

Estudos de Mercado - da Recolha
à Parceria Estratégica - O Futuro

Centro Cultural de Belém | 4 de Novembro de 2004

DIA 4 DE NOVEMBRO

- 09:00 Recepção
09:30 Boas Vindas: António Salvador, **Presidente da APODEMO**
09:40 Moderador: Fernando Almeida (Comissão Organizadora)
09:45 Susana Lopes (Novadir) e Vitor Cabeça (Marktest)
A ferramenta que permite potenciar o investimento na imprensa médica
10:15 Maria José Paixão (Motivação)
Percepções e expectativas face à saúde
10:45 Discussão
11:00 Coffee Break
11:15 António Torres Campos (Merck Sharp & Dohme) e António Pais Ruivo (10 Nex)
Estudos de Mercado na área Farmacêutica
Expectativas do Utilizador - Abrangência da Pesquisa
11:45 Vitor Cavaco (Spirituc) e Jorge Azevedo (MediaHealth)
Estratégias para identificar o consumo de informação por parte da classe médica
12:15 Discussão
12:30 Almoço
14:00 Moderador: António Gomes (Comissão Organizadora)
14:05 Carlos Liz (Apeme) e Luís Rocha (Pfizer)
Indústria Farmacêutica: das imagens às realidades
14:40 Sandra Vendeirinho (Jaba)
Do Market Research, ao Suporte, à Decisão
15:10 Discussão
15:30 Coffee Break
15:45 Graham Lewis (IMS Health) e Hugo Mendes (IMS Health Portugal)
O Mercado Farmacêutico actual: evolução recente, Europa/Portugal
16:15 Mesa Redonda
Gomes Esteves (APIFARMA), Correia de Campos (Escola Superior de Saúde Pública), INFARMED*, Ordem dos Médicos*, Ordem dos Farmacêuticos*
17:30 Entrega de Prémio - MotrisGfK
17:45 Encerramento João Câmara Manoel (Comissão Organizadora)

* Representante a designar

Comissão Organizadora
António Gomes (Direcção APODEMO)
Fernando Almeida (Pfizer)
João Câmara Manoel (Direcção APODEMO)
João Maxieira (Merck Sharp & Dohme)



congresso ESOMAR



Integrating Marketing Research in Business

Em finais de Setembro realizou-se pela 2ª vez em Lisboa o Congresso Anual da ESOMAR (Associação Mundial dos Profissionais de Estudos de Mercado), cujo tema foi "Integrating Marketing Research in Business. From Managing Data to Generating Decisions".

Sintomático da correspondência com a situação da economia em geral, refira-se que neste Congresso o número de participantes (mais de 900) superou as presenças verificadas nas edições anteriores de Praga e Barcelona, embora ainda distante de Roma (2001).

Portugal contou com quase 70 participantes e foi assim o 5º país mais representado neste Congresso. Os participantes portugueses foram na sua maioria originários de empresas de estudos de mercado, mas com presenças também interessantes das áreas da distribuição e alimentar.

Relevante é também o facto de as boas vindas aos congressistas terem sido apresentadas pelo representante português na ESOMAR, Rosa Amaro, e a colaboração nas sessões de trabalho de Luís Queirós que fez parte do Comité de Organização do Programa deste Congresso.

O prémio para a Melhor Comunicação foi ganho por DVL Smith, do Reino Unido, com o título "Consolidating the role of market research in business decision making by extending our skill set into business consultancy", que no fundo tratava de um tema muito discutido em Portugal e, nomeadamente no seio da APODEMO: competências do market research,

capacidades de consultadoria dos market researchers, comunicação com os decisores e tomada de decisão.

notícias ASSOCIADOS

- ▷ A **Consulmark** mudou de logotipo e de casa. Desde Agosto que pode contactar esta empresa na: Rua Castilho, 57 - 1º Esq - 1250 - 068 Lisboa, com os nºs de tel: 213 849 010 e fax: 213 849 032.



- ▷ A **Ims Health** também mudou de instalações. Desde Outubro que a empresa pode ser contactada aqui: Edifício Smart - Alameda dos Oceanos, 1.06.1.1. Piso 1 A/B/C/D - 1998 - 020 Lisboa, com os nºs de tel: 218 925 100 e fax: 218 925 199.

editorial

A APODEMO vai realizar o seu 2º Seminário sobre Estudos de Mercado na Indústria Farmacêutica.

Depois do sucesso tido no 1º, não só pela afluência como também devido à qualidade das intervenções realizadas, as expectativas são elevadas.

