

# Roteiro

de informações

PORTE PAGO  
ECT - DIV/SP  
UNIDADE CAMPINAS  
158-40 - 3505/61

(7-Informações de CIESP-Campinas)

Ano VIII-Nº 103- Jornal semanal dirigido

Diretor Responsável- Dalva Conceição

## da indústria

INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO

### A crise chega no ponto máximo

**HOMEM DE MELLO**  
"Teria que ser feita maior conscientização do mercado e o Governo tem que abaixar os juros, para tornar a habitação acessível, principalmente na área de casas populares".  
A falta de financiamento também não é o maior problema. Pag.10



**MARCIO RIBEIRO**  
liderou o debate que reuniu representantes de construtoras e sistemas financeiros habitacionais.  
O grupo fez várias considerações sobre a crise na construção civil que afeta toda a classe.



Eng. Leônicio Menezes, Eng. Márcio Duarte Ribeiro, Eng. Augusto F. de Barros Pimentel Filho, Prof. José Ade Pinho, Empresário Moacyr da Cunha Penteado, Eng. Carlos Alberto Jamil e o Empresário Miguel Mantilha.

### O SIMPÓSIO DO CONCRETO

PROGRAMAÇÃO E ABERTURA ESTÁ NA PAG. 16

Governo vai aumentar a alíquota do ICM





José Newton

curso específico  
para pequena  
e média Empresa

## MERCADOLOGIA: CTAE PROMOVE CURSO TÉCNICO

José Newton Cabral Carpintéro, um dos coordenadores do curso, não concorda com as técnicas mercadológicas que são empregadas por muitos empresários de pequenas e médias empresas, e tem novos conceitos que serão analisados até o dia 21 de outubro.

O CTAE — Centro Técnico Econômico de Assessoria Empresarial — começou um curso dirigido aos pequenos e médios empresários, denominado "XXXVI Curso Técnico para Dirigentes de Empresas", evento promovido juntamente com o Departamento de Economia e Planejamento Econômico, da Unicamp.

Segundo o professor José Newton — encarregado de planejar e ministrar este novo programa do CTAE, ao lado de outro professor, Miguel Juan Bacic — este tipo de curso, específico às pequenas e médias empresas, só não foi ministrado anteriormente porque não havia o que chamou de "demanda de marketing", ou seja, estas empresas não se preocuparam com este setor.

Este ano, com o agravamento da crise econômica interna, as empresas (especialmente as pequenas e médias) começaram a ver a necessidade de um reestudo profundo de cada setor da firma. Com isso, "marketing" começou a preocupar os empresários, o que levou o CTAE a colocar em prática este curso, idealizado há algum tempo.

Queremos mostrar aos pequenos e médios empresários um marketing mais sério, que fuja aos métodos tradicionais do tipo 'estudos de mercado' ou 'estudo de demanda', mas alguma coisa voltada mais à estrutura de mercado", diz José Newton, fazendo

questão de enfatizar que o curso mostra uma visão diferente do que é normalmente apresentado em eventos similares. Uma das preocupações dos docentes encarregados de ministrar este curso é a de abordar os problemas das pequenas e médias empresas em cada mercado em que ela atua.

O professor da Unicamp diz exemplificando, que poderá acontecer que uma determinada empresa, nesta crise toda, esteja indo bem, mas não saiba sequer "por que" está indo bem ou então "qual a potencialidade" do seu mercado. O curso, segundo ele, analisa as diferenças entre os inúmeros mercados. (pois as empresas têm diferentes situações) e as consequências que as empresas recebem com as medidas econômicas adotadas pelo Governo. José Newton garante que as análises são bastante práticas, fugindo da mera teoria.

O curso, iniciado no dia 3 de outubro, está sendo desenvolvido na própria Unicamp e se estenderá até o dia 21 (03 a 07 e, depois, 17 a 21 de outubro).

## "EMPRESAS DANÇAM CONFORME A MÚSICA"

Uma outra preocupação dos encarregados deste curso do CTAE é, segundo José Newton, o de "tirar o empresário, no horário normal de trabalho, para fora de sua empresa, para que ele veja que ela anda sem ele". Definindo este tipo de empresário como "aquele que faz tudo" na firma da qual é, geralmente, proprietário, o professor do CTAE quer com isso tirá-lo da rotina da empresa.

