



TURBI

Revolucionando o Setor de Mobilidade no Brasil

Apresentação Institucional

3T 2025

turbi

Capítulo 1

Sobre a Turbi



O Contexto do Setor de Locação de Veículos no Brasil

Uma crescente tendência de não precisar deter do *ownership* de um carro próprio...



Maior preço para aquisição de carros em termos globais

(58x renda per capita mínima)



Maior custo de financiamento veicular do mundo

(Taxas acima de 40% a.a. na média)



Maior custo anual de manutenção veicular do mundo

(10x renda per capita mínima)



92% de ociosidade em carro próprio

(Na média, motoristas dirigem 13h/semana)

... Combinado com o fato das locadoras tradicionais não oferecerem produtos que tragam conveniência para a necessidade moderna do consumidor



Baixa flexibilidade na escolha de veículos

(Seleção baseada exclusivamente na categoria, não no tipo de modelo, cor ou placa)



Atendimento ao cliente realizado somente em hora comercial

(Call centers são burocráticos e não funcionam aos finais de semana)



Produtos com baixa customização

(Tarifas horárias indisponíveis e assinaturas de longo prazo com altas taxas de cancelamento)



Baixa capilaridade nos centros urbanos

(Poucas lojas físicas que abrem somente até às 20h)

O Contexto do Setor de Locação de Veículos no Brasil

O setor de mobilidade no Brasil representa uma oportunidade única de transformação, usando a tecnologia como inovação e disrupção

Grande mercado consumidor



Extremamente concentrado

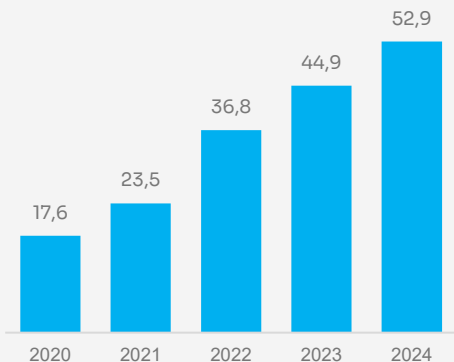


Excepcionalmente rentável

Receita do setor em 2024

BRL 53bi

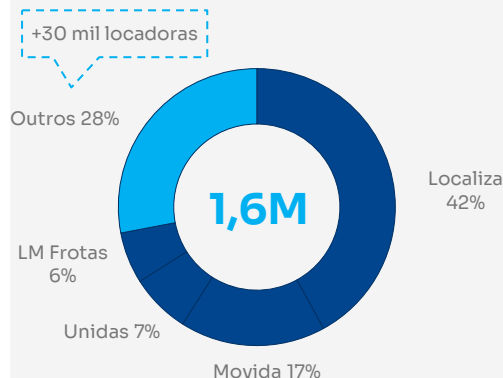
41% CAGR 20-24



Market Share dos 4 maiores players

72%

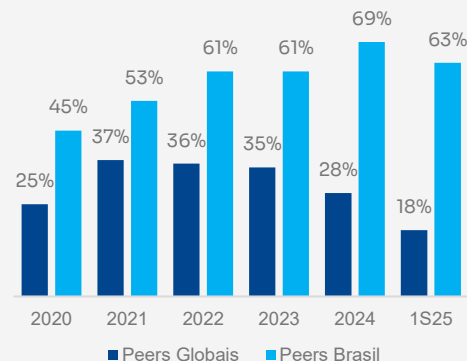
Distribuição da Frota (# de veículos)



Margem EBITDA (%)

~61%

Margem EBITDA média dos maiores players brasileiros (2021 a 1S25)



Turbi Overview

Uma das maiores empresas de aluguel de carros digital na América Latina, que está disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana e oferece aluguéis que variam de minutos a anos



+5MM
DOWNLOADS



+180k
CLIENTES



+7.000
VEÍCULOS LEVES



+300
ESTACIONAMENTO 24/7



Área Coberta
SÃO PAULO
e região metropolitana

Proposta de valor

- **One stop shop:** de aluguel com produtos que vão de 1 hora até assinaturas anuais
- **Experiência digital de ponta a ponta:** Cadastro, pagamento, retirada e devolução do carro

Vantagens competitivas

- **Capilaridade da frota:** centenas de estacionamentos com frota disponível em toda a cidade
- **Gestão de riscos:** Tecnologia IOT e dados que permitem monitoramento e inteligência em tempo real
- **Experiência do cliente:** Operação totalmente digital e atendimento ao cliente 24x7

Uma das Maiores locadora digital de carros da América Latina

~BRL 390mm
Orçamento 2025

Participação de mercado significativa a ser capturada

BRL 53bn
Mercado de aluguel de carros no Brasil

Crescimento em ritmo acelerado

+123%
Crescimento a.a. de 2017 a 2024

Margens atrativas

55%
Margem EBITDA RAC 9M25

Forte Fundamentos

BRL 4,0k (Turbi) vs BRL 3,2k (pares) de receita mensal por veículo 4T24



A jornada de sucesso e o futuro da Turbi pela frente

Estágios Iniciais

A Turbi foi fundada em 2017, 100% baseada em frota alugada

Desenvolvimento das principais tecnologias proprietárias: **IoT, Plataforma de Gestão, Análise de Risco Vertical, Algoritmos de precificação, IA para Controle de Danos, Gestão de Multas de Trânsito, Aplicativo de Operações, Playbook de Expansão**

