

ACIPI

Associação Comercial e Industrial de Piracicaba

90

ACIPI
Associação Comercial e Industrial de Piracicaba

90

RELATO DE **MARCOS BULZARA**

Associação Comercial
e Industrial de Piracicaba
ACIPI

INOVAR PARA O FUTURO

Relato de Marcos Bulzara



FICHA TÉCNICA

Coordenação Editorial
Valter Jeronymo

Historiador
Lucas Magioli

Coordenador de Comunicação
Evandro Evangelista

Jornalista
Juliana Franco

Revisão
Ediane Silva

Foto da Capa
Eduardo Martins

Vídeos Históricos
Luciano Silva

Projeto Gráfico e Diagramação
Marisa de Sena Nachif

LIFE EDITORA

Campo Grande
Rua General Lima de Figueiredo, 131, Bairro Santo Antonio
CEP 79100-280, Campo Grande, MS, Brasil
Telefone: Celular/WhatsApp: (67) 99297 4890

São Paulo
Av. Paulista, 2202, 7º andar, Conjunto 73
CEP 01310-300, São Paulo, SP, Brasil
Telefone: (11) 3508-1941

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Associação Comercial e Industrial de Piracicaba - ACIPI

ACIPI 90 anos - Inovar para o Futuro / Marcos Bulzara – São Paulo, SP:
Life Editora, 2023.

120p. : il. : 30 cm

ISBN 978-65-5887-303-5

1. História 2. Piracicaba 3. Comércio e Indústria I. Título

CDD - 981

Proibida a reprodução total ou parcial, sejam quais forem os meios
ou sistemas, sem prévia autorização da detentora dos direitos autorais.



*“A ACIPI inova e chega aos 90 anos
almejando mais e com os olhos firmes no futuro,
rumo ao centenário.”*

Marcelo Delfini Caçado
Presidente da ACIPI





Associação Comercial e Industrial de Piracicaba

PALAVRA DO PRESIDENTE

90 anos de história!

Aquela frase: “daria um livro!” cairia bem para a ACIPI.

A dificuldade foi condensar tantos acontecimentos importantes nestas páginas. Mas conseguimos!

Aqui, você, leitor, vai conferir um pouco de tudo o que a ACIPI vivenciou, da forma como ela atuou, de quais fatos participou ou mesmo foi protagonista, nessas nove décadas.

Muitos foram os que passaram por aqui neste período e, sem dúvida, cada um deixou um pouco da sua marca e história também, para permitir que a ACIPI seja o que é hoje: referência. Algo que não é dito por nós, mas por quem é de fora do nosso universo cotidiano, muitas vezes, e isso nos enche de orgulho. Claro que aumenta também a responsabilidade, para fazermos sempre mais e melhor.

Nestas páginas, em forma de linha do tempo, temos os acontecimentos contados por um personagem: o senhor Toninho, dono de uma alfaiataria. Relembramos inúmeros eventos que marcaram Piracicaba e que tiveram participação efetiva da nossa entidade. Decisões, discussões, debates, campanhas, atos, protestos, divulgações, entre tantos fatos que a ACIPI pôde contribuir com a cidade e com a população.

Nosso outro desafio para esta publicação, foi de “viajar” ao passado, para lembrar os fatos, mas entregá-los a você, leitor, de forma moderna e inovadora. E aí entra a tecnologia, aliada a inovação. Então, disponibilizamos um QR Code pelo qual você poderá acessar vídeos históricos e depoimentos da nossa diretoria. Aproveite esta experiência.

Esperamos que você, assim como nós, consiga navegar por esses 90 anos da ACIPI, ao repassar cada uma dessas folhas, com o sentimento de ter, também, vivido tudo isso.

O que mais nos deixa felizes em celebrar este marco é saber que tudo o que foi construído teve muito amor, dedicação e respeito envolvidos. E, portanto, essa história se fez concreta.

A ACIPI é Piracicaba, é a região, é o comércio, a indústria e o setor de serviços. É cada piracicabano, é o seu associado, é o empresário, o empreendedor, é a união de todos os esforços. Você, que nos lê, também é a ACIPI. Obrigado por estar conosco!

A ACIPI inova e chega aos 90 almejando mais e com os olhos firmes no futuro, rumo ao centenário.

Boa leitura!

*Marcelo Delfini Caçado
Presidente da ACIPI*



Marcelo Delfini Caçado
Presidente da ACIPI

Aponte o seu celular para o QR Code ao lado
e assista a mensagem do Presidente.





CONSELHO CONSULTIVO

Presidente
Luiz Carlos Furtuoso

Vice-Presidente
Eliana Caneva Aguilera

Secretário
César Lásaro Ferreira Costa

Coordenadora do CME
Silvanete Borges Neves

Coordenador do CJE
Lucas Henrique Ballotta

CONSELHEIROS

Adriana Maria de Lara Storel

Alex Milani Garcia

Altair Aparecido Defavari

Anselmo Borges da Silva Filho

Augusto Cesar Brocchi Mafia

Claudio Luiz Monte Bello

Cláudio Roberto Zambello

Doracy Piva Davanzo

Elisabete Mazero

Euclides Baraldi Libardi

Flavio Luis Cópoli

Gabriel de Oliveira Duarte

Gustavo Chiarinelli Barreira

Henrique Berbert de Amorim Neto

Hermenegildo Vendemiatti

José Orlando Rizzato

Luiz Angelo Sabbadin

Marcelo Antonio Ferraz

Marcelo Batuíra C. L. P. de Mello

Marcos Rogério Rossi

Orlando José Berto

Ronaldo Menegalli

Sueli Lopes Garcia

Waldomiro Scarpari

DIRETORES

Aldano Benetton Filho
Celisa Annichino Amaral Frias
Damaris Aparecida Verderame
Fernando José Nardotto Kroll
Gustavo Carnio Garcia Gutierrez
José Francisco Calil
Juliano Meneghel Dorizotto
Lourenço Jorge Tayar
Luis Francisco Schievano Bonassi
Luis Gustavo Berto
Odair Luiz Renosto
Moacir José Lordello Beltrame
Palmiro Cesar Romani
Paulo Roberto Checchi
Pedro Isamu Mizutami
Thiago Lima Salgado
Valter Garcia Junior

Coordenador do Conselho
dos Ex Presidentes
Angelo Frias Neto

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente
Marcelo Delfini Cançado

1º Vice-Presidente
Mauricio Benato

2º Vice-Presidente
Rodrigo Mario dos Santos

3º Vice-Presidente
Jorge Aversa Junior

1º Secretário
Marcos Marcelo de Moraes e Matos

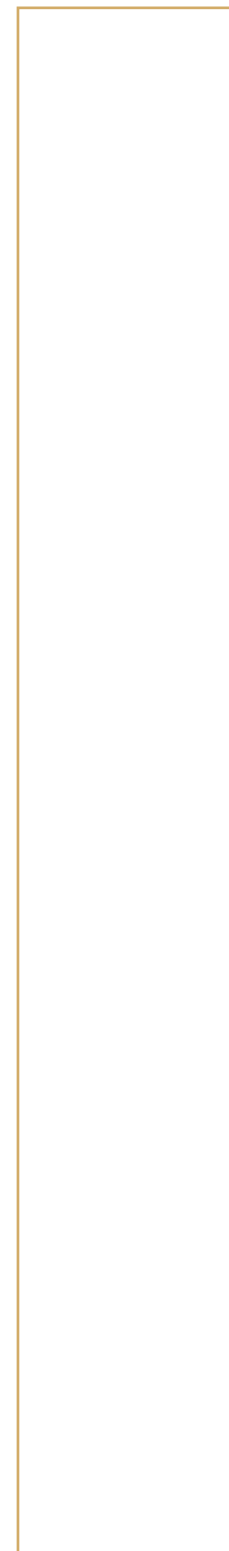
2º Secretário Adjunto
Adenir José Graciani

1º Diretor Financeiro
Antonio Carlos Schievano

2º Diretor Financeiro Adjunto
Dairo Bicudo Piai

Diretor Administrativo
José Antônio de Godoy

Diretor de Relações Públicas
Guilherme Gorga Mello





SUMÁRIO

- 13** • Marco Zero
- 17** • Onze Homens e Um Segredo
- 21** • Orçamento e Energia
- 23** • Mais Tributos
- 27** • Armas e Fardas
- 29** • Caipiraban
- 33** • Somos Aliados
- 35** • Entidade Pública
- 37** • SPC
- 39** • Telefônica
- 43** • Bye Bye, Mercadinho
- 45** • Semana Inglesa
- 49** • Comurba
- 53** • Placas
- 56** • Faculdade de Engenharia
- 60** • Sócio 1.000
- 61** • Novo Nome, Nova Sede
- 67** • Descentralização Industrial
- 75** • Cursos, Seminários, Treinamentos
- 77** • XV de Piracicaba
- 82** • Informatização
- 83** • Plano Real e o Pacote ACIPI
- 85** • ACIPI, Piracicaba e o Rio
- 93** • Memorial do Empreendedorismo
- 95** • Piracicaba 2010
- 98** • Mulher Empresária / Jovem Empresário
- 99** • Novo Milênio
- 101** • Escola de Negócios
- 102** • Região Metropolitana de Piracicaba
- 103** • Parada Obrigatória
- 105** • Inova(ção)
- 108** • Epílogo
- 109** • A História Não Para
- 117** • Bibliografia





Vista Aérea de Piracicaba/SP. Anos 40. Fonte IHGP.



1930



1) Primeira Assembleia de Fundação da Associação Comercial, 9 de julho de 1933.



2) Theatro Santo Estevam.



3) Membros da 1ª Diretoria da ACIPI, 1933.



Theatro Santo Estevam e o Largo do Theatro. Acervo: IHGP.

MARCO ZERO

Numa tarde fria de julho de 1933, atendendo a uma convocação feita pela imprensa, um grupo de 106 empresários se reuniu no extinto Theatro Santo Estevam, no centro da cidade.

Piracicaba contava com pouco mais de 70 mil habitantes e o país vivia uma situação de incerteza econômica e política, devido à crise do café e o fim da Primeira República, além das complicações geradas com a recente Revolução Constitucionalista de 1932. Era imprescindível a criação de uma entidade que defendesse os interesses do empresariado, do comércio e da indústria.

Era o momento perfeito para a criação da ACIPI.

Como consequência daquela convocação e diante da enorme demanda de uma liderança empresarial, mais de duas centenas de empresários se inscreveram para formar o quadro de sócios inaugural da ACIPI, um número relevante, levando-se em conta o tamanho da cidade.

Desde aquela tarde fria, muita coisa aconteceu.

Neste livro, você encontrará mais do que um registro histórico de uma entidade que tem como objetivo fomentar o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico dos seus associados. Também será guiado pelas linhas do tempo numa narrativa em ordem cronológica e poderá acompanhar o envolvimento da ACIPI em alguns episódios que marcaram Piracicaba, o Brasil e o mundo.

Além disso, esse relato apresenta, do mesmo modo, a relevância que a ACIPI sempre demonstrou em cada momento da nossa história — apoiando e fortalecendo as atividades empresariais de Piracicaba e, conseqüentemente, colaborando para o seu desenvolvimento socioeconômico. Fica evidente que essa parceria que a ACIPI tem com a nossa cidade foi determinante para que Piracicaba conquistasse a importância e o protagonismo que ostenta na atualidade — não apenas na região, mas também no estado de São Paulo e no país.

A ACIPI tem um legado, um patrimônio que foi construído ao longo de 90 anos e que revela um DNA de compromisso com o progresso. Ao longo dessas nove décadas, ela trabalhou lado a lado com comerciantes, industriais, empresários do agronegócio e prestadores de serviços, promovendo incontáveis eventos que ajudaram a forjar a nossa economia e a consolidar a nossa classe empresarial. Nos orgulhamos em ser protagonistas, juntamente a todos os nossos associados, na construção do futuro de Piracicaba.

O futuro é uma certeza, entretanto acreditamos que, ao olharmos para o passado, aprendemos com a nossa história, nos emocionamos com as nossas memórias e damos ainda mais valor ao nosso caminho.

Boa leitura!



Prédio da Antiga Prefeitura e Câmara Municipal e Depto de Água e Esgoto, década de 1970. Fonte IHGP.



Praça José Bonifácio - Piraciaca/SP, década de 1950. Fonte IHGP.



Primeira Assembleia de Fundação da Associação Comercial, 9 de julho de 1933. Acervo Jornal de Piracicaba.

ONZE HOMENS E UM SEGREDO

Junho, 1933.

O dia ainda não havia amanhecido, porém o sol parecia não ter interesse em aparecer. O céu tinha uma cor azul-cobalto e estava fechado por grossas nuvens; mesmo assim, não choveria. O orvalho deixava a vegetação úmida, e a brisa gelada anunciava o frio que não dava trégua.

João Antônio tomava os primeiros goles do seu café Morro Grande em silêncio, sozinho, sentado em sua velha poltrona de veludo marrom, olhando, através da janela da sala, para a rua ainda deserta. Como de costume, antes que a xícara ficasse vazia, ouviu os passos da esposa arrastando os chinelos no chão de madeira gasto da cozinha enquanto arrumava a mesa. Ela ligou o moderno aparelho Capelinha RCA, sintonizou na Rádio Clube do Brasil e, então, fez um sinal para o marido. Os dois sentaram-se à mesa e começaram a comer o pão que ela havia feito no dia anterior e a tomar café com leite. Era hábito conversarem sobre algum artista que estava cantando ou sobre o que ele gostaria que ela fizesse no almoço, ou sobre os materiais que ele precisava comprar para a alfaiataria.

Todavia, naquele dia, o Seu Toninho — como era conhecido pela maioria — não prestava atenção à música e muito menos à conversa da esposa. O café parecia um pouco mais amargo e o pão tinha um gosto diferente, era como se o dia ainda não houvesse despertado. A resposta para aquilo certamente era a preocupação com os negócios. A situação do país era delicada, com entraves na política e na economia. Um ano antes, o estado de São Paulo havia iniciado um conflito armado, um levante contra o governo provisório do presidente Getúlio Vargas, exigindo uma nova constituição. A chamada Revolução Constitucionalista gerou um conflito que serviu para agravar ainda mais a situação econômica, que já estava complicada com a crise do café de 1929. Diante daquele contexto político e econô-

mico, era natural que a classe empresarial sentisse, refletida em seus negócios, as consequências daquele cenário.

Não seria diferente com o Seu Toninho.

Ele era alfaiate, tinha uma oficina quase no final da Rua do Comércio — hoje Governador Pedro de Toledo — que herdara do pai. A alfaiataria ficava a pouco mais de uma quadra de um terreno, que, alguns anos depois, se transformaria no estádio Roberto Gomes Pedrosa, a primeira arena do XV de Piracicaba.

Seu Toninho aprendera o ofício ainda menino e, com 12 anos de idade, já trabalhava em meio período. Dividia o seu tempo entre a escola e a função de aprendiz de alfaiate, enfiado no meio de cortes de tergal e de linho, moldes, linhas e agulhas, aviamentos, entre outros. Aquilo já fazia muitos anos. O pai morrera no começo do século, e ele havia assumido o negócio, que lutara muito para fazer prosperar. Havia conseguido.

Contudo, diante daquela situação de incertezas que o país atravessava, muitos clientes deixavam de encomendar novas peças de roupa, alguns atrasavam os pagamentos, outros cancelavam os pedidos e até alguns velhos clientes, do tempo do seu pai, já começavam a visitar sua alfaiataria com menor frequência. Era isso que o estava preocupando. Alguns de seus amigos, que também tinham negócios, igualmente sentiam as dificuldades que aquela recessão teimava em provocar.

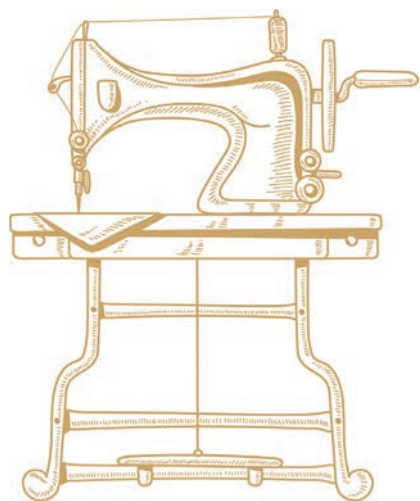
Antes de terminar o café da manhã, Seu Toninho ouviu o barulho característico do jornal sendo jogado junto à porta de entrada. O homem gostava de dar uma olhada no periódico antes de sair para o trabalho. Levantou-se, abriu a porta da frente e pegou o exemplar do Jornal de Piracicaba no chão. Olhou para o céu, o dia já havia clareado bem, mas o tempo

permanecia nublado, e a rua já não estava tão deserta. Transeuntes circulavam pelas calçadas, apressados, e carroças dividiam o meio-fio com alguns automóveis e bicicletas.

Seu Toninho voltou para dentro de casa e viu, já na primeira página, algo que chamou a sua atenção. Era uma convocação para que os comerciantes, industriais e empresários do agronegócio comparecessem ao Theatro Santo Estevam, no centro da cidade, no dia 9 de julho. Ele sentou-se em sua cadeira e leu o texto com interesse. Dizia respeito à criação da Associação Comercial de Piracicaba. O artigo seguia informando que ela seria criada nos mesmos moldes de outras associações que já existiam em outras cidades do estado e do país e que serviria para fomentar os negócios e auxiliar a classe empresarial.

Pela primeira vez depois de um bom tempo, Seu Toninho percebeu uma pontada de esperança de que a situação do país fosse melhorar. Ele sabia que isso não dependia exclusivamente do esforço ou da competência da classe empresarial, mas sim de um conjunto de ações e de condutas que poderiam recolocar a cidade, o estado e o país nos trilhos. Então imaginou que a criação daquela associação comercial poderia ser um passo importante para que as coisas começassem a mudar.

Naquela manhã, quando o Seu Toninho saiu para o trabalho, ele tinha uma certeza: a de que estaria, no dia 9 de julho, naquela reunião.



É importante ressaltar que a primeira Associação Comercial nasceu no Rio de Janeiro, em 1808. Na sequência, em 1811, surgiu a Associação Comercial da Bahia e, depois, surgiram as associações do Pará e de Pernambuco, em 1919. O evento que impulsionou a criação das associações comerciais foi a abertura dos portos, em 1808. Essa decisão, tomada pela corte de Portugal, fortaleceu o comércio do Brasil com diversos países, em especial, com a Inglaterra. Surgiram oportunidades inéditas de importação e exportação que exigiam dos grandes centros de comércio do país avanços para se adequar àquele novo momento histórico.

Essa inovação nas condições das relações comerciais do Brasil com os países amigos de Portugal, fortalecida também pelo crescimento expressivo das imigrações em nosso território, foram as responsáveis pelo surgimento de diversas associações comerciais, que, depois, começaram a se multiplicar pelo interior. Surgia a necessidade de união e fortalecimento entre grupos empresariais, que se associavam a fim de defender seus interesses.

Esse cenário cresceu durante todo o século XIX e continuou até meados do século XX, num período em que Piracicaba já se destacava pela sua capacidade empresarial, tanto no setor agrícola quanto na indústria e no comércio. Na década de 1920, algumas cidades vizinhas já haviam se mobilizado para a criação das suas associações comerciais — Campinas (1920), Sorocaba (1920), Rio Claro (1922) e Mogi Mirim (1929).

É nesse contexto que acontece a criação da ACIPI, em 1933. Ela corroborava um movimento empresarial associativo que crescia no estado de São Paulo. Era imprescindível que Piracicaba, uma das cidades de maior relevância na sua região, também fizesse parte desse movimento, que teve o seu início naquela tarde do dia 9 de julho de 1933.

Associação Commercial de Piracicaba

Deve ser hoje oficialmente fundada a agremiação dos commerciantes de nossa cidade

Consoante as noticias que vimos publicando, effectua-se hoje, ás 15 horas, no Theatro Santo Estevam, a primeira assembléa dos commerciantes desta cidade, que se reunirão para a fundação de sua sociedade de classe.

Para essa reunião, são convidadas todas as pessoas inscriptas ou que se interessam pela associação, devendo ser ventilados assumptos de alta relevancia, taes como a escolha da directoria, elaboração dos estatutos, forma de organização, etc.

Da commissão organizadora da Associação Commercial de Piracicaba, recebemos o seguinte communicado

• Deverá ser hoje, ás 15

horas, no Theatro Santo Estevam, installada a Associação Commercial desta cidade.

Para essa reunião estão convidados, por intermedio do «Jornal», todos os associados, bem como es commerciantes e industriaes que, não se achando ainda nella inscriptos, desejarem fazer parte da mesma.»

Operarios panificadores

Realiza-se amanhã, ás 9 horas, na séde do Centro dos Syndicatos Trabalhistas, sita á Praça 7 de Setembro, 21, uma reunião dos operarios panificadores, afim de se eleger a directoria desse syndicato.

Syndicato em Fiação e Tecelagem

Os associados deste syndicato são convidados a comparecer hoje, ás 15 horas no Centro dos Syndicatos Trabalhadores, á praça 7 de Setembro, 21, para uma reunião.



Além do Seu Toninho, outros 105 empresários compareceram ao Theatro Santo Estevam para a reunião que chancelaria o início da Associação Comercial de Piracicaba, num movimento inicial que já revelava a pujança da entidade: mais de 200 empresários de diversos setores haviam se cadastrado previamente a fim de compor o quadro de sócios.



Além das tratativas protocolares, a reunião foi importante para revelar aos participantes os objetivos para a criação daquela associação comercial e explicar como ela seria regida.

Passava um pouco das 18h daquele 9 de julho, quando foi finalizada a votação para a eleição dos dirigentes que seriam responsáveis em finalizar os trabalhos de ordenação da entidade e que promoveriam uma eleição, pelo voto secreto, da diretoria definitiva, que ficaria à frente da primeira gestão.

Essa eleição aconteceu três semanas depois, no dia 30 de julho, quando foram eleitos os 11 homens que formaram a primeira diretoria da ACIPI: Luiz Dias Gonzaga; Terênzio Gallese; Luiz Coury; Manoel Ignácio da Motta Pacheco; André Ferraz Sampaio; Luiz Gonzaga de Lima; Ermelindo Del Nero; Elias Daibes; Esmeraldo Müller; Mário Lordello; Henrique Nehring.

