

# REVISTA ACEA

A Revista da Associação Comercial de Amparo



**COMO**  
**ANUNCIAR**  
**NO FACEBOOK**  
**INSTAGRAM**  
**GOOGLE**  
**NOVAS TURMAS**

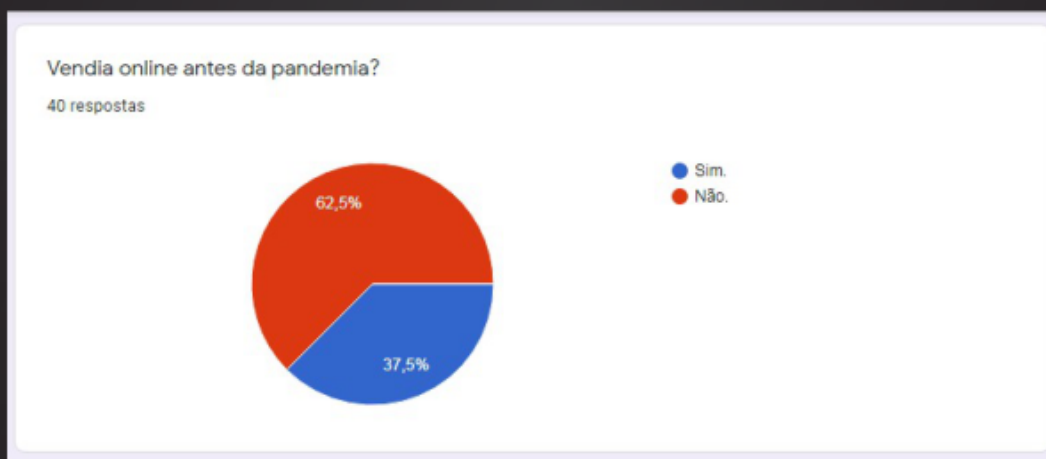
**MEETING GRATUITO PARA**  
**ASSOCIADOS**



## ACEA REALIZOU PESQUISA DE IMPACTOS DA PANDEMIA

Devido às diversas solicitações e dúvidas que a ACEA recebeu ao longo desta pandemia, em julho, realizamos uma pesquisa com os empresários com o intuito de saber sobre as medidas adotadas durante a Pandemia do Novo- Coronavírus.

Seguindo a tendência nacional, podemos observar que a maioria dos comerciantes ainda não faziam vendas através da internet:



Dos entrevistados, mesmo em tempos de conectividade, muitas empresas não acompanharam as tendências, 62,5% ainda não vendiam online antes da pandemia.

Do outro lado da moeda, temos 37,5% que já utilizava desse meio para realizar as suas vendas.

O empresário que não fazia vendas online sofreu mais para conseguir vender logo que a pandemia explodiu.

Segundo Maria do Carmo, empresária do Centro da cidade, foi bem complicada a correria para conseguir mostrar seus produtos online. Pode-se destacar a falta de conhecimento de plataformas para realizar vendas e o total desconhecimento de redes sociais.

Segundo alguns entrevistados, muitos não tinham WhatsApp e não trabalhavam com delivery.



## ACEA REALIZOU PESQUISA DE IMPACTOS DA PANDEMIA

Estes pontos demonstram a grande importância de manter a empresa atualizada às tendências. Quem não atualiza, fica para trás. E em momentos como estes, que nossa geração jamais imaginou passar, a própria seleção natural acaba imperando.

As empresas que não se atualizam são as primeiras a fecharem em momentos de dificuldade.

Quando perguntados se, após a pandemia, continuarão vendendo online, 70% dos entrevistados foram taxativos em dizer que continuarão com essa modalidade.

O que ainda impressiona é notar que os 30% restantes não pretendem continuar vendendo pela internet.

“Quem não estiver disposto a trabalhar a flexibilidade dos seus negócios para gerar novas experiências de consumo perderá oportunidades. A aceleração da digitalização será uma das maiores heranças do novo coronavírus para o setor”, afirma João Sanzovo Neto, presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras).