Turbi levantou **R\$ 34 milhões de Equity** em seus estágios iniciais

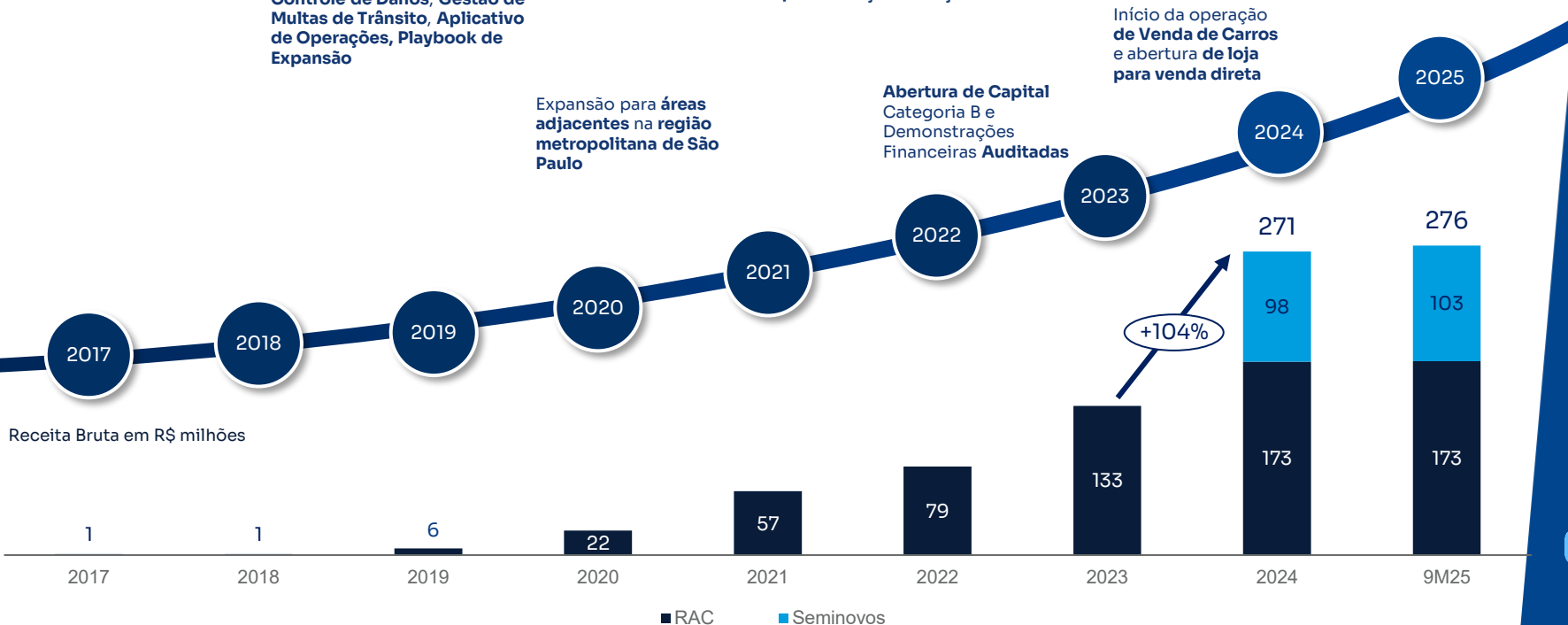
Consolidação

Mais de R\$ 300 milhões **Dívida Estruturada para aquisição de frota** (+2.000 Veículos próprios adquiridos)

Mais de **R\$70 milhões de Equity** captados para reforçar balanço e crescer

Estágio Atual

Conclusão das **melhorias na estrutura de capital** e processo de **alavancagem operacional** com crescimento de frota



Solução 100% digital de ponta a ponta

Garantindo viagens sem complicações

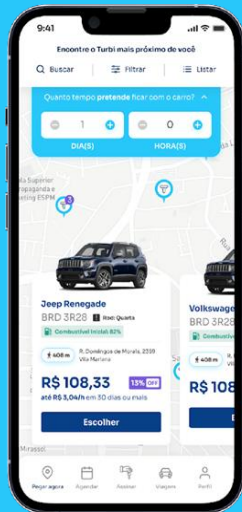
Como funciona:



Onboarding ➤



Cadastro ➤



Pesquisa e reserva ➤



Reporte de danos ➤

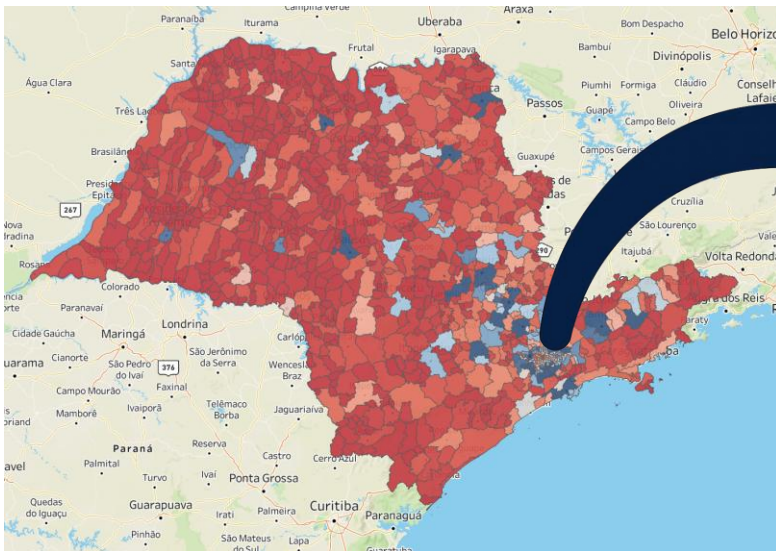


Abertura do veículo

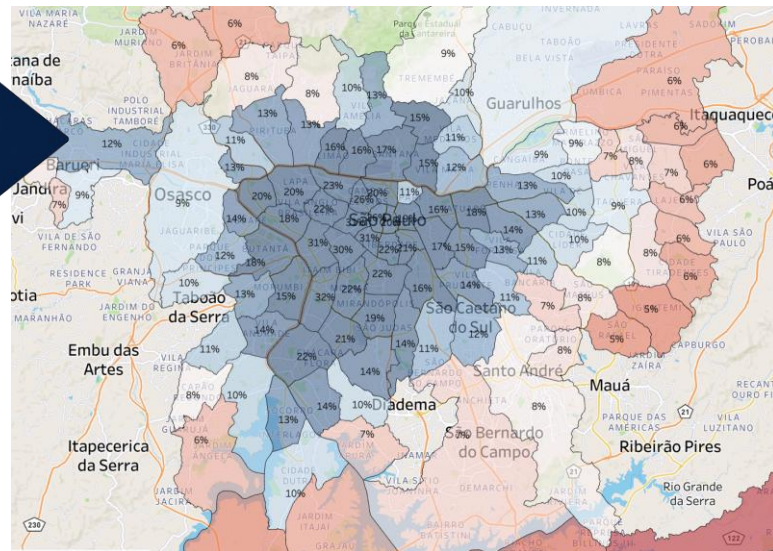
Turbi MATRIX

Presença local: forte penetração no centro expandido de SP

Cadastros de clientes em São Paulo, por polígono (#)



% da população >20 anos com cadastro na Turbi (polígonos de São Paulo)



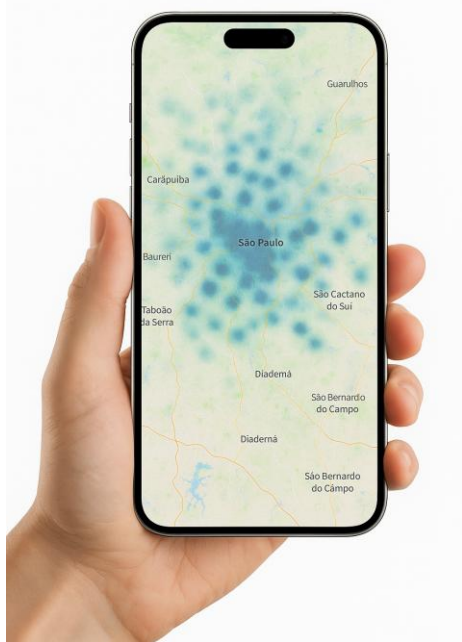
A Turbi já apresenta penetração acima de 30% sobre o total da população com mais de 20 anos em regiões do centro expandido da cidade de São Paulo.

O modelo de negócios da Turbi permite a definição altamente precisa dos pontos de retirada, impulsionada por insights baseados em dados de cadastros de usuários, sessões no aplicativo e métricas de conversão.

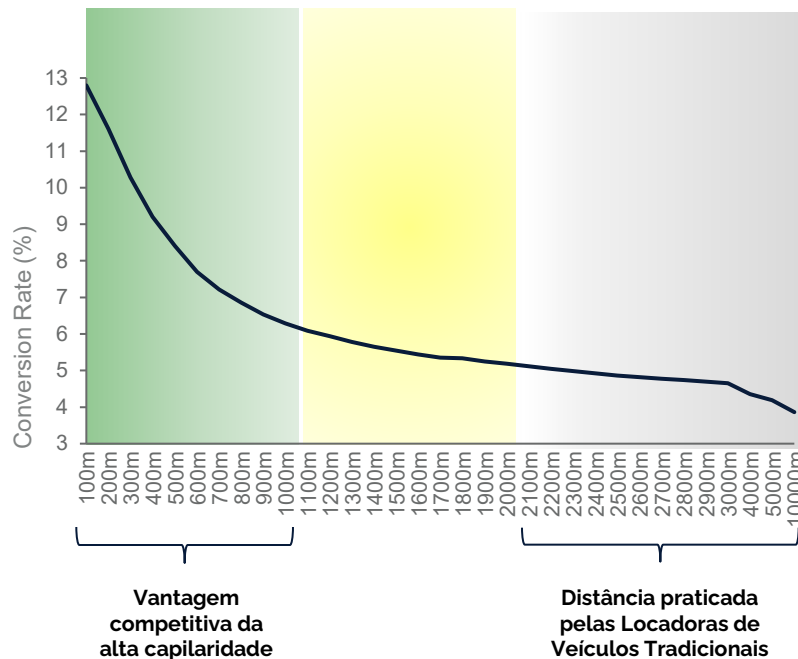
Penetração da Turbi

Capilaridade como motor da recorrência de usuários e da redução do CAC

Zona de Sessões - Usuários Online em Tempo Real (#)



Conversão em Sessões / Uso (%) por distância do veículo



O Playbook de Expansão utiliza dados internos e externos para maximizar o uso e acelerar a conversão

Experiência Turbi

Turbi disruptou a forma de alugar carro, focada em prover uma melhor experiencia ao cliente