No dia 6 de agosto, uma semana após a votação, a diretoria eleita tomou posse e começou efetivamente a trabalhar, sob a presidência de Luiz Dias Gonzaga, que seria eleito prefeito de Piracicaba alguns anos depois. E já iniciou sob uma grande demanda de soluções para situações que necessitavam de uma interferência direta.

Havia uma mobilização não apenas dos associados da ACIPI, mas também da população piracicabana, referente aos preços abusivos cobrados pela *The Southern Brazil Electric Company Limited*, a companhia responsável pelo fornecimento de energia elétrica na cidade.

Os preços exorbitantes eram um entrave, tanto para as empresas radicadas em Piracicaba, que viam os custos de produção crescerem devido às taxas de energia, como para a população em geral. A ACIPI se colocou à frente dessa batalha de forma intensa, discutindo, debatendo, exigindo uma posição da administração pública, tratando, inclusive, pessoalmente sobre o caso com o governador do estado, Armando

de Salles Oliveira, lutando de todas as formas para que a situação fosse equacionada.

Havia diversas outras situações prementes, como a redução de impostos, a questão do serviço telefônico, a construção de uma agência dos Correios, uma definição sobre o horário de funcionamento do comércio, entre outras.

Naquele inverno de 1933, a Associação Comercial de Piracicaba deu os seus primeiros passos. Desde o começo, ela esteve presente em praticamente todas as demandas de cunho empresarial e que envolviam uma ação direta dos seus dirigentes em favor de uma política econômica e social que fosse propícia ao desenvolvimento e ao progresso de Piracicaba.

Quando aquele ano chegou ao fim, o Seu Toninho percebeu que, aos poucos, as coisas começavam a tomar um novo rumo. As dificuldades ainda estavam lá, porém havia uma esperança, um sopro de mudança indicando um futuro mais promissor. Ele teve a convicção de que não apenas a sua história de pequeno comerciante seria diferente, mas a história de Piracicaba também seria.



JORNAL DE PIRACICABA

Director: LUSSO NETTO

Propriedade de: J. R. LOSSO & CIA.

Gerente: EUGENIO L. LOSSO

ANO XLIII

ASSINATURAS

Cidade — Ano, 30300; Trimestre, 105
Para — Ano, 563000; Trimestre, 108

PIRACICABA — Quarta-feira, 2 de Setembro de 1942

REDAÇÃO E OFICINAS

Rua Moraes Barros, 829. Tel. 7

Nº 13.949

Mal a ACIPI havia começado os seus trabalhos como entidade representativa e proliferaram solicitações dos seus associados que buscavam o apoio em algumas demandas importantes. Duas delas foram as principais naquele início: a redução dos impostos municipais e o problema com os valores percebidos como exorbitantes, que eram cobrados pela *The Southern Brazil Electric Company*, empresa de energia elétrica. A classe empresarial trabalhava em meio a uma crise econômica que se prorrogava sem dar sinais de arrefecimento. Longe de ser um problema apenas daqueles tempos, a questão tributária sempre foi um tema de extrema relevância e que afeta diretamente o setor produtivo e comercial e, conseqüentemente, toda a sociedade civil. Do mesmo modo, indiscutivelmente, os investimentos em energia também são um dos principais componentes que acabam elevando os custos de produção das empresas. Os desafios se revelavam grandes, entretanto a ACIPI trabalhou intensamente para defender os interesses dos seus associados.

No final de outubro de 1933, menos de três meses após a sua constituição oficial, a ACIPI recebeu uma carta do então recém-eleito prefeito de Piracicaba — Cel. Joaquim Norberto de Toledo. Mais do que uma missiva de agradecimento do prefeito pela sua eleição, a correspondência oficial continha um pedido especial e que foi acolhido pela diretoria da entidade como uma oportunidade para, efetivamente, começar a trabalhar pelos seus objetivos. O prefeito solicitava à ACIPI que nomeasse um dos seus diretores a fim de que ele fizesse parte da equipe que seria encarregada

Asas para o Brasil

Chá Dansante, no próximo dia 12 - Campanha do brevê dos academicos de agronomia - Avião «Sorocabana»

Em meio à conturbação dos povos que, lançados precisamente há três anos na voragem da guerra, o Brasil, dentro dos princípios de solidariedade continental, acompanhava a conflagração mundial com atitude neutral, embora a consciência dos seus filhos intimamente repugnassem os métodos de barbarie usados pelos totalitários de atacar de surpresa, transpondo fronteiras antes amigas para o apunhalamento de populações civis. Há precisamente 3 anos os exercitos nazistas acenderam o rastilho de sangue, que tingiu o globo inteiro.

Apesar de ter feito todo o esforço para cumprir, como de fato cumpriu, todas as regras e leis internacionais o Brasil teve que aceitar o desafio dos sanguinarios tocateros do mar — porque o Brasil não poderia sofrer uma restrição à sua soberania. Aceitou o desafio e fará a guerra que lhe foi imposta — com alma, com entusiasmo, com unidade — para vencer e esmagar o inimigo. Porque não é possível que forças do mal possam continuar a desgraçar o mundo.

O Brasil, para sua defesa, precisa de azas e de asas que sobrevoem o seu territorio imenso, para a salvaguarda de sua integridade. Piracicaba esta integrada nesse grandioso movimento de civismo. Por todas as escolas vai um movimento para dar aviões ao Brasil.

Uma comissão de doutos ginásianos vai promover um Chá Dansante no próximo dia 12, nos salões da Sociedade Piracicabana de Socorros Mutuos, à rua D. Pedro I

serva da aviação nacional. Os ferroviarios da Sorocabana, em todas as seções, vão oferecer ás forças aereas do Brasil um avião que se chamará «Sorocabana». Os ferroviarios vão contribuir com um dia de seus salarios para essa campanha. Comissões serão encarregadas desse movimento, que está empolgando os ferroviarios da Sorocabana.

No movimento, iniciado aqui pelos funcionarios federais, em cooperação com a campanha da Rádio Tupi de S. Paulo, para a compra do avião de caça «Araraquara» contribuiram mais os seguintes srs.:

Arlindo de Oliveira	100
Agostinho Vieira Godoi	100
Inacio Leite de Negreiros	1000
Escola de Comercio «Cristóvão Colombo»	6835

Oferta de dois brasileiros

O nosso diretor recebeu ontem a seguinte carta, de dois meninos que desejam contribuir para a Vitória:

Informados, pela leitura do «Diario de S. Paulo», que a Rádio Tupi está recebendo donativos para, em leilão, apurar fundos em beneficio da compra do «Avião Araraquara», cuja campanha, nesta terra, esse diario tão brilhantemente patrocina, nós, pequeninos brasileiros, no nivel de nossa estatura, desejamos contribuir com um parafuso, ofertando as seguintes sete moedas dos seguintes países: Brasil (Imperio), Estados Unidos, Argentina, Uruguai, Bo-

A Escola de Comercio «Cristóvão Colombo» atende ao apelo de «Asas para o Brasil»

A Escola de Comercio «Cristóvão Colombo» orientada pelo espirito jovem e patriótico do prof. Antonio Zanin, é um educandario onde, desde ha muitos anos, se ensina e se cultiva o amor da Patria. Com um seleto corpo de professores, e bem um estabelecimento que cuida seriamente para o preparo tecnico-profissional dos nossos moços. Nesta emergencia — era de ver se — não ficaria a margem dos acontecimentos que empolgam a cidade e a nação. E de fato não ficou. Fez um belo movimento em prol da aquisição do «Araraquara», a ele concorrendo a diretoria e os corpos docente e discente, apurando a importantissima soma de 6835000, que ontem foi entregue pelo prof. Zanin, ao diretor deste diario.

Um expressivo telegrama ao presidente Vargas

O Centro Academico «Luiz de Queiroz», que acaba de abrir entusiasmaticamente a Campanha do Brevê, enviou ao presidente Vargas o seguinte telegrama:

Dr. Getulio Vargas, Presidente da Republica Rio

O Centro Academico «Luiz de Queiroz» desejando cooperar mais eficientemente trabalhos de defesa Brasil honra se comunicar Vossencia de inicio campanha formação mais pilotos civis pt jovens piracicabanos conduzirão aviões vitória pt

Pelo Centro Academico «Luiz de Queiroz» Heladio do Amaral Melo



da elaboração do orçamento municipal referente ao ano de 1934. Aquele ofício caracterizava a relevância que a entidade já sinalizava naquele início, além de indicar um caminho. Aquele cenário político *sui generis*, que contou com a presença de um diretor da ACIPI trabalhando junto à Câmara Municipal — atendendo a uma solicitação excepcional do chefe do executivo —, marcou o início de uma trajetória de cooperação com o poder público, numa relação de parceria que perdura desde a sua fundação e que prosseguiria se fortalecendo com o passar dos anos, se tornando ponto fundamental para o seu sucesso.

Manoel Ignácio da Motta Pacheco foi o diretor nomeado como representante da ACIPI para participar do Conselho Consultivo Municipal, o comitê que foi responsável pelos debates referentes à formulação do orçamento municipal de Piracicaba do ano subsequente. Seu dinamismo empresarial e sua experiência como homem do comércio foram importantes naquele momento da história da associação. Aproveitando-se da proximidade com a gestão do município, e diante da crise que perdurava no setor empresarial, a ACIPI protocolou um pedido de redução dos impostos municipais para comerciantes e industriais numa proporção de 10% — sendo que o pedido foi deferido pela prefeitura.

A outra reivindicação premente — referente ao problema relacionado

à energia elétrica — exigiu um esforço maior. A ACIPI nomeou uma comissão para tratar a questão junto à empresa *The Southern Brazil Electric Company*, travando um embate custoso e que parecia sem previsão de uma solução favorável. Lideradas pela ACIPI, outras entidades de classe foram convidadas para um debate com o propósito de discutir estratégias e viabilidades sobre o assunto, unindo forças naquele tema que era uma pedra no sapato de todos. Ainda sem obter êxito em suas investidas, a ACIPI recorreu mais uma vez à estratégia política e nomeou uma comissão para viajar a São Paulo a fim de se encontrar com o então governador do estado, que havia sido nomeado interventor federal após a revolução de 1932, Armando de Salles Oliveira. Em virtude das constantes reclamações referentes ao problema, o estado nomeou uma comissão para estudar os contratos da empresa *Brazil Electric*. O médico Paulo de Moraes Barros foi enviado como delegado nessa comissão para discutir o problema em nome de Piracicaba.

A iniciativa trouxe resultados. Depois de tantos embates, a empresa fornecedora de energia concedeu uma redução nos preços enquanto perdurasse a crise.

Não resta dúvida de que a participação efetiva da ACIPI nesse pleito foi determinante para o sucesso. Era a prova de que a entidade caminhava no rumo certo, cumprindo a sua missão.

MAIS TRIBUTOS

O Seu Toninho conseguiu passar pela crise, apesar de todas as dificuldades. Os anos seguintes à criação da ACIPI não foram tão fáceis, os desafios pareciam se multiplicar, porém as coisas começaram a se encaminhar. Ele viu, aos poucos, os clientes retornarem à sua alfaiataria, assim como surgiram novos clientes, fazendo com que a demanda o obrigasse a contratar mais um ajudante. O comércio em geral ainda não estava forte, todavia sinalizava uma retomada e as coisas caminhavam um tanto melhor. Havia a expectativa de que as crises do passado ficariam definitivamente para trás, e a esperança de um futuro promissor cada vez mais se apresentava como realidade para o país.

No entanto, em meados do ano de 1938, foi divulgada uma informação não muito agradável: a Coletoria Estadual projetava uma majoração nas taxas e impostos para indústria e comércio em porcentagens muito acima do aceitável. Os números que estavam sendo propostos giravam em torno de 50% a 200%, um aumento inadmissível, em vista da situação empresarial naquele momento.

A notícia caiu como uma bomba para os empresários, ameaçando reconduzir o fantasma da crise, que não estava totalmente sepultado. Novamente a questão tributária voltava a ser o centro das atenções e algo precisava ser feito,

uma vez que aquela situação afetava diretamente toda a população e não somente os industriais e comerciantes.

Mesmo o Seu Toninho, um microempresário (termo que ainda não havia sido criado), sentiria no bolso o arrocho tributário e veria os valores dos insumos da sua alfaiataria crescerem substancialmente, o que influenciaria diretamente nos preços cobrados dos seus clientes. Mais uma vez ele via a insegurança em relação ao futuro assombrar os seus negócios. A ACIPI não demorou para entrar em ação. Foi marcada uma reunião extraordinária na qual o assunto foi deliberado em caráter de urgência. Esse seria um dos últimos atos do primeiro presidente da história da ACIPI, Luiz Dias Gonzaga.

Como resultado dessa reunião, foi nomeada uma comissão para viajar a São Paulo com a responsabilidade de tratar o problema junto ao diretor geral da Receita Federal, bem como ao secretário estadual da Fazenda. Era necessária habilidade para as negociações e pulso firme para apresentar a perspectiva empresarial sem causar melindres ou provocar afrontas que pudessem complicar a situação.

No que diz respeito à questão tributária, esse embate entre iniciativa privada e poder público é assunto interminável. É evidente que o poder



Caminhões com peças fabricadas pela Mause.



Rua do Comércio, atual Rua Governador Pedro de Toledo.



executivo planeja e consolida todas as suas ações mediante os recursos advindos dos impostos. A matemática simples revela que, quanto mais recursos, mais equilibrado fica o caixa e mais obras e assistência o governo garante à população. Contudo, o outro lado da balança também é importante. Um peso menor na carga tributária reflete em mais produtividade industrial, o que eleva a receita das empresas, gera mais empregos e, conseqüentemente, faz a engrenagem da economia do país girar com mais dinamismo.

Trata-se de uma equação difícil de resolver, pois cada qual puxa de um lado e, além disso, sempre vence quem é mais forte.

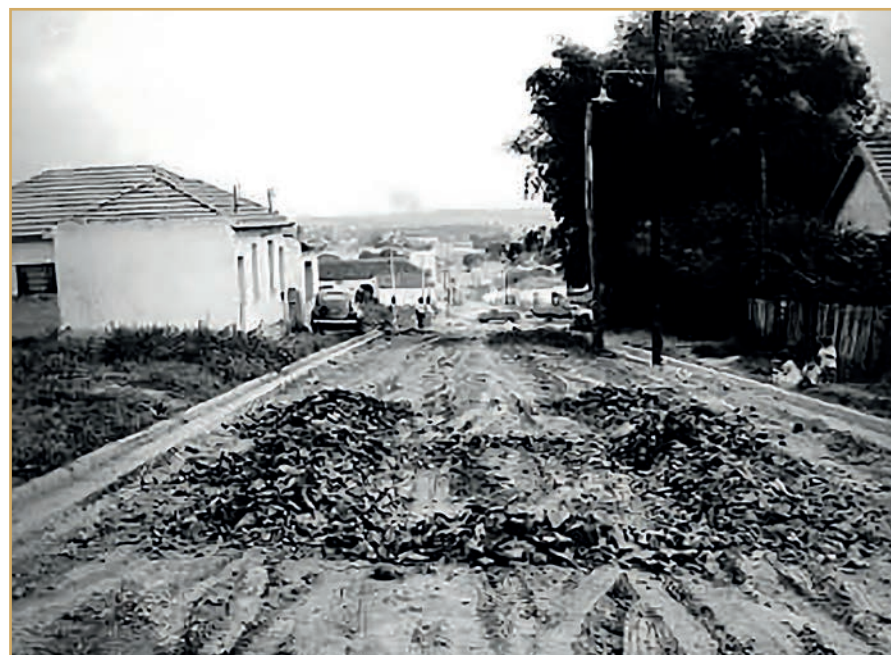
Por isso a ACIPI precisava apresentar às autoridades do tesouro estadual e federal a realidade vivida por uma parcela importante nessa engrenagem de sustentação econômica — a classe empresarial. Procurando não entrar num embate extenso e infrutífero, era necessário apresentar subsídios que auxiliassem o governo a entender o outro lado da moeda — que uma economia menos archoada pelas questões tributárias também tem suas vantagens. Além do mais, as indústrias e o comércio ainda viviam uma retomada do crescimento em função da grave crise experimentada na década anterior. O setor empresarial precisava de um fôlego e um aumento dos impostos era algo que caminhava na contramão dessa retomada.

Luiz Coury, vice-presidente na época, um dos fundadores e provável futuro presidente da entidade, foi nomeado pelo presidente para liderar a comissão nessas negociações.

E se as negociações não trouxeram resultados amplamente positivos como era esperado, pelo menos, a curto prazo, houve um sinal de que o diálogo estava aberto. Apesar de o governo não confirmar com todas as letras que indeferiria o aumento dos impostos, ele sustou o referido aumento pelo período em que durassem as negociações com a classe empresarial.

Era quase nada, entretanto mostrava que o governo reconhecia que havia alguém do outro lado da mesa que possuía competências e autoridade para o diálogo.

O Seu Toninho se sentiu mais aliviado. Reconheceu novamente que a cidade tinha agora uma associação que o representava e que lutava com determinação pelos seus interesses. Aquele confronto deu-lhe — bem como a toda a classe empresarial da cidade — a certeza de que, se aquela não era uma vitória definitiva, era ao menos a constatação evidente de que a ACIPI possuía a capacidade de negociar em todas as esferas do poder público — municipal, estadual e federal. Era a constatação de que a entidade já começava a construir o seu *know-how* e tinha todas as condições de defender os interesses dos seus associados, colaborando para o desenvolvimento econômico de Piracicaba.



Asfalto da Rua Voluntários de Piracicaba com Silva Jardim, década de 1940.
Fonte IHGP.





ARMAS E FARDAS

Em agosto de 1938, Luiz Coury assumiu a presidência da ACIPI e, em sua primeira reunião oficial, informou aos seus diretores a respeito de uma solicitação feita pelo prefeito da cidade. O chefe do executivo estava empenhado em adquirir armamentos e fardas para aquilo que se denominaria como o “Corpo de Vigilantes Noturnos” da cidade.

O prefeito pedia o apoio da ACIPI nessa campanha, uma vez que a segurança pública era uma demanda que se ampliava à medida que o município crescia e se desenvolvia economicamente.

A ACIPI participou ativamente dessa campanha, prestando solidariedade ao município e colaborando para a formação daquela guarda. Essa corporação foi efetivada e permaneceu em atividade até meados de 1956, quando foi criada a Guarda Municipal.



1940



4) Praça José Bonifácio, Matriz de Santo Antônio, ao fundo sede da Companhia Paulista de Força e Luz - CPFL, c. 1945.



5) Jornal de Piracicaba, 2 de setembro de 1942.



Vista geral da Praça José Bonifácio. Fonte IHGP.

CAIPIRABAN

A moderníssima jardineira *Krāhenbühl* estava quase chegando a Piracicaba, vindo pela estrada de Rio Claro, quando uma das rodas dianteiras afundou num buraco e deu uma sacolejada tão violenta que o Seu Toninho bateu a cabeça na coluna lateral do veículo. O pobre homem estava tentando dormir, porém, em vez de um sono tranquilo, ganhou um galo na cabeça. Xingou o motorista, mas apenas em pensamento, e passou o restinho da viagem massageando o lugar dolorido e esbravejando contra a situação daquela estrada tão esburacada.

Aquele pequeno incidente com Seu Toninho serviu para corroborar as últimas notícias sobre a situação das estradas que chegavam a Piracicaba — estavam em situação precária e precisavam de manutenção. Apesar de a malha rodoviária ainda ser muito modesta em todo o estado de São Paulo, era clara a premissa de que havia a expectativa de um desenvolvimento em toda a região, sendo que Piracicaba fazia parte desse polo de crescimento. Quando se pensa em desenvolvimento econômico de uma cidade, é indispensável ter uma visão muito mais abrangente do que apenas o foco no próprio município, uma vez que uma boa interligação entre as cidades é indispensável para as relações comerciais. É pelas estradas, ferrovias, hidrovias — e mais recentemente, aeroportos — que os insumos são transportados, e a riqueza, estabelecida.

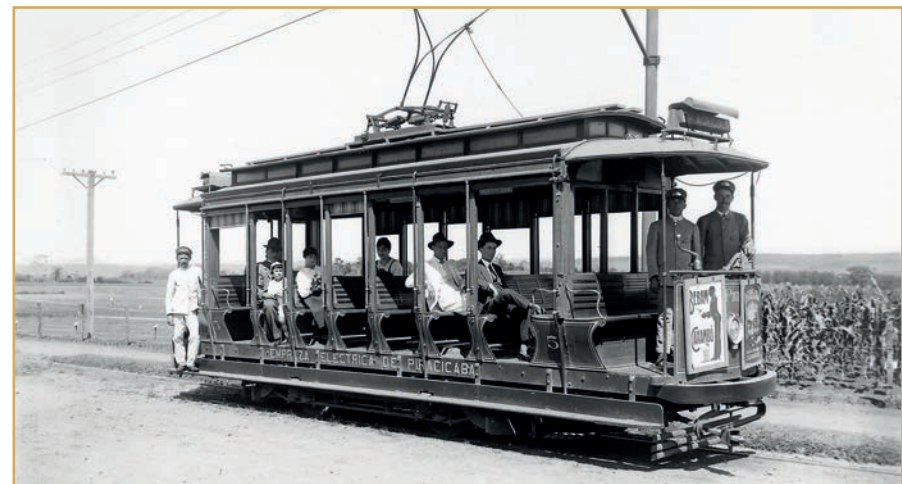
É fato que o poder executivo municipal havia criado um imposto extra visando a manutenção das referidas vias de acesso ao município. No entanto, as dificuldades não foram sanadas, e os buracos continuavam atormentando a vida de quem se utilizava das estradas. Essa situação levou um grupo de comerciantes a recorrer à ACIPI.

A associação enviou ofício ao então prefeito, Ricardo Ferraz de Arruda Pinto, cobrando uma posição sobre aquele transtorno, justificando que as condições precárias

das estradas se tratava de um problema que não prejudicava apenas a população que circulava pelas rodovias, mas, igualmente, industriais e comerciantes que se utilizavam delas para transportar seus insumos. O prefeito deu o seu parecer justificando a situação financeira da administração e se comprometendo a sanar o problema dentro das possibilidades do município.