Enquanto não surgir a vacina contra a doença, o consumidor continuará buscando segurança, dentro das lojas, e atendimento mais rápido. “O estudo Consumer Insights, da empresa de pesquisas Kantar, mostra que, no caso dos supermercados, entre as mudanças mais significativas provocadas pela pandemia está a inclusão de novos canais na rotina de compras da população, que agora se abastece em mercadinhos de bairro, pequenos e tradicionais varejos, para evitar aglomeração.”

Somente em junho, as vendas nas lojas físicas despencaram 20%, enquanto as feitas por meio eletrônico subiram 40%. A velocidade da reação e das alterações nas relações de consumo, dependerá do estrago provocado pela crise e do ritmo de retomada do setor produtivo.

Já está quase certo, de que o primeiro passo dos novos empresários é dar atenção ao comércio on-line, para se adequar aos hábitos da



## ACEA REALIZOU PESQUISA DE IMPACTOS DA PANDEMIA

sociedade. Estamos na curva de aprendizagem do novo normal. Na prática, vamos chegar mais rápido ao 5G, com transações mais rápidas, eficientes, estáveis e seguras, além da evolução da internet das coisas. São práticas que se tornaram comuns no mundo civilizado. Mas o Brasil, com quase 40 milhões de “invisíveis”, sem acesso a quase nada, corre o risco de se consolidar como uma Belíndia (como o economista Edmar Bacha classificou, ironicamente, o país, que pelas diferenças sociais é uma junção de Bélgica com Índia. O governo terá que tomar medidas para democratizar a tecnologia. Ou continuaremos com parte da população na situação da Bélgica e a maioria, nas condições da Índia.

A demanda vai diminuir, mas vai aumentar a competitividade. E a busca, dentro do distanciamento social, ainda tende a continuar favorecendo um consumo maior dentro de casa. Com esse comportamento dos clientes, os canais que ganharam relevância durante a crise, como o e-commerce e delivery, tendem a ficar e a incrementar o consumo, no confronto com o que se consumia antes.

Aproveitamos para entrevista um empresário do ramo de restaurantes, da cidade de Amparo, que não quis ser identificado. Ele contou que teve que desligar muitos funcionários e se adequar ao sistema de delivery. Segundo ele, não era muito fã do negócio delivery, preferia consumo no local, porém, a necessidade fez com que operasse desta forma. O empresário viu despencar ao solo as vendas de bebidas, porém, acabou conquistando novos clientes que não frequentavam seu estabelecimento. Hoje, serve almoço e jantar, parando apenas um dia por semana.

“Graças a Deus, com este formato está dando para pagar as nossas contas em dia. Não sabíamos o que seria quando isso tudo começou. Como bons seres humanos que somos, temos que nos adaptar ao que a vida oferece pra gente.”

Perguntado se permite continuar trabalhando com o delivery após a pandemia, foi taxativo em dizer SIM.

MEETING GRATUITO PARA  
**ASSOCIADOS**

**COMO**  
ANUNCIAR  
NO FACEBOOK  
INSTAGRAM  
GOOGLE



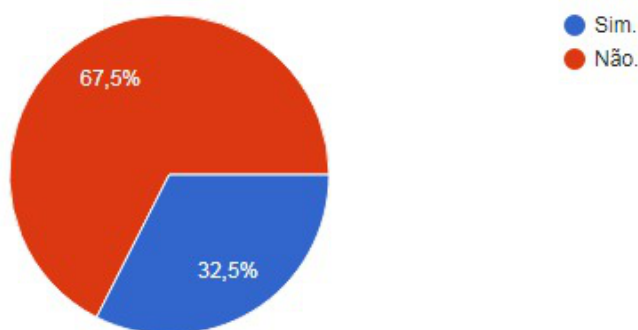
**NOVAS TURMAS**  
**06-07 e 09/08**  
reserve data e horário:  
**19 3807.3533**



Ainda em nossa pesquisa, questionamos aos empresários sobre FINANCIAMENTO DURANTE A PANDEMIA.

Pediu financiamento?

40 respostas



O gráfico mostra que 67,5% dos entrevistados não pediu financiamento. Do outro lado, 32,5% precisaram recorrer ao empréstimo. Dos que buscaram financiamento, 20% afirmou que não conseguiu.

