



ESTUDIO **MENUDO** **PODCAST**

Un medio propio de la Asociación Popular de Ahorros y Préstamos (APAP)

Impacto y Replicabilidad

2019 - 2025



ASOCIACION POPULAR
DE AHORROS Y PRESTAMOS

Menudo Podcast: Impacto que trasciende



La comunicación crea el espacio y las condiciones para que una organización exista en la mente y en el corazón de las personas. Lejos de ser entidades estáticas, las organizaciones están en movimiento permanente: crecen, evolucionan y se transforman. Este dinamismo exige plataformas y herramientas capaces de encapsular su esencia, contar historias y, al mismo tiempo, sentar las bases para que nuevas narrativas continúen desarrollándose. Es imposible imaginar una organización sin comunicación.

En 2020 decidimos incursionar en un territorio, en aquel entonces, poco explorado para una entidad financiera dominicana: lanzar una plataforma propia de pódcast. Un espacio desde el cual pudiéramos encontrar nuevas formas de desdoblar la narrativa de la Asociación Popular de Ahorros y Préstamos, priorizando la profesionalidad, la ética, la atención al detalle y una cuidadosa producción en la construcción del contenido.

Seis años después de aquel primer episodio, de aquellas primeras conversaciones, seguimos haciéndonos preguntas: ¿cuál ha sido el impacto de este proyecto? ¿cómo se ha percibido su valor? Menudo Podcast ha crecido y evolucionado en formato y alcance, pero detenernos a reflexionar sobre sus efectos, más allá de las métricas tradicionales - audiencia, interacciones, ubicación geográfica - era un paso necesario. Solo a través de esa mirada crítica es posible identificar nuevos caminos por explorar y distintos ángulos desde los cuales mirar.

Este estudio parte justamente de esa premisa. Formulamos las preguntas, condujimos las entrevistas, levantamos los datos, documentamos el proceso y volvimos a cuestionar lo que la data nos revelaba. Un camino similar al de producir cada episodio, pero con una diferencia esencial: en esta ocasión, **el invitado era el proyecto mismo.**

Menudo Podcast: Impacto que trasciende

Los resultados respaldan la visión con la que nació Menudo Podcast: **la comunicación y los contenidos trascienden las plataformas para las que se crean, fortalecen las narrativas existentes y generan cambios significativos en la forma de pensar, sentir y actuar de las personas.**

Los hallazgos que aquí presentamos evidencian **que invertir en comunicación estratégica genera valor tangible para los públicos y para la organización.** Al compartir estos resultados, reafirmamos nuestra convicción de que el conocimiento se fortalece cuando se pone en común.

Esperamos que los aprendizajes de este estudio inspiren nuevas iniciativas, fomenten la exploración de formatos innovadores y contribuyan a construir soluciones colectivas, humanas y con criterio, que sigan generando impacto real.



Estudio Menudo Podcast APAP Impacto y Replicabilidad

(2019–2025)



