

DECLARACIÓN DE APLICABILIDAD MILLWARD BROWN MÉXICO S.A. DE C.V (Statement of applicability – SoA)

**APLICA PARA TODAS LAS PROPUESTAS DE INVESTIGACIÓN DE
MERCADOS REALIZADAS POR KANTAR™ Y LAS EMPRESAS
MILLWARD BROWN MÉXICO, S.A. DE C.V.**

El presente anexo se envía en cumplimiento de los estándares establecidos en la norma internacional ISO:20252 bajo la cual se rige Millward Brown México S.A de C.V; y con la finalidad de realizar las aclaraciones pertinentes a proyectos de investigación cuantitativa, cualitativa, digital y/o de consultoría que propone y cotiza.

El presente documento integra el Anexo Universal a Propuestas y la Declaración de Aplicabilidad (SoA) conforme a la norma ISO 20252:2019.

El contenido operativo describe las prácticas reales de la organización para la ejecución de estudios de investigación de mercados.

La sección de Declaración de Aplicabilidad establece formalmente los requisitos de la norma que aplican, aquellos que no aplican y su justificación.

No se realizaron modificaciones al contenido textual original. Las únicas acciones efectuadas fueron la integración documental, la numeración conforme al Sistema de Gestión de Calidad y el registro en el control de cambios.

ÍNDICE

ACERCA DE LA COMPAÑÍA	3
METODOLOGÍAS Y CAPACIDADES DE KANTAR	3
ACERCA DE LAS PROPUESTAS DE KANTAR	5
GENERALIDADES DE LOS ESTUDIOS DE KANTAR	6
SUBCONTRATACIÓN	7
VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y CONTROL DE CALIDAD DE DATOS	7
TRATAMIENTO DE DATOS EN ESTUDIOS CUANTITATIVOS	7
ACERCA DE LOS PRECIOS, FACTURACIÓN Y CONDICIONES DE PAGO	8
CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES	9
TRANSFERENCIAS INTERNACIONALES DE DATOS	10
IA & DATA SINTÉTICA	10

ACERCA DE LA COMPAÑÍA

Millward Brown México S.A de C. V en adelante **Kantar™** es una empresa global, líder en investigación, especializada en marcas, comunicación y medios; proveemos de insights accionables para ayudar a las compañías a tomar decisiones e impulsar el crecimiento de su negocio

Kantar™, está sujeta a las legislaciones y regulaciones tanto locales, como internacionales. Si requiere más información acerca de la compañía o el grupo, puede contactar directamente a un ejecutivo de empresa.

Ambas empresas cuentan con la certificación en su sistema de gestión de calidad (SGC) en la Norma ISO: 20252; así mismo, realizan sus actividades conforme a los códigos de aplicables de la industria como el ESOMAR.

Cuenta con buenas prácticas para asegurar la confidencialidad de la información.

Kantar™ cuenta con sus oficinas en la Ciudad de México, desde donde se coordina el 100% de sus operaciones.

Av. Insurgentes Sur No.863, Colonia Nápoles, Piso 13, C.P. 03810, México, CDMX. Tel. (+52 55) 3098 1000

METODOLOGÍAS Y CAPACIDADES DE KANTAR

Además de los estudios Ad-hoc y proyectos típicos, **Kantar™**, maneja metodologías propias y marcas registradas a nivel global con derechos reservados de las mismas.

Así mismo, cuenta con Domains expertos, para brindar un mejor servicio a los clientes de acuerdo con sus necesidades de negocio. Dentro de cada área se cuenta con Growth Tools (Herramientas) específicas para atender diversas necesidades:

Brand: Brindamos una comprensión humana profunda, de las últimas ideas e ideas integradas de diferentes fuentes de datos para ayudar a nuestros clientes a resonar y atraer a sus audiencias. Les ayudamos a dar forma a su marca, dirigir su estrategia, guiar la activación y medir lo que más importa para el éxito de su marca.

Commerce: Comprender los momentos de compra ayuda a las marcas a conectarse con las personas en el punto de venta. El buen marketing del comprador extiende el significado de la marca a la tienda, yendo más allá de las promociones y descuentos para aumentar las ventas y el valor.

