



editorial

Vem sendo amplamente divulgado, nomeadamente ao nível dos mais diferentes meios de comunicação social, a pretensão do Governo em alterar a actual situação dos recibos verdes, aguardando-se a correspondente lei governamental que venha dar a conhecer a respectiva regulamentação.

Tal como sucede em muitos outros sectores de actividade, também ao nível dos Estudos de Mercado há pessoas a trabalhar em regime de recibo verde. Estamos nomeadamente a pensar nos "entrevistadores", cuja actividade, de importância vital para as empresas, encerra características bem específicas no que respeita ao vínculo existente com as entidades a quem prestam a sua colaboração.

A este respeito, será bom não esquecer que um número ainda muito significativo de "entrevistadores" condiciona a regularidade da sua colaboração (e conseqüente vínculo) às empresas de Estudos e Mercado em função do tempo livre que as suas actividades principais (na sua maioria esmagadora, estamos a falar de estudantes) lhe disponibiliza.

Pensamos que as empresas de Estudos de Mercado já se tenham consciencializado de que será imperativo reflectir profundamente sobre esta situação.

Entretanto, à APODEMO, enquanto Associação que tem como um dos seus principais objectivos a defesa dos interesses dos Associados, cabe um papel por demais importante no diálogo a estabelecer com quem de direito, para que a nova legislação não deixe de ter em consideração a especificidade do que, ainda é a realidade do sector dos Estudos de Mercado no nosso País.

João Pinto Carmona (CEMASE)

breves

• Seminários APODEMO

• Realizou-se no passado mês de Abril no Centro Cultural de Belém, em mais uma organização da APODEMO, o Seminário de meios subordinado ao tema "EFICÁCIA PUBLICITÁRIA - O VALOR DA INFORMAÇÃO".

O referido evento constituiu um assinalável êxito, reunindo cerca de 100 participantes pertencentes a algumas das mais prestigiadas empresas/entidades de diferentes sectores de actividade.



• Decorrem os preparativos para a realização do 1º seminário sobre a Indústria Farmacéutica, que deverá ter lugar no último trimestre do corrente ano de 1997.

Paula Freire é o membro de Direcção da APODEMO que tem a responsabilidade da coordenação deste evento e que, para o efeito, vem desenvolvendo diversos contactos para a constituição da respectiva comissão coordenadora.

ESOMAR

UMA ASSOCIAÇÃO EM CRESCIMENTO

■ Maria Eugénia Retorta (CONSULMARK RI) *

Durante anos a ESOMAR foi, em Portugal, a única entidade que aglutinou os profissionais de Estudos de Mercado e de Opinião e que traçou as regras que eles deveriam seguir, na execução de projectos nesta actividade.

A ESOMAR é uma associação de profissionais, sempre referenciados às empresas onde trabalham e identificados em termos da "classe" profissional a que pertencem: praticantes, utilizadores, consultores.

A constituição desta instituição, que teve lugar em Amsterdam, data de Setembro de 1948. Este facto justifica, aliás, a permanência histórica da sede da Sociedade naquela cidade.

Desde Setembro de 1948 que o seu crescimento tem sido exponencial: de 29 membros - este foi o número de técnicos de marketing que estiveram então na base da sua formação - a sociedade conta hoje com mais de 3 000 membros (dados de Dezembro de 1996). Ou seja, cresceu cem vezes!

E, o que é mais importante ainda, continua a crescer: o mês de Março do corrente ano de 1997 viu alargada a sua lista de membros com 54 novos inscrições, o que totaliza até agora, e desde Janeiro, mais 158 novos membros.

Por outro lado, de um campo de acção inicialmente restringido à Europa - o que também explica a sua denominação social - a ESOMAR alargou a sua rede de influências, a nível profissional e a nível técnico, a outros continentes, estando presente também onde já existiam outras Associações e trabalhando em conjunto com elas, como é o caso do continente americano e, mais em particular, dos Estados Unidos da América.

O objectivo desta expansão tem sido, no essencial, estabelecer um

contacto directo entre os profissionais que actuam em diversas partes do mundo, o que permite aos membros - e aos simplesmente interessados de forma geral - manter-se actualizados face aos desenvolvimentos e à evolução que estão permanentemente em curso neste universo de actividade.