ÍNDICE



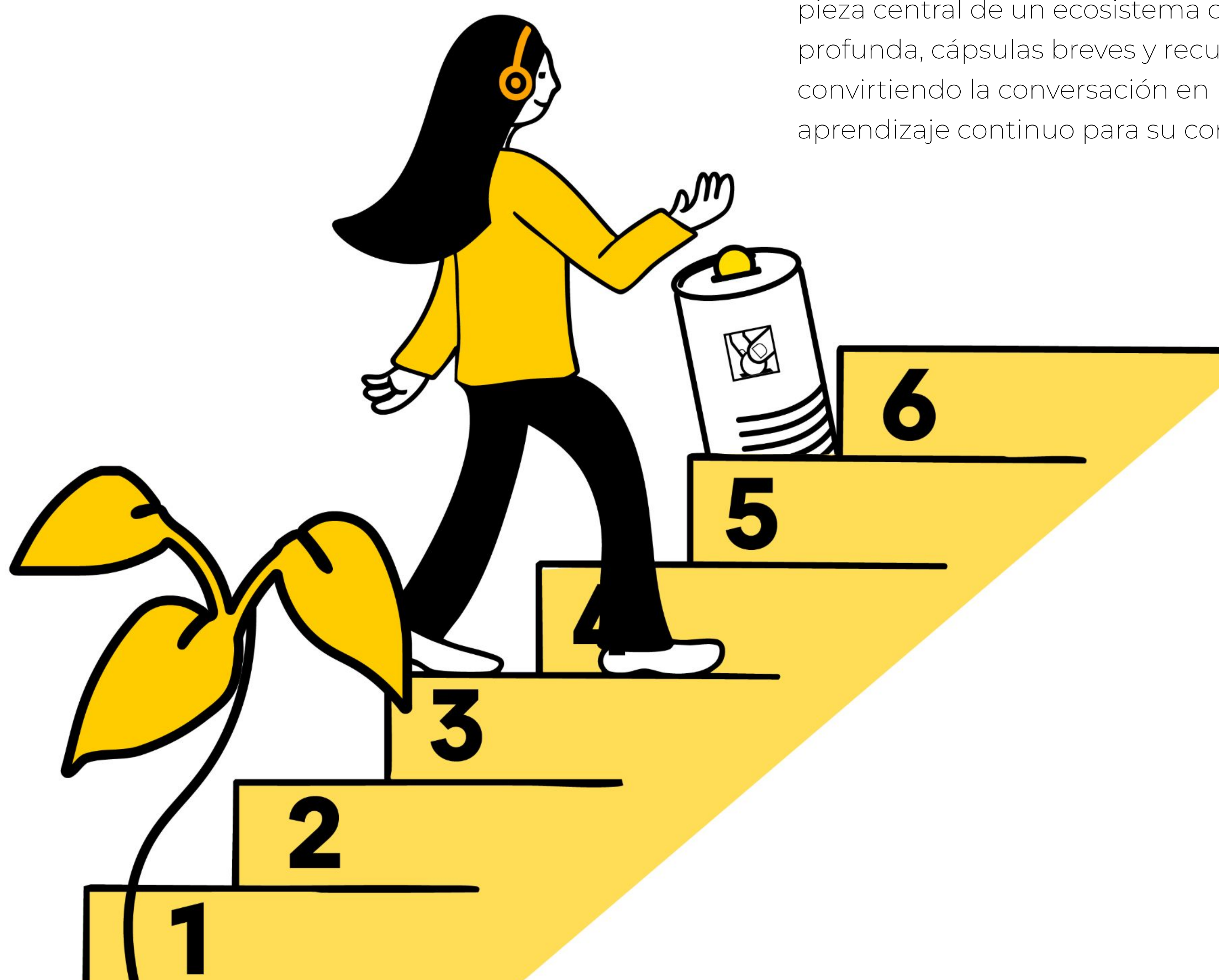
1. **Resumen ejecutivo:** 6 aprendizajes en 6 años
2. **Memoria** del proyecto: 2019 - 2025
3. **Metodología** del informe
4. **Resultados** integrados y aprendizajes
 - 4.1. **Escuela accesible**
 - 4.2. **Del audio a la acción**
 - 4.3. **Comunidad y acompañamiento**
 - 4.4. **Reputación de la marca**
 - 4.5. **Diferenciadores del formato**
 - 4.6. **Formatos para escalar**
5. **Aporte** al negocio
6. **Replicabilidad**
7. **Conclusiones**
8. **Sobre APAP**
9. **Créditos**
10. **Anexos**

Menudo Podcast ha transitado seis años en los que pasó de ser una propuesta pionera de APAP por el audio conversacional a consolidarse como dispositivo educativo y reputacional: un canal donde la utilidad y la cercanía son rasgos característicos de la organización.

La evidencia mixta (11 entrevistas cualitativas a invitados y stakeholders; 60 encuestas) indica que

la audiencia aprende y aplica, desde hábitos financieros y productividad hasta decisiones tácticas, mientras que la organización gana credibilidad al ofrecer contenido no publicitario, consistente y accionable.

En paralelo, el formato podcast, a nivel global, se ha consolidado como un medio que amplifica el mensaje: conecta a las marcas con personas que buscan aprender y tomar mejores decisiones, y permite que los contenidos viajen a distintos momentos del día y dispositivos. Menudo se inserta en esa tendencia como pieza central de un ecosistema que combina escucha profunda, cápsulas breves y recursos complementarios, convirtiendo la conversación en una herramienta de aprendizaje continuo para su comunidad.