Segundo informações do G1, o financiamento para pequenas empresas é insuficiente para o tamanho da crise. O Pronampe, programa do Governo Federal destinado ao fortalecimento de pequenos negócios, teve linha limitada.

Um levantamento do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV IBRE), feito por Rodolpho Tobler, mostra que 64% das empresas que foram no mercado atrás de crédito e não conseguiram são pequenas. Esse índice cai para 5% quando a empresa é grande. Ou seja, o dinheiro não está chegando a quem mais precisa. Segundo o estudo, as maiores dificuldades do pequeno empresário estão na burocracia e nas exigências bancárias.

ASSOCIAÇÃO  
COMERCIAL

Amparo



Recupere **DINHEIRO**  
de dívidas **rapidamente**

+ rápido

+ barato

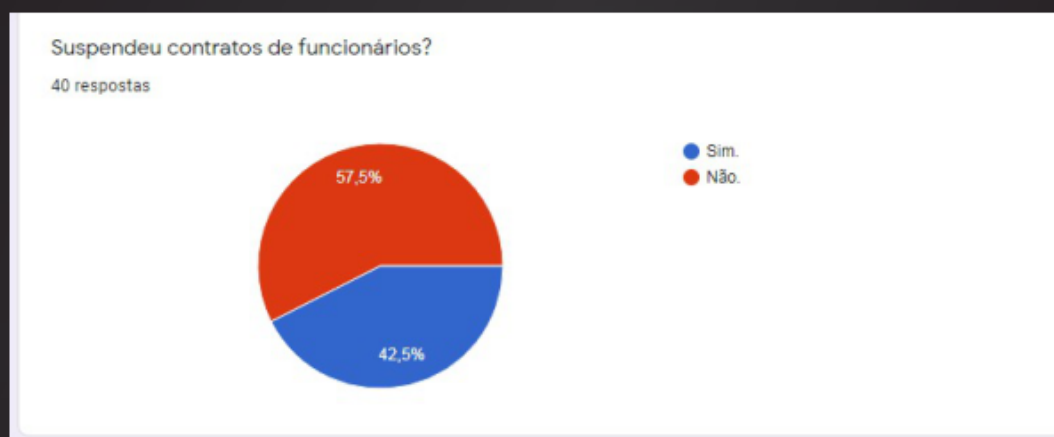
+ fácil

+ retorno

+ informações? 19 9 9928.5650



Ainda na pesquisa, a ACEA questionou aos entrevistados, se houve suspensão de contrato de funcionários.



Como mostra o gráfico, 42,5% da força de trabalho dos entrevistados teve que ter contrato suspenso.

Segundo dados do Ministério da Economia do Brasil, até o início de julho haviam sido suspensos 12,9 milhões de contratos de trabalho em todo Brasil.

A alteração do contrato de trabalho pode ser feita mediante a acordo individual entre empregador e empregado caso o trabalhador receba até três salários mínimos (3.135 reais) ou se tiver salário acima dos 12 mil reais e curso superior — o chamado hipersuficiente segundo a legislação trabalhista. Quem tem salário entre esses valores só pode ter o contrato reduzido ou suspenso após negociação coletiva com o sindicato que representa a categoria.

Do outro lado da moeda, está a triste realidade. Em nossa pesquisa, perguntamos também, se, por conta da pandemia, os entrevistados tiveram que demitir funcionários.

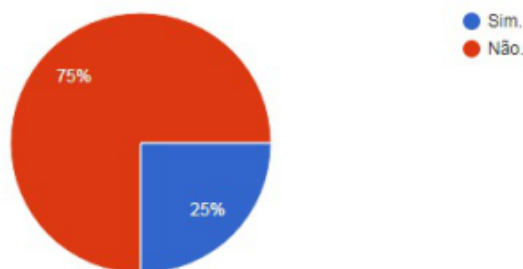




## ACEA REALIZOU PESQUISA DE IMPACTOS DA PANDEMIA

Por conta da pandemia, demitiu funcionários?