Também parece hoje impensável a qualquer um dos indivíduos nela envolvidos situar-se marginalmente ao Código de Conduta estabelecido em 1977, em conjunto com o ICC (International Chamber of Commerce), na base das normas definidas pela sociedade já em 1948, e que viria a ser seguido por outro código, não menos importante, mas de carácter mais restrito, que rege a divulgação e publicação de sondagens de opinião.

Aliás, tem sido uma das práticas regulares da ESOMAR a implementação de normas para o enquadramento de projectos em áreas tão sensíveis como é o universo das crianças, por exemplo, ou de estudos que podem ser conflituais com outros direitos do cidadão, como é o caso do mystery shopping.

Com a criação da APODEMO em 1993, o papel da ESOMAR em Portugal deveria redimensionar-se naturalmente, porque um relaciona-

mento efectivo e adequado entre as duas associações pode ser importante; e espera-se que o venha a ser, através de acções conjuntas que permitam, sobretudo, estimular uma prática cada vez mais moderna e actualizada, diria mesmo cada vez mais virada para o futuro, junto dos técnicos portugueses.

Uma prática que considere a antecipação já que, quer queiramos quer não, a actividade em Portugal conhece algumas limitações inevitáveis, por força da dimensão dos mercados respectivos e do facto de ela não ter aqui uma história longa - como, aliás, é o caso de muitos outros países, mesmo europeus, nomeadamente os recém-chegados países do Leste.

Mas avançar nesse sentido, no da antecipação, passa também pelo querer dos profissionais envolvidos. E é da conjugação dos seus esforços com as acções da ESOMAR e da APODEMO que se espera, com convicção, que tudo continue a evoluir no sentido positivo, prosseguindo o crescimento e o desenvolvimento registado em Portugal nos últimos anos.

Ainda somos poucos aqui (veja-se a tabela sobre os Factos Básicos relativos à ESOMAR) mas não somos pequenos no sentido literal da palavra.

FACTOS BÁSICOS SOBRE A ESOMAR

	1994*	1995	1996 (Dez.)
Nº Membros - Total	2984	3127	3369
Nº Membros na Europa	2373	2461	2610
• Portugal	53	51	58
Nº Membros noutros Continentes	611	666	759
% Crescimento Total		105	113
% Crescimento na Europa		104	110
% Crescimento em Portugal		96	109
% Crescimento noutros Continentes		109	124

* Ano Índice

No dia 27 do passado mês de Maio teve lugar no Hotel Sofitel em Lisboa o primeiro encontro de delegados da ESOMAR neste ano de 1997.

A agenda estabelecida para a reunião contemplou pontos pré-estabelecidos e constituiu ainda uma oportunidade para que os presentes pudessem fazer as suas sugestões, privilegiando os aspectos que mais os têm preocupado, e preocupam, ao longo da sua vivência na ESOMAR, em particular.

Entre os pontos pré-estabelecidos cobertos, procedeu-se a uma breve análise do que tem sido a actuação da ESOMAR em Portugal e da evolução dos seus membros e fez-se uma primeira apresentação dos planos de acção locais para o biénio que se segue, particularizando o ano de 1997.

Reflectiu-se também sobre o facto de estarem programados para Portugal dois importantes eventos da responsabilidade da ESOMAR, um dos quais envolvendo duas outras Associações igualmente importante vindas de outros continentes: ARF (Advertising Research Foundation), E.U.A., e a JMA (Japanese Marketing Association), naturalmente do Japão e que terá já lugar no próximo mês de Julho.

A este propósito foi dado um "recado" à ESOMAR, via a sua delegada, que estará presente num encontro de Representantes em Amsterdão nos dias 13 e 14 de Junho, sobre os custos da participação numa Conferência desta natureza, sem dúvida excessivos para as empresas médias portuguesas.

Discutiu-se também a importância de se estar na ESOMAR e a forma como, da conjugação dos seus esforços com os da APODEMO, é possível vir a esperar-se um aumento dessa importância. Um dos pilares de valorização passará, sem dúvida, pela possibilidade de se recorrer a um dos mais recentes serviços desenvolvidos pela ESOMAR - o Arbitration Service - considerando a hipótese de o vir a

adaptar, minimamente, aos interesses locais. (Ver caixa).

