



editorial

Caros Associados

Eis que chega mais um Natal e outra passagem de ano. Será coincidência que o ano mude imediatamente depois do Natal?

Passamos o ano na nossa vida normal, profissão, negócios, família... De repente é Dezembro, a temperatura desce, vendem-se castanhas na rua e começamos logo a sonhar com o Natal. As montras enchem-se de fitas e enfeites (isto logo em Novembro, claro!), fazem-se as listas de presentes, as empresas fervilham de actividade, preparando o mailing de Natal, as prendas... Torna-se completamente impossível entrar numa loja ou circular num Centro Comercial, no entanto insistimos, porque a *"Tia Teresinha ainda não tem presente"* e *"falta comprar o GameBoy para o Gonçalo"* (que por sinal já está esgotado há mais de um mês!). É uma euforia completa. Mesmo aqueles que não gostam do Natal e que não querem comprar ou receber prendas são arrastados pelos respectivos cônjuges, pelos filhos, pelos pais e entram obrigatoriamente nessa euforia... obrigatoriamente sim, porque o Natal tornou-se obrigatório. Impõe-se a nós nas ruas, nas casas, nas montras,

na correspondência (chegam postais de Natal de todo o lado...).

E os jantares de empresa, as festas de Natal... E depois é a Consoada (*Este ano é em casa da tua família ou da minha?*) é a abertura das prendas, é a missa (para alguns) e o dia de Natal e mais comida e doces e ... e depois é dia 26 e volta-se à vida normal, profissão, negócios, família...

Só que ainda nem uma semana passou e volta tudo ao mesmo... euforia, jantar, reveillon, copos, doze badaladas, doze passas, doze desejos, doze pulinhos, espumante, mais copos, copos até de madrugada... E este é o extâse do nosso ano. Dia 31 de Dezembro termina tudo e dia 1 de Janeiro começa tudo de novo!

Não, não é coincidência, é que depois do Natal não aguentamos mais e o ano tem mesmo de acabar!

No entanto deixo-vos com dois textos sobre o Natal; sim, porque ainda é NATAL!!!

António Salvador
Presidente da Direcção

► Origem do NATAL

—► A celebração do Natal antecede o cristianismo em cerca de 2000 anos. Tudo começou com um antigo festival mesopotâmico que simbolizava a passagem de um ano para outro, o Zagmuk.

Para os mesopotâmios, o Ano Novo representava uma grande crise. Devido à chegada do Inverno, eles acreditavam que os monstros do caos se enfureciam e Marduk, o seu principal deus, precisava de os derrotar para preservar a continuidade da vida na Terra. O festival de Ano Novo, que durava 12 dias, era realizado para ajudar Marduk na sua batalha.

A Mesopotâmia inspirou a cultura de muitos povos, como os gregos, que englobaram as raízes do festival, celebrando a luta de Zeus contra o titã Cronos. Mais tarde, através da Grécia, o costume alcançou os romanos, sendo absorvido pelo festival chamado Saturnalia (em homenagem a Saturno). A festa começava no dia 17 de Dezembro e terminava no 1º dia de Janeiro, comemorando assim o solstício do Inverno. De acordo com seus cálculos, o dia 25 era a

data em que o Sol se encontrava mais fraco, porém pronto para recomeçar a crescer e trazer vida às coisas da Terra.

Apenas após a cristianização do Império Romano, o 25 de Dezembro passou a ser a celebração do nascimento de Cristo. Conta a Bíblia que um anjo, ao visitar Maria, disse que ela daria a luz ao filho de Deus e que seu nome seria Jesus. Quando Maria estava prestes a ter o bebé, o casal viajou de Nazaré, onde viviam, para Belém a fim de realizar um alistamento solicitado pelo imperador, chegando na cidade na noite de Natal. Como não encontraram nenhum lugar com vagas para passar a noite, eles tiveram de ficar no estábulo de uma estalagem. E ali mesmo, entre bois e cabras, Jesus nasceu, sendo enrolado com panos e deitado numa manjedoura.



HISTÓRIA ANTIGA

*Era uma vez, lá na Judeia, um rei.
Feio bicho, de resto:
Uma cara de burro sem cabresto
E duas grandes tranças.
A gente olhava, reparava, e via
Que naquela figura não havia
Olhos de quem gosta de crianças.
E, na verdade, assim acontecia.
Porque um dia,
O malvado,
Só por ter o poder de quem é rei
Por não ter coração,
Sem mais nem menos,
Mandou matar quantos eram pequenos
Nas cidades e aldeias da Nação.*

*Mas,
Por acaso ou milagre, aconteceu
Que, num burrinho pela areia fora,
Fugiu
Daquelas mãos de sangue um pequenito
Que o vivo sol da vida acarinhou;
E bastou
Esse palmo de sonho
Para encher este mundo de alegria;
Para crescer, ser Deus;
E meter no inferno o tal das tranças,
Só porque ele não gostava de crianças.*

Miguel Torga
Antologia Poética - Coimbra, Ed. do Autor, 1981

► Notícias

► JANTAR COLÓQUIO Motivação

Realizou-se no dia 9 de Julho mais um **jantar colóquio** da APODEMO que reuniu no Hotel Real Palácio para cima de 50 pessoas. Maria João Martins, da empresa Motivação, partilhou connosco o que se passou na 2ª Conferência Internacional QRCA/AQR (duas grandes associações que nos Estados Unidos da América e Reino Unido referenciam Institutos e Técnicos de Estudos Qualitativos), que se realizou em Lisboa, entre 30 de Abril e 2 de Maio, com o tema **"A imaginação Qualitativa: Como os estudos influenciam a estratégia"**.

