



## ICV-P tem variação positiva de 2,01% em março

Perspectiva é positiva para o segmento de vestuário

Natália Marim  
natalia.marim@jornal.com.br

O ICV-P (Índice de Confiança no Varejo de Piracicaba) correspondente a março subiu 2% na comparação com fevereiro, passando de 98,34 pontos para 100,32. O ICA (Índice de Confiança Atual) observou uma queda de 2,36% e o ICF (Índice de Confiança Futura) obteve resultado positivo de 1,93%.

Segundo a Acipi (Associação Comercial e Industrial de Piracicaba), o levantamento, realizado pela Ejea/Esalq (Empresa Júnior de Economia e Administração), em parceria com a associação, permite a observação de um resultado menos otimista para o setor

e a possível procura por presentes na data, como itens de perfumaria e roupas, podem estar por trás do otimismo demonstrado pelos lojistas”, comenta o presidente da Acipi, Paulo Roberto Checoli.

O indicador tem como objetivo divulgar aos empresários, setor público e sociedade as expectativas dos lojistas em rela-

ção 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.



Levantamento da Acipi mostra menos otimismo com setor alimentício

# 100,32

é o índice de Confiança no Varejo em março

de alimentação, puxado pelo desempenho do subíndice economia futura, que teve uma retração de 4,46%, além de melhora no setor de habitação, o qual recebeu um incremento de 6,58% no subíndice economia futura. A perspectiva é positiva para o segmento de vestuário, alavancada pela variação positiva de 10,06% do quesito economia atual.

“Na análise do índice, podemos perceber que, gradualmente, os varejistas mantêm o otimismo sobre o desempenho do setor. Apesar de a inflação no país apresentar quedas, mês a mês, os preços dos alimentos continuam impactando as variações no IPCA (Índice de Preços ao Consumidor). Os outros setores analisados demonstraram resultados positivos: higiene e cuidados especiais, vestuário e habitação. A proximidade com o Dia das Mães