1. El podcast como escuela accesible y continua.
2. La traducción del audio en acciones y decisiones concretas.
3. La función de acompañamiento emocional que sostiene la persistencia del emprendedor.
4. El refuerzo reputacional de APAP como cercana e innovadora.
5. Los diferenciadores de producción y voces locales que habilitan profundidad y utilidad.
6. Rutas de escalamiento hacia un ecosistema educativo modular (episodio → cápsulas → guía → microtaller).



Resumen ejecutivo: 6 aprendizajes en 6 años

1

Desde su concepción, Menudo Podcast se estableció como un recurso educativo orientado a ofrecer recomendaciones relevantes que contribuyan al desarrollo integral de su audiencia. En este sentido, se presenta un análisis que recoge las impresiones y valoraciones de quienes han experimentado los beneficios derivados de este proyecto.

En cifras, la audiencia que participó en la encuesta describe el podcast como recurso formativo **(85.5%)**; prefiere podcast y reels como formatos de consumo/apropiación **(69.2% y 67.3%)**; y reconoce estos episodios de alto valor para el impulso de sus proyectos:

¿Qué hay detrás del contenido?

EPISODIO 1 - TEMPORADA 3

Con **Alf Álvarez**, creativo, productor radial, y fundador de Hey Marcas y el Snack Report.

Nuevo año, nuevo yo: ¿mismas rutinas?

EPISODIO 9 - TEMPORADA 3

Con **Juan Carlos de Jesús, o Dr. Proactivo**, fundador de Proactiva, empresa dedicada a la consultoría sobre liderazgo y cultura organizacional.

¿Es posible la felicidad laboral?

EPISODIO 5 - TEMPORADA 1

Con **Ivanna Lajara**, VP de People and Culture en Arajet, también fundadora de Felicidad Laboral.

Consolidar a la marca como referente educativo al ofrecer una propuesta de contenidos que impulse la adopción de buenas prácticas en emprendimiento y finanzas, presentada en un lenguaje claro, cercano y útil para públicos clave. La iniciativa busca elevar la utilidad percibida de los contenidos y fortalecer la confianza mediante mensajes orientados a la acción, ejemplos contextualizados y aprendizajes aplicables al día a día.

Su enfoque prioriza el impacto para la audiencia, facilitando comprensión, motivando mejoras graduales y promoviendo decisiones informadas. Se acompaña de un seguimiento a nivel agregado (no individual) que permita observar tendencias generales de recepción y aprovechamiento, resguardando la confidencialidad y evitando la divulgación de metodologías o herramientas propietarias.

En síntesis, se trata de transformar desde un canal de comunicación hacia una plataforma formativa reconocida por su relevancia social, su coherencia con los valores de la marca y su capacidad de aportar valor práctico en los contextos donde la audiencia aprende y emprende.



Historia y transformación de Menudo Podcast

(2019–2025)

2

2019

Desarrollo y conceptualización

Nace el primer podcast de una entidad financiera; una caja de herramientas de contenido con valor para la productividad y felicidad.

2020

Lanzamiento de la primera temporada

con 21 episodios, de lo presencial a la virtualidad durante la pandemia.

2021

Consolidación

con el lanzamiento de una segunda temporada de 19 episodios.

2022-2023

Integración del formato video

y estreno de una nueva temporada de 17 episodios, nueva comunidad en YouTube.

2024

Formato serial de 6 episodios

, hitos de contenidos en redes sociales y nueva comunidad en LinkedIn, formato mesa redonda con un invitado y un colaborador de APAP.

2025

Transformación del formato

, investigación para medir reputación y valor social con un enfoque educativo y de replicabilidad para los emprendedores, dueños de negocios, pymes, empresas y personas, que buscan impulsar sus marcas o proyectos personales.

Historia y transformación de Menudo Podcast

(2019–2025)

2

Contexto de origen

En 2019, Menudo emerge cuando el podcast de marca local era incipiente. Su diferencial: temas complejos traducidos a conversaciones claras, con foco en finanzas personales/negocios, digitalización, tecnología y bienestar. La pandemia (2020–2021) tensiona necesidades informativas y emocionales: la audiencia busca orientación práctica y referentes locales; Menudo capitaliza esta demanda con episodios contextualizados, elevando su valor percibido.

