



Podcaster@s

ENCUESTA POD2019

UN ESTUDIO PARA CONOCER A LAS
AUDIENCIAS DE PODCAST EN
ESPAÑOL

ÍNDICE

PÁGINA 2

¿QUÉ ES ENCUESTAPOD?

PÁGINA 4

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

PÁGINA 8

USOS Y FORMAS DE ESCUCHA

PÁGINA 15

GUSTOS Y PREFERENCIAS

PÁGINA 23

MONETIZACIÓN

PÁGINA 26

DESTACADOS FINALES

Podcaster@s

Somos una comunidad para cronistas, documentalistas, diseñadores e ingenieros de sonido, productores, periodistas, oyentes y muchas otras personas que se unen en el mundo del podcast.

"Podcaster@s" porque aunque estemos en diferentes rincones del planeta y representando diferentes industrias con diferentes habilidades, estamos unidos por el amor de crear -o simplemente de escuchar- esto que llamamos *podcast*.

ENCUESTAPOD 2019

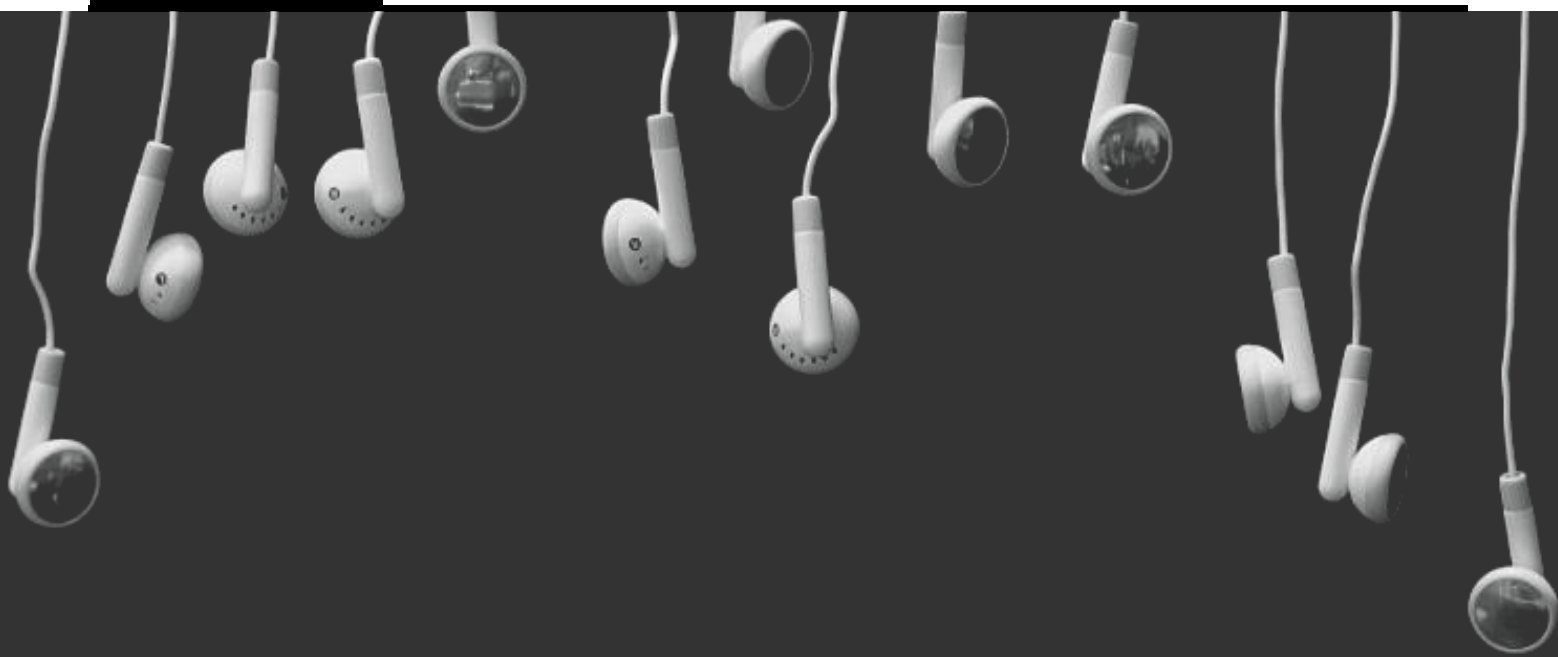
EncuestaPod es una encuesta colaborativa que tiene como objetivo recolectar datos de consumo de podcast de audiencias hispano hablantes.

La información y los estudios de mercado sobre el podcast en español son muy escasos y limitados. Es por esto que en 2017 decidimos lanzar este proyecto, que ahora regresa para descubrir cómo evolucionó la industria en los últimos dos años.

¿Por qué colaborativa?

Porque creemos en la idea de que juntos podemos lograr mucho más, especialmente si queremos ver crecer este medio que tanto amamos.





CÓMO SE HIZO LA ENCUESTAPOD 2019

La encuesta es colaborativa y se realizó entre el 30 de mayo y el 30 de junio de 2019. Las personas encuestadas respondieron un cuestionario, diseñado por Podcaster@s, a través de internet y de manera voluntaria.

Previamente a lanzar la EncuestaPod, abrimos una convocatoria a productores y productoras de podcast que desearan colaborar con la difusión de la encuesta promocionándola entre sus oyentes. Ellos fueron los grandes responsables de conseguir que sus seguidores respondieran la encuesta.

En total se sumaron 142 colaboradores de: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, España, Estados Unidos, Finlandia, Guatemala, México, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Reino Unido, Uruguay y Venezuela. Gracias a ellos/as y a la difusión, conseguimos que 2.153 personas contesten la encuesta.

Esta encuesta, entonces, **no es representativa de las audiencias hispanohablantes** sino que se ajusta a un universo de encuestados voluntarios y captados a través de internet.

EQUIPO

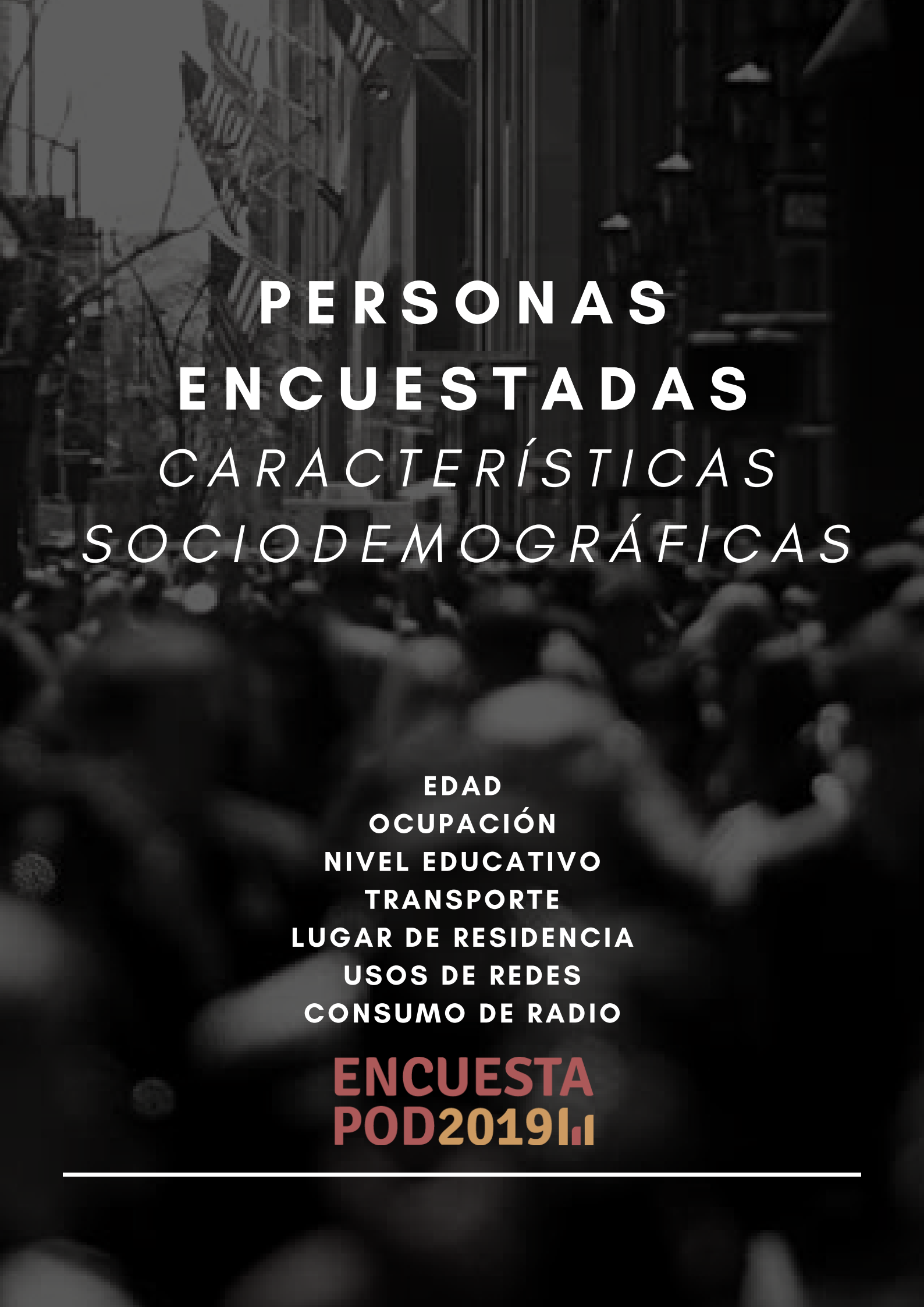
MARIANO PAGELLA
EQUIPO ENCUESTAPOD

MARIANA VACCARO
EQUIPO ENCUESTAPOD

LAURA UBATÉ
EQUIPO ENCUESTAPOD

AGUSTÍN ESPADA
ANALISTA

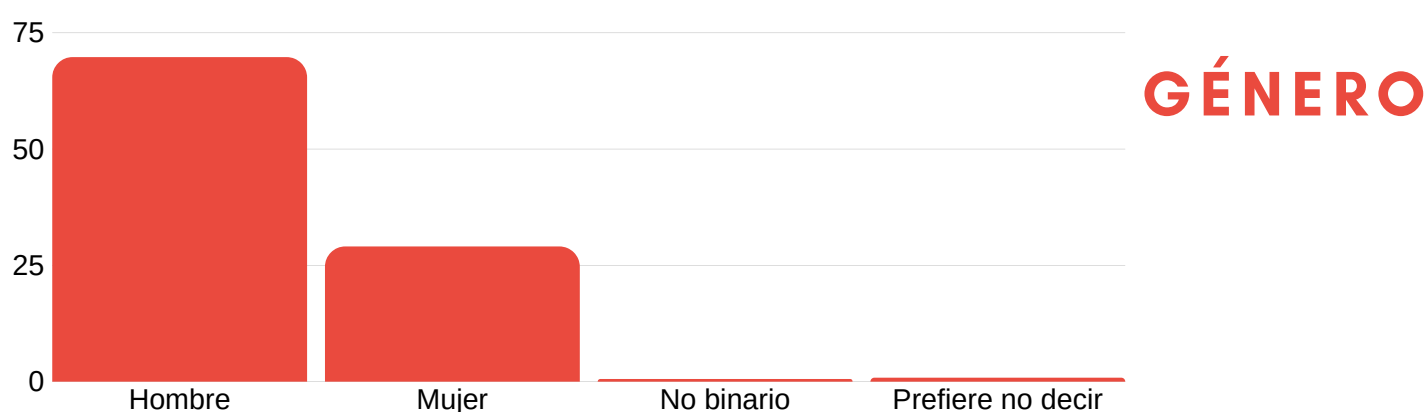
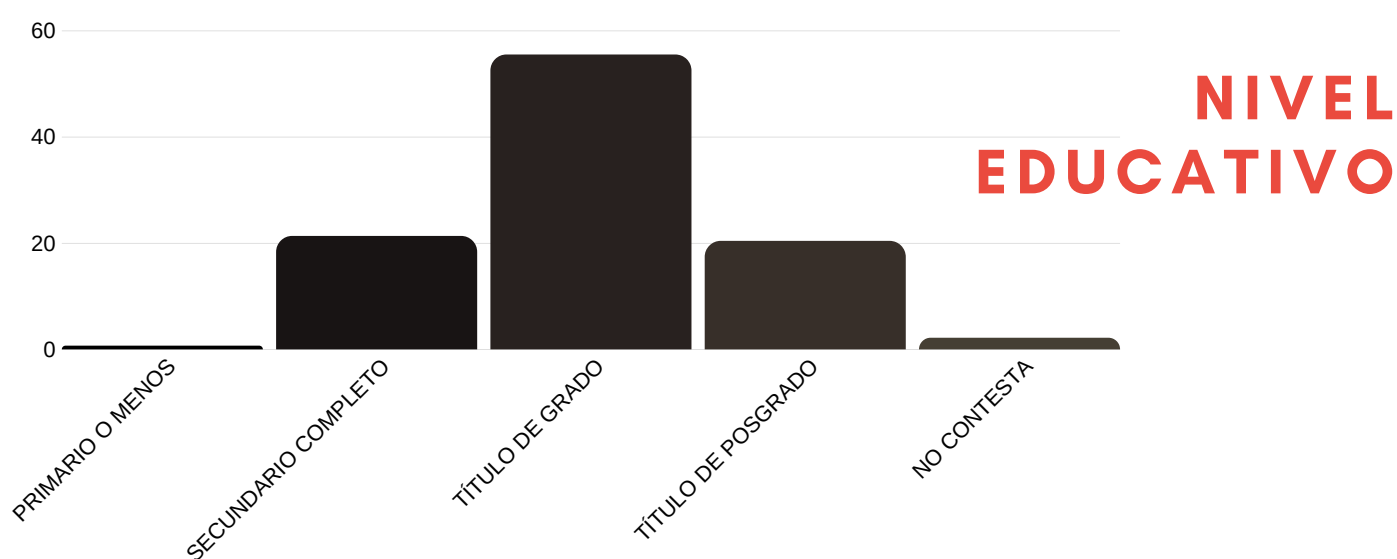
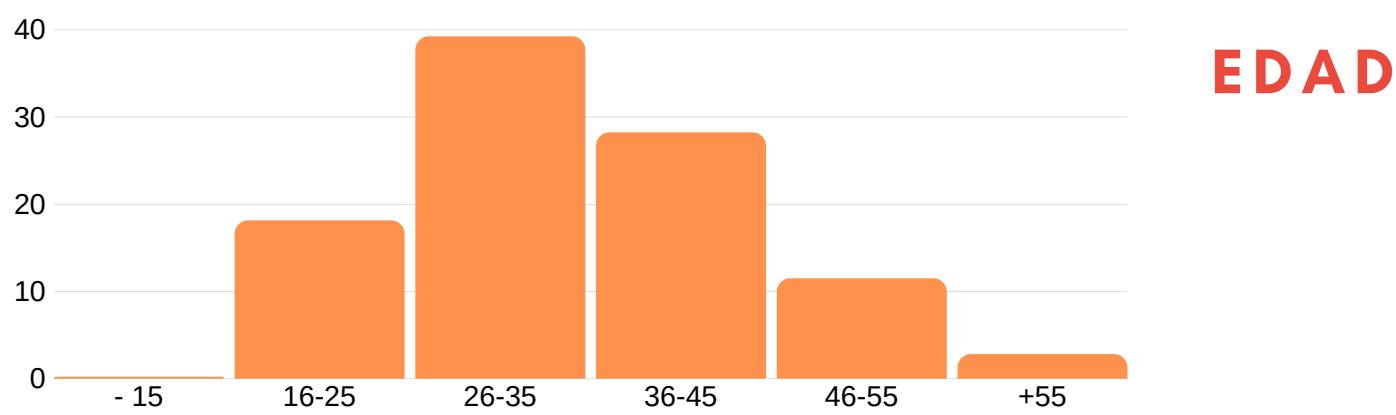
MARTINA CASTRO
DIRECTORA PODCASTER@S