Reserva

Aplicativo: Agendamento ou
“Pegar agora” – sem surpresas

Pagamento

Seguro incluído e sem
impostos ocultos

Escolha do veículo

Retirada rápida pelo app, com mais de
300 pontos de coleta na região de SP

Horário de
funcionamento

24 x 7

Período mínimo

1 hora

Tags de pedágio

Incluído e integrado

Suporte ao cliente

24 X 7 chat no aplicativo

Locadora Tradicional

Agende ou visite uma agência para
encontrar os carros disponíveis

Taxas sobre aluguel de automóveis
(~12%) e seguro não incluídos

Longas filas, processos burocráticos e
perda de tempo. Maior player tem
menos de 30 lojas na região de SP

Horário comercial

24 horas

Não incluído

Contato telefônico, longa espera e
perda de tempo



Equipe de Gestão Experiente



15

Daniel Prado

CEO
Co-fundador



20

Mario Liao

CFO



23

Ana Maria Mantovan

CTO



13

Eduardo Portelada

IRO



18

Luiz Bonini

Crescimento



13

Flávio Torreglosa

Operações



18

Leonardo Mattos

Customer Experience



10

Carolina Abe

Pessoas

Experiência



Histórico Acadêmico



Anos de Experiência



Capítulo 2

Evolução do Business

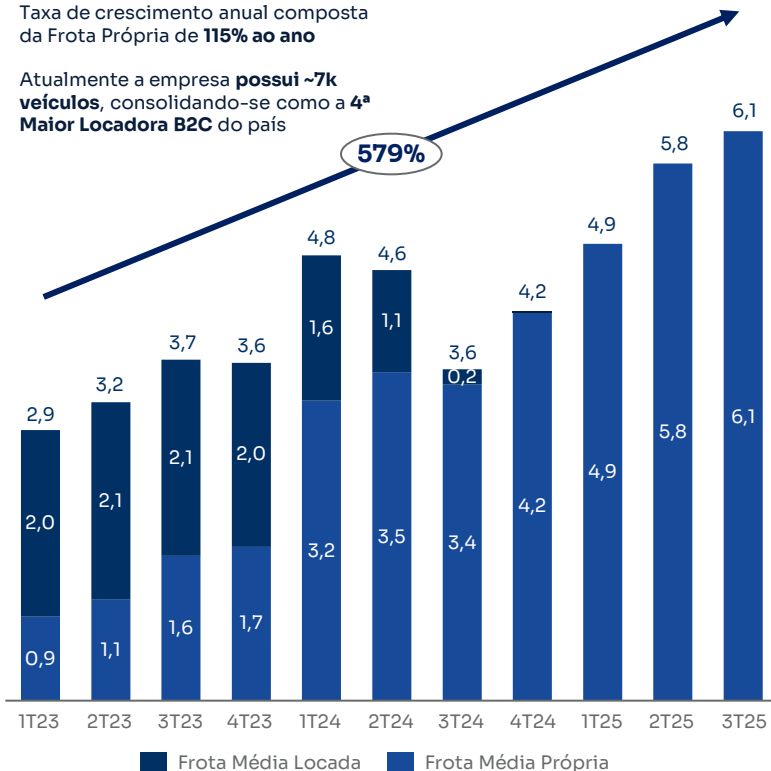


A Turbi tem crescido de forma consistente sua Frota e, ao mesmo tempo, melhorado sua Taxa de Utilização e Mix de Produtos

Frota media (# Milhares)

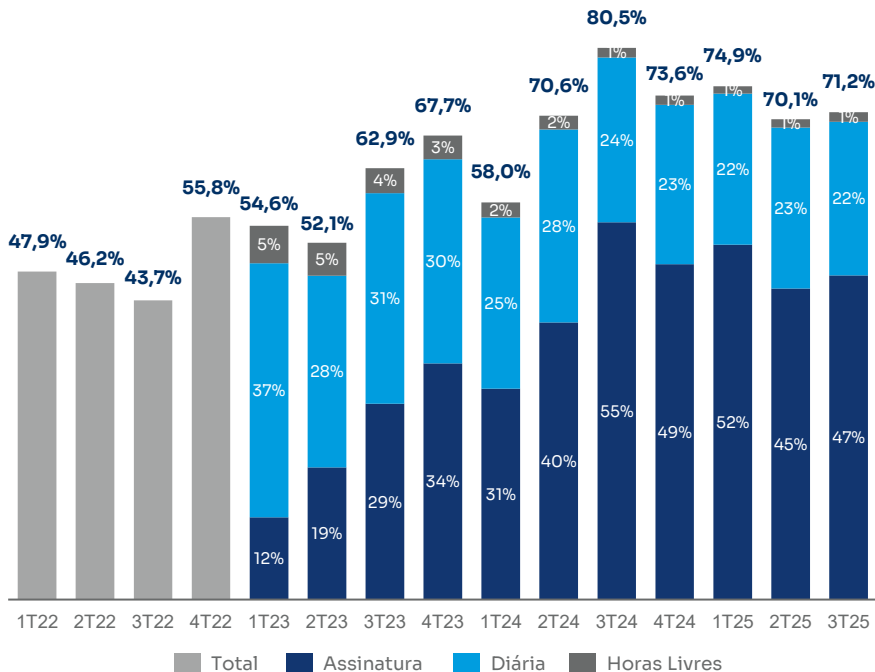
Taxa de crescimento anual composta da Frota Própria de **115% ao ano**

