

REVISTA

DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE AMPARO

ACEA

ABRIL 2023

Amparo

Março 2023

104

ANOS



editorial



**editora
responsável**

Karine Gallo

departamento
comercial acea

publicidade

**projeto
gráfico**

Karine Gallo
Comunicação &
Marketing

(19) 9 8257-6821
(19) 3808-6944
(19) 3807-3533

contato



NOSSA FORÇA PODE



PRESIDENTE

Larissa Demate

Cláudia Martins
Vice Presidente

1ª Tesoureira

Adriana Flaibam

José Geraldo Augusto

2º Tesoureiro

1º Secretário

Nilton Elias Camargo

Luciano M. de Siqueira

2º Secretário

Fernando Garcia da Silva

Diretor de Patrimônio

Diretora de Marketing e Promoções

Mara Guilardi de Oliveira

Délcio Barros Briozo

Diretor de SCPC

Conselheiros Fiscais

Luciano Micai

Sérgio Antônio Carra

Carlos Benedito P. Frare

**Diretores
Adjuntos**

Elvio Caleffi Júnior

Rodrigo Barbosa



A cidade de Amparo tem uma história rica e desafiadora. No 8 de abril de 1829, o bairro da capela de Nossa Senhora do Amparo ganha a condição de capela curada, data que é oficialmente considerada a fundação de Amparo. Desde então, a cidade foi crescendo e se desenvolvendo ao longo dos anos, enfrentando diversos desafios que marcaram sua trajetória.

Um dos primeiros desafios enfrentados pela cidade foi a luta contra a escravidão. Amparo foi um importante centro de resistência e luta pelos direitos dos escravos, com a criação de diversas associações e entidades que buscavam a libertação e o fim da exploração dos trabalhadores negros.

Outro desafio importante enfrentado pela cidade foi a modernização da economia e a transição do modelo agrícola para o industrial. Amparo, que já foi um importante centro produtor de café, teve que se adaptar às mudanças do mercado e diversificar sua economia, investindo em setores como a indústria têxtil.

Além disso, a cidade também teve que enfrentar desafios relacionados à infraestrutura e à urbanização. Com o crescimento populacional, a cidade precisou expandir sua rede de saneamento básico, melhorar suas vias públicas e garantir o acesso a serviços essenciais como saúde, educação e segurança.

com muita história, tradição e avanços.

Conheça a história da cidade.

Hoje, Amparo é uma cidade pujante e em constante transformação, que busca sempre se adaptar às mudanças do mundo moderno. Com uma economia diversificada e uma população empreendedora e criativa, a cidade se destaca pela qualidade de vida oferecida aos seus moradores e pelo potencial de crescimento que apresenta.

No entanto, ainda existem desafios a serem enfrentados. Amparo precisa continuar investindo em infraestrutura, tecnologia e inovação para se manter competitiva e atrair novos investimentos. Assim também é fundamental que a cidade continue a valorizar sua história e suas tradições, preservando suas raízes e sua identidade cultural.

Amparo é uma cidade que tem muito a oferecer, seja para quem busca qualidade de vida e tranquilidade ou para quem procura oportunidades de negócios e crescimento profissional. Com uma história rica e desafiadora, a cidade segue em frente, sempre em busca de novos horizontes e conquistas.



Você conhece todos os principais pontos turísticos de Amparo?

Amparo é um verdadeiro tesouro turístico, com uma rica história e uma série de atrações para visitantes de todas as idades. Edificações e urbanismo preservados são uma das atrações de Amparo, que em 1945 se tornou a primeira cidade do Circuito das Águas Paulista a ser considerada estância hidromineral. O núcleo central da cidade é tombado pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado de São Paulo (Condephaat).

Os destaques turísticos que são paradas obrigatórias são:

Museu Bernardino de Campos: Este museu é uma parada obrigatória para quem quer conhecer mais sobre a história de Amparo e da região. O prédio, construído em 1885, já serviu como sede da prefeitura e como fórum. Hoje, abriga um acervo de objetos, documentos e fotografias que contam a história da cidade desde sua fundação.

