



editorial

APODEMO: QUATRO ANOS DE VIDA

Se os quatro primeiros anos de vida da APODEMO revelaram algumas das nossas fraquezas, eles mostraram sobretudo a capacidade das nossas empresas e, de um modo mais geral, dos praticantes que nelas trabalham em realizar coisas.

Em quatro anos, foi possível levar a cabo um conjunto de acontecimentos que serviram para criar as bases de uma identidade de classe que urge cimentar e reforçar.

Com meios limitados, foi possível realizar seminários sobre diversos temas; convidaram-se individualidades de prestígio internacional, realizaram-se colóquios, fizeram-se encontros para debate de questões de interesse comum.

O Congresso anual tem sido um momento alto da vida associativa, ponto de encontro de técnicos, fórum de debate, para muitos a única oportunidade de confraternizar com colegas, com clientes e com concorrentes.

Sendo uma associação empresarial, com um pequeno número de associados, a APODEMO está limitada e tem ocupado o espaço que caberia a uma associação de pessoas individuais como é o caso, por exemplo, das associações espanholas ou inglesas.

Teremos de encontrar no futuro a fórmula para que à volta da APODEMO se possam reunir não só os elementos das empresas associadas mas todos aqueles que, em qualquer lugar, estejam ligados e motivados para os estudos de mercado.

O futuro vai depender da nossa capacidade de organização e da resposta que soubermos dar como associação aos desafios da mudança.

Uma associação tão jovem como a APODEMO necessita de cuidados especiais para poder crescer e afirmar-se. Se os primeiros quatro anos demonstraram a viabilidade da associação, os próximos terão concerteza de afirmar e demonstrar a sua vitalidade.

Luis Queirós (Marktest)

breves

• Congresso em preparação

Decorrem activamente os preparativos para o próximo **Congresso da APODEMO**, o 4º desde a constituição da associação.

Integram a comissão coordenadora, a quem cabe a responsabilidade de pôr em marcha o referido Congresso, Mafalda Duarte da Silva (QUAESTIO), Paula Cardoso (LINTAS), António Salvador (INTERCAMPUS), João Pinto Carmona (CEMASE), Jorge Fonseca Ferreira (MARKTEST).

• Subordinado ao tema "ESTUDOS DE MERCADO: MISSÃO (IM)POSSÍVEL", o Congresso realizar-se-á a 19 e 20 de Junho (houve um reajustamento face à data divulgada anteriormente).

Todas as pessoas interessadas em apresentar comunicações poderão enviar até ao dia 26 de Março a sinopse correspondente, numa página A4, referenciando quer o título da mesma quer o nome do autor.

Para a melhor comunicação apresentada no Congresso será atribuído um prémio (MARKTEST) de 250.000\$00.

• Assembleia Geral da APODEMO

Reúne em sessão ordinária a Assembleia Geral da APODEMO, estando nomeadamente prevista no ordem de trabalhos a análise e discussão de toda a actividade referente ao ano transacto bem como do plano de acções programadas para o corrente ano de 1997.

A referida Assembleia Geral realiza-se no próximo dia 18 de Março no Hotel Lisboa Plaza, esperando-se a presença de todos os associados.

• Direcção em Reunião

No passado dia 24 de Fevereiro (como aliás acontece habitualmente em todas as últimas segundas-feiras de cada mês) reuniu a Direcção da APODEMO. Dando continuidade à política de convidar para as reuniões um associado, esteve presente a Eng.ª Antónia Maximiano da SABATINA. Oportunamente, e para futuras reuniões, serão dirigidos convites a outros associados.

• Jantar Colóquio

O IMPACTO DA INTERNET E DAS NOVAS TECNOLOGIAS NOS ESTUDOS DE MERCADO

Os crescentes desenvolvimentos no âmbito das tecnologias de informação e o seu impacto nos Estudos de Mercado foram o tema do último seminário da ESOMAR, recentemente realizado em Geneve, intitulado "Information Technology. Do we control IT or are we IT's slave?"

Ao longo de dois dias, especialistas de diferentes países apresentaram as suas visões e experiências, debatendo as várias questões que se colocam à actividade dos Estudos de Mercado, com a introdução das tecnologias de informação e o seu impacto a diversos níveis e em diferentes planos: estudos quantitativos e qualitativos e research on-line. Temas tão "quentes" e actuais como os sistemas CAPI na recolha de dados, os painéis on-line, a medição de audiências da publicidade on-line e, em geral, os desafios metodológicos levantados pela Internet, foram objectos de interessantes comunicações.

Portugal esteve representado neste evento com uma comunicação da APEME, intitulada "Internet, the meeting place", na qual foram apresentadas, na perspectiva dos estudos qualitativos, as suas conclusões sobre os hábitos e atitudes do consumidor da Internet e um modelo tipológico do consumidor português de Internet.

Dada a relevância dos aspectos abordados neste Seminário para a actividade de Estudos de Mercado, a APODEMO vai promover no próximo dia 20 de Março um jantar-colóquio no qual os oradores da comunicação apresentada (Dr. Rui Almeida e Dra. Mariana Machado) irão fazer um resumo das restantes comunicações e da sua própria experiência de research nesta área.

O referido jantar terá lugar no QUALITY HOTEL (Campo Grande, 7 - 1700 Lisboa).

Contacte a APODEMO e faça já a sua inscrição.

BREVE MEMÓRIA DE UM WORKSHOP EM LONDRES



No dia 10 do passado mês de Janeiro realizou-se em Londres, no clássico, e muito bonito, Grosvenor Hotel em Park Lane, um workshop de um dia promovido pelo Q.R.C.A. (Qualitative Research Consultants Association) sobre o aliciente tema: "Diferenças entre a Investigação Qualitativa Norte Americana e a Europeia".

Naturalmente que o facto de o seminário se realizar em Londres - e, também naturalmente, não serem muitos os participantes do resto da Europa - acabaria por restringir um pouco a dimensão do tema em termos geográficos. Até porque os estudos qualitativos são abordados de forma diferente em diversos países - e ali "falava-se" sobretudo em termos anglo-saxónicos.

De qualquer forma não deixou de ser interessante ver debatidos por representantes das associações Qualitativas dos dois lados do Atlântico (também estavam presentes membros da A.Q.R.P. - The Association of Qualitative Research Practitioners), temas que nos preocupam a todos no nosso dia-a-dia.

Falou-se dos problemas dos recrutamentos, das condições das salas em que devem ter lugar os grupos, dos problemas levantados pelo seu acompanhamento pelos clientes, das técnicas projectivas em referência a diferentes culturas.

E apesar de não ter havido nada de particularmente inovador - embora haja sempre alguma coisa com um pequeno toque de diferença -, foi interessante saber como se procuram soluções diferentes para problemas comuns e confirmar a importância da

imagem (com fundamento) que a indústria dos qualitativos tem que projectar para fora. Não só para seu próprio benefício, mas para benefício de toda a actividade dos estudos de mercado.

A Q.R.C.A e a A.Q.R.P. são duas organizações que se propõem dinamizar os qualitativos na base da qualidade - a primeira numa perspectiva mais internacional e a segunda numa posição que é, actualmente, de abertura.

Estas associações podem ser contactadas pelas seguintes moradas:

Q.R.C.A - Qualitative Research Consultants Association Inc.
P.O. Box 6767, FDR Station - New York, N.Y. 10022
Telf. 00/1/212/315 0632
Fax 00/1/703/533 3650

A.Q.R.P. - The Association of Qualitative Research Practitioners
Telf. 00/1/480/407227
Fax 00/1/480/407677

Maria Eugénia Retorta
(CONSULMARK RI)

NOTÍCIAS APODEMO

Edição: APODEMO
R. Pinheiro Chagas, 28, 2º Dto. - Sala 2
1000 Lisboa
Tels: (01) 354 36 15/21/22/05 76
Fax: (01) 352 16 70

Produção Gráfica: Moizimagem

Tiragem: 500 exemplares

SEMINÁRIO DE MEIOS

A APODEMO promove no próximo dia 10 de Abril mais um seminário de meios, que será realizado no Centro Cultural de Belém.

Abarcando desta vez o tema "EFICÁCIA PUBLICITÁRIA - O VALOR DA INFORMAÇÃO", este seminário, quer pela qualidade dos oradores presentes quer pelo teor das intervenções que estão programadas, irá certamente suscitar a atenção de todos os profissionais desta área.

Para a necessária consulta e análise dos interessados, apresenta-se seguidamente uma sinopse do programa previsto:

EFICÁCIA PUBLICITÁRIA - O VALOR DA INFORMAÇÃO

09.15 - 09.30 *Recepção*

09.30 - 09.45 **Abertura**

Maria Eugénia Retorta (APODEMO)

Moderador: Luís Filipe Martinho (Universal Media)

09.45 - 10.15 **Necessidades e Expectativas sobre os Estudos de Meios**

Aguar Falcão e Castro (Universidade Fernando Pessoa)

Paula Cristina Magalhães (Universidade Fernando Pessoa)

10.15 - 10.45 **Nova Legislação e Eficácia em Televisão**

Paulo Almeida (Optimedia Portugal)

10.45 - 11.15 **Utilidade dos Estudos de Meios para os Meios de Comunicação Social**

Claudia Capito (SIC)

11.15 - 11.45 *Coffee Break*

Moderador: Cristina Luz (Laboratório de Media)

11.45 - 12.15 **Previsão de Audiências**

Halder Oliveira (Odeco)

12.15 - 12.45 **As Audiências Televisivas e o Retorno ao Qualitativo**

Francisco Rui Códima (Universidade Nova de Lisboa)

12.45 - 14.30 *Almoço*

Moderador: Pedro Coimbra (Elida Fabergé)

14.30 - 15.00 **Criatividade em Media**

Diana Abreu (Tempo Media)

15.00 - 15.30 **Compra de Audiências / Descontos**

Carlos Neves (Bates Portugal)

15.30 - 16.00 *Coffee Break*

16.00 - 18.00 **A Informação Que Precisamos (Debate)**

Alberto Rui (APAP)

Barata Simões (APAN)

João Palmeiro (AIND)

João David Nunes (TCS)

José Guilherme (INTERVOZ)

Luís Queirós (APODEMO)

Paulo Soares (TVI)

Rita Carneiro (RMB)

SEMINÁRIO ESOMAR INFORMATION TECHNOLOGY

Do We control IT or Are We IT's Slaves?

Este Seminário, recentemente realizado em Geneve, no ambiente acolhedor (em particular para os portugueses, dada a expressiva presença dos inestimáveis emigrantes) do InterContinental HOTEL, demonstrou a sua oportunidade ao registar uma elevada adesão: 77 participantes (entre os quais 4 portugueses), 18 países representados e 18 comunicações apresentadas. O número de adesões terá sido claramente superior ao verificado no anterior Seminário, realizado em 1995 sobre o mesmo tema, em Bruxelas, e também mais diversificado quanto à proveniência dos participantes. Assim, e paralelamente à já habitual presença significativa de ingleses, Alemães e Holandeses, verificou-se a participação de países como, por exemplo, a Bulgária, Chipre, República Checa, Estónia e Grécia e até mesmo, entre o grupo de expositores, a presença de uma empresa búlgara e do seu produto, chamado ADMETER, com múltiplas aplicações e aparentemente de grande competitividade comercial.

Sendo certo que, num Seminário, a componente social e os contactos profissionais têm menor expressão do que num Congresso, é imprescindível que as comunicações apresentadas permitam o "enriquecimento" dos participantes quanto às diferentes vertentes do tema em análise.

E, de facto, durante dois dias de intensos, mas agradáveis, trabalhos, especialistas de vários países apresentaram "retratos" de experiências vividas ou reflexões sobre expectativas futuras, que permitiram a todos identificar o crescente desenvolvimento no



âmbito das tecnologias da informação, bem como o seu actual impacto para a actividade profissional e eventuais tendências evolutivas.

PARTICIPAÇÃO PORTUGUESA

O Seminário foi organizado em 5 sessões:

- IT: Consumers' Recorders' Point of View
- Data Collection, Analysis and Reporting
- Electronic Advertising
- Research and the Internet
- Tomorrow

Portugal esteve representado através de uma comunicação da APEME intitulada "Internet, the meeting place" apresentada por Rui Almeida e Mariana Machado, durante a quinta sessão.

Esta comunicação teve por base um Programa de Pesquisa Qualitativa, desenvolvida com o objectivo de fazer uma avaliação aprofundada dos hábitos e atitudes do utilizador/consumidor da INTERNET e perspectivar um modelo tipológico do consumidor português.

Este modelo qualitativo daria assim origem à constituição de quatro grupos, caracterizados como Fanáticos, Profissionais, Descobridores e Espectadores; o estudo constituiu ainda uma oportunidade para reflectir sobre a

Internet versus media tradicionais e sobre a Internet como veículo publicitário.

A excelente qualidade da apresentação, a perspectiva singular que extravasou da "básica" ferramenta metodológica e as conclusões apresentadas mereceram público aplauso da audiência e particulares referências elogiosas do director geral da ESOMAR, Jurgen Schwoerer.

OUTRAS COMUNICAÇÕES

Integrada nesta sessão, a comunicação de Ian Mackey, Pulse Train, UK, baseou-se no pressuposto de que os desenvolvimentos em tecnologias de informação permitirão múltiplas opções, de grande qualidade e com custos diminutos, e foi interessante pela predição da massiva utilização futura de informação disponibilizada em "network computing" dada a eficiente transmissão/conexão de informação possível entre vários estudos/fontes e entre investigadores e utilizadores.

Ainda sobre a Internet e a validade do Research on-line, algumas pertinentes questões foram colocadas por Rolf Pfeleiderer, Infratest Burke, tais como a influência que diferentes designs/layouts obtêm nos resultados, a influência dos incentivos nas taxas e na atitude de resposta e, sobretudo, a influência possível da auto-selecção da amostra face à eliminação/não utilização de entrevistadores.

Extremamente actual e de relevo quase "universal" foi a comunicação de Niels Grommé, NIPO, que ilustrou alguns dos últimos desenvolvimentos e fez a comparação entre "laptop with keyboard and Pen Pc" com o objectivo de suportar a melhor decisão acerca do hardware adequado para CAPI que, segundo este orador, absorve 75% dos investimentos necessários.

A NIPO utiliza CAPI desde 1985 e actualmente tem um equipa de 800 entrevistadores; baseou estas elações num estudo recente em que foram utilizadas as duas opções de hardware, e em que não se verificaram diferenças significativas no que respeita aos aspectos mais determinantes das opções finais, tais como quantidade de informação obtida, tempo de recolha e níveis de adesão do entrevistado, sobretudo por comparação com as-

pectos tais como a qualidade de imagem e a facilidade do registo de respostas a perguntas abertas e tendo em atenção que a opção final se deverá basear nos custos.

Tendo em vista a realidade portuguesa e valorizando os custos e as condições de trabalho dos entrevistadores, essa opção deverá ser eventualmente o Pen Pc.

Gerd Meier, GFK, fez a demonstração das vantagens que se podem obter utilizando CAPI - 2ª geração, CAPI com gravação de voz, tendo minimizado a importância da capacidade de manuseamento do computador por parte do entrevistador, e garantido a optimização da qualidade das respostas a perguntas abertas.

Só no futuro poderemos, no entanto, "mensurar" até que ponto as vantagens indicadas justificam esta opção mais dispendiosa.

Outras comunicações apresentaram pontos de vista interessantes, focando aspectos, tais como:

- alterações metodológicas possíveis
- medição de audiências da publicidade on-line; painéis on-line
- utilização massiva das TI e sua implicação na organização da empresa de estudos de mercado e, em particular, na recolha
 - desenvolvimento de uma forma standardizada de preparação e realização de apresentações
 - influência de outros desenvolvimentos, tais como o processo de reconhecimento da voz e a tele-video conferência.

Em jeito de conclusão, parece ter ficado claro que os desenvolvimentos verificados em novas tecnologias de informação, por si só, não garantem uma melhoria dos estudos de mercado, já que não viabilizam melhor interpretação, não fornecem melhores métodos de investigação, não garantem melhor qualidade de amostra e não obtêm melhores taxas de resposta. Mas que, por outro lado, se podem considerar como importantes as evidentes vantagens na recolha de informação (em Portugal, o recurso ao CATI é já uma realidade e a utilização mais frequente do CAPI é previsível) e que se antevê um progresso técnico e uma velocidade de processamento e análise de informação significativos.

Em última análise, as alterações provocadas na própria sociedade serão extensíveis à própria actividade dos estudos de mercado, onde o seu impacto será progressivamente maior.

António Salvador
(INTERCAMPUS)

ESOMAR EM NOTÍCIAS

• 50º CONGRESSO EM SETEMBRO

A Escócia (mais particularmente a cidade de Edimburgo) receberá os participantes no próximo Congresso da ESOMAR, que se realiza entre 7 e 10 de Setembro.

Está prevista a presença de mais de 800 delegados, provenientes de cerca de 50 países de todo o mundo.

• CONFERÊNCIA EM LISBOA

De 13 a 16 de Junho terá lugar em Lisboa uma conferência organizada pela ESOMAR em estreita colaboração com a ARF - Advertising Research Foundation e a JMA - Japan Marketing Association.

O referido evento realiza-se no Hotel Ritz Inter-Continental e em análise estará o tema

FIT FOR THE GLOBAL FUTURE?
NEW APPROACHES IN MARKETING,
ADVERTISING AND MARKET RESEARCH
IN RESPONSE TO A CHANGING BUSINESS ENVIRONMENT

• NOVO REPRESENTANTE EM PORTUGAL

A Dra. Maria Eugénia Retorta foi nomeada representante da ESOMAR em Portugal para o biênio que decorre desde 1 de Janeiro de 1997 até 31 de Dezembro de 1998.

É de esperar de Maria Eugénia Retorta um desempenho à altura do reconhecido prestígio de que disfruta dentro da actividade.