



editorial

Chegámos finalmente ao fim da "era das trevas". O volume de vendas dos associados da APODEMO em 2004 ilustra este novo cenário pós-crise, com um claro crescimento real relativamente a 2003.

Também sinal desta agitação e novo vigor é a quantidade de sinopses recebidas pela APODEMO para apresentações no seu XI Congresso Anual, o que exigiu um forte rateio na hora da selecção e, esperamos, será indício de um fantástico evento.

Novidade neste Congresso será também a adesão de um elevado número de empresas que se envolveram através da oferta dos seus produtos.

Na prossecução do plano de actividades do segundo e último ano da actual Direcção, justifica-se salientar os seguintes pontos:

- Assinatura de um convénio com a AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión) que permitirá aos colaboradores das empresas associadas da APODEMO e aos membros associados da AEDEMO participarem nas actividades promovidas por estas organizações nas mesmas condições dos respectivos associados.

- Apoio à organização e realização da Pós-Graduação em Estudos de Mercado da Escola de Gestão Empresarial, no Porto. A EGE é uma Business School constituída pela Universidade Católica do Porto, pela Associação Empresarial de Portugal e pela Universidade de Aveiro, em parceria com a ESADE (Escola Superior de Administração e Direcção de Empresas, em Barcelona). Esta Pós-Graduação destina-se principalmente a quadros que detenham experiência e prática em Marketing e Estudos de Mercado e que pretendam obter um conhecimento mais amplo e actual do processo de investigação.

- Jantares-colóquio – No passado dia 14 realizou-se mais um jantar, este subordinado ao tema discutido em Paris, no seminário da ESOMAR, "*Innovate – The best innovation from around the world*", que contou com as apresentações da Beatriz Capaz (MetrisGfK) e do Vítor Cavaco (Spirituc -

Investigação Aplicada) e com a participação de mais de 40 profissionais da actividade.

Incrementar este tipo de iniciativas, que para além da transmissão de conhecimentos permite o salutar convívio entre profissionais do mesmo ofício, é um dos objectivos traçados para este ano.

Assim marquem nas vossas agendas o dia 23 de Junho, dia do próximo Jantar Colóquio, em que se falará de "*Panel Research*".

- SAQR (Sistema APODEMO de Qualidade de Recrutamentos) – um sistema inovador que pretende garantir que os participantes em estudos qualitativos cumpram as condições estabelecidas, evitando a participação reiterada pelo menos entre as empresas associadas da APODEMO. Este projecto insere-se nas acções da APODEMO na área da qualidade, estabelecendo normas que facilitem e garantam a qualidade dos serviços das empresas associadas. Poderão, muito em breve, consultar mais especificações técnicas e o ponto de situação da implementação deste sistema no site da APODEMO.

- Comissão de Ética – promover a discussão exaustiva e profunda acerca da criação de uma Comissão de Ética da APODEMO para definição clara do seu âmbito, objectivo, competências e constituição.

Gostaria ainda de recordar, com todo o apreço e estima, a Dr.^a Rosa Amaro, recentemente falecida, que com a sua forte personalidade traçou um percurso singular, que teve início há mais de 20 anos na Marktest, teve continuidade enquanto cliente durante largos anos e terminou como Sócia-Fundadora e Directora-Geral do nosso associado Novadir.

Sentimos muito a sua perda.

Conto ver-vos em breve no XI Congresso da APODEMO.

António Salvador
Presidente da Direcção

▶ jantar/colóquio APODEMO

→ A Inovação é uma constante dos estudos de mercado

Realizou-se no passado dia 14 de Abril, no Hotel Real Palácio um jantar/colóquio relacionado com o Seminário "*Innovate – The best innovation from around the world*" da ESOMAR, que decorreu entre 28 de Fevereiro e 1 de Março, em Paris. Beatriz Capaz, da empresa MetrisGfK, e Vítor Cavaco, da empresa Spirituc, partilharam com os 40 participantes presentes os principais *insights* deste seminário, que se baseou nas tendências metodológicas internacionais da aplicação de um projecto cujo principal objectivo é inovar uma marca, um produto ou um serviço.