Catedral Nossa Senhora do Amparo: O santuário fica no centro da cidade e é um importante local de peregrinação para os católicos da região. O templo foi construído em 1878 e é considerado um marco da arquitetura religiosa no Brasil. Com uma bela fachada em estilo neogótico e uma imponente torre de sino, o santuário é um lugar de paz e contemplação.

Praça Pádua Salles: A praça é um dos cartões-postais de Amparo, com seus belos jardins e suas fontes de água. No centro da praça, há uma escultura em homenagem ao médico e político

Pádua Salles, que foi prefeito da cidade por duas vezes.

Esses são apenas alguns dos pontos turísticos mais interessantes de Amparo. A cidade tem muito mais a oferecer, desde belas igrejas até parques ecológicos, passando por museus, teatros e restaurantes que oferecem o melhor da culinária local.

A Associação Comercial foi determinante para a história de Amparo.

Com o passar dos anos desde sua fundação, a Associação Comercial de Amparo foi se consolidando como uma importante instituição representativa dos interesses dos empresários e comerciantes da cidade. A entidade passou a atuar em áreas como a defesa dos direitos dos empresários, a promoção de cursos e palestras para capacitação profissional, e a participação em projetos e iniciativas que visam o desenvolvimento econômico e social da região.

Com mais de 90 anos de história, a entidade é um exemplo de como a união dos empresários e comerciantes pode ser uma ferramenta poderosa para impulsionar o crescimento de Amparo. Hoje, a Associação Comercial de Amparo segue atuando de forma relevante na vida econômica e social da cidade, promovendo iniciativas e projetos que visam fortalecer o empreendedorismo, estimular o comércio local e contribuir para o desenvolvimento sustentável da região. Com mais de 70 anos de história, a entidade é um exemplo de como a união dos empresários e comerciantes pode ser uma ferramenta poderosa para impulsionar o crescimento de Amparo.



🔍 Eu ✕ 🎤

🔍 Eu quero

🔍 ovos

🔍 ovos de páscoa

🔍 quanto custa chocolate

63% DOS CONSUMIDORES

pretendem ir às compras nesta Páscoa,
aponta pesquisa da Boa Vista

**EM 2022, 34%
TINHAM A
INTENÇÃO DE IR
ÀS COMPRAS
NESTA MESMA
DATA
COMEMORATIVA.
ENTRE UM ANO E
OUTRO, O
AUMENTO NA
INTENÇÃO DE
COMPRAS FOI DE
29 PONTOS
PERCENTUAIS**

Pesquisa da empresa de inteligência analítica Boa Vista, feita com cerca de 500 entrevistados em todo o Brasil, constatou que 80% dos consumidores têm o hábito de comprar em ao menos uma das datas comemorativas do varejo, sendo que 37% consomem na maioria das datas. Para a Páscoa, 63% pretendem fazer compras (eram 34% em 2022).