Atualmente a empresa **possui ~7k veículos**, consolidando-se como a **4ª Maior Locadora B2C** do país



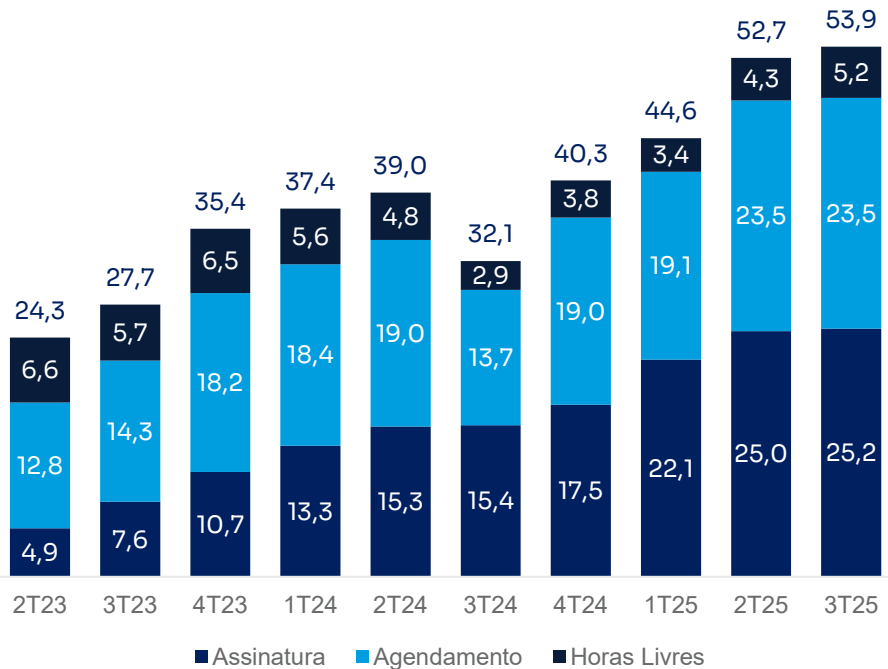
Taxa de Utilização Operacional (UTR %)

UTR = Taxa de Utilização dos Veículos (Frota alugada/ Frota media operacional)

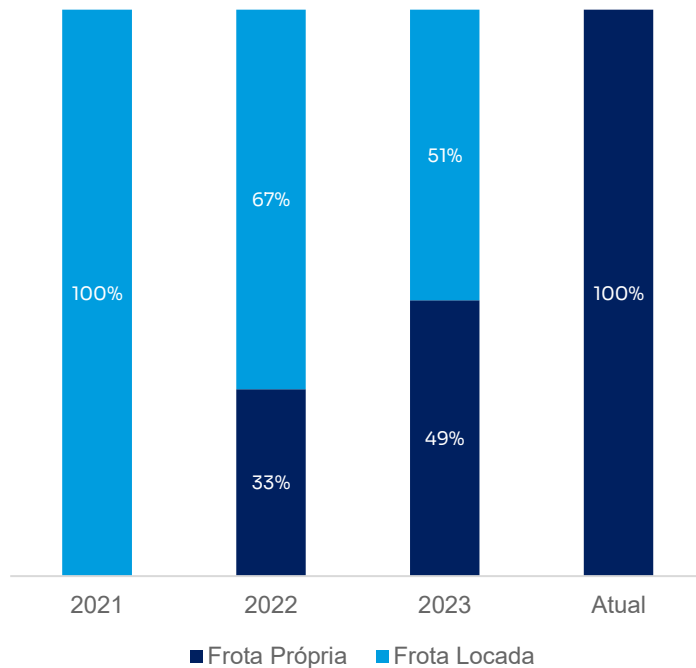


Além do crescimento da Frota Própria, a evolução do Mix tem impulsionado a rentabilidade e previsibilidade, com parcela crescente de receita com assinatura

Receita Líquida (em R\$ milhões)
Apenas RAC



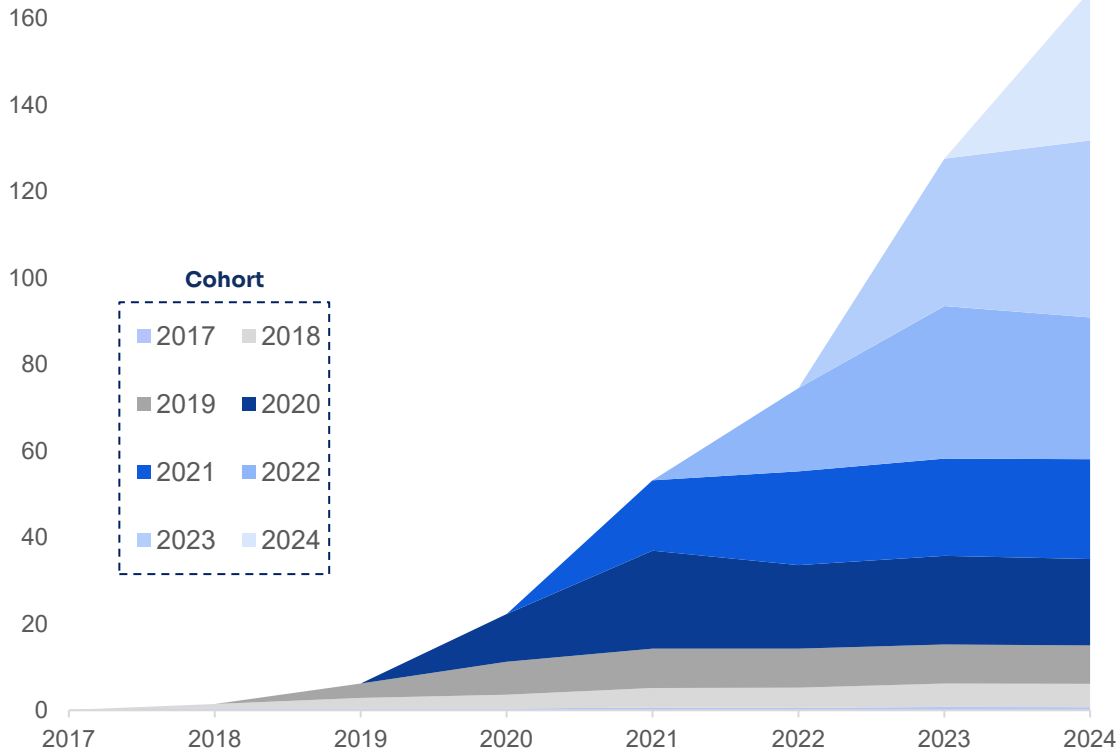
Participação da Frota %
(Própria vs. Locada EoP)



