REVISTA

CONNECT

ACIM

A SORTE ESTÁ CHEGANDO!

CONHEÇA A NOVA CAMPANHA DE PRÊMIOS DO COMÉRCIO DE MARÍLIA QUE SORTEARÁ SMARTWATCHES, IPHONES, MOTO, CARRO 0KM E MUITO MAIS.

ACIM
FOMENTANDO EMPRESAS
FORTALECENDO MARÍLIA

ACIM
MARÍLIA/SP

Abril/2020 • Nº 92 • Ano 08

Orgulho para sua população

A Acim se orgulha e parabeniza o município de Marília, que há 91 anos cresce constantemente, tornando-se referência de desenvolvimento e qualidade de vida, no interior paulista.

A cada ano que passa, acreditamos mais ainda em seu potencial e reafirmamos nosso compromisso com a gestão econômica local!

ACIM MARÍLIA/SP

acim.org.br

acimariliasp

Promover o varejo é a missão

Já fui questionado várias vezes sobre os motivos da associação comercial realizar tanta promoção no comércio da cidade. Muitas cidades próximas e até do mesmo porte não fazem o que é feito em Marília. Na verdade é estatutário a realização de campanhas promocionais no comércio mariliense e a cada ano procuramos inovar para atrair mais consumidores para os centros comerciais e o mais próximo das lojas da cidade. É cumprindo todos os detalhes que estão no estatuto e regimento interno da instituição, é que colocamos a associação comercial de Marília entre as melhores do Estado de São Paulo e uma das poucas com normatização ISO9001, fazendo com que as normas e regras sejam claras e cumpridas, pois, o que adiantaria ter as obrigações e não cumpri-las?

Admito que está ficando a cada ano mais difícil encontrar diferenciais para as nossas campanhas, que, diga-se de passagem, já fizemos de quase tudo como novidade. Já premiamos, com automóvel, motocicleta, viagens, eletroeletrônicos, raspadinha (com os prêmios instantâneos), sorteios mensais, bimestrais e trimestrais. Já distribuímos mais de 100 prêmios durante o ano e sempre contemplamos o consumidor e o comerciário, e houve o tempo que o lojista ou a loja também era premiada. Muito já fizemos nos últimos anos e muito há de ser feito pela frente, pois, promover o comércio varejista é uma de nossas missões, que todas as diretorias que me antecederam, cumpriram com muito sucesso e é o que estamos procurando manter.

A novidade tem sido a eletrônica. Os comerciantes aprovaram, apesar da necessidade de adaptação, o sistema de preenchimento dos cupons eletronicamente, o que vem sendo feito com grande sucesso e posso dizer que hoje a quantidade de cupons é igual a que tínhamos com preenchimento a mão, através do papel. O controle, a transparência e a agilidade estão melhores fazendo com que as campanhas sejam mais justas para todos os ganhadores e concorrentes. Este ano não será diferente e procuramos mudar alguns prêmios na tentativa de atrair consumidores, afinal, esse modelo já se mostrou vitorioso. Será feita uma campanha diferenciada, que também chamará bastante a atenção do consumidor, através da "Realidade Aumentada", conforme explicado na edição passada de nossa revista.

O importante é que o comerciante participe, que o consumidor goste e que a cidade de Marília seja atrativa, reunindo o maior número possível de consumidores local e regional, neste universo de 1,5 milhão de consumidores em nossa região. Acredito que as ruas onde se concentram as lojas, bem como as galerias e shoppings estarão movimentados, que é o objetivo da promoção: movimentar. Colocar o consumidor para dentro da loja é compromisso do lojista com preços convidativos, qualidade no atendimento e produtos atrativos. Se cada um fizer a parte que lhe cabe da melhor maneira possível, todos ganharão. Se todos ganharem, é uma vitória do time de lojistas de Marília, porque juntos seremos sempre mais fortes.

Adriano Luiz Martins é o atual presidente da associação comercial de Marília vice-presidente da Facesp

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARÍLIA ★★★★★ ISO 9001

ACIM

R. Vinte e Quatro de Dezembro, 678
Centro, Marília - SP, 17500-060
Telefone: (14) 3402-3301
WhatsApp: (14) 99702-7146
E-mail: acim@acim.org.br
www.acim.org.br
Filiada a Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp)
acimariliasp

DIRETORIA EXECUTIVA

Adriano Luiz Martins
Presidente

Manoel Batista de Oliveira
1º Vice Presidente

Roberto Borghette de Mello
2º Vice Presidente

Luiz Carlos de Macedo Soares
3º Vice Presidente

Carlos Francisco Bitencourt Jorge
1º Secretário

Odair Aparecido Martins
2º Secretário

Gilberto Joaquim Zochio
1º Tesoureiro

Reinaldo Miguel
2º Tesoureiro

Acim MED

João Gonçalves
Coordenador

Subhi Ahmad Khalil Abu Khalil
Vice Coordenador

CONSELHO FISCAL: TITULARES

César Jorge Elias José
José Luis Leite
Sérgio Mosquim

SUPLENTES

Anderson Fevereiro
Joraci Leati
Sérgio Domene

SUPERINTENDENTE:

José Augusto Gomes
E-mail: j.guto@acim.org.br

CONSELHO CONSULTIVO

Libânio Victor Nunes de Oliveira
Presidente

Ilma Maria Aires de Lucena
Vice Presidente

Adalberto Dezotti de Oliveira
Antônio Carlos Colato
Carlos Cavalheire Bassan
Celso Eduardo Moreira
Cesar Augusto Bettini
Claudemir Torres Prizão
Diego Mazuqueli Alonso
Dielson Morais Trindade
Edvaldo Nunes de Oliveira
Eduardo Souza Martins
Evandro Zaha Noda
Fatima Talal Zayed
Hederaldo Joel Benetti
Humberto Ferreira da Luz
José Antonio Gasparini
José Raimundo Souza Azevedo
José Roberto Guimarães Torres
Mario Luiz Girotto
Marli Aparecida Espadoto
Mauro Celso Rosa
Oswaldo Fernandes De Souza
Regina Lúcia Ottaiano Losasso Serva
Valder Renato Martins
Vera Lucia De Aguiar Miranda
Vicente Giroto Filho
Wanderley Rossilho D'Avilla
Webber Jo Ibara
Wilson Mattar

CONNECT ACIM

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Márcio Cavalca Medeiros
E-mail: marcio@medeiros.jor.br

FOTOGRAFIA
Foto 1 HORA
E-mail: ilma@foto1hora.com.br

PROJETO GRÁFICO
Mustache Comunicação & Marketing
E-mail: contato@mustache.com.br

TIRAGEM
3 mil exemplares

CONNECT ACIM

ÍNDICE

06 **PROMOÇÃO NO COMÉRCIO**
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL PLANEJA ATIVIDADES PARA 2020

08 **VENDAS NO COMÉRCIO**
VAREJO CRESCE NA 1ª QUINZENA DE FEVEREIRO

10 **MULHER EMPREENDEDORA**
CONSELHO DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL PARTICIPA DE ENCONTRO EM SP

12 **PRESTAÇÃO DE SERVIÇO**
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL COM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