Segundo José Newton, a realidade atual das pequenas empresas (e médias) é que elas "dançam conforme a música", sem uma noção mercadológica exata, contentando-se apenas com os "nichos" de mercado, as brechas que são deixadas pelas grandes empresas, sem perceberem que pode haver outras fatias de mercado para seus produtos, desde que observadas certas regras estabelecidas para cada setor, que racionalizam a sua atuação.

De acordo com o programa do "XXXVI Curso Técnico para Dirigentes de Empresas", até o final deste evento haverá aulas expositivas, estudos de casos isolados, debates e simulação da gestão de marketing de uma empresa. A carga horária é de 40 horas de aula, das 8 às 12 horas, e a taxa é de Cr\$ 30.000,00.

## **curso específico para pequena e média Empresa**

### **MERCADOLOGIA: CTAE PROMOVE CURSO TÉCNICO**

José Newton Cabral Carpintéro, um dos coordenadores do curso, não concorda com as técnicas mercadológicas que são empregadas por muitos empresários de pequenas e médias empresas, e tem novos conceitos que serão analisados até o dia 21 de outubro.

O CTAE - Centro Técnico Econômico de Assessoria Empresarial — começou um curso dirigido aos pequenos e médios empresários, denominado "XXXVI Curso Técnico para Dirigentes de Empresas", evento promovido juntamente com o Departamento de Economia e Planejamento Econômico, da Unicamp.

Segundo o professor José Newton - encarregado de planejar e ministrar este novo programa do CTAE, ao lado de outro professor, Miguel Juan Bacic - este tipo de curso, específico às pequenas e médias empresas, só não foi ministrado anteriormente porque não havia o que chamou de "demanda de marketing", ou seja, estas empresas não se preocuparam com este setor.

Este ano, com o agravamento da crise econômica interna, as empresas (especialmente as pequenas e médias) começaram a ver a necessidade de um reestudo profundo de cada setor da firma. Com isso, "marketing" começou a preocupar os empresários, o que levou o CTAE a colocar em prática este curso, idealizado há algum tempo.

Queremos mostrar aos pequenos e médios empresários um marketing mais sério, que fuja aos métodos tradicionais do tipo 'estudos de mercado' ou 'estudo de demanda', mas alguma coisa voltada mais à estrutura de mercado", diz José Newton, fazendo questão de enfatizar que o curso mostra uma visão diferente do que é normalmente apresentado em eventos similares. Uma das preocupações dos docentes encarregados de ministrar este curso é a de abordar os problemas das pequenas e médias empresas em cada mercado em que ela atua.

O professor da Unicamp diz exemplificando, que poderá acontecer que uma determinada empresa, nesta crise toda, esteja indo bem, mas não saiba sequer "por que" está indo bem ou então "qual a potencialidade" do seu mercado! O curso, segundo ele, analisa as diferenças entre os inúmeros mercados, (pois as -empresas têm diferentes situações) e as conseqüências que as empresas recebem com" as medidas econômicas adotadas pelo Governo. José Newton garante que as análises são bastante práticas, fugindo de mera teoria

O curso, iniciado no dia 3 de outubro, está sendo, desenvolvido na própria Unicamp e se estenderá até o dia 21 (03 a 07 e, depois, 17 a 21 de outubro).

### **"EMPRESAS DANÇAM CONFORME A MÚSICA"**

Uma outra preocupação dos encarregados desse curso do CTAE é, segundo José Newton, o de "tirar o empresário, no horário de trabalho, para fora de sua empresa, para que ele veja que ela anda sem ele". Definindo este tipo de empresário como "aquele que faz tudo" na firma da qual é, geralmente", proprietário, o professor do CTAE quer com isso tirá-lo da rotina da empresa,

Segundo José Newton, a realidade atual pequenas empresas (e médias) é que elas "dançam

conforme a música", sem uma noção mercadológica exata, contentando-se apenas com os "nichos" de mercado, as brechas que são deixadas pelas grandes empresas, sem perceberem que pode haver outras fatias de mercado para seus produtos, desde que observadas certas regras estabelecidas para cada setor que racionalizam a sua atuação.

De acordo com o programa do "XXXVI Curso Técnico para Dirigentes de Empresas", até o final deste evento haverá aulas expositivas, estudos de casos isolados, debates e simulação da gestão de marketing de uma empresa. A carga horária é de 40 horas de aula, das 8 às 12 horas, a taxa é de Cr\$ 30.000,00.