Creative: Creemos que la atención de las personas es un privilegio, no un derecho. El papel de los especialistas en marketing es integrar contenido a la vida de las personas. Las campañas más exitosas colocan a las personas en el centro de un enfoque de desarrollo creativo consistente, ágil y reflexivo. Podemos crear un libro de jugadas para que nuestros clientes desarrollen contenido extraordinario en nuestro mundo hiperconectado.

Customer Experience: Ayudamos a los clientes a identificar, optimizar y activar los momentos que crean emociones positivas y sostenibles a lo largo de su viaje. Ofrecemos recomendaciones sobre la mejor manera de administrar el número cada vez mayor de puntos de contacto de clientes tradicionales y digitales.

Innovation: La innovación sostenible se está convirtiendo en una moneda común a medida que las marcas continúan buscando oportunidades de crecimiento en un entorno donde la diferenciación y la relevancia son más difíciles de lograr. Las marcas abordan este desafío proporcionando opciones significativas no solo para entusiasmar a sus usuarios actuales, sino también para interrumpir su base de no usuarios para adquirir nuevas acciones. Ayudamos a los clientes a descubrir y activar la innovación sostenible para impulsar el crecimiento.

Media: Las soluciones de dominio de medios de Kantar informan el proceso de planificación del punto de contacto y prueban cómo funcionan las campañas multimedia y digitales. La información diagnóstica y prescriptiva permite a los especialistas en marketing mejorar la efectividad de su gasto en medios.

Qualitative: Nuestros expertos están entrenados en el arte y la ciencia de la investigación cualitativa, están enfocados en entender con precisión qué es lo que necesitan las empresas para crecer. La investigación cualitativa es fundamental para comprender las motivaciones y comportamientos individuales que, a su vez, ayudan a los clientes a identificar oportunidades de crecimiento.

Si requiere información de las metodologías y soluciones, puede contactar directamente a un ejecutivo de la compañía para una presentación específica.

KANTAR® cumple con las legislaciones y regulaciones tanto locales como internacionales. Si requiere más información acerca de la compañía o el grupo, puede contactar directamente a un ejecutivo de KANTAR® o bien consultar la siguiente página: <https://www.kantar.com>

KANTAR® forma parte de AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión) y cumple con los lineamientos requeridos por esta, así también se rige bajo los lineamientos de ESOMAR (Sociedad Europea de Opinión e Investigación de Mercados).

KANTAR® ha elegido incluir los servicios de muestreo, trabajo de campo, observación física, entrevistas auto aplicables, manejo y procesamiento de datos para que sean certificados con este documento en conformidad con los Anexos A, B, C, E y F.

KANTAR® ha elegido excluir el servicio de Observación digital (Anexo D) de la certificación.

A continuación, se describen los detalles de los anexos certificados por KANTAR®.

ANEXO	CERTIFICADO	EXCLUIDO	EXPLICACIÓN
Anexo A – Muestreo incluyendo paneles de acceso	Muestreo - Equipo de Delivery Management, Panel de acceso y levantamiento Digital (Subcontratado) – Control Equipo de Delivery Management	Ninguno	No aplica
Anexo B – Trabajo de campo	Trabajo de campo (Subcontratado) – Control Área de campo cualitativo y cuantitativo	Ninguno	No aplica
Anexo C – Observación física	Trabajo de campo (Subcontratado) – Control Área de campo cualitativo y cuantitativo	Ninguno	No aplica
Anexo D – Observación digital	Ninguno	Todo	No aplica
Anexo E - Autocompletado	Validación - Equipo de Delivery Management, Fieldwork y Qualitative Fieldwork. Panel de acceso y levantamiento Digital (Subcontratado) – Control Equipo de Delivery Management, Fieldwork y Qualitative Fieldwork	Ninguno	No aplica
Anexo F – Manejo y procesamiento de datos	Codificación, Edición, Procesamiento de datos (Subcontratado) – Control Equipo de Delivery Management, y Qualitative Fieldwork	Ingreso de datos impresos, Edición de datos antes del ingreso	No realizamos encuestas en papel

