

Comércio prevê aumento de 25% em vendas para o Dia das Mães em Caxias do Sul

Tíquete médio mostra que filhos estão dispostos a desembolsar R\$ 198,30

A segunda data comemorativa mais importante para o comércio tem tudo para ganhar um colorido extra neste ano. A chegada do frio e o arrefecimento da pandemia deverão contribuir para que ocorra um aumento de 25,1% no número de pessoas que pretendem ir às compras neste Dia das Mães em comparação a 2021. É o que mostra a pesquisa da CDL Caxias do Sul, que também sinalizou um peso maior dos sentimentos de amor e gratidão, comuns a data, em relação aos anos anteriores.

Os filhos estão dispostos a desembolsar R\$ 198,30, representando um tíquete médio 8,4% superior ao ano passado. O levantamento realizado pelo Núcleo de Informações de Mercado da entidade apontou ainda que 71% das pessoas pesquisam os preços antes de comprar – em 2021 esse índice era de 59,7%. Uma das novidades do estudo foi a antecipação das compras em relação aos Dias das Mães de anos anteriores. Enquanto que em 2021 apenas 4,9% dos entrevistados foram às lojas um mês antes da data para adquirir o mimo, neste ano 17,2% dos consumidores já garantiram o presente no comércio caxiense. O gerente Administrativo Financeiro da CDL Caxias, Carlos Alberto Cervieri, valoriza

a antecipação das compras e reforça a importância de uma decoração que chame a atenção dos clientes para a proximidade da data. “O estudo da CDL mostra que para 79% a ambientação dos espaços é fundamental para que as pessoas já entrem no clima do Dia das Mães. Outro dado importante é que 30,5% apontaram os próprios empreendimentos como os responsáveis pelas informações sobre a data. Por isso é importante que os lojistas estejam preparados para receber esses consumidores”, recomenda o gerente.

Mesmo com a ampliação do número de pessoas prevenidas neste ano, 63% dos participantes afirmaram que deixarão as compras para esta semana ou para a véspera. “Podemos ler esse índice como uma oportunidade para que o lojista aposte na divulgação prévia do que estará oferecendo como opção de compra. As redes sociais tiveram um aumento bem expressivo como canal de informação, passando de 13,9% em 2021 para 31,7% neste ano”, informa.

Na última semana a CDL Caxias enviou aos associados uma campanha completa de Dia das Mães, com posts para as redes sociais e cartazes para reforçar a divulgação sobre a data.



AS LOJAS DE RUA DA REGIÃO CENTRAL DE CAXIAS FORAM AS MAIS CITADAS PELO LEVANTAMENTO

Vestuário e calçados ainda são os preferidos

Apesar da redução de 43,6% para 32,4% entre 2021 e 2022, os itens do vestuário e de calçados ainda são apontados como os queridinhos para presentear as mães. Outros produtos que aparecem no levantamento são os de beleza e cuidados pessoais (12,9%) e itens para a casa e vales-presentes ou dinheiro, ambos com 13,4%.

A pesquisa também apurou um aumento no número de pessoas que darão flores para as suas mães, passando de 10,9% em 2021 para 17,4% neste ano. Os serviços, um dos setores mais impactados pelas restrições da pandemia em 2020 e 2021, voltam à lista de presentes neste ano em patamares semelhantes aos de 2019. No levantamento,

56,4% das pessoas incluem a possibilidade de presentear as mães com algum serviço como a ida a restaurantes (34,5%), procedimentos de beleza e estética (8,2%) ou até mesmo uma viagem (3%). Mesmo com o aumento da procura por refeições em restaurantes, os almoços em casa ainda são os preferidos, com 54,3%.

Preferência por lojas físicas e comércio local

Apesar da aceleração do uso das mais diversas plataformas para venda on-line, que é uma das consequências da pandemia para o varejo, o consumidor ainda prefere adquirir os presentes nas lojas físicas e, de forma especial, no comércio da cidade.