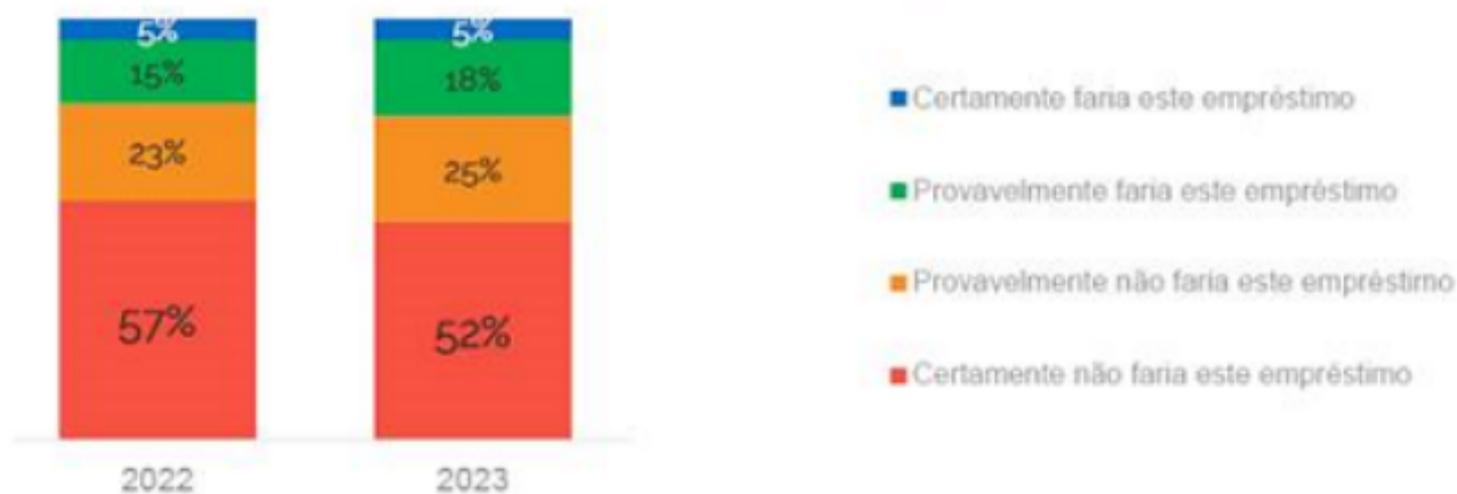
Na comparação ano contra ano, houve um aumento de 29 pontos percentuais entre os consumidores que tinham a intenção de ir às compras em 2022 e os que pretendem ir às compras na Páscoa deste ano. Os que não farão compras na data somam 37%.



A Boa Vista também perguntou qual a expectativa dos consumidores recorrerem a linhas de crédito para ampliar o consumo na Páscoa, 52% não o farão e outros 25% responderam que, provavelmente, não o fariam isso. Os demais, 23% farão e, entre esse grupo 25% farão com intuito de pagar dívidas já existentes e outros compromissos financeiros, além das contas de supermercado.

“O AUMENTO NA PARCELA DE CONSUMIDORES QUE VÃO AS COMPRAS SE DEVE, PROVAVELMENTE, À MELHORA OBSERVADA NOS NÚMEROS DO MERCADO DE TRABALHO AO LONGO DO ÚLTIMO ANO, JÁ QUE A TAXA DE DESEMPREGO CAIU E A RENDA MELHOROU. É TAMBÉM PROVÁVEL QUE OS CONSUMIDORES QUE PRETENDEM RECORRER AO CRÉDITO NA DATA PERTENÇAM AO GRUPO DAQUELES QUE NÃO ESTÃO PENSANDO EM IR ÀS COMPRAS NESTA PÁSCOA, MESMO QUE TIVESSEM ESSE HÁBITO. BOA PARTE DELES ESTÃO PENSANDO EM PAGAR OUTRAS CONTAS COM ESTES RECURSOS. ESSA MELHORA NOS NÚMEROS DE EMPREGO PODE NÃO TER CHEGADO A ESTA PARCELA DE CONSUMIDORES, QUE CONSEQUENTEMENTE SENTEM MAIS DE PERTO O IMPACTO DA INFLAÇÃO E JUROS ALTOS E ACABAM PRIORIZANDO NÃO SÓ O PAGAMENTO DE OUTRAS CONTAS, COMO TAMBÉM A COMPRA DE PRODUTOS DE MAIOR NECESSIDADE”, ANALISA FLÁVIO CALIFE, ECONOMISTA DA BOA VISTA.