21 **REFORMA TRIBUTÁRIA**
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL PARTICIPA DE MOVIMENTO EM SÃO PAULO

24 **INADIMPLÊNCIA**
CRESCE O NÚMERO DE CONSULTAS DO PRIMEIRO BIMESTRE NO SCPC

26 **DICAS DE APPS**
APLICATIVOS ÚTEIS PARA VOCÊ E SEU NEGÓCIO

27 **HISTÓRIA DO COMÉRCIO**
CONFIRA MOMENTOS MARCANTES DA HISTÓRIA DA ACIM E DE MARÍLIA

28 **AGENDA**
FIQUE POR DENTRO DO QUE ACONTECEU NA ACIM NESTE MÊS

30 **ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS**
PLANO DE FORTALECIMENTO É APRESENTADO PARA DIRIGENTES

14

DIA DAS MÃES
SAIBA COMO ORGANIZAR SUA EMPRESA PARA UMA DAS DATAS COMEMORATIVAS MAIS IMPORTANTES DO ANO

22

CARTÃO DE BENEFÍCIOS
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DISTRIBUI GUIA DO USUÁRIO

16

A SORTE ESTÁ CHEGANDO
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DEFINE CAMPANHA COM SORTEIO DE PRÊMIOS

Associação Comercial planeja atividades para 2020

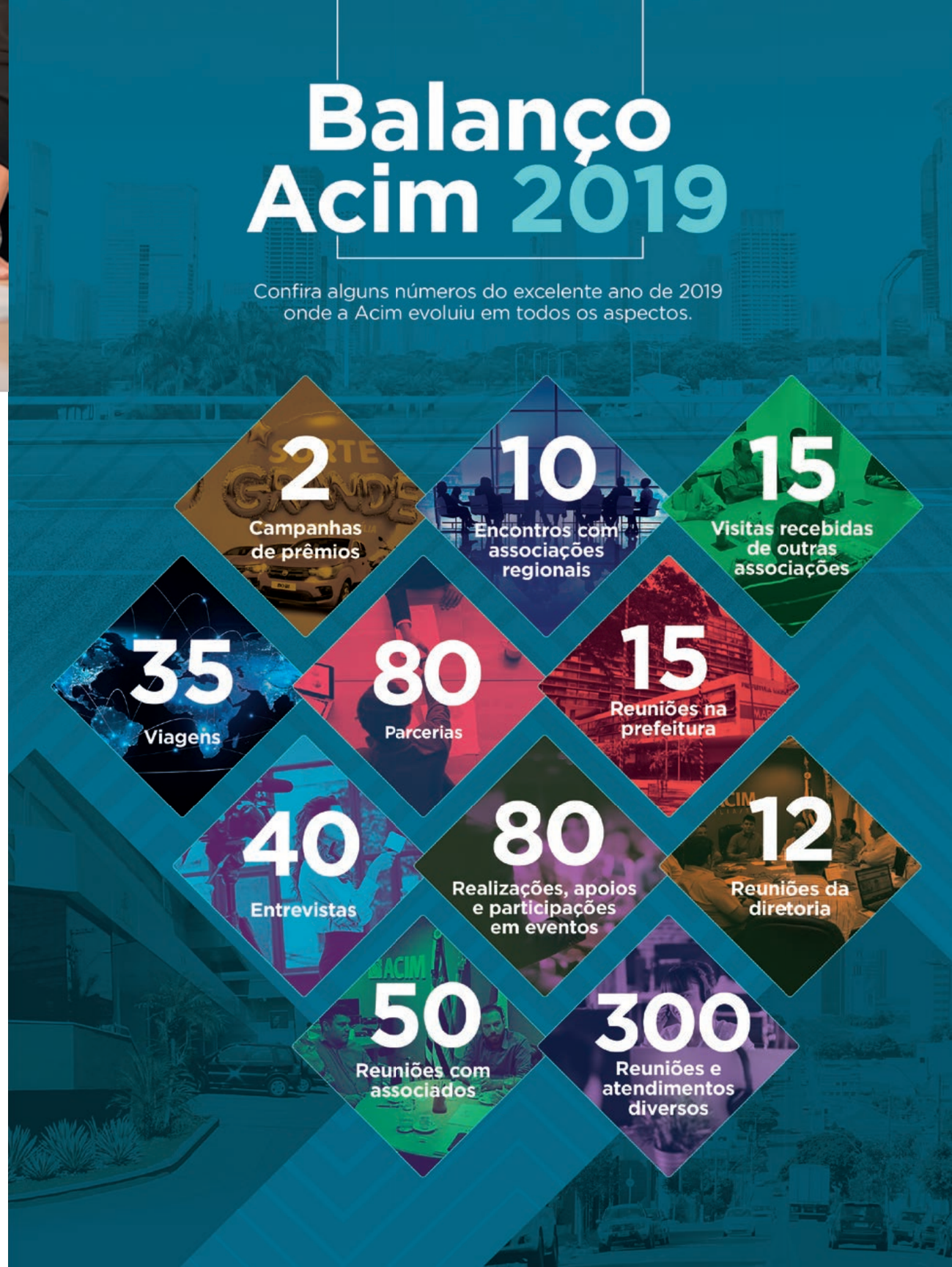
A diretoria da Associação Comercial e Industrial de Marília vai decidir na próxima reunião mensal de planejamento que acontecerá ainda este mês, as atividades promocionais que a entidade vai desenvolver nesta temporada de 2020. Segundo o presidente da entidade, Adriano Luiz Martins, o calendário promocional começa em Março, apesar dos meses de Janeiro e Fevereiro já terem temas específicos: Férias Escolares e Volta as aulas. "A partir de Março começamos com as promoções no comércio de Marília com os sorteios de prêmios e estímulos para atrair consumidores local e regional para os principais corredores comerciais da cidade, seja nos bairros, no centro, nas galerias de lojas ou nos shoppings centers", disse o dirigente que pretende apresentar propostas inovadoras e melhorias naquelas já em desenvolvimento, quanto as campanhas promocionais.

Para Adriano Luiz Martins os sorteios com prêmios devem continuar por serem um atrativo tradicional e que funciona em todos os sentidos e que poucas cidades conseguem realizar. "Vamos discutir com a diretoria sobre os prêmios e os intervalos dos sorteios", falou ao ter algumas propostas neste sentido que variam entre automóveis, motocicletas, residências, apartamentos, viagens, caminhões com prêmios diversos e muitas outras opções. "Na verdade quem decide o prêmio é o valor que será investido", brincou o presidente que deseja fazer inúmeras ações e diversificadas, porém, tem consciência dos custos operacionais de viabilidade. "Querer é uma situação, e poder fazer é outra", brincou ao discutir com os demais diretores inicialmente o valor do investimento a ser feito e a partir dos valores encontrados decidir os prêmios e os períodos dos sorteios. "No ano passado fizemos um sorteio praticamente todo mês", comparou.

Outra proposta que será apresentada para a diretoria é a realização da campanha através da "Realidade Aumentada", que usaria um dispositivo eletrônico através de aparelhos celulares em que o consumidor seria beneficiado com prêmios, brindes e outras promoções, de acordo com a visualização virtual através do celular. "Essa é uma ação que vamos iniciar este ano e aperfeiçoar com o tempo, pois, é fácil, prático, divertido e muito funcional", garante Adriano Luiz Martins que pretende demonstrar para a diretoria como funciona e como será a primeira etapa de conscientização junto aos consumidores. "Foi assim com o sorteio de prêmios com preenchimento eletrônico", lembrou Adriano Luiz Martins que inicialmente fez um trabalho de orientação e educação, para depois prosseguir com a campanha eletrônica. "Hoje fazemos todos os nossos sorteios de forma eletrônica, com consumidores já habituados", defendeu o dirigente mariliense que tem investido muito em tecnologia na instituição, entre os departamentos e atividades externas.

Tanto a campanha com sorteio de prêmios de forma eletrônica, como a campanha através da "Realidade Aumentada", serão diferenciais no comércio varejista de Marília e lançados este ano. "Em Março temos a campanha do "Liquida Marília", quando já iniciaremos as campanhas com sorteio de prêmios", falou o planejado o superintendente da associação comercial, José Augusto Gomes. "A partir de Abril, provavelmente, já lançaremos a campanha com a "Realidade Aumentada", acrescentou o dirigente de Marília que acredita na atração de consumidores nos principais corredores comerciais da cidade e que através da eletrônica poderá atrair consumidores para dentro das lojas. "Estamos cumprindo com um dos nossos objetivos estatutários que é o de promover o comércio varejista da cidade, atraindo consumidores", apontou Adriano Luiz Martins que esperar ter algumas definições a partir da reunião com a diretoria executiva da entidade nos próximos dias.