Curva de consolidación (2022–2024)

Crece la diversidad de invitados y la madurez del formato: mejora la preparación de entrevistas, se estabiliza un tono más enfocado al servicio, con claridad y cercanía, y se incluye el formato de video, que hoy permite estrategias de reactivación sin necesidad de grabar nuevos episodios a través de la curaduría temática, las cápsulas subtituladas, guías rápidas, y otros tipos de contenido.

Punto de inflexión (2025)

El proyecto ya no se concibe solo como feed de audio: la evidencia de aprendizaje y aplicación habilita evolucionar hacia un ecosistema educativo replicable para una audiencia orientada al crecimiento personal y al impulso de sus proyectos.

64 Episodios Publicados

04 Temporadas

Audiencia y plataformas

Como conjunto, los indicadores de consumo de audio y de conversación en redes muestran una fuerte base para seguir amplificando el proyecto.

En plataformas de podcast, Menudo acumula 10,883 *streams* y descargas desde el lanzamiento del proyecto. Dentro de ese total, en Spotify se registran más de 9 mil reproducciones y 116 horas de escucha, con una audiencia 60.6% femenina y 35.4% masculina, distribuidas en las aplicaciones de Spotify, con un 49.4% y Apple Podcasts con un 36.1%. En redes sociales, el histórico consolidado registra 2,255,984 impresiones, 2,652,122 interacciones y 52,604 de alcance.

LinkedIn newsletter

43,134

Suscriptores a
septiembre de 2025

170,705

Seguidores de APAP
en LinkedIn

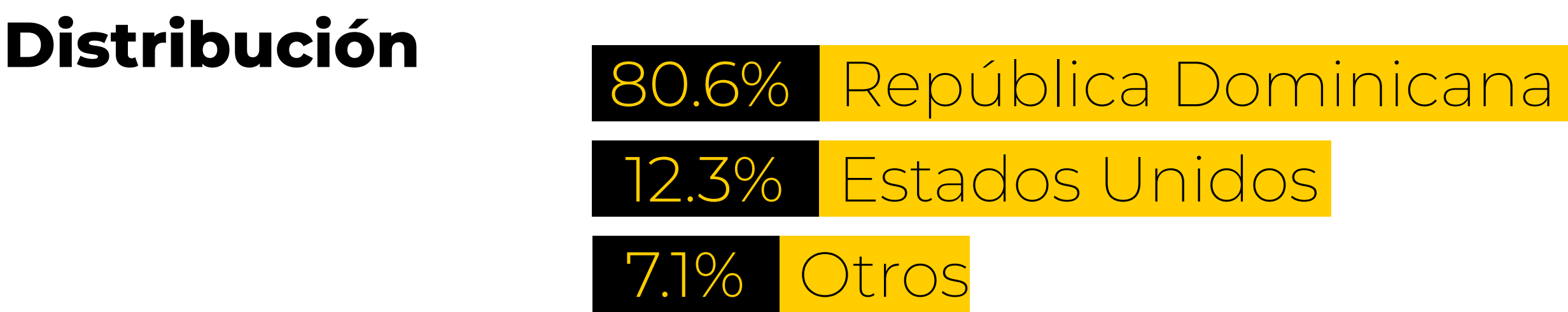
El newsletter en **LinkedIn** funciona como una comunidad cerrada y *opt-in* donde las personas se suscriben para recibir contenidos con valor práctico. Más que informar, el espacio comparte insumos que facilitan la acción: resúmenes aplicados de los episodios y casos locales. Este formato permite una conversación más cuidada y recurrente, y refuerza el propósito del proyecto: aprender, aplicar y compartir en un entorno seguro y concentrado.

Historia y transformación de Menudo Podcast

(2019–2025)

2

Spotify + Apple	Audiencia	Plataformas	Youtube	Redes Sociales
9,063	92.9%	71.4%	37%	+2.25M
Plays (histórico)	Mujeres	Spotify	Tasa de finalización	Impresiones
	28-44	23.8%		+2.65M
	Años	Apple Music		Interacciones



La serie de episodios más recientes y su línea gráfica, dedicada al ahorro (2023-2024).