ACERCA DE LAS PROPUESTAS DE KANTAR

La información contenida en las propuestas de **Kantar**™, es entregada al cliente bajo un espíritu de mutua confidencialidad, de tal manera que ambas partes respeten las ideas del otro y su propia información. Por lo tanto, la información incluida en las propuestas no deberá ser duplicada, copiada, revelada o utilizada para propósitos distintos de evaluación. De igual manera, **Kantar**™ hará entrega a sus clientes y prospectos las credenciales corporativas previamente autorizadas y destinadas para informar acerca de quién es **Kantar**™, y deberán tener el mismo trato de confidencialidad que las propuestas.

Kantar™ enviará y dejará a discusión del cliente las propuestas remitidas. Es posible que alguno de nuestros ejecutivos sugiera que la propuesta de investigación, la metodología o las credenciales de la compañía sean presentadas y/o discutidas con diferentes contactos del cliente, con la finalidad de asegurar que se resuelven todas las dudas posibles al contratar nuestros servicios. Los tiempos estimados de inicio y desarrollo de los proyectos enviados en la propuesta, estarán en función de que el cliente emita las autorizaciones o aprobaciones necesarias. Por lo que el cliente asumirá la demora de la entrega cuando no respete los tiempos acordados; así mismo, cualquier cambio en el calendario deberá ser documentado.

Si en algún momento, las herramientas de recopilación de datos como cuestionarios, filtros, guías de discusión, son revisados y/o actualizados por el cliente, **Kantar**™ comunicará las implicaciones; así mismo si el cliente considera necesario se realice una pre evaluación para los instrumentos de recopilación de datos, esto debe ser comunicado de manera oportuna para que no afecte las entregas o resultados planeados; adicional a que se puede incurrir en costos adicionales, si esta preevaluación no fue identificada desde la cotización.

Es prioridad de **Kantar**™ atender las necesidades de sus clientes y prospectos, por lo que, si en algún momento considera que la propuesta de investigación y/o el seguimiento que recibe no cubren sus expectativas, puede comunicarse con:

Dirección General
Mauricio Martínez
Mauricio.martinez@kantar.com

Dirección Brand Insights & Media
Alberto Vargas
Alberto.vargas@kantar.com

Dirección Innovation & Commerce
Alejandro Herrera
alexandro.herrera@kantar.com

Dirección Customer Experience
Leonardo Rivera
Leonardo.Rivera@kantar.com

Dirección Estudios Cualitativos
Rodrigo García
rodrigo.garcia@kantar.com

Dirección Analytics
Sandra Gómez
Sandramilena.gomez@kantar.com

Dirección Creative
Francisco Rodríguez
francisco.rodriquez1@kantar.com

GENERALIDADES DE LOS ESTUDIOS DE KANTAR

La relación **Kantar**™ con un cliente, comienza con la recepción de una solicitud para brindar servicios de investigación, la cual, progresa a través de una propuesta, la entrega de un proyecto y la evaluación de satisfacción del cliente. **Kantar**™ monitoreará las relaciones con el cliente, pedirá retroalimentación y conducirá mejoras continuas a los servicios proporcionados al cliente.

La información proporcionada por el cliente y resultante del diseño y/o realización de un proyecto, son propiedad exclusiva del cliente, por lo que dicha información y los resultados solo se compartirán con las partes que éste autorice y en apego a las leyes correspondientes. Durante el proyecto, se harán actividades con el cliente, sus responsables, el personal interno y subcontratista para asegurar que los requisitos del cliente son claros, entendidos, entregables y rastreables:

En la introducción del cliente y en la etapa de propuesta o cotización para cada proyecto subsecuente o solicitud de trabajo.

Durante el proyecto u otro trabajo en el que se describen hitos para revisión o aprobación del cliente.

Cuando se proponen cambios al trabajo del proyecto.

Cuando se reportan o presenta entregas por acuerdo o convenios, incluyendo cualquier cambio a las especificaciones. Dadas las complejidades en la interpretación y contexto de los resultados de proyectos de investigación, se ha determinado que, si el cliente desea publicar los resultados de un estudio realizado por **Kantar**™, éste se compromete a someter a consideración de **Kantar**™ el material que desea publicar, así mismo, utilizará el nombre de **Kantar**™, siempre y cuando se comunique por escrito que ambas partes están de acuerdo con lo que se va a publicar.