► colóquio/jantar APODEMO

Das 50 apresentações a que assistiram retiveram 4 ideias principais:

- Incorporação nas técnicas de recolha de campo de novos suportes tecnológicos que avaliem a compreensão do consumidor/utilizador/frequentador;
- Partilha/incorporação do cliente e outras técnicas qualitativas para animar e conduzir as sessões, no processo de *brainstorming* a nível das empresas;
- Consultadoria implica viver o negócio do cliente (produção de dados – operacionalidade do saber);
- Utilização alargada de técnicas suportadas simultaneamente em estudos quantitativos e qualitativos.

Em resumo, todas as metodologias apresentadas reflectiram a tendência de maior aproximação com o consumidor final, tendo como apoio tecnologias cada vez mais sofisticadas. Para além das reflexões finais, ficámos também a saber que Portugal pode estar na cauda da Europa em muitas áreas, mas não nos Estudos de Mercado. O próximo jantar/colóquio

APODEMO vai realizar-se em Junho e conta com a presença de Carlos Figueiredo da GfK e de Ana Paula Brandão da Nestlé. Em debate vão estar as conclusões saídas do seminário “*Panel Research*”, que se realizou em Budapeste no final de Abril.



António Salvador, Presidente da APODEMO, deu as boas vindas a todos os presentes.

► plano de actividades 2005

No dia 29 de Março teve lugar a Assembleia-Geral da APODEMO com o intuito de apresentar o relatório de contas referente a 2004/2005 e delinear as actividades da Associação para o ano em curso:

Formação

Intensificação e reforço da presença da APODEMO em acções/parcerias com universidades e entidades que promovam eventos relacionados com o sector dos estudos de mercado. (ver caixa)

Congresso

Realização do 11º Congresso nos dias 18 e 19 Maio de 2005, subordinado ao tema: “Inovação em Marketing. O papel dos Estudos de Mercado”.

Eventos

– Realização de pelo menos 4 jantares colóquio em data a agendar, sendo que os temas a seleccionar, estarão relacionados com os principais eventos promovidos pela

ESOMAR e associações afins, em que tenham estado presentes representantes nacionais.

– Realização de um Seminário no 4º trimestre de 2005 (tema a definir).

– Realização de workshop para apresentação da lei sobre Protecção de Dados, do projecto do Código de Conduta específico apresentado pela APODEMO.

Estrutura Associativa

– Estreitar ligações com outras associações de sectores próximos dos Estudos de Mercado, a nível nacional e internacional (nomeadamente APPM e AEDEMO). (ver caixa)

– Implementação e desenvolvimento de um Sistema de Qualidade de Recrutamento para Estudos Qualitativos. (ver caixa)

– Criação de uma Comissão de Ética (âmbito, orgânica de funcionamento e constituição a definir).

► CONVÉNIO ENTRE AEDEMO E APODEMO

A APODEMO e a AEDEMO (Associação Espanhola de Estudos de Mercado, Marketing e Opinião) celebraram em Março um convénio de colaboração cujo objectivo é fomentar o desenvolvimento de ambas as Associações, facilitando a participação activa dos seus associados na vida de ambas as instituições. Essa participação mútua passa pela divulgação de iniciativas levadas a efeito, em conjunto ou individualmente, nos respectivos países, e a participação em eventos e actividades comuns. Informar e dar a conhecer os objectivos das Associações será agora mais fácil e poderá conferir uma maior agilidade ao trabalho que ambas têm vindo a desenvolver em prol da valorização e qualificação constante do sector de Estudos de Mercado na Península Ibérica.



