

IPAM comemora quatro décadas e apresenta Manifesto que redefine o futuro do marketing

[Multimedia](#)

O Instituto Português de Administração de Marketing (IPAM) apresentou o Manifesto de Marketing, um documento que define as bases para a evolução da área, defendendo uma abordagem de longo prazo baseada na autenticidade, sustentabilidade e inovação, no âmbito da celebração dos 40 anos de pioneirismo e liderança no ensino do marketing em Portugal, que ocorreu ontem, 4 de novembro, na Casa da Música, no Porto.

O Manifesto, elaborado com o contributo de especialistas, gestores, docentes e investigadores, é um apelo a um marketing mais profundo e alinhado com os desafios éticos e tecnológicos do futuro.

Após uma retrospectiva dos 40 anos do IPAM, Daniel Sá, diretor Executivo do IPAM, e Filipe Araújo, vice-presidente da Câmara Municipal do Porto, deram as boas-vindas e sublinharam o papel da instituição no desenvolvimento de líderes de negócio em sintonia com as exigências atuais do mercado. "40 anos depois o IPAM é uma instituição com mais de 20.000 alunos formados e espalhadas por todo o tipo de indústrias no mundo. O marketing passou de uma área periférica para ser o motor das organizações. 2024 marca a expansão do Campus do Porto e a Inauguração de um novo Campus em Lisboa", garante Daniel Sá, diretor executivo do IPAM.

Segundo Filipe Araújo, "Mais do que formar profissionais de Marketing, esta instituição é um farol de excelência, com um ensino rigoroso, inovador e de vanguarda, capaz de formar e desenvolver os futuros líderes do nosso país. Uma instituição que ao longo dos anos tem sabido dar resposta às crescentes necessidades da nossa sociedade, procurando com isso, crescer de uma forma sustentável, sendo hoje uma referência ao nível nacional e internacional.", afirma o autarca.

Um dos momentos altos da cerimónia foi a mensagem em vídeo de Philip Kotler, considerado o "pai do marketing moderno". Kotler parabenizou o IPAM, recordando com emoção a transformação do Marketing ao longo dos últimos anos.

Manifesto do Marketing: Novos paradigmas para um mundo em constante transformação

Apresentado por Daniel Sá, o Manifesto do Marketing representa uma nova visão para o marketing, focada em criar relações duradouras e significativas com

os consumidores. O marketing deve evoluir de uma lógica de curto para uma filosofia de "longa distância" – ou "Long Tok" –, onde a sustentabilidade e a autenticidade se tornam pilares fundamentais.

O documento destaca a importância de um marketing que vai além das métricas tradicionais, promovendo a criação de valor através de uma experiência omnicanal e uma conexão emocional verdadeira. Personalização e consistência nas diversas plataformas de comunicação são identificadas como essenciais para que as marcas superem o ruído informativo, enquanto a tecnologia deve ser usada como ferramenta para humanizar as relações, sempre respeitando a privacidade do utilizador.

Numa mesa-redonda moderada por Marta Bicho, Diretora do IPAM Lisboa, com Ricardo Mena, Carlos Coelho e Tiago Fleming, foram discutidas as principais conclusões do manifesto, destacando a união entre pensamento analítico e criativo, práticas éticas, e a integração do marketing nos modelos de negócio.
