

Confiança de varejistas aumenta 3,21% em novembro

Antonio Trivelin

Resultado reforça a expectativa em relação ao comportamento do consumidor

O ICV-P (Índice de Confiança do Varejo - Piracicaba), calculado pela Ejea (Esalq Jr. Economia e Administração), em parceria com a Acipi (Associação Comercial e Industrial de Piracicaba), registrou 92,51 pontos no último trimestre (setembro, outubro e novembro), o que representa aumento de 3,21% em relação aos meses de agosto, setembro e outubro, quando foram computados 89,63 pontos. Os dados constam em relatório anexo.

A confiança dos varejistas pode ser atribuída ao Índice de Confiança Atual (ICA), que mede a percepção em relação ao trimestre corrente, excluindo as expectativas para os próximos trimestres (Índice de Confiança Futuro), que registrou uma variação de 11,38%.

O presidente da Acipi, Angelo Frias Neto, destaca que o resultado reforça a expectativa em relação ao comportamento do consumidor para a temporada de final de ano. "Os números do último trimestre revelam que os empresários locais têm boa perspectiva para o final de ano, o que pode ser explicado pelo aumento na injeção do oferta de empregos temporários que, de forma geral, contribuem para o aquecimento nas vendas e para a eferescência econômica no município", ex-



Pesquisa indica aumento de 7,8% nas vendas neste fim de ano

plica.

Frias Neto também ressalta que, em 2013, o valor do 13º salário pago aos trabalhadores brasileiros teve acréscimo de 9,8% em relação ao ano passado, totalizando a injeção financeira de R\$ 143 bilhões na economia nacional, de acordo com dados do Dieese (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos). Além disso, a oferta de empregos temporários, na média nacional, teve crescimento previsto na ordem dos 8%, segundo a Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Estado de São Paulo (FCDLESP). da podemos destacar o crescimento de Piracicaba em 2013, com as contratações das multinacionais do setor automotivo e a expansão de pequenas, mé-

dias e grandes empresas já situadas na cidade, que ajudaram a aumentar o poder de consumo da população local", completa.

Natal

Na última semana, a Acipi divulgou pesquisa de intenção de compras e vendas para o Natal, realizada em parceria com a CW7 Pesquisas. No levantamento foi revelado um aumento médio estimado em 7,8% nas vendas para o período.

ICV-P

O indicador tem o objetivo de tor público e sociedade as expectativas dos lojistas em relação à economia regional, ao segmento em que atuam e às suas próprias empresas.