40 respostas



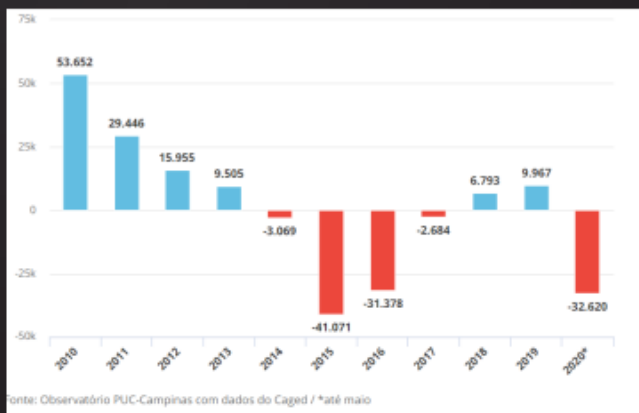
Dos entrevistados, 25% respondeu que teve que demitir funcionários. Do outro lado, 75% afirmou que manteve os funcionários (seja com suspensão de trabalho ou não realizando nenhuma ação).

Em matéria publicada no G1, no dia 02 de julho, os efeitos da pandemia do novo coronavírus no saldo de empregos formais da Região Metropolitana de Campinas (RMC) já são comparados aos piores anos da crise econômica que provocou milhares de demissões.

Segundo o Observatório PUC-Campinas, 32.620 vagas com carteira assinada foram fechadas entre janeiro e maio nos 20 municípios da RMC - número superior ao total de postos perdidos em todo ano de 2016, e que representa 80% do registrado em 2015, período de pior resultado na série história do Caged desde 2010.

A Pesquisa da ACEA foi realizada entre os dias 16 e 21 de julho e contou com a resposta de 40 empresas.

Contribuição nos textos:  
Correio Brasiliense e G1.





Por Adriana Oliveira

## ACEA REALIZOU MEETING

Diante da Pandemia do Novo-Coronavírus, a internet e as redes sociais vêm trazendo muitos benefícios para uma grande parte da população. Dentre elas, adotar novas estratégias de comércio, manter o relacionamento com os seus clientes e, principalmente, atrair aos novos.

Hoje, através da hashtag #FiqueEmCasa, as pessoas podem desfrutar de treinamento físico, aulas de ioga, entrevistas com celebridades, shows, promoções de entregas em domicílio, cursos on-line, campanhas de solidariedade e por que não agregar as redes sociais a sua empresa.

Foi pensando nisso, que a Associação Comercial e Empresarial de Amparo, em parceria com a Guia-se Amparo, promoveu um Meeting para os Empresários da região.

Através desse evento o empresário teve a possibilidade de expandir suas ideias e o seu negócio, de uma forma direcionada ao seu segmento.

As redes sociais que já eram grandes aliadas para os negócios tornaram-se ainda mais vitais para a sobrevivência de muitos neste período de pandemia.

Com isso, diversos setores considerados não-essenciais que estão de portas fechadas, ou abrindo em horário reduzido, conseguem se manter ativos, buscando diminuir os danos em seu fluxo de caixa. Por isso, ter criatividade e encontrar formas de lidar com a pandemia, vai sim, ditar se uma empresa pode ou não fechar as portas de vez.

Abaixo segue o depoimento de dois participantes da primeira turma, onde falam o quão vantajoso foi participar deste evento.

Segundo os participantes da primeira turma, o evento foi excepcional, pois mostrou um horizonte muito vasto dentro da internet e suas formas de utilização.