PARCERIAS NA EDUCAÇÃO – Pós-Graduação em Estudos de Mercado na Escola de Gestão Empresarial



OBJECTIVOS:

Proporcionar a quem deseja iniciar, prosseguir ou revitalizar a sua carreira na área de estudos de mercado/marketing research, uma oportunidade para:

- Contactar com os métodos e as técnicas mais actuais, divulgadas e efectivas na obtenção e análise de informação de mercado (consumidores; concorrentes; tecnologia), com vista à sua compreensão, conhecimento e domínio.

- Melhorar e actualizar os seus recursos para gerar Valor no quadro do novo paradigma de negócio, cujo traço mais saliente é ser orientado ao cliente – “customer-centered marketing”.

- Adquirir suficiente capacidade para formatar e implementar os seus projectos aplicados em áreas de gestão críticas ao reforço da “orientação ao mercado” das Organizações em que se integram.



COORDENAÇÃO

Direcção Científica: Professor Doutor Alberto Castro
Professor Doutor Carvalho Vieira

Direcção Executiva: Dr. Nuno Côrte-Real

PATROCINADORES



Documento Standard para os Estudos de Mercado

A implementação de sistemas de qualidade para a actividade de estudos de mercado tem sido uma preocupação constante das empresas do sector. Em Portugal, a APODEMO tem-se empenhado activamente na preparação destas normas – já tem desenvolvido um sistema adaptado ao caso português – ao mesmo tempo que participa nas organizações internacionais para melhorar estes sistemas. Até ao início deste ano, as normas de qualidade genéricas para serviços emanadas da ISO (ISO 9000) adaptavam-se mal à especificidade do sector de Estudos de Mercado, razão pela qual têm sido desenvolvidas normas locais em alguns países. Surge agora, por iniciativa do ISO (*International Organization for Standardization*), um documento-padrão internacional (*Draft International Standard for Market Research – DIS*) para os Estudos de Mercado, que adveio da necessidade de harmonizar as metodologias de trabalho nos diferentes países. A responsabilidade da construção deste documento foi atribuída a um Comité Técnico do ISO, um organismo não governamental internacional que actua em 148 países, com sede em Genebra e que tem desenvolvido um grande número de documentos/normas de procedimento com vista à standardização e qualificação dos procedimentos nas mais diversas áreas. Um dos documentos mais conhecidos é o ISO 9000.

Após a publicação do DIS, os países terão até ao final do primeiro semestre de 2005, através dos respectivos organismos nacionais que fazem parte do ISO, a possibilidade de tecer comentários acerca deste documento, nos quais poderão salientar características específicas de cada país, que poderão contribuir para um documento mais completo a ser produzido pelo Comité Técnico. A previsão para a publicação da versão final deste documento é Março de 2006.

Este documento esteve a ser desenvolvido durante cerca de dois anos por um grupo de trabalho constituído por representantes do sector oriundos da Europa, EUA, América Latina, Ásia-Pacífico e Médio Oriente. A intenção é que estas novas normas ISO sejam adoptadas pelas empresas de estudos de mercado para substituir as normas locais.

Rowland Lloyd, director de logística da Ipsos UK, e a BMRA – *British Market Research Association* já disseram que a rápida adopção destas novas normas ISO irá favorecer a internacionalização desta actividade, dado que é um facto que os Estudos de Mercado têm vindo a tornar-se numa indústria global. Por essa razão é cada vez mais importante para os seus utilizadores que esses estudos tenham uma uniformização a nível internacional. Para além disso, os próprios fornecedores de informação terão vantagens em produzir estudos que tenham qualidade reconhecida em qualquer mercado.

► SISTEMA DE QUALIDADE DE RECRUTAMENTO

A APODEMO está empenhada em dar corpo ao SAQR, um sistema informático que tem por objectivo garantir às empresas utilizadoras de estudos de mercado a qualidade dos estudos qualitativos, evitando participações contínuas e reiteradas dos mesmos indivíduos.