Nesse mesmo período, havia outro problema que despertava a atenção de toda a comunidade — a abrangência do serviço dos Correios e Telégrafos. A cidade já contava com uma área urbana bem maior e a cobertura do serviço não estava sendo adequada. A ACIPI fez apelo diretamente à empresa de Correios e Telégrafos solicitando que ela se comprometesse a ampliar o atendimento para cobrir a demanda dos novos bairros que estavam se formando. A reivindicação foi recebida pela empresa, que se prontificou em estudar o assunto. Posteriormente, os Correios e Telégrafos iniciaram a ampliação do serviço de forma gradual.

Como em tantos outros casos, essa foi apenas mais uma intermediação da ACIPI numa questão que não estava ligada apenas aos interesses do comércio e da indústria — ou dos seus associados —, mas, igualmente, de toda a população.

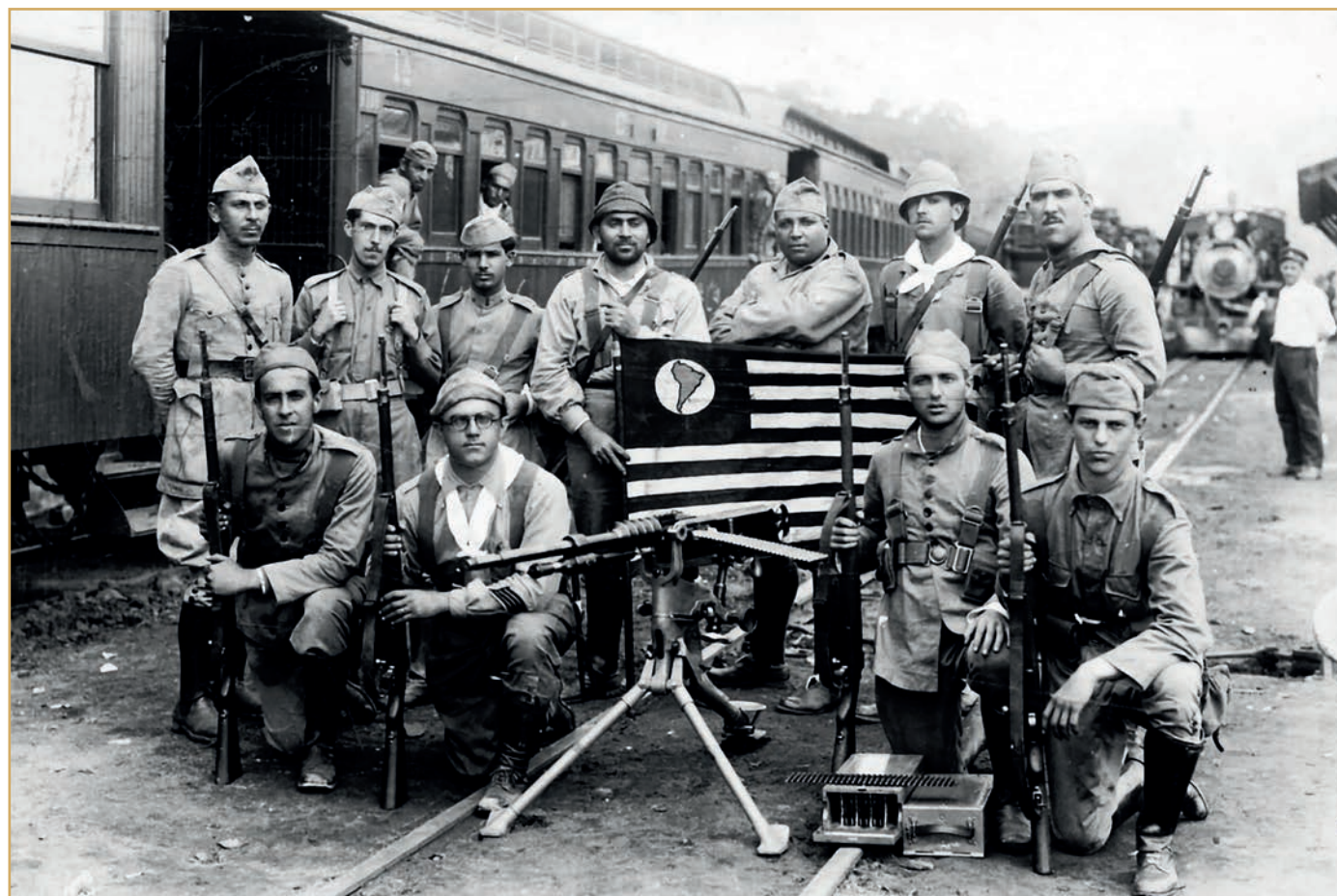




Estação da Paulista em Piracicaba/SP, década de 1940. Fonte IHGP.



Os bondes de Piracicaba - A Província - Paixão por Piracicaba.



Batalhão de Voluntários Comandado pelo Coronel Chico Vieira. Estação Barão Ataíba Nogueira.

SOMOS ALIADOS

— O que é isso, Toninho? — o homem perguntou assim que entrou na alfaiataria. Era magro, tinha os braços compridos e um bigode gordo, grisalho, que parecia uma taturana sobre os lábios. Apontava para uma placa sobre a parede, ao lado de um retrato no qual apareciam Seu Toninho, a esposa e os três filhos do casal. No quadro, lia-se: SOMOS ALIADOS. Abaixo, constava uma pequena inscrição da ACIPI.

— Ué, o que você acha que pode ser, Milton? Você não sabe ler? — Seu Toninho respondeu ao amigo, com certo mau humor.

O sujeito resmungou alguma coisa, também de forma mal-humorada, e não disse mais nada. Era óbvio que ele sabia sobre o que se tratava aquele quadro, ele era autoexplicativo.

Era dezembro de 1943 e o assunto mais comentado nos últimos anos não era outro, senão a Segunda Guerra Mundial. O conflito começava lentamente a se encaminhar para o final — se encerraria em maio de 1945 —, e a posição do Brasil era absolutamente a favor dos aliados. Aquela placa, um símbolo simples e compreensível a qualquer um, foi uma das formas que a ACIPI encontrou de reforçar o seu apoio às forças aliadas contra a Alemanha nazista. Não apenas o Seu Toninho colocou aquela placa em seu esta-

belecimento, como centenas de outros empresários e industriais também fizeram o mesmo, legitimando, do mesmo modo, o seu apoio àquela iniciativa.

Três anos antes, em agosto de 1942, o Brasil deixava a neutralidade diplomática de lado — posição cobrada pelo governo dos Estados Unidos — depois de ter um dos seus navios atacados por submarinos alemães. O governo do presidente Getúlio Vargas, enfim, se posicionou oficialmente contra o Eixo — Alemanha, Itália e Japão.

Em Piracicaba, foi criado um movimento liderado por grupos escolares a fim de arrecadar fundos para a aquisição de aeronaves e para investir na formação de novos pilotos de combate, que serviriam para proteger o território brasileiro de ataques inimigos.

A ACIPI não apenas trabalhou na divulgação desse movimento, como também colaborou financeiramente com a quantia de 1.200 contos de réis — contribuição publicada em ata de 15 de setembro de 1942. Foi no ano seguinte que a entidade criou a ideia da placa “SOMOS ALIADOS” e que contou com o apoio do Seu Toninho e de praticamente todos os associados da ACIPI.



1950



6) Diário Oficial do Estado de São Paulo, 8 de novembro de 1951.



7) Diretoria da ACIPI na antiga sede na rua XV de Novembro, 1958.



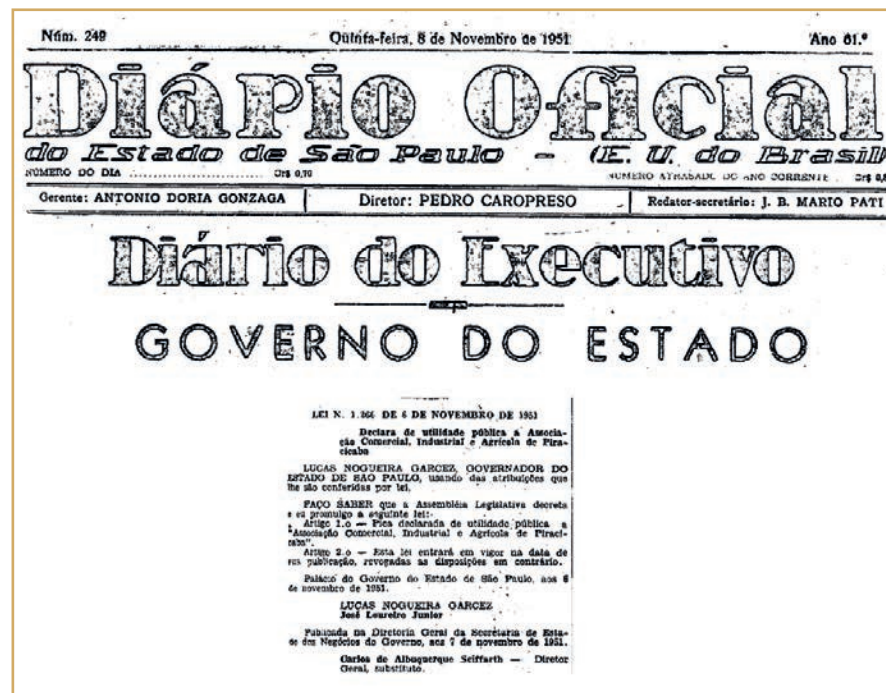
Diretoria da ACIPI na antiga sede na rua XV de Novembro em 1958. Acervo ACIPI.

ENTIDADE PÚBLICA

No dia 8 de novembro de 1951, a ACIPI recebeu a distinção oficial que revelava a sua importância para a coletividade piracicabana: ela foi reconhecida pela Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo como entidade de utilidade pública.

O projeto, criado pelo deputado estadual Valentim do Amaral e apoiado pelo ex-presidente da entidade, Cassio Paschoal Padovani, enfim deixava claro aquilo que já se mostrava evidente no DNA da ACIPI — a sua missão — e que se repetia cotidianamente em suas ações: ela existia para estimular o desenvolvimento econômico, social e ambiental das empresas da cidade e, conseqüentemente, da própria Piracicaba.

Aquele era um reconhecimento mais do que merecido.





Entrada da loja Ao Cardinali

SPC

O Brasil viveu, na segunda metade da década de 1950, uma onda de crescimento expressivo, que foi marcada pelo projeto de desenvolvimento econômico liderado pelo presidente Juscelino Kubitschek. O país experimentava um ciclo de aceleração na indústria e na infraestrutura, tendo como base o programa de metas do governo. Essa condição econômica do país, com o incremento da produção dos bens de consumo aliada às facilidades de acesso ao crédito, fomentou o aumento da demanda por novos produtos.

Nesse período, houve um aumento na produção industrial por volta de 80% e o PIB crescia a uma taxa anual de 7%, algo vultoso se compararmos aos números atuais.

Mas aquele aumento expressivo da oferta de bens de consumo aliado a uma capacidade maior do poder de compra acabou acarretando outro tipo de situação não tão favorável para o comércio: a inadimplência.

Não é de hoje que o consumidor menos cuidadoso, ou desatento quanto às próprias condições econômicas, geralmente se perde nas contas. Em outras palavras: gasta mais do que ganha. Isso sem contar numa outra categoria de interação comercial em que há o dolo — o chamado golpe.

O risco da inadimplência crescente aliado aos golpes colaborou para trazer à luz um novo serviço: o Serviço de Proteção ao Crédito — SPC. Ele surgiu com a missão de dirimir os problemas com a concessão de crédito e avaliar de forma mais meticulosa as condições do comprador. Os comerciantes, especialmente os pequenos e médios lojistas, precisavam de um recurso que servisse de proteção aos seus negócios, uma vez que as grandes redes de lojas, como Mappin, Mesbla, Casas Buri, Sears, entre outras, já dispunham de *expertise* para as vendas a crédito. Elas utilizavam mecanismos rigorosos na triagem dos seus clientes. Isso era tão prestigiado que, quando um cliente solicitava uma compra no crediário e apresentava um carnê de uma grande rede com o seu nome — como o Mappin, por exemplo —, aquilo servia quase como uma licença autenticada em cartório para comprovar sua idoneidade. O lojista se sentia mais seguro para fazer uma venda a prazo.

No entanto, nem todos os clientes possuíam tal “certificação”, até porque, naquele tempo, essas grandes redes varejistas possuíam unidades apenas nas cidades maiores. Por isso o SPC, que havia sido criado originalmente em outubro de 1955 pela Associação Comercial de São Paulo, teve grande sucesso desde o seu início. Ele rapidamente se transformou num poderoso



aliado do comércio, auxiliando lojistas a conceder crédito e oferecendo aos clientes condições de comprovar a capacidade de honrar seus compromissos. O serviço de consulta era realizado manualmente, por meio de fichas de registro, um trabalho praticamente artesanal, meticuloso. Hoje, uma consulta demora alguns segundos, porém, naquele início, cada consulta no Serviço de Proteção ao Crédito chegava a demorar, em média, até três dias.

O SPC alcançou sucesso expressivo em pouco tempo. Por esse motivo, a Associação Comercial de São Paulo começou a expandir o serviço. Ele chegaria em Piracicaba, por intermédio da ACIPI, em 1959, durante a gestão do ex-presidente Fued Helou Kraid.

Nos anos 1960/70, o crediário foi massificado, empurrado pelas vendas de eletrodomésticos, grande parte deles, importados, mas uma considerável parcela já fabricada no Brasil. A indústria nacional vivia aquilo que se denominava como a Terceira Revolução Industrial, iniciada na década anterior e que foi marcada por um processo de inovação tecnológica, que proporcionava um grande avanço na produtividade.

Foi no Natal de 1960 que, pela primeira vez, o Seu Toninho teria o seu nome consultado pelo SPC. Sua esposa, Dona Celeste, fez uma compra grande na loja **Ao Cardinali**, que ficava na rua Governador Pedro de Toledo, bem no centro da cidade.

As noras e os netos haviam multiplicado a demanda de presentes para aquele fim de ano, o que exigiu de Dona Celeste um tempo maior para os preparativos. O marido, acostumado a comprar tudo sempre à vista, se rendeu à facilidade de pagamento que o crediário poderia lhe conceder naquela ocasião.

Entretanto, apesar de não ficar muito feliz em ter seu nome consultado pelo SPC — achava um absurdo não confiarem em sua honestidade —, Seu Toninho deu-se por satisfeito quando Dona Celeste informou que o seu nome havia sido aprovado. Foi com o advento daquele serviço que começou a ser usada a expressão “nome sujo”. Quem tinha o nome rejeitado pelo SPC acabava recebendo esse cognome expressamente negativo e constrangedor, praticamente um *bullying* institucionalizado. Ter o nome sujo “na praça” sempre foi uma das circunstâncias mais temidas pelos consumidores.

Seu Toninho nunca teve esse problema. O carnê do **Ao Cardinali**, seu primeiro crediário, foi honrado em seis prestações.

Com o passar dos anos, o SPC foi se modernizando, aumentando sua base de dados e agilizando as consultas, tornando-as cada vez mais confiáveis e se consolidando como uma ferramenta indispensável para o comércio de Piracicaba. Atualmente, a ACIPI possui parceria com a Boa Vista SCPC.

Trata-se de um banco de dados que reúne informações em nível nacional, interligado a mais de 2.200 entidades com avaliação de risco de inadimplência, histórico do cliente e seu comportamento no mercado. Oferece também suporte com equipe técnica treinada, além de recuperação e cobrança de dívidas no banco de dados e outros serviços de assistência e avaliação de crédito, o que representa, para os seus associados, uma linha completa de soluções de avaliação de crédito em consultas de pessoas física e jurídica.



TELEFÔNICA

O Seu Toninho estava concentrado no corte de uma peça de tergal estendida sobre um molde. Apesar dos anos de experiência e prática, aquela tarefa exigia atenção e ele estava completamente absorto em seu trabalho. Passava um pouco das cinco da tarde, mas, como de costume, ele tinha muito serviço e ficaria em sua oficina até escurecer. Sorte que agora podia contar com o filho mais velho, Pedro, que um dia o sucederia. O outro funcionário, um ajudante, já tinha ido embora. O filho continuava ao seu lado — ele estava ocupado finalizando uma peça que um cliente buscava na manhã seguinte.

Estavam os dois em silêncio, só havia o barulho da tesoura cortando o tecido e da respiração do Seu Toninho, o chiado característico de um resfriado que ainda não havia sido completamente sarado. O filho perguntou alguma coisa ao pai sobre a peça que ele estava trabalhando, porém o homem não prestou atenção. Quando o rapaz ia repetir a pergunta, um tinido estridente encheu o lugar. Os dois se assustaram juntos, olharam um para o outro com os olhos arregalados e o mesmo sorriso de surpresa no rosto. O barulho esganiçado continuava ressoando e Seu Toninho fez um sinal para o filho, apontando para o aparelho de telefone, um trambolho preto que estava sobre uma mesinha num canto, ao lado da mesa maior de trabalho. Era como se ele concedesse a honra ao filho de atender à primeira chamada telefônica da história deles. Fazia cinco dias que o aparelho havia sido instalado e eles ainda não o haviam utilizado, não tinham feito nenhuma ligação. Primeiro porque ainda não havia muita gente com telefone, ou seja, ligar para quem? Segundo porque havia um misto de medo do desconhecido com a preocupação em relação ao custo — diziam que era caro e Seu Toninho não queria gastar dinheiro à toa. Eles até brincavam sobre quem faria a primeira ligação para a alfaiataria e discutiam tentando adivinhar sobre o assunto importante que faria alguém telefonar para ele.

Isso aconteceu em 1962.



1960



8) Jornal de Piracicaba, 26 de janeiro de 1969. A Telefônica Piracicaba Ltda.

9) Sócios do Supermercado Brasil na capa da Revista PV – revista de promoção de vendas e merchandising do comércio varejista, 1974.

10) Edifício Comurba em fase de construção, início de 1960.

11) Ata da ACIPI, 1967 (14º vol.) Reforma no Estatuto Social. ACIAPI (Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Piracicaba) passa a ser ACIPI (Associação Comercial e Industrial de Piracicaba).

SEGUNDO CADERNO
8 PAGINAS

JORNAL DE PIRACICABA

ANO LXIX PIRACICABA — Domingo, 26 de Janeiro de 1969 Nº 21.681

SEGUNDO CADERNO
8 PAGINAS

Telefônica Piracicaba S. A.: orgulho da cidade

Um pouco da história — Preço atual e melhoramentos — Administração e funcionários — Edifício novo e aparelhamento moderno

Uma plêiade de piracicabanos, daqueles que podem perfeitamente serem chamados "calpiracicabanos", no dia 22 de maio de 1952, tiveram a luminosa idéia de fundar uma companhia para exploração dos serviços telefônicos na cidade, iniciando uma nova era nas comunicações telefônicas em nossa terra.

Jamais poderiam supor aqueles homens, que estavam gravando com letras de ouro seus nomes na história de Piracicaba.

Partindo do nada, erigiram um verdadeiro monumento, que é hoje, não só motivo de orgulho, mas também exemplo de dinamismo e boa administração para os piracicabanos do futuro.

Em 10 de outubro de 1952 conseguiu a concessão que permitiu a ele, alterando-se somente na parte referente a tarifas. Transformando-se em Sociedade Anônima em Novembro de 1952, receberam capital: 25 fundadores os direitos de acionistas, os quais lucraram o plano de instalação de 3 mil linhas telefônicas automáticas e 150 a magneta, pelo plano de auto-financiamento. Emitiram 2.175 ações de Cr\$ 2.000 cada, pagáveis em 25 prestações, elevando então seu capital para Cr\$ 12.500.000, coberto pelos interesses, nos novos telefones. Naquela época foi cobrada Cr\$ 1.000 como taxa de instalação. Transformou-se então a Telefônica Piracicaba S/A em primeira no Brasil no sistema de auto-financiamento.

Foram emitidos então 2.100 ações para os 2.000 telefones, reservando as 500 ações excedentes pelos serviços iniciais de organização, compra de terreno e edificação do prédio da sede própria.

Tudo foi conseguido com muita luta, mas com resultados que superaram os obstáculos, como se eles não existissem para aqueles homens, que sempre foram dotados do desejo insano de vencer com Piracicaba.

Hoje, em seu imponente prédio da rua Voluntários de Piracicaba, 628, contando para criá-la com os diretores de Cassio Padovani — Presidente; Othmar de Aranda Venza — Diretor Comercial; Wilfredo R. Roscini — Gerente Administrativo e Madri Lazzari — Gerente Técnico, continua crescendo a Telefônica Piracicaba S.A.

Atualmente a Companhia conta com 1.500 acionistas, que recebem regularmente seus dividendos na base de 6% sobre o capital aplicado.

PREÇO ATUAL E MELHORAMENTOS

Atualmente o preço dos telefones é de 2.300 cruzeiros novos e comercial e 2.100 o residencial, pagáveis em 20 prestações aproximadamente, recebendo o adquirente o número de ações correspondente ao valor.

Prezando a direção da Telefônica instalar ainda este ano mais 1.572 aparelhos, assim distribuídos: Novos assinantes em compradores, 1.062; reserva do Comitê — Conselho de Telecomunicações, 210; reposição, 225 e telefones rurais que serão substituídos, 100. Os telefones rurais serão substituídos por aparelhos de discos, sendo assim eliminado o antigo sistema das manivelas.

ADMINISTRAÇÃO E FUNCIONÁRIOS

A Telefônica Piracicaba S.A. foi registrada no Banco Central como Sociedade de capital aberto, dentro das normas estabelecidas, trazendo grandes vantagens para os acionistas e para o desenvolvimento, no aproveitamento dos incentivos fiscais.

Hoje o capital registrado da Companhia e NRS 108.270.000 novos, estando previsto para março um aumento de NRS 1.200.000,00.

Mostrando que a Companhia foi colocada em mãos de hábeis administradores, o registro contábil dos bens immobilizados ultrapassa a quantia de 6 milhões de cruzeiros novos, ou seja, muito acima do montante aval da Prefeitura Municipal de Piracicaba.

A empresa conta com um efetivo a cargo de 111 mil cruzeiros novos, havendo disponível e realizada a custo prazo 217 mil cruzeiros novos.