Adriano Luiz Martins, presidente da associação comercial, quer novidades com os sorteio de prêmios



Varejo cresce na 1ª quinzena de fevereiro

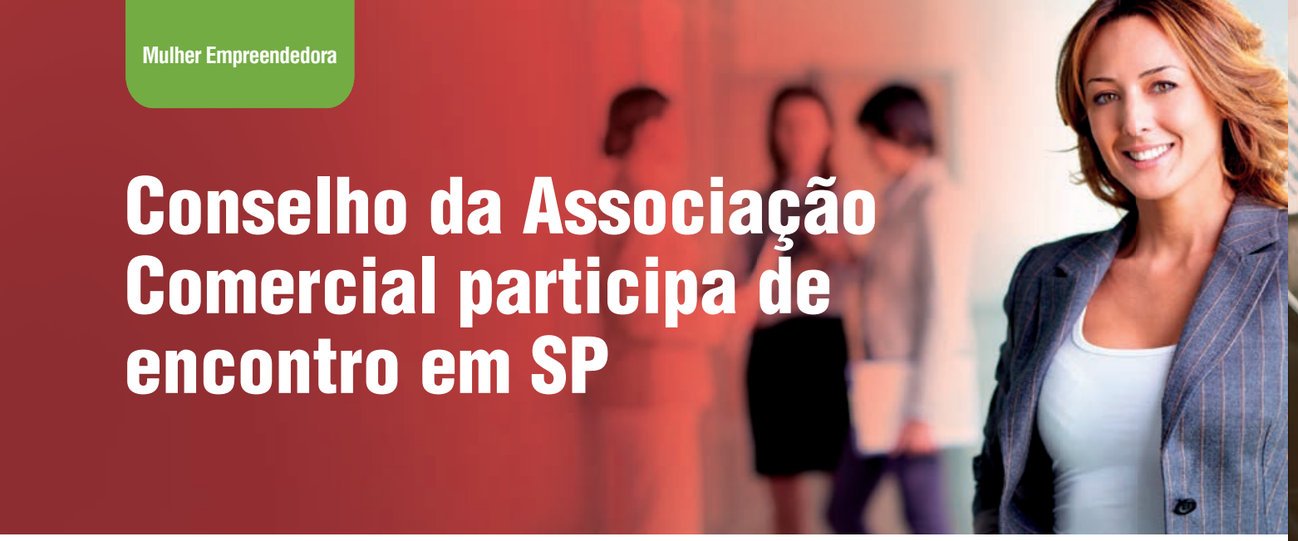
Ao analisar o Balanço de Vendas no mês de Fevereiro, divulgado pela Associação Comercial de São Paulo (ACSP), o vice-presidente da diretoria da Associação Comercial e Industrial de Marília, Manoel Batista de Oliveira, ficou animado com o movimento de vendas do comércio paulistano que registrou alta média de 2,3% diante a igual período de 2019. "Isso faz com que a tendência no varejo brasileiro se anime com dados positivos", disse o dirigente mariliense ao comentar que a cidade de São Paulo dita o comportamento no comércio em geral, por ter a maior concentração de lojas, lojistas e consumidores na América Latina. "Certamente este reflexo afeta o comércio de Marília, que mostra esta tendência diante do fluxo de pessoas entre as lojas da cidade", comentou o vice-presidente ao notar grande número de pessoas entre as ruas, shoppings e galerias espalhadas pela cidade.

Com maior propensão do consumidor à compra de eletroportáteis típicos dos meses de verão, como ventiladores, secadores de cabelo e até fritadeiras e sanduicheiras elétricas, as vendas a prazo cresceram 4,1% no período. "São bens duráveis de menor valor, mas que podem ser parcelados em duas ou até três vezes", afirma Emílio Alfieri, economista da ACSP, ao analisar os números apresentados. Já as vendas à vista, em geral de itens de vestuário, calçados, artigos de farmácia e adereços para o carnaval, cresceram menos (0,5%) na comparação com os primeiros 15 dias de fevereiro do ano passado. "O resultado, um provável reflexo da Sampa Week, sugere que os consumidores preferiram aproveitar os descontos da semana promocional", diz o economista paulistano.

Para o vice-presidente da associação comercial e industrial de Marília é preciso verificar a flexibilidade do carnaval que muda o período e atrapalha a comparação dos dias fixos na pesquisa realizada. "É preciso ver que o Carnaval muitas vezes fica para o final do mês, como este ano, e também no mês de Março como já aconteceu", falou o dirigente que acredita em números igualmente positivos na pesquisa mensal relacionado ao mês de Fevereiro que terminou recentemente.

Na comparação com a primeira quinzena de janeiro, a alta média foi maior, de 5,3%, também puxada pelas vendas de eletroportáteis (4,8%), no movimento de vendas a prazo, e de itens de menor valor (5,7%) no sistema à vista - uma ligeira alta sazonal, diz Alfieri, já que os primeiros quinze dias de fevereiro tiveram um dia útil a mais. "É um resultado que está dentro das expectativas. Mas vale lembrar que são dados preliminares", afirmou o economista paulistano. "Diferente de 2019, quando a celebração caiu em março, nesta segunda quinzena, ainda teremos o Carnaval", acrescentou ao observar a flexibilidade da data. O Balanço de Vendas é elaborado pelo Instituto de Economia da ACSP com base em amostra da Boa Vista SCPC.

Manoel Batista de Oliveira, vice-presidente da associação comercial, animado com os números preliminares de fevereiro



Conselho da Associação Comercial participa de encontro em SP

O Conselho da Mulher Empreendedora da Associação Comercial e Industrial de Marília, participou de evento organizado pelo Conselho da Mulher Empreendedora e Cultura (CMEC) da Associação Comercial de São Paulo (ACSP) e da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp), denominado de "1º Encontro Liberdade para Empreender", que reuniu mais de 650 pessoas para debater o "empoderamento" feminino no mundo dos negócios. "Desde o início deste trabalho, defendi a união e a aliança entre as mulheres", disse Ana Claudia Badra Cotait, presidente do CMEC. "Com cerca de 200 mil empresas filiadas, podemos ajudar a mulher empreendedora a conquistar ainda mais", ressaltou ao envolver a rede da federação paulista, que atraiu diversos conselhos paulistas, inclusive o mariliense que reuniu um grupo de aproximadamente 20 conselheiras que esteve presente no encontro paulistano.

Na avaliação de Ana Claudia Badra Cotait o encontro serviu para reunir vários grupos com um único objetivo. "E também para nos deixar mais fortes, decididas e cheias de energia para superar as dificuldades que irão surgir durante o ano", completou. "O ato de empreender impacta, diretamente, nesta agenda de crescimento sustentável do País", falou na presença de centenas de mulheres empreendedoras. Para Alfredo Cotait Neto, presidente da ACSP e da Facesp, o segredo do sucesso das mulheres está na qualidade do trabalho feito por elas. "São verdadeiras guerreiras, pois muitas fazem uma jornada por vezes tripla: conciliando de forma exemplar seus deveres profissionais com as tarefas domésticas e a criação dos filhos. Nossa admiração é incondicional!", disse o dirigente paulista e paulistano. "Avançamos junto com o sucesso, coragem e senso de inovação para gerar negócios e empregos", frisou Alfredo Cotait Neto.

Várias mulheres empreendedoras deram testemunhos de sucesso durante o evento como Aline Cardoso, secretária municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho, que destacou a importância de homens e mulheres trabalharem juntos. "Nós temos de ser empreendedoras todos os dias para superar os desafios. Homens que impulsionam mulheres são homens que mudam o mundo", disse. Maitê Schneider, co-fundadora do Transempregos, salientou a importância de se superarem os preconceitos. "Inclusão acontece quando as pessoas param de contar. Enquanto continuarmos falando em "tantos negros", "tantos homossexuais", ou "tantas mulheres" têm em uma empresa, não existirá inclusão", defendeu. Para Mônica Monteiro, diretora da BandNews, a educação é fundamental para o crescimento como empreendedor. "É preciso estudar e se preparar muito. Não é questão de ser ou não ser mulher. Tem de saber e conhecer", disse.