Metodología del informe

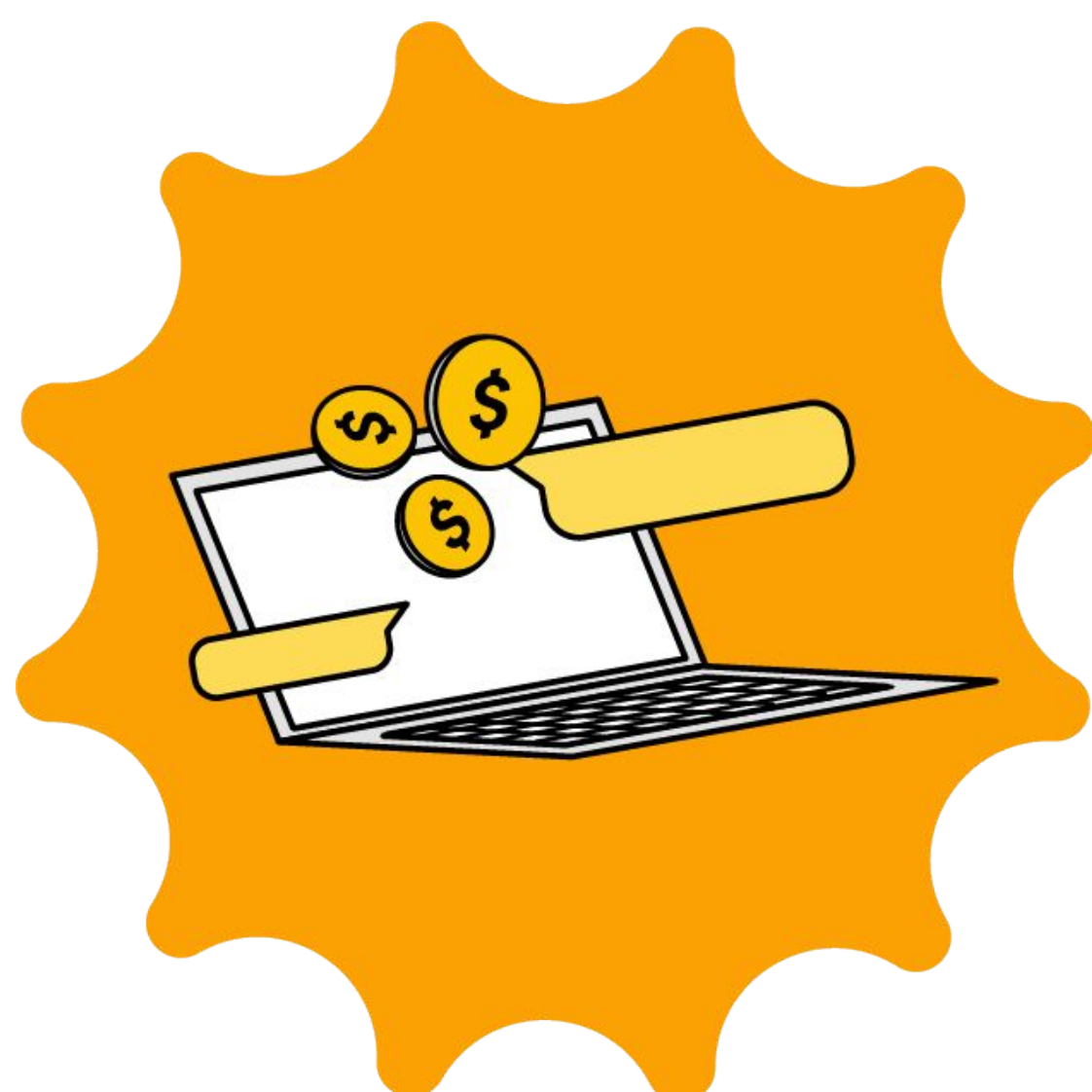
3

Diseño y propósito

Para entender Menudo Podcast no bastaba con contar reproducciones: había que escuchar y medir. Por eso optamos por una estrategia mixta que mira, a la vez, qué ocurre y por qué ocurre. Del lado cuantitativo, 60 encuestas nos ayudaron a cartografiar percepciones de utilidad, preferencias de formato, temas de mayor interés y cuáles episodios la audiencia considera más útiles para pequeñas y medianas empresas, dueños de negocios y personas que buscan impulsar sus proyectos. Del lado cualitativo, 11 entrevistas nos permitieron entrar en los contextos de uso: cómo la gente descubre el contenido, de qué manera lo integra en su rutina, qué señales de valor reconoce y qué relación emocional construye con la propuesta y con la organización.