O ano passado, deduzidas as reservas técnicas, resultou um saldo de 227 mil cruzeiros novos, colocados a disposição da Assembléia.

Atendimento à mulheres e 11 homens prestam serviços na Telefônica distribuídos entre o Serviço de Atendimento e Informações.

EDIFÍCIO NOVO E APARELHAMENTO

Até há pouco a diretoria da Companhia se via obrigada em breve, surgindo a construção de um novo edifício de linhas modernas, situado na mesma rua, na 628, bem defronte da atual, com lugares subterâneos.

A nova construção teve sala de diretoria, sala de reuniões para acionistas, telefones, vestíbulo, recepção, sanitários, garagem, depósito e almoxarifado e principalmente um salão para o empilhamento de novo tipo que é o "modular".

Conto a central telefônica atual com 1.500 linhas, havendo instalações entre os setores, sendo cada setor de 500 linhas.

Modernos quadros de distribuição, a Companhia possuindo também de vários geradores, retificadores, e baterias que funcionam paralelamente com a energia da cidade. Quando a falta na cidade, imediatamente as baterias passam a alimentar todo o serviço.

O trabalho de conservação e perfilho, pois qual quer defeito nas linhas, é imediatamente reparado por uma equipe pronta com o auxílio de técnicos.

Essejam os diretores da Companhia que nos gerem de futuro Prefeito, Salgot Castillon, haja uma formalização geral nos serviços telefônicos da zona rural.

Escrevo esta reportagem para mostrar ao povo piracicabano as dificuldades e as lutas da nossa Companhia Telefônica, certos de que, daqui para a frente, conhecendo melhor o que está sendo feito, saberão mesmo reconhecer o verdadeiro valor da nossa empresa.

Textos: Nelson Barreiros - (Tuca)
Fotos: Jorge Komatsu

Vista do salão de atendimento público da Telefônica Piracicaba S.A.

Presidente e auxiliares diretos, verificam os grupos de subscritores em número de 1.500.

Esta casa velha da rua Voluntários será demolida, em seu lugar surgirá outro imponente edifício da Cia.

O Presidente da Cia, dr. Cassio Padovani, em companhia dos seus auxiliares, mostra ao repórter o moderno quadro de força.

Seu Toninho ficava imaginando como seria a sensação de conversar com alguém por meio daquele aparelho moderno. O rapaz pegou o fone preto, tirou do gancho e o barulho cessou. Colocou na orelha e disse “Oi”, meio sem jeito, olhando para o pai. Ele não sabia como era falar ao telefone. O sorriso não saía do seu rosto ao perceber que conseguia ouvir claramente a voz que escapava por aquele monte de furinhos que havia no aparelho.

Isso aconteceu em 1962.

Nove anos antes, Piracicaba dava os primeiros passos para efetivar o serviço de telefonia. A ACIPI participou de forma intensa dos debates sobre a criação da Telefônica Piracicaba, uma modernização que era premente para o município e que contou com o apoio de diretores da associação. Todavia esse apoio começou quase duas décadas antes. Desde o ano de 1945, foram realizadas inúmeras reuniões nas quais uma das principais pautas era a criação de um serviço de telefonia que atendesse ao município.

Até que, finalmente em reunião da diretoria da ACIPI, realizada em 19 de maio de 1953, o presidente da associação, Laymert Garcia Neto, trouxe a informação aos diretores de que o prefeito municipal abriria concorrência para a concessão dos serviços telefônicos em Piracicaba — que começaria, efetivamente, em 1954.

O serviço de telefonia em Piracicaba representou mais um avanço não apenas para os negócios, mas também para toda a população da cidade, que passou a contar com aquele modelo de comunicação de vanguarda. Piracicaba avançava rumo ao progresso.

A matéria de capa, publicada pelo Jornal de Piracicaba em janeiro de 1969, 15 anos depois da inauguração da Telefônica Piracicaba, trazia o título:

“TELEFÔNICA PIRACICABA S.A.:
ORGULHO DA CIDADE”.

A matéria destacava a relevância dos serviços oferecidos pela empresa, além de enfatizar a visão empreendedora de todos os responsáveis pelo projeto. Uma das fotos da capa mostrava Cássio Paschoal Padovani — naquele momento, o presidente da companhia. Ele já havia sido presidente da ACIPI, eleito em 1948, e participou ativamente de inúmeras reuniões nas quais o assunto principal era a implementação do serviço telefônico na cidade. Naquele ano de 1969, Cássio Paschoal Padovani — um dos idealizadores da Telefônica Piracicaba — assumiria a prefeitura da cidade.

Anos mais tarde, as linhas telefônicas se transformariam em investimento. Uma linha telefônica era um bem que poderia ser usado pelo proprietário ou alugado a outrem e garantir uma renda mensal. Para um jovem nascido no século XXI, essa prática é algo quase impossível de imaginar.

De lá para cá, o mundo da telefonia e das comunicações mudou radicalmente. A modernização e a diversificação das mídias proporcionaram interações jamais imaginadas há apenas algumas décadas. E, se hoje nós temos o mundo à disposição na palma das mãos, tudo começou com um serviço analógico e que foi de grande valia para toda uma geração.

É por isso que a ACIPI se orgulha de ter participado de forma decisiva no processo que culminou com a fundação de uma empresa telefônica em Piracicaba.

Algum tempo depois de adquirir sua primeira linha telefônica, a família do Seu Toninho teria mais uma linha, agora na residência — um luxo para poucos.





P.V. FEV 74
A REVISTA DE PROMOÇÃO DE VENDAS E
MERCHANDISING DO COMÉRCIO VAREJISTA

ex-Varejão

Pilli:
"Modernizei; agora
vendo 350% a mais"

Casoy: "Os pequenos
ameaçam os grandes"

Corrêa P.
"O que fica p
os acadistas"

Irmãos Fe
da Rede de Supermercados
Uma lição pa do vermelho

BYE BYE, MERCADINHO

Naquele dia, o Seu Toninho chegou um pouco mais tarde para almoçar. Ele já havia se aposentado e, mesmo assim, passava a parte da manhã na alfaia-taria a fim de auxiliar o filho mais velho, que já assumira o seu posto.

Dona Celeste não deixou o marido nem respirar e foi logo contando a experiência de fazer compras no novo mercado da cidade. *Um novo velho*, ela disse, uma vez que o empório dos irmãos Ferrari, um mercado que já existia na rua Governador Pedro de Toledo, havia se transformado, nas palavras dela, *num novo e moderno supermercado*.

A mulher estava deslumbrada. Para ela, aquele lugar era muito mais que moderno.

A década de 1960 ainda estava no começo quando, em 1962, Piracicaba foi surpreendida com aquela inovação digna dos grandes centros urbanos: surgia o primeiro supermercado da cidade — o Supermercado Brasil. Até então o que existia eram mercadinhos, empórios, armazéns e vendas, onde os clientes precisavam pedir ao atendente as mercadorias — boa parte delas vendidas a granel. Para alguns fregueses, havia as velhas cadernetas, nas quais os débitos eram lançados e pagos mensalmente.

Mas aquele novo mercado do empresário Lélío Ferrari — que logo seria presidente da ACIPI — funcionava num sistema absolutamente inovador. A partir daquele momento, começava a funcionar, em Piracicaba, o autosserviço, um esquema inaugurado nos Estados Unidos no qual o próprio cliente fazia o seu atendimento. Havia corredores onde se encontravam dispostas gôndolas, ou prateleiras, com os produtos. O cliente percorria todo o interior do mercado passando pelos corredores e escolhendo as mercadorias — se utilizando de um carrinho ou de uma cesta para acomodar os produtos. O cliente, então, se encaminhava até um checkout, próximo da saída da loja, onde havia um funcionário junto a uma caixa registradora. Era nesse local que a compra era somada e o pagamento efetuado.

Uma década depois, a cidade já contava com cinco lojas da rede de Supermercados Brasil S/A. Era a prova de que aquele novo tipo de comércio havia caído no gosto dos consumidores. Tanto que vieram outros supermercados, como a



Eletroradiobraz¹, um gigante que ocupou um quarteirão inteiro no Bairro Alto e que possuía, em seu portfólio de produtos e serviços, uma infinidade de itens que iam desde aqueles triviais para um supermercado — arroz, feijão, óleo, bebidas, sabão em pó, etc. —, mas também oferecia seção de eletrodomésticos, móveis, roupas, barracas, veículos, artigos para decoração, lanchonete...

Aquela loja foi, na prática, o primeiro shopping center da cidade. A concorrência se estabeleceu, e os consumidores foram os grandes beneficiados.

A inovadora experiência de consumo, inaugurada, em Piracicaba, pelo empreendedor Lélío Ferrari, mudou radicalmente a forma como as compras passariam a ser feitas. Absolutamente tudo era arrojado.

Os pequenos armazéns com suas cadernetas ainda teriam uma sobrevivência, especialmente nos bairros mais afastados da área central, porém, com o passar dos anos, esses estabelecimentos ficariam definitivamente para trás.

O Supermercado Brasil e todos aqueles que surgiram na sequência foram os precursores das megalojas que existem, hoje, em Piracicaba e em todo o país — verdadeiros centros de com-

pras modernos, climatizados, com estacionamentos cobertos, lanchonetes, perfumarias, docerias e até checkouts com sistemas de autoatendimento, nos quais o próprio cliente efetua o pagamento sem contato com nenhum funcionário.

A esposa do Seu Toninho ficaria impressionada com um lugar assim. Dona Celeste nunca esqueceu daquele dia em que pisou pela primeira vez num supermercado. Foi algo sensacional.

Chegando em casa, não se cansava de falar, relatando a disposição dos produtos, a quantidade, a variedade, a beleza da loja e a praticidade de poder escolher as mercadorias.

Seu Toninho ouviu toda a história, entretanto não prestou muita atenção, ficava apenas mexendo a cabeça de forma mecânica — estava concentrado num programa de notícias da Rádio Difusora. Quando ela se calou, o homem apenas resmungou algo sem olhar para a esposa, o que a deixou furiosa com a irritante falta de entusiasmo do marido.

Talvez tenha começado, já naqueles tempos, o fatídico desinteresse dos homens por supermercados.



¹ O local, atualmente, comporta uma loja do Pão de Açúcar, um posto de combustíveis, um quiosque de churros e uma academia de ginástica e musculação.

SEMANA INGLESA

— “Tá lôco”, menino? Que raio de conversa de semana inglesa é essa? Você “tá” falando de Piracicaba ou de Londres? A não ser que o relógio da matriz tenha virado o Big Ben, e eu não “tô” sabendo.

Seu Toninho estava na alfaiataria ajudando seu filho. Ele falou aquilo num misto de sarcasmo com uma pitada de curiosidade enquanto observava o filho tirar as medidas de um cliente. Quase sempre sério, de vez em quando, ele se aventurava com algum gracejo. O cliente estava em pé sobre uma pequena base de madeira, enquanto o alfaiate espichava a fita métrica por todos os lados do seu corpo. O cliente era um jovem, filho de outro cliente mais antigo, e estava fazendo seu primeiro terno. O pai dele era funcionário da prefeitura e tinha comentado com o rapaz sobre a notícia de uma nova lei que seria proposta pelo prefeito de Piracicaba, para discussão na Câmara dos Vereadores.

O prefeito era Luiz Dias Gonzaga, que havia sido o primeiro presidente da ACIPI. Como a lei ainda nem havia sido apresentada, em princípio, aquilo não passava de especulação, contudo não se tratava de assunto tão desconhecido, inclusive o Seu Toninho até já tinha ouvido falar sobre aquilo, apesar de não ter um conhecimento tão profundo. A abordagem com o cliente

era mais uma brincadeira do que uma manifestação de total ignorância. Ele queria saber se o rapaz tinha noção do que estava falando ou apenas estava repetindo a notícia feito papagaio.

O moço deu risada pela forma como o Seu Toninho reagiu ao assunto e começou a explicar brevemente o que ele havia ouvido do pai a respeito da tal lei da Semana Inglesa. Essa lei tratava sobre uma adequação do horário de funcionamento do comércio, em especial aos sábados — que, naquele tempo, fechava às 14h e gerava um conflito devido ao horário de almoço. Pela nova lei, a jornada de trabalho seria distribuída durante a semana para ser compensada no sábado, dia no qual as atividades se encerrariam às 12h.

— Eu já tinha ouvido falar desse troço, mas como, “pra” mim, não muda nada, deixe que eles se entendam — Seu Toninho falou com tanta convicção que o rapaz perdeu a empolgação. Imaginou que estivesse dando uma aula, porém percebeu que não era bem assim. Depois de alguns segundos de silêncio, eles prosseguiram a conversa, o assunto continuou sendo a tal semana inglesa — talvez não tivessem outra coisa para tratar.

Para alguns ramos de atividade, essa nova lei não alteraria nada, como era o caso da alfaiataria do Seu Toni-





Rua Moraes Barros, Piracicaba/SP, década de 1950. Fonte IHGP.



Corrida nas Ruas de Piracicaba, década de 1960. Fonte IHGP.



nho, que, mesmo aos sábados, muitas vezes atendia clientes até anoitecer. O horário de salões de barbearia, cabeleireiros, institutos de beleza e outros estabelecimentos similares permaneceria inalterado — funcionando até as 18h. As farmácias entravam em outro tipo de escala, pois funcionavam em sistema de plantão.

A Lei da Semana Inglesa foi resultado de um movimento que aconteceu em Piracicaba, liderado por alguns comerciantes — Álvaro Azevedo, Francisco Silva Caldeira, Abelardo Libório e Elias Salum.

O assunto começou a ser discutido até que, em outubro de 1945, o comerciante Antônio Romero, junto a um grupo de comerciantes, entregou um abaixo-assinado ao prefeito, pedindo apoio do executivo piracicabano à proposta.

O prefeito, sabendo que o assunto era de grande relevância para o comércio, decidiu consultar a ACIPI. A entidade, por sua vez, ouviu os comerciantes. O resultado foi uma lista na qual constavam 100 assinaturas a favor da nova lei e 141 contrárias. Dessa forma, havia a manifestação evidente de que a entidade — pelo menos a maior parte dos associados — era contrária à inovação.

Diante disso, o projeto de lei foi rejeitado pela Câmara dos Vereadores. Entretanto, um ano depois, a proposi-

ta da Semana Inglesa voltou à casa de leis e acabou sendo aprovada em nova votação.

Toda mudança exige um tempo para ser adaptada, não seria diferente com aquela que alterava um padrão estabelecido. Mais de uma década depois, em setembro de 1962, um pequeno comunicado, publicado no Jornal de Piracicaba, trazia a informação de que, a partir do dia 22 daquele mês, um sábado, o expediente do comércio aos sábados se encerraria sempre às 12 horas. A nota tinha 32 lojistas como signatários.

O comércio de Piracicaba, enfim, se rendeu ao novo horário.

Os ingleses venceram.



COMURBA

O dia estava claro, havia poucas nuvens no céu, que exibia um azul intenso, mas o calor não era tão expressivo. O Seu Toninho, já na casa dos 80 e poucos anos de idade, não vivia mais em meio a cortes de tergal, agulhas e linhas. A esposa havia falecido alguns meses antes, o que acabou esmaecendo o seu ânimo. Até pouco tempo atrás, ele continuava frequentando sua oficina pelas manhãs, porém, como o filho mais velho agora tocava a alfaia-taria, Seu Toninho decidiu, enfim, que era a hora de largar tudo de vez.

Quem agora se ocupava em atender os clientes e correr atrás dos compromissos que cabiam a um homem de negócios era o seu filho Pedro.

Sem responsabilidades ou deveres, Seu Toninho adotou o costume de ir quase todos os dias, no começo da tarde, logo após almoçar, até à praça da catedral, no centro da cidade. Sentava-se num dos bancos e ficava observando as pessoas e os automóveis passando, como se aquele exercício diário o ajudasse a deixar que a sua vida também passasse um pouco mais rápido.

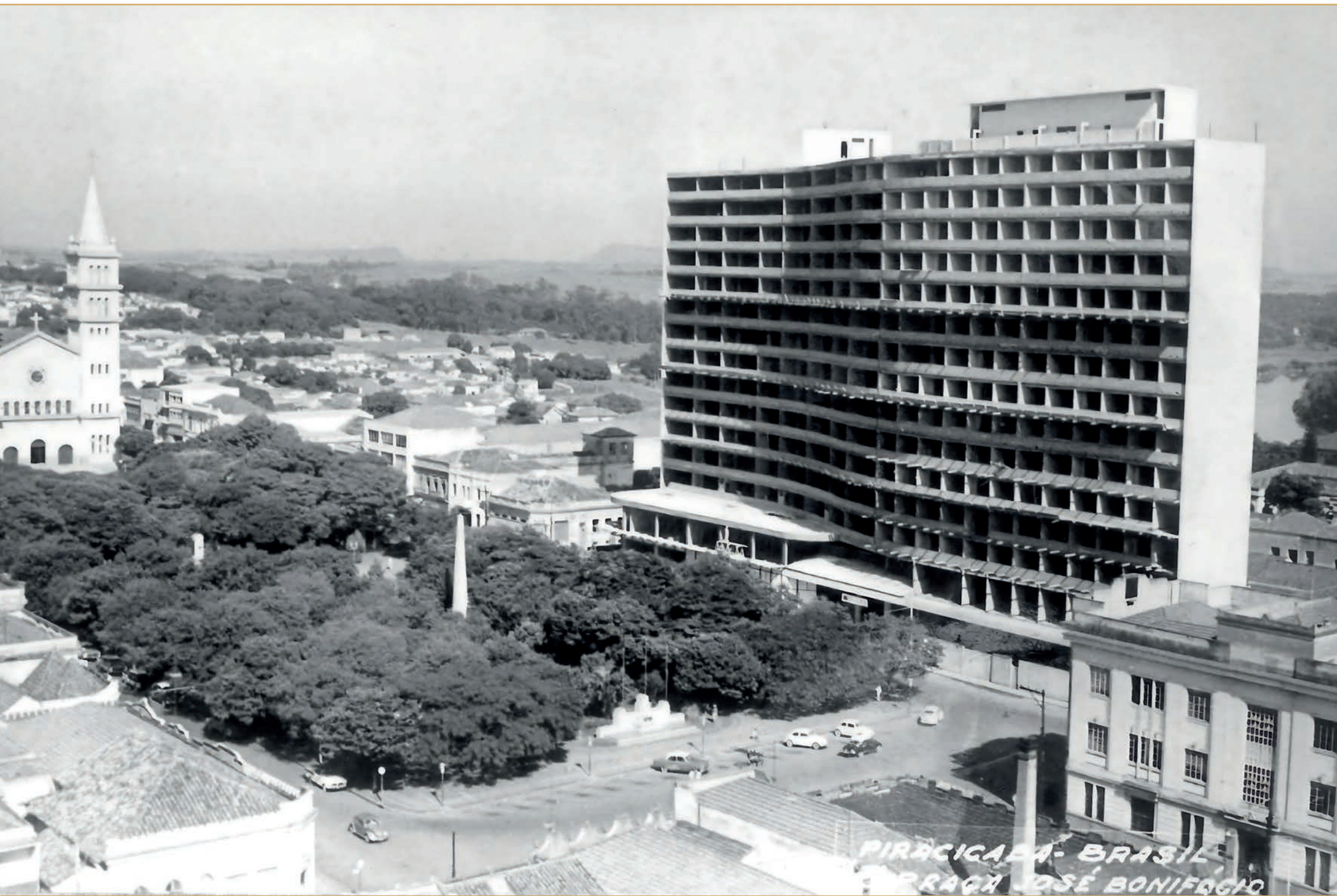
O que o Seu Toninho não sabia era que aquela sexta-feira, dia 6 de novembro de 1964, se transformaria num marco, não apenas para ele, mas para toda a cidade. Piracicaba viveria a sua maior tragédia, um evento que ficaria

marcado por gerações e que afetaria não apenas muitas vidas, o ativo mais valioso de todos, como também os negócios do município.

O crescimento demográfico, aliado ao desenvolvimento econômico, proporcionava um aumento da área urbana da cidade. Brasília, a nova capital da República, era um modelo de arrojo arquitetônico e de progresso, e Piracicaba vivia um momento de avanço industrial, evidenciado em especial pelo sucesso das Indústrias Dedini. Todo aquele avanço era o sinal para que a cidade entrasse, definitivamente, numa onda de vanguarda arquitetônica, inaugurada pela nova capital localizada no planalto central.

Foi projetado um prédio que seria construído no coração de Piracicaba, junto à praça José Bonifácio, no centro da cidade, e que seria um dos empreendimentos mais arrojados da construção civil do estado e do país. Seguindo as linhas do COPAN, na capital, o Edifício Luiz de Queiróz — que ficaria mais conhecido como COMURBA — cumpriu à risca essa promessa, se tornando o maior e mais moderno prédio do interior paulista. O projeto contemplava uma galeria de lojas comerciais, apartamentos residenciais, garagem no subsolo e um cinema — o Cine Plaza se transformou no maior cinema do estado de São Paulo.





Edifício Comurba em fase de construção, início de 1960. Acervo IHGP.

Toda essa grandiosidade se traduzia para a população como um indicativo de poder econômico e prosperidade e só fazia encher o povo piracicabano de orgulho.

Naquele novembro de 1964, os operários trabalhavam na parte dos acabamentos, e o prédio ainda não era ocupado, apenas o Cine Plaza já se achava em funcionamento.

Passava um pouco das 13h30min daquela sexta-feira, dia 6 de novembro. Como de costume, o Seu Toninho estava sentado num dos bancos da Praça José Bonifácio, próximo ao tradicional restaurante Brasserie, embaixo de uma das árvores que formavam um cinturão verde bem no centro da cidade. O dia era agradável e seguia lentamente o seu percurso, quando, de repente, algo extraordinário aconteceu. Primeiro, o homem ouviu um estrondo grave, pesado, horrendo, que vinha do outro lado da praça. Foi um som assustador. Em seguida, o chão sob os seus pés tremeu. Aquele barulho aterrador, seguido pela terra se mexendo, dava a sensação de que uma onda gigantesca do mar havia rebentado bem em cima dele. Mas o pior foram os gritos desesperadores, era um coro de vozes esganiçadas que quase fez o velho coração do homem parar. Seus olhos estavam arregalados e vermelhos quando ele se colocou em pé, completamente perdido e atônito com tudo aquilo. Os joelhos mal haviam se firmado quando se virou na direção de onde havia acontecido o estrondo, porém a única coisa que viu foi a escuridão. Seu Toninho foi abraçado por uma nuvem de poeira e não conseguiu ver mais nada; ao seu redor, tudo era um breu imenso. O homem se jogou de novo no banco e permaneceu deitado, apavorado, sem entender nada. Seus olhos lacrimejavam, afetados pelo pó, e o seu corpo tremia de medo.