Luiza Trajano, presidente do Conselho do Grupo Magazine Luiza, explicou que empreender requer coragem principalmente para formalizar-se. "Vale a pena pagar o preço. E não tenha medo de dividir o lucro com parceiros", completou. Já Ângela Hirata, executiva famosa pela internacionalização da marca Havaianas, contou um pouco de sua história e lembrou, com carinho, dos momentos não tão bons. "Dificuldades e fracassos têm de acontecer para que sirvam de estepe. Se você não tiver vivido este período de dificuldade, não cresce no mundo dos negócios", lembrou ela.

O 1º Encontro Liberdade para Empreender se encerrou com uma homenagem à atriz Eva Wilma, que recebeu o prêmio Tarsila do Amaral por seu protagonismo na arte e na cultura do Brasil.

Encontro reuniu mulheres empreendedoras pela primeira vez, dentro das festividades do Dia Internacional da Mulher

Associação Comercial com Relações Internacionais

A diretoria da Associação Comercial e Industrial de Marília iniciou de forma efetiva um trabalho diferente com a criação do Departamento de Relações Internacionais. A nova atividade visa oferecer aos comerciantes associados uma nova oportunidade para o mundo globalizado. "Hoje é preciso pensar em expandir internacionalmente, seja qual for a atividade empresarial", disse entusiasmado o presidente da entidade, Adriano Luiz Martins, que criou condições para atender o empresário interessado em manter relacionamentos internacionais para crescer comercialmente. "Temos infraestrutura para assessorar o empresário nas primeiras iniciativas, facilitando o acesso a outros países", garante o dirigente mariliense.

Com um período de adaptação já finalizado, hoje o Departamento de Relações Internacionais conta com um estagiário específico da área, bem como local e assessórios para o desenvolvimento do trabalho planejado. "Já temos algumas assessorias, o que demonstra que o serviço tem demanda", disse o secretário da diretoria executiva da associação comercial, Carlos Francisco Bitencourt Jorge, especializado na área acadêmica. "Esse departamento tem múltiplas funções na área internacional", comentou o dirigente ao apresentar uma sinopse dos objetivos, metas e função do novo departamento criado, ao mostrar para os demais diretores conhecerem a estrutura inicial. "Auxiliar na organização e participação em eventos internacionais; manter ou iniciar contatos internacionais, bem como assessorar na desburocratização; e buscar parceiros no exterior", explicou Carlos Francisco Bitencourt Jorge, de forma sintetizada.

Para o superintendente da associação comercial, José Augusto Gomes, com a criação deste departamento a entidade passa a ter mais uma opção de serviço a oferecer, dos 26 existentes. "Vivemos um momento em que empresas de Marília estão expandindo os negócios para exterior, e nem todos contam com estrutura própria para isso", falou o dirigente mariliense ao sinalizar a participação da associação comercial para os micro e pequenos empresários com interesse em exportar. "Não é algo difícil e nem complicado", garante José Augusto Gomes. "Exportar é detalhamento, ou seja, tendo uma assessoria fica muito mais fácil e prático levar o produto ou serviço para fora do País", comentou ao dizer que o Departamento de Relações Internacionais funciona dentro da sede da associação comercial em horário comercial.

Algumas iniciativas de estímulo já foram realizadas pela diretoria da entidade associativa como a formação de um grupo empresarial que esteve dez dias na Estónia, Europa, bem como a vinda de dirigentes do Egito, Portugal e em breve da Suécia para a exposição de atrativos em termos de investimento nesses países. "É uma quebra de paradigma em dizer que exportar é difícil. Não é", frisa Adriano Luiz Martins que acredita na possibilidade de empresas marilienses e região iniciarem negócios com exterior, através desta assessoria. "O brasileiro já mostrou ser criativo e produtivo", afirmou o presidente da associação comercial. "Agora é a vez de ser audacioso e enxergar o Mundo como limite para os próprios negócios", falou ao acreditar na prosperidade do departamento criado.

Carlos Francisco Bitencourt Jorge, secretário da diretoria da associação comercial, a frente do novo departamento

DIA DAS MÃES

SAIBA COMO ORGANIZAR SUA EMPRESA PARA UMA DAS DATAS COMEMORATIVAS MAIS IMPORTANTES DO ANO

Priscila de Lucas Pinato
Analista de negócios do Sebrae

Você deve estar pensando: Por que este artigo com o tema de dia das mães se ainda estamos no mês de abril? E aí eu que pergunto: Você sabia que o dia das mães é considerado pelo varejo nacional, o Natal do primeiro semestre? Sim! O dia das mães é a segunda melhor data em vendas no calendário brasileiro e por isso a hora de planejar, organizar e se preparar para essa semana tão importante, é agora!

O dia das mães é comemorado anualmente no segundo domingo do mês de maio, neste ano será comemorado no dia 10 e é um dia marcado por reunir as famílias para homenagear e presentear as mães.

Para o varejo, o dia das mães destaca-se pelo forte apelo emocional e comercial, gerando oportunidades de negócios, principalmente para as atividades direcionadas ao público feminino, tais como: vestuário, calçados, adornos pessoais, decoração/lar, artigos do lar, perfumaria, dentre outras. O Dia das Mães também abre possibilidades de negócios para o segmento de turismo de lazer e serviços em geral, que abrangem restaurantes, institutos de beleza, organizações culturais, agências de viagens, rede hoteleira etc.

Para que essa data seja surpreendente é muito importante que sua empresa e equipe estejam preparados e, para isso, algumas dicas práticas podem ajudá-los a não perder a oportunidade de vender. Vamos lá?

KITS PROMOCIONAIS

As pessoas gostam de conjuntos prontos, os chamados kits promocionais. Faça kit por faixa de preço, produtos, perfil da mãe. Dessa forma, poderá aumentar as vendas sem aumentar os custos.

EMBALAGEM

Extremamente necessária e vital. Em tempos de lembrancinhas, a embalagem acaba se tornando um diferencial e agrega valor. Faça um curso ou assista vídeos para novas ideias de embalagem. Tenha embalagens pré-prontas para agilizar a entrega para a/o cliente, especialmente na véspera do dia das mães, onde o movimento da loja é mais intenso.

VALE PRESENTE

Ótima opção para ajudar a pessoa que está indecisa ou não conhece tão bem os gostos da mãe que receberá o mimo, pensando que não presenteamos apenas a nossa mãe, mas também uma madrinha, uma tia, sogra etc.

BRINDES/VOLUME DE VENDAS

O brinde alegra, promove, facilita a venda e ainda faz o cliente carregar a sua marca onde quer que ele esteja, ou ainda ofertar o brinde pelo volume de venda. Exemplo: Comprando 2 peças, ganhe um brinde, ou, nas compras acima de R$X , ganhe um brinde.

O PREPARO DA VITRINE E LAYOUT INTERNO:

• A vitrine é o cartão de visitas da loja. Se não encantar o consumidor, ele provavelmente não entrará e o empreendedor perderá a oportunidade de venda, sobretudo na chamada compra por impulso.

• Evite repetir a decoração da vitrine de anos anteriores. Acredite: o cliente lembra e muitas vezes até comenta!

• Cuidado para não transformar a vitrine em um ambiente poluído. Mostrar tudo o que se vende na loja, exposto na vitrine, deixará o cliente confuso, especialmente se tiver um grande mix de produto. Faça a opção de colocar os produtos direcionados para a data especial.