¿Cómo leímos la evidencia?

Se trabajó con una lectura en capas. Primero, la traza cualitativa: se codificaron las conversaciones en torno a seis ejes: valor educativo, acción y aplicación, comunidad y afecto, reputación, diferenciadores del formato y combinaciones de formatos, y se contrastaron estos hallazgos con insumos históricos del proyecto. Luego, la traza cuantitativa: se realizó descriptivos y cruces simples para ubicar tendencias, identificando como rutas prioritarias aquellas preferencias que superan umbrales altos (por ejemplo, elecciones por encima del 60%). Esta doble mirada permitió pasar del dato al significado y del significado a decisiones operables.



Alcances y límites

La muestra de n=60 encuestas orientan la lectura de percepciones y comportamientos declarados en torno al proyecto, ofreciendo insumos para comprender utilidad percibida, preferencias de formato y temas de mayor interés. De forma complementaria, las 11 entrevistas cualitativas permiten contextualizar cómo se usa el contenido, qué señales de valor se reconocen y de qué modo se describe el vínculo con la propuesta y la marca. En conjunto, estos resultados representan la evidencia disponible a partir de las herramientas aplicadas y se presentan en términos agregados, sin extrapolaciones poblacionales ni inferencias más allá del alcance del estudio.

Sobre las citas

Las voces que aparecen en el documento son citas textuales; cada una conserva su forma original y se presenta con atribución (nombre y fecha cuando está disponible). Para asegurar la trazabilidad, mantuvimos una matriz de citas que conecta cada hallazgo con su fuente y con la sección donde se utiliza. De esta manera, el informe conserva su carácter público y al mismo tiempo protege los procesos internos y la información sensible de la institución.

Captura de pantallas de entrevistas virtuales para el informe (2025)

Resultados integrados y aprendizajes



4.1: El podcast como “escuela accesible”

Menudo funciona para la audiencia como una escuela accesible: facilita comprender y recordar conceptos útiles para la vida y el trabajo con lenguaje cercano y ejemplos locales.

No es solo percepción: **67.3%** de los encuestados afirma que el podcast “le educó sobre temas importantes”, con intereses concentrados en finanzas personales (**72%**) y emprendimiento/negocios (**50%**); y esa experiencia se reconoce en la voz de los invitados:

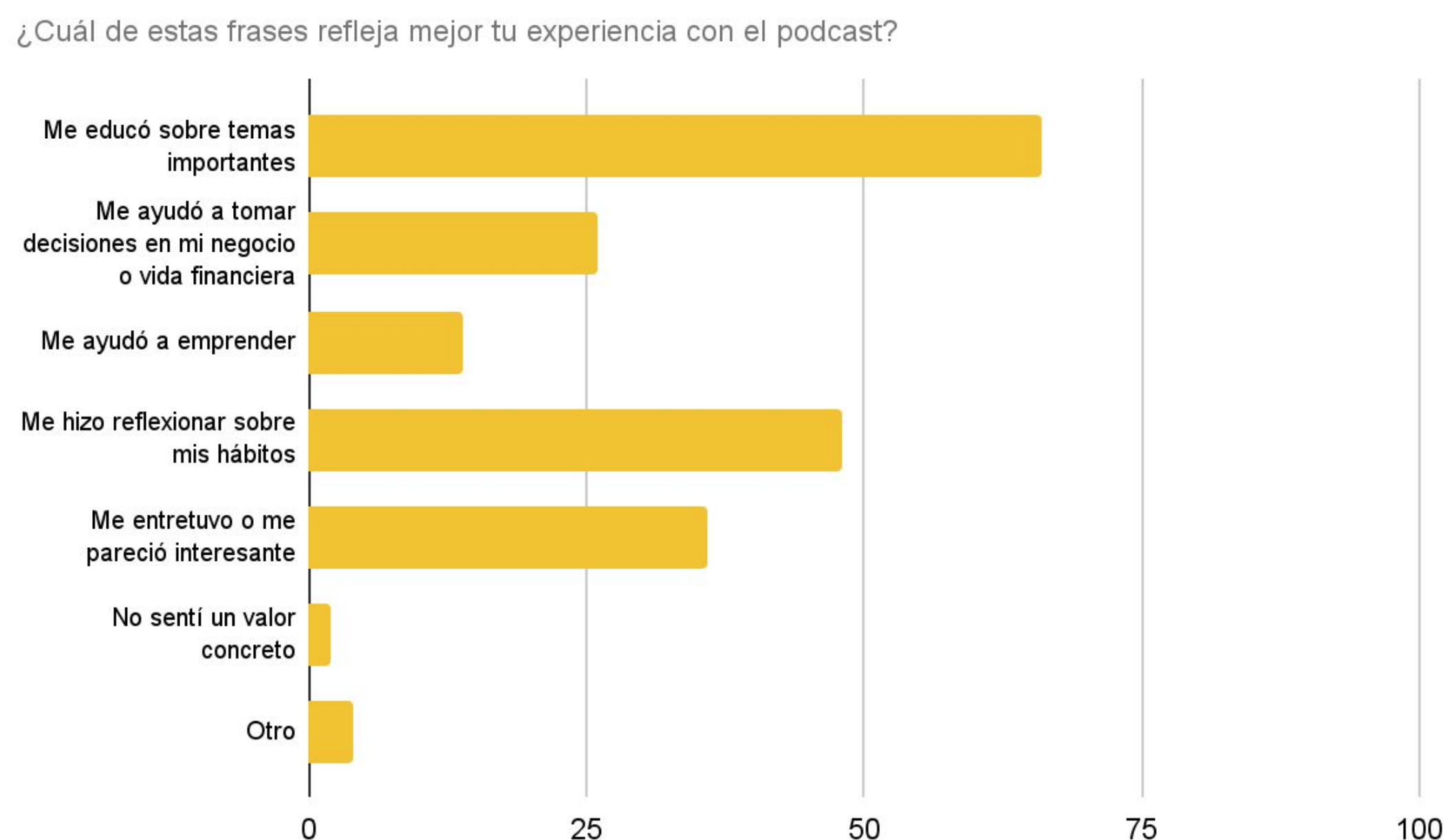
“Entrar en un formato más humano, más orgánico, pero igual lleno de valor, ha sido una experiencia sumamente complementaria.” - Suz

Amaro, fundadora de Vivesmart, coach de productividad y felicidad para dueños de negocios.

Dato relevante

67.3%

“Me educó sobre temas importantes”



Fuente: Encuesta – Impacto y Replicabilidad de Menudo Podcast (2025)

Valor para la audiencia y la comunidad

Ofrece un espacio claro y cercano para entender y recordar contenidos relevantes para la vida personal y el trabajo, reconocido como recurso formativo por la mayoría de quienes participaron en la encuesta.

Relevancia para APAP

Consolida a la institución como referente educativo confiable y cercano, reconocida por ofrecer contenidos útiles que acompañan a las personas en sus decisiones cotidianas.

Intereses de los encuestados

72% Finanzas Personales.

50% Emprendimiento / Negocios.

Resultados integrados y aprendizajes



4.2: Del audio a la acción

Menudo no se queda en la inspiración: impulsa pequeños cambios que, con el tiempo, hacen la diferencia. Quien escucha relata que reorganiza, revisa, ajusta; que vuelve sobre una idea y la lleva a su terreno con más confianza. La conversación, entonces, deja de ser un momento aislado para convertirse en un punto de apoyo que habilita decisiones concretas.

Ese tránsito del “me interesó” al “lo apliqué” es el corazón del valor percibido. No se trata de prometer grandes transformaciones inmediatas, sino de acompañar la práctica cotidiana con criterio. Cuando un contenido contribuye a mirar mejor un proceso o a ordenar una prioridad, gana prestigio y se vuelve herramienta.

Dato relevante

92%

“Me ayudó a tomar decisiones y me educó sobre temas importantes.”

Top episodios útiles

38.8%: Alf Álvarez.