Seu Toninho imaginou que o mundo estava acabando.

O tempo passou devagar. Os gritos continuavam e, logo, se misturavam com as sirenes dos carros de polícia e dos bombeiros. A poeira baixou até que, finalmente, o Seu Toninho voltou a se colocar de pé. Tirou o lenço do bolso

da calça e limpou o rosto. Olhou em volta, havia uma correria por todos os lados; pessoas falando um monte de coisas ao mesmo tempo, e todos, sem exceção, olhavam para o mesmo lugar. Então ele também olhou naquela direção. Assustado, Seu Toninho arregalou os olhos e sentiu o coração quase sair pela boca quando percebeu o que tinha acontecido.

Aquela noite, já em casa, os filhos tentavam consolá-lo pelo trauma vivido. Diziam que ele estava bem, que havia sido apenas um susto. Em vão. O horror daquela tragédia ficaria gravado em sua mente. Assim como os gritos de desespero e dor que ele ouviu, a sensação de medo, o susto, a aflição, a desolação de ver as ruínas daquele prédio no chão, tudo isso era uma experiência amarga demais. Aquela seria uma marca que o acompanharia, bem como acompanharia muitos outros piracicabanos, pelo resto de suas vidas.

Desde aquela fatídica tarde de novembro, muitos anos se passaram, todavia a história da queda do COMURBA nunca mais foi esquecida. Ela se transformou numa das narrativas mais conhecidas e repetidas da nossa cidade. Vidas foram perdidas, e famílias ficaram marcadas.

O incidente ganhou repercussão nacional e trouxe um sentimento de comoção por todo o país. Aquele era o primeiro grande caso, no Brasil, de um evento de tamanha proporção na construção civil. Infelizmente, Piracicaba entraria para a história por ser precursora nesse tipo de tragédia. O próprio governador de São Paulo, Adhemar de Barros, esteve na cidade para conferir a situação.

E essa calamidade também teve um forte impacto na economia local. Durante muito tempo, a construção civil ficou estagnada, ninguém mais queria saber de morar em apartamento, o que acabou travando o lançamento de novos projetos. Os prédios se transformaram em vilões. Foram anos de estagnação na construção civil até que os traumas do COMURBA fossem devidamente vencidos.



A tragédia daquele 6 de novembro também causou impacto na legislação da construção civil em nível nacional. Cerca de um mês após a queda do prédio em Piracicaba, houve a promulgação de uma nova lei em nível federal que aperfeiçoava a legislação referente às edificações.

A ACIPI também tratou desse assunto de forma direta. Os escombros do edifício permaneceram no local por muito tempo, proporcionando um cenário negativo que prejudicava o comércio local, assim como a própria autoestima da população. A entidade enviou ofício ao Secretário da Segurança Pública cobrando posição das autoridades em relação à situação. A diretoria da ACIPI, bem como todos os comerciantes da área central da cidade, buscava uma solução para aquele que acabou se transformando num problema crônico bem no coração da cidade. Quanto mais tempo o problema se arrastava, mais prejudicial se tornava a questão, impactando a economia e o desenvolvimento de Piracicaba, como realmente aconteceu.

Mesmo com toda a pressão popular e de entidades como a ACIPI, a situação só foi resolvida cerca de uma década depois, gerando danos ao desenvolvimento urbano, ao comércio e travando, de forma prejudicial, o setor da construção civil. Aquelas ruínas do COMURBA, amontoadas bem no centro da cidade, eram um fantasma que assombrava qualquer tipo de inves-

timento imobiliário em projetos verticais. Foram anos difíceis.

No caso dessa terrível fatalidade, a postura da ACIPI não foi apenas a de se solidarizar com as famílias que perderam seus parentes naquela catástrofe, mas também a de lutar para que os negócios dos comerciantes da região atingida pudessem voltar a se desenvolver. A cidade não podia se render, era preciso se levantar, lutar, voltar a crescer. Apesar das batalhas política e jurídica sobre a responsabilização daquele terrível incidente, era imprescindível também uma retomada na construção civil — um dos setores mais relevantes para a geração de empregos.

A queda do COMURBA proporcionou tempos de muita insegurança e sofrimento para a nossa cidade. Hoje, ele é apenas história. Uma história que está marcada no coração do povo piracicabano e que ainda revela a dor de todos aqueles que, como o Seu Toninho, viveram aquele lamentável 6 de novembro de 1964.



PLACAS

Naqueles meados dos anos 1960, a cidade crescia de forma exponencial. Já era o 12º município do estado de São Paulo e contava com uma população de mais de 135 mil habitantes. A zona urbana se espalhava cada vez mais, e novos bairros surgiam, entretanto, como em qualquer cidade, a área central era a mais movimentada — era onde se agrupava a maior parte das residências e do comércio.

Apesar do crescimento urbano e da conseqüente ampliação das ruas no centro, que seguiam desbravando o caminho na direção dos outros bairros, as vias ainda não eram totalmente sinalizadas, especialmente na periferia, bem como não havia uma padronização dessas sinalizações. Do mesmo modo, nem todas as casas tinham numeração. Era inevitável que essa questão fosse tratada.

O município estava crescendo; novas casas e comércios eram construídos; novos bairros surgiam; novas ruas, criadas. Tratava-se de uma demanda importante, especialmente para serviço dos Correios e Telégrafos. Uma pequena vila talvez não se ressinta da falta de indicação em ruas e casas, uma vez que todos se conhecem, sabem onde cada um mora, onde fica cada coisa. Mas uma cidade do porte que Piracicaba já ostentava era bem diferente.

À vista dessa situação, a ACIPI fez uma reivindicação ao poder público para que, assim como já acontecia na área central, houvesse uma padronização do emplacamento de todas as ruas e casas nos bairros periféricos da cidade. Mais uma vez, a entidade se manifestava em favor não apenas dos seus associados, mas de toda a comunidade.





Piracicaba/SP, Rua Prudente, década de 1980. Fonte IHGP.



Piracicaba/SP, Rua Boa Morte, década de 1990. Fonte IHGP.



FACULDADE DE ENGENHARIA

Em agosto de 1966, a ACIPI protocolou uma solicitação ao governador do estado, Laudo Natel, para a instalação da Faculdade de Engenharia em Piracicaba. O crescimento da cidade, aliado ao seu desenvolvimento econômico, cobrava aquele tipo de formação superior. Naquele momento, Piracicaba contava com três instituições de ensino superior que já apresentavam sua relevância: a Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq-USP); a Faculdade de Odontologia de Piracicaba (Unicamp), e a recém-criada Faculdade de Ciências Econômicas, Contábeis e de Administração, que se transformaria na UNIMEP — Universidade Metodista de Piracicaba, e que teria dezenas de cursos nas áreas de humanas, exatas e biológicas.

Alguns anos mais tarde, em 1969, a Escola de Engenharia de Piracicaba (EEP) seria criada sob os cuidados da Fundação Municipal de Ensino — FUMEP — que foi instituída em 1967, na gestão do prefeito Luciano Guidotti, e que contou com o apoio de parte da sociedade civil. Em meio ao Regime Militar, o país vivia um momento de grande reforma universitária que favorecia a criação de faculdades privadas. A finalidade dessas instituições era proporcionar o acesso à formação superior para aqueles estudantes que não conseguiam ingresso nas faculdades públicas. Era uma forma encontrada pelo

governo militar de atender à crescente demanda pelo ensino superior do mesmo modo que buscava controlar o ímpeto do público jovem, comprometido com a queda da ditadura no país, o que representava uma ameaça e incomodava o alto comando em Brasília.

Foi um período da história em que houve aumento substancial tanto no número de universidades quanto de estudantes. “Em 1960, o Brasil tinha só 100 mil vagas em cursos de graduação, sendo 60% públicas e 40% privadas. Menos de 1% dos jovens entravam na universidade. Passados apenas cinco anos da reforma de 1968, as porcentagens já haviam se invertido: 40% das vagas eram públicas e 60%, privadas. É certo que as instituições públicas também cresceram, mas isso ocorreu num ritmo bem discreto” (Fonte: www.senado.leg.br).

Com o passar dos anos, a EEP também desenvolveria diversos cursos nas áreas de Engenharia, Administração e Ciências da Computação. Com um campus que ocupa atualmente cerca de 35 mil metros quadrados de construção, a EEP possui uma trajetória de destaque no decorrer dos anos e tem sido apoio fundamental para o desenvolvimento do nosso município.

Seria nessa instituição que um jovem chamado Fernando, um dos netos

do Seu Toninho, se formaria Engenheiro Civil, na década de 1980. Ele seria o primeiro membro da sua família a ter graduação superior.

Tempos depois, quando seu pai faleceu, a oficina de alfaiataria, que começou com o seu bisavô, fechou as portas. Quando Seu Toninho herdou o negócio do pai, aquele era um ofício extremamente prestigiado e relevante — quase imprescindível na sociedade. Ele imaginava que o empreendimento familiar que o seu pai havia iniciado com muita dificuldade, lá no fim do século 19, atravessaria gerações e se perpetuaria para sempre, porém o negócio morreu na terceira geração.

Como acontece em grande parte das empresas familiares, a sucessão é um tema delicado e decisivo para a continuação dos negócios. Cabe ressaltar que a evolução e a modernização da sociedade produz constantes transformações não apenas na forma de viver, mas igualmente no universo empresarial e nas profissões. Não se fabricam mais máquinas de escrever, assim como deixaram de existir os cursos de datilografia. Pão e leite não são mais entregues na porta de casa por alguém guiando uma carroça, do mesmo jeito que não existem mais acendedores de poste e nem atores ou atrizes de rádio.

Para não sermos injustos com os alfaiates, temos que admitir que ainda existem esses profissionais no século XXI. E, provavelmente, nunca deixarão

de existir, mas em número muito reduzido, se compararmos com algumas décadas atrás. Assim como também é bem provável que os netos, bisnetos e toda a sequência de descendentes do Seu Toninho nunca entrem numa alfaiataria na vida.

Se entrarem, será num “ateliê de costura”, um negócio supermoderno, contemporâneo, com ar-condicionado, desenhos impressionistas nas paredes e uma máquina de café expresso — um lugar que deixaria Seu Toninho sem palavras.



Vivemos num outro mundo. Um mundo cada vez mais inovador, digital e tecnológico.

É pensando nesse novo mundo, que se transforma numa velocidade cada vez maior, que a ACIPI investe em cursos, seminários, palestras, encontros, simpósios, workshops e conferências. Essa infinidade de eventos, na qual o conhecimento é o foco principal, tem como objetivo prover seus associados com as ferramentas que os ajudem a se desenvolver pessoal e profissionalmente, visando adequar suas empresas às novas realidades.





Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, década de 1940. Fonte IHGP.





SÓCIO 1.000

A ACIPI já existia há mais de três décadas. Sua postura frente ao poder público e diante de várias demandas importantes para o comércio e indústria, assim como para o setor de serviços, evidenciava a relevância que ela tinha para o município, e isso fazia crescer o número de associados a cada mês.

Pensando em estimular ainda mais esse crescimento e levar o empresariado piracicabano a um envolvimento maior com a entidade, além de reconhecer de forma pública a importância de cada um dos associados, a diretoria da ACIPI planejou e promoveu um evento especial. Contando já com mais de 980 sócios, era questão de pouco tempo para atingir a emblemática marca de mil. E esse era um número que precisava ser divulgado e comemorado publicamente, pois se tratava de uma quantidade expressiva de associados. Além do mais, era o sinal evidente de que o trabalho da ACIPI estava sendo reconhecido.

A diretoria encomendou um distintivo de ouro comemorativo, que seria entregue ao sócio número mil. Era uma forma de valorizar todos aqueles que faziam parte da história da ACIPI, que estavam crescendo junto a ela, colaborando, participando e usufruindo dos seus serviços. Para não ocorrer nenhuma parcialidade ou injustiça, foi

estabelecido que se realizaria um sorteio entre os últimos 23 inscritos a fim de se chegar ao feliz contemplado.

Feito o sorteio — que aconteceu em agosto de 1968 —, a empresa que ganhou o distintivo comemorativo e que consta oficialmente como sócio de número mil foi *Guerino Morini e Cia Ltda.*

Impactada por algumas situações pontuais, a ACIPI enfrentou, em sua história, momentos de pequena queda no número de associados, todavia, em todo tempo, trabalhou com dedicação, tendo como objetivo um crescimento exponencial¹. Essa busca é um incentivo para investimentos que visam o desenvolvimento e o fortalecimento dos seus verdadeiros donos: os associados.

¹ – No início de 2023, o quadro de sócios da ACIPI contava com cerca de sete mil associados.



NOVO NOME, NOVA SEDE

A Associação Comercial e Industrial de Piracicaba, que nasceu em 1933 como Associação Comercial de Piracicaba, teve, ao longo de sua trajetória, algumas pequenas alterações em seu título. Em abril de 1944, em reunião extraordinária, foi formalizada uma reforma nos estatutos sociais alterando o nome para Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Piracicaba, permitindo que o quadro de sócios abrigasse uma diversidade de empresários de outros ramos como: invernistas, barqueiros, corretores, agentes comerciais, criadores, entre outros. No entanto a sigla ACIAP não se tornou muito utilizada, e isso se comprova pelo fato de que essa denominação é encontrada em ata apenas em outubro de 1966 — 12 anos após sua criação.

É válido ressaltar que o setor agrícola foi muito importante e decisivo para a formação da ACIPI. Não apenas a cidade de Piracicaba, mas também todo o estado de São Paulo e boa parte do país viviam tempos emergentes na agricultura, com investimentos e constante desenvolvimento no setor. Aquele era um período em que a indústria nacional começava a avançar, no entanto a economia do Brasil se sustentava em grande parte pela agropecuária — como ainda hoje — e foi isso que proporcionou aos agricultores terem a sua categoria registrada no nome da nova entidade comercial de Piracicaba.

No entanto, em maio de 1967, o termo “Agrícola” foi excluído definitivamente do nome da associação. A mudança não foi ocasionada por nenhum problema envolvendo os agricultores. A justificativa para essa alteração foi a de que Piracicaba já contava com outros órgãos municipais que representavam com muita competência a classe agrícola no município.

A mudança está registrada em ata do dia 19 de maio de 1967. Naquele mesmo ano, o monograma ACIPI começou a ser utilizado, aparecendo, já no mês de junho, em



Rua Moraes, Piracicaba-SP, década de 1970. Fonte IHGP.

Aponte o seu celular para o QR Code ao lado e assista o vídeo.





Ex-presidente José Macluf entrevistado durante o lançamento da Pedra Fundamental do projeto não executado da sede da Acipi, 1977. Acervo ACIPI.



Sede própria da ACIPI em construção, 1988. Acervo ACIPI.

1970



12) Comitiva da ACIPI se reúne em frente a antiga sede na rua Governador Pedro de Toledo antes de partir rumo ao Rio de Janeiro para participar da 15ª Convenção Nacional do Clube dos Diretores Lojistas, 1974.



13) Ex-presidente José Maluf entrevistado durante o lançamento da Pedra Fundamental do projeto não executado da sede da ACIPI, 1977.



14) Curso de capacitação em Administração em Empresas na ACIPI, 1973.



15) Tribuna de Piracicaba, 1976 ACIPI apoia a inclusão do XV na elite do nacional em 1977.



Antiga sede da ACIPI na Rua Governador Pedro de Toledo. Acervo ACIPI.

documentos da entidade e permanecendo o mesmo até os dias atuais.

Outra alteração ocorrida nesse mesmo período foi a forma como seriam realizadas as eleições para a diretoria da associação. Não seriam mais aceitos registros de nomes individuais, apenas chapas contendo 15 nomes que formariam a diretoria, além de cinco suplentes. O Conselho Consultivo também aumentou, passando a contar com 15 membros.

Além dessas alterações, aquele período de fim dos anos 1960 ficaria marcado pelos debates durante as reuniões de diretoria sobre a construção de uma sede própria. O número de sócios estava crescendo; o trabalho, idem; os espaços ficavam cada vez menores, tornava-se imprescindível acompanhar esse crescimento.

Àquela época, a ACIPI já passara por cinco sedes improvisadas:

- Sociedade Beneficente Síria;
- Rua XV de Novembro, próximo da Catedral;
- Edifício Gianetti;
- Rua XV de Novembro, esquina com a rua Governador Pedro de Toledo;
- Rua Governador Pedro de Toledo, próxima ao antigo estádio do XV de Piracicaba.

Não seria errado afirmar que a ACIPI teve, na verdade, seis sedes improvisadas, uma vez que o Teatro Santo Estevam foi o local onde nasceu a asso-

ciação e, apesar de não constar como sede em nenhum documento oficial, teve a sua importância como base para a realização de algumas reuniões naqueles primórdios da sua história.

A sede na rua Governador Pedro de Toledo se tornou um marco importante na história da ACIPI justamente por ter sido o seu último endereço provisório. Durante aquele período — anos 1970 e 1980 —, a associação enfrentou dificuldades com a sua receita; mesmo assim, conseguiu equilibrar alguns resultados negativos sem deixar de lado um dos projetos mais ousados e significativos para o seu futuro: a construção da sede própria.

Esse objetivo foi amadurecendo com o decorrer dos anos, no entanto a construção de uma sede própria exigia mais do que apenas vontade administrativa, havia a necessidade de recursos e numa proporção jamais investida. A diretoria projetou a ampliação de alguns serviços oferecidos com o propósito de ver aumentado o número de associados. Até aquele momento, o SPC puxava a fila como um dos serviços mais usados, porém não era completamente operacional para todos os tipos de empresas associadas. Estavam em alta também os cursos e as palestras, bem como as parcerias com renomadas instituições de ensino.

No entanto nem mesmo essas iniciativas garantiam a fidelização dos associados.

No final dos anos 1970, a ACIPI promoveu uma campanha de ornamentação dos corredores comerciais. Era uma tentativa de movimentar as vendas no período das festas de fim de ano e de se tornar mais atrativa para as empresas da cidade. Nessa mesma linha de ação, e buscando repetir o sucesso de ações promocionais realizadas em anos anteriores, a diretoria aprovou a aquisição de um automóvel Fiat-147 para a promoção de Natal de 1980.

Era um período de crise que obrigava a direção da ACIPI a buscar recursos visando o crescimento do quadro associativo. Reproduzindo um modelo de serviço que era oferecido em outras associações comerciais de São Paulo, a ACIPI iniciou debates sobre a oferta de convênios médicos para os associados, com a perspectiva de assegurar a sua permanência.

Aquele foi um dos períodos mais difíceis da ACIPI, que conseguiu, com muito esforço, superar todas as adversidades.



O ano era 1977.

Mesmo passando por um momento de instabilidade financeira, a diretoria da ACIPI mantinha o objetivo de construir uma sede própria, que era visto como um passo importante para o desenvolvimento da entidade. Foi naquele ano que o presidente, José Macluf, lançou a pedra fundamental de um projeto absolutamente arrojado e inovador e que se tornaria um marco em Piracicaba. O empreendimento contemplava um edifício de 16 andares, configurado como um prédio comercial. Os primeiros andares abrigariam a sede da ACIPI, enquanto os demais seriam comercializados com empresários interessados — estavam disponíveis um total de 64 salas comerciais nos pavimentos superiores, que começaram a ser vendidas assim que o projeto foi lançado.

No dia 31 de julho de 1977, a ACIPI reuniu a imprensa, além de autoridades, políticos, associados e convidados especiais, para o lançamento da obra. A repercussão foi imediata, tendo o projeto recebido até a visita do futuro governador de São Paulo, Paulo Maluf¹ — que era o atual presidente da Associação Comercial de São Paulo.

No entanto, apesar do impacto extremamente positivo daquele projeto, tanto para a ACIPI quanto para Piracicaba, ele não teve êxito. Assim que a pedra fundamental foi lançada, a construtora que havia vencido a concorrência para a execução da obra começou a apresentar uma série de dificuldades. Houve divergências relativas às informações prestadas pela empresa referentes ao cumprimento do contrato. Havia detalhes importantes a respeito da obra que não estavam devidamente elucidados, o que acabou causando desconfiância por parte da diretoria da ACIPI e que culminou com o distrato. Isso demonstrava um senso de responsabilidade em não assumir um compromisso tão significativo e oneroso, sem ter a total segurança de que a empresa contratada efetivamente honraria o acordo.

¹ – Paulo Maluf foi presidente da ACSP de 1976 a 1979 e foi governador do estado de São Paulo de 1979 a 1982.

Como havia unidades já comercializadas, a ACIPI restituiu aos condôminos as parcelas que já haviam sido pagas. O impacto positivo de um projeto tão arrojado foi substituído pela frustração, entretanto o sonho da sede própria não morreria ali, tanto que, pouco mais de uma década depois, em 1991, a ACIPI, enfim, podia dizer que tinha uma casa própria.

O prédio de 16 andares foi substituído por um projeto arquitetônico inteiro renovado — que dava destaque à funcionalidade e à contemporaneidade. Planejado com pouco mais de 2.500 m², a obra foi pensada com a intenção de que suas circulações livres permitissem o múltiplo acesso às dependências.

Foi no ano de 1994 que a ACIPI transferiu de forma definitiva a sua sede para a nova casa. Em 1999, aconteceu a entrega do Anfiteatro Antonio Percin e, uma década depois, em 2009, foi finalizado um prédio anexo, batizado como Salim Phellipe Maluf, que ampliou as dimensões da sede para mais de 3.650 m². É nesse novo espaço que se instalaram a cooperativa de crédito Sicoob Cocred, a Escola de Negócios ACIPI, a plenária da diretoria e onde funcionou, por um pequeno período, a sala da Região Administrativa de Campinas (RA-7), da Federação das Associações Comerciais de São Paulo. Permitiu também a criação de um espaço cultural denominado Memorial do Empreendedorismo — um local muito especial para a ACIPI, que conta, por meio de imagens, documentos, móveis antigos, áudios e vídeos, a história do empreendedorismo de Piracicaba.

