

ENCUESTA POD2022

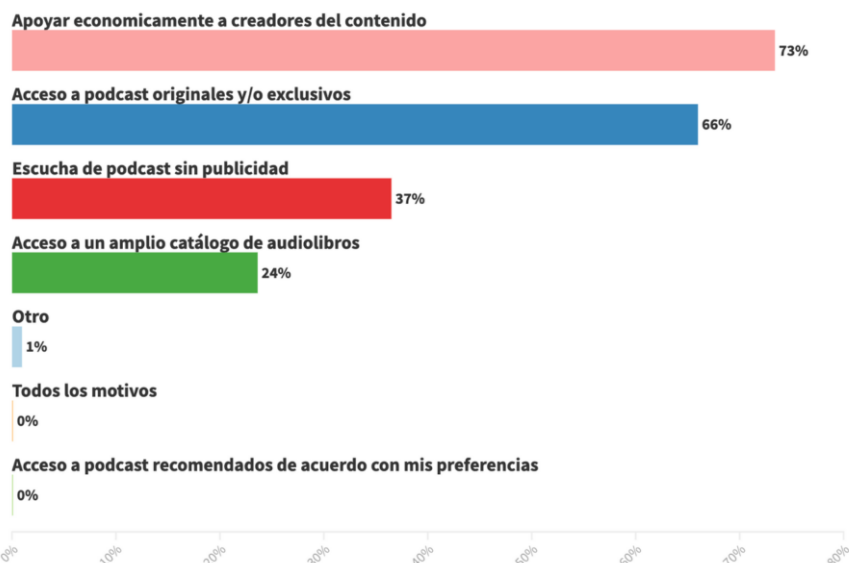
LLEGA A TI GRACIAS A

El 47% de los oyentes de podcasts en español estarían dispuestos a pagar por escuchar contenidos exclusivos de sus creadores favoritos

Ciudad de México / Madrid, 27 de julio de 2022. Crece la cultura de pago en el mundo del podcasting en español. El 47% de los oyentes de podcasts pagaría un servicio de suscripción (parecido a Netflix) para escuchar shows exclusivos, según los resultados de [EncuestaPod 2022](#) que organiza anualmente la comunidad Podcasteros en colaboración con [AdondeMedia](#) y la plataforma [Podimo](#). Las principales motivaciones de las personas encuestadas para pagar por podcasts a través de plataformas de suscripción son: apoyar económicamente a quienes crean los contenidos (73%); acceder a contenidos originales y exclusivos (66%); escuchar podcasts sin publicidad (37%) y acceder a un amplio catálogo de audiolibros (24%).

¿Qué te motivaría a pagar por un servicio de suscripción?

La principal motivación de las personas encuestadas para pagar un servicio de suscripción para escuchar es el apoyo a quienes crean los contenidos (73%). La segunda, el acceso a podcast originales y/o exclusivos (66%).



“Vuelta a la nueva normalidad”

Durante los confinamientos derivados de la pandemia, varios de los hábitos de consumo de podcast se modificaron, pero en los últimos meses los hábitos están volviendo a la normalidad convirtiendo de nuevo al celular en el principal dispositivo de escucha de podcasts con el 86% de la cuota de escucha subiendo tres puntos en comparación con el año anterior al estar los desplazamientos y viajes entre el top 5 de actividades realizadas durante la escucha, tal como se registraba en las ediciones previas a 2020. En este contexto, una de cada tres personas encuestadas escucha mientras conduce un vehículo o utiliza el transporte público.



“Desayuno con audífonos”

Las mañanas se convierten en el momento del día predilecto con un 54% del share para escuchar, siendo entre las 9 y las 12 el horario más popular. Un 25% aseguró escuchar en esta franja horaria, mientras que otro 20% de los encuestados prefiere escuchar entre las 6 y las 9 de la mañana.

“5 horas semanales de escucha”

La mayoría de las personas encuestadas escucha entre 1 y 5 horas semanales de podcast. A mayor cantidad de horas de escucha por semana, se acrecienta la preferencia por episodios más largos.

“Los oyentes escuchan en diferentes plataformas ”

Tres de las grandes plataformas de distribución de audio han incrementado su cuota de escucha: Spotify dos puntos alcanzando un 77% del share de escuchas, YouTube sube un punto alcanzando un 26% del share y la plataforma Podimo ha incrementado 4 puntos alcanzando un 7% del share. El resto de las plataformas han mantenido más o

menos su posición en el ranking, menos iVoox que ha perdido 16 puntos en menos de dos años.

“Dónde se descubren los siguientes podcasts”

El famoso “boca-oreja” sigue siendo el principal factor del descubrimiento de nuevas escuchas. En este contexto, el 66% de los oyentes descubren nuevos programas fundamentalmente a través de redes sociales y otro 55% de los encuestados a través de otros shows o recomendaciones de amigos. Uno de los factores de descubrimiento más sorprendentes ha sido el creciente papel de las plataformas que a través de sus acciones de curación y algoritmos ayudan a la mitad de los oyentes (49%) a descubrir su siguiente escucha.

Sobre EncuestaPOD

En la EncuestaPod 2022 participaron más de 2.319 personas que viven en más de 40 países alrededor del mundo, principalmente de América y Europa. Una de cada tres personas encuestadas vive en España. En Latinoamérica se destaca la participación de quienes residen en Colombia, Argentina y México, que suman cerca de la mitad de las personas encuestadas. Estados Unidos es el país no hispanohablante desde donde más respondieron, seguido por Alemania y Brasil.

Martina Castro, CEO de la productora Adonde Media y fundadora de Podcaster@s, recuerda: “Cuando fundé Adonde Media en 2017, la industria de podcast en español era prácticamente inexistente. Pero para entender por qué, uno tenía que ir armando un rompecabezas de factores: faltaba contenido de alta calidad, y faltaba porque no había presupuestos dignos para un equipo profesional, y faltaban esos presupuestos porque no existían formas de monetizar los podcast y para monetizar necesitábamos más información sobre quién estaba escuchando y por qué. Esa información simplemente no existía, cinco años después, aún estamos aportando el único estudio de esta magnitud a nuestro sector de la industria.”

Javier Celaya, responsable de Podimo en América Latina destaca: "Desde Podimo pensamos que es muy importante apoyar iniciativas como la EncuestaPod 2022 dado que todos los agentes del sector, ya sean creadores, estudios de producción, plataformas, etc., necesitan tener datos sobre la evolución del mundo del podcasting en español para poder tomar decisiones sobre sus podcasts. Existen muchos datos sobre el sector de podcasts en el mundo anglosajón, pero gracias a iniciativas como EncuestaPod 2022, tenemos ya la misma cantidad y calidad de datos de los mercados de habla hispana"

Mariana Vaccaro: “Comenzamos a realizar este estudio en 2017, y lo veníamos repitiendo cada dos años. Sin embargo, considerando la necesidad de la comunidad podcastera de habla hispana decidimos realizar este año la primera versión anual. En la comunidad, si bien se renuevan las camadas de personas que empiezan a realizar sus podcast, en los últimos años no solo se han consolidado profesionales de la industria, sino también se conformaron y desarrollaron empresas productoras que trabajan en producciones sonoras de alta calidad. Entonces, además de las métricas de los shows

propios es super necesario tener información que dé cuenta de un escenario más amplio. En un contexto donde el mercado de podcasting crece, se incorporan nuevas funcionalidades desde las tecnologías a la distribución de audios a demanda y, tras el confinamiento por COVID-19, que modificó hábitos en los consumos culturales, creemos que sirve mucho tener esta herramienta que es la EncuestaPod.”