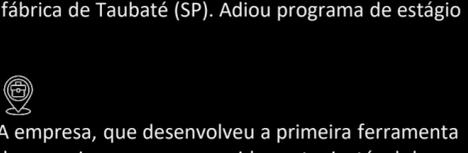
  Cada região adotará um regime específico de trabalho remoto, de acordo com a realidade local. Doaram 5 milhões de kits para detecção de covid-19

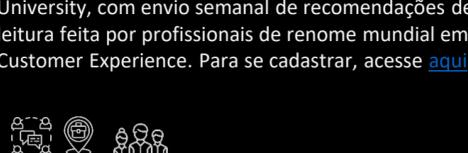
 Os pedágios são grande preocupação para quem circula pelas rodovias. A redução do risco de contaminação pelo coronavírus no contato físico e na manipulação de dinheiro é o objetivo de ação da Veloe, marca de pagamento automático de pedágios e estacionamentos. A empresa entregou mais de 10 mil tags com isenção de 12 mensalidades para 14 concessionárias federais em diversas regiões do país, incentivando a passagem em cabines automáticas

  Mantém um comitê de crise para atuar em ações relacionadas ao covid-19

  Em linha com os esforços promovidos pelas autoridades e pela população no combate à pandemia do coronavírus e seus impactos econômicos, a Fundação Casas Bahia, gerida pela Via Varejo, líder no varejo de eletrodomésticos e eletroeletrônicos no País, anuncia investimento de R\$ 1 milhão de pequeno porte e ações humanitárias, em regiões periféricas

  Reforço nas questões de TI para dar maior suporte em tecnologia, comitê multidisciplinar montado, médico do trabalho à disposição a todos, divulgação intensa de telemedicina. Doará R\$ 50 milhões para compra de kits de teste e respiradores

  Protocolou férias coletivas para os funcionários da fábrica de Taubaté (SP). Adiou programa de estágio

  A empresa, que desenvolveu a primeira ferramenta de pesquisa com o consumidor autoajustável do mundo utilizando I.A., criou o Work From Home University, com uma semana de recomeço de leitura feita por profissionais de renome mundial em Customer Experience. Para se cadastrar, acesse [aqui](#)

  Criou um site especial sobre a pandemia