Pretensão de utilização do crédito para a Páscoa



Fonte: Boa Vista

Mesmo diante deste cenário, de intenção de compra, mas ao mesmo tempo de preocupação, a principal pretensão de compra nesta Páscoa é de chocolates (50%), seguida por alimentos e bebidas (26%), móveis e eletrodomésticos (5%) e lazer e turismo (5%). O principal motor de decisão do que o consumidor no período, segundo a pesquisa, está pautado em preços (38%), seguido por qualidade (30%).



“Mesmo para os consumidores que vão às compras, a cautela deve prevalecer, tanto que o preço dos produtos deverá ser o principal critério de decisão. A necessidade ou a utilidade dos produtos típicos na data perdeu considerável relevância de um ano para o outro e isso pode sinalizar uma mudança de hábitos importante dos consumidores, que se mostram agora mais preocupados com outras questões que não envolvem somente o consumo de produtos, mas saber mais a respeito de quem o produz e de como o faz”, explica Calife.

LOJA FÍSICA OU E-COMMERCE?

A maior parte das compras nesta Páscoa deve acontecer em supermercados e/ou hipermercados com 45% das intenções, seguida por lojas de shopping (20%), grandes varejistas (15%) e lojas de rua / bairro (10%).

Poder escolher e comparar produtos é um dos benefícios apontados por aqueles que pretendem comprar online, ou mesmo já possuem o hábito, independentemente das compras para a Páscoa. Pensando no e-commerce em geral, neste ano de 2023, os consumidores demonstram maior cautela, com metade deles apostando no aumento dos gastos e outros 50% no controle ou mesmo diminuição dos gastos no canal on-line.



VAI PAGAR COMO?

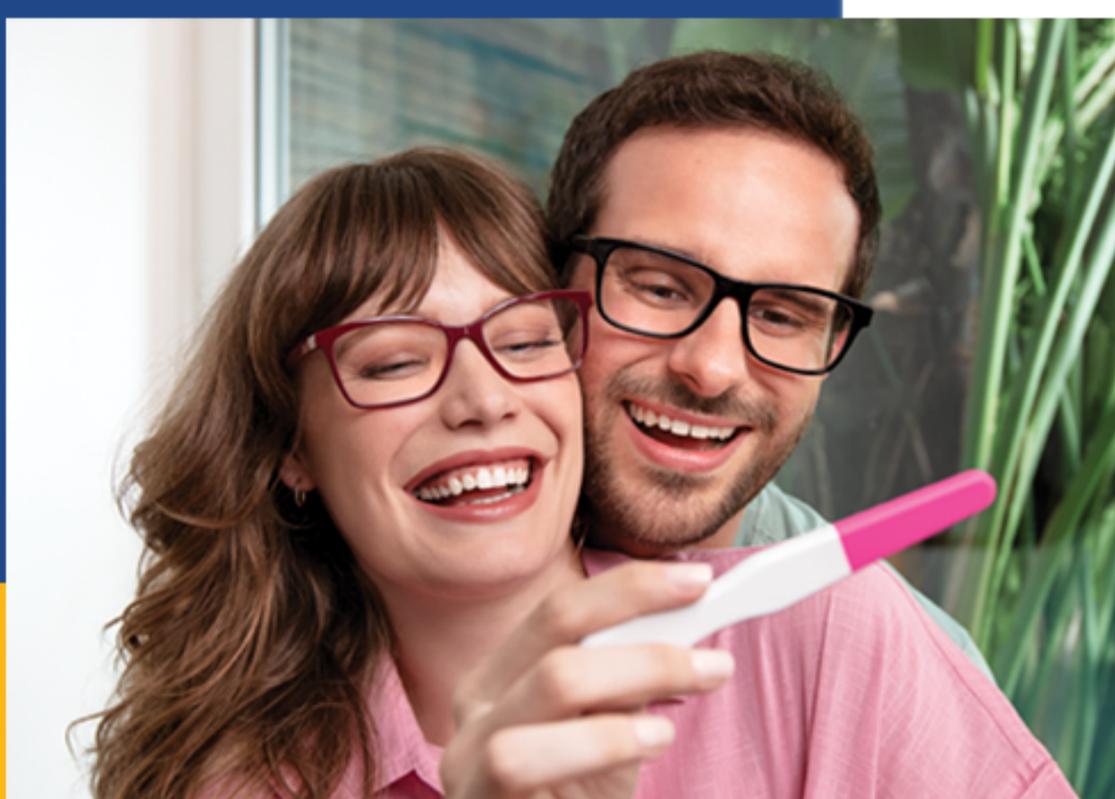
Em 2023 houve aumento de 8p.p. na pretensão de pagamentos à vista. Dentre as opções de pagamento, o PIX tem 25% das intenções, precedido apenas pelo cartão de débito (34%) e cartão de crédito com parcela única (29%). Já os consumidores que pretendem pagar parcelado as compras dessa Páscoa, 76% dizem que utilizarão o cartão de crédito. 16% que farão uso do PIX parcelado e/ou do BNPL, conhecido como “compre agora e pague depois”.