A criação desta aplicação irá disponibilizar às empresas associadas uma base de dados que funciona de forma preventiva, ao identificar todos os grupos e indivíduos participantes em entrevistas de estudos de mercado. Ela será igualmente um garante de que os participantes em estudos qualitativos cumprem as condições estabelecidas no que se refere a prazos mínimos de resposta e, ao mesmo tempo, assegura a sua não repetição entre as empresas associadas da APODEMO.

Está previsto que este instrumento de trabalho comum possa vir a ser disponibilizado às empresas associadas da APODEMO através da página de Internet da Associação, mediante todos os mecanismos necessários à segurança e disponibilidade do sistema.

► notícias dos ASSOCIADOS



A empresa tem um novo Director Geral: Francisco Neto de Carvalho.



A Marktest Audimetria mudou de instalações para a Rua Padre Luís Aparício, nº 10, 4º andar em Lisboa.



Francisca Azevedo é a nova Directora-Geral desta empresa do Grupo Marktest, Membro Associado da Research International (empresa do Grupo WPP, líder mundial na área dos estudos de mercado "ad-hoc").



O IMS decidiu unir as operações de Portugal e Espanha, sendo Carlos Mocho o novo Director Geral Ibérico.

► GRUPO GfK ADQUIRIU A NOP WORLD

O Grupo expande assim a sua posição como uma das organizações líderes a nível mundial no sector dos estudos de mercado

A aquisição da empresa NOP World ao grupo de media inglês United Business Media faz com que as vendas consolidadas do grupo no mundo inteiro possam ascender este ano a mais de mil milhões de euros.

Com mais de 1500 colaboradores na NOP World, a GfK reforça também de forma significativa o seu leque de peritos em estudos de mercado, nomeadamente em segmentos importantes e de crescimento acelerado como a Media, Automotive e o HealthCare.

Pela sua dimensão e posicionamento, a aquisição da NOP vem também reforçar a rede de empresas relevantes nos mercados do Reino Unido, Itália e Estados Unidos, tornando a GfK cada vez mais uma empresa global.

Fundada em 1957, a NOP World oferece serviços nas áreas de Custom Research, Healthcare e Media, actuando principalmente nos mercados britânico, norte-americano e italiano.



11^o CONGRESSO APODEMO

INOVAÇÃO EM MARKETING.
O PAPEL DOS ESTUDOS DE MERCADO.

CENTRO CULTURAL DE BELÉM – SALA QUEDÁ
18 E 19 MAIO 2005

No seu 11^o Congresso de Estudos de Mercado, a Apodemo resolveu abordar um assunto bastante actual para todos os profissionais de Marketing e Comunicação a Inovação. Repensar os Negócios, os Produtos e os Consumidores surge como a única alternativa para viver (e sobreviver) num contexto tão competitivo como o actual. Por onde está a passar a Inovação em Marketing? Que Janelas de Inovação se abrem nos dias de hoje? Descobrir e reflectir sobre o papel dos Estudos de Mercado nesta inovação e tentar compreender a melhor forma de acompanhar as necessidades de inovação das empresas são os objectivos centrais deste congresso. Pretendemos, como já vem sendo hábito, que o Congresso constitua um espaço lúdico e de convívio entre participantes, mantendo o habitual jantar de confraternização no final do primeiro dia.

Informações e inscrições: R. Alexandre Herculano, 5-1^o 1115-005 Lisboa Tel. 21 317 58 05/73 fax. 21 317 58 72/ 21 357 56 58 email: apodemo@mail.telepac.pt