PERSONAS ENCUESTADAS *CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS*

EDAD
OCUPACIÓN
NIVEL EDUCATIVO
TRANSPORTE
LUGAR DE RESIDENCIA
USOS DE REDES
CONSUMO DE RADIO

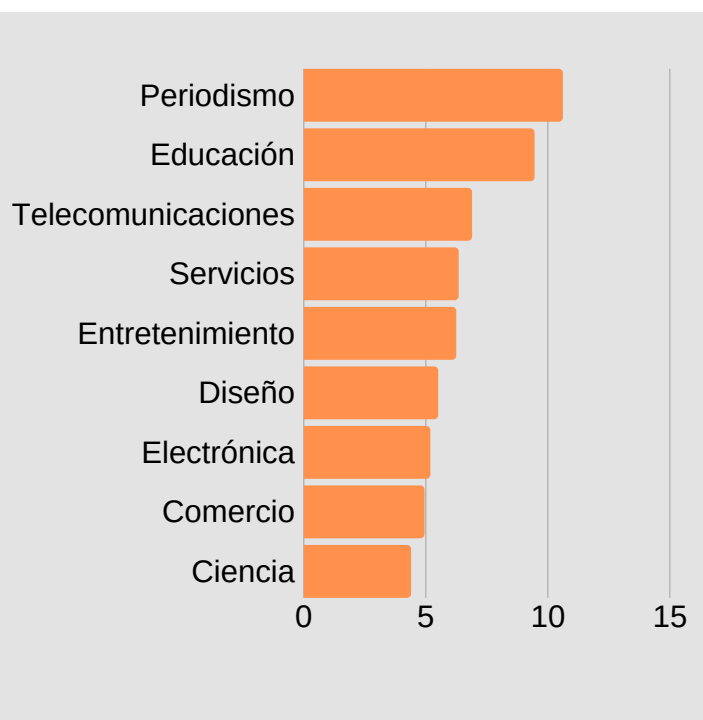
**ENCUESTA
POD2019** 



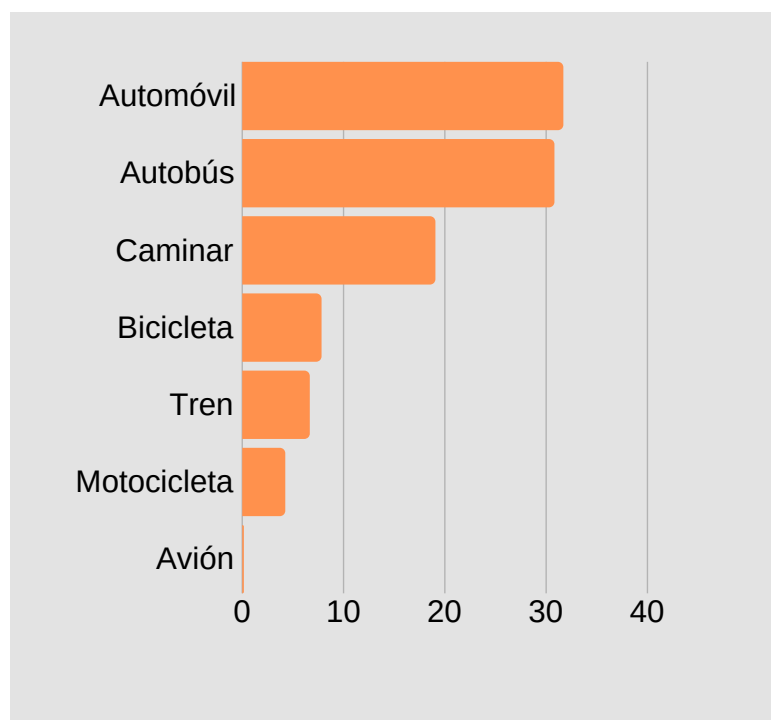
✓ LA MUESTRA

Esta encuesta no fue realizada de forma tal que pueda ser representativa de la totalidad de las audiencias hispanohablantes de podcasts. Los resultados, entonces, se ciñen únicamente al universo de las 2.153 personas que respondieron las preguntas de manera voluntaria y online. Este trabajo, sin embargo, tiene un gran valor ya que es único para el mercado hispanohablante de podcasts.

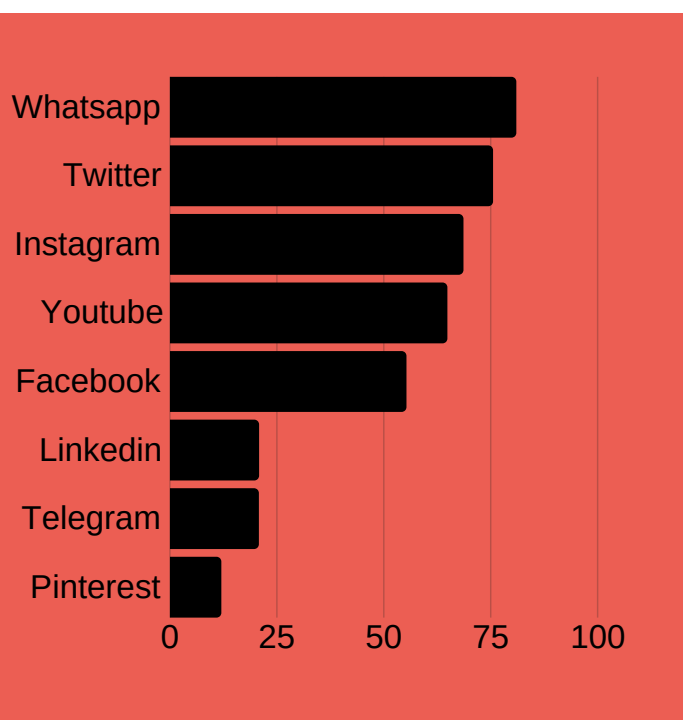
OCUPACIÓN



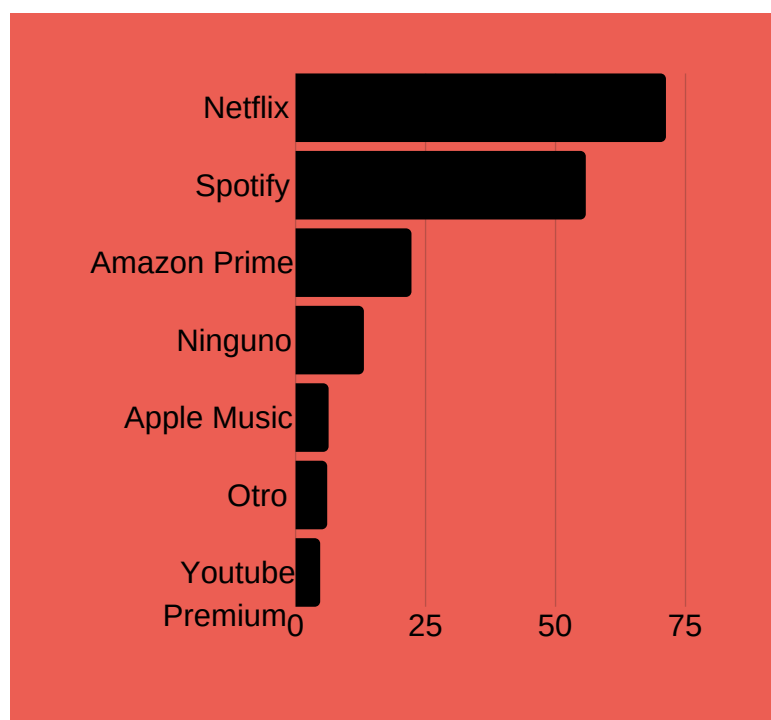
FORMA DE TRANSPORTE



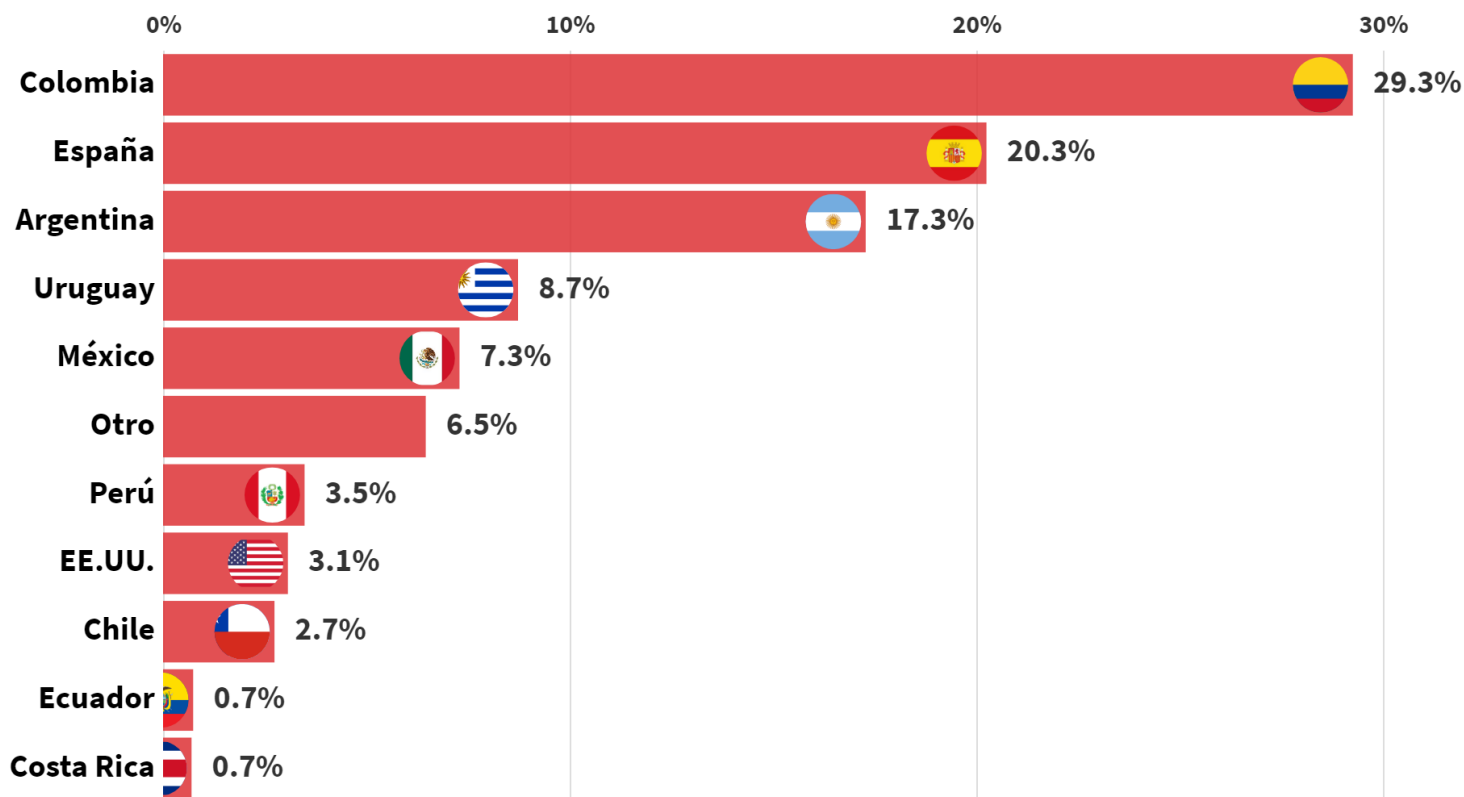
REDES SOCIALES



OTTS PAGOS



¿EN DÓNDE VIVEN LOS ENCUESTADOS?