Os temas actuais como, as recentes e marcantes alterações que o mercado da indústria farmacêutica sofreu, desde as novas regras no acesso aos médicos passando pelo impacto da introdução de genéricos e terminando no novo "modelo de saúde pública" do Estado, que condiciona a actividade deste sector, reforçam a oportunidade de realização do presente seminário.

Acompanhar a evolução do sector, tendo em conta os novos

públicos-alvo, novas ferramentas de recolha e análise, novas necessidades de informação, dificuldades acrescidas na recolha, estabelecimento de relações de parceria estratégicas, são alguns dos temas/questions que se pretendem ver debatidos e esclarecidos no presente seminário.

Não perca a oportunidade, venha debater connosco a "mudança" no mercado farmacêutico.

Esperamos por si dia 4 de Novembro no Centro Cultural de Belém.

João Câmara Manoel
Direcção da APODEMO

2º Seminário

Estudos de Mercado na Indústria Farmacêutica

FICHA DE INSCRIÇÃO

DATA

NOME

EMPRESA CARGO

MORADA

CCD. POSTAL LOCALIDADE

TELEFONE FAX EMAIL

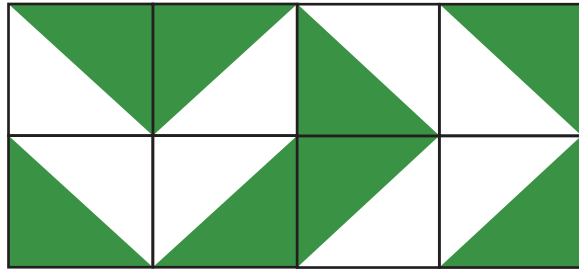
CONTRIBUINTE

PREÇOS

Não Sócios 395€ (+ IVA)
Sócios 295€ (S / IVA)

2ºas inscrições 15% de desconto e 3ºas 20%

▶ Reunião do Executive Board da EFAMRO



→ Conclusões da reunião

Decorreu no passado mês de Setembro a última reunião do Executive Board da EFAMRO, na qual foram discutidos os seguintes temas:

NOVOS MEMBROS

Foram contactadas as associações nacionais da Croácia, Eslovénia, Eslováquia, Hungria, Grécia, Irlanda, Suíça e Roménia, para saber do seu eventual interesse em integrar a EFAMRO. Iniciativas anteriores foram realizadas na Finlândia e Noruega tendo-se registado a anuência da Finlândia.

NOMEAÇÃO DO NOVO DIRECTOR GERAL

O actual DG Bryan Bates vai retirar-se. O Management Group não está ainda pronto para fazer uma recomendação à Direcção já que ainda não foi possível completar o processo de entrevistas de todos os candidatos. Qualquer candidato seleccionado assumirá a função por um período de seis meses, em teste, antes da nomeação ser confirmada.

ALLIANCE FOR RESEARCH

Existem 3 grandes áreas de actividade para o próximo ano:

- a) Revisão da legislação sobre protecção de dados em cada país

b) Estabelecer um contacto com os responsáveis na U.E. para saber se vai haver alguma revisão na Directiva de Protecção de Informação. Há que enfatizar a necessidade de uma directiva clara da U.E. reconhecendo a posição especial da indústria de estudos de mercado.

c) Tentativa de adesão ao Código Internacional ICC/ESOMAR através do Artigo 29. Se o conseguirmos fortalecerá significativamente o código.

NORMAS DE QUALIDADE

a) ISO - Em Buenos Aires e na Cidade do México foi produzido um draft para uma norma de qualidade. Foi agora distribuída aos membros da Comissão Técnica para votarem o seu acordo, de forma à norma ser enviada para as autoridades do ISO.

b) Access Panel Q.S. - A discussão centrou-se no modo como o trabalho da ESOMAR e da EFAMRO possa ser coordenado nesta área. Ficou acordado que a ESOMAR ficaria responsável pelo set up dos princípios que devem orientar a conduta de Research utilizando Access Panels, e a EFAMRO desenvolveria uma segunda acção delineando a forma como os princípios deveriam ser implementados na prática.

A fim de completar a sua tarefa a EFAMRO irá formar um grupo de projecto com Lex Olivier como responsável, que incluirá Folker Michaelson da GfK e Andrei Postoaca da IPSOS.

EFAMRO NEWSLETTER

O projecto e budget para a edição de uma Newsletter pequena e publicada com frequência foram aprovados pela Direcção e foi decidido iniciar a sua produção o mais breve possível.

