

Organizações Empresariais

Propósito Empresarial / Estratégias e Ativação

Há 125 anos, a [Associação Comercial de São Paulo \(ACSP\)](#), entidade centenária, independente de governos e sem fins lucrativos, está dedicada à representação dos empreendedores - principalmente os de médio e pequeno porte - e à defesa da democracia e da livre iniciativa.

E neste ano, mesmo em meio à Pandemia provocada pelo novo coronavírus, mantivemos forte atuação por meio de iniciativas com objetivo de auxiliar nossos associados, além de prestar serviços de informação à toda a sociedade.

Como protagonistas na defesa dos empreendedores de São Paulo, encaminhamos **12 ofícios** aos administradores públicos das esferas municipais, estaduais e federais, bem como para o Senado e ao BNDES.

Buscamos ainda estimular a reabertura do comércio com a Campanha #TamoJuntoSP pela volta responsável ao trabalho. Para isso, lançamos a [Cartilha: Proposta de reabertura gradual do comércio](#), com orientações e medidas de segurança aos comerciantes a partir da reabertura gradual da atividade econômica.

Nossos pleitos junto ao governo para providências somam-se 13. Nossas conquistas junto às autoridades são 13 e há ainda mais 13 temas em discussão.

A seguir, confira um resumo de nossa estrutura de Comunicação e Marketing.

Foram 25 os comunicados institucionais; 17 Lives de orientação durante a pandemia e foi criada 1 [nova área com conteúdo](#) voltado ao comércio.

Na imprensa, a ACSP defendeu os interesses de empresários sem perder a coerência. Nossa [Assessoria de Imprensa da ACSP](#) produziu **87 releases**, o que gerou mais de **3,7 mil exposições espontâneas** em mídias online, **612 em mídias impressas**, **246 nas rádios** e **138 veiculações em TVs**. Isto é, **R\$ 410.480.435,59 em mídia espontânea**.

No [Diário do Comércio](#), foram publicadas 123 matérias autorais com maior destaque para assuntos e dicas de gestão (100) e direcionadas ao governo (23).

Ampliamos também a presença nos canais digitais. Foram 289 postagens (Facebook e Instagram), o que permitiu um crescimento orgânico nas redes de 250% (entre março e agosto) e 60% a mais de novas curtidas.