

El cliente principal al que se dirigirá el podcast son personas interesadas en temas de actualidad, cultura, tecnología y desarrollo personal, con un enfoque en oyentes de entre 18 y 45 años que buscan contenido accesible y valioso para su vida diaria. Este público incluye tanto a jóvenes profesionales como a estudiantes, personas interesadas en aprender de manera constante, así como a aquellos que desean mantenerse al tanto de las tendencias y noticias relevantes.

Además, se apuntará a un segmento que valora la diversidad de opiniones y la participación activa, buscando una experiencia más interactiva que va más allá de solo escuchar. El podcast atraerá a oyentes que buscan contenido de calidad, ameno y bien investigado, y que están dispuestos a involucrarse en conversaciones a través de redes sociales, sugerencias de temas y comentarios. De este modo, el podcast se convierte en un espacio para aprender, reflexionar y conectarse con otros que comparten intereses similares.