

El Tiempo con la Radio es Tiempo Bien Invertido

Como parte de una campaña de mercadotecnia, SiriusXM envió un correo electrónico a consumidores preguntando: “¿Para qué perder su tiempo con la radio AM/FM?”

La publicidad negativa, la venta de productos o servicios mediante la disminución de la competencia, es una estrategia de marketing que demuestra una falta de fortaleza en el producto o servicio como independiente.

En el caso de SiriusXM, cuando miramos su más reciente [informe de ganancias](#), es evidente que su estrategia sería de atacar al líder indiscutible en el rango de audio, la radio de transmisión AM/FM.

El correo electrónico que envió SiriusXM, naturalmente, fue recibido con una reacción emotiva por parte de profesionistas de la radio, pero su correo electrónico no contuvo ninguna justificación sobre su pregunta inicial.

La radio lidera con hechos:

- La radio es gratis. Siempre lo ha sido, y siempre lo será.
- La radio llega a TODOS y no solo a los que se subscriben.
 - Cada semana, la radio alcanza a 218 millones de personas mayores de 18+ a comparación de los 34 millones de suscriptores de Sirius XM. (Fuentes: Nielsen, RADAR 153, Junio 2022; Resultados SXM Q1 2022)
 - Cada mes, la radio alcanza al 93% de los adultos a comparación del 13% de radio satelital. (Fuente: Nielsen Audio Today, Junio 2022)
- La mayoría de las personas escuchan la radio AM/FM y no a SiriusXM: el 76% de las personas escuchan la radio AM/FM, mientras que el 11% solo escuchan SiriusXM. (Fuente: [Edison Research Share of Ear Q2 2021-Q1 2022](#))
- La radio AM/FM es la fuente de audio utilizada con mayor frecuencia en el auto: el 43% de los adultos la usan vs. el 14% de usuarios de SiriusXM con una brecha aún mayor entre el público hispano y negro. (Fuente: The Infinite Dial 2022, Edison Research/Wondery/Art19)
- El 51% de radioescuchas afirman que su relación con la radio es la razón principal por la que escuchan y el 62% del público afirman que una de las razones principales es debido a los locutores de la radio. (Fuente: Jacobs Media, Techsurvey 2022)
- Con más de 15,000 estaciones de radio a nivel local proporcionando contenido en vivo y a la orden, los 24 días/7 días de la semana, en una variedad de formatos, idiomas y plataformas, la radio ofrece lo que los consumidores quieren, cuando lo desean. (Fuente: FCC, Diciembre 2021)
- La radio [es más](#) confiable que cualquier otro medio.
- La radio no solo llega a la comunidad; Está trenzada en el tejido de la comunidad. Las estaciones de radio unen a los consumidores y los motivan a tomar trayectoria.
- La radio es esencial para consumidores y sus comunidades. Una y otra vez, cuando ocurre un desastre, las estaciones de radio están "en el campo de batalla" y muchas veces la primera y única fuente en proporcionar información a las comunidades a las que rinda servicio.
- A cambio de recibir una valiosa licencia para operar utilizando señales públicas, las estaciones de radio están obligadas por ley a operar por el interés público. Esta es la fundación. Las estaciones de radio van mucho más allá de lo que se requiere para unir al público en torno a los intereses comunes y los valores sociales y comunitarios.

La radio, a través de sus plataformas, es una importante fuente de referencia para compartir historias, las conexiones emocionales que proporciona, los locutores que el público considera como amigos, entretenimiento e información confiable, cuando y donde el radio escucha lo desee y lo necesite. Desde el género rock a religión, desde música Country y hip-hop, en español, inglés o cualquier otro idioma, la radio ofrece diversidad de contenido a una audiencia diversa.

Ninguna otra opción de medios puede hacer todo esto. Ningún otro medio ofrece esto a los consumidores de forma GRATIS. La realidad es bastante simple, el tiempo dedicado a la radio AM/FM es tiempo bien invertido.