As lojas de rua da região central de Caxias do Sul foram as mais citadas pelo levantamento (53,2%), seguidas pelos empreendimentos localizados nos shoppings (18,8%) e nos bairros (15,2%). As vendas pelo comércio virtual local (5,1%) e de outras cidades

(6,2%) somam apenas 11,3% das intenções dos filhos que buscam presentes para as mães. “Seja no on-line ou na loja física, a qualidade do atendimento é um fator decisivo na hora da venda. Isso foi constatado na pesquisa, mostrando que a atenção, a expli-

cação dos produtos e a ajuda na escolha são fundamentais para 50,2% das pessoas ouvidas. A qualidade e diversidade dos produtos, com 22,6%, e as condições de pagamento, preço e promoções foram referidas por 10,9% dos consumidores”, finaliza Cervieri.

A pesquisa de intenção de compras da CDL Caxias foi realizada nos dias 19 e 20 de abril, com 639 moradores de diferentes pontos do município. O levantamento tem índice de confiança de 95% e margem de erro de 5% para mais ou para menos.

EXPEDIENTE

Jornal No Radar
é uma
publicação do



Diretor Executivo: Marcos Dytz Piccoli
marcos.piccoli@gruporscom.com.br
Diretora Comercial: Carla Adriana Pezzi
carla.pezzi@gruporscom.com.br
Diretor de Produto: Daniel Reche
daniel.reche@gruporscom.com.br

Gerente de Marketing Digital:
Marcelo Dytz Piccoli
marcelo.piccoli@gruporscom.com.br
Editor: Maicon Rech
maicon.camillo@gruporscom.com.br

Fone: 54 3455.3999
www.gruporscom.com.br
geral@gruporscom.com.br
comercial@gruporscom.com.br

Rua Marechal Deodoro, 101
7º andar - Centro
95700-160
Bento Gonçalves



Recuperação gradual do setor de transportes reflete no crescimento da Marcopolo



A produção dos ônibus rodoviários se destaca no período, com a retomada do turismo

Com o recuo da pandemia, a Marcopolo registrou recuperação gradual dos resultados no primeiro trimestre de 2022. A retomada do mercado, com aumento de demanda, resultou em uma receita líquida de R\$ 958,6 milhões, com aumento de 14,9% comparado ao 1T21. Foram R\$ 588,5 milhões provenientes do mercado interno e R\$ 370,2 milhões relativos ao mercado externo. A Marcopolo produziu 3.084 unidades no primeiro trimestre deste ano. Deste total, 2.715 veículos foram produzidos no Brasil, 5% superior ao apresentado nos mesmos meses do ano passado. No período, a participação de mercado da companhia na produção brasileira de carrocerias foi de 53,4%.

A produção dos ônibus rodoviários se destaca no período, com a retomada do turismo. As vendas deste modelo representaram cerca de 35% dos volumes entregues no, contra 13% do trimestre inicial de 2021. Entre os fatores que refletiram nesse resultado estão, também, o encarecimento dos combustíveis e a busca por viagens com conforto e menor custo. O segmento urbano também demonstrou fortalecimento com o transporte coletivo como alternativa ao deslocamento individual. A produção da companhia para o segmento foi 1.227 unidades,

contra 916 unidades no mesmo período do ano anterior.

Na avaliação do trimestre, os modelos de micro-ônibus e Volare apresentaram volumes estáveis de produção. Foram 816 unidades entregues para o programa Caminho da Escola, sendo 455 urbanos e 361 modelos Volare. Este ano, ainda serão entregues 2.685 unidades referentes à licitação realizada em 2021. “Esperamos um ano de 2022 mais positivo, com uma performance que tende a melhorar ao longo dos próximos meses. Temos expectativa de recuperação do mercado de rodoviários pesados, com a volta das atividades de turismo, e das linhas regulares. Contamos ainda com o sucesso no lançamento da Geração 8, que contribuiu positivamente com os resultados”, avalia José Antonio Valiati, CFO e diretor de Relações com Investidores da Marcopolo.