NÃO COMPRO

Entre os motivos de não ir às compras nesta Páscoa, os consumidores citam o aumento dos gastos com o orçamento doméstico e o comprometimento com outras contas da casa. 22% alegam estar endividados (eram 12% em 2022), 20% afirmam não gastar dinheiro neste período (eram 17% em 2022) e 20% que priorizam outras despesas (eram 33%).

O desemprego também pesou nesta decisão, passando de 4% em 2022 para atuais 9%.



PROMOÇÃO

VALE VER DE NOVO

**COMPROU LENTES KODAK
GANHOU UM ÁLBUM DE FOTOS*.**



Centro, Amparo - SP
Rua Treze de Maio, 130
Tel.: 19.3808.1344 / 19.99417.4486

ÓTICAS|CAROL



Lentes KODAK
Veja as Cores da Vida

*Compras: de 01/03/2023 a 30/04/2023. Cadastro no site: até 30 dias após a compra. Participação para maiores de 18 anos, com CPF válido, residentes no Brasil, que comprarem, no mínimo, 1 par de lentes KODAK, no mesmo cupom fiscal, o consumidor ganhará 1 fotolivro personalizado. Válida 1 participação por CPF. Antes de participar, consulte demais condições de participação, premiação e sua forma de uso no regulamento em www.oticasCarolvaleverdenovo.com.br. Imagens ilustrativas, **GUARDE SEU CUPOM FISCAL.**

5

**DICAS
PARA FAZER**

PROMOÇÕES

SEM

PERDER

DINHEIRO



**AS OFERTAS SE
TORNARAM AS
QUERIDINHAS DO
VAREJO PARA
FISGAR OS
CLIENTES. MAS É
MELHOR TER
CUIDADO COM OS
DESCONTOS PARA
NÃO
COMPROMETER
RENTABILIDADE**



COM A INFLAÇÃO ELEVADA E A CONFIANÇA DO CONSUMIDOR AINDA PATINANDO, O VAREJO APOSTA EM PROMOÇÕES PARA AUMENTAR AS VENDAS E MOVIMENTAR OS ESTOQUES. MAS PROMOÇÃO NÃO É APENAS UMA AÇÃO DE MARKETING, ELA DEVE DAR ALGUM LUCRO PARA A EMPRESA.

PESQUISAS MOSTRAM QUE OS CONSUMIDORES VALORIZAM MAIS AS PROMOÇÕES COM OBTENÇÃO DE BENEFÍCIOS FINANCEIROS IMEDIATOS, COMO AS QUE OFERECEM REDUÇÃO DO PREÇO OU AS DO TIPO "LEVE 3 E PAGUE 2". MUITAS VEZES ESSAS AÇÕES MOTIVAM O CONSUMIDOR A TROCAR A MARCA QUE TINHA INTENÇÃO DE ADQUIRIR POR OUTRA EM PROMOÇÃO. CONFIRA ABAIXO ALGUMAS DICAS PARA FAZER PROMOÇÕES INTELIGENTES, GARANTINDO MAIS RESULTADOS E GASTANDO MENOS:



1 GARANTA GANHOS PARA OS DOIS LADOS

A economia desaquecida pode levar muitos lojistas a vender seus produtos pelo preço de custo, quando a empresa precisa de capital de giro, por exemplo. Porém, promoção inteligente é aquela que funciona e, portanto, proporciona benefícios para os dois lados (empresário e cliente).