La responsabilidad laboral del personal que participa en la conducción de los estudios es exclusivamente de **Kantar**™.

La relación que se establezca entre **Kantar**™ como prestador de servicios de investigación y el cliente, quedará documentada mediante la versión final de la propuesta y la aceptación formal por escrito (vía correo electrónico) por parte del cliente, así como con la orden de compra que el cliente emita (sólo si aplica). La firma del contrato de prestación del servicio se llevará a cabo de tres a cinco días posteriores a recibir la autorización y aceptación del inicio del proyecto.

El nivel socioeconómico de los entrevistados (NSE), se determina mediante las reglas vigentes establecidas por la AMAI, tanto para estudios cuantitativos como cualitativos. Si el cliente desea establecer un criterio distinto para la clasificación de estos niveles, será necesario especificarlo de manera escrita antes de iniciar el proyecto; en estos casos **Kantar**™, deberá revisar las implicaciones en costos por la diferencia en aplicación de criterios y lo informará al cliente mediante una actualización a la propuesta que especifique dicho criterio.

A menos que el cliente solicite algo distinto o que por la naturaleza de la información del proyecto se requiera modificaciones a los tiempos, **Kantar**™ ha establecido que todos los materiales relacionados con un proyecto de investigación se mantendrán en resguardo físico durante un periodo de seis meses a un año y/o lo que las especificaciones del proyecto en particular soliciten; en cuanto a entrevistas levantadas, tarjetas, videos o cualquier otro estímulo, reporte de avances de campo, hojas de contactos, lista de asistencia a capacitación, guías de códigos, validación de programa de captura, programas de procesamiento, transcripciones y grabaciones de audio o video. Los materiales que se resguardan de un año a dos son bases de datos, presentaciones, cuestionarios y guías de tópicos.

Kantar™ observará una conducta ética en el desarrollo de todos sus estudios y actuará en conformidad con la legislación nacional e internacional aplicable, actuaremos con especial cuidado cuando se realicen investigaciones con menores, la colaboración de los entrevistados siempre es voluntaria y respetando sus derechos.

La satisfacción total de los clientes **Kantar**™ en todas las etapas de un proyecto, el correcto análisis de los hallazgos y la respuesta clara y oportuna a las inquietudes centrales que originaron el proyecto, son la esencia del equipo de Client Management, por lo que, si el servicio no cumple sus expectativas,

lo podrá comunicar directamente a los responsables mencionados con anterioridad. Una vez se finalice el proyecto el equipo de Client Management solicitará al cliente que responda la encuesta de satisfacción referente al proyecto ejecutado y de manera semestral se realiza una encuesta a nivel general.

SUBCONTRATACIÓN

Todos los proveedores son seleccionados de acuerdo con la Gestión de Proveedores. Así mismo, los elementos y formas de entrega serán definidos desde su contratación y en apego a los requisitos de nuestro SGC (Sistema de Gestión de Calidad).

Cuando el Cliente solicite trabajar con un proveedor específico, **Kantar™** revisará los contratos con el Cliente para que, en la medida de lo posible, se realicen los procesos de monitoreo y validación de trabajo, esto con el fin de asegurar la calidad de los datos; si no es posible realizar esta actividad, el Cliente asumirá la responsabilidad de los resultados de los estudios en donde intervienen los proveedores nominados.

Si desea saber si el desarrollo de su estudio incorporará personal de proveedores y cómo es el proceso de evaluación y selección de estos, por favor contacte al personal de Client Management o a su Account Lead.

VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y CONTROL DE CALIDAD DE DATOS

Kantar™ cuenta con diferentes mecanismos que permiten garantizar el correcto reclutamiento de participantes y la confiable calificación de éstos como respondientes, así como el apropiado tiempo de respuesta entre preguntas y a total entrevista, ahondando en situaciones que muestren alertas para determinar si es necesario desechar entrevistas cuando se duda de su calidad. El 100% de los cuestionarios es validado electrónicamente para garantizar la consistencia lógica de la información. Es posible que los clientes soliciten visitas a campo, por lo que es importante comentar que ésta requerirá de una planeación, agenda y acuerdos que permita la colaboración de Kantar™ sin contratiempos en este proceso.