Colombia es el país de donde más respuestas voluntarias a la encuesta se obtuvieron con fuerte presencia de España y Argentina. La distribución por nacionalidad arroja un resultado similar.

43%

ESCUCHA RADIO TRADICIONAL

22%

ESCUCHA CORTES DE RADIO

35%

NO ESCUCHA RADIO

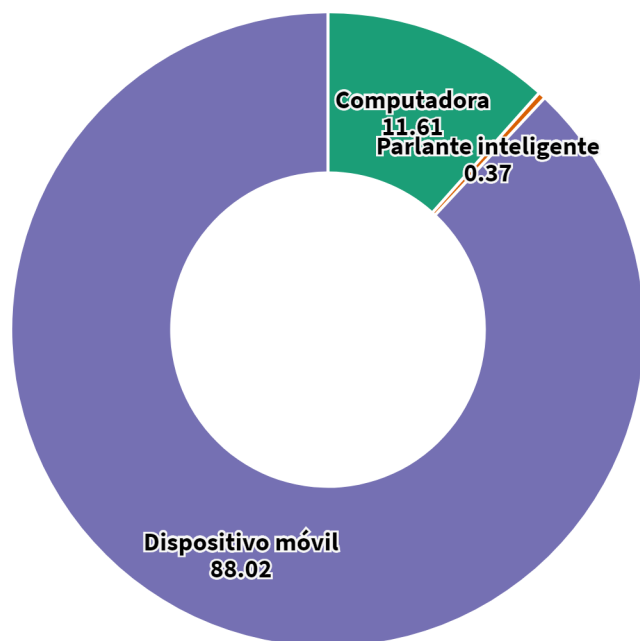


USOS Y FORMAS DE ESCUCHA

DISPOSITIVOS
ACTIVIDADES
MOTIVOS
MOMENTOS DEL DÍA
APLICACIONES
CANTIDAD DE HORAS

ENCUESTA
POD2019

¿En qué dispositivo escuchás podcast?



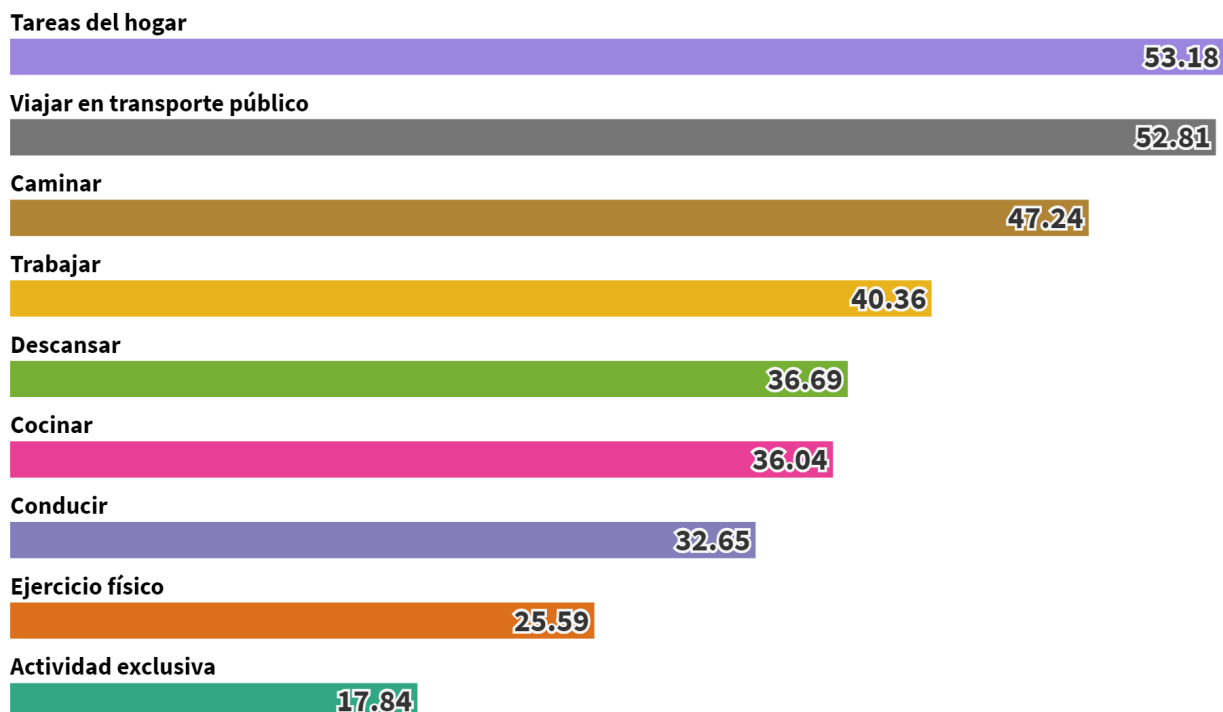
EL SMARTPHONE ES REY

El dispositivo más utilizado para la escucha de podcast es el teléfono celular conectado a internet (o smartphone). Esta amplia diferencia en relación al uso de computadoras está relacionada con: la edad promedio de la audiencia, la situación de escucha y la masividad del smartphone como dispositivo de conexión a internet. Por otro lado, los parlantes inteligentes aún deben recorrer un largo camino de inserción en el mercado.

2017

En la anterior EncuestaPod, la computadora tenía un 13% de uso y los dispositivos móviles un 86%.

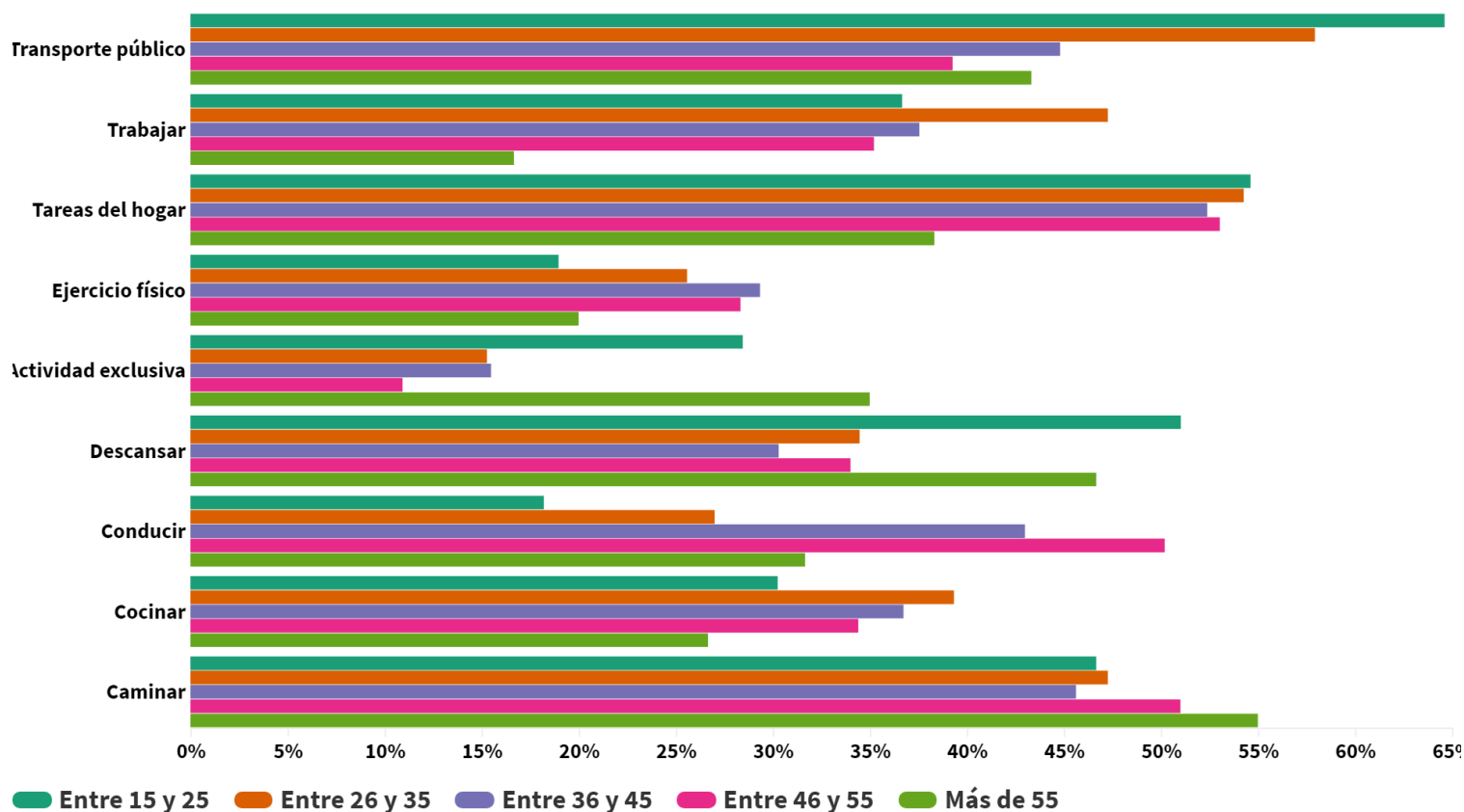
¿Durante qué actividad escuchas podcasts?



CONTENIDO SONORO: ESE FIEL COMPAÑERO

Tal como sucede con la radio tradicional, los podcasts son utilizados para poner atención en un contenido mientras los otros sentidos (principalmente la vista) se encuentran ocupados. La realización de tareas del hogar, un viaje en auto o transporte público o el trabajo son las situaciones de escucha más masivas. A contramano, escuchar un podcast como actividad exclusiva fue una opción poco elegida por los encuestados.

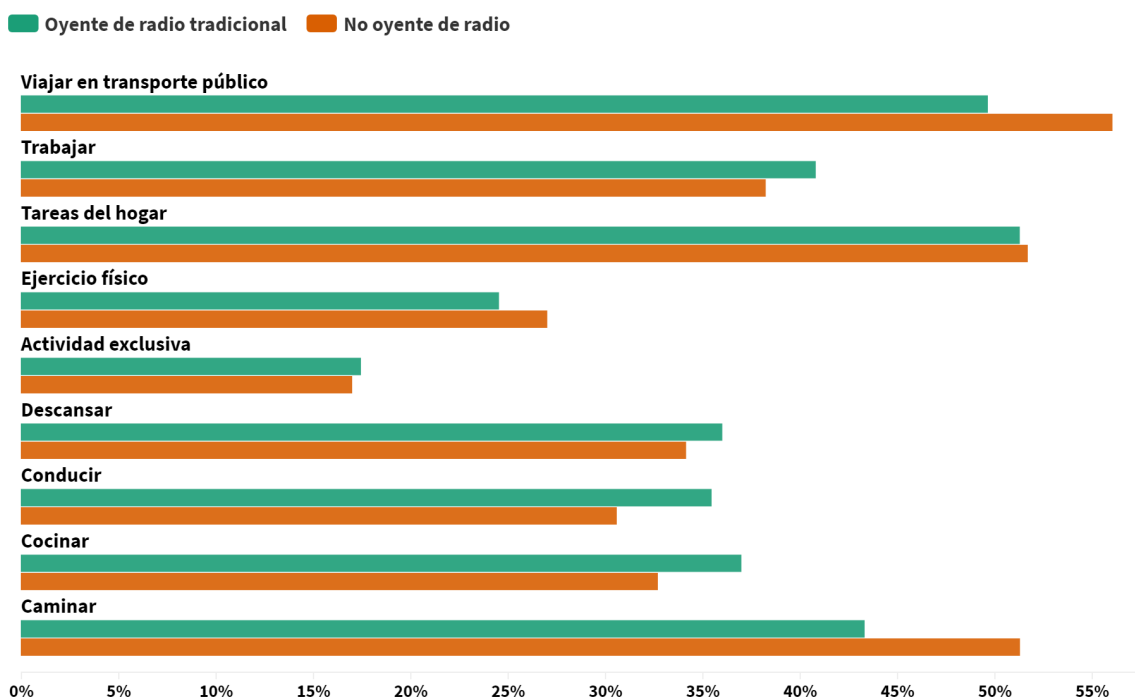
Actividades realizadas durante escucha de podcast por edad