A promoção tem de dar lucro para a empresa, sendo que para ter algum lucro com a promoção, o desconto precisa ser menor que a margem de lucro do produto. Muitos se esquecem de fazer essa conta e colocam o mesmo desconto para um setor inteiro.

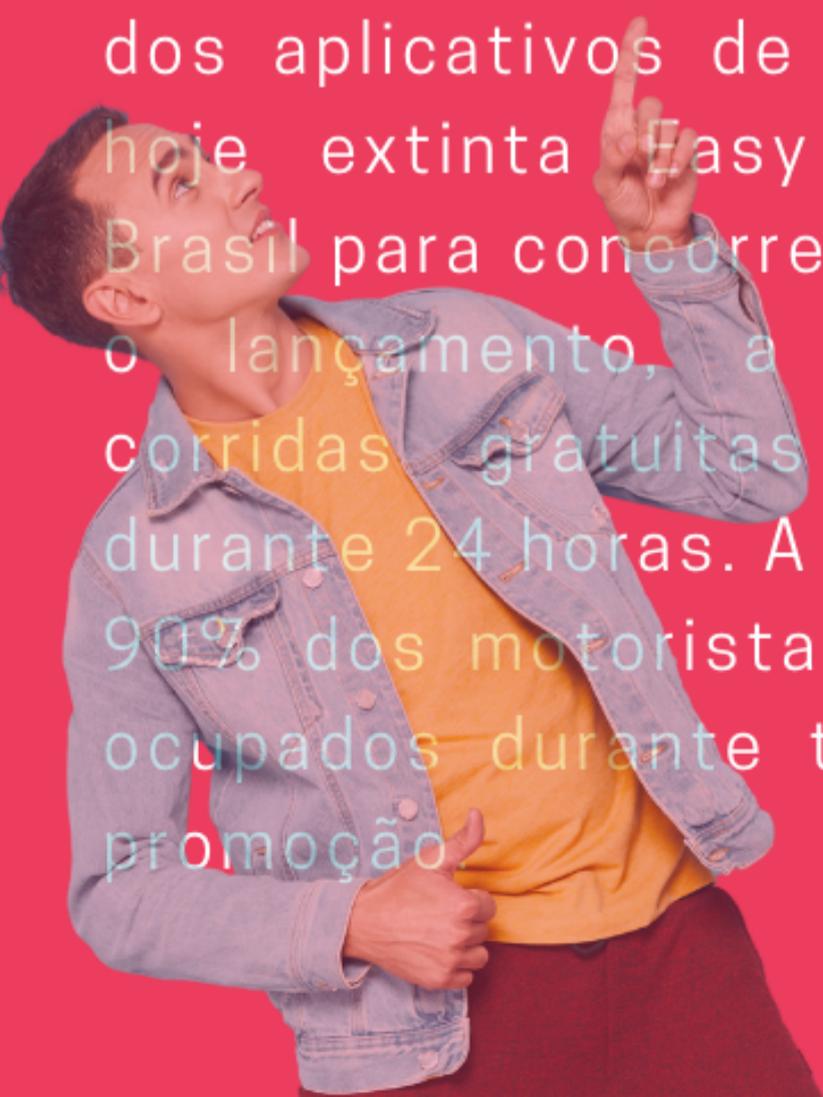


2 VALORIZE OS LANÇAMENTOS

Se a intenção é convencer o consumidor a substituir um produto tradicional por outro recém-chegado às prateleiras - e ainda sem credibilidade - a redução de preço pode não ser o melhor caminho.