Contudo a história da sede própria da ACIPI
não termina aqui...



DESCENTRALIZAÇÃO INDUSTRIAL

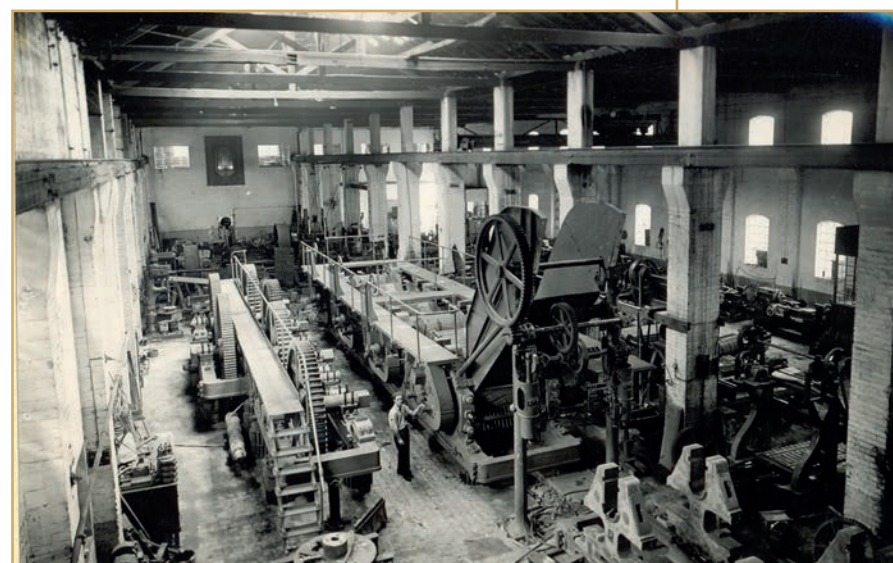
A década de 1970 foi marcada pela aceleração desenvolvimentista dos governos militares. Lançado pelo ex-presidente Emílio Garrastazu Médici, o primeiro Plano Nacional de Desenvolvimento se caracterizou pelo maior volume de capital estrangeiro sendo investido no país, assim como houve um crescimento significativo das exportações e importações. Esse foi um período da nossa história que ficou conhecido como o “Milagre Econômico”, uma vez que o PIB brasileiro cresceu a uma média anual de mais de 10%.

Assumindo a presidência da República em março de 1974, o general Ernesto Geisel deu continuidade ao Plano Nacional de Desenvolvimento iniciado no governo do seu antecessor. Naquele período, o principal objetivo era a autonomia do Brasil em insumos básicos, como petróleo, aço, alumínio, fertilizantes, entre outros.

Nesse período, ao buscar alternativas para a questão energética — como a construção de usinas hidrelétricas —, surgiu o Proálcool. Esse programa do governo federal impulsionou o desenvolvimento das siderúrgicas em Piracicaba, assim como fortaleceu o setor sucroalcooleiro da cidade.

Todavia a ideia do executivo federal para fomentar o desenvolvimento em nível nacional projetava uma descentralização industrial em direção ao interior do país, intenção que começou a ser desenhada antes do governo Geisel, no início dos anos 1970.

A expectativa era a de que o desenvolvimento industrial nos pequenos centros urbanos Brasil afora fosse responsável pelo aumento na geração de empregos e trouxesse modernização para os municípios. No entanto havia o perigo de um crescimento descontrolado, o que poderia acarretar prejuízos sociais nas pequenas cidades. Não havia um planejamento, uma prévia estruturação para minimizar os possíveis impactos de um crescimento desordenado, o que





Rua XV de Novembro, Piracicaba/SP, década de 1970. Fonte IHGP.



Piracicaba, década de 1970. Fonte IHGP.



Vista aérea das Oficinas Dedini. Acervo IHGP

A década de 1970 foi marcada pela aceleração desenvolvimentista dos governos militares. Lançado pelo ex-presidente Emílio Garrastazu Médici, o primeiro Plano Nacional de Desenvolvimento se caracterizou pelo maior volume de capital estrangeiro sendo investido no país, assim como houve um crescimento significativo das exportações e importações. Esse foi um período da nossa história que ficou conhecido como o “Milagre Econômico”, uma vez que o PIB brasileiro cresceu a uma média anual de mais de 10%.

Assumindo a presidência da República em março de 1974, o general Ernesto Geisel deu continuidade ao Plano Nacional de Desenvolvimento iniciado no governo do seu antecessor. Naquele período, o principal objetivo era a autonomia do Brasil em insumos básicos, como petróleo, aço, alumínio, fertilizantes, entre outros.

Nesse período, ao buscar alternativas para a questão energética — como a construção de usinas hidrelétricas —, surgiu o Proálcool. Esse programa do governo federal impulsionou o desenvolvimento das siderúrgicas em Piracicaba, assim como fortaleceu o setor sucroalcooleiro da cidade.

Todavia a ideia do executivo federal para fomentar o desenvolvimento em nível nacional projetava uma descentralização industrial em direção ao interior do país, intenção que come-

çou a ser desenhada antes do governo Geisel, no início dos anos 1970.

A expectativa era a de que o desenvolvimento industrial nos pequenos centros urbanos Brasil afora fosse responsável pelo aumento na geração de empregos e trouxesse modernização para os municípios. No entanto havia o perigo de um crescimento descontrolado, o que poderia acarretar prejuízos sociais nas pequenas cidades. Não havia um planejamento, uma prévia estruturação para minimizar os possíveis impactos de um crescimento desordenado, o que causava preocupação em algumas lideranças.

Em vista daquela grande movimentação nacional, a diretoria da ACIPI se manifestou durante a Reunião da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo, em assembleia ocorrida no dia 22 de maio de 1973. De posse da palavra, o presidente José Luz Júnior disse: “Estamos um pouco apreensivos com o que acontece no estado de São Paulo e no Brasil, nesse desenvolvimento desenfreado, que pode trazer distorção das piores possíveis” (Jornal O Diário). A principal preocupação do presidente da ACIPI era em relação às pequenas e médias empresas já radicadas em Piracicaba e algum tipo de prejuízo que poderiam sofrer.

Os incentivos fiscais concedidos pela prefeitura às grandes companhias multinacionais visando atraí-las para se instalarem em nossa cidade, assim





Rua Prudente de Moraes, Piracicaba/SP, década de 1950. Fonte IHGP.



Rua Prudente de Moraes, Piracicaba/SP, década de 1970. Fonte IHGP.



como outros tipos de benefícios oferecidos, eram vistos com ressalvas. É importante ressaltar que a posição da ACIPI não era contrária à instalação de grandes indústrias na cidade, muito menos contra o progresso e o desenvolvimento de Piracicaba, porém havia a responsabilidade em defender os interesses dos seus associados diante daquela situação pontual.

Em 1976, dois anos depois do início do governo do presidente Ernesto Geisel e durante a gestão do prefeito Adilson Maluf, foi implantado, em Piracicaba, o primeiro distrito industrial da cidade — o Unileste. Ficava evidente o trabalho sério e responsável da gestão pública em relação ao tão discutido desenvolvimento industrial. Piracicaba revelava sua vocação e competência para se organizar rumo ao futuro. As gigantes multinacionais Caterpillar e Philips foram as âncoras daquele projeto.

Naquele período, a ACIPI era presidida por José Macluf, que, entendendo a postura e o compromisso da prefeitura com relação às empresas de Piracicaba, trabalhou de maneira conciliatória junto ao poder público em referência ao projeto de desenvolvimento industrial da cidade. O presidente Macluf assimilou que a instalação de uma companhia do porte da Caterpillar em nossa cidade, assim como outras que se sucederam, representava uma evolução e que só traria benefícios — o que realmente aconteceu. Aquele foi um momento da história da ACIPI de muito diálogo visando o bem coletivo.

Mais de duas décadas depois, no início dos anos 2000, surgia outro polo industrial na cidade — o Uninorte. Juntos, eles somam quase 200 empresas instaladas no município.



CURSOS, SEMINÁRIOS, TREINAMENTOS

Os anos 1970 marcaram um crescimento expressivo em todo o país, e Piracicaba seguiu esse fluxo. No entanto, como resultado desse desenvolvimento econômico, o setor empresarial se viu numa situação que precisava ser equacionada: faltava mão de obra qualificada. Havia uma carência de capacitação profissional para muitas áreas. Era uma brecha que precisava ser preenchida com urgência, a cidade cobrava isso, e a ACIPI se empenhou nessa questão.

Estimulada pela onda de formação superior e capacitação na área da Educação, que havia se iniciado na década anterior, a ACIPI iniciou diversos projetos em parceria com instituições de ensino da cidade. Eram cursos e treinamentos com a finalidade de formar profissionais com qualificação para exercer suas funções em diversas áreas.

Em 1974, a ACIPI firmou uma dessas parcerias na área da Educação, o que foi um marco para a entidade. Junto da Escola Superior de Administração e Negócios, foi criado um curso que tinha como objetivo qualificar mão de obra especializada para o serviço do comércio. Tratava-se de uma visão mais profissional dos negócios, uma vez que a cidade crescia, o comércio se diversificava e, com isso, a concorrência era cada vez mais forte.

Aquelas vendinhas de secos e molhados e lojinhas com estrutura primitiva ainda resistiam aqui e ali. Eram estabelecimentos nos quais as compras eram anotadas em cadernetas e o fiado ainda era praticado com certa recorrência. Todavia o progresso era inevitável. E ele se fazia presente não apenas na estrutura física das lojas, mas também numa nova configuração de serviço e atendimento aos clientes.

Nesse ponto da história, foi de extrema relevância a visão mais moderna e profissional da ACIPI. A entidade apostou que o investimento em Educação e qualificação profissional só poderia trazer benefícios, tanto para os comerciantes quanto para os clientes.

Dessa forma, aquela parceria com a Escola Superior de Administração e Negócios, bem como todas as demais parcerias na área da Educação feitas naquele período, apontava para um futuro de sucesso. Aquele foi o start de um novo tempo para a entidade. A ACIPI nunca mais parou de promover parcerias educacionais e de realizar cursos e treinamentos próprios, apresentar palestras, workshops e mais uma infinidade de eventos que resultaram na criação do Departamento de Cursos, criado na década de 1990, que evoluiu para a Escola de Negócios, em 2012, e que continua em atividade.



Carxara de forfe

Tribuna de Piracicaba 9/6/76

ACIPI TAMBEEM QUER O XV NO NACIONAL

A exemplo do que fez a imprensa piracicabana, assim como aos rádios, a Associação Comercial e Industrial de Piracicaba — ACIPI — presidida pelo sr. José Macluf, manifestou seu apoio ao Esporte Clube XV de Novembro, no sentido que o mesmo alvinegro seja incluído para disputar o Campeonato Nacional de Futebol, através do seguinte ofício que a entidade enviou ao presidente da Confederação Brasileira de Desportos, Almirante Heleno Nunes:

Senhor Presidente:
A Associação Comercial e Industrial de Piracicaba cumprimenta Vossa Excelência e aproveita o ensejo para, com a máxima vênia, manifestar sua solidariedade às pretensões do Esporte Clube XV de Novembro de Piracicaba de ser incluído no rol das agremiações que disputarão o próximo Campeonato Nacional.

O XV de Novembro, com mais de 62 anos de existência, tem um passado e uma tradição glo-

riosa, foi o primeiro clube do interior paulista a integrar a Divisão Especial da Federação Paulista de Futebol, após sagrar-se consecutivamente, campeão do interior em 1947 e 1948. Seu nome tem projeção internacional, inclusive na Europa, onde já jogou mais de trinta partidas, sendo um dos poucos clubes brasileiros a jogar na Suécia e União Soviética.

Sua situação financeira e patrimonial é excelente e possui um plantel de jogadores à altu-

ra da categoria dos melhores times que disputarão o certame nacional.

Em razão disso e considerando a sua classificação no campeonato paulista, Piracicaba, com mais de 200.000 habitantes e demais cidades da região, aguardam confiantes de que a Confederação Brasileira de Desportos fará justiça escolhendo a agremiação piracicabana para disputar o campeonato supra mencionado.

A Associação Comercial e In-

dustrial de Piracicaba, que sempre acompanhou as judiciosas decisões de Vossa Excelência como presidente da entidade máxima dos desportos brasileiros, confiando no seu elevado espírito de justiça, espera seja acolhida sua solicitação em favor do XV de Novembro e, reiterando-lhe os protestos da sua elevada estima e distinta consideração, subscrevemo-nos
Atenciosamente.

José Macluf — Presidente".

XV, cra cra cra!

XV DE PIRACICABA

Aquela quarta-feira, dia 18 de agosto de 1976, ficaria marcada na história. O tic-tac característico do velho relógio de parede era encoberto pela narração vibrante do locutor Flávio Araújo, da Rádio Bandeirantes, e se perdia em meio ao som do corte dos tecidos e da máquina de costura.

Passava das 22h30min, e Pedro, o filho mais velho do Seu Toninho, estava, em sua oficina, finalizando dois ternos que precisava entregar no dia seguinte, porém sua concentração era dividida entre o trabalho e a voz potente do radialista, que narrava os momentos finais da partida que decidia o campeonato paulista de 1976, entre Palmeiras e XV de Piracicaba.

O jogo, que marcou o recorde de público do estádio Palestra Itália, em São Paulo, estava acabando, e o time alverde vencia por 1 X 0. Mesmo assim, o rapaz mantinha a esperança de um milagre. Seus olhos estavam marejados, ainda lembrando do pai e da paixão que ele tinha pelo XV. Imaginava-o esbravejando de tudo quanto é jeito, sofrendo pelo seu time de coração, e teve a certeza de que, se o Seu Toninho ainda estivesse vivo, era capaz de ter um ataque cardíaco ouvindo aquele jogo. Pedro aprendeu a amar e a torcer pelo Nhô Quim com o pai. Sempre se lembrava com saudades de todos os jogos que assistiu com ele no velho estádio do XV, o Roberto Gomes Pedrosa, que ficava bem ali, próximo de sua oficina.

Bons tempos aqueles!

O cronômetro avançava, e Pedro já se esquecerera completamente dos ternos do cliente. Andava de um lado para o outro dentro da oficina, ouvidos atentos, rezando “pra” todos os santos que conhecia, contudo nada de ser atendido. Já não havia mais unhas para roer quando, enfim, o drama terminou — o juiz Romualdo Arppi Filho apitou o final da partida.



Aponte o seu celular para o QR Code ao lado e assista o vídeo.





Estádio Barão de Serra Negra (Piracicaba) - Onde o XV de Novembro manda os seus jogos.



1980



16) ACIPI inicia o processo de informatização dos seus serviços, abril de 1988.



17) Sede própria da ACIPI em construção, 1988.



XV de Piracicaba, Campeão Paulista da 1ª Divisão em 1967. Acervo IHGP

O Palmeiras sagrou-se campeão, e o XV tornou-se vice-campeão paulista.

Não deixava de ser um feito extraordinário, um dos maiores da história do Nhô Quim, mas que deixou, no coração da torcida, o gosto amargo da derrota.

Não é segredo para ninguém que uma das paixões dos piracicabanos é o time alvinegro que ostenta uma das camisas mais emblemáticas do futebol brasileiro e que tem um hino popular — o mais folclórico e engraçado do país — que é mais conhecido até do que o hino oficial. Não importa a divisão em que esteja ou o campeonato que dispute, o XV de Piracicaba tem a capacidade de produzir uma emoção singular no coração de todo piracicabano — e que se contagia para todos aqueles que adotaram Piracicaba como sua terra.

Poucos dias depois daquele jogo eletrizante, que marcou o final do campeonato paulista de 1976, a ACIPI encaminhou um ofício ao presidente da CBD — Confederação Brasileira de Desportos —, o Almirante Heleno Nunes. A CBD foi a precursora da CBF e era a entidade responsável pela organização tanto do futebol quanto de todos os esportes olímpicos. O ofício solicitava a inclusão do Esporte Clube XV de Novembro de Piracicaba no próximo campeonato nacional de futebol, que tinha, àquela época, uma formatação bem diferente da que temos atualmente.

O ofício foi uma resposta da ACIPI a uma campanha iniciada na cidade por toda imprensa piracicabana e que reivindicava a presença do XV na elite do futebol nacional, em virtude do retrospecto bem-sucedido do time no concorrido campeonato paulista — o mais disputado do país. Essa participação da ACIPI traduzia o sentimento de uma associação que teve sempre a prerrogativa de se envolver com as demandas da sua comunidade.

Além do mais, é fato que o futebol se trata de uma atividade que movimenta mais do que a paixão dos torcedores.

Ele envolve uma série de elementos mercadológicos que fomentam o desenvolvimento econômico de uma cidade. Uma equipe de futebol que participa de uma competição em nível nacional, além de mobilizar a sua torcida, gera receita para o município — seja pelo aumento na demanda de mão de obra em hotéis, restaurantes e lanchonetes, seja pela venda de ingressos, camisetas, bolas, bandeiras e de todo tipo de acessório esportivo. Ou seja, o futebol, e tudo aquilo que orbita em seu entorno, se trata também de um negócio que extrapola a paixão trivial do torcedor.

O apoio da ACIPI ao Nhô Quim visava mais do que apenas responder ao anseio popular, havia também o interesse em todo o processo comercial que resultaria da inclusão do XV num campeonato nacional e que, consequentemente, beneficiaria Piracicaba.

O pedido não foi atendido naquele ano, porém o ofício endereçado à CBD pela ACIPI não ficou no vazio, uma vez que a entidade que comandava o futebol no país incluiu o XV de Piracicaba nos campeonatos nacionais dos anos seguintes, quando o time alvinegro participou com boas campanhas.

Foram tempos de glória para o Nhô Quim. A torcida XVzista lotava o Barão de Serra Negra para empurrar o alvinegro piracicabano em jogos contra Flamengo; Grêmio; Vasco; Santos; Internacional; Atlético Mineiro; Palmeiras; Fluminense; Corinthians; Bahia...

*Carxara de forfe
Cuspere de grilo
Bicaro de pato
GOOORRRR!
XV, cra cra cra!
XV, cra cra cra!*



INFORMATIZAÇÃO

Desde o seu início, na década de 1930, a ACIPI investiu na modernização dos seus serviços com a perspectiva de prestar um atendimento cada vez mais profissional e de qualidade aos seus associados. Isso fica evidente nesses 90 anos de história.

Um dos momentos marcantes em relação ao investimento em tecnologia aconteceu no final da década de 1980. A ACIPI vivia um momento de grandes aportes de recursos para a construção da sua sede própria quando aconteceu a inauguração do *Shopping Center Piracicaba*, em outubro de 1987. O aumento de lojistas no novo centro de compras da cidade representava também um aumento significativo da demanda pelo serviço de consulta ao SPC por parte dos comerciantes. Era imprescindível a criação de um novo formato para a prestação daquele serviço.

A matéria veiculada no *Jornal de Piracicaba*, em outubro de 1987, trazia a informação de que o SPC atendia uma média de 60 mil consultas mensais, sendo que a expectativa com a inauguração do *shopping* era aumentar essa demanda para 80 mil consultas por mês, um acréscimo de quase 35% no serviço. O sistema era inteiro manual, realizado por uma equipe de 12 funcionárias, que manipulavam as fichas dos clientes e, de acordo com a matéria, o novo sistema utilizaria dez terminais de computador, que prestariam todas as informações em segundos, com um aumento mínimo nos valores de cobrança por consulta em relação ao modelo anterior.



Mesmo comprometida com os altos investimentos na construção da sede própria, a diretoria da ACIPI investiu também naquele novo processo de automação para a consulta do SPC. Houve o entendimento de que aquela tecnologia facilitaria muito o atendimento aos associados e traria agilidade e eficiência em todas as rotinas administrativas que envolviam as consultas ao Sistema de Proteção ao Crédito.

Isso fez da ACIPI umas das pioneiras no estado de São Paulo a automatizar esse serviço, trazendo celeridade e eficácia para os seus usuários. O resultado extremamente positivo serviu de incentivo para que a ACIPI avançasse no processo de informatização de todos os seus serviços, já pensando na nova sede que estava em fase de construção. A entidade contava, naquela fase, com 1.100 associados e tinha um quadro de 32 funcionários.



Aponte o seu celular
para o QR Code ao lado
e assista o vídeo.



PLANO REAL E O PACOTÃO ACIPI

A década seguinte exigiu dos comerciantes, industriais e prestadores de serviços — praticamente a maior parte do setor produtivo do país — a capacidade de superar uma crise que assolava o Brasil e que exigia uma reestruturação econômica. Os anos 1990 herdaram uma hiperinflação da década anterior, que parecia não deixar espaço para recuperação. Em 1992, a inflação alcançou a marca anual de 1.158%. A situação estava fora de controle. Como consequência, as vendas no comércio despencaram e, no ano seguinte, 1993, o número de associados caiu para cerca de 900. O resultado dessa redução foi a queda do número de consultas ao SPC, algo que afetava diretamente a receita da associação.

Mesmo à vista desse cenário de turbulência na área econômica, que foi herdado dos anos 1980, a ACIPI conseguiu entregar, de forma parcial, a sua sede própria, na Rua do Rosário. Esse episódio foi celebrado como uma conquista excepcional, uma vez que a grave crise que se prorrogava no país era um obstáculo que inviabilizava os investimentos no setor privado. O fato de conseguir realizar aquela obra, mesmo diante de tantas adversidades, apenas reforçava o DNA de competência empresarial da Associação.

Foi nesse período, do início da década de 1990, que se encerrou o mandato do presidente que mais tempo esteve à frente da ACIPI — Telmo Otero (1977 a 1991). Seu trabalho deixou um legado reconhecido por diretores e associados mais antigos como uma marca de ética, profissionalismo e dedicação à ACIPI. Por ser alguém tão marcante na história, sua imagem está eternizada com um busto instalado junto ao jardim da sede da Associação.