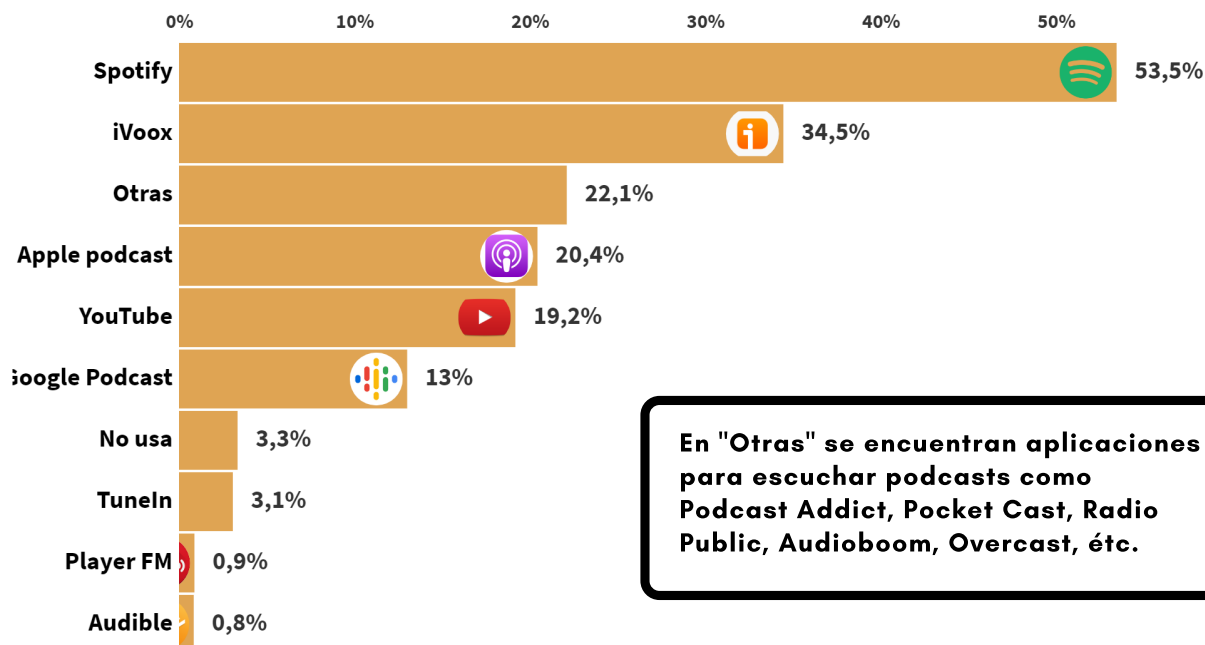
Las audiencias más jóvenes utilizan más el transporte público mientras las más adultas tienden a la escucha en la conducción del auto y la caminata.

Actividades realizadas por las audiencias de podcasts según sean oyentes de radio

Las situaciones de consumo para las audiencias que tienen el hábito de escuchar radio y las que no son muy similares, aunque las que no lo hacen utilizan más el transporte público y la caminata.



¿Qué aplicación móvil utilizas para escuchar podcast?



SPOTIFY

La más usada

Su desembarco en Latinoamérica resulta clave para la expansión de la escucha.

ENTRETENIMIENTO

Motivo de escucha

A pesar de la presencia de la compañía y la búsqueda de información como motivos, entretenerse es la principal razón para escuchar un podcast.

YOUTUBE

No todo es video

Tiene casi tanto uso entre los encuestados como Apple Podcast y supera a la plataforma de Google.

¿Por qué escuchas podcast?

Compañía

26.24

Relajación

32.33

Entretenimiento

81.56

Aprender cosas nuevas

76.54

Distracción

41.34

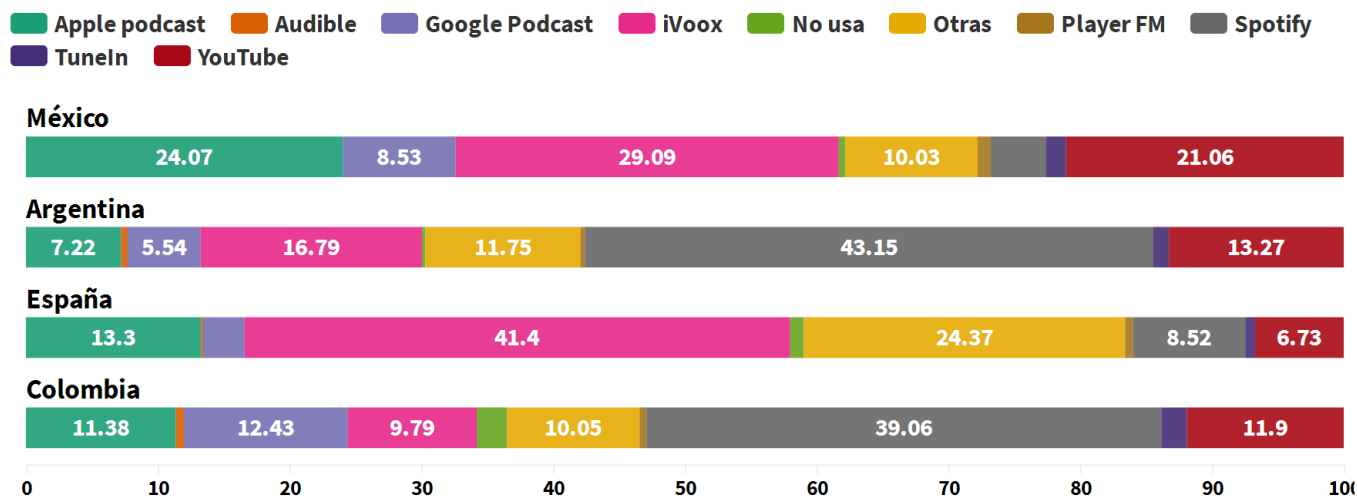
Inspiración

34.28

Conocer las últimas noticias

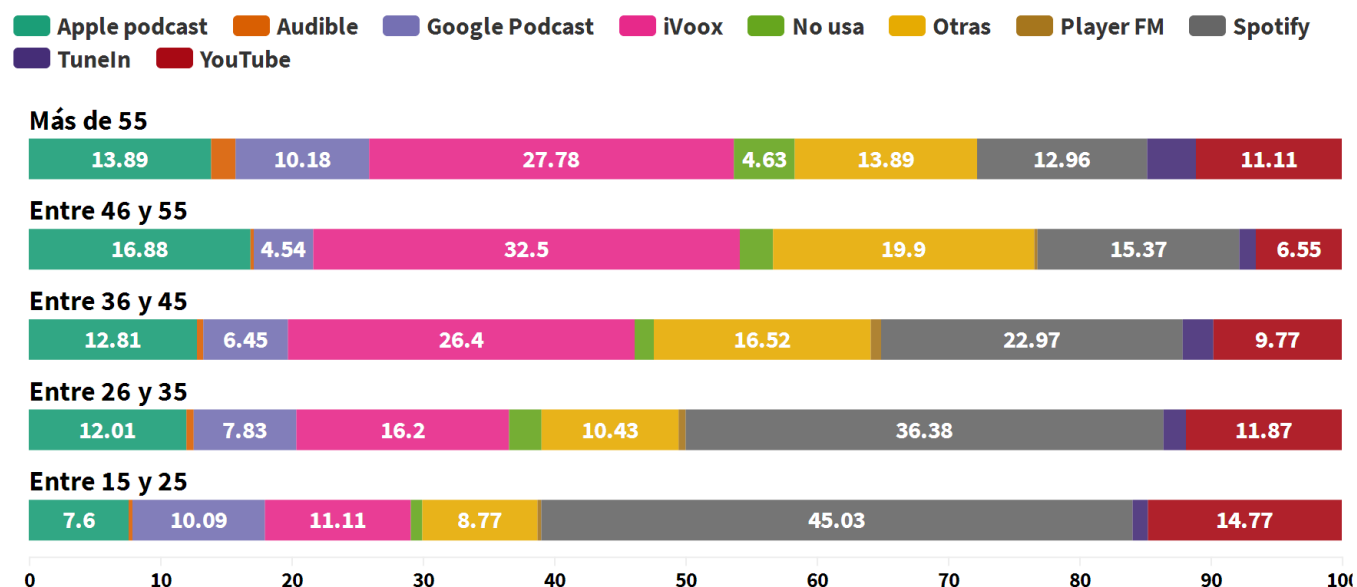
28.7

Plataformas más usadas según país de residencia



Entre las personas encuestadas que viven en los países del hemisferio norte (México y España) Spotify tiene mucha menos penetración que en Colombia y Argentina. Apple Podcast, Ivoox (de origen español) y podcatchers (incluidos en "otros") tienen más peso tanto en México como en España. Youtube aparece como la tercera plataforma más usada en Argentina y Colombia, un fenómeno que encuentra su pico de penetración en México (20%).

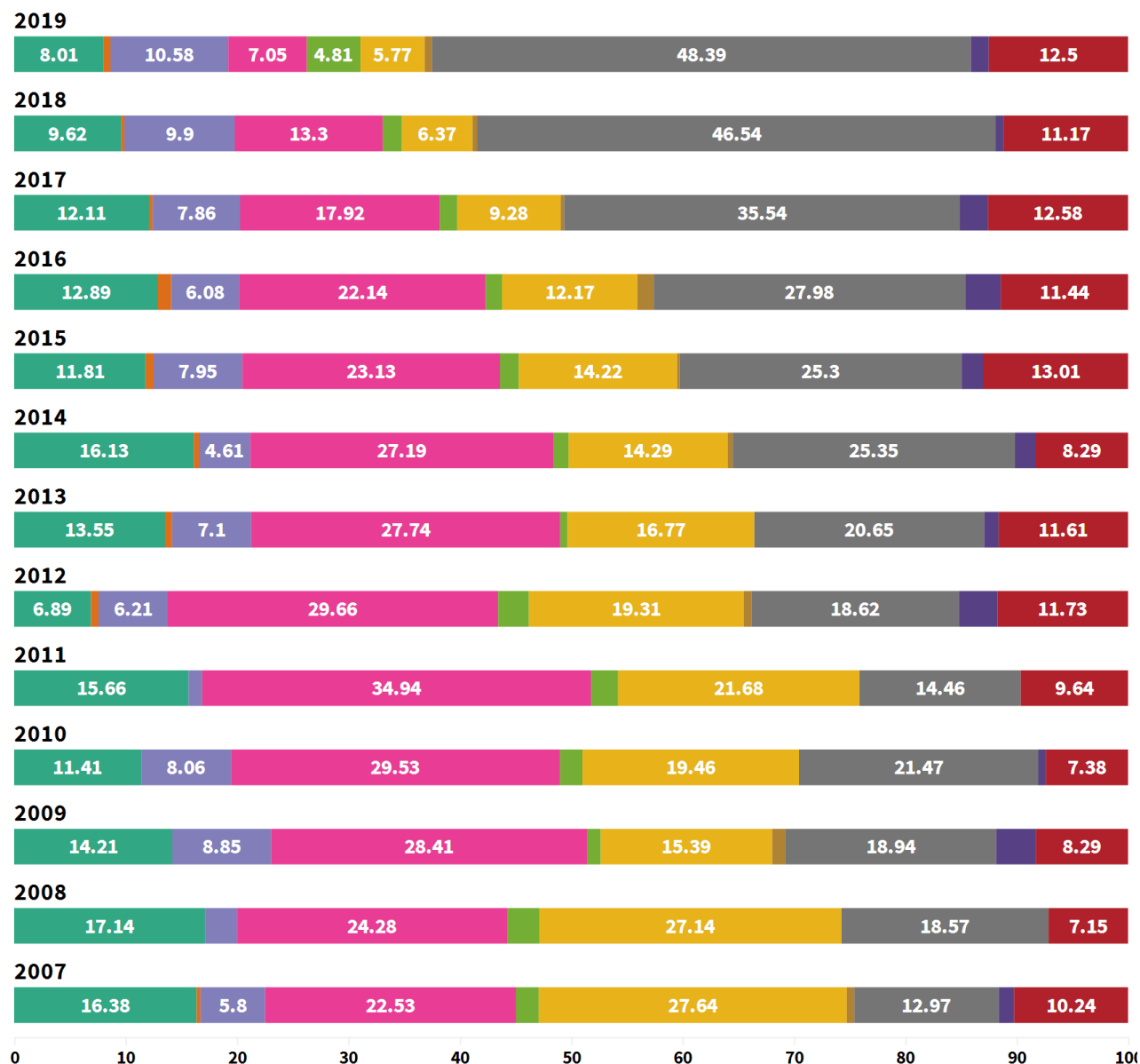
Plataformas más usadas según edad



Si se analiza la distribución por rango etario del uso de plataformas se puede notar de forma clara que las audiencias más jóvenes utilizan de manera masiva plataformas con menos trayectoria en el mercado de la distribución como Spotify, Youtube y Google Podcast. En contraparte, Ivoox y Apple Podcast son más usadas por los encuestados de más edad. Lo mismo sucede con la categoría "Otras" que incluye a la mayor parte de podcatchers: entre los encuestados adultos tiene mayor penetración. Una hipótesis posible radica en la cantidad de años que hace que escuchan podcasts los oyentes de mayor edad.

Plataformas más usadas según año de comienzo de escucha

Apple podcast Audible Google Podcast iVoox No usa Otras Player FM
Spotify TuneIn YouTube



CAMBIOS EN LAS PLATAFORMAS

SPOTIFY VS APPLE

Como puede observarse en el cuadro, los y las oyentes que comenzaron a escuchar podcast hace más tiempo utilizan en mayor proporción plataformas "tradicionales" como Podcatchers y Apple Podcast. Spotify cuadruplica su incidencia entre oyentes más recientes.