PANORAMA NA INDÚSTRIA

O quadro abaixo mostra como as associações vêem o desenvolvimento do sector em 2004 por comparação ao mesmo período de 2003.

2004 versus 2003

Reino Unido	sem dados disponíveis, mas o sector parece "flat"
Alemanha	+ 2% real
França	+ 4% real
Itália	+ 1% real
Espanha	+ 3% real
Holanda	- 5% (forte mudança para Internet Research mais barata)
Suécia	+ 1.5% real
Bélgica	+ 2.5% real
Portugal	+ 5.2% real
República Checa	+ 5% real

Protocolo Universidade Lusíada - APODEMO

▶ O OBJECTIVO É PROMOVER A LIGAÇÃO ENTRE UNIVERSIDADES E EMPRESAS

A APODEMO e a Universidade Lusíada (UL) acabam de estabelecer um protocolo com vista a fomentar iniciativas que promovam ligações Universidade/Empresa, na área dos Estudos de Mercado e de Opinião.

A partilha de Informação sobre Estudos de Mercado e de Opinião e Marketing Research, bem como o desenvolvimento de oportunidades comuns junto da comunidade empresarial e académica são pedras basulares nesta colaboração.

Está, desde já, previsto um conjunto de projectos considerados de interesse mútuo, nomeadamente cursos de pós-graduação, acções de formação, ou colóquios, bem como troca de informação técnico-científica.

Uma das primeiras iniciativas passa pelo apoio da APODEMO à pós-graduação de CRM e Marketing Research.

Como incentivo, os colaboradores das empresas associadas da APODEMO beneficiarão de um desconto de 10% na propina de frequência dos cursos de pós-graduação de CRM e Marketing Research e de Marketing e Comunicação Empresarial. Os conteúdos das Pós-Graduações de Marketing da Universidade Lusíada são dirigidos às necessidades do mercado, com uma credibilidade conquistada pela experiência dos professores e dos alunos e pelas empresas e associações que todos os anos se associam aos cursos.

A Universidade Lusíada é, cada vez mais, uma referência do que de bom sobre Gestão de Marketing se faz nas escolas portuguesas!

A APODEMO congratula-se por esta iniciativa que se enquadra nos seus objectivos básicos de promoção e desenvolvimento da actividade de Marketing Research.

PÓS-GRADUAÇÕES:

CRM e Marketing Research

<http://www.lis.ulsiada.pt/cursos/pos-graduacao/pos-graduacoes/crmmr/>

Parcerias:

SAS Portugal

Datascience

APODEMO (Associação Portuguesa de Empresas de Estudo de Mercado e de Opinião)

Apoios:

APPM - Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing;

Marketing e Comunicação Empresarial [5ª edição]

http://www.lis.ulsiada.pt/cursos/pos-graduacao/pos-graduacoes/marketing_com_emp/

Empresas que já colaboraram com o curso no âmbito do Projecto Empresarial Aplicado:

Banco Espírito Santo, Caixa Geral de Depósitos, Microsoft, Compal, M.S.T.Z.

Edições e Publicidade, Tecna, Unipessoal, Vangest, Década Informática, Stirtan

Tecnologias de Informação, Grupo SGC, Consultan, OSRAM e Beiersdorf / NIVEA.

Empresas com o Projecto Empresarial Aplicado a decorrer:

Vodafone, Martins & Sousa SA, Selecções Readers Digest, Pnevuita e Compal.

Apoios:

APPM - Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing.

STANDARD INTERNACIONAL para Estudos de Mercado

Em Dezembro deste ano a ISO - International Standards Organisation irá dar a conhecer oficialmente o texto que vai dar origem a um Standard Internacional a aplicar ao Marketing Research.

Este documento "rascunho" vai ser divulgado em termos bastante informais ficando o seu conteúdo aberto às críticas e sugestões da Indústria do Research Internacional. Com esta divulgação, e até Fevereiro do próximo ano, a ISO promove a discussão e os comentários sobre o documento que se espera venha a ser Standard durante o próximo ano. Este texto inicial contou com a colaboração dos países mais representativos na indústria dos Estudos de Mercado. O objectivo é harmonizar parâmetros e métodos de trabalho neste sector, ajudando à certificação da qualidade das empresas e facilitando em muito a actividade das que operam à escala internacional.

▶ **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: 1 700 exemplares - Distribuição Gratuita