

Uma década de Marketing

A década de 1990 foi especialmente marcante para o país que elegeu o primeiro presidente após o regime militar, aprendeu o significado da palavra e praticou o impeachment, começou a sentir o delicioso sabor da vida sem inflação, a falar no telefone celular e a navegar na internet que abria um mundo de infinitas possibilidades e ampliava nossa visão para além do nosso quintal. Globalização era a palavra do momento.

Em 1998, o livro **“Marketing para Engenharia Arquitetura e Agronomia”** chegava ao mercado editorial atendendo expectativas de engenheiros, arquitetos e agrônomos que desejavam quebrar a rotina, alçar novos vãos e se tornar empresários com possibilidades reais de sucesso.

A receptividade foi imediata e o interesse deixava uma pergunta no ar: afinal o que engenheiros, arquitetos e agrônomos teriam que aprender sobre marketing, produtos e serviços? Os números computados na última década mostram que havia e ainda há muito a aprender da arte de se estabelecer no mercado de trabalho. Confira:

"Marketing para Engenharia, Arquitetura e Agronomia" o primeiro livro a tratar do tema no Brasil, teve a primeira edição realizada pelo Crea-SC, e é também o primeiro de uma série de publicações escritas pelo eng. eletricista Enio

Padilha, em seis edições vendeu 19 mil exemplares. Em seguida vieram "Marketing Pessoal e Imagem Pública", 2 edições, 6 mil exemplares; "Três Minutos de Marketing", duas edições, 2 mil exemplares); "Pecados de Marketing para Engenharia e Arquitetura", uma edição, mil exemplares); "Negociar e Vender Serviços de Engenharia e Arquitetura", duas edições, 2 mil exemplares.

Além desses livros, Ênio Padilha publicou, em parceria com Juliana Galla e Cláudia Carvalho o Livro Didático "Marketing Eletrônico" adotado pelo curso de Web Designer da Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul.

Ao todo foram 30 mil exemplares vendidos em dez anos de muito trabalho. Ao longo deste período mais de 350 cursos foram realizados em cerca de 120 cidades de todos os estados brasileiros (além de quatro palestras em Portugal, nas cidades de Lisboa, Coimbra e Porto). 15 mil profissionais participaram dos cursos e palestras de Ênio Padilha que têm avaliação superior a 90% por parte dos participantes. "Marketing para Engenharia, Arquitetura e Agronomia" foi ainda o primeiro curso via internet realizado no Brasil.

Em 10 anos, Enio Padilha soma ainda 300 artigos publicados em diversos jornais, revistas e web sites de abrangência nacional e numa rápida pesquisa por "Enio Padilha" no Google, aparecem 2.200 páginas.

O web site www.eniopadilha.com.br recebe perto de 3 mil visitas por mês e um volume considerável vem de 64 países. A dissertação de mestrado "Uma análise da heterogeneidade de pequenas empresas à luz da Visão Baseada em Recursos: o caso dos serviços profissionais de Engenharia", publicada em junho de 2007 (como resultado do Mestrado Acadêmico em Administração) já alcança a marca de 460 downloads.

À primeira vista, no mundo que se descortinava pela internet na década de 90, parecia haver lugar para todos. Mas a trama da rede revelou uma verdade que permeia os tempos: na idade da pedra ou no século 21, vence quem tem o domínio do conhecimento, quem planeja e tem a melhor estratégia. E é isso o que o livro "Marketing para Engenharia, Arquitetura e Agronomia" oferece, por isso sua atualidade. Revisada, a 10ª edição chega ao mercado e continua despertando o interesse de milhares de empreendedores ocultos na pele de engenheiros, arquitetos e agrônomos.

Vida longa a "Marketing para Engenharia, Arquitetura e Agronomia"

Vida longa a Enio Padilha!

Maria Helena de Carvalho

Jornalista – *integrante da equipe de comunicação do Confea*