



La Paz, 21 de marzo de 2013
CITE: CAB 020/2013

COMUNICACIÓN OFICIAL

Distinguidos Asociados:

La Cámara de Anunciantes, en atención a lo resuelto por su Asamblea, ejecutó en los últimos meses, una auditoría al Estudio de Medición de Audiencias implementado en el mercado boliviano por el Consejo de Usuarios de Estudios de Audiencia (CUSEA), a través de un contrato de servicios con Equipos Mori (EM).

Para tal fin, la CAB contrató los servicios de Ernst & Young (E&Y), compañía internacional con sede en Estados Unidos, especializada en la conducción de este tipo de auditorías con procedimientos y prácticas encuadradas dentro de las normas mínimas del Media Rating Council Inc. (MRC), que es la entidad que acredita su dictamen.

Los resultados de la auditoría fueron presentados inextenso por E&Y, en fecha 20 de marzo de 2013, ante el Directorio de la CAB, el CUSEA y Equipos Mori, en una reunión convocada para el efecto en la ciudad de Santa Cruz. En la misma oportunidad, los puntos centrales del informe fueron compartidos con las Agencias de Publicidad no integrantes del CUSEA presentes y con las empresas de televisión ATB, PAT y Canal A.

Las conclusiones de la CAB y los acuerdos alcanzados con los miembros de la industria publicitaria del país, son los siguientes:

1. La auditoría elaborada por Ernst & Young al Estudio de Medición de Audiencias del CUSEA dictamina varias observaciones, todas ellas subsanables en diferentes plazos de tiempo, si se cumplen recomendaciones también formuladas por el auditor.
2. Mientras no se de cabal cumplimiento a las recomendaciones señaladas en el punto anterior, la CAB, se ve imposibilitada de recomendar a sus asociados, el uso de esta herramienta como un estudio de medición de audiencias concurrente con los estándares MRC para la toma de decisiones en sus inversiones publicitarias de televisión.
3. Con base a las observaciones y recomendaciones presentadas por E&Y, el CUSEA y Equipos Mori prepararán y ejecutarán un plan de acción tendiente a solucionar las observaciones, en un período tentativo y aproximado de dos meses calendario. E&Y y la CAB proveerán una identificación precisa de las observaciones prioritarias para facilitar el trabajo de EM.
4. Si las correcciones cumplen los estándares acordados, la CAB validará y recomendará el uso del estudio hasta la terminación de su contrato vigente (diciembre de 2013).



5. Bajo el auspicio de la CAB y conforme al acuerdo alcanzado con los canales y agencias miembros del CUSEA y canales y agencias no CUSEA, todos los actores de la industria publicitaria del país, desarrollarán un proyecto único y estándar para dotar a la industria de un Estudio de Medición de Audiencia acorde a las necesidades y posibilidades del mercado.
6. El proyecto se iniciará, en el mes de abril próximo, con la conformación de comités técnicos y económicos que trabajarán en el diseño y en los términos de referencia que el nuevo estudio debería cubrir. Dichos Comités estarán conformados por representantes de las agencias de publicidad, canales de televisión y la CAB.
7. Posterior a esta instancia, se procederá a una licitación pública para la prestación del servicio.

Agradecemos la participación de todos los actores quienes con su activa intervención permitieron alcanzar este acuerdo que, sin duda, no solo marca el inicio de una nueva etapa en la industria publicitaria del país, sino que también establece una manera de trabajo comprometida, solidaria, responsable y unificada que busca el fortalecimiento y progreso de todos.

En especial, expresamos nuestro reconocimiento a la permanente y desprendida colaboración de Equipos Mori y CUSEA en todo el proceso.

Atentamente,

Javier Hinojosa
Gerente General