18 MAIO - QUARTA-FEIRA

- | | | | |
|--|--|---|--|
| 9.00 Recepção aos congressistas | 10.55 Por onde anda a minha marca? Por quem passou e como? - Sandra Catarino, MediaMonitor | A propugnação dos sistemas de valores nas empresas de estudos de mercado e as suas implicações face aos desafios actuais da economia global: mitos e realidades | 16.10 Coffee Break |
| 9.30 Boas Vindas: António Salvador, Presidente da APODEMO | 11.20 Novas formas de distribuição dos meios alternativos de publicidade - Luis Pedro Vieira, GestWash | 15.00 2 ^o Painel - Novos processos, Novas ferramentas, Novos targets - Moderador Fernando Pereira Bastos | 16.30 Sistemas de gestão da Inovação como motor de crescimento da Sociedade Central de Cervejas e Bebidas - Liliana Barbosa, Central de Cervejas |
| 9.40 Abertura dos trabalhos - Professor Doutor José Mariano Gago, Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (sujeito a confirmação) | 11.55 A medição de audiências de Internet: As duas faces da moeda - Helena Barbas e Vitor Cabeça, Marktest | 15.10 Análise Gráfica de Informação em Planeamento de Marketing - Jorge Camões, Merck Sharp & Dohme | 16.50 Gerir pela Satisfação - Maria do Rosário Pinto Correia, PT SGPS |
| 10.00 Orador Convidado - Carlos Lamas, Director Adjunto da AIMC (Asociación para la Investigación de medios de comunicación) - Os estudos de Meios a Nivel Mundial | 12.20 Debate | 15.30 Como acelerar a inovação e "espremer" a nossa "massa cinzenta" - Susana Medeiros, Publicis e John Kearon, Brain Juicer | 17.10 Debate |
| 10.25 Coffee Break, patrocinado pela Mediamonitor | 12.45 Almoço | 15.50 Novas soluções para Seniores - Tomás Cabral, Motivação e Nuno Ascenção, Mello Saúde | 17.45 Homenagem e entrega de Prémio Carreira em Estudos de Mercado - Jorge Alves |
| 10.45 1 ^o Painel - Os desafios da Media Moderador João Cunha | 14.00 Orador convidado - Bernard da Silva, professor convidado do INSEAD | | 19.30 Jantar convívio - Estádio do Benfica, Catedral da Cerveja |

19 MAIO - QUINTA-FEIRA

- | | | | |
|--|--|--|---|
| 9.00 Recepção aos congressistas | 10.35 Continente: 20 anos a estudar o consumidor - Maria do Céu Santos, Sonae Distribuição e Carlos Liz, Apeme | 12.10 Debate | (TNSeuroteste), João Marques (Millward Brown) |
| 9.35 3 ^o Painel - Branding: Marcar Ou Deixar Marca... - Moderadora Ana Alves | 11.00 Coffee Break | 12.45 Almoço | 16.15 Votação e Coffee Break |
| 9.45 Factores de Sucesso no lançamento de novas marcas - Josefa Ramalho, Millward Brown e Cláudio Russo, Angellini | 11.20 What Starts Well, Ends Well - Paulo Serra e Maria Fernandez, Kraft | 14.00 Actividade: Thinking Out of The Box - Apresentação da ferramenta, Os seis chapéus de Eduardo de Bono - por Isabel Salema | 16.35 Sorteio entre os presentes de telemóvel Z1010 3G, Sony Erickson |
| 10.10 Inovação: responsabilidade de uma marca líder! - Paula Fonseca, Unicer | 11.45 O Sétimo P: Plenificação; Polideia; Profitend; Pragmatividade; Proxisparência; Panfusão; P(r)ioética - João Dionísio, Multivária e Miguel Abalroado, Económica | 15.10 4 ^o Painel - As novas Janelas de Inovação - António Gomes, Cristina Calvão (PT SGPS), Rita Torres Baptista (BES), Josetxo Soto (United Biscuits), Pedro Dionísio (ISCTE/IMA), Luis Simoes | 16.40 Entrega dos prémios - Marktest e MetrisGfK |
| | | | 17.00 Encerramento dos trabalhos |

PATROCINADORES



APOIOS TECNOLÓGICOS



MEDIA PARTNERS



APOIOS



APODEMO no júri do "Produto do Ano" ◀

Pela primeira vez em Portugal realizou-se a eleição do "Produto do Ano", tendo a APODEMO feito parte do júri de especialistas independentes que seleccionou os finalistas deste Grande Prémio de Marketing e Inovação. Para Junho prevê-se a divulgação dos vencedores.