TRATAMIENTO DE DATOS EN ESTUDIOS CUANTITATIVOS

A menos que la propuesta establezca algo distinto, todos los proyectos cuantitativos pasan por un proceso de codificación de respuestas abiertas, en donde se establece un código específico para respuestas que tengan al menos 5 menciones. Si el cliente desea supervisar el libro de códigos o establecer un criterio específico, deberá indicarlo a Kantar™ antes del inicio del proyecto.

Generalmente, los estudios son procesados en plataformas especializadas para el registro y procesamiento de los datos y las bases de datos pueden ser entregadas al cliente en archivos (MDD y DDF) considerando previamente la eliminación de los datos personales del entrevistado (nombre, email, dirección, etc.) en caso de que dicha información exista en la base. Si se requiere la base de datos del estudio en un formato distinto al establecido en la propuesta, deberá comunicarse a Kantar™ por escrito antes de iniciar el proyecto para determinar su viabilidad y posible costo. Kantar™ deberá informar al cliente mediante una actualización a la propuesta que especifique la inclusión de dicha base de datos en el formato solicitado. En ningún caso, Kantar™ puede compartir copias de software o licencias de uso en cumplimiento a los acuerdos globales con los desarrolladores de estos.

A menos que se haya pactado algo diferente, el diseño del procesamiento de los datos de los proyectos Kantar™, puede ser validado y autorizado por el cliente, este procesamiento de información se realiza con aliados estratégicos de la empresa, que han implementado controles de calidad para asegurar que

la limpieza de los datos se realiza de acuerdo con el objetivo de los proyectos y de manera transparente, el cliente puede solicitar aclaraciones cuando sea pertinente.

ACERCA DE LOS PRECIOS, FACTURACIÓN Y CONDICIONES DE PAGO

Las propuestas y cotizaciones de Kantar TM son válidas en precio y tiempo durante los 60 días naturales posteriores a la fecha de envío. Si el proyecto no ha sido confirmado por escrito en este periodo, será necesario que el cliente consulte si esa propuesta sigue vigente con todas sus características.

Para iniciar cualquier proyecto con Kantar TM, es necesario haber emitido la aceptación expresa de los trabajos propuestos, así como la Orden de Compra (si procede) o documento equivalente de acuerdo a los sistemas de cada cliente, en la que se reconoce de manera formal, la aceptación de los servicios por el monto establecido, así como los cronogramas, siempre y cuando las fechas de aprobación sean respetadas por el cliente; para ello el personal del área de finanzas de Kantar TM se pondrá en contacto con el cliente para conocer sus procedimientos, solicitar datos fiscales de facturación y agilizar el proceso de emisión de Orden de Compra.

Para proyectos continuos, nos apegaremos al procedimiento que el cliente señale de manera expresa en el contrato, tanto para expedir las órdenes de compra como para la facturación.

Para estudios no continuos de duración total mayor a 4 semanas, el cliente deberá pagar un mínimo del 30% del precio total del servicio presentado en el proyecto de servicios y aprobado por escrito por el cliente, previo al levantamiento de campo. El importe restante contra resultados y será indispensable haber emitido la factura que ampara el valor restante del proyecto.

Para estudios con duración total de 4 semanas o menos, se podrá recibir una orden de compra por el total del estudio durante el transcurso del proyecto, sin embargo, los resultados no podrán ser entregados a cliente hasta no haber recibido la ODC correspondiente.

La aceptación de facturas a revisión por parte del cliente sea en el portal electrónico designado para tal efecto o su entrega física en las instalaciones del cliente, surten efectos de aceptación de estas, así como su obligatoriedad de pago de conformidad con las legislaciones aplicables vigentes.

Si la factura es emitida a nombre de una compañía en México, se agregará el 16% de IVA (Impuesto al valor agregado) al precio acordado. Si la facturación es a una compañía fuera de México, domiciliada fuera de territorio mexicano, se exenta de dicho impuesto y deberá ser expedida en dólares americanos. Además de las características y especificaciones del proyecto, las propuestas de investigación de Kantar TM, aclaran el tipo y cantidad de entregas establecidas en el proyecto, por lo que los siguientes conceptos tendrán un costo adicional:

- Realizar presentaciones presenciales adicionales a las establecidas en la propuesta
- Presentaciones fuera de la ciudad de México
- Traducciones al inglés o cualquier otro idioma no contempladas en la propuesta
- La contratación de una fianza o cualquier instrumento que el cliente tenga como requisito de contratación de proveedores y represente un costo a Kantar TM
- Modificaciones sustanciales al proyecto en sus características, como; cambio en el tamaño o condiciones de la muestra, cambio de localidades de levantamiento de campo, incremento en la duración de aplicación del cuestionario o cualquier otra que implique un impacto en el costo de realización
- Reproceso o modificaciones que se realicen al proyecto a solicitud del cliente no estipulados al inicio del proyecto
- Impuestos y retenciones por pagos desde el extranjero
- Y todas aquellas no estipuladas en la propuesta

Si es deseo del cliente cancelar parcial o totalmente los servicios encomendados a Kantar TM, este se hará acreedor a las siguientes penalizaciones:

- 20% del valor total del proyecto de investigación encomendado si aún no dan inicio los trabajos de investigación de campo
- 50% del valor total del proyecto de investigación encomendado si se encuentran en desarrollo los trabajos de campo
- 100% del valor del proyecto de investigación encomendado si la cancelación se da una vez terminados los trabajos de campo

Lo anterior surte efectos de aceptación de manera instantánea a la aceptación de las condiciones técnicas presentadas para consideración del cliente. Si existiera alguna negociación regional o global con el cliente, las mismas serán revisadas para su viabilidad de aplicación.

Para estudios continuos, la cancelación deberá ocurrir con al menos un mes de anticipación a que se detenga el trabajo de campo, o lo acordado previamente con el cliente y documentado por escrito. Cuando se trata de renovaciones de estudios continuos, éstas deberán asegurar que el trabajo de campo no se detenga por más de tres semanas, de lo contrario será necesario considerar nuevamente costos del set-up.

Las condiciones y términos de pago serán las establecidas previamente entre Kantar y el cliente.

CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

La LFPDPPP (Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares) entró en vigor el 20 de marzo de 2025, ley que regula el tratamiento y uso de los datos personales y que debemos acatar todas las instituciones tanto públicas como privadas. El organismo encargado de fomentar y vigilar el cumplimiento de esta Ley en México es la Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno y cuenta con facultades de vigilancia, verificación, interpretación administrativa, emisión de criterios y recomendaciones, divulgación de estándares, conocimiento y resolución de procedimientos de protección de derechos y verificación, e imposición de sanciones; puede imponer sanciones económicas de acuerdo con la gravedad de las infracciones.

En apego con dicha Ley, Kantar TM ha establecido e implementado las medidas y lineamientos necesarios para garantizar la protección de los datos personales que tratamos. Contamos con un Aviso de Privacidad en el que se informa a los titulares, previo a la recolección de los datos; el tipo de dato personal que será recabado; las finalidades para las que serán utilizados y los terceros a los cuales se puede hacer transferencia o remisión de los datos. Kantar TM no comercializa con bases de datos y en todos los casos, los datos personales recabados cuentan con el consentimiento de los titulares para su tratamiento. Debido a la naturaleza de ciertos estudios, en algunos proyectos se recolectan Datos Sensibles, es decir aquellos datos personales que afectan la esfera más íntima de su titular o cuya utilización indebida puede dar origen a discriminación o conlleve un riesgo grave para éste; como por ejemplo aquellos que puedan revelar aspectos como su origen racial o étnico; estado de salud presente y futura; información genética; creencias religiosas, filosóficas y morales; afiliación sindical; opiniones políticas; preferencia sexual; entre otros. En estos casos no se registrarán datos con los que se pueda identificar al titular (nombre, dirección, teléfono, CURP, RFC, etc.) a menos que el cliente solicite lo contrario y se establezca desde la propuesta. Las mismas medidas se tomarán para el caso de participantes menores de edad y/o grupos vulnerables y se solicitará la autorización del padre o tutor para su participación en el estudio.

En los resultados de los estudios, solo se entregarán datos disociados (no se puede identificar al titular); en los casos en que sea necesaria una remisión o transferencia de datos personales al cliente; es necesario que se considere desde la propuesta, para ello se debe celebrar un Convenio de Transferencia dónde el cliente se compromete a sujetar el tratamiento de los datos personales de acuerdo a los términos y condiciones que Kantar TM estableció en su aviso de privacidad y a establecer e implementar las medidas de seguridad necesarias para asegurar la protección de la información. Cuando las bases de datos o listas de contactos son proporcionadas por terceras partes (es decir cliente), Kantar TM solicita al cliente que se realice la firma un Convenio de Transferencia.

La titularidad de derechos de propiedad intelectual y derechos de autor se registrará de conformidad con las legislaciones aplicables en la materia. De conformidad con las legislaciones aplicables, Kantar™ garantiza plenamente la confidencialidad de todos los participantes en los proyectos, comprometiéndose al resguardo de la información según proceda, así como no establecer como identificable a ningún individuo.

Adicionalmente Kantar™ establece convenios de confidencialidad con sus empleados y terceros relacionados, a través de las cuales adquieren ciertas obligaciones que aseguran un adecuado tratamiento de los datos e información a los que tienen acceso por el desarrollo de sus labores. Por último, a nivel global Kantar™, ha desarrollado e implementado el Information Risk Management Program, cuyo objetivo es la protección de los datos e información que tengamos en nuestra posesión tanto de clientes, encuestados, empleados, socios y proveedores; Kantar™ está comprometido con la protección de los datos personales y la confidencialidad de la información.

TRANSFERENCIAS INTERNACIONALES DE DATOS

Cuando Kantar™ requiera transferir datos personales a terceros nacionales o extranjeros, distintos de la persona encargada, comunicará a estos el aviso de privacidad y las finalidades a las que la persona titular sujetó su tratamiento. El tratamiento de los datos se hará conforme a lo convenido en el aviso de privacidad, el cual contendrá una cláusula en la que se indique si la persona titular acepta o no la transferencia de sus datos. El tercero receptor asumirá las mismas obligaciones que correspondan a Kantar™ como responsable que transfirió los datos.

Las transferencias nacionales o internacionales de datos podrán llevarse a cabo sin el consentimiento de la persona titular cuando:

- La transferencia esté prevista en una Ley o Tratado en los que México sea parte
- La transferencia sea necesaria para la prevención o el diagnóstico médico, la prestación de asistencia sanitaria, tratamiento médico o la gestión de servicios sanitarios
- La transferencia sea efectuada a sociedades controladoras, subsidiarias o afiliadas bajo el control común de Kantar™, o a una sociedad matriz o a cualquier sociedad del mismo grupo de Kantar™ que opere bajo los mismos procesos y políticas internas
- La transferencia sea necesaria por virtud de un contrato celebrado o por celebrar en interés de la persona titular, por Kantar™ y un tercero
- La transferencia sea necesaria o legalmente exigida para la salvaguarda de un interés público, o para la procuración o administración de justicia
- La transferencia sea precisa para el reconocimiento, ejercicio o defensa de un derecho en un proceso judicial
- La transferencia sea precisa para el mantenimiento o cumplimiento de una relación jurídica entre Kantar™ y la persona titular, conforme a lo establecido en el artículo 36 de la LFPDPPP

IA & DATA SINTÉTICA

A nivel global Kantar ha desarrollado capacidades para explorar muestras sintéticas. Esto se puede llegar a aplicar para sobre muestras, siempre y cuando no se comprometa la calidad de la información. Esto siempre acordado con el cliente.

Kantar cuenta con desarrollos en IA propios y en colaboración con Microsoft y todo lo que hace está respaldado. El uso de IA no compromete la privacidad ni la confidencialidad de la información del cliente.