ADEQUANDO O PONTO DE VENDA:

• Não estoque apenas para aproveitar descontos de fabricantes e distribuidores, mas também evite a falta de produtos para não deixar de vender. Cuidado para não comprar somente aquilo que você gosta. Pense no gosto do seu público-alvo.

• Providencie máquinas de cartão extras e crie uma rotina de venda para que o caixa seja rápido no fechamento da venda.

• Não deixe para ligar equipamentos e limpar a loja após a abertura da mesma. Essas ações devem ser realizadas antes das portas se abrirem e sem a presença de clientes.

• A segunda-feira pós dia das mães também deixa o comércio bastante movimentado, seja para os "atrasados" que não compraram seus mimos com antecedência, quanto para as trocas de presentes. Encare o dia da troca como uma ótima oportunidade para vender mais e cadastrar novos clientes. Tenha em mente que a principal razão que leva um cliente a abandonar as compras na loja é o descaso pela falta de atendimento no pós-venda, principalmente quando há problemas. Resolva da melhor forma possível!

• Banco de dados: uma ferramenta incrível, fácil de fazer, sem custo e usada por tão poucos empreendedores. Peça com gentileza para preencherem um cadastro simplificado com dados que você julga importante para sua loja, como data de aniversário para conceder descontos no mês; WhatsApp para envio de informações e promoções; produto que foi adquirido na última compra na loja etc.

EQUIPE:

Seu colaborador é fundamental. Muito mais importante do que você pensa e por isso é de sua competência gerar e conquistar a confiança da equipe; dê feedback positivo ao fechar uma venda. Proporcione incentivos aos seus vendedores e proponha metas reais e possíveis de serem alcançadas. Vibre com as metas batidas e cumpra com os prazos de pagamento de comissões. Lembre-se que seu colaborador é o seu cliente interno. Ouça as sugestões dele!

ATENDIMENTO:

E claro, jamais podemos esquecer de citar o tão valorizado bom atendimento. Muitas vezes, o consumidor faz opção por comprar em determinada loja simplesmente pelo atendimento e por isso, "pegando carona" nessa data, é importante reforçar a atenção, porque justamente neste período que antecede esse dia tão especial, com o crescimento da demanda, é que a qualidade do atendimento pode cair.

Com a loja cheia e o consumidor cada vez mais exigente, o atendente não consegue dedicar a atenção necessária. Contudo é importante adotar procedimentos de atendimento adequados e treinar a equipe de vendedores. Dê o exemplo para seu colaborador! Bom atendimento é atitude!

DIVULGAÇÃO E REDES SOCIAIS:

WHATSAPP BUSINESS

Se a empresa fizer opção em utilizar essa valiosa ferramenta gratuita, é importante inserir informações como horário de funcionamento, endereço e respostas automáticas. Isso facilitará o reconhecimento de sua empresa pelos clientes. Mas lembre-se, se você divulgou algo através dessa tecnologia, não esqueça de responder ao cliente o quanto antes.

Ainda no WhatsApp é possível criar um catálogo de produtos ou serviços e compartilhar com seus contatos ou deixar ofertas disponíveis no perfil. Os empresários poderão inserir imagens, descrever produtos, informar preços, inserir link de compra ou qualquer outra informação que julgar importante, mas esteja atento à qualidade das fotos e até a foto do perfil da empresa. A apresentação conta muito na escolha entre uma empresa e outra.

FACEBOOK

Não deixe de criar a página da empresa (fanpage). Perfil pessoal não deve ser usado para a loja, tento em vista que nenhum cliente de sua empresa precisa saber de sua vida pessoal. A fanpage não tem número limitados de curtidas e seguidores e pode ser usado como um canal de venda simplificado e como sua vitrine virtual. Pode criar aproximação do cliente com a sua empresa através de conteúdos referentes ao tema em específico e tem a possibilidade de realizar ações promocionais.

INSTAGRAM

Atualmente é a rede social mais utilizada para integração da empresa com o cliente. Fotos, vídeos, lives (ao vivo) são opções bastante interessantes para promover a sua marca e seus produtos ou serviços. Faça fotos atraentes e inclua o preço da mercadoria, para não ter que responder um a um quem perguntar o preço. Uma vez que fez a opção por usar essa ferramenta, não deixe de atualizá-la. Crie uma "bio" (biografia) que chame a atenção do cliente. Defina objetivos da postagem (pode ser apenas informativo ou pode ser com apelo comercial). A hashtag permite que usuários consigam visualizar diversas publicações que fazem uso delas. Este seria um grande segredo para ganhar curtidas e seguidores. Crie uma hashtag (#) exclusiva.

Com essas dicas, a hora de colocar em prática é agora! Não deixe de executar o que planejou para essa data sensacional.

Boas vendas!

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DEFINE CAMPANHA COM SORTEIO DE PRÊMIOS

A diretoria da Associação Comercial e Industrial de Marília já definiu a campanha com sorteio de prêmios para o ano de 2020, quando será realizada durante toda a temporada a promoção do varejo mariliense com a campanha: "A sorte chegou Acim", em que novamente os comerciantes da cidade sortearão prêmios em quatro sorteios até o final do ano. "Faz parte do estatuto da associação comercial investir em campanhas promocionais para promover o comércio de nossa cidade", justificou o presidente da entidade, Adriano Luiz Martins, que investirá R$ 86 mil somente em prêmios, havendo ainda a parte do investimento mensal de publicidade nas mídias em geral, para a atividade deste ano, seguindo o estatuto da entidade que é explícito quanto ao trabalho a ser realizado neste sentido. "Nossas campanhas são constantes e de longa duração", destacou ao lembrar do período da campanha deste ano que irá de dois de Maio até 28 de Dezembro. "Marília é uma das poucas cidades que faz este tipo de campanha, juntamente com as datas comemorativas tradicionais do varejo", falou ao mostrar que Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia dos Pais e Dia das Crianças, também tem promoção permanente no comércio de Marília.

Após a campanha promocional do mês de Março, com o tema: "Liquida Marília", os esforços estão voltados para a campanha "A sorte chegou Acim", que sorteará durante toda a campanha: **16 SmartWatches, 08 Iphones, 16 Vales compra de R$ 500,00 cada, 01 Automóvel e 01 Motocicleta**."Tanto o consumidor, quanto o comerciário, serão contemplados nos sorteios", generalizou o presidente da associação comercial ao selecionar os prêmios de acordo com o valor disponível para o investimento. "Para iniciar a campanha é preciso adquirir todos os bens, pagar impostos e taxas, bem como criar a campanha promocional explicando tudo no papel", mostrou a comple-

Último sorteio de prêmios realizado no ano passado, com entrega de um automóvel, realizado em praça pública

xidade em organizar a ação que é aguardada pelos comerciantes e consumidores da cidade. “Além disso, é preciso escrever todo o projeto, apresentar documentos, pagar taxas e tudo mais para aprovação da Secretaria de Avaliação, Planejamento, Energia e Loteria do Governo Federal, vinculado ao Ministério da Fazenda”, falou o presidente da associação comercial.

Serão quatro sorteios a serem realizados nesta temporada. O primeiro será dia 29 de Junho, segunda-feira, com a distribuição dos seguintes prêmios: 02 Vales compra (Consumidor) 02 (Vendedor); 02 Smart Watch (Consumidor) 02 (Vendedor)e 01 iPhone (Consumidor) 01 iPhone (Vendedor). O segundo sorteio será dia 24 de Agosto, segunda-feira, para a entrega dos prêmios: 02 Vales compra (Consumidor) 02 (Vendedor); 02 Smart Watch (Consumidor) 02 (Vendedor) e 01 iPhone (Consumidor) 01 iPhone (Vendedor); O terceiro sorteio será dia 26 de Outubro, segunda-feira, com o anúncio dos contemplados para: 02 Vales compra (Consumidor) 02 (Vendedor); 02 Smart Watch (Consumidor) 02 (Vendedor) e 01 iPhone (Consumidor) 01 iPhone (Vendedor); O quarto e último sorteio será no dia 28 de Dezembro, segunda-feira, para os seguintes prêmios: 01 Automóvel (Consumidor) e 01 Motocicleta (Vendedor); 02 Vales compra (Consumidor) 02 (Vendedor); 02 Smart Watch (Consumidor) 02 (Vendedor) e 01 iPhone (Consumidor) 01 iPhone (Vendedor). Os sorteios serão sempre as 10 horas na sede da associação comercial, exceto o último que será em praça pública.

