

Spotify refuerza el pódcast con la compra de dos empresas

Spotify, el gigante sueco de servicios de «streaming» de audio, va a reforzar su apuesta por el negocio del pódcast con la adquisición de Podsights y Chartable, dos populares herramientas para los creadores de contenidos en audio.

En un comunicado, Spotify anunció este miércoles la compra de las dos compañías, sin dar detalles sobre el precio pagado.

Las adquisiciones se suman a otras parecidas hechas por la compañía sueca en los últimos años, entre ellas la compra en 2020 de Megaphone, una firma de tecnología para pódcasts, y en 2019 la de Anchor, una plataforma para crear este tipo de productos.

La empresa de «streaming» ha convertido los pódcasts en una de sus grandes apuestas, con importantes inversiones en los últimos años, incluido el fichaje del polémico cómico Joe Rogan, responsable del pódcast más escuchado de EEUU.

Spotify destacó en su nota que Podsights es un líder en el campo de los servicios de medición de publicidad en pódcasts, mientras que Chartable es una plataforma de análisis de datos que permite a los creadores conocer y ampliar sus audiencias.

La empresa destacó que se espera que la publicidad digital en audio en Estados Unidos crezca hasta casi los 8.000 millones de dólares para 2025, con unos 2.700 millones vinculados directamente a los pódcasts.

«Creemos que el próximo paso para liberar este crecimiento es demostrar el impacto de la publicidad de audio a través de innovaciones en la medición y atribución para los anunciantes e información sobre la audiencia para los editores», señaló la compañía.

Con información de Efe.