Aquisição & Retenção de Clientes

Forte experiência do cliente alavancando o LTV

Receita cumulativa (R\$ milhões)



RAC

CAC (BRL)

78

LTV (BRL)

2,514

LTV X CAC (BRL)

32.2

Frequência (ano)

3.8 viagens / cliente

Média viagem (RAC, BRL)

592

Assinaturas

CAC (BRL)

535

LTV (BRL)

20,636

LTV X CAC (BRL)

38.6

Total Assinatura

+45%

12 meses Assinatura

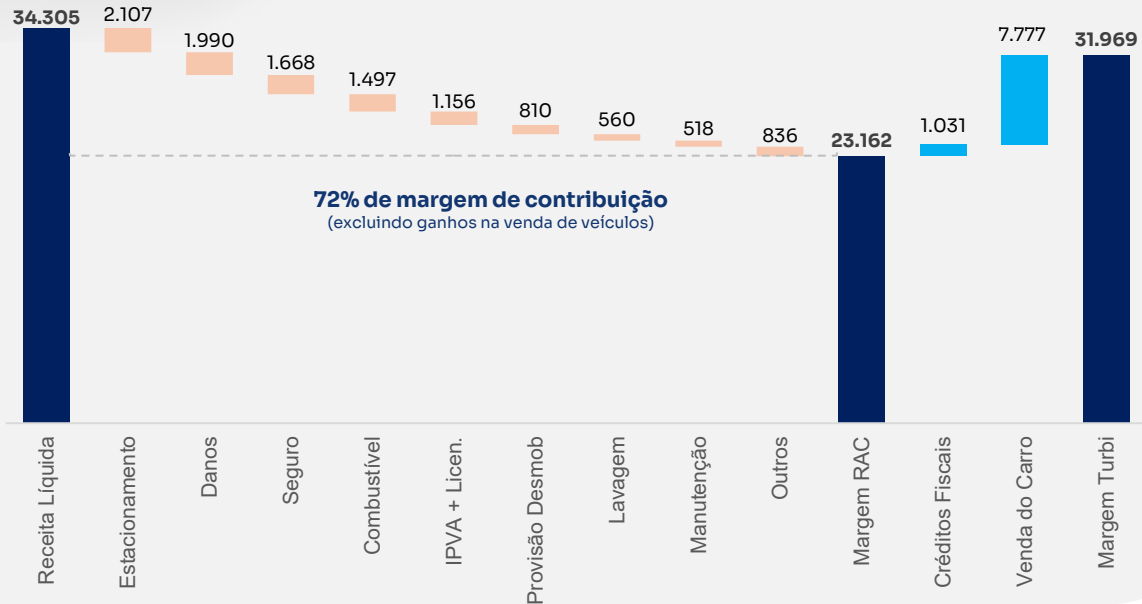
75%



Veículos Próprios possuem Forte *Unit Economics*, com ROIC de aprox. 30% ao ano



Economia Anual de Carro Próprio por unidade (R\$/ano)



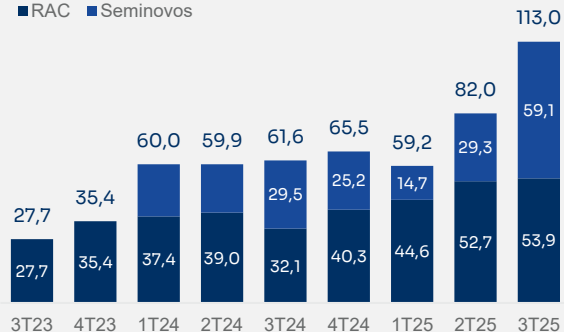
Frota Própria com **ROIC médio atrativo de ~30%** no Nível de Ativos, com **72% de Margem de Contribuição**



Resumo Operacional

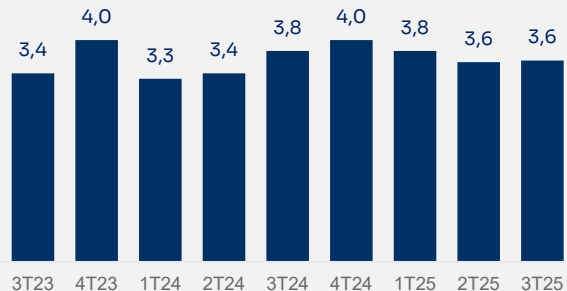
Receita Líquida (em R\$ milhões)

■ RAC ■ Seminovos



Receita Mensal por veículo (em R\$ mil)

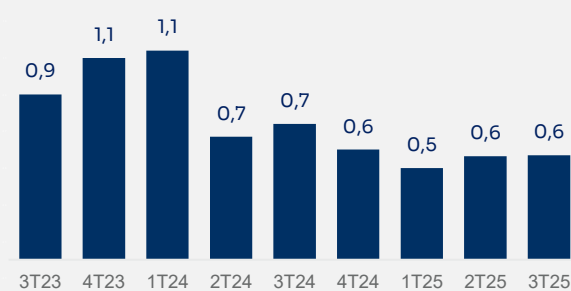
Somente RAC



COGS Gerenciáveis Mensais por veículo

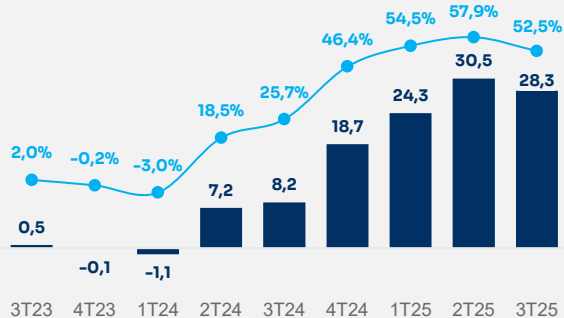
(em R\$ mil)

Somente RAC



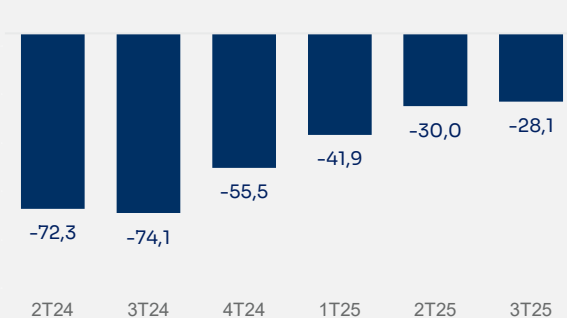
EBITDA (em R\$ milhões) e Margem EBITDA (%)

Somente RAC

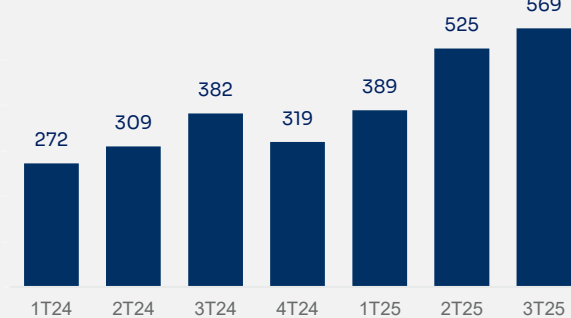


Resultado Líquido Recorrente¹ (em R\$ milhões)

LTM, Somente RAC

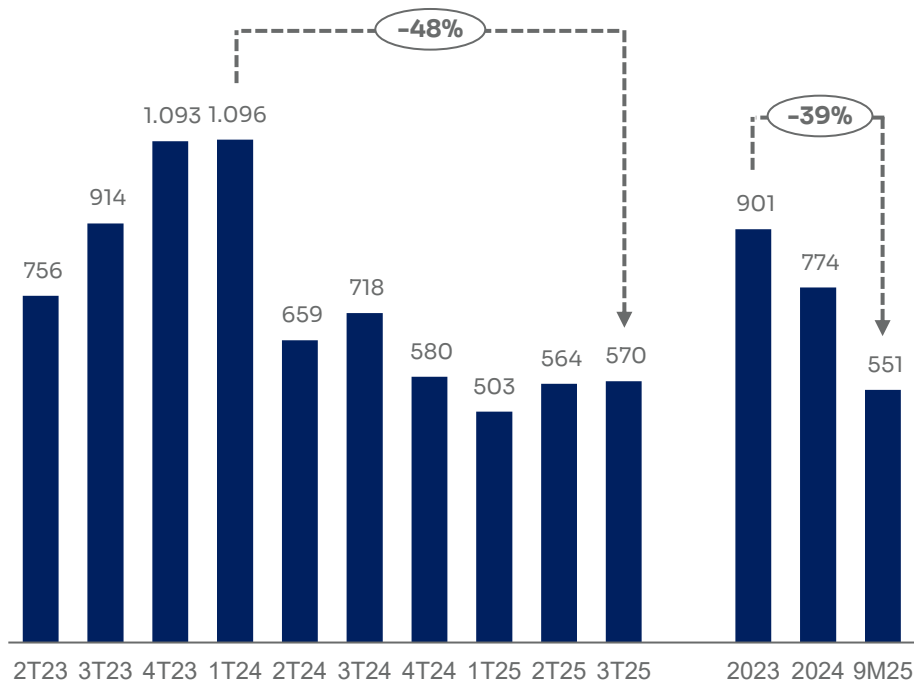


Carros Vendidos (em # de veículos)



Focada na otimização do custo variável gerencial por veículo, a Turbi obteve uma redução de 48% desde o primeiro trimestre de 2024

Custos Gerenciáveis por Veículo¹ (R\$)



POD



- Redução do custo de vaga de R\$ 205 para R\$ 183
- Projeto de Overbooking de Vagas: Aumento do índice de ocupação de vagas de 1,1x para 1,4x
- Parceria Redes: Parceria com Estapar e Netpark visando redução do custo unitário

Seguro:



- Redução do custo de Seguro de R\$ 171 para R\$ 133 com Implantação do Auto Seguro a partir do dia abril/24 para parcela não onerada da frota (.35% do total).

Manutenção:



- Verticalização da Manutenção Preventiva para ~50% da frota, com redução de 33% no custo e lead time de entrega em 1 hora (vs 2 dias via concessionária)
- Reparos de sinistros realizados por rede de oficinas parceiras, otimizados por marca e modelo de veículo – estratégia que melhora controle, qualidade e eficiência no supply chain

¹Custo gerenciáveis ex-aluguel de terceiros

A Turbi estruturou sua área de Seminovos e atua em múltiplos canais para maximizar a venda de sua frota



Área de Seminovos estruturada e escalável

Contratação de time especializado e estruturação da rede de repasses para maior liquidez a partir das vendas no atacado

Ecossistema Omnichannel da Turbi Seminovos

Integração de canais, com divulgação na Webmotors, Mercado Livre, Usados BR e Site Seminovos, impulsionando a geração de leads e taxa de conversão

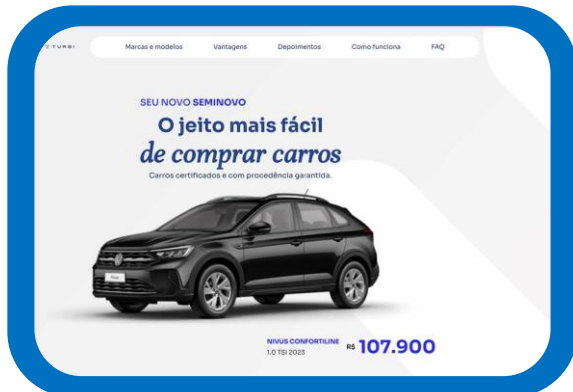
Abertura de lojas físicas e consolidação da marca

Operação de 3 lojas físicas ao redor de São Paulo proporcionam fortalecimento das vendas para o varejo, com uma média de 45 veículos por loja

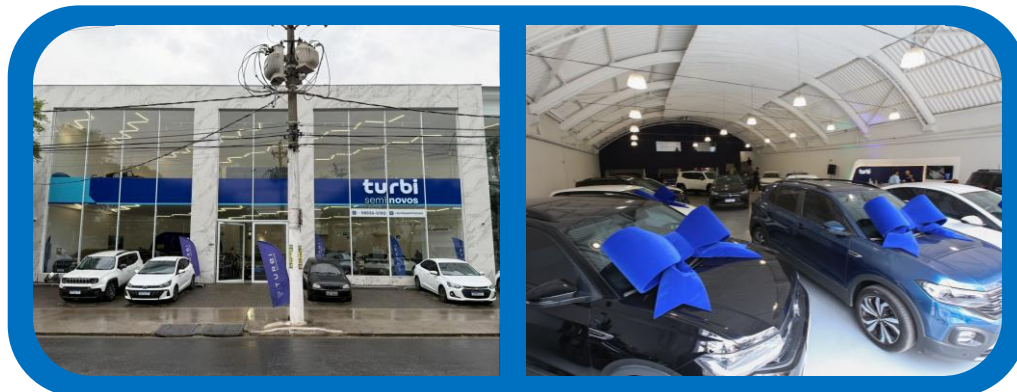
Estratégia de expansão baseada em dados

Estruturação de um modelo escalável de lojas, com melhor precificação e opções de financiamento para o cliente e uma melhor rentabilidade para a Turbi Seminovos

Site



Lojas



A evolução na Loja de Seminovos ao longo dos últimos meses reforça a importância da Loja Física para o canal de venda B2C

Resultados consolidados de 2024

- 1 Tempo médio de **visita > compra** em **1 dia**
- 2 **53%** das vendas vieram via **WebMotors**
- 3 **60%** dos clientes **não conheciam a Turbi**
- 4 **73%** das vendas foram **à vista**
- 5 **30%** das vendas foram **financiadas** por **parceiros internos**
- 6 **53%** das vendas vieram através de **visitas agendadas**
- 7 **13%** das vendas foram **trade in**
- 8 **30%** das vendas vieram através do **canal próprio de vendas**



Destaques da Estratégia ESG da Turbi

Sustentabilidade



A Turbi também utiliza **técnicas de lavagem a seco para limpar sua frota, que geram 99% de economia de água**



Cada carro compartilhado **pode remover de 7 a 11 veículos das ruas**



Domicílios que utilizam **o serviço diminuem em 18% suas emissões de gases de efeito estufa**



SOCIAL



A empresa priorizou as frentes de atuação sobre equidade de gênero



Apoio a melhores meios de mobilidade em distritos de baixa renda

Governança



Finanças auditadas desde 2020 (listagem da Categoria B na B3)



Estrutura de **remuneração baseada em stock options** como forma de alinhamento no longo prazo da empresa



Estrutura acionária baseada em patrocínio sólido de investidores institucionais



Estrutura da diretoria e conselho com **alta expertise setorial**

turbi