

ICV-P tem variação negativa de 1,32%, em maio

O ICV-P (Índice de Confiança no Varejo de Piracicaba) correspondente a maio caiu **1,32%** na comparação com o mês anterior (abril), passando de **106,06** pontos para **104,66**. Em sua decomposição, embora o ICA (Índice de Confiança Atual) tenha apresentado pequeno crescimento de 3,91%, o ICF (Índice de Confiança Futura) também acompanhou a tendência de quedas e observou um recuo de 4,82%, no período.

O levantamento é realizado pela Ejea/Esalq (Empresa Junior de Economia e Administração), em parceria com a Acipi (Associação Comercial e Industrial de Piracicaba).

SEGMENTOS - Dois dos setores analisados pela pesquisa: Alimentação e Habitação observaram quedas de 4,86% e 6,74%, respectivamente, em seus **índices gerais**. Já os outros dois segmentos pesquisados: Vestuário e Higiene e Cuidados Pessoais observaram crescimento em seus **índices gerais** de: 10,07% e 5,91% respectivamente.

“Com a segmentação do Índice, conseguimos notar que, mesmo com a queda na economia piracicabana geral, foi possível identificar um aumento das vendas nos setores de Vestuário e de Higiene e Cuidados Pessoais, muito provavelmente, por conta do Dia das Mães”, explica Matheus Maia, coordenador do ICV-P.

“A procura pelos itens dos setores que se destacaram no ICV-P de maio é uma tendência que, também, pôde ser observada, em outra recente pesquisa da Acipi, a qual avaliou a intenção de compra para o Dia dos Namorados. No levantamento, recém-divulgado à imprensa, quando perguntados sobre que presente pretendiam comprar, os respondentes afirmaram, em sua maioria: roupas (34,2%) e cosméticos (25,1%), o que ajuda a confirmar esse pequeno aquecimento dos setores destacados em datas comerciais”, avalia Paulo Roberto Checoli, presidente da Acipi.

ICV-P - O indicador tem o objetivo de divulgar aos empresários, setor público e sociedade as expectativas dos lojistas em relação à economia regional, ao segmento em que atuam e às suas próprias empresas. O cálculo do índice passou por mudanças em sua metodologia e, para uma análise mais elaborada sobre o setor varejista de Piracicaba, a pesquisa passou a apurar de maneira geral e segmentada as expectativas dos empresários.