

Cambio de Mesa Directiva de AMAI

Edmundo Berumen

Presidente: Octubre 2000 - Septiembre 2002

31 de Octubre del 2000

La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) cumplió 8 años el pasado 22 de septiembre. Javier Alagón nos acaba de relatar los logros de estos primeros 8 años, varios de ellos consolidados con mucho éxito durante su gestión, lo que propicia que entregue hoy una Asociación sana en sus finanzas, rica en la mezcla y calibre de sus agremiados, y con razones valederas para estar satisfecha con el tramo recorrido. Gracias Javier.

En los albores del nuevo siglo, del nuevo milenio, de renovados poderes ejecutivo y legislativos en nuestro país, entramos a una era de cambio. Cambio vertiginoso, ya no caracterizado por su primer derivada, la velocidad del cambio, sino por la segunda, la aceleración del cambio. Aceleración ya cotidiana gracias a la realidad de la comunicación, transmisión y difusión de información "en tiempo real".

En este contexto, como industria y como gremio AMAI, tendremos que reconocer que estamos frente a un punto de inflexión, que debemos visitar la visión, objetivos y metas que nos trazamos; retomar viejos retos con mejores armas para llegar a mejores soluciones; y encarar los nuevos con el vigor que da el apoyo sin reservas de nuestros agremiados, las agencias y su personal profesional, para identificar el paisaje de inquietudes comunes, dejando de lado los intereses personales, para proveer investigación que alcance los más altos estándares de calidad y práctica profesional.

Ser miembro de la AMAI debe ser motivo de orgullo del asociado, y garantía de calidad para el consumidor de investigación. Por ello, como eje principal de nuestra gestión, nos proponemos presentar a la consideración de la Asamblea de la AMAI el aprobar una política que por un lado facilite el ingreso de las agencias de investigación a la AMAI, pero donde la permanencia como socio con derechos plenos esté condicionada a certificaciones periódicas de apego a estándares de calidad y ética profesional.

Para llegar ahí, primero, difundiremos ampliamente los estándares de calidad y práctica profesional y ét-

ca que todos debemos observar sin reservas. Después, daremos todos los apoyos requeridos vía asesorías y talleres, para que los socios actuales, y los de nuevo ingreso, alcancen dentro de un período de gracia el nivel requerido y la certificación correspondiente.

Será del conocimiento público el status del socio como uno "en proceso de certificación" especificando el período correspondiente; uno con "certificación vigente" y la fecha de vencimiento de la misma; "suspendidos en sus derechos" para los casos de agencias que le han sido suspendidos sus derechos por no estar certificadas después del período de gracia inicial, o que no lo renovaron cuando éste venció.

Los integrantes de la Mesa Directiva y Consejo de la AMAI, así como aquellas agencias que encabezen algún Comité, serán las primeras a quienes se pida su certificación.

No ambicionamos nada menor para nuestros socios, a que sean reconocidos como líderes en investigación. En ello pondremos todo nuestro empeño.

A partir del avance y experiencias que dejaron los seminarios y talleres realizados, se propiciarán actividades que continúen fomentando la actualización profesional y mejores prácticas del personal de agencias y clientes.

Pero reconociendo que somos una Asociación de empresas, no dejaremos de lado la organización de eventos dirigidos específicamente a la discusión y avance de los legítimos intereses empresariales de nuestra industria. Promoveremos en ellos una cultura de gestión que administre el hoy pensando en el mañana. Que coloque al "mejor hombre/mujer" para cada puesto; que defienda y salga a la palestra cuando la industria o uno de sus socios con plenos derechos lo requiera.

En paralelo, nos proponemos acrecentar el intercambio con organizaciones afines de otras latitudes, para aportar y recibir. Ya iniciamos el contacto con asociaciones de Canadá y Estados Unidos. Lo haremos con otras.

Pero hoy también es día de agradecimientos y convivencia. Agradecimiento a empresas pioneras que tuvieron la visión de iniciar nuestra querida AMAI y que siguen con nosotros: AC Nielsen, Bimsa, EPSI, Factum, Ibope, Research International, Gallup y Pearson. Agradecimiento a los Presidentes anteriores que nos han traído a puerto sanos y salvos: Rubén Jara, Abraham Nadelsticher, Ana Cristina Cobarruvias y Javier Alagón. Agradecimiento a nuestro staff ejecutivo encabezado por Gabriela Sacal. Y convivencia con quienes hacen que detrás de un nombre esté una empresa, nuestros colaboradores.

Por último, les invito a brindar porque el cambio sea hacia un estadio mejor para todos: para la investigación, las empresas, nuestros colaboradores, nuestros clientes, la sociedad y el país.

¡Salud!

MEM RIAS

Nada como haber asistido...
pero si no le fue posible, ponemos a su disposición
las memorias de nuestros seminarios:

**VII Seminario de
Actualización Profesional**
Ciudad de México Agosto 2000

**VI Seminario de
Actualización Profesional**
Ciudad de México Agosto 1999

**II Seminario de
Opinión Pública:
Etica, Calidad e Impacto en las
Encuestas Electorales**
Ciudad de México Junio 1999

LIDERAZGO



Un líder es superior en todo.
En Research International somos número uno
en técnicas de investigación con productos propietarios
y consultoría, tenemos la cartera de clientes más
importante en más de 100 países del mundo...
Somos líderes, y estamos aquí para apoyar
tus decisiones.

☎ 5628 9960
📠 5628 9962
@ www.research-intl.com

En un mundo global, un mundo de experiencia.