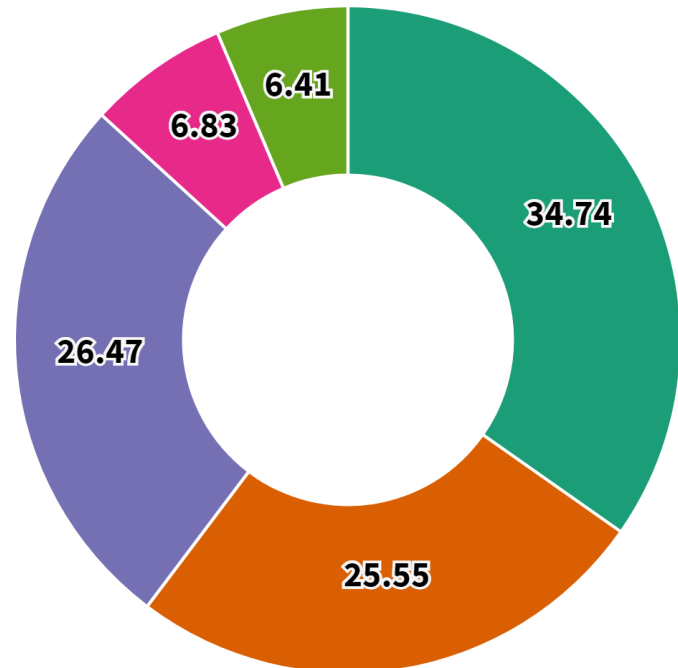
2017

IVOOX: En la encuesta anterior, la plataforma española encabezaba el listado. Overcast y Pocket Cast también eran muy usadas.

¿En qué momento del día prefieres escuchar podcast?

LA MAÑANA

Un 40% de las personas encuestadas prefiere las primeras horas del día para escuchar podcast. Si esto se empata con las situaciones de escucha, la realización de tareas del hogar, los viajes al trabajo o el lugar de estudio y el propio empleo pueden ser actividades matinales.

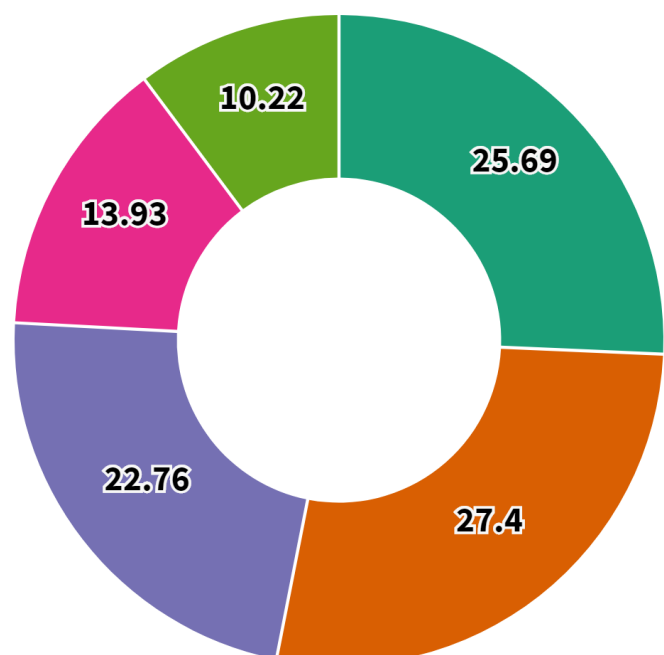


Mañana Noche Tarde Mediodía Apenas despierto

¿Cuántas horas dedicas a escuchar podcast por semana?

ESCUCHA REPARTIDA

En promedio, la escucha semanal de podcast se reparte entre los menos fanáticos (de menos de una hora hasta tres horas, un 35%) y los más seguidores que consumen entre tres horas y diez horas semanales.



Entre 1h y 3h Entre 3h y 5h Entre 5h y 10h Más de 11h Menos de 1h



GUSTOS

*¿QUÉ PODCASTS
PREFIEREN LAS
PERSONAS
ENCUESTADAS?*

TEMÁTICAS
FORMATOS
DESCUBRIMIENTO
DURACIÓN
CANTIDAD DE PODCASTS
AÑO DE COMIENZO DE ESCUCHA
PORCENTAJE DE EPISODIO

**ENCUESTA
POD2019**

¿Cuáles son tus temáticas de podcasts favoritas?



VIAJE EN EL TIEMPO

Los podcasts de historia son los favoritos aunque los temas relacionados con la cultura, el entretenimiento y el audiovisual son muy elegidos también. Puede destacarse como una sorpresa que los contenidos sobre noticias y actualidad política así como las investigaciones periodísticas (documentales) se encuentren en el podio de las preferencias. Las temáticas de nicho como pueden ser los negocios, la autoayuda, la filosofía o la familia son, lógicamente, menos elegidos.

58%

DESCUBRE PODCASTS A
TRAVÉS DE OTROS
PODCASTS

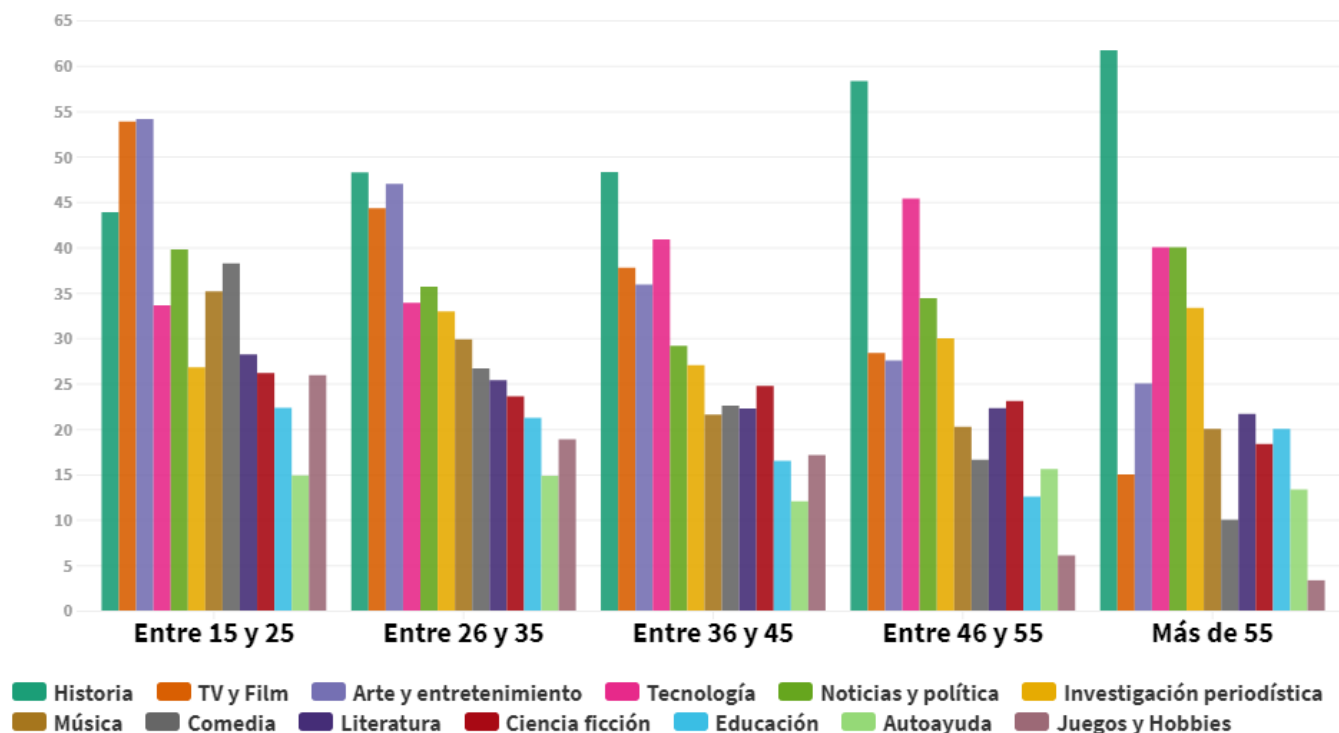
55%

DESCUBRE PODCASTS A
TRAVÉS DE LAS REDES
SOCIALES

47%

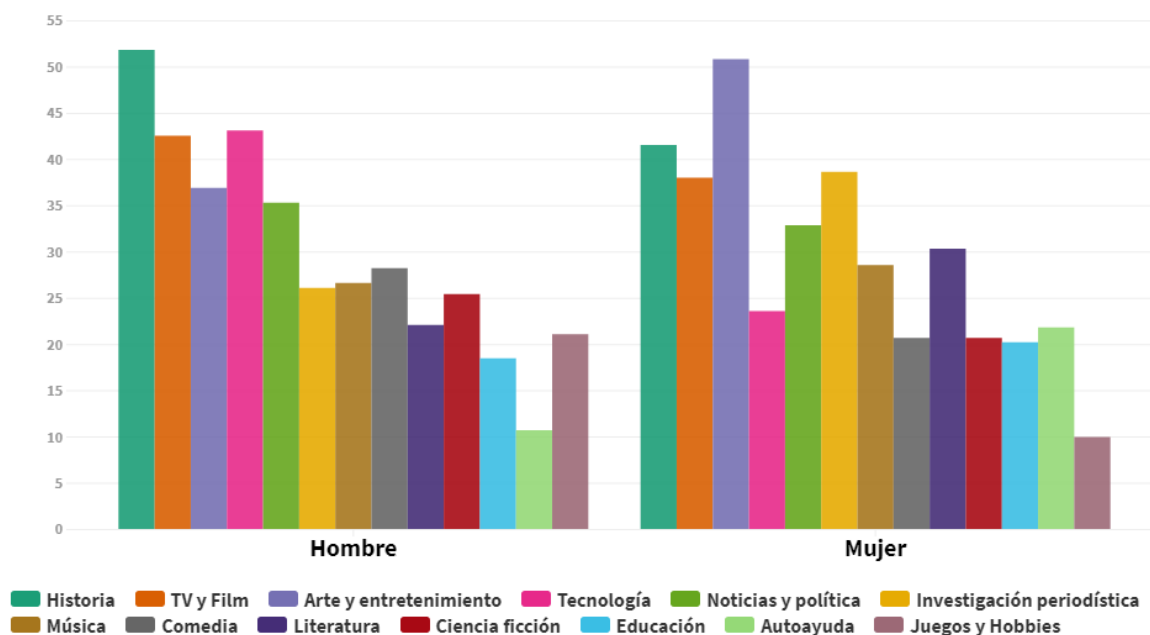
DESCUBRE PODCASTS EN
LAS PLATAFORMAS DE
DISTRIBUCIÓN

Temas de podcasts preferidos por edad



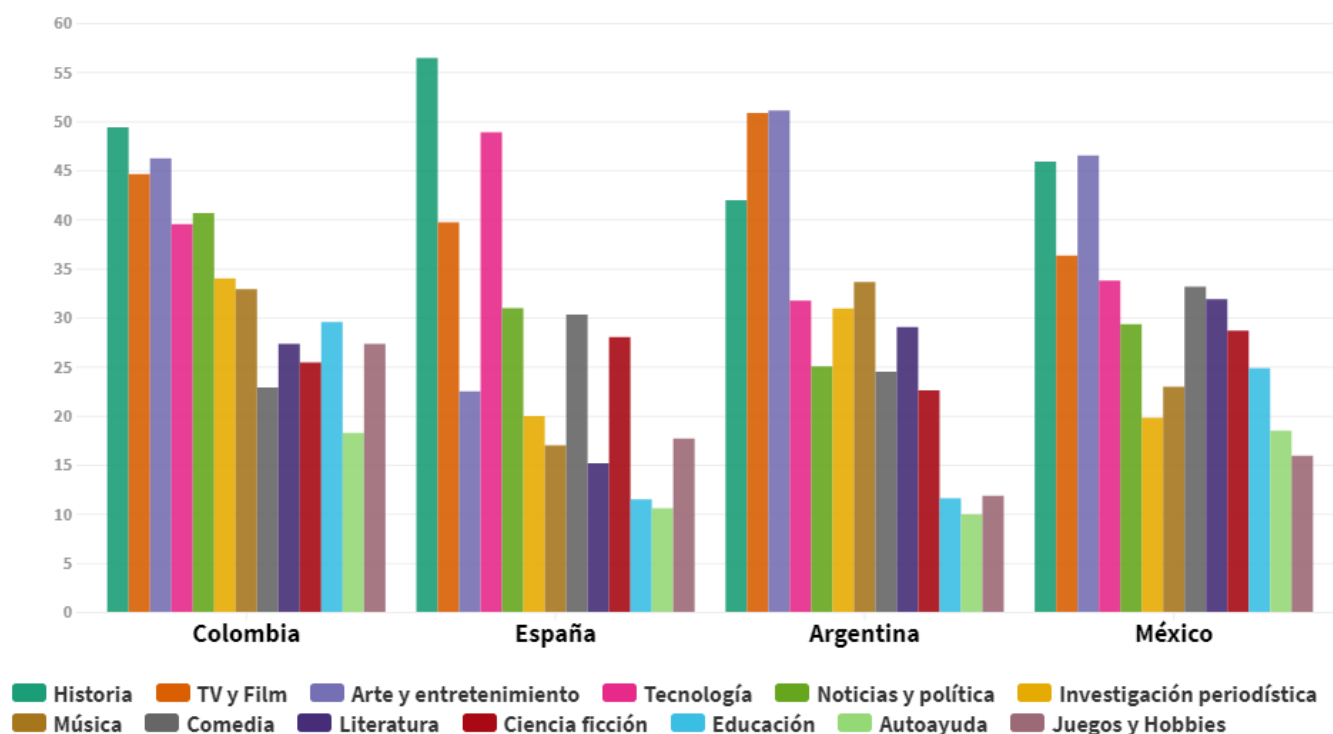
Los podcasts de historia son bastante más preferidos por las personas encuestadas de mayor edad que por la juventud. Esta última elige más los temas relacionados con el cine, las series, el entretenimiento y las noticias. Los podcasts de tecnología también tienen una aceptación mayor en los públicos más adultos.

Temas de podcasts preferidos por género



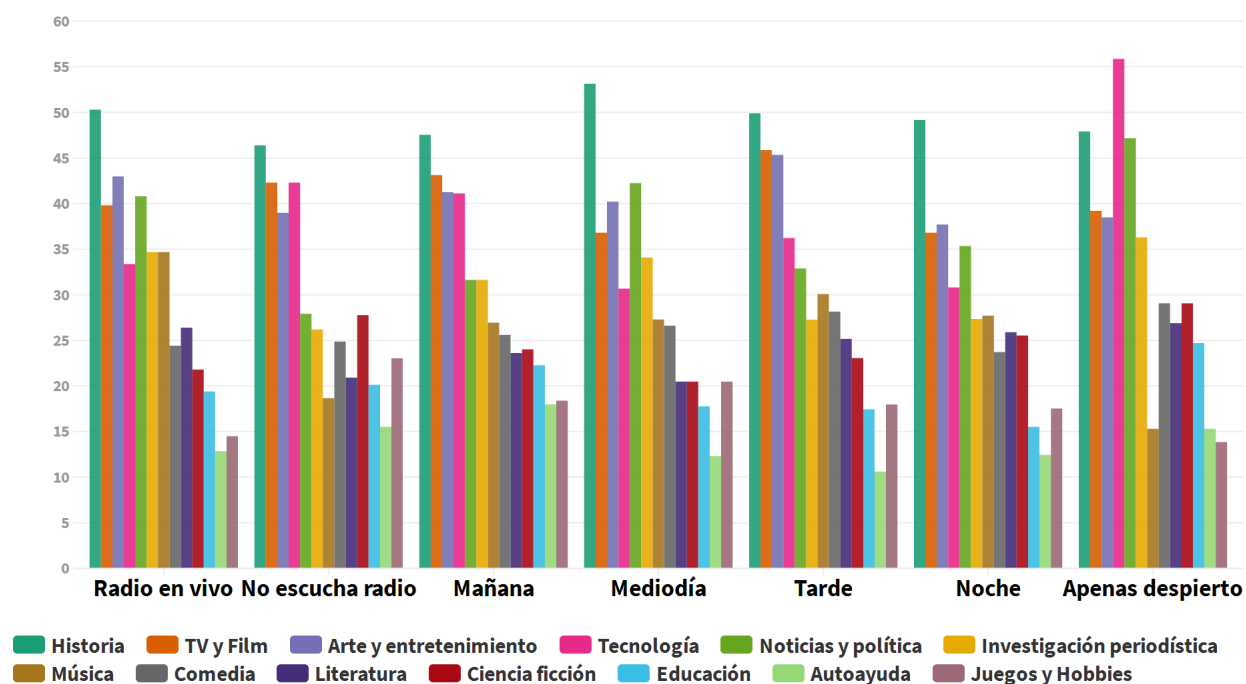
No se registran grandes diferencias en los gustos entre hombres y mujeres. Puede decirse que tecnología, historia y comedia son algo más preferidos por los hombres mientras que el arte y el entretenimiento así como la literatura y la investigación periodística son un tanto más elegidos por las mujeres.

Temas de podcasts preferidos por país donde vive



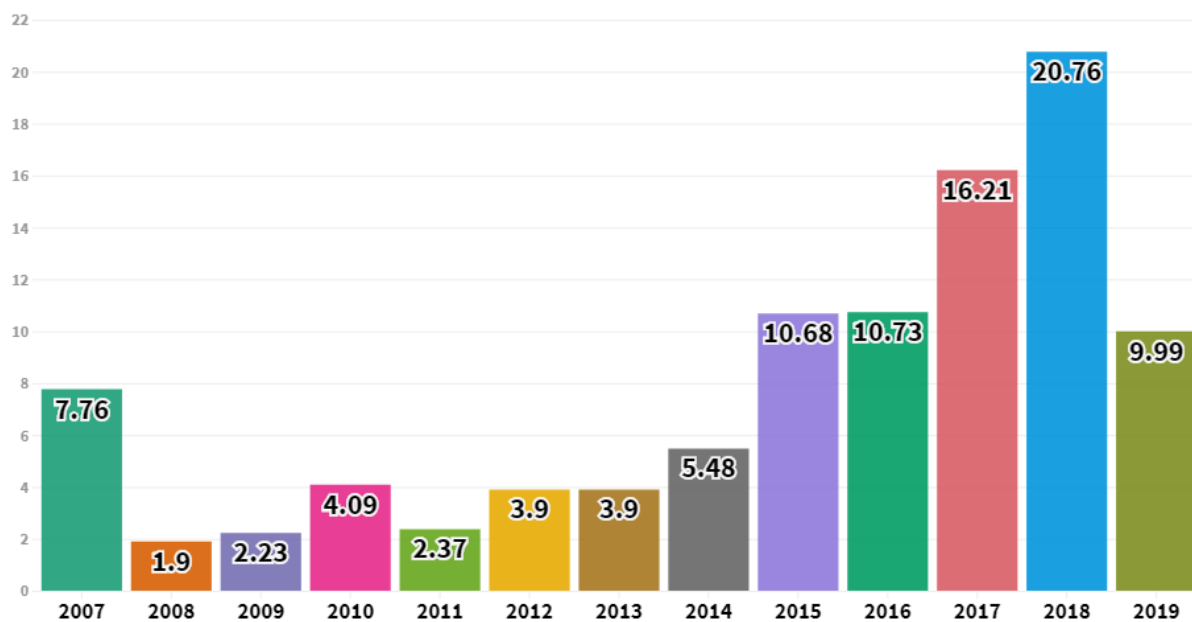
Si se separan las preferencias temáticas de los encuestados por su lugar de residencia se encuentra que quienes viven en Argentina tienen más preferencia por los de entretenimiento y audiovisual, en España por la historia y la tecnología, mientras en Colombia y México los educativos aumentan la penetración.

Temas de podcasts preferidos por escucha de radio y momento del día



No se registran mayores diferencias en los gustos temáticos de las personas encuestadas que escuchan radio y las que no. Lo más destacable es la mayor preferencia por los periodísticos y noticiosos entre las primeras. Es homogénea la preferencia según el momento del día que más se escuchan podcasts.

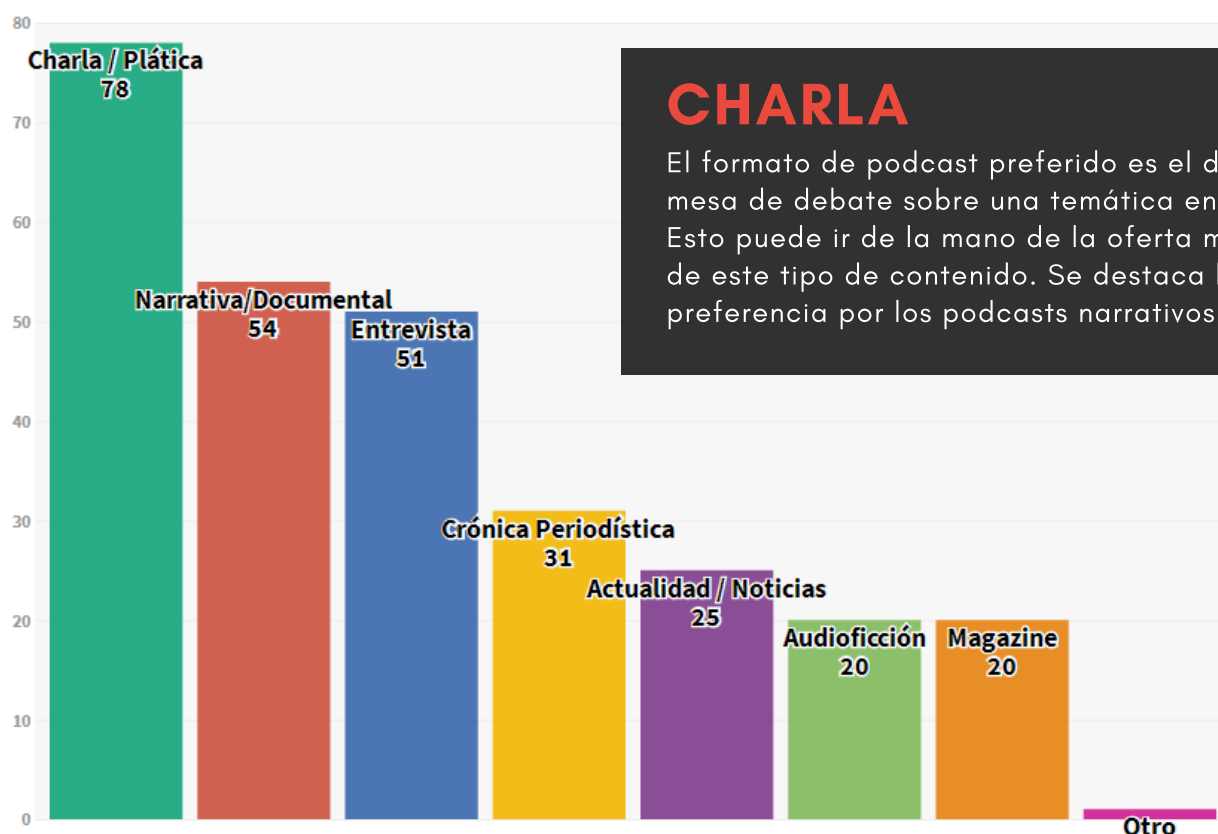
¿En qué año comenzó a escuchar podcast?



Source: EncuestaPod 2019

BIENVENIDOS AL PODCAST

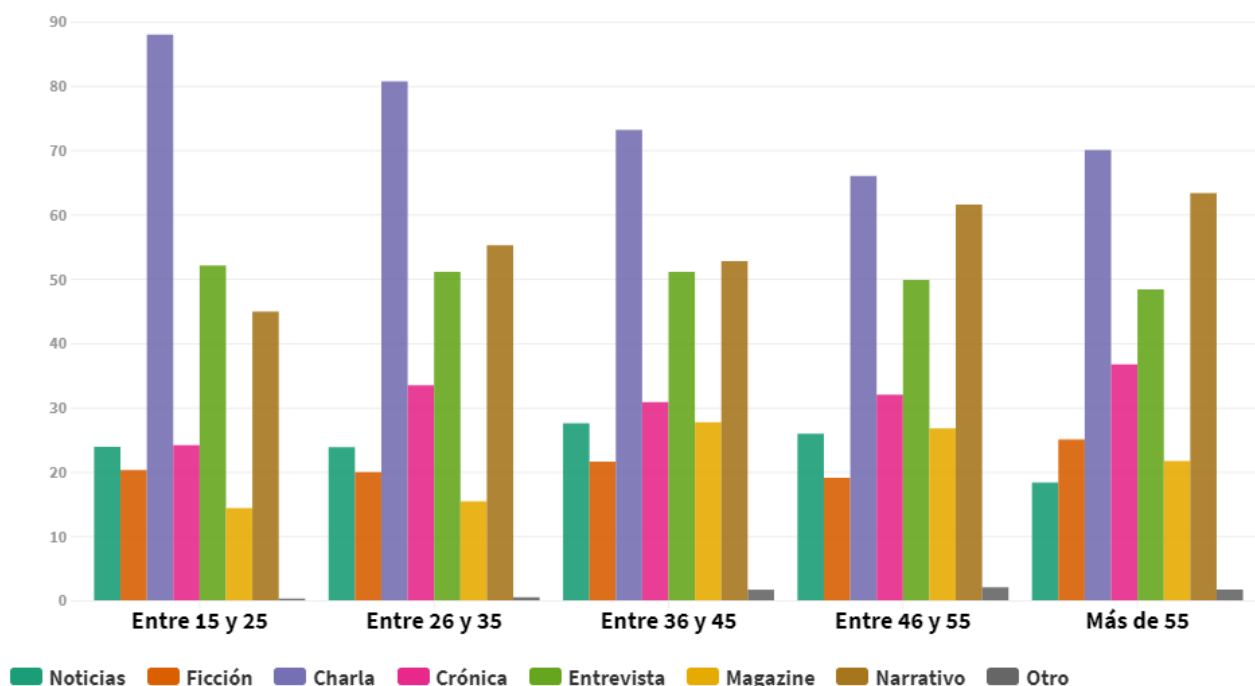
La mayor cantidad de personas que respondieron la encuesta comenzaron a escuchar podcasts en el último año y medio (30% entre 2018 y 2019). En la EncuestaPod de 2017, en su mayoría las personas encuestadas habían comenzado a escuchar podcasts entre 2015 y 2016. Esto puede demostrar que las audiencias se van actualizando y crecen. Quienes descubrieron este contenido antes de 2007 son pocos.



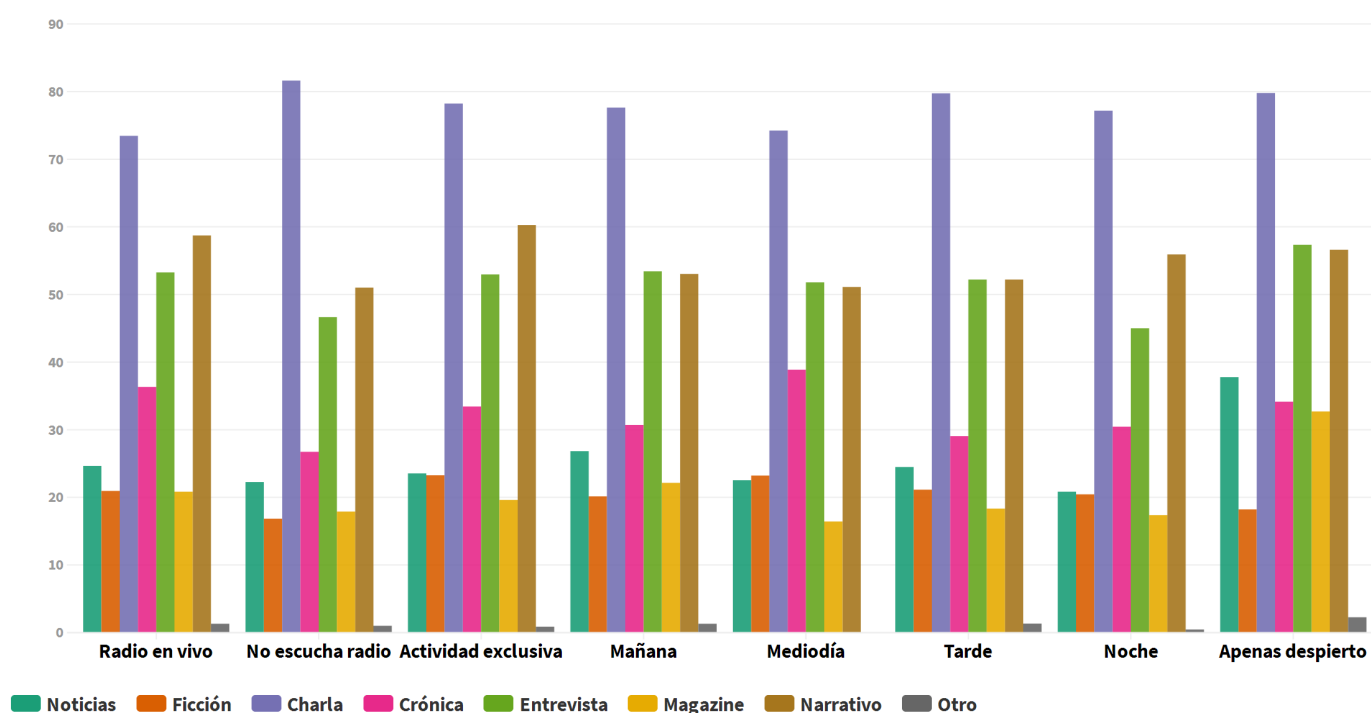
CHARLA

El formato de podcast preferido es el de charla o mesa de debate sobre una temática en particular. Esto puede ir de la mano de la oferta mayoritaria de este tipo de contenido. Se destaca la preferencia por los podcasts narrativos.

Formatos de podcasts preferidos por edad



Formatos de podcasts preferidos por escucha de radio, momento del día y actividad

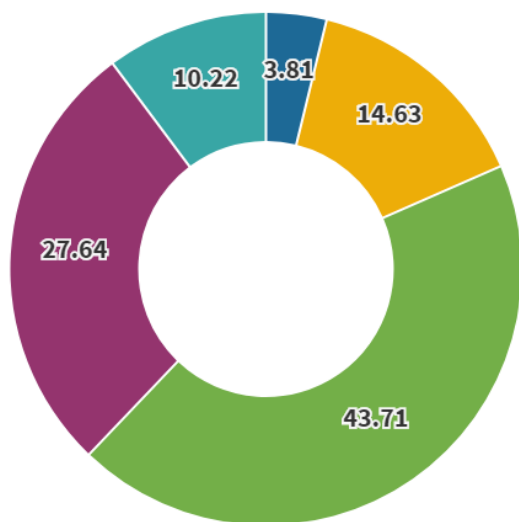


SIN DIFERENCIAS

Como puede verse en los gráficos anteriores no hay diferencias entre las preferencias de las personas encuestadas según su edad (aunque los narrativos crecen con la edad y los de charla caen pero no de manera significativa) así como tampoco entre quienes escuchan radio y quienes no (algo que podría ser esperable). Es muy homogénea la preferencia de formatos a lo largo de los distintos momentos del día.

¿Cuál es la duración promedio de los podcast que escuchas?

0m-15m 15m-30m 30m-1h 1h-2h 2h+



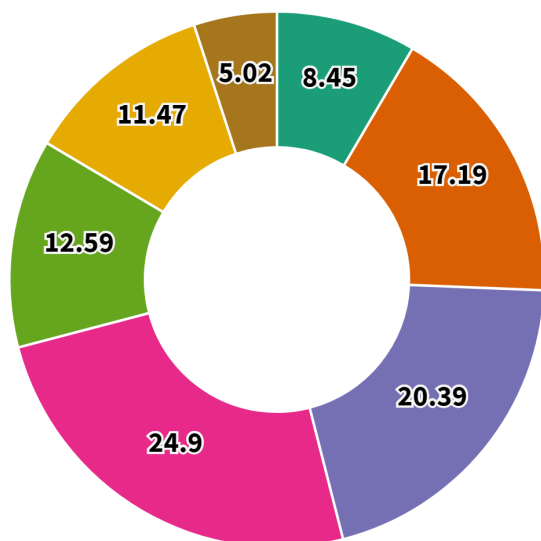
LARGOS

Los podcast de duración cercana a los 60 minutos son los preferidos.

En este punto, las duraciones que se extienden de la hora también cuentan con buena recepción en las personas encuestadas por sobre los más cortos (menores a los 30 minutos).

¿Cuántos podcast has escuchado en la última semana?

Uno Dos Tres Cuatro-Cinco Seis-Diez Más de once Menos de uno



AMPLIO MENÚ

El 45% de las personas encuestadas respondieron que semanalmente escuchan un promedio de entre tres y cinco podcasts distintos. Probablemente, esta cifra sea mayor a la cantidad de programas de radio que un/a mismo/a oyente escucha en la semana. Cantidad y variedad.

2017

HORAS

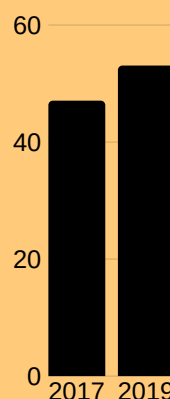
Las personas encuestadas que escuchan más de 10 horas semanales pasaron de 18% a 14% mientras que quienes lo hacen entre 5 y 10 horas pasaron de 24% a 22%. Entre quienes escuchan menos de una hora por semana el porcentaje se duplicó y quienes escuchan entre 3 y 5 horas aumentaron de 22% a 27%.

CANTIDAD

La cantidad de podcasts escuchados semanalmente cayó de una encuesta a otra al igual que el tiempo de escucha. Las personas encuestadas que escuchan más de 11 podcasts pasaron de 18% a 11%, quienes escuchan entre 6 y 10 pasaron de 18% a 13% y quienes lo hacen con 4 ó 5 pasaron del 28% al 25%.

INGLÉS

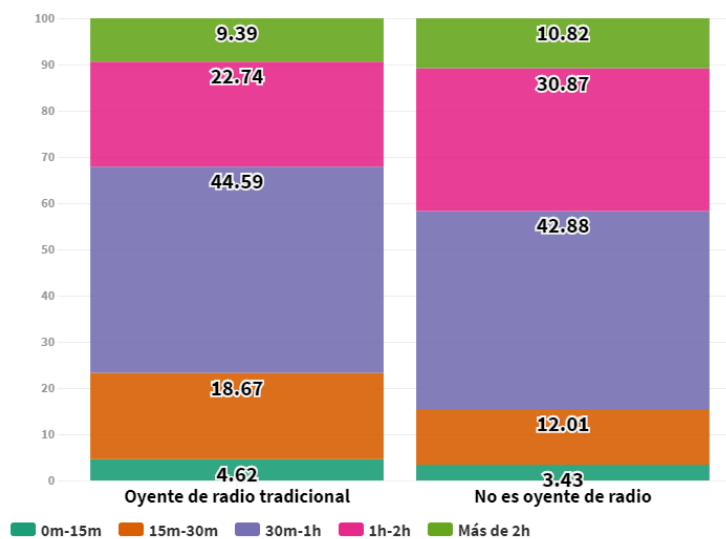
La escucha de podcasts en idioma inglés aumentó del 47% al 53%. Este alto porcentaje puede relacionarse con el alto nivel educativo de la muestra.



Duración preferida de podcasts según sea oyente de radio

CONTENIDOS CORTOS

Quienes escuchan radio de forma tradicional (en vivo) tienen mayor preferencia por podcasts de más corta duración. El 40% de las personas encuestadas que no escuchan radio (ni siquiera a demanda) prefieren duraciones superiores a la hora.



5%

ESCUCHA LA MITAD O
MENOS DE UN PROGRAMA

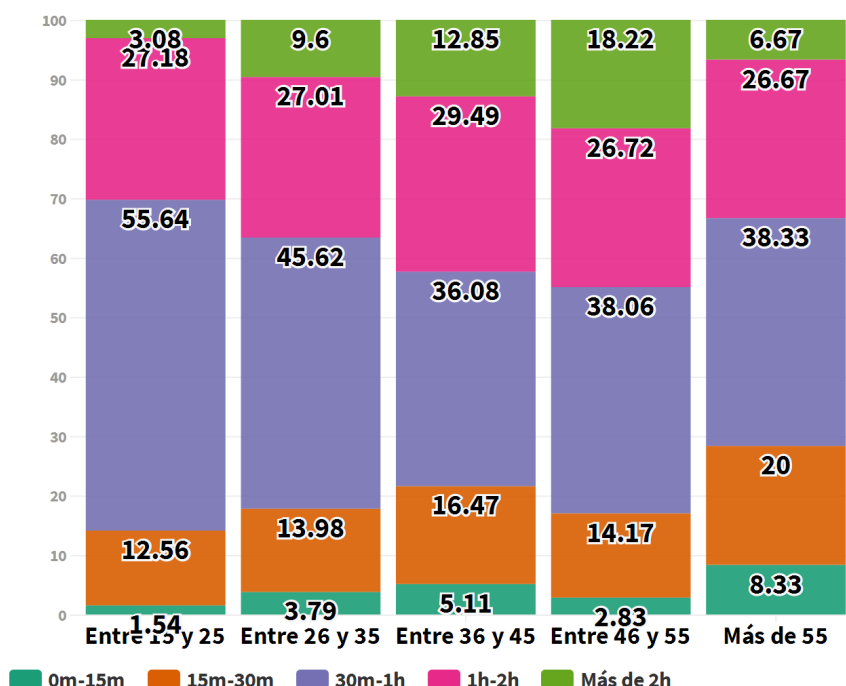
14%

ESCUCHA EL 90% DE UN
PROGRAMA

65%

ESCUCHA LA TOTALIDAD
DE UN PROGRAMA

Duración preferida de podcasts por edad



SIN TENDENCIAS

De acuerdo a las edades, las duraciones preferidas varían pero no de forma uniforme. Por ejemplo, el mayor favoritismo por podcasts de entre 30 minutos y 1 hora se encuentra entre los y las más jóvenes pero para las duraciones de entre 15 y 30 minutos, los y las mayores de 55 años son mayoría. De esta manera, no resulta acertado decir que a menor edad, menor duración o viceversa.

MONETIZACIÓN

*¿HAY POTENCIAL
COMERCIAL EN EL
PODCAST?*

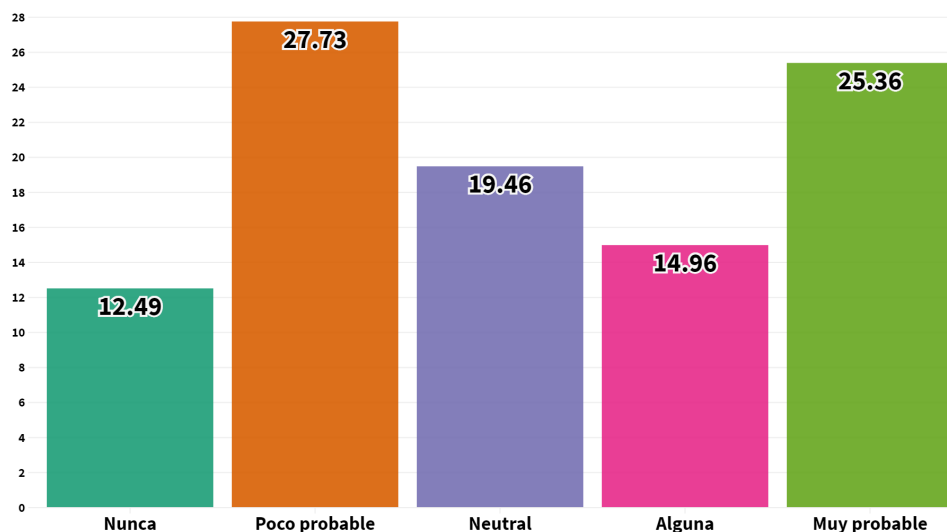
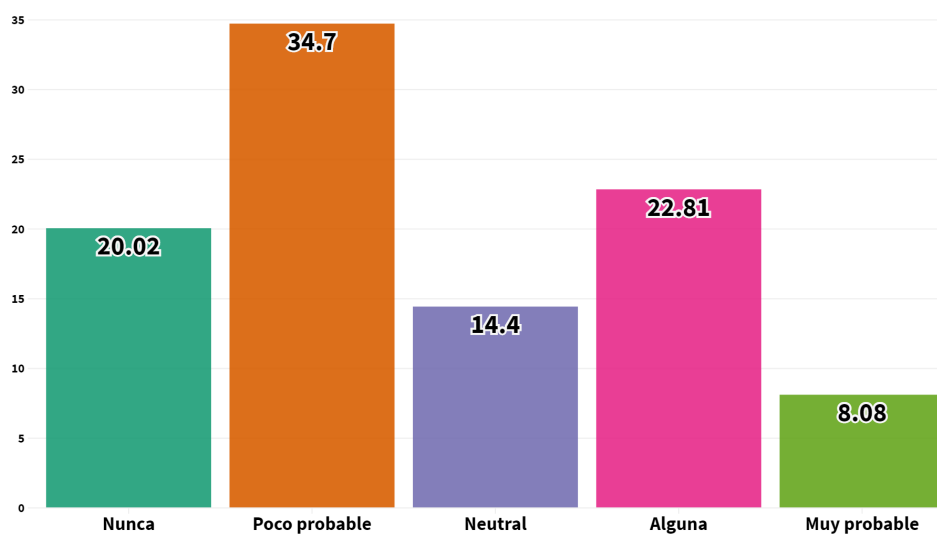
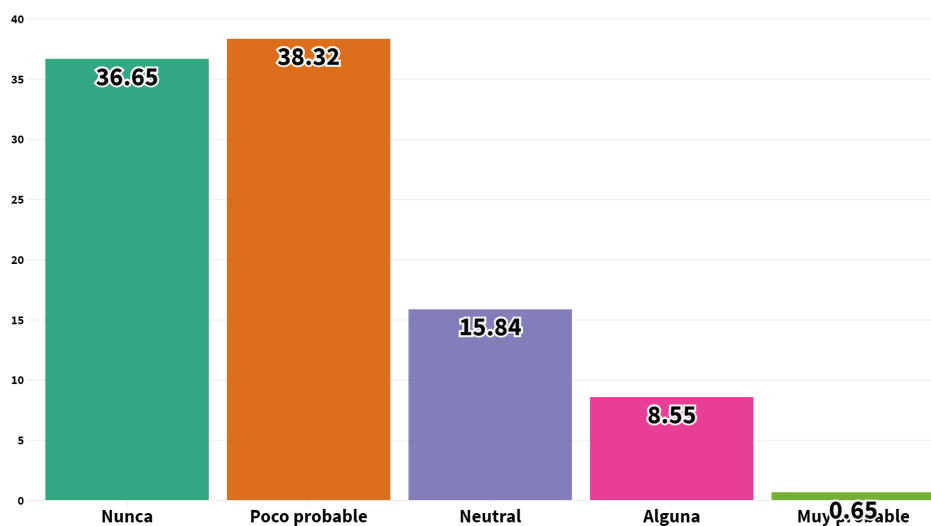
ESCUCHA
COMPRA
IMAGEN POSITIVA
RECORDACIÓN

**ENCUESTA
POD2019**

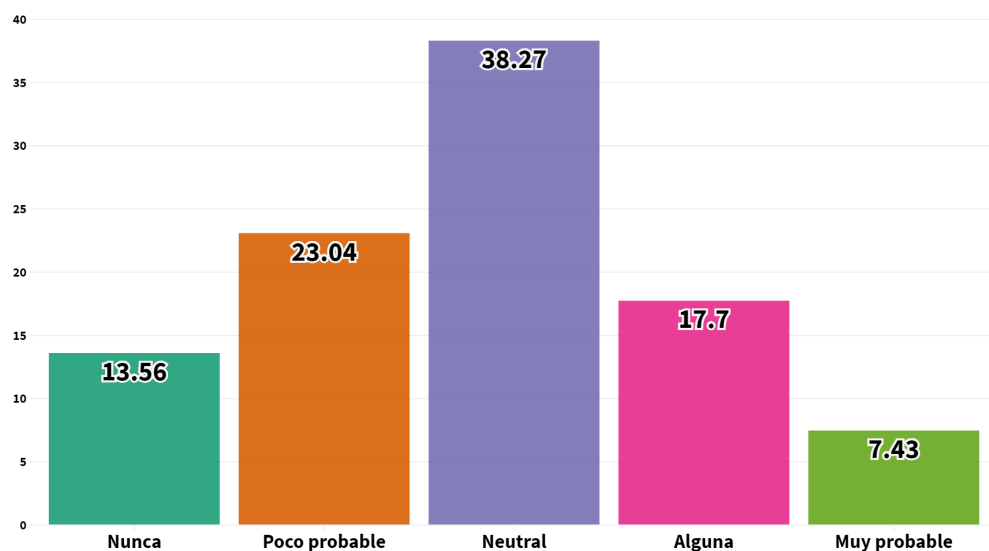
ESTACIÓN 35 AN+ CONSTRUCCIÓN

59

LA LUCILA - SAN LOR

¿Qué tan probable es que escuches (no adelantes) el aviso publicitario?**25%****ESTÁ DISPUESTO A
ESCUCHAR EL
ANUNCIO INSERTADO****¿Qué tan probable es que recuerdes el nombre del anunciante?****35%****VE POCO PROBABLE
RECORDAR EL NOMBRE
DE LA MARCA****¿Qué tan probable es que compres el producto del anunciante?****37%****NO COMPRARÍA UN
PRODUCTO POR UN
ANUNCIO INSERTADO**

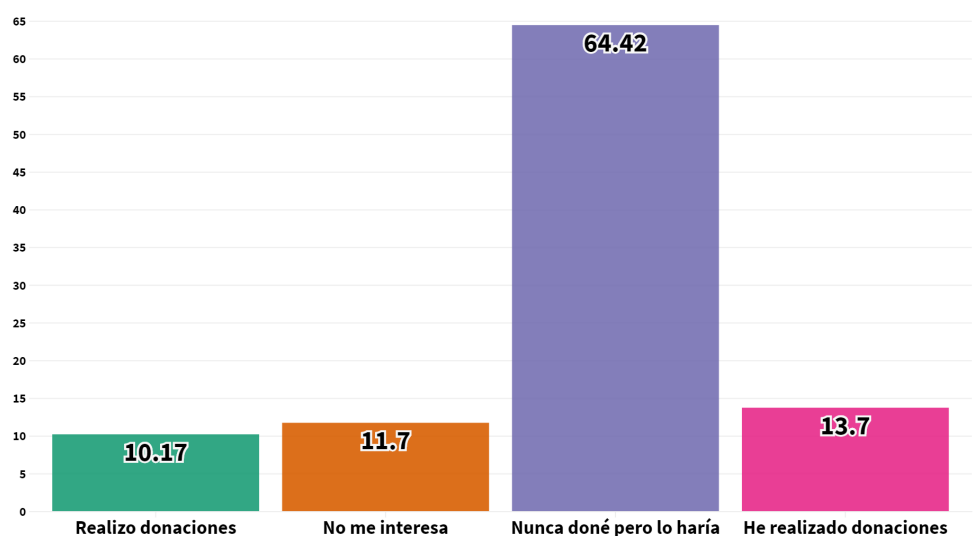
¿Qué tan probable es que te lleves una imagen positiva del anunciante?



23%

PODRÍA LLEVARSE
UNA IMAGEN
POSITIVA DEL
ANUNCIANTE

¿Considerarías realizar una donación mensual a un podcast favorito?



88%

ESTÁ DISPUESTO/A A
REALIZAR, REALIZA O
REALIZÓ UNA
DONACIÓN A SU
PODCAST FAVORITO

30%

SIGUE A MÁS DE 11
PODCASTS O ESTÁ
SUSCRITO (RSS)

22%

SIGUE A ENTRE 4 Y 5
PODCASTS O ESTÁ
SUSCRITO (RSS)

20%

SIGUE A ENTRE 6 Y 10
PODCASTS O ESTÁ
SUSCRITO (RSS)



DESTACADOS FINALES

ENCUESTA
POD2019



88% DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS CONSUMEN PODCAST A TRAVÉS DE SMARTPHONES



LA ESCUCHA DE PODCAST ES COMPATIBLE CON LA REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES



53% DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS ESCUCHA A TRAVÉS DE SPOTIFY. YOUTUBE TIENE EL MISMO USO QUE APPLE PODCAST



EL ENTRETENIMIENTO Y EL APRENDIZAJE SON LAS PRINCIPALES RAZONES PARA ESCUCHAR PODCAST



40% DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS ESCUCHAN PODCAST DURANTE LA MAÑANA



65% DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS ESCUCHAN RADIO TRADICIONAL EN VIVO O A DEMANDA



LOS PODCASTS DE HISTORIA, DE CULTURA Y DE ACTUALIDAD O NOTICIAS SON LOS PREFERIDOS



LA MESA DE DEBATE ES EL FORMATO PREFERIDO POR LAS PERSONAS ENCUESTADAS SEGUIDO DE LOS PODCASTS NARRATIVOS



EL 79% DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS ESCUCHA EL 90% O MÁS DE LOS EPISODIOS



LOS PODCASTS CON UNA DURACIÓN DE ENTRE MEDIA Y UNA HORA SON LOS PREFERIDOS



EL 40% DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS ESTÁ DISPUESTO A ESCUCHAR LOS ANUNCIOS



EL 88% DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS ESTÁ DISPUESTO A REALIZAR DONACIONES A SUS PODCASTS FAVORITOS

COLABORADORES



¡Qué Temaikén!
¿Qué Pasa, Midwest?
#Yocreointiii
Ahorrar Más Con Potencial
Millonario
Al Filo De La Realidad
Alianzas Como Estrategia De
Negocios
Bala Extra
Banda Del Comic
Cállate Y Vende
Caminos En Ciencia
Cash Viewpoint
Chamanes De Las Estrellas
Club Actitud Positiva
Codigotecnocolombia Calling
Day To Day
De Cuba Y De Los Cubanos
De Parla Y Café
Debate Estrella
Dementes
Dentro Del Tardis
Deployandome
Diferido Podcast
Diseño Y Diáspora
Disruptivo
Doble Check
Echados Viendo Tele
Echando El Chal Podcast
Eforoshenko Y Comunicaciones
360°
El Callejero
El Hinchazo Azulgrana
El Podcast Casual
El Podcast De Wapa Deportes
El Podcast Del Profetaloco
El Radar 2.0
El Show De Alejo Vargas.
El Vuelo De Yorch
El Siglo 21 es Hoy
Empréndete
Es Un Crimen
Estacion GNG

Esto No Es Radio
Estúpido Nerd
Evacast
Evacast
Everybodylikesluis
Extraño Calor De Extraños
Fandoom
Faro De Lenguas Magazine
Fenomenas
Francoinformador
Fuera De Contexto
Fuera Del Algoritmo
Furor Podcast
Gen Podcast
Gordos De Tanto Pop
Grafología
Hablemos Con Spoilers
Historias Para Ser Leídas
Hola Poderosa
Ideas Locas
Inconfundiblemente
Infernet Podcast
Infinito Digital
Inorganic Veggies
Inquebrantables Podcast
La Barra Podcast
La Bitácora De Francisco
La Cafetera De Letras
La Comunidad De La Escucha
La Filosofía No Sirve Para Nada
La No Ficción
La Tortulia Podcast
La Vida Minimal
Las Cuarentólogas
Las Raras
Lazos Cooperativos
Lazos Mutualistas
Leandro
Les Flaguers
Liderazgo Ya
Los Anarquistas Coronados
Mal Vivir
Mentalistas

Monjes Fanáticos
Montarse En La Película
Mr Answer Pr Deportes
Nada Está De Más
NBA Freaks
Negocios Y Wordpress
No Sabes Nada
No Te Detengas Podcast
Nutrición Ortomolecular
Octosilabo
Ortopedcast
Pásame El Micrófono
Pluma Volátil Radio
Podcast Diseño
Podcastinando
Pomum Podcast
Popodcast
Presunto Podcast
Primum Gradus
Próxima Página
Pterocast
Puntoprimary
Quiero Contar Tu Historia
Random Access History
Recalculando
Relato Nacional
Repaso Noticioso
Repopé
Sapiens
Sin Filtro
Sonido Libre Podcast
Taza En Mano
Tecnocracia
Tertulias Y Comentarios
Tiny Vampires Español
Trascendencia Iradio Show
Tristana
Valle De Cielo Gris
Vengan De A Uno
Voces Latinoamericanas
Wacho
Wetoker

A black and white photograph of a podcast recording setup, featuring a professional microphone on a boom arm, a laptop, and a keyboard. A large black diamond shape is overlaid on the center of the image, containing white and red text.

Podcasteros

ENCUESTA POD2019

¡MUCHAS GRACIAS!
www.podcasteros.com