O preenchimento dos cupons continuará sendo eletrônico, como vem sendo nas campanhas anteriores, desde 2018. “Para participar será preciso seguir as novas regras, que mudaram”, disse José Augusto Gomes, superintendente da associação comercial, ao explicar que entregue para o consumidor(a) a cada R$ 50,00 nas compras, um cartão contendo um código de barras com numeração única, que será anulado no momento em que o cupom for gerado, impresso e depositado automaticamente na urna instalada na sede da Associação Comercial e Industrial de Marília, sendo que para cada cartão entregue o consumidor(a) terá o direito a impressão de um cupom após realizar o seu cadastro e validar as informações através do smartphone, contidas no aplicativo Clube do Associado. A loja aderente a promoção, informará ao consumidor para que faça o cadastramento dos dados pessoais no aplicativo. Em seguida, o consumidor(a) fará o cadastro uma única vez no aplicativo “Clube do Associado” clicando na aba perfil e realizando o preenchimento das seguintes informações: nome completo; CPF/MF; e-mail; telefone de contato (fixo/celular); sexo e o endereço completo (CEP, rua, número, complemento, bairro, cidade, estado). Após esse processo o consumidor(a), selecionará no aplicativo Clube do Associado a "aba" denominada "Campanha de Prêmios", quando aparecerá para preenchimento obrigatório: o nome do vendedor(a) que o consumidor efetuou a compra. Em seguida ele responderá a seguinte pergunta: "Qual associação que traz a sorte em forma de prêmios até você?", após a resposta correta, o consumidor pressionará o botão "leitor" e efetuará o escaneamento do código de barras numerado e único existente no cartão entregue pelo lojista, validando e concluindo assim o processo com a frase: "CUPOM IMPRESSO COM SUCESSO", quando será impresso um cupom físico depositado automaticamente na urna instalada na sede da Associação Comercial e Industrial de Marília, que utilizará para os sorteios.

Impressora que imprime todos os cupons que são enviados pelo aplicativo para concorrer aos prêmios

BEM-VINDOS NOVOS ASSOCIADOS

- ALMARU FLAT
- BATERIAS MARÍLIA
- MERCADO VIVENDAS
- ÓTICA DA FABRICA
- POSTO AMIGÃO
- PREPARA CURSOS
- PROFIT INVESTIMENTOS
- RM ASSISTÊNCIA TÉCNICA
- SAÚDE PSICOLOGIA E PSICOPEDAGOGICA
- VIA CERTA MARÍLIA
- AGUCCE COMUNICAÇÃO
- CAHE PRIMO HAIR CARE
- CAMAS MINI CONFECÇÃO DE PEÇAS
- CARLA RASMUSSEN
- CAROL BIANCO CALÇADOS E ACESSÓRIOS
- CASA DE CARNES E PESCADOS ITI
- CLAUDIA RASMUSSEN DATILO
- D LUXO MODA E ACESSÓRIOS
- FACULDADE ANHANGUERA DE MARÍLIA
- FINA FLOR
- GÁS UNIÃO
- GRAPPA CAFFE
- INSTITUTO PAZ FINANCEIRA
- LACAVA ADVOCACIA
- MARIPÃES
- MAZZO AUTO MECÂNICA MULTIMARCAS
- MERCADO VIENA
- MKM SERVIÇOS LTDA
- MONGERAL AEGON SEGUROS
- NEIA PET SHOP E MERCEARIA
- PDCA GESTÃO EM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
- PESQUEIRO TANAKA
- POSTO AMIGÃO
- REPRESENTAÇÃO TRAMONTINA
- SABOR E SABER
- TV MARÍLIA
- VPMB MARCAS E PATENTES

Dicas Acim

LIQUIDA MARÍLIA

INVISTA EM TECNOLOGIA

Para melhorar seu atendimento, há vários programas de computador e celular que aceleram os processos de pagamento e cadastramento que facilitarão a rotina da loja.

ORGANIZAÇÃO DE PRODUTOS

Utilizar uma organização intuitiva facilitará o processo de compra e busca de itens para o cliente. Categorizar os produtos é uma excelente alternativa para organização.

COMUNICAÇÃO CLARA

Comunicar as formas de pagamento é muito importante, pois o cliente, ao finalizar a compra, vai em direção ao caixa já com o tipo de pagamento escolhido.

Associação Comercial participa de movimento em São Paulo

Encontro de lideranças aconteceu na capital paulista, na última segunda-feira, dia 17, envolvendo empresários e entidades empreendedoras, para ampliar o debate sobre a importância da desoneração da folha e a simplificação tributária como meios para estimular o emprego. O movimento paulista contou com a participação do presidente da Associação Comercial e Industrial de Marília, Adriano Luiz Martins, e do superintendente, José Augusto Gomes, numa atividade coordenada pela Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp), em ato contra o aumento de impostos, o desemprego, as PECs 45 e 110. Estiveram reunidos mais de mil pessoas, entre empresários, sindicalistas e políticos. “Vamos pressionar o Congresso Nacional para que promova o mais rápido possível as esperadas Reformas Tributárias”, anunciou o dirigente mariliense. “Queremos participar da discussão, para que tenham avanços reais nesta reforma que são importantes para o empresariado brasileiro”, falou Adriano Luiz Martins, que participou de toda a programação elaborada pelos manifestantes.

O presidente da Facesp, Alfredo Cotait Neto, que também ocupa o cargo de presidente da Associação Comercial de São Paulo (ACSP), acredita que as propostas não atendem a esses objetivos e que falta diálogo por parte do Congresso para explicar todos os pontos. “Chegamos à conclusão que a população, os empresários e a sociedade não estão sendo ouvidos”, disse o dirigente paulistano, Alfredo Cotait Neto. "Queremos falar aos nossos políticos para que haja uma melhor explicação sobre estas propostas e para que nossas sugestões sejam ouvidas”, reforçou ao defender o movimento que contou com várias lideranças paulistas entre associações e sindicatos ligados ao setor produtivo nacional.

De acordo com Alfredo Cotait Neto, as PECs 45 e 110 não atingem os anseios da população. "Queremos também a desoneração da folha de pagamento para que possamos gerar mais empregos”, ressaltou o líder paulista que acredita na força do movimento para sensibilizar os políticos que discutirão o tema em breve no Congresso Nacional e no Senado Brasileiro. “É por isso precisamos de uma discussão ampla sobre o que está sendo feito em Brasília”, completou o dirigente que já ocupou o cargo de Senador da República, e conhece a forma ideal de pressionar os políticos, prestes a uma votação. “Os movimentos populares são instrumentos de grande força, e o empresariado já sabe disso”, falou ao liderar o movimento paulista que receberá apoio de outros estados, que também defendem a mesma causa.

O evento teve a participação de Everardo Maciel, ex-secretário da Receita Federal, que alertou para uma possível onda de falências caso as propostas sejam aprovadas. "Se forem aprovadas do jeito que estão, microempreendedores que têm 1% de lucro, e que sequer precisam fazer contabilidade, vão pagar tributos de mais de 20% sobre seu faturamento. Isto levaria quase todas estas pessoas a falência”, avaliou. Segundo Luigi Nese, presidente fundador da Confederação Nacional de serviços (CNS), a reforma já deveria ter acontecido. "Fazemos um trabalho para tentar a redução da carga tributária há 20 anos. Se tivesse feito isso antes, agora estaríamos em uma situação econômica muito melhor", defendeu. "Queremos defender a reforma tributária, a redução da carga tributária e a redução da folha de pagamento, especialmente no setor de serviços, que é o que mais emprega no país,” finalizou.