Em fevereiro de 1994, foi implementado, no Brasil, o Plano Real. O programa, criado pelo presidente Itamar Franco e que tinha Fernando Henrique Cardoso como ministro da Fazenda, tinha como principal objetivo frear a escalada da inflação no país e estabilizar a economia.



Aponte o seu celular para o QR Code ao lado e assista o vídeo.





O plano deu certo, e a hiperinflação foi vencida.

Buscando aproveitar a onda de otimismo que veio de carona com o Plano Real, e tendo como objetivo auxiliar o comércio a se recuperar da estagnação das vendas nos anos anteriores, a ACIPI lançou, em 1994, uma campanha promocional denominada “Pacotão ACIPI”, que aconteceria nas principais datas comemorativas e que premiaria consumidores e lojistas.

O principal prêmio foi um automóvel zero-quilômetro, sorteado no Natal daquele ano. A promoção foi um sucesso,

tendo mais de 100 mil cupons depositados nas urnas. Uma soma de eventos contribuiu para que as coisas começassem, enfim, a melhorar para os comerciantes.

Como resultado da inflação sob controle, que ajudou a economia a reagir, aliada ao esforço da ACIPI e dos seus associados, houve, naquele ano de 1994, um aumento nas consultas ao SPC, assim como nas vendas de final de ano, que cresceram quase 30%.

Aos poucos, a população começava a se sentir mais segura com a economia, o que se refletia nas vendas do comércio.



ACIPI, PIRACICABA E O RIO

A principal marca de Piracicaba, assim como o motivo maior de orgulho de todo cidadão que teve o privilégio de nascer aqui, é o nosso rio — que tem a responsabilidade de ser o maior afluente do rio Tietê. Talvez o fato de cidade e rio compartilharem o mesmo nome produza uma sinergia entre terra e água, que nos envolve, nos encanta e que inspira a nossa arte e o nosso folclore.

Piracicaba e o seu rio são quase a mesma coisa. São como gêmeos que cresceram juntos e que se conhecem intimamente. Ao longo de mais de dois séculos e meio, a cidade e o rio compartilham a história. Durante esse tempo, enfrentaram, juntos, muita coisa. Algumas vezes impulsivo, o rio transbordou suas águas. Outras vezes árido, quase desapareceu.

Durante as enchentes, o Piracicaba invade casas e restaurantes da Rua do Porto com suas águas marrons, sem pedir permissão a ninguém. As vias próximas recebem também uma enxurrada de gente que vai admirar a força, a beleza e a braveza do rio, que não para de subir. Quando se apresentam, as inundações parecem validar o refrão da música “Rio de Lágrimas”, do compositor Lourival dos Santos em parceria com o piracicabano Miguel Lopes Rodrigues (Piraci) e Tião Carreiro. É uma das canções caipiras mais conhecidas do Brasil e teve sua primeira gravação feita, em 1972, pela dupla Tião Carreiro e Pardinho:

*O rio de Piracicaba
Vai jogar água “pra” fora
Quando chegar a água
Dos olhos de alguém que chora.*





Rio Piracicaba - vista do Mirante. Anos 30. Acervo Museu Prudente de Moraes.



1990



18) Ação promocional “Pacotão ACIPI” realizado no auditório da Associação ainda inacabado, 1994.



19) Ex-presidente Oswaldo Palma representando a ACIPI durante o “1º Fórum Empresarial sobre Hidrovia”, maio de 1995.



Nos tempos de estiagem, o Piracicaba sofre em silêncio e chora um pranto ressequido, sem lágrimas. Há vezes em que a secura do velho rio é tão intensa que apenas um esqueleto de pedras úmidas separa o centro da cidade da Vila Rezende.

Mas nem as cheias com os seus prejuízos e nem a secura com a sua tristeza estéril fazem o piracicabano deixar de amar aquele percurso d'água tão especial.

Esta história, portanto, não poderia deixar de fora todo esse encanto da cidade para com o seu rio.

Convicta de que o rio Piracicaba é muito mais do que o principal ativo cultural da cidade, assim como um importante polo de geração de renda por meio do turismo, a ACIPI tomou parte de um grupo de estudos que tinha como objetivo a criação de uma hidrovia que permitisse sua navegabilidade. Numa parceria inédita com o CIESP — Centro das Indústrias do Estado de São Paulo —, a ACIPI realizou, em maio de 1995, o “10 Fórum Empresarial sobre Hidrovia”, que contou com a participação do prefeito Antônio Carlos de Mendes Thame, além de empresários, especialistas e técnicos no assunto. Como consequência, houve um encontro com o governador de São Paulo, Mário Covas, num evento em que foi assinado um plano de desenvolvimento do vale do rio Piracicaba, que intencionava a participação

econômica da região de Piracicaba, via fluvial, com o Mercosul — que aconteceria por meio de uma integração com a Hidrovia Tietê-Paraná.

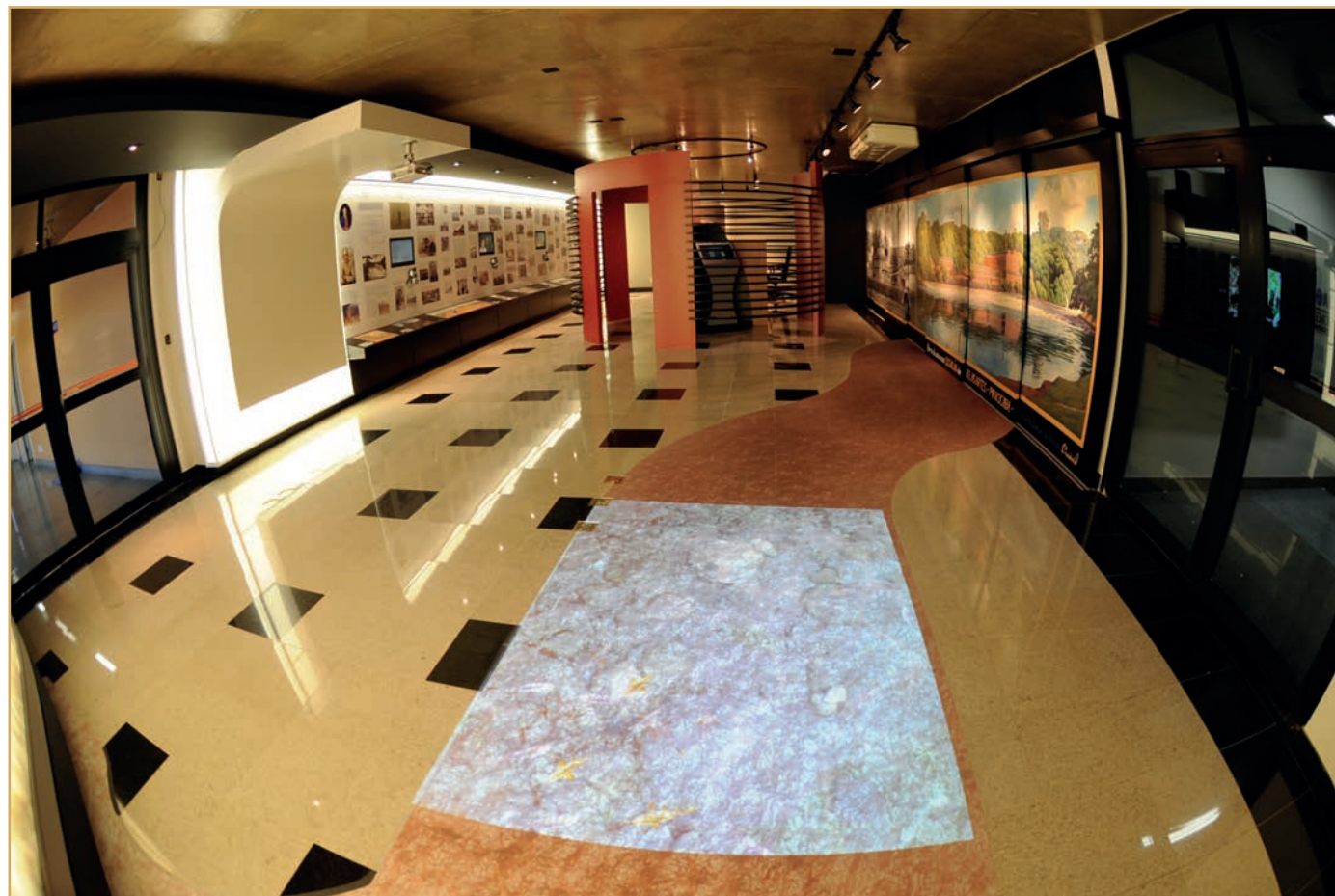
O projeto ainda não saiu do papel, mas o Piracicaba segue vivo, forte e intenso. Algumas vezes, joga suas águas “pra” fora; em outras, quase desaparece, porém nunca se entrega. Segue sua missão de alimentar a paixão e promover a cultura de toda uma cidade que ama e reverencia o seu rio.





Rua do Porto, Piracicaba/SP, década de 2000. Fonte IHGP.





MEMORIAL DO EMPREENDEDORISMO

A história da ACIPI, assim como a própria história de Piracicaba e de seu desenvolvimento econômico, deve ser considerada sob a perspectiva da chegada dos imigrantes, no início do século XVIII, bem como da instalação de grandes indústrias em nossa cidade, que contribuíram para o seu progresso.

E foi justamente com a intenção de resgatar essa trajetória rica em detalhes que a ACIPI criou o Memorial do Empreendedorismo, sob a coordenação da historiadora Marly Theresinha Germano Percim. É um espaço onde os visitantes têm acesso à história da cidade e dos diversos homens e mulheres de negócios que ajudaram a construir a riqueza de Piracicaba, começando pelo povoador Antônio Corrêa Barbosa, um homem que, além de fundador da cidade, também, iniciou às margens do rio Piracicaba, uma fábrica de canoas, sendo, portanto, nosso primeiro empreendedor. Alguns nomes têm destaque por aquilo que realizaram e que evidencia o apreço que sempre tiveram por Piracicaba: Mário Dedini, Luciano Guidotti, Luiz de Queiroz e o Barão de Rezende.

Fotografias, móveis, vídeos, áudios e painéis revelam, de forma didática, a linha do tempo da história do empreendedorismo em nossa cidade. Cerca de 90%, no acervo, é virtual, o que possibilita ao visitante o acesso a arquivos digitais de páginas de jornais e revistas que apresentam notícias de Piracicaba e da ACIPI.

Grupos podem agendar visitas monitoradas para conhecer não apenas a história do empreendedorismo em Piracicaba, mas também a evolução da cidade e sua transformação através do tempo, por meio de uma série de imagens significativas e reveladoras.



2000



20) Memorial do Empreendedorismo da ACIPI, 2012.



21) Agenda informativa – Especial 70 anos da ACIPI, 2003.



22) Audiência Pública na ACIPI oficializa a Região Metropolitana de Piracicaba, 2021.



23) Comércio de Piracicaba fechado durante a pandemia, 2020.



Vista Aérea Rio Piracicaba/SP. Fonte IHGP.

PIRACICABA 2010

Piracicaba foi um dos primeiros municípios do país a possuir uma Agenda 21¹.

O projeto “Piracicaba 2010”, implementado como resultado de um movimento da sociedade civil, tinha como missão transformar a nossa cidade num modelo de desenvolvimento sustentável para o Brasil, além de ser um excelente lugar para se viver. Projetava uma série de intervenções a serem realizadas num período de dez anos e englobava seis dimensões: ambiental, social, econômica, política, cultural e territorial. Batizado como O Salto de Piracicaba (numa alusão ao salto do rio Piracicaba que corta a área central da cidade), o projeto se constituiu numa iniciativa de extrema importância para Piracicaba, e é óbvio que a ACIPI não poderia ficar de fora.

Foram relacionadas algumas demandas relativas às áreas do comércio, indústria e serviços, que seriam as mais relevantes para o sucesso do projeto. Elas envolviam desde a integração das empresas com a comunidade, passando pelo fortalecimento do parque industrial, o desenvolvimento da infraestrutura das micros, pequenas e médias empresas, à ampliação da capacidade exportadora da cidade e até questões ligadas à Educação, ao turismo e ao lazer.

Duas propostas relacionadas ao Projeto Piracicaba 2010 tiveram participação ativa da ACIPI para a sua implantação: a Lei Cidade Limpa — que tinha como objetivo padronizar o uso de propagandas nas fachadas das lojas, diminuindo a poluição visual — e a revitalização da área central da cidade.

Em relação ao Cidade Limpa, a entidade acertou parcerias com instituições financeiras visando o fornecimento de crédito para os associados que necessitassem atualizar ou reformar suas fachadas.

Em fevereiro de 2010, foi firmada uma parceria entre a Prefeitura Municipal e a ACIPI para a implantação da fase inicial de um projeto de revitalização da área central que tinha como objetivo melhorar a estética e oferecer mais conforto, além de aprimorar a circulação dos pedestres nos principais cruzamentos do centro comercial de Piracicaba. Buscava também transformar o nosso comércio em referência para as áreas centrais de outras grandes cidades.

Essa primeira fase, que teve como intervenção inicial o cruzamento entre as ruas Governador Pedro de Toledo e São José, foi inaugurada em agosto do mesmo ano, e o projeto deu sequência depois, revitalizando outros pontos do centro.



1 – A Agenda 21 é um documento assinado em 14 de junho de 1992, no Rio de Janeiro, por 179 países, resultado da “Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento”, podendo ser definida como um “instrumento de planejamento participativo visando o desenvolvimento sustentável” (<https://www.conexaoambiental.pr.gov.br/Pagina/Agenda-21>).





Vista Aérea da Cidade de Piracicaba/SP. Fonte Freepik.



Vista Aérea Rio Piracicaba/SP. Fonte IHGP.

MULHER EMPRESÁRIA / JOVEM EMPRESÁRIO

Na década de 1930, quando a ACIPI foi criada, o controle da maior parte das empresas se concentrava nas mãos dos homens — sobretudo daqueles que possuíam maior experiência. Com o passar dos anos, essa realidade foi sendo transformada. Temos, hoje, um número expressivo de mulheres no comando de empresas — familiares ou corporativas.

Vemos esse cenário se consolidando também em relação aos jovens, que estão cada vez mais conectados com os novos modelos de governança empresarial e são desafiados tanto a assumir negócios familiares quanto a empreender — com especial destaque para as *startups*¹. Pensando nesses modelos contemporâneos de administração, a ACIPI criou o CME (Conselho da Mulher Empresária) e o CJE (Conselho do Jovem Empresário). São iniciativas que têm a finalidade de capacitar jovens e mulheres para que possam atuar como líderes no mercado empresarial.

Criado pela ACIPI no ano 2000, o CME (Conselho da Mulher Empresária) foi um dos primeiros a integrar o projeto de Conselho das Mulheres Empresárias, organizado pela Fapesp (Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo). No início, havia apenas um viés filantrópico, entretanto, com o passar do tempo, o foco passou a ser a integração das mulheres empresárias e a sua capacitação, sem deixar de lado o voluntariado e a assistência social. São realizados encontros mensais na sede da ACIPI, onde acontecem palestras e trocas de informações que facilitam o processo de desenvolvimento profissional para o público feminino.

¹ – O termo *startup*, do inglês, significa começar algo novo e é comumente relacionado à inovação no mundo dos negócios. Uma *startup* é uma empresa que está em seu início, sem plano de negócios ou produto completamente definido, mas que tem algo novo a mostrar ao mercado (Fonte: napratca.org.br).

Da mesma forma, o CJE (Conselho do Jovem Empresário) tem como propósito desenvolver a integração, a cooperação e o fortalecimento do empreendedorismo nos jovens empresários. Partindo de uma visão mais atual, criativa, falando a língua do jovem, o CJE busca preparar e alinhar jovens que assumirão a sucessão em empresas familiares ou prepará-los para empreender seus próprios negócios. Também são realizados encontros mensais, nos quais acontecem trocas de experiências, informações e prospecção de negócios.

Naquele início de um novo milênio, concomitantemente a esse esforço da ACIPI com a criação dos conselhos das mulheres e dos jovens empresários, a entidade continuava investindo de forma intensa nas parcerias com instituições de ensino. Essas parcerias foram decisivas para que muitas pessoas tivessem acesso ao ensino superior.

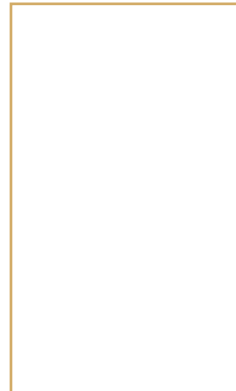


NOVO MILÊNIO

Em 2003, a ACIPI completava 70 anos. Para marcar uma data tão especial, a entidade fez o lançamento do 1º Congresso Empresarial, um evento com tamanha repercussão e importância que acabou se consolidando no calendário anual da associação. Desde então já aconteceram 16 edições do congresso, que tem como objetivo ser um fórum de capacitação e reflexão de gestores e profissionais de carreira de vários setores do mercado de trabalho.

No Congresso Empresarial da ACIPI, são realizados debates, workshops e palestras sobre os mais variados temas envolvendo o mundo empresarial. O evento é um sucesso e contou, em algumas edições, com o apoio do Sebrae/SP (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo).

Dois anos após a comemoração dos 70 anos, a ACIPI estava prestes a alcançar a marca dos 3 mil associados. Tratava-se de um número expressivo e que revelava a forte atuação junto à comunidade empresarial. Todavia era preciso dar um passo à frente, aproximar-se ainda mais dos associados nas diversas regiões da cidade, que se descentralizavam cada vez mais na direção dos bairros. Estudando o momento econômico, bem como a necessidade de ampliação dos serviços prestados, a ACIPI abriu um escritório regional no bairro de Santa Terezinha, uma região que teve crescimento exponencial nas últimas décadas. A repercussão foi extremamente positiva e gerou grande impacto naquela parte da cidade. Esse escritório regional continua em funcionamento e é muito utilizado pelos associados daquela região.



3

Palavra do presidente

1º Congresso Empresarial da Acipi



A comemoração dos 70 anos da Acipi é uma data importante que marca a história de uma entidade que tem participado da vida econômica e social de Piracicaba.

Em nossa programação, que está sendo divulgada, temos diversos eventos e alguns deles já realizados como o lançamento do selo comemorativo em alusão aos 70 anos da Acipi e a aula inaugural do Curso Sequencial Superior de Complementação de Estudos em Administração no Varejo, e ainda, outros estão por vir.

Mas quero me ater a dois deles que são voltados ao desenvolvimento das empresas e dos profissionais que nelas atuam, com o objetivo de oferecer qualificação que permita a união da teoria e prática.

Para isso, numa parceria entre Acipi e Unimep, foi criado o Curso Sequencial Superior de Complementação de Estudos em Administração no Varejo, sendo o primeiro no Brasil a ser realizado entre uma Associação Comercial e uma universidade. O curso já iniciou com uma turma de 73 alunos e somente foi possível essa conquista pela ampla visão que possui a reitoria da Unimep em atender os anseios de uma comunidade, e a Diretoria de Cursos e Formações da Acipi, que se empenhou para a realização de uma idéia que havíamos lançado quando fomos empossados.

Quero deixar registrado meus cumprimentos à Unimep, à Comissão de Cursos e Formações e aos alunos que farão parte da primeira turma deste curso.

A Acipi com inúmeras histórias de conquistas como a acima citada, lança mais uma iniciativa de vanguarda que é o 1º Congresso Empresarial.

A realização desse congresso tem como meta integrar os associados da Acipi, nos dias 25 e 26 de abril, num contexto de confraternização social, reflexão, análise e, sobretudo, de posicionamentos importantes para os negócios como também, de assuntos que envolvem a convivência com o mercado.

Os nomes dos palestrantes por si só nos permitem prever o nível que esperamos atingir no congresso que permitirá um maior envolvimento dos empresários em assuntos e discussões importantes, principalmente, num momento de mudanças em que passa o Brasil e o mundo.

Estamos fazendo um trabalho de base para que juntos possamos realizar o crescimento de Piracicaba e conseqüentemente a evolução de nossas empresas.

A melhor forma de fazer mudanças é participando, pois quando não participamos ficamos alheios aos resultados positivos obtidos, como a alavancagem de nossos negócios e de nossa cidade.

Contamos com sua importante presença em nossos eventos, pois a entidade é o espelho e a voz de seus associados.

