

MEDIO: RADIO RED  
NOTICIARIO: DON DINERO  
FECHA: 23/SEPTIEMBRE/2014

Comunicación  
Financiera 

**Segmento de medición de audiencias en México es monopólico y muestra crisis de credibilidad, como en su tiempo pasó con las calificadoras: HR Ratings**

**Extracto de la entrevista con Alberto Ramos, presidente de HR Ratings, en el programa “Don Dinero”, conducido por Alberto Aguilar en Radio Red.**

ALBERTO AGUILAR: Vamos a platicar esta noche con Alberto Ramos, él es el presidente de HR Ratings, que es una calificadora de valores que tiene en el mercado mexicano desde el 2008, una compañía que ha tenido gran éxito, ya platicábamos en alguna ocasión con Alberto acerca de su incursión en el mercado de los Estados Unidos, pero ahora una nueva empresa, una empresa que se llama HR Media, que ahora va a competir en otro mercado que no es el de calificar valores sino es el de medir audiencias televisivas. Alberto, muchas gracias por la oportunidad, muy buenas noches.

ALBERTO RAMOS: Buenas noches Alberto. ¿Cómo estás?

ALBERTO AGUILAR: Gracias por la oportunidad de platicar contigo. Ahora sí que una novedad, Pláticanos qué los indujo crear esta nueva compañía que está en otro segmento, en otro negocio totalmente diferente al de calificar valores que va a ser ahora esta compañía HR Media.

ALBERTO RAMOS: Así es Alberto. Mira, a principios del año y finales del año pasado, mi socio Aníbal Abeica y yo, nos dimos cuenta que el segmento de medición de audiencias estaba enfrentando una situación de mercado muy similar a lo que enfrentaba el mercado de calificadoras de valores hace unos seis, siete años, que era que se encontraba en un mercado prácticamente monopólico y envuelta en una crisis de credibilidad.

Y pues nos pareció interesante incursionar en este mercado con la filosofía de trabajo que hemos hecho en HR Ratings a través de mucha transparencia en el mercado, una solidez de la empresa, ofrecer un servicio de muy alta calidad, que el mercado genere confianza y bueno, también tener la experiencia que tenemos alrededor de protección de la información y pues nos pareció que era una buena manera de entrar a este mercado.

ALBERTO AGUILAR: ¿Cuántas empresas hay en el negocio de medición de audiencias actualmente?

ALBERTO RAMOS: En el caso de México, prácticamente nada más tenemos a Nielsen, lo que era antes Ibope, que fue adquirido por Nielsen hace un par de años, y ellos son los líderes actualmente pero al final de cuentas están funcionando prácticamente como un monopolio.

ALBERTO AGUILAR: ¿Nada más hay una?

ALBERTO RAMOS: Creo que hay un competidor por ahí pequeño, pero realmente el medidor por excelencia es él, Nielsen-Ibope es el líder por el momento en este mercado.

ALBERTO AGUILAR: O sea que como bien lo dices, se dan las condiciones para que haya una oportunidad ahí de mercado importante ¿verdad?

ALBERTO RAMOS: Correcto, la idea es generar una nueva competencia, una nueva alternativa a los diferentes jugadores en el mercado que en este caso son los anunciantes, las agencias de medios y las televisoras, que tengan una visión fresca y diferente de una nueva empresa como es HR Media, que venga a medir las audiencias.