"Esta conferência surge na sequência da progressiva tomada de consciência de que a pesquisa qualitativa tem que ser mais do que o primeiro passo na pesquisa. Os clientes esperam que ela se torne instrumental no desenvolvimento de novos produtos, que forneça insights para campanhas de marketing e publicidade e que faça a gestão de ideias para estratégias de instituições e de marcas. Resumidamente, a QRCA/AQR afirmou que o papel das abordagens qualitativas é mais crítico do que nunca. Os utilizadores exigem

ferramentas cada vez mais sofisticadas e as suas expectativas quanto às relações com os técnicos de pesquisa estão a expandir-se".

Os nossos parabéns a Maria João Martins que de uma forma sintetizada nos fez reflectir sobre o que parece revelar-se o melhor trunfo dos Estudos Qualitativos neste universo de exigências e expectativas: **A criatividade**.



Assistência geral.



Maria João Martins da Motivação e Paula Freire da Multivária.

► FUSÃO da Ims/Azyx

A formalização da aquisição da AZYX por parte da IMS Health ocorreu no dia 31 Julho de 2003. Operando no mercado da Saúde, estas duas companhias desenvolveram competências próprias que, daqui em diante, serão uma mais valia efectiva para o mercado. De facto, a fusão IMS-AZYX reforçou quer o Know-How quer a equipa de profissionais, o que certamente irá favorecer o desenvolvimento de novas soluções.

O principal beneficiado com esta fusão será o mercado, uma vez que passará a dispor de produtos e serviços de ponta desenvolvidos por ambas as empresas.

Como resultado do trabalho conjunto, a IMS-AZYX propõe-se oferecer novas soluções de "forecasting" e de gestão de força de vendas, que estarão brevemente disponíveis e que constituirão os primeiros de uma nova geração de produtos que começarão a ser comercializados. Também as soluções de análise geográfica se desenvolverão e constituirão uma alternativa às actualmente existentes.

► NOVO associado - SPIRITUC

Desde o mês de Outubro que a Associação conta com um novo associado:

Spirituc Investigação Aplicada
Pateo Bagatela – Rua Artilharia 1, nº 51 – Ed 1 – 5º
1250 – 137 Lisboa
Tel: 21 371 54 10 Fax 21 371 54 91
e-mail: spirituc@spirituc.com
Contacto: Dr. Vítor Cavaco



► novidades EFAMRO

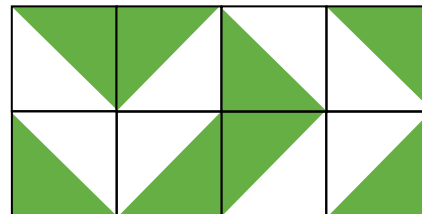
A 4 de Novembro realizou-se mais uma reunião da Comissão Executiva da EFAMRO (European Federation of the Associations of Market Research Organisations) que contou com a presença de representantes da CASRO (Council of American Survey Research Organizations) e da JMRA (Japan Marketing Research Association), para além dos membros da EFAMRO.

Foi discutida uma proposta para a elaboração de um plano de actividades a desenvolver pela EFAMRO.

Os grupos de trabalho para o Research Quality Standards, definidos na anterior reunião de 16 de Setembro, estão já a dar os primeiros passos, nomeadamente para a elaboração e aprovação do ISO, bem como a sua posterior promoção. Os grupos de trabalho estão divididos por 5 áreas relevantes da norma ISO e têm como objectivo a produção de um primeiro draft da área que trabalharam até ao final de Novembro. Estes drafts serão alvo de uma discussão mais aprofundada no decorrer de Dezembro e Janeiro de 2004, efectuando-se a 5 de Fevereiro de 2004 a reunião da Comissão Técnica para a apreciação do documento completo. Caso a Comissão Técnica esteja de acordo com o documento elaborado poderemos ter o processo da criação do ISO completo até ao final de 2004.