Cada participante recebeu ainda a cópia de um artigo do autor do director geral da ESOMAR, Juergen Schwoerer, sobre Data Privacy Legislation in Europe e o aditamento relativo a Portugal - documentos que irão ser oportunamente enviados aos restantes membros locais que não estiveram presentes na sessão.

A propósito: o Sr. Bernard Leconte, actual vice-presidente da ESOMAR, participou no encontro, o que foi óptimo. Só estiveram, no entanto, presentes 15 membros - não chegaram a 30% do total. O que não é, sem dúvida, tão bom assim.

* Delegada da ESOMAR

O que é o ESOMAR Arbitration Service

Antes de mais nada, trata-se de um serviço criado para gerir os aspectos que não estão naturalmente abrangidos pelos Códigos principais da ESOMAR ou da ESOMAR/ICC, e que visam essencialmente assuntos de natureza ética em matéria de estudos de mercado e de opinião.

É um serviço que pode ser requisitado por ambas as partes (cliente e instituto), antes do início de qualquer projecto (isto é imperativo) e que se destina a resolver questões relacionadas com a qualidade dos diversos aspectos que o integram - desde o nível de adequação da proposta ao briefing recebido até à forma de processamento e tratamento dos dados, passando pelo método utilizado na recolha da informação necessária, entre outros.

O seu acesso não envolve custos para os membros da ESOMAR.

• Anuário em preparação

A APODEMO prepara cuidadosamente o 1º Anuário das Empresas de Estudos de Mercado, prevendo-se que a sua publicação seja uma realidade no mais curto espaço de tempo possível.

No referido Anuário, que pretende ser uma "montra" de um sector que vem conhecendo uma crescente expansão, serão incluídos os dados/elementos caracterizadores das principais empresas que, em Portugal, desenvolvem a sua actividade nesta área específica.

• Novos Associados

A APODEMO conta com dois novos associados que, em data oportuna, solicitaram a sua integração na nossa Associação. Aqui fica a sua identificação, ainda que de forma sucinta:

• ALEF - MILLWARD BROWN - PORTUGAL, empresa localizada em Lisboa, cujo início de actividade teve lugar em 1991, desenvolve as suas funções na área dos Estudos de Mercado quer de natureza quantitativa, quer de natureza qualitativa.

A direcção da empresa é da responsabilidade de Fernando Pereira Bastos.

• 10 NEX - INVESTIGAÇÃO - ESTUDOS DE MERCADO, LDA, empresa sediada em Lisboa e fundada em 1996, tem como sua actividade principal a especialização em estudos de Mercado na área da Indústria Farmacêutica. João Valido é o seu director-geral, cabendo a António Ruivo a direcção técnica da empresa.

NOTÍCIAS APODEMO

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

Produção Gráfica: Maisimagem

Tiragem: 500 exemplares

PROGRAMA**QUINTA-FEIRA, 19 DE JUNHO DE 1997**

- 09.00 Recepção aos Congressistas
 09.30 **Abertura dos trabalhos**
 Luís Queirós (MARKTEST), Presidente da APODEMO
 09.45 Palestra de abertura, Américo Guerreiro, Presidente da APAP

1ª SESSÃO: "A MISSÃO DOS ESTUDOS DE MERCADO NA COMUNICAÇÃO"

Preside: J. Vidal da Oliveira (EUROTESTE)

- 10.15 **Estudos de Meios e Comunicação Publicitária**
 Luís Filipe Martinho (UNIVERSAL MEDIA)
 10.45 **Caso prático: Royco Cup-a-Soup**, Paulo Cardoso (AMMIRATI PURIS LINTAS)
 11.15 Intervalo para café
 11.45 **Medir a eficácia da Publicidade: em busca do "Cálice Sagrado"**
 Isabel Rebelo da Silva e Laurent Florès (IPSOS PORTUGAL)
 12.15 **Debate**
 12.45 **Almoço**

2ª SESSÃO: "OLHAR NA PERSPECTIVA DO CONSUMIDOR"

Preside: João Pinto Carmona (CEMASE)