O movimento em favor da Reforma Tributária, aconteceu em São Paulo, com a presença de Marília

Associação Comercial distribui Guia do Usuário

Os comerciantes que fazem parte da Associação Comercial e Industrial de Marília começarão a receber nos próximos dias o Guia do Usuário, para os beneficiados dos Cartões ACCrédito. Esta é a 11ª edição desenvolvida pela entidade que através das empresas conveniadas informará os comerciários que utilizam do cartão. "Uma forma de orientar como utilizar o cartão da melhor maneira possível", disse o presidente da associação comercial local, Adriano Luiz Martins, que produziu 10 mil exemplares a serem entregues. "Encaminharemos para as empresas uma quantidade compatível com o número de beneficiados, e elas farão chegar até os usuários", explicou ao acrescentar aqueles que também utilizam o ACCrédito Alimentação. "Um é voltado para empresas que possuem convênio e o outro é destinado a compra de gêneros alimentícios", comparou.

Um livreto de bolso com 20 páginas, em cores, informa todas as empresas que fazem parte dos dois convênios, informando o nome, endereço e telefones para contatos. "Muitas pessoas nos perguntam onde podem usar o cartão", indagou o superintendente da associação comercial mariliense, José Augusto Gomes, que considera importante o Guia do Usuário para desenvolver melhor os dois programas existentes na entidade. "Ele está distribuído em segmento comercial, é de fácil localização e prático para buscas", comentou o dirigente da associação comercial ao apresentar os segmentos de: Açouques, Distribuidoras de Gás, Farmácias, Livrarias, Óticas, Postos de Combustíveis, Restaurantes, Padarias, Laticínios, Pizzarias, Supermercados, Varejões, entre outros.

Outro aspecto importante lembrado pelo presidente da associação comercial é quanto a explicação sobre os dois programas. O Cartão ACCrédito atende empresas que possuem convênio para os funcionários comprarem em estabelecimentos da cidade com posterior desconto em folha de pagamento. "O ACCrédito gerencia estes convênios para empresas sem custo algum", ressaltou Adriano Luiz Martins. O Cartão ACCrédito Alimentação é destinado a compra de gêneros alimentícios "in natura", incluindo perecíveis de acordo com o regulamento do Programa de Alimentação do Trabalhador (Pat) como: leite, carne, ovos, frutas e verduras – itens que uma cesta básica não pode oferecer. "O ACCrédito Alimentação é seguro, utilizado através de senha pessoal e intransferível, e o funcionário tem liberdade para escolher os produtos de conveniências próprias, não precisando adquirir produtos que "normalmente não usa", em cestas básicas específicas", explicou Adriano Luiz Martins.

A utilização dos cartões oferecidos pela Associação Comercial e Industrial de Marília propõe dedução de quatro por cento do Imposto de Renda, sem taxa de administração. "Custo Zero", ressaltou José Augusto Gomes ao lembrar dos 24 supermercados que fazem parte do convênio, como exemplo. "Só farmácias são 36 lojas", acrescentou ao lembrar da localização diversificada pela cidade. "Postos de combustíveis são 17 pontos que aceitam nossos cartões", falou ao se tornar seletivo entre os credenciados que precisam ter o perfil do programa. "Os empresários que queriam utilizar os cartões de benefícios podem entrar em contato com a secretaria da associação comercial e se informar a respeito", reforçou Adriano Luiz Martins ao colocar a entidade a disposição para os empresários que queiram se credenciar ou oferecerem os cartões aos funcionários. "E desta forma estamos movimentando a economia local, pois, tudo é feito no comércio de nossa cidade", defendeu o dirigente mariliense.

Pelo 11º ano consecutivo a associação comercial distribui o Guia do Usuário gratuitamente aos beneficiados

Cresce o número de consultas do primeiro bimestre no SCPC

Dados apresentados pelo Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC) da Associação Comercial e Industrial de Marília, mostram crescimento no número de consultas ao banco de dados da entidade que protege o comerciante da inadimplência. Segundo o relatório mensal, houve um crescimento de 1,21% no comparativo a igual período do ano passado. "Uma demonstração de que o lojista está preocupado com a inadimplência e procurando se proteger", analisou o presidente da associação comercial mariliense, Adriano Luiz Martins, ao receber o levantamento que monitora os dados do órgão de consulta que funciona na entidade, numa parceria com a Boa Vista SCPC, que centraliza as informações de âmbito nacional. "Quem consulta antes de vender pelo crediário tem menos chances de não receber", frisou o dirigente que observa uma mudança de comportamento por parte dos comerciantes que vendem a prazo.

Este ano o mês de Janeiro apresentou 31.609 consultas realizadas, sendo 21,71% a mais que o mês do ano anterior. "E sendo num período atípico, pois Janeiro sofre com a ressaca das vendas de Dezembro que são bem intensas", analisou José Augusto Gomes, superintendente da associação comercial de Marília, que acompanha regularmente os dados apresentados pelo órgão de consulta. Já o mês de Fevereiro apresentou 29.440 consultas realizadas, sendo 14,29% a menos do que o mesmo mês em 2019. "Menos dias úteis nas vendas, e o carnaval que estende os feriados", justifica o dirigente ao notar a queda nas consultas, mas que na média mantém crescimento por ter um mês de Janeiro fora do normal.

No ano passado o primeiro bimestre marcou elevação de 21,28% sendo o contrário, com o mês de Fevereiro maior que o mês de Janeiro. Em 2018 também houve mais consultas em Fevereiro do que em Janeiro, com uma elevação no bimestre 1,52%. "A instabilidade é observada, pois, o momento da economia e as previsões políticas interferem muito no comportamento do consumidor que afeta o desempenho das lojas", explicou José Augusto Gomes que mensalmente acompanha o movimento dos comerciantes que utilizam o sistema de consulta para evitar o crescimento da inadimplência dentro da empresa que administra. "O importante é verificar que o comerciante tem uma ferramenta que ajuda a evitar a inadimplência e está usando", festejou o superintendente da associação comercial.

A mudança de comportamento por parte do lojista, consultando mais o SCPC, mostra, segundo o presidente da associação comercial, um cuidado maior por parte do lojista ao vender pelo crediário. "Nas vendas à vista, ou através dos cartões de crédito, débito e benefícios, essas vendas não passam por consultas, pois, são garantidas", disse o dirigente ao lembrar que somente as vendas a prazo é que passam por consulta cadastral. "E quando a pesquisa sobre o cliente é desfavorável, a venda não acontece", disse ao mostrar que o fato de crescer as consultas não quer dizer que as vendas cresceram. "É um excelente sinal de que existe mais movimento nas lojas, mas isso não se traduz em vendas diretas", comparou ao considerar o aumento das consultas ao SCPC como melhores vendas. "E não mais vendas", frisou Adriano Luiz Martins.

José Augusto Gomes e Adriano Luiz Martins, ambos da associação comercial, avaliam movimento do SCPC

Aplicativos úteis para você e seu negócio

WiFi Warden

Verifique a frequência, o canal, o fabricante do modem, a criptografia e a segurança da rede, a distância do roteador, a potência e até o nome e o endereço MAC de uma rede wireless diretamente do seu smartphone com este aplicativo! WiFi Warden é um completo analisador de redes sem fio com recursos aprofundados para quem quer obter mais informações sobre Wi-Fi.

Voe Livre

Se tem uma coisa de que brasileiro gosta, é de desconto e preço baixo, não é? Então a gente traz um app bem legal para quem quer viajar pagando menos: o Voe Livre. Ele tem um sistema de busca que varre e verifica os custos e a média dos preços de passagens em vários trechos nacionais e internacionais, identificando promoções relâmpago das companhias aéreas. Assim que uma passagem "no jeito" aparecer, o app emite um alerta para você decidir se quer pegar ou largar a oferta.