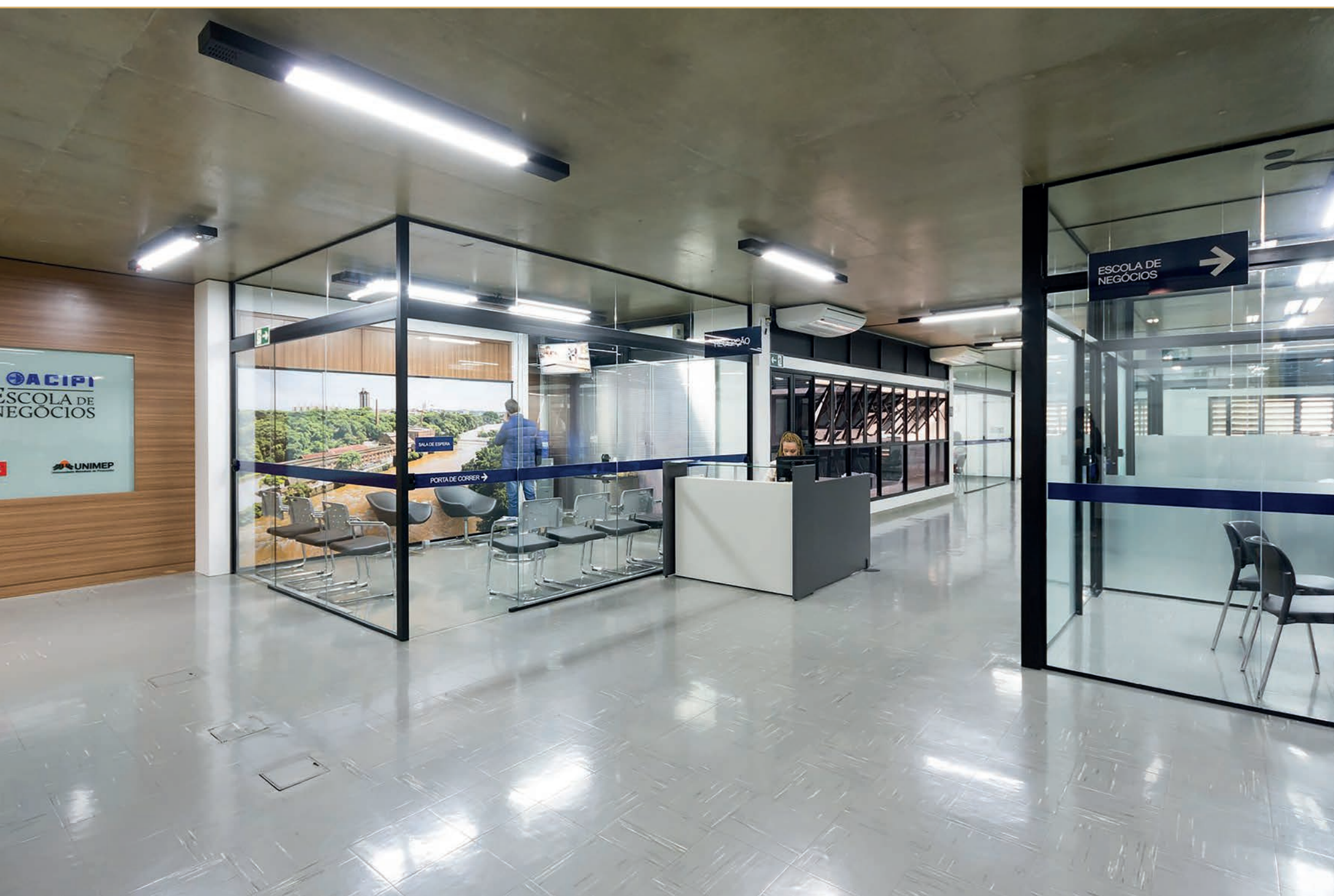
LUIZ CARLOS FURTUOSO
Presidente
presidente@acipi.com.br

“ ACIPI com inúmeras histórias de conquistas como a acima citada, lança mais uma iniciativa de vanguarda que é o 1º Congresso Empresarial ”

Av. dos Operários, 597
Cidade Jardim, Fone: 3437-9833
www.fnasneto.com.br

TRAGA SEUS IMÓVEIS
PARA A FRIAS NETO

FN FRIAS NETO
CONSULTORIA DE IMÓVEIS
Soluções exclusivas para o mercado imobiliário



ESCOLA DE NEGÓCIOS

O ano de 2012 foi marcado de forma especial para a ACIPI com a inauguração da Escola de Negócios, um empreendimento criado com a missão de atender de forma profissional as demandas do mercado empresarial. Seguindo sua vocação de referência em capacitação profissional — iniciada na década de 1960, quando foram firmadas as primeiras parcerias com instituições de ensino superior —, a ACIPI deu importante passo nesse novo projeto.

O antigo departamento de cursos abria espaço para uma nova formatação que atenderia com maior qualificação as necessidades mercadológicas do novo tempo. Seriam oferecidos em grande escala cursos de Pós-Graduação, MBA, *In-Company* e de curta duração.

Aquele foi um período em que Piracicaba experimentou desenvolvimento expressivo com a criação do Parque Automotivo e a chegada de multinacionais, como a Hyundai e outras empresas satélites. Esse novo cenário exigia atenção da ACIPI relativa à demanda de capacitação necessária para atender os profissionais que seriam exigidos. Dados do IBGE relatam que a região de Piracicaba recebeu mais de 70 mil novos moradores entre 2010 e 2013.

Esses foram alguns dos desafios que ajudaram a consolidar a Escola de Negócios da ACIPI, ao longo dos anos, como referência em capacitação profissional.





REGIÃO METROPOLITANA DE PIRACICABA

A Região Metropolitana de Piracicaba (RMP) foi institucionalizada em 24 de agosto de 2021, pela Lei Complementar Estadual no 1360. É imprescindível mencionar que a criação da RMP foi uma conquista que teve participação ativa da ACIPI, tanto que ela foi escolhida para sediar a última etapa protocolar para a sua devida constituição — uma audiência pública que teve a participação do governador de São Paulo, além do secretário de desenvolvimento regional do estado, bem como de diversas outras autoridades.

A RMP já nasce tendo participação de 3,42% no Produto Interno Bruto (PIB) estadual. É uma das regiões mais industrializadas e produtivas do estado de São Paulo e possui um parque industrial que concentra grande variedade de empresas nacionais e multinacionais, especialmente dos setores sucroalcooleiro e metalmeccânico, além de indústrias de alimentos, bens de capital e metalurgia.

A expectativa é a de que a Região Metropolitana de Piracicaba se transforme num polo de investimentos que vai contribuir para o desenvolvimento econômico das 24 cidades que compõem a região, oferecendo melhor qualidade de vida para mais de um milhão e meio de habitantes.

É um orgulho para a ACIPI ter participado ativamente desse projeto, um marco para a nossa cidade.



PARADA OBRIGATÓRIA

No último dia de 2019, a OMS (Organização Mundial da Saúde) recebeu um alerta sobre casos de pneumonia na província de Hubei, na República Popular da China. Tratava-se de uma nova cepa (tipo) de Coronavírus que ainda não havia sido identificada em seres humanos.

Em 30 de janeiro de 2020, a OMS publicou uma declaração afirmando que o surto do novo Coronavírus se constituía numa emergência de saúde pública de importância internacional (ESPII), o mais alto nível de alerta da Organização.

A partir daquele episódio no interior da China, iniciou-se uma pandemia — que é a disseminação mundial de uma doença. Iniciaram-se também, por parte dos governos dos países em nível global, diversos protocolos de prevenção, controle e atendimento relativos à Covid-19.

No Brasil, houve a instauração de uma quarentena por parte dos governos estaduais e municipais, como forma de combate à disseminação do vírus. O objetivo principal da quarentena seria evitar aglomerações e promover o distanciamento social. Uma das decisões era relativa ao funcionamento do comércio, que deveria se manter fechado com a finalidade de evitar o contato social.

Essa medida revelou-se extremamente prejudicial ao setor. Apenas no primeiro ano da pandemia, o comércio, no país, sofreu perdas recordes, com o fechamento de quase 8% dos estabelecimentos e mais de 400 mil postos de trabalho extintos, a maioria deles no varejo. Os dados são do IBGE, que revelam o tamanho do prejuízo acarretado no período.





O problema atingiu o comércio da nossa cidade, e a ACIPI se mostrou pronta em reivindicar, ao poder público, as ações necessárias para o restabelecimento da normalidade.

Uma das muitas ações foi o encaminhamento ao Secretário de Governo do município um ofício que era endereçado ao prefeito municipal, solicitando reunião com autoridades e órgãos competentes com a finalidade de discutir a situação dos comerciantes. Um dos setores mais atingidos foi o dos bares e restaurantes, que tiveram seu funcionamento quase paralisado.

Foi encaminhado ao Comitê do Centro de Contingência Contra a Covid-19 o resultado de uma análise feita pela entidade, que demonstrava a desassociação do aumento dos casos da doença com o funcionamento do comércio e serviços.

O estudo revelou que, no período em que estes permaneceram fechados, houve aumento considerável de casos da doença, ou seja, a ACIPI se baseava em evidências que comprovavam a premissa de que não era o comércio o vilão da pandemia e que, além disso, o seu fechamento não seria a solução para o problema, uma vez que eram recorrentes as aglomerações clandestinas sem a mínima precaução sanitária.

Essa tese foi comprovada quando houve a retomada das atividades e a flexibilização do horário de funcionamento do comércio, ocorridos em agosto de 2021 — o número de casos da doença diminuiu consideravelmente. É importante ressaltar que a ACIPI sempre defendeu os interesses dos seus associados, assim como, em todo o tempo, prestou apoio, deu suporte e orientou em relação aos cuidados com os protocolos e o cumprimento de to-

das as regras estabelecidas de prevenção da saúde, como uso de máscaras, álcool em gel, limitação de pessoas em ambientes fechados, entre outras medidas — todas as ações necessárias para o combate à Covid-19.

A pandemia foi uma fatalidade que atingiu inúmeras vidas e cobrou um preço muito alto. O primeiro e maior objetivo da ACIPI, diante dessa situação, foi o de lutar pela preservação da vida acima de tudo, porém, do mesmo modo, ela também lutou pela liberdade que garantisse que empresários e seus colaboradores continuassem se dedicando ao seu trabalho com dignidade.



INOVA(ÇÃO)

A pandemia ficou para trás.
A vida e o trabalho continuam.

No mesmo instante em que este livro é lançado, a ACIPI abre as portas da sua mais nova casa — um anexo ao atual prédio e que conta com mais de 5.500 metros quadrados de área construída. A obra revela um projeto arrojado e inovador e que vai possibilitar a conexão de pessoas, ideias e empresas. Será um espaço diferenciado, com um novo formato de operação, e que visa, acima de tudo, aperfeiçoar a qualidade dos serviços prestados e criar novas oportunidades de negócios para os seus associados.

O prédio contará com quatro pavimentos muito amplos. O plano é transferir todos os serviços e atendimento geral para o térreo. O setor administrativo deverá ocupar o mezanino (2º andar), enquanto toda a parte de espaços interativos ocuparão 3º e 4º andares, sendo que um desses andares também vai ser aproveitado para o *coworking*¹, um novo sistema de ocupação de espaços que foi impulsionado com a pandemia e que ganha cada vez mais força no mundo dos negócios.

Também foram feitos estudos para a instalação de *hubs* de inovação, que são ambientes (físicos ou virtuais) que intencionalmente geram oportunidades de parcerias, além de estimular a integração entre os diversos atores de um ecossistema de inovação que possuem sinergia — como *startups*, empresas, instituições de ensino, entre outros —, tudo acontecendo num mesmo ambiente, possibilitando o fortalecimento das relações de *networking* e promovendo novas conexões de negócios.

¹ – Coworking é um modelo de trabalho que se baseia no compartilhamento de espaço e recursos de escritório, reunindo pessoas que não trabalham necessariamente para a mesma empresa ou na mesma área de atuação, podendo inclusive reunir entre os seus usuários os profissionais liberais, empreendedores e usuários independentes (Fonte: Wikipédia).





Nova Sede da ACIPI em 2023. Acervo ACIPI.

Seguindo essa tendência de inovação, a ACIPI tem avançado nos estudos para o desenvolvimento de um *Marketplace*, um espaço virtual de compra e venda de produtos. No futuro, essa plataforma possibilitará aos associados a criação e hospedagem de suas lojas virtuais.

Outra utilização para o novo prédio é a implantação de um serviço cada vez mais difundido em grandes centros — o *Locker*². Trata-se de um serviço bastante utilizado pelo *e-commerce*. Estuda-se uma parceria com o *Marketplace* para que o prédio da ACIPI seja um ponto de coleta e de entrega de produtos.

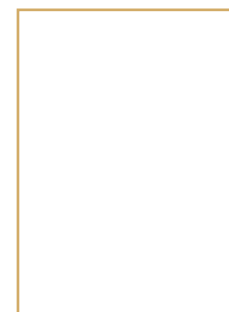
O novo prédio terá ligação interna com o prédio da Rua do Rosário e contará ainda com 100 vagas de estacionamento no subsolo. Para torná-la ainda mais especial, a nova sede abrigará uma cafeteria que vai atender não apenas os funcionários da entidade, mas será aberta ao público. O atual prédio será reconfigurado para ser utilizado majoritariamente como locação de salas para empresas e classes para educação.

Nessa fase da ACIPI, em que a inovação é uma das suas metas, ela pretende que os novos formatos de negócios deste mundo cada vez mais tecnológico e virtual sejam um catalisador que promova crescimento e ajude a fortalecer os seus associados. Esse é o principal objetivo.

Até aqui, a sua missão tem sido cumprida.

Rumo ao centenário!

² – *Locker* é um armário que permite uma gestão otimizada de entrega e retirada de encomendas on-line e de delivery (Fonte: intermodal.com.br).





EPÍLOGO

Neste livro, você leu alguns “causos” de uma história quase centenária. É óbvio que muita coisa ficou de fora, seria impossível relatar todos os detalhes de nove décadas de vida.

Como pode conferir, durante todos esses anos, a ACIPI cresceu, se fortaleceu, enfrentou e superou inúmeras adversidades, diversificou sua atuação, se modernizou, evoluiu. O legado de sucesso que construiu em parceria com os seus associados nos permite afirmar que a ACIPI é, na atualidade, uma das mais relevantes e influentes associações comerciais do estado de São Paulo e do Brasil.

Nossa ideia era apresentar mais do que apenas uma sucessão de eventos e realizações. Procuramos fugir daquele tipo de narrativa que se assemelha mais a um relatório técnico, pragmático, sem vida. Nos propusemos a imprimir cor a esta história, com a perspectiva de torná-la uma leitura interessante e prazerosa, ao apresentar alguns momentos marcantes não apenas da ACIPI, mas, em especial, de Piracicaba.

Certamente 90 anos não são pouca coisa, são quase 33 mil dias de história.

Uma história escrita com dedicação e empenho por todos os seus presidentes, diretores, conselheiros,

colaboradores, associados, parceiros, fornecedores...

A produção deste livro nos fez olhar para trás a fim de observar, através do tempo, a nossa trajetória. Foi um exercício fascinante. Temos, agora, o futuro diante de nós, com todos os seus desafios e oportunidades. Quando olhamos para o amanhã, vislumbramos um horizonte próspero e inovador.

É para isso que trabalhamos.
Essa é a nossa missão.

Depois de 90 anos de uma vida intensa e fascinante, na qual construímos um caminho repleto de conquistas, podemos afirmar com convicção: a ACIPI é uma jovem senhora que ainda tem muita história para viver e para contar!



A HISTÓRIA NÃO PARA

José Carlos é um homem na casa dos 50 anos de idade que mora no exterior e voltou para visitar Piracicaba depois de mais de duas décadas longe de sua cidade. Ele estaciona o carro alugado na rua Governador Pedro de Toledo, a meio quarteirão da rua Voluntários de Piracicaba. Desce do veículo e fica parado no meio da calçada. Está tudo muito diferente desde a última vez que esteve ali. Ele olha para a fachada de uma casa antiga, mas que revela sinais de que já foi reformada. Era bem ali que ficava a oficina de alfaiataria que havia sido de seu avô, Pedro, que o avô herdara do pai dele, Seu Toninho, e que Seu Toninho também herdara do pai, um sujeito chamado Bartolomeu. José Carlos só conheceu aquele Bartolomeu por uma velha fotografia em preto e branco e meio esfumada pelo tempo.

Era estranho e, ao mesmo tempo, emocionante olhar para aquela casa que ele conhecera quando criança, lá no final dos anos 1970. A lembrança era tão viva que quase conseguia sentir o perfume amadeirado dos tecidos. Ele ouviu muitas histórias sobre seu bisavô, Toninho. Queria muito tê-lo conhecido, mas também só o viu em fotografias.

José Carlos segue andando pela calçada, na direção do viaduto que se estende sobre a Avenida Armando Salles. Ele já sabia que o velho estádio do XV não existia mais, entretanto é estranho ver em seu lugar um hipermercado. Também existem agora construções novas as quais ele desconhece. Sente uma tristeza sufocar o peito. Se pergunta onde foram parar as casas do tempo da sua infância, que tinham muros baixos e os quintais de terra. É difícil admitir, mas as coisas mudaram, evoluíram, a vida seguiu o seu rumo.

Depois de um tempo ruminando as melancolias do passado, José Carlos volta pela calçada até o local onde ficava a alfaiataria. Numa jogada do destino, ela foi fechada com a morte do seu avô, Pedro, em dezembro de 1999, alguns dias antes do início do ano 2000.





Rua do Comércio - Piracicaba/SP - Acervo IHGP.







Era como se fosse um sinal de que, no novo milênio, não caberia algo tão antigo e artesanal. Ele refaz um velho exercício mental de imaginar o que teria sido da sua vida, se o seu pai tivesse seguido a profissão do avô e se ele também tivesse seguido a mesma profissão. Será que aquela velha casa ainda seria uma oficina de alfaiataria?

Impossível prever.

Todavia ele tem que admitir que as coisas seriam bem diferentes.

No entanto a vida passou.
A realidade mudou.
O mundo evoluiu.

José Carlos entra novamente em seu carro e dá partida. Os olhos estão marejados. Talvez nunca mais volte ali, porém ele sabe que a sua história continua sendo escrita.

O futuro está inteiro em suas mãos.



Aponte o seu celular para o QR Code ao lado e assista o vídeo.





PROPÓSITO

Incentivar o empreendedorismo, sendo uma agente transformadora das pessoas e da sociedade, promovendo o desenvolvimento socioeconômico consciente e sustentável.



MISSÃO

Ser referência no fortalecimento e desenvolvimento das empresas, oferecendo soluções estratégicas, representando e conectando a Indústria, Comércio, Serviços e Agronegócios.

Ao longo da história da ACIPI, tradição, inovação e excelência estão em permanente encontro. Para isso, a entidade acompanha as novas tendências e as aliam aos valores que enriquecem a si, aos seus associados e a Piracicaba.

No ano em que completa 90 anos, com a ajuda dos colaboradores, a Associação reescreveu seu **Propósito**, a **Missão**, a **Visão** e seus **Valores**.



VISÃO

Ser uma associação reconhecida como protagonista e referência de um ecossistema sustentável de empreendedorismo, gerando valor para a sociedade.



VALORES

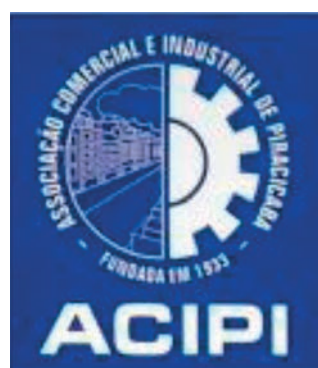
- **Associativismo** – Ter espírito de servir, prezando pelos interesses coletivos, sustentando e impulsionando as atividades da entidade e dos associados.
- **Tradição** – Respeitar e manter viva a história do empreendedorismo.
- **Inovação** – Agir constantemente na busca de soluções inovadoras.
- **Credibilidade** – Atuar com transparência, confiança, respeito e ética na condução das ações.



EVOLUÇÃO DA MARCA ACIPI



De 1967 a 2004



De 2004 a 2008



De 2009 a 2022



Último desde 2022

BIBLIOGRAFIA

CONSELHO DE JOVENS EMPRESÁRIOS DA ACIPI RETOMA ATIVIDADES.

<https://www.facesp.com.br/>, 2019.

Disponível em: <<https://www.facesp.com.br/noticia/conselho-do-jovem-empresario-da-acipi-retoma-atividades>>.

Acesso em 18 abr. 2023.

CONSELHO DE MULHER EMPRESÁRIA DA ACIPI COMPLETA 15 ANOS.

<https://dcomercio.com.br/>, 2015.

Disponível em: <<https://dcomercio.com.br/publicacao/s/conselho-da-mulher-empresaria-da-acipi-completa-15-anos>>.

Acesso em 18 abr. 2023.

ENTENDA O QUE É UM HUB DE INOVAÇÃO E COMO ELE FUNCIONA.

<https://www.sebrae.com.br/> 2023.

Disponível em: < [Acesso em 08 maio 2023.](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-um-hub-de-inovacao-e-como-funciona,32b-22cb3509c4810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Hubs%20de%20inova%C3%A7%C3%A3o%20s%C3%A3o%20ambientes,e%20desenvolvimento%20de%20solu%C3%A7%C3%B5es%20inovadoras.&text=Os%20hubs%20de%20inova%C3%A7%C3%A3o%20s%C3%A3o,no%20Brasil%20e%20no%20mundo.>>.</p></div><div data-bbox=)

FURLAN, Ângela.

ACIPI 80 Anos — edição comemorativa, ano 2013.

_____ **ACIPI 85 ANOS, O FUTURO AGORA —
edição comemorativa, ano 2018.**

HISTÓRICO DA PANDEMIA DE COVID-19.

<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>, 2023.

Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>.

Acesso em 28 abr. 2023.

O QUE É O PROJETO PIRACICABA 2010.

<http://www.dokuwiki.lcf.esalq.usp.br/>, 2011.

Disponível em: <http://www.dokuwiki.lcf.esalq.usp.br/pedro/lib/exe/fetch.php?media=ensino:graduacao:agenda21_larev_visao_missao.pdf>. Acesso em 06 abr. 2023.





PANDEMIA: ACIPI LUTA A FAVOR DE COMERCIANTES E PEDE PARA QUE PREFEITO INTERMEDIE.

<https://www.tribunapiracicabana.com.br/>, 2021.

Disponível em: <<https://www.tribunapiracicabana.com.br/2021/01/27/pandemia-acipi-luta-a-favor-de-comerciantes-e-pede-para-que-prefeito-intermedie/>>.

Acesso em 28 abr. 2023.

PESQUISA DO IBGE CONFIRMA PREJUÍZOS CAUSADOS AO COMÉRCIO POR PANDEMIA.

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/>, 2022.

Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2022-08/pesquisa-do-ibge-confirma-prejuizos-causados-ao-comercio-por-pandemia>>.

Acesso em 28 abr. 2023.

REGIÃO METROPOLITANA DE PIRACICABA.

<https://rmp.pdui.sp.gov.br/>, 2022 Disponível em:<https://rmp.pdui.sp.gov.br/?page_id=127>. Acesso em 04 maio 2023.

SANTOS, Reginaldo.

Regimes de compensação de horas.

<https://www.jusbrasil.com.br/>, 2014.

Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/busca?q=semana+inglesa>>.

Acesso em 15 fev. 2023.

STARTUPS: O QUE SÃO, COMO TRABALHAR NELAS E QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS.

<https://www.napratica.org.br/>, 2023.

Disponível em: <<https://www.napratica.org.br/o-que-e-startup-diferencas-companhias/#:~:text=O%20termo%20startup%2C%20do%20ingl%C3%AAs,novo%20a%20mostrar%20ao%20mercado>>.

Acesso em 19 abr. 2023.

WESTIN, Ricardo.

Em 1968, MEC passou a priorizar faculdades privadas.

<https://www12.senado.leg.br/>, 2019.

Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/arquivo-s/em-1968-mec-passou-a-priorizar-faculdades-privadas>>.

Acesso em 10 fev. 2023.





Associação Comercial e Industrial de Piracicaba