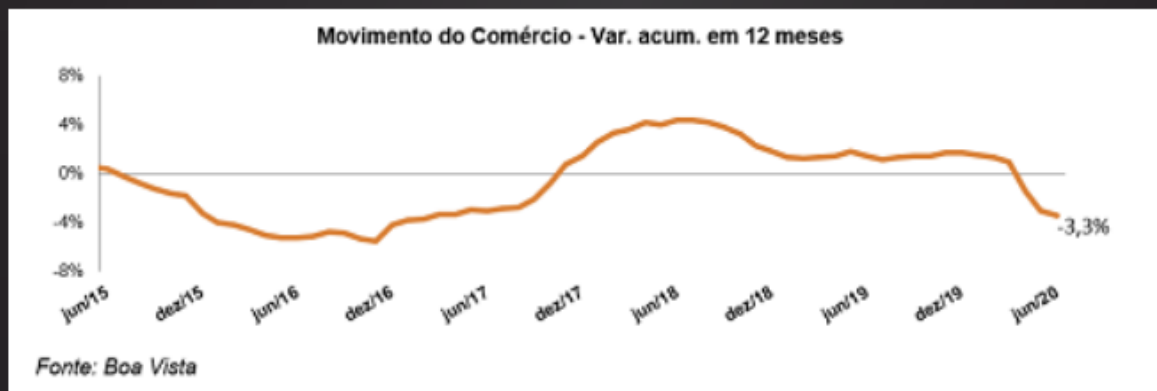
Mostrou ainda que é possível colocar a sua empresa nas Redes Sociais de forma simples, sendo você capaz de realizar tal “façanha”.

Atendendo aos pedidos, a ACEA realizará novos meetings. Fale com nossa Central de Atendimento para novas datas.



A Demanda por Crédito do Consumidor avançou 6,8% em junho na comparação com maio, já descontadas as influências sazonais, de acordo com dados nacionais da Boa Vista. No acumulado do ano o indicador caiu 15,4% contra o mesmo período do ano passado. Já no acumulado em 12 meses, a demanda por crédito se aprofundou ainda mais no campo negativo e registrou queda de 6,3%.

Considerando os segmentos que compõem o indicador, o Financeiro ainda segue no campo negativo com retração de 0,7% em 12 meses, enquanto o segmento Não Financeiro registrou queda de 10,2% mantida a base de comparação.



Apesar do bom desempenho em junho, o indicador ainda segue bastante fragilizado e sem uma tendência clara sobre seu ritmo de recuperação. O resultado do mês foi influenciado pelos dois segmentos, com destaque para o avanço no setor Financeiro após apontar três quedas mensais consecutivas. Ademais, dado que a pior fase das adversidades provocadas pela pandemia do novo coronavírus foi entre março e maio, espera-se uma melhora nas perspectivas sobre o consumo e o mercado de trabalho nos próximos meses, fatores que podem afetar positivamente a demanda por crédito nesse período.

Fonte: Boa Vista-SCPC

# CERTIFICADO DIGITAL

é na Associação Comercial de Amparo

## Sabe por quê?

- ✓ Profissionalismo
- ✓ Responsabilidade
- ✓ Agilidade
- ✓ Credibilidade

### Descontos Especiais para Associados

Adquirir o seu e agende seu horário: [www.aceamparo.com.br](http://www.aceamparo.com.br)

Estamos atendendo normalmente durante a pandemia!



13:04

< Instellingen Info en contact opnemen

**Receba  
nossos  
boletins**



**WhatsApp**  
Versie 2.12.13

**envie um WhatsApp:**  
**99928-5650**

/eelgestelde v



## MOVIMENTO DO COMÉRCIO SOBE 12,6% EM JUNHO

O Indicador Movimento do Comércio, que acompanha o desempenho das vendas no varejo em todo o Brasil, avançou 12,6% em junho na comparação mensal dessazonalizada, de acordo com dados apurados pela Boa Vista. Na avaliação acumulada em 12 meses, o indicador apresenta retração de 3,3%. No acumulado do ano houve queda de 8,5% contra o mesmo período do ano passado. Já em relação ao mesmo mês de 2019, o varejo recuou 5,5%.

Após o indicador registrar queda acentuada em abril, os resultados de maio e junho recuperam parte dessa perda e somam dois avanços mensais consecutivos, refletindo leve reação do varejo com as medidas de estímulo aos empresários e consumidores no combate à crise provocada pela pandemia do novo coronavírus.