34.7%: Dr. Proactivo.

34.7%: Ivanna Lajara.

Valor para la audiencia y la comunidad

Menudo impulsa a las personas a tomar decisiones con más criterio y a avanzar en mejoras graduales que fortalecen su crecimiento personal y profesional.

La audiencia encuestada reporta que el contenido “le ayudó a tomar decisiones” (26.5%). Ese efecto se reconoce en voces concretas:

“Empecé a estudiar francés para mejorar mi memoria, luego que escuché la entrevista de una doctora geriátrica”

Participante de la encuesta

Relevancia para APAP

Vincula a la marca con resultados valiosos para las personas y con una forma de aprender que se traduce en práctica.

Resultados integrados y aprendizajes

4

4.3: Comunidad y acompañamiento emocional

Emprender y, en general, aprender supone dudas, curvas y algunos tropiezos. Escuchar a otros nombrar esos pasajes con honestidad hace que el camino pese menos. En Menudo, muchos encuentran ese respiro: un recordatorio de que no están solos, de que es válido intentar de nuevo y de que compartir lo aprendido también ayuda a los demás.

Con el tiempo, esa experiencia crea pertenencia. Las historias de quienes han pasado por desafíos parecidos se vuelven referencia y compañía; las ideas circulan y regresan convertidas en ánimo, en perspectiva. Esa dimensión, menos visible en números, explica por qué tantas personas recomiendan el proyecto y por qué vuelven cuando necesitan orientación o simplemente sentirse acompañadas.

Relevancia para APAP

Afianza una relación de confianza sostenida con sus públicos y reafirma un vínculo de largo plazo basado en cercanía y acompañamiento.

Valor para la audiencia y la comunidad

Menudo fortalece vínculos y fomenta el apoyo entre pares: no solo informa, acompaña. En la encuesta, 14.3% afirmó que el podcast “le inspiró a emprender”, un impulso que muchas veces nace en contextos desafiantes:

*“Me motivó poder hablar de lo que estaba pasando con la pandemia; el enfoque del podcast me pareció interesante y sentía que podía salir una conversación valiosa. Al mismo tiempo, **me ayudó a reflexionar todo lo que estaba cambiando** para nosotras en *Pretty Busy* y para nuestra audiencia.”*

Miyuki Kasahara, fundadora de Parcería, mentora de negocios.

Ese acompañamiento se convierte en prácticas cotidianas:

*“Sí, del episodio del Dr. Proactivo **‘las pausas muchas veces son más productivas que la acción’**. Lo he puesto en práctica en ambos aspectos de mi vida y la verdad ha funcionado.”*

Participante de la encuesta

Y se traduce en fidelidad afectiva:

“¡Que sigan! Hacen falta.”

Participante de la encuesta

Resultados integrados y aprendizajes

4

4.4: Reputación: marca cercana e innovadora

Cuando un contenido informa con claridad, evita lugares comunes y conversa desde la realidad de la gente, la marca que lo impulsa también habla. En Menudo, la audiencia reconoce calidad, tono humano y pertinencia local. Esa coherencia (ser útiles sin ser publicitarios) construye presencia con sentido: la institución aparece allí donde puede aportar.

Esa presencia no busca el impacto por el impacto mismo. Busca que cada intervención tenga propósito y esté a la altura del momento. Con el paso del tiempo, esa forma de estar genera confianza y abre puertas para participar de conversaciones relevantes en la comunidad, el sector y el país.

Demografía

60.6% Mujeres

Plataformas

49.4%: Spotify.

36.1%: Apple Music.

4.5%: Web.

La lectura porcentual de los datos anteriores subraya un perfil consistente y una presencia con sentido: la marca aparece donde aporta valor y la comunidad la identifica como un referente confiable.

Valor para la audiencia y la comunidad

La audiencia reconoce en Menudo una voz clara y profesional que informa con empatía y rigor, sin artificios.

Esa percepción se refleja también en quiénes participan:

“La plataforma tenía el nivel profesional... podía abordar ambos temas, tanto el personal como el empresarial.”

Juan Carlos de Jesús (Dr. Proactivo), coach de productividad, fundador de Proactiva.

“Por ser una institución financiera, por la credibilidