

El consumo de audio digital en España, según IAB

De acuerdo con datos del Estudio de Audio Digital 2023 de IAB, realizando entre internautas de 16 a 70 años, en torno a 19 millones de personas consumen en España contenidos de audio digital de modo habitual. Ello supone una ralentización o estancamiento de su penetración con respecto a años anteriores.

La música se sitúa en el primer lugar de escucha (un 77% de las personas encuestadas), seguida de la radio (61%) y de los podcasts (54%).

Spotify es la plataforma más asociada al Audio Digital (54%) , seguida de YouTube (38%), app/web de radio (23%), Amazon (16%) e iVoox (10%).

En relación con los podcasts, seis de cada diez oyentes están suscritos a alguno, y siete de cada diez no suscriptores estarían dispuestos a hacerlo. En el caso de las suscripciones de pago, sólo están suscritos dos de cada diez, y únicamente un 18% afirma estar dispuesto a pagar por contenidos *premium*, ocho puntos menos que en 2021.

El perfil el suscriptor de podcast es joven / adulto (menores de 54 años), que accede a su escucha a través de las redes sociales.

Casi la mitad de los oyentes de podcast (43%) no le importa la duración de los episodios si la temática les resulta interesante, especialmente a las mujeres.

La presencia de vídeo en los podcasts polariza la opinión de sus oyentes: el 36% prefiere que solo haya audio –especialmente los oyentes de 35 a 54 años–, a un 33% le resulta indiferente y un 32% apuesta por el vídeo (más los menores de 35 años).