Ademais, dadas as adversidades provocadas pela chegada do novo vírus, reduzindo renda e emprego, e pelas medidas de isolamento social ainda vigentes, espera-se que o movimento do comércio siga bastante fragilizado ao longo de 2020. Portanto, apesar do aumento na base mensal, melhores resultados ainda dependerão da flexibilização das medidas de isolamento e do desempenho dos principais setores da atividade.

Na análise mensal, o segmento de “Móveis e Eletrodomésticos” apresentou alta de 39,7% em junho após já ter registrado alta de 34,9% no mês anterior, descontados os efeitos sazonais. Já nos dados sem ajuste sazonal, o segmento se aprofundou ainda mais no campo negativo e recuou 14,2% no acumulado 12 meses.

A atividade de “Supermercados, Alimentos e Bebidas” registrou variação de -1,1% no mês na série dessazonalizada. Na série sem ajuste, a variação acumulada em 12 meses foi de 2,1% em relação ao ano anterior. Já a categoria de “Tecidos, Vestuários e Calçados” cresceu 2,4% no mês, expurgados os efeitos sazonais. Nos dados acumulados dos últimos 12 meses houve alta de 5,8%.

Por fim, o segmento de “Combustíveis e Lubrificantes” apresentou retração de 1,5% em junho considerando dados dessazonalizados, enquanto, na série sem ajuste, a variação acumulada foi de -5,7%.

Rubinho  
AUTO CENTER

Rubinho  
Auto Center

19 97405-3784  
19 3817-2530  
19 3817-2497

Av. Francisco Prestes Maia  
961 - 971 | Centro | Amparo/SP

BRIDGESTONE Firestone



# LABORAVES

Supermercado Agropecuário



[www.laboraves.com.br](http://www.laboraves.com.br)

Tel: 19-3808.8900

Av. Bernardino de Campos, 254 - Centro - Amparo - SP



**UNiVERSO**  
CONTABILIDADE

GESTÃO CONTÁBIL  
E EMPRESARIAL

[www.universoconsult.com.br](http://www.universoconsult.com.br)

(19) 3808.8890



Conectando empresas e candidatos.



**AMPARO**  
EMPREGA

Uma iniciativa da Associação Comercial de Amparo.

Anuncie suas vagas de emprego  
*gratuitamente!*

SOLICITE SEU LOGIN E SENHA:

 **193807.3533**

[www.amparoemprega.com.br](http://www.amparoemprega.com.br)







# EDITORIAL

**Editora Responsável:** Karine Gallo

**Publicidade:** Departamento Comercial

**Projeto Gráfico:** Karine Gallo - Comunicação | Marketing  
19 3807.3533 / 3808.6944 / 9 8257.6821



# DIRETORIA

## Biênio 2019/2020

**Presidente:** Larissa Demate

**Vice-Presidente:** Cláudia Martins

**1ª Tesoureira:** Adriana Flaibam

**2º Tesoureiro:** José Geraldo Augusto

**1º Secretário:** Nilton Elias Camargo

**2º Secretário:** Luciano Marcos de Siqueira

**Diretor de Patrimônio:** Fernando Garcia da Silva

**Diretor de Marketing e Promoções:** Mara Guilardi de Oliveira

**Diretor de SCPC:** Rodrigo Barbosa

**Diretores Adjuntos:** Cláudia Aparecida Martins | Wanderley Montini

**Diretores Adjuntos:** Patrícia Fernanda dos Santos | Délcio Barros Brioza | Wanderley J. Montini

**Conselheiros Fiscais:** Luciano Micali | Sérgio Antônio Carra | Carlos Benedito Polidoro Frare

**REVELANDO MOMENTOS,  
REGISTRANDO SENTIMENTOS!**

**FASHION  
CASAMENTOS  
RETRATOS  
FAMÍLIA  
EVENTOS  
CORPORATIVOS**



**GUSTAVO SUZUKI  
FOTOGRAFIA**

**(19) 98305-1930 / [www.gustavosuzuki.com.br](http://www.gustavosuzuki.com.br)  
[instagram.com/GustavoSuzukiFotografia](https://www.instagram.com/GustavoSuzukiFotografia)  
[facebook.com/GustavoSuzukiFotografia](https://www.facebook.com/GustavoSuzukiFotografia)**