Em vez disso, o consumidor pode ser seduzido com propostas de experiência, como a oferta de amostras grátis e degustações.

Essa estratégia ficou bem evidente há alguns anos durante a chamada guerra dos aplicativos de viagem, quando a hoje extinta Easy Taxi chegou ao Brasil para concorrer com o Uber. Para o lançamento, a empresa liberou corridas gratuitas por São Paulo durante 24 horas. A iniciativa manteve 90% dos motoristas do novo serviço ocupados durante todo o período da promoção.



**3 DEFINA
CLARAMENTE O
TEMPO DE
OFERTA**



PROMO

22



HÁ DOIS PERIGOS NA FAMOSA FRASE “ENQUANTO DURAREM OS ESTOQUES”: A DIFICULDADE DE PLANEJAMENTO E O EXCESSO DE ADESÃO. NOS DOIS CASOS, A PROPOSTA PODE TRAZER GRANDES PROBLEMAS AO LOJISTA.

NO CASO DE SUPERMERCADOS E LOJAS QUE TRABALHAM COM VARIEDADE MAIOR DE PRODUTOS, OFERTAS COM MAIOR TEMPO DE DURAÇÃO PODEM PREJUDICAR A AÇÃO, JÁ QUE TENDE A DISPERSAR OS CONSUMIDORES. O MAIS INDICADO É QUE DURE APENAS UM DIA. JÁ PARA RESTAURANTES E NEGÓCIOS COM UM PÚBLICO MAIS UNIFORME, O IDEAL É QUE A PROMOÇÃO DURE, NO MÍNIMO, UMA SEMANA, PARA QUE O ESTABELECIMENTO SEJA RECOMENDADO PARA NOVOS POSSÍVEIS CLIENTES.

3 DEFINA CLARAMENTE O TEMPO DE OFERTA

4 TENHA CUIDADO COM AS REDES SOCIAIS

Não confunda promoção com bom relacionamento nas redes sociais. Essas mídias funcionam melhor como uma forma de interação e para conhecer o público-alvo.

Do mesmo jeito que a internet ajuda a acelerar as vendas de um serviço ou produto em curto período de tempo, também pode trazer à tona uma enormidade de reclamações de clientes insatisfeitos.

Assim, só divulgue suas promoções se sua empresa estiver preparada para o alcance que redes sociais proporcionam.



5 USE O CADASTRO DE CLIENTES COMO FERRAMENTA

Com o cadastro de clientes, o empresário consegue traçar o perfil de seu público, e saber quais são os maiores interesses de cada grupo.

Tendo um histórico de compras, é possível encontrar informações complementares como profissão, restrições alimentares, idade, estilo e tamanho de roupas e calçados de cada cliente. E usá-las para planejar as promoções.

Uma sugestão é aproveitar as datas comemorativas para diferenciar a promoção. No país há muitas datas comemorativas que poderiam ser melhor aproveitadas pelos comerciantes.





INDICADOR DA BVS

DE MOVIMENTO

DO COMÉRCIO

RECUA 2,3% EM FEVEREIRO





**NA COMPARAÇÃO
INTERANUAL FOI
OBSERVADA QUEDA
DE 1,8%. NO
PRIMEIRO
BIMESTRE O
INDICADOR APONTA
LEVE RETRAÇÃO DE
0,1%**

O INDICADOR ANTECEDENTE DA BOA VISTA DE MOVIMENTO DO COMÉRCIO, QUE ACOMPANHA O DESEMPENHO DAS VENDAS NO VAREJO EM TODO TERRITÓRIO NACIONAL, CAIU 2,3% ENTRE OS MESES DE JANEIRO E FEVEREIRO DE 2023 NA SÉRIE DE DADOS DESSAZONALIZADOS. O RESULTADO INTERROMPEU UMA SEQUÊNCIA DE QUATRO AVANÇOS NA COMPARAÇÃO MENSAL, MAS NO TRIMESTRE MÓVEL, DE DEZEMBRO A FEVEREIRO, O INDICADOR AINDA APONTA ALTA DE 1,5% EM COMPARAÇÃO AO TRIMESTRE IMEDIATAMENTE ANTERIOR (FINDO EM NOVEMBRO).