A relação EFAMRO / ESOMAR continua a ser proveitosa. A 13 de Outubro foi realizada uma reunião com representantes desta Associação, em Bruxelas. Existem neste momento três projectos em que podemos colaborar conjuntamente:

- Estabelecer um “secretariado” em Bruxelas que trabalhe no interesse das duas entidades
- Recolha das estatísticas do sector de Estudos de Mercado
- Código de Normas e Ética Profissional



Está já elaborado o plano de marketing da EFAMRO para 2004, estabelecendo, como principais pontos, em resumo:

Missão – A representação a nível internacional dos interesses do sector

Pontos Fortes – Plataforma única de representação das empresas; única organização a nível mundial que pode representar o sector face aos seus fornecedores

Pontos Fracos – Missão pouco clara a longo prazo; na prática conta com poucos recursos financeiros; dedicação limitada por parte dos representantes activos dos seus membros associados; muito dependente dos recursos da ESOMAR; pressão dos membros para obter contrapartidas pelas contribuições monetárias; leque de produtos e serviços pouco claros

Objectivos – Os principais objectivos são a legislação a nível Europeu e local e a promoção de normas de qualidade uniformizadas

► reunião dos ASSOCIADOS

No próximo dia 8 de Janeiro pelas 15 horas irá ter lugar a primeira reunião de associados do ano 2004. Este encontro vai realizar-se no Hotel AC Palácio Sotto Mayor (Rua das Palmeiras), e a ordem de trabalhos será:

- 1 - Apresentação de resultados dos questionários 2002 e 2003;
- 2 - Aprovação do orçamento de trabalho da empresa Mains com vista à finalização do CODEMO;
- 3 - Receitas/Custos de funcionamento da associação.

NOTÍCIAS APODEMO Edição: APODEMO - R. Alexandre Herculano, 5 - 1º - 1150-005 Lisboa
Tels.: 213 175 805/00 - Fax: 213 175 872 - e-mail: Apodemo@mail.telepac.pt - Criatividade e produção gráfica: Maisimagem - Comunicação Global, Lda - Tiragem: 1 400 exemplares - Distribuição Gratuita

Cursos Apodemo 2004

PRÓXIMO CURSO

9 e 10 Janeiro

CALENDARIZAÇÃO

	JAN.	FEV.	MAR.
TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO Dr.ª Ana Marquilhas Local: Rua Alexandre Braga, 25 B - Lisboa	Dias 9 e 10 de Janeiro 9:30/13:00 e 14:30/17:30 9:30/13:00 e 14:30/17:30		
INTRODUÇÃO AOS ESTUDOS DE MERCADO Dr.ª Maria Rosa Amaro Local: Av.º Almirante Reis, 106 - 4.º - Lisboa		Dias 6 e 7 9:30/13:00 e 14:30/17:30 9:30/13:00 e 14:30/17:30	
AMOSTRAGEM Dr. Vitor Manuel Cabeça Local: Av.º Almirante Reis, 106 - 4.º - Lisboa			Dias 5 e 6 9:30/13:00 e 14:30/17:30 9:30/13:00 e 14:30/17:30 9:30/13:00
ESTUDOS DE MERCADO QUALITATIVOS Dr.ª Anabela Pratas Local: Av.º Almirante Reis, 106 - 4.º - Lisboa			Dias 25, 26 e 27 9:30/13:00 e 14:30/17:30 9:30/13:00 e 14:30/17:30 9:30/13:00

PREÇOS

2 dias

Associados - € 280 /sem Iva)
Não Associados - € 330 (+ 19% Iva)

3 dias

Associados - € 380 /sem Iva)
Não Associados - € 450 (+ 19% Iva)

Desconto de 10% para a 2ª inscrição da mesma empresa. O Curso inclui pasta com a documentação detalhada e certificado de participação.

Notas:

A inscrição só será confirmada após a recepção do pagamento.

Cancelamentos: Caso não seja possível à empresa a substituição do participante, a APODEMO aceita o cancelamento da inscrição por fax ou e-mail até aos 5 dias úteis anteriores, à data do início do Workshop. As anulações verificadas até à antevéspera do evento dão origem à devolução de 50% do pagamento. Após esta data não será efectuado qualquer reembolso.

O curso só será administrado com o número mínimo de 12 formandos.

Preencha o formulário e envie-nos os seus dados. Obrigado.

BOLETIM DE INSCRIÇÃO

CURSOS DE FORMAÇÃO APODEMO 2003/04



APODEMO

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE EMPRESAS DE ESTUDOS DE MERCADO E OPINIÃO

NOME <input type="text"/>		DATA <input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>		ASSINALE OS CURSOS PRETENDIDOS <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO <input type="checkbox"/> INTRODUÇÃO AOS ESTUDOS DE MERCADO <input type="checkbox"/> AMOSTRAGEM <input type="checkbox"/> ESTUDOS DE MERCADO QUALITATIVOS
EMPRESA <input type="text"/>	CARGO <input type="text"/>			
MORADA <input type="text"/>				
C.P.:	<input type="text"/> - <input type="text"/>	LOCALIDADE	<input type="text"/>	
TELEFONE	<input type="text"/>	FAX	<input type="text"/>	
E-MAIL		<input type="text"/>		
CONTRIBUITE <input type="text"/>				