

## CONCLUYÓ CON GRAN ÉXITO EL FORO DE LA AIR SOBRE NUEVOS NEGOCIOS PARA LA RADIO

El pasado 25 de noviembre se realizó con gran éxito el Foro de la AIR sobre "Convergencia y Nuevos Modelos de Negocio para la Radio", en el marco del Ciclo de Conferencias "La Radiodifusión en el Siglo XXI".

Participaron de este evento en calidad de expositores, el Ing. José Luis Saca, Primer Vicepresidente de la AIR y CEO Virtual Holding C. América, la periodista Paula Molina, Conductora y Editora Encargada del Area Podcast de Radio Cooperativa de Chile y el Sr. Fabián Zamarrón, responsable de desarrollo de negocios de radiodifusión para México y Latinoamérica de XPERI Corporation, con la moderación del Dr. Juan Andrés Lerena, Director General de AIR.

Los expertos debatieron sobre las oportunidades para la radio en esta era de constantes cambios tecnológicos, que permiten el desarrollo de nuevos servicios y herramientas para fortalecer su vinculo con las audiencias y con los anunciantes.

El Ing. José Luis Saca señaló que la radio sigue siendo el principal medio de difusión auditiva en el mundo y la convergencia le ha permitido estar aún en más lados y alcanzar nuevas audiencias.



*"Tenemos que aprovechar las ventajas que tiene la radio tradicional y a su vez, adoptar las nuevas tecnologías que utilizan nuestros competidores. Convirtamos a la radiodifusión en una tecnología exponencial. Tenemos lo mejor de los dos mundos", afirmó el Ing. Saca.*

Seguidamente, el Vicepresidente de AIR relató la importancia de "digitalizar" las audiencias: *"Esto nos va a permitir reinventar el modelo de negocio de la radio. A partir de allí las podemos medir, administrar, conocer. Si digitalizamos las audiencias vamos a poder reinventar el modelo tradicional de auto sustento de la radio, que es*

*la publicidad, porque vamos a poder conocer a qué hora nos escuchan, qué les gusta, cuáles son sus hábitos de consumo, qué les interesa. Esto tiene un potencial enorme."*

Concluyó Saca que la digitalización de las audiencias facilita la interacción, permite la segmentación, y esto desde el punto de vista de lo que es el modelo de negocio de la publicidad es mucho más eficiente para el anunciante, lo que fortalece la estrategia comercial de la emisora.

Por su parte, la periodista Paula Molina señaló que el proyecto de podcast ha tenido gran receptividad en la audiencia de Cooperativa, ya que desde que se lanzó la iniciativa hace menos de 1 año, más de 300.000 personas han accedido a los contenidos de la emisora en este formato.

*"Sabemos que el audio tiene muchas más posibilidades que nuestra transmisión en línea. El podcast nos ayuda a responder de manera rápida a las necesidades de la audiencia, te permite expandir aún más nuestra misión, para que nos reciban en el lugar y momento que cada uno elige."*



La experta de Radio Cooperativa también destacó la importancia de promover una actitud de permanente innovación desde dentro de cada emisora.

*"Tenemos que innovar desde adentro, en el podcast todas las herramientas de innovación ya estaban en la emisora, está el talento y la creatividad, somos quienes mejor conocemos el audio, tenemos las voces, los profesionales, los reporteros, sabemos entrevistar, el podcast nos permite aprovechar las capacidades que ya teníamos. Cada vez que puedas crear algo nuevo a partir de los recursos que ya tienes, allí hay un beneficio para la emisora."*, concluyó Molina.

Fabián Zamarrón, experto de XPERI Corporation, afirmó que hoy vivimos una irrupción permanente de nuevas tecnologías y el gran desafío para las emisoras es lograr integrarlas en su estrategia comunicacional.



*"Debemos incorporar todas las tecnologías disponibles para llegar a las audiencias según sus nuevos hábitos de consumo, hay que lograr un ecosistema de transmisión diverso e integral, con emisiones analógicas, digitales, streaming, redes sociales, podcast, aplicaciones inteligentes y radio conectada, la multiplataforma es el futuro de la radio"*, afirmó Zamarrón.

El experto de Xperi también se refirió al desarrollo de la radio digital terrestre en el mundo y en la región, destacando los significativos avances en cuanto a la cobertura, la disponibilidad de receptores y la regulación: *"En Europa el 87% de la población está cubierta por radio digital, en Australia ya alcanzó el 65. En Norteamérica HD Radio es el*

*estándar oficial, hay más de 4.700 canales y ya se han vendido más de 70 millones de equipos receptores, lo que demuestra el interés en esta tecnología. En Europa se aprobó una directiva para que todos los automóviles fabricados en la región vengan con receptor de radio digital y en México se está trabajando en esa misma línea"*

Zamarrón dio cierre a su presentación informando sobre el gran proyecto de "radio conectada" o "radio híbrida" que lanzó la compañía, una experiencia integrada y personalizada que combina ambos mundos, el de las emisiones por aire y por Internet: *"Es nuestra visión de futuro de la radio, integra lo mejor de ambos mundos."*

En las conclusiones del panel, los expertos coincidieron en que los radiodifusores deben evolucionar hacia una propuesta multiplataforma que permita acompañar los cambios en los hábitos de consumo de las audiencias y de esta forma fortalecer sus estrategias comerciales.

---

*La Asociación Internacional de Radiodifusión - AIR es una organización fundada en 1946 que representa a más de 17.000 emisoras privadas de radio y televisión y tiene por objetivo fundamental la defensa de la radiodifusión privada y libre y la vigencia efectiva de la Libertad de Expresión del Pensamiento.*