QUANDO ANALISADOS OS RESULTADOS DA SÉRIE ORIGINAL, A QUEDA DE 1,8% NA COMPARAÇÃO INTERANUAL FEZ COM QUE O RESULTADO ACUMULADO NO PRIMEIRO BIMESTRE FOSSE DE RETRAÇÃO EM 0,1%. NA ANÁLISE DE LONGO PRAZO, MEDIDA PELA VARIAÇÃO ACUMULADA EM 12 MESES, O INDICADOR PRATICAMENTE ANDOU DE LADO ENTRE OS MESES DE JANEIRO E FEVEREIRO, MANTENDO A TAXA DE CRESCIMENTO NA MARCA DE 1,5%

“A queda no mês foi intensa, mas justificável. Em fevereiro alguns comércios ficaram fechados durante o Carnaval e isso, como era de se esperar, teve um impacto sobre o volume. Isso foi pontual, o maior destaque é a tendência de longo prazo do indicador, que vinha numa trajetória ascendente desde o último trimestre do ano passado e agora parece ter encontrado um ponto de inflexão. Isso condiz com a expectativa de desaceleração do varejo ao longo de mais um ano de inflação e juros altos; o setor também deve sentir o efeito do menor crescimento que é esperado no crédito e de um mercado de trabalho menos aquecido”, diz o economista da Boa Vista, Flávio Calife.

Movimento do Comércio					
Fev23/Jan23*	Fev23/Fev22	Ano	Trimestre Móvel	Trimestre Móvel *	12 meses
-2,3%	-1,8%	-0,1%	0,6%	1,5%	1,5%

*Séries Dessazonalizadas

Fonte: Boa Vista



pro
CORPO

Associada, você sabia?

A PROCORPO

Tem um desconto
exclusivo para você?



05% OFF

E ISENÇÃO MATRÍCULA

(19) 99610-9446

WWW.ACADPROCORPO.COM.BR

**anuncie
aqui**

(19) 9 8257-6821



(19) 3808-6122



ULTRAMAQ
REVENDA E ASSISTÊNCIA TÉCNICA
AUTORIZADA

3807.2939 / 3817.2125



**VENDE
ALUGA
ADMINISTRA**

  **Pitarello Imóveis**
www.pitarelloimoveis.com.br

Um ótimo negócio imobiliário você encontra aqui!

(19) 3807-3644

(19) 99387-4277 

RUA GENERAL OSÓRIO, 186 - CENTRO - AMPARO/SP

UMA NOVA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL ESTÁ NO AR!



Rua Barão de Campinas nº675 – Centro de Amparo





ACEA OFERECE



Consultoria Jurídica Gratuita

Contamos com contrato de consultoria jurídica extrajudicial com o escritório de advocacia do Dr. Adib Kassouf Sad. O contrato firmado com o escritório prevê, ainda, a pedido de nossa diretoria, atendimento de até 4 consultas por mês aos nossos associados, que serão encaminhados pela nossa entidade, sem qualquer custo na primeira consulta.

Para utilização e agendamento do benefício, entre em contato conosco pelo telefone (19) 3807.3533.



LABORAVES

Supermercado Agropecuário



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

(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



REVISTA

DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE AMPARO

ACEA

ABRIL 2023

Amparo

Março 2023

104

ANOS



**REVELANDO MOMENTOS,
REGISTRANDO SENTIMENTOS!**

**FASHION
CASAMENTOS
RETRATOS
FAMÍLIA
EVENTOS
CORPORATIVOS**



**GUSTAVO SUZUKI
FOTOGRAFIA**

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