- 14.30 **Preferências, atitudes face à promoção e estratégias de compra do consumidor**, Ana Pinto de Moura (IPAM)
 15.00 **Estudo de Mercado: alavanca do teste comparativo**
 João Dias Antunes (EDIDECO)
 15.30 **La investigación para la medición de la satisfacción de los clientes. Aplicación del modelo a entidades financieras**
 Rosa Pascual Maquiel (EMER/GfK)
 16.00 Intervalo para café

3ª SESSÃO: "OS ESTUDOS DE MERCADO EM DIFERENTES SECTORES"

Preside: Jorge Fonseca Ferreira (MARKTEST)

- 16.30 **Estudos de Mercado: Necessidades e Soluções**
 António Talala (PORTUGAL TELECOM)
 17.00 **Investigação do consumidor: a experiência de um retalho**
 Jorge Portugal (SONAE)
 17.30 **A importância dos Estudos de Mercado no Sector Automóvel**
 Bárbara de Sousa (PEUGEOT)
 18.00 **Debate**
 18.30 Encerramento dos trabalhos do 1º dia

SEXTA-FEIRA, 20 DE JUNHO DE 1997**4ª SESSÃO: "O FUTURO: OBSTÁCULOS E NOVOS CAMINHOS"**

Preside: Teresa Manjardino (BUSINESS DIRECTIONS)

- 09.30 **Interlato: recolha de informação dentro das organizações**
 Diogo Bonnet Victória e Hugo Alves da Silva (ISCEM)
 10.00 **Os Estudos de Mercado como suporte para o sucesso**
 Victor C. Ferreira (NCR)
 10.30 **As sondagens e a população: O que falta para a reconciliação?**
 Elizabeth Reis e Paulo Vicente (GIESTA / ISCTE)
 11.00 Intervalo para café
 11.30 **Os desafios do próximo século no século XX**
 Ana Marquinhos e Margarida Brandão (MEDIA PLANNING)
 12.00 **Universos de pequena dimensão: como trabalhá-los em pontos de retalho**, Paulo Santos (A.C. NIELSEN PORTUGAL)
 12.30 **Debate**
 13.00 **Almoço**

5ª SESSÃO: "ESTUDOS DE MERCADO: MISSÃO (IM)POSSÍVEL?"

Preside: António Almeida Salvador (INTERCAMPUS)

- 14.30 **Caso prático: Os Estudos de Mercado e os seus equívocos**
 Mafalda Duarte Silva (QUAESTIO), Paulo Queirós (MARKTEST), Valente Rosa (METRIS)

15.00 PAINEL

António Pires	BEDO
António Salvador	INTERCAMPUS
Gonçalo Villas-Boas	INITIATIVE MEDIA
Hugo Correia Pires	SIC
Joaquim Brito Góis	BES
Lúcia Torres	FCB
Maria José Paixão	MOTIVAÇÃO
Miguel Coeiro	LEVER
Paulo Faustino	JORLIS
Rui Marques	FORUM
Valente Rosa	METRIS

- 16.45 **Atribuição do Prémio MARKTEST à melhor Apresentação**
 17.00 **Encerramento do Congresso**, Maria Eugénia Retorta (CONSULMARK RI), Vice-Presidente da APODEMO

PODE-SE FOTOCOPIAR**FICHA DE INSCRIÇÃO**

Nome (completo) Idade..... Função / Cargo.....

Empresa Endereço da Empresa

Localidade..... C. Postal..... Nº Contribuinte Telefone Fax

Junto envio o cheque nº sobre o banco no valor de (assinalar

com um X / ambos os valores estão isentos de IVA ao abrigo da legislação vigente):

 55 000\$00 (Cinquenta e cinco mil escudos) - Não membros da APODEMO 45 000\$00 (Quarenta e cinco mil escudos) - Membro da APODEMO

Nota: haverá um desconto de 20% para a 2ª inscrição e seguintes da mesma empresa

Data / /

Assinatura:

Por favor, enviar por FAX para APODEMO - Rua Pinheiro Chagas, 28 - 2º Dto., Sala 2 - 1050 Lisboa Telef: 354 36 15/21 - Fax: 352 16 70