

## **ACNielsen: Líder Global en Investigación de Mercados**

Actualmente, la Investigación de Mercado en México es una herramienta que muchas empresas utilizan para su crecimiento y fortalecimiento. Sin embargo, esto no es hasta que el Sr. Arnold Charles creó y puso en práctica una metodología confiable para lograrlo. Eduardo Ragasol, director de ACNielsen en México afirma que las empresas invierten mucho en distribución, en posicionar una marca, en comercializarla, en ponerla en la mente del consumidor, todo esto con el objetivo de lograr la preferencia en el mercado, y que ACNielsen lo que hace es precisamente medir el performance para que el fabricante tenga la seguridad de qué tan bien o qué tan mal lo está haciendo, de las variables, de la demanda de su producto y el de sus competidores, así como también el final de su desempeño. El método en el cual está basada la empresa ACNielsen es en el de la medición. “La idea siempre detrás de todos los conceptos que desarrollamos es medir cosas, medirlas bien medidas, con metodologías muy precisas tanto desde el ángulo estadístico como desde el ángulo de campo” comenta el Lic. Ragasol. “Ya no es necesario recurrir a la memoria de la gente, a sus impresiones psicológicas, lo que se determinó fue medir el mercado objetivamente”, afirmó el Lic. “Lo único que nos puede guiar hacia la verdad es la metodología, la ciencia estadística –prosiguió Eduardo Ragasol-, ese es el faro que nos va a guiar en las tinieblas, lo único que nos va a defender y lo único por lo que nosotros cobramos. Otra cosa muy importante es la aplicación de esa metodología, una cosa es ser un genio y definir un modelo fantástico, y la otra cosa es implementarlo y que funcione.”

### **ACNielsen: Una compañía mundial**

A través de los años ACNielsen ha gestionado su internacionalización; en nuestros días es una empresa que se encuentra establecida alrededor de todo el mundo. Esto mismo la ha llevado, evidentemente, ha a instituir ciertos estándares y conceptos que funcionen de la misma manera en cada una de sus entidades con el fin de mantener una homogeneidad. Respecto a esto el Lic. Ragasol nos manifiesta. “Tenemos estándares mundiales de calidad y ninguna empresa puede salirse de ellos; en cada país adaptamos nuestro producto a su realidad, el servicio se tropicaliza a la realidad del mercado, pero siempre siguiendo estándares de calidad uniformes”. Ragasol nos comentó que cuando fueron surgiendo las compañías de ACNielsen surgieron como empresas independientes, basadas en los mismos principios pero cada una se administraba de

acuerdo a la demanda local. Sin embargo, debido a la globalización que están alcanzando sus clientes, como por ejemplo Procter & Gamble, Coca Cola, Colgate, Pepsi Cola, ha sido inminente que se desarrollen nuevas mecánicas. “Los clientes nos están pidiendo visiones mundiales y eso nos obliga a transformarnos.”

“La gran cosa de ser una compañía mundial, -afirma el Lic. Eduardo Ragasol- es que tenemos la capacidad que conceptos tanto de medición como de servicios y conceptos modernos en la mercadotecnia, los compartimos: lo que haya de traer de Francia lo traigo si hay algo que inventó un Alemán lo traigo de Alemania.” Asimismo, comentó Ragasol que México ha desarrollado cosas que se utilizan, si no en todo el mundo, en toda latinoamérica.

### **La tecnología al servicio de ACNielsen**

La tecnología ha sido uno de los elementos que más ha impulsado el avance de ACNielsen; gracias a ésta se han creado y perfeccionado los sistemas que sostienen la compañía. Uno de los métodos que utilizan para la medición es a través de los scanners. “La gran revolución tecnológica fueron los scanners en las tiendas, el producto que se llama scaltrec que es la medición pero a través de las cajas registradoras, porque en lugar de ser bimestral o a nivel marcas, es a nivel código de barras, lo cual le da una profundidad muy analítica al producto.”

“Uno de los principios de la compañía es innovar, es tratar de desarrollar nuevos conceptos de investigación –continuó el Director de ACNielsen en México- sacamos un servicio relativamente nuevo donde tenemos 135 tiendas en el D.F. Guadalajara y Monterrey y diario vemos una sexta parte de esas tiendas y al día siguiente ya estamos entregando un reporte de ellas, las cabeceras, frentes, precios, presencia, agotamiento, punto de venta, entre otras cosas.”

