

La red de proveedores y socios que hace posible que un podcast funcione incluye una variedad de actores clave, cada uno desempeñando un papel fundamental en el proceso de creación, distribución y promoción del contenido. En primer lugar, los proveedores de tecnología son esenciales: plataformas de grabación, edición y alojamiento de archivos de audio (como Audacity, Adobe Audition, o Libsyn), que permiten la creación y distribución de los episodios. Los diseñadores y editores de sonido también son cruciales para garantizar la calidad del audio, eliminando ruidos indeseados y mejorando la experiencia de escucha.

Por otro lado, los socios de distribución y plataformas de streaming (como Spotify, Apple Podcasts o Google Podcasts) juegan un papel vital al permitir que el podcast llegue a una audiencia global. Además, los colaboradores y expertos invitados aportan contenido valioso y diversificado, enriqueciendo los episodios con perspectivas especializadas. Los socios comerciales y patrocinadores también son fundamentales para financiar el proyecto, ofreciendo apoyo económico a cambio de menciones o promociones durante el podcast. Finalmente, los community managers o gestores de redes sociales son clave para mantener la interacción con la audiencia, promoviendo el podcast en diferentes plataformas y fomentando la participación activa del público.