



*“El líder global en investigación, información y análisis de mercado”*

## **Reglamento para la publicación de Análisis y Reportes de ACNielsen en los medios de comunicación locales, nacionales y regionales**

<b>Objetivo</b>	Establecer los lineamientos para la publicación de análisis, reportes y todo tipo de colaboraciones en los medios de comunicación local, nacional y regional (Latam) en ACNielsen.
<b>Colaboración con medios de comunicación</b>	Para ACNielsen es muy positivo colaborar con los medios masivos proporcionando información de los mercados que medimos, pues nos reditúa presencia en los medios y por lo tanto, mejor imagen para la corporación.
<b>Principio de Confidencialidad de la información</b>	Para ACNielsen, el mantener la confidencialidad de la información que recopilamos y analizamos sobre nuestros clientes, es una prioridad y una de nuestras principales políticas. Por lo tanto, es necesario cuidar en todo momento el no proporcionar en las estadísticas y reportes elaborados para la prensa, el nombre de los fabricantes y marcas.

*Continúa en la siguiente página*

**Tipos de colaboración**

Boletines de prensa o Comunicados Informativos\*: Reporte para la prensa con estilo de nota periodística enviado simultáneamente a todos los medios de comunicación de la fuente sobre un tema o tópico que la compañía tiene interés especial en que se difunda.

Columna\*: Cuando se logra un lugar fijo con periodicidad permanente en el periódico o en la sección de una revista que habla exclusivamente de información ACNielsen.

Menciones o Estadísticas de referencia\*: Cuando atendemos una solicitud de información específica que sirve como referencia en un artículo de cierto tema. Vgr. Referencia en un artículo sobre la industria Vinícola: Según ACNielsen, las ventas del tequila han caído en 19% en este año en comparación con el año anterior.

Artículo\*: Reporte periodístico elaborado exclusivamente para algún medio sobre un tema específico.

Entrevista exclusiva\*: Cuando en el medio se publica la entrevista completa hecha a alguno de los ejecutivos de la firma.

Entrevista para reportaje\*: Cuando se retoma sólo un fragmento de la entrevista u opinión del entrevistado para apoyar o abundar sobre el tema del reportaje. Ej. Reportaje. "Crecimiento de la investigación de mercados": La industria de la investigación de mercado continuará creciendo el próximo año,.... Comentó Eduardo Ragasol, Director General de ACNielsen México....

**Tipos de Colaboración**

Publireportaje: Artículo escrito y pagado por la corporación, básicamente con intereses promocionales y que se publica en los medios como inserción pagada.

\*Nota: Todas estas colaboraciones son publicadas en los medios de comunicación sin costo alguno.

**Tipo de análisis o Reportes que se pueden publicar**

Se pueden publicar sin problema alguno:

- Canastas, agrupando varias categorías de un mismo tipo, ofreciendo variaciones porcentuales para años móviles y periodos puntuales.
- Análisis a nivel categoría y por segmentos, descubriendo índices de ventas en volumen y valor, participaciones por canal y por área geográfica.
- Tendencias: Índices para revelar crecimientos.
- Cuidando lo anterior, se pueden publicar artículos de diversos temas como: productos light, bebidas, análisis por categoría, etc.

*Continúa en la siguiente página*

**Tipo de análisis o Reportes que no se pueden publicar**

No se pueden publicar:

- Nombres de fabricantes
- Nombres de marcas
- Tamaños de mercados
- Números absolutos
- Participación de mercados de fabricantes y marcas
- Se recomienda utilizar índices para expresar crecimientos/decrecimientos
- Reportes financieros de ingresos y cualquier otro tipo, a menos que sean autorizados por el Country Manager o Coordinador de Comunicación LATAM.

**Para mayor información**

Para mayor información contacta al departamento de comunicación y relaciones públicas:

Marcela Munita

Encargada de Asuntos Corporativos

Tel.: 56-2-463 2792

marcela.munita@acnielsen.com

*Fin del Documento*