Sin lugar a dudas, la prosperidad que ha tenido la tecnología ha llevado a las grandes empresas a un desarrollo inmesurable. ACNielsen es una de las empresas que se ha servido del avance tecnológico para ir logrando sus objetivos.

### **Los impactos de Internet**

Básicamente, el Lic. Eduardo Ragasol habló de cuatro aspectos importantes del Internet para la empresa. “El primer aspecto es de eficiencia interna. Podemos lograr a través de Internet conectarnos con todos nuestros auditorios de campo, de manera que toda la transmisión de información sea extremadamente eficiente. El segundo aspecto es hacia

el cliente, en un futuro no muy lejano le vamos a poder ofrecer una ventana de acceso a toda nuestra base de datos para que a través del web analizar y buscar todo lo que nos este comprando. Otro elemento aquí es ver el Internet como un medio más de comunicación. Y por último, es hacer investigación de mercados en el internet aunque a esto todavía le falta penetración para que sea realmente representativo de un fenómeno grande.”

### **La evolución de la Investigación de Mercado en México**

“La Investigación en México ha avanzado muchísimo en diez años”, comenta Ragasol. Una de las cuestiones más importantes que dijo el Lic. es la evolución en la calidad y seriedad del trabajo. “En una época no muy remota cualquiera que hubiera estudiado o trabajado en algo de estadística y por ponerte en powerpoint unas grafiquitas de pay, ya era investigador de mercados. Lo que a nosotros nos interesa y creo que es hacia donde ha evolucionado el mercado en México de investigación es en ser una empresa seria, que sigue metodologías serias, que sea un trabajo verdaderamente bien hecho, bien construido, con una serie de estándares éticos, por eso se creó la AMAI (?) hace siete años y es por lo que estamos luchando todos los que pertenecemos a ella.

### **Hacia dónde se dirige ACNielsen?**

ACNielsen seguirá hacia el camino de la seriedad y hacia la continua apropiación de la tecnología para el perfeccionamiento de su servicio. “Mientras más tecnología le introduzcamos a las metodologías o sea que la tecnología nos aporte para bajar costos, a ser más eficientes, más productivos. El camino hacia el futuro es mucha tecnología”, ratificó el Lic. Eduardo Ragasol. Asimismo, habló de dos vertientes hacia donde se va a encauzar la corporación. La primera es hacer investigación interactiva. “Vamos a poder recibir y también vamos a poder enviar al punto de observación, o sea la investigación va a ser interactiva. Se va a hacer también investigación cada vez más segmentada, es decir vamos a poder analizar comportamientos de mercado cada vez más particulares, peculiares de perfiles, vamos hacia el individuo”.

### **Retos a seguir**

Es indiscutible que ACNielsen es la empresa de Investigación de Mercado en México más reconocida y de más amplitud en su campo. Por la misma razón, uno de sus principales retos es seguir en la vanguardia innovando proyectos, conceptos, sistemas,

etcétera para conservar su liderazgo. “Si dejáramos que la compañía se adaptara a las nuevas tecnologías estaríamos corriendo riesgos. Para mantener el liderazgo nosotros tenemos que abrir el camino, inventarlo; si ACNielsen no inventa el camino el liderazgo no lo tenemos garantizado por ningún motivo. Estamos muy conscientes que las responsabilidades de la empresa como líder del mercado es eso, ser líder del mercado y mantenerse innovando”, afirmó el Lic. Ragasol.

Otro de los retos importantes que tiene ACNielsen es como se mencionó ya anteriormente, lograr la globalización de la empresa en un nivel mucho más estructurado. “El primer paso fueron los estándares de calidad, el segundo paso es poder construir reportes mundiales. Lo que tenemos que lograr a nivel mundial es estandarizar los conceptos para caracterizar todo lo que nosotros llamamos items, que son los productos específicos, es decir, que ese conjunto de características que los define tengan ciertas condiciones uniformes en todo el mundo, y eso nos obliga a transformar nuestros sistemas, nuestras metodologías de trabajo en ciertos aspectos para que entonces podamos producir reportes mundiales que es lo que nos clientes cada vez nos están demandando más”, concluyó Ragasol.