



GENTE DETRÁS DEL DINERO

NIELSEN-IBOPE, UN MONOPOLIO EN EXTINCIÓN

POR MAURICIO FLORES

mauricio.flores@razon.com.mx @mfloresarellano

Durante décadas Nielsen-Ibope, que encabeza a nivel global Karthik Rao, tuvo el jugoso monopolio de medir audiencias en Estados Unidos y México, pero parece que se le acaba la rentita: apenas en enero pasado el Media Rating Council (MRC), encargado de auditar y acreditar los servicios de medición que encabeza George W. Ivie, suspendió, con efecto inmediato, la acreditación de Nielsen-Ibope México por incumplimientos operativos y de estándares de calidad... y este lunes las principales cadenas de televisión mexicanas y las agencias de publicidad más relevantes decidieron formar Comités Conjuntos de Industria para modernizar, mejorar, amplificar y darle confiabilidad a la medición de *ratings*.

O sea que Nielsen-IBOPE México (NIM), que lleva aquí Federico Baumgartner, deberá adecuarse a mayores exigencias y al posible surgimiento de competidores, lo que podría relevarlo de sus deficientes servicios.

Así como lo lee: TelevisaUnivision, que dirigen Bernardo Gómez y Alfonso de Angoitia; TV Azteca, al mando de Ricardo Salinas Pliego; Imagen, de Olegario Vázquez Aldir, junto con agencias de gran calado como IPG Mediabrands México, que encabeza Carlos Rojas; Omnicom Media Group, de Xepus Ginebra; Havas Group México, al mando de Juan Diez, y Publicis México, que dirige Sharon Zyman, sumarán fuerzas con base en las mejores prácticas y casos de éxito para formar dichos Comités Conjuntos de Industria (JIC, por sus siglas en inglés) para evolucionar los métodos de medición de consumo de contenidos audiovisuales más confiables que

permitan analizar muestras mucho más amplias considerando la amplitud y diversidad geográfica, cultural y clases sociales del país.

Vaya, esta iniciativa no solo permitirá una mayor transparencia en la medición de audiencias e incluso que se eviten conflictos de interés entre los distintos actores involucrados; también permitirá establecer parámetros claros, que surjan nuevos competidores que midan *ratings*..., pues esa competencia orillará a NIM a un mayor compromiso y seriedad que como monopolio ha carecido.

NIM y la edad de piedra. Hoy no existe una empresa que mida de manera fiable la cantidad de personas que consumen determinados contenidos y en qué ventanas en México. NIM se quedó en la época del molcajete, su servicio no ha evolucionado al ritmo de las audiencias ni de

la tecnología. Sus actuales mediciones están centradas en televisión lineal (aire y paga) y carecen de medición digital y *streaming* (Netflix, ViX, YouTube, Disney, Prime, etc.), cuando el consumo multiplataforma es una realidad desde hace años.

Por si fuera poco, el panel de medición de NIM ya no es representativo (2,314 hogares, es una muestra que ya quedó chica, hasta se parece a algunas encuestadoras políticas) y se limita en unas pocas áreas urbanas de 28 ciudades... o sea que no muestrea a más de la mitad de la población mexicana.

O sea que no toman en serio a México, mientras que, en otros países como Canadá, otras firmas como Numeris levantan muestras de hasta 50 mil hogares.

Y el hecho de que el Media Rating Council les haya retirado la acreditación con un puntapié, generó dudas entre la industria de radiodifusión, autoridades, anunciantes y agencias sobre la seriedad y la efectividad de la metodología de NIM en sus análisis y estudios de medición de audiencias.

Peor tantito, las huestes de Baumgartner han cambiado a "modo cavernario", presionando, sobre todo, a agencias de publicidad con el amago de imponerles contratos más onerosos, revisiones de precios constantes y penalizaciones, a fin de someterlos y contar con su apoyo para regularizar su situación. Bien trucu-tru, pues.

Pero en EU también Nielsen-Ibope encontró la horma de su zapato: NBC, Universal, Paramount, TelevisaUnivision y Warner Bros pusieron en marcha su propio Comité Conjunto de Industria, un JIC, que logró que ComScore y VideoAMP obtuvieran acreditación de MRC.

O sea que el monopolio está en vías de extinción en este continente.

Pemex, refinación, contratos incumplidos. La exigencia presidencial de que se deje de exportar petróleo crudo para que sea refinado en el país, particularmente en Dos Bocas cuya construcción fue supervisada por la hoy candidata a gobernadora de Veracruz Rocío Nahle, resulta un quebradero de cabeza para Pemex que encabeza Octavio Oropeza: para cumplir con la orden de Palacio Nacional, la paraestatal está dejando de cumplir contratos de entrega de las mezclas mexicanas de exportación a firmas de grandes intermediarios y procesadores globales como Vitoil, Glencore, Trafigura y Valero. Incluso se habla ya de que iniciaron procesos de arbitraje internacional contra Pemex.

El gran riesgo de los incumplimientos es que los intermediarios aplacen los pagos que tanto le urgen a Pemex y ello agrave una carencia que se refleja en una creciente y explosiva crisis—capaz de quebrar cadenas completas de producción en el sureste— a mes y medio de las elecciones por la presidencia de la República.

Ya le platico antes de las urgentes vacaciones que se tomará esta columna con todo y columnista en unos días.

Pelas al auditor incómodo. Feo y muy evidente el modito con que David Colmenares despidió al auditor especial de desempeño, Agustín Castro Caso Rapahel, el mismo que estimó las estratosféricas cifras que costará pagar por la cancelación del aeropuerto de Texcoco... y que exhibió ante la Cámara de Diputados al titular de la Auditoría Superior de la Federación de haber dejado que fuerzas políticas capturasen a la institución... y permitir, obvio, auditorías a modo.