



HR Media amenaza el reinado de Nielsen IBOPE

HR Media, de los fundadores de la calificadora HR Ratings, ofrece información sobre las audiencias de televisión abierta y de paga en México con “transparencia y solidez”, de acuerdo con su director, Rodrigo Gómez.

HR Media es el [nuevo](#) jugador en la medición de audiencias y medios de televisión abierta y de paga en México, [mercado que lidera la empresa Nielsen IBOPE](#), con más de 25 años en el país una presencia en más de 100 países.

Los dueños de HR Media, Alberto Ramos y Aníbal Habeica, tienen [experiencia](#) en entrar en mercados dominados por firmas transnacionales. Estos egresados del ITAM echaron a andar hace nueve años la calificadora crediticia HR Ratings, como una opción en México ante las calificadoras tradicionales: Standard & Poor's, Moody's y Fitch.

[HR Ratings y HR Media son empresas totalmente diferentes](#) de forma operativa y legal, explicó Rodrigo Gómez, director general de HR Media.

“Lo que compartimos, además de los dueños, es que tenemos un modelo de [negocio](#) basado en la misma filosofía: transparencia, solidez en la información, protección y servicio al cliente”, dijo Rodrigo Gómez.

Alberto Ramos y Aníbal Habeica vieron que [la industria de los ratings de televisión](#) tenía la necesidad fuerte de información confiable y transparente y que había solamente un jugador en el mercado, por eso crearon HR Media, dijo el director de la compañía.

“El gran rival a vencer es el poder otorgar a la industria de los medios de comunicación, información real que demuestre los hábitos de consumo de los televidentes en México. Ese es el gran reto”.

Con la llegada de un nuevo competidor en el negocio de medición de audiencias y medios se busca que la industria tenga mejores precios, mejor servicio y total transparencia.

“Todo va a estar disponible a través de nuestro sitio web, o reuniones que tengamos a través de los distintos jugadores. Acá no hay cajas negras”, dijo Rodrigo Gómez.

El objetivo a mediano plazo es crear un panel representativo que marque la realidad de lo que está viviendo las audiencias en México y, a largo plazo, “es la evolución de esta medición de audiencias no solamente a la televisión

o medio naturales, sino a otras plataformas, medición de contenidos, individuos y no tanto de hogares”, dijo Rodrigo Gómez, director general de HR Media.

El valor de la industria en audiencia son 57,000 millones de pesos para el 2013 en televisión abierta; 68% es de Televisa y 31% de Azteca, de acuerdo a información de Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE).

Este jueves, HR Media liberó el reporte de audiencia correspondiente a la semana del 27 de abril al 3 de mayo, en el que mostró que la pelea de Floyd Mayweather contra Manny Pacquiao, en Las Vegas, fue lo más visto de la televisión abierta, tanto en TV Azteca (con 30.4 puntos de rating) como en Televisa (21.3 puntos).