Q48 Oficial

Se você quer perder peso e dar uma melhorada na silhueta, saiba que os apps fitness estão com tudo no momento e ajudam muita gente a alcançar seus objetivos. O sistema Q48, por exemplo, é um programa de treino para emagrecimento famoso no Brasil e permite que pessoas de todas as faixas etárias e que dispõem de pouco tempo para malhar consigam o que desejam. O app conta com treinos em ciclos, com videoaulas que auxiliam você a fazer corretamente os exercícios.

Ouvido Perfeito

Se você é músico, sabe que ter um ouvido afinado é essencial na profissão: seja para improvisar, tocar melodias de ouvido, reconhecer progressões de acordes ou simplesmente ter a manha de afinar seu instrumento sem diapasão ou afinador. Com este app, você faz exercícios específicos para treinar seu ouvido em escalas, intervalos, acordes, ritmos e tons. Seja um mestre do solfejo e domine a arte da música nos palcos com um ouvido absoluto de dar inveja!

anos 40

A Avenida Sampaio Vidal sempre foi o centro da cidade de Marília, desde os primórdios. Como em todas as cidades do interior, o centro comercial sempre foi o principal destaque. Observe na foto os prédios que até os dias de hoje, alguns deles são encontrados, com arquitetura peculiar da época, bem como o movimento entre as calçadas e dos automóveis.

anos 70

A mesma avenida Sampaio Vidal, centro comercial e financeiro da cidade de Marília, com movimento maior em razão do crescimento e desenvolvimento do município que já se despontava como destaque econômico. Os mesmos prédios em sua maioria se destacam, porém, já com edifícios mais modernos presentes até os dias de hoje.

AGENDA ACIM

CONFIRA ALGUMAS DAS ATIVIDADES REALIZADAS PELA ACIM

Retomada das atividades do Conselho da Mulher Empreendedora (CME) da Associação Comercial e Industrial de Marília de forma ativa e intensa

Primeira atividade do Conselho do Advogado Empreendedor (CAE) da Associação Comercial e Industrial de Marília que se inicia com total apoio da OAB

Conselho do Jovem Empreendedor (CJE) com nova diretoria já começou a desenvolver as ações planejadas para a temporada de 2020

Reunião com o gerente do Escritório Regional do Sebrae, Ricardo Calil, para a definição de toda a parceria com a associação comercial em 2020

Entrega de doces e biscoitos para a Secretaria Municipal da Cultura visando as festividades de carnaval no mês de Fevereiro

O primeiro Café da Manhã Empresarial que atraiu dezenas de associados e convidados para o primeiro encontro do ano na sede da associação comercial

Plano de Fortalecimento é apresentado para dirigentes

O vice-presidente da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp), representando a região administrativa de número 15, envolvendo as associações comerciais localizadas no centro-oeste do interior paulista, Adriano Luiz Martins, esteve participando de reunião realizada na sede da federação em que o presidente, Alfredo Cotait Neto, apresentou detalhes sobre o Plano de Fortalecimento (PFor) que beneficiará 245 associações comerciais paulistas, quando oferecerá condições econômicas e estruturais para que as associações comerciais menores possam crescer e se desenvolver. "O objetivo é iniciar a implantação do programa no próximo mês", disse Adriano Luiz Martins, entusiasmado com a iniciativa que ajudará bastante as entidades em que é responsável na região.

O superintendente-geral da Facesp, Natanael Miranda dos Anjos, responsável pela elaboração do ação, disse que o plano nasce para atender os ideais de união e de fortalecimento do associativismo. "Este plano oferecerá ações concretas para aumentarmos a nossa participação e a nossa representatividade tanto no aspecto institucional quanto na relação com os nossos parceiros e, ainda, assegurará que a rede Facesp permaneça integrada, mantendo a capilaridade geográfica como diferencial competitivo", afirmou o superintendente da federação paulista, que na elaboração do projeto contou como apoio de um grupo de trabalho formado por vice-presidentes da federação e membros do Comitê de Assessoria à Presidência da Facesp.

De acordo com o Alfredo Cotait Neto toda a diretoria encontra-se envolvida neste Plano de Fortalecimento. "Este plano era um anseio da rede de associações comerciais e graças ao trabalho exemplar do nosso superintendente-geral Natanael dos Anjos agora ganha forma", destacou o representante das associações comerciais do Estado de São Paulo, ao elogiar a performance do superintendente da federação que se dedicou sobremaneira para a elaboração e conclusão do plano. "A primeira etapa de implantação do Plano de Fortalecimento prevê a realização de convenções nas seis macrorregiões, conforme o Estado foi dividido", anunciou Alfredo Cotait Neto. "As convenções contarão com palestras e ações de fomento e estímulo ao desenvolvimento das associações comerciais, especialmente, as de pequeno porte", reforçou o dirigente sobre a preocupação da realização do plano.

Os produtos e serviços da rede Facesp (Certificação Digital; Instituto Talentos; ACCelular; Certificado de Origem; ACCredito; e Boa Vista SCPC) serão detalhados durante estes encontros. Em paralelo às convenções foi dado início ao processo de contratação dos agentes de desenvolvimento regionais. Estes profissionais terão a missão de auxiliar os executivos e os presidentes das associações comerciais a melhorarem a gestão e a performance das entidades. "Para fazer parte do Plano de Fortalecimento, contrapartidas serão solicitadas às associações comerciais", alertou Adriano Luiz Martins ao citar: a participação compulsória na convenção dos presidentes e executivos das associações comerciais; o preenchimento da ferramenta de gestão "Programa de Desenvolvimento Organizacional" (PDO); estar adimplente com a Facesp e com a Boa Vista SCPC; e utilizar serviços da Boa Vista SCPC.

Reunião aconteceu em São Paulo e agora passa para a execução do que foi planejado

FAÇA DO SEU EVENTO UMA EXPERIÊNCIA DIFERENCIADA

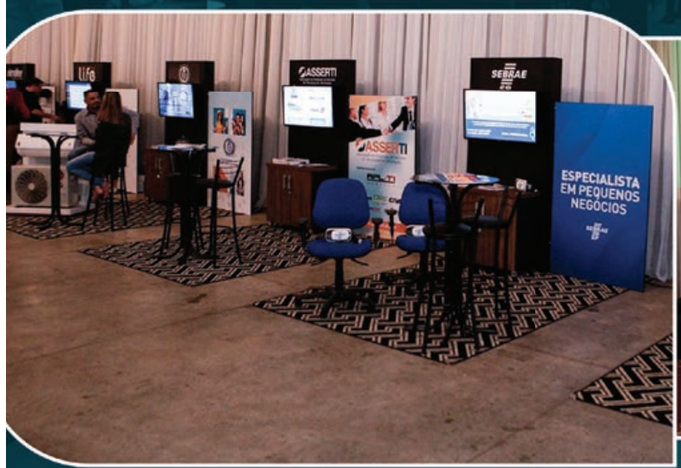
ESTANDES ACIM

Acerte em cheio na organização do seu evento com os estandes totalmente personalizáveis da Acim. Com um conceito moderno e de simples ultilização, os estandes irão trazer praticidade e o brilho que seu evento precisa para ser único.

Suporte completo para a instalação e preparação dos estandes

Transporte
Montagem
Desmontagem
Assessoria no evento

Visite o Estande montado na Acim!



Agende uma visita!

(14) 3402-3300 (14) 99702-7146

contato@acim.org.br acim.org.br

ACIM MARÍLIA/SP

VEM AÍ

EVENTO

CONNECT ACIM 2020

CONECTANDO PESSOAS INSPIRANDO INOVAÇÃO

ACIM
MARÍLIA/SP