No trimestre, a companhia apresentou um lucro bruto de R\$ 112,3 milhões e lucro líquido de R\$ 98 milhões. As margens foram, respectivamente, de 11,7% e 10,2%. O EBITDA foi afetado positivamente pelo melhor mix de vendas e pelo resultado da equivalência patrimonial, resultando em R\$ 51,3 milhões no 1T22, com margem de 5,4%, versus R\$ 23,5 milhões e margem de

2,8% no 1T21. O fechamento do 1T22 registrou a dívida líquida total de R\$ 1,06 bilhão no final de março deste ano. Desse total, R\$ 477,3 milhões foram provenientes do segmento financeiro (Banco Moeneo) e R\$ 587,9 milhões do segmento industrial.

RETOMADA NA AMÉRICA DO SUL

A produção da Marcopolo no exterior somou 369 unidades no 1T21. Entre os mercados de destaque para a companhia no período está a Argentina, que obteve acréscimo de 9,3% na receita líquida em uma comparação com o período correspondente do ano passado, com 106 unidades faturadas. O mercado de rodoviários voltados ao turismo também dá sinais de recuperação em mercados importantes como Argentina, Peru, Bolívia, Equador e Chile. “Com o recuo da pandemia, o ônibus se apresenta como solução ideal para se lidar com o trânsito nas grandes cidades, como melhor custo-benefício para viagens de média e longa distância e como modal adaptado para emissões reduzidas independentemente da propulsão escolhida. Seguimos vocacionados a fornecer o melhor produto para os desafios da mobilidade terrestre com conforto, segurança e novas tecnologias”, finaliza Valiati.

LIVRE INICIATIVA

Beach Tennis em alta em Caxias do Sul

Crescendo, se fortalecendo por todo o Brasil e tomando conta de Caxias do Sul e Região, o Beach Tennis é o esporte do presente e do futuro. Para que os praticantes desta modalidade executada na areia possam se aprofundar ainda mais no apaixonante mundo beach, e que tantos benefícios proporciona ao corpo e a mente, a Engenharia do Corpo traz a Serra Gaúcha o maior criador de conteúdo de Beach Tennis da América Latina, Victor Sianga.

Na sexta-feira (6), às 19h, no SESC Caxias do Sul, Rua Moreira César, 2462, Bairro Pio X, Sianga promete uma palestra empolgante, daquelas que deixam marcas e transformam. Intitulada “Como o Beach Tennis mudou a minha vida”, as inscrições podem ser feitas pelo link: https://www.sympla.com.br/palestra---victor-sianga--como-o-beach-tennis-mudou-a-minha-vida__1560233.

Victor Sianga é um dos nomes mais tradicionais do Beach Tennis e também colecionador de títulos nacionais e internacionais. Atleta do nível profissional, foi escolhido como o melhor jogador do ano de 2017, pela FPT (Federação Paulista de Tênis). Atualmente, segue sendo um atleta de ponta, focado em ajudar os praticantes do esporte a alcançarem os mais altos níveis com a sua metodologia.

Com dinâmica e apresentação de fácil compreensão, a palestra é pensada para quem quer aprender, evoluir tecnicamente, mentalmente e fisicamente no Beach Tennis. Ao longo da carreira como professor, Sianga já teve mais de 2,5 mil alunos, desde pessoas que só queriam se divertir com técnica apurada, até atletas do mais elevado nível.

A palestra de Sianga é imperdível para quem quer conhecer na essência os benefícios do Beach Tennis. Durante o evento, serão sorteadas cinco pessoas que terão a oportunidade de fazer gratuitamente a Master Class Victor Sianga, no sábado (7), na EC Beach Casa de Pedra, em Caxias do Sul.



QUER IMPULSIONAR O SEU NEGÓCIO?

ANUNCIE NA MAIOR COBERTURA DE OUTDOOR DA SERRA!

☎ |54| 99915.8575

📱 MIRADOOR

MIRADOOR
MÍDIA EXTERNA