O "Produto do ANO" é uma competição que já há 15 anos faz sucesso na Europa. O objectivo é dar voz aos consumidores, pedindo-lhes que escolham o melhor produto entre os bens de consumo embalados, disponíveis na rede de supermercados e hipermercados do seu país.

Portugal entrou nesta competição pela primeira vez este ano, iniciativa que contemplou apenas os produtos lançados em Portugal entre Janeiro de 2003 e Fevereiro de 2005.

A APODEMO, juntamente com outras instituições, foi convidada a participar na iniciativa, tendo sido representada por João Câmara Manoel num júri independente e qualificado que a 3 e 4 de Fevereiro analisou os produtos inscritos e seleccionou os 90 produtos finalistas – organizados em 35 categorias de consumo –, número que colocou Portugal no

topo da lista dos países com mais categorias inscritas num ano de estreia do Projecto.

Para chegarem a "Produto do ANO", os finalistas vão ser avaliados através de um estudo de mercado desenvolvido junto de cerca de 5.000 indivíduos, numa amostra de 3.000 lares.

O estudo, a realizar pela TNSeuroteste, irá permitir aos produtos vencedores a aplicação do logotipo "Produto do ANO" nos seus suportes de comunicação, incluindo packaging, publicidade e outros suportes promocionais.

Segundo revelou um Estudo realizado junto de 2.500 indivíduos em França, em Março de 2004 pela TNS Secodip, 59,5% dos consumidores confiam nos produtos com o logotipo "Produto do ANO" e 62,5% têm-nos como primeira referência nas suas escolhas. O selo "Produto do ANO" permite assim aumentar o valor do lançamento de um novo produto na sua categoria, sendo que estudos comprovam que os vencedores em anos anteriores registaram aumentos de vendas entre os 15% e os 60%.

Jorge Alves recebe PRÉMIO CARREIRA ◀

A APODEMO decidiu criar em 2004 um Prémio Carreira, com o objectivo de homenagear personalidades cujo desempenho constitua uma referência nos estudos de mercado em Portugal. Em 2005, o 2º Prémio Carreira será atribuído a Jorge Alves no 11º Congresso da APODEMO, a 18 de Maio pelas 17:45 horas, no Centro Cultural de Belém.

A APODEMO pretende assim reconhecer um destacado especialista de estudos de mercado que durante décadas esteve à frente da empresa AC. Nielsen, e que pela qualidade do seu desempenho é uma referência para muitos dos contemporâneos que se iniciaram na actividade.

A cerimónia de entrega do prémio será certamente uma oportunidade para rever amigos e colegas e sobretudo para toda a indústria demonstrar a admiração que Jorge Alves suscita.

FICHA DE INSCRIÇÃO



POR FAVOR ENVIAR PARA APODEMO R. Alexandre Herculano, 5, 1º 1150-005 Lisboa Tel. 21 317 58 05/73 fax. 21 317 58 72/ 21 357 56 58 apodemo@mail.telepac.pt		
nome _____		
EMPRESA _____	FUNÇÃO/CARGO _____	
ENDEREÇO _____		
TEL. _____	FAX _____	EMAIL _____
CÓDIGO POSTAL _____	Nº CONTRIBUINTE _____	
JUNTO ENVIO CHEQUE Nº _____	SOBRE O BANCO _____	
DATA _____	ASSINATURA _____	

PARA MAIS INSCRIÇÕES FOTOCOPIAR.

PREÇO
(IVA não incluído)
Haverá um desconto de 15% para a 2ª inscrição
e 20% para a 3ª e seguintes da mesma empresa.

450€ Participantes	<input type="checkbox"/>
375€ Membros APODEMO	<input type="checkbox"/>
200€ Estudantes	<input type="checkbox"/>
20€ Jantar	<input type="checkbox"/>

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: 1 900 exemplares - Distribuição Gratuita