



Editorial

Está prestes a findar o mandato da actual Direcção. Durante estes dois anos foram desenvolvidas actividades e tomadas iniciativas que foram, sem dúvida, de grande relevância para o sector dos Estudos de Mercado e para a Associação.

Entre estas podem destacar-se a criação do CODEMO, iniciativa que vai assegurar uma maior credibilização das empresas de estudos de mercado e do sector em geral, e a criação do Curso de Estudos de Mercado da APODEMO, que, já a caminho da sua terceira edição e sempre com enorme sucesso, tem contribuído para a dinamização e divulgação da Associação e do sector.

De referir ainda o empenhamento no reforço de contactos e propostas junto das entidades reguladoras estatais e a participação em todas as reuniões da EFAMRO.

Em suma, o objectivo desta Direcção foi fazer da APODEMO uma associação actuante e participativa em todas as questões relevantes para o sector e zelar pelos interesses e direitos das empresas associadas.

Estamos certos que a nova Direcção se empenhará em encontrar novas estratégias e alternativas para dar continuidade ao trabalho realizado até aqui.

Susana Marta
DIRECÇÃO da APODEMO

NOTÍCIAS DOS ASSOCIADOS

Markttest compra participação maioritária na Novadir

A Markttest Investimentos SGPS, S.A., empresa holding do grupo Markttest, acaba de negociar a compra de uma participação maioritária de 55% na Novadir, empresa de Estudos de Mercado e Opinião. A empresa continuará a ser gerida pela sua fundadora, Drª Maria Rosa Amaro.

Esta aquisição visa o reforço do grupo Markttest no segmento dos estudos Ad-hoc.

Metris/Gfk Ad Hoc Research

Seis meses após a integração no grupo Multinacional GfK, a nossa associada Metris, agora MetrisGfK,



incorporando os métodos e os princípios gerais do grupo, apresenta-se neste início de ano com novo logotipo e com um novo visual geral que engloba, quer as propostas, quer as análises e relatórios, quer as apresentações dos novos produtos do grupo GfK que a MetrisGfK passou a comercializar em Portugal.

Estes produtos são variados para cada uma das áreas temáticas principais: Estratégia, Imagem de Marca e Segmentação, Comunicação e Publicidade, Desenvolvimento e Teste de Conceitos e Produtos e Satisfação Clientes.

Millward Brown

A Alef Millward Brown Portugal mudou de designação, passou a chamar-se Millward Brown, e tem novo logotipo. É também a partir de Fevereiro que poderá contactar esta empresa para o novo escritório na:

• Rua Braamcamp, 9 - 6º - 1250-048 Lisboa
Tel.: 213 581 130 • Fax: 213 581 148



A APEME - Área de Planeamento e Estudos de Mercado tem novo logotipo.

ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS EM 2001

No segundo ano de actividade da actual DIRECÇÃO, destacam-se como iniciativas mais relevantes:

Normas de Qualidade

Após finalização e discussão do documento Codemo (em 2000) e no seguimento do projecto sobre as normas de qualidade, foi aprovado este ano o orçamento e definidas as etapas necessárias para a implementação do código por parte dos associados.

Curso de formação de estudos de mercado da APODEMO

Teve lugar o segundo curso de Estudos de Mercado da APODEMO que, à semelhança do anterior, foi avaliado de forma muito positiva, tanto por alunos como por professores.

Jantar de entrega de diplomas - 2º curso



Susana Lopes (Novadir), Margarida Matos (Markttest), Sandra Castanheira (C.G.D.), Mº João Tavares (Cemase), Carla Ferreira (Sistemas MacDonald's), Ferrnando Brandão (Io Nex), Mº Emília Gomes (Sonae Imobiliária de Gestão) e Célio Soares (Schering-Plough Farma)

O elevado grau de adesão, demonstrativo do interesse que esta iniciativa tem suscitado, justifica a continuidade do curso em 2002, com o seu início já programado para o primeiro trimestre do ano.

Congresso

O 8º Congresso anual da APODEMO, subordinado ao tema "Novos Desafios para a Mudança", teve lugar nos dias 29 e 30 de Maio na Casa do Artista em Lisboa e contou com a participação de 150 congressistas dos mais variados sectores de actividade.

Foram debatidos temas actuais e de grande pertinência para esta área, que envolveram tanto fornecedores como utilizadores de Estudos de Mercado.

O balanço final foi, segundo os congressistas, muito positivo, tanto ao nível do interesse e qualidade das comunicações como dos momentos de convívio que o congresso proporcionou.

Reuniões de DIRECÇÃO e com os associados

Como tem sido habitual, a DIRECÇÃO reuniu-se regularmente durante o ano. No total foram realizadas 12 reuniões de DIRECÇÃO.

Para além disso, a DIRECÇÃO teve a preocupação de manter informados e auscultar a opinião dos associados sobre questões pertinentes para o sector, tendo sido realizada uma reunião de Associados onde foi discutida a posição da Inspeção Geral de Trabalho face aos entrevistadores.

EFAMRO

A DIRECÇÃO continuou a desenvolver o trabalho proposto por esta Federação, tendo estado presente em todas as suas reuniões.

Boletim

O jornal da APODEMO continuou a ser publicado regularmente. Ao longo do ano foram publicados 4 números: Fevereiro (nº 17), Maio (nº 18), Julho (nº 19) e Dezembro de 2001 (nº 20).

Outras Iniciativas

A DIRECÇÃO deu continuidade aos seus esforços para divulgar o papel e a relevância dos Estudos de Mercado na nossa sociedade.

Para além disso também reforçou os contactos com as entidades reguladoras Estatais. A este nível destacam-se as reuniões com o Ministério do Trabalho, com a Comissão Nacional de Protecção de Dados e com a Direcção Geral do Comércio e Concorrência.

De salientar ainda o pedido de parecer por parte da Alta Autoridade Para a Comunicação Social à APODEMO, sobre as normas técnicas de produção de sondagens, que constitui um indício muito revelador da crescente importância e reconhecimento que esta Associação já tem nos assuntos do sector.

O TERCEIRO CURSO DE ESTUDOS DE MERCADO VAI ARRANCAR

Depois do sucesso dos dois anteriores cursos estamos a preparar o terceiro.

E ele vai seguir de perto a estrutura do curso

anterior. Continuamos, no entanto, a querer melhorá-lo e, por isso, introduzimos pequenas mudanças.

Inscreva-se. Vai valer a pena.

Os Estudos de Mercado existem para fornecer aos decisores de marketing informação que lhes permite tomar de forma fundamentada as melhores decisões, sabendo que essas decisões irão, de alguma forma, afectar as suas empresas/organizações.

Trata-se de um curso básico, direccionado para *trainees*, tanto de empresas fornecedoras de estudos de mercado como de empresas utilizadoras e o objectivo é que no final do curso todos aqueles que o completarem saibam (melhor) o que são e para que servem os estudos de mercado.

Assim, espera-se que quando terminarem o curso os alunos:

- Conheçam as principais técnicas utilizadas nos estudos de mercado;
- Estejam aptos a pô-las em prática;
- Compreendam (bem) as técnicas básicas de amostragem;

- Saibam elaborar (bem) um questionário e um guião;
- Tenham noções de estatística e da análise de dados, através do recurso a software específico, como por exemplo, o SPSS;
- Saibam moderar (bem) uma discussão de grupo e analisá-la;
- Estejam preparados para fazer apresentações escritas e/ou orais, recorrendo a software específico, como, por exemplo, o PowerPoint;
- Saibam onde "navegar" na Internet para obter dados;
- Demonstrem um espírito crítico que lhes possibilite perante cada situação escolher a melhor solução.

E, talvez tão importante quanto o referido:

- Conheçam as empresas de estudos de mercado membros da APODEMO e saibam o que as principais individualidades do sector pensam acerca da actividade.

Calendário

• 1º Período

Março	12	14	19	21				
Abril	2	4	9	11	16	18	23	30
Maio	2	7	9	14	16	21	23	28
Junho	4	6	18	20	25	27		

Calendário

• 2º Período

Setembro	10	12	17	19	24	26				
Outubro	1	3	8	10	15	17	22	24	29	31
Novembro	5	7	12	14	19	21	26	28		

PROGRAMA DO TERCEIRO CURSO BÁSICO DE ESTUDOS DE MERCADO - APODEMO

Duração: 150 horas. O curso decorrerá às 3^{as} e 5^{as}, entre as 18,30h e as 22,00h, na Av^a António José de Almeida, 5 F - 3^o - Lisboa (C. C. São João de Deus).

1.ª Parte - Introdução:

- Disciplina 1 - Introdução aos estudos de mercado • 21 horas (14 aulas x 1,5 horas)
- Disciplina 2 - Amostragem • 18 horas (12 aulas x 1,5 horas)
- Disciplina 3 - Formulação de questionários e trabalho de campo • 15 horas (10 aulas x 1,5 horas)
- Disciplina 4 - Estudos qualitativos • 30 horas (20 aulas x 1,5 horas)
- Disciplina 5 - Estatística para Estudos de Mercado • 30 horas (20 aulas x 1,5 horas)

2.ª Parte - Complementarização

- Disciplina 6 - Técnicas de apresentação • 9 horas (6 aulas x 1,5 horas)
- Disciplina 7 - A Internet e os Estudos de Mercado • 9 horas (6 aulas x 1,5 horas)
- Disciplina 8 - Apresentações pelas empresas membros da APODEMO • 9 horas (6 aulas x 1,5 horas)
- Disciplina 9 - Apresentações por personalidades relevantes dos estudos de mercado
• 9 horas (6 aulas x 1,5 horas)

O preço deste curso será de 1 100 euros, dividido em três pagamentos:

- 400 € - no acto de inscrição;
- 350 € - 1^o Semestre;
- 350 € - 2^o Semestre.

FICHA DE INSCRIÇÃO NO 3^o CURSO DE ESTUDOS DE MERCADO DA APODEMO - ANO 2002

Nome: _____
 Empresa: _____
 Morada: _____
 Localidade: _____
 Código Postal: _____
 Telefone: _____ Telefax: _____
 E-mail: _____

Assinatura: _____

Data: _____

Por favor enviar por correio para APODEMO - Rua Alexandre Herculano, 5 - 1^o - 1150-005 Lisboa
 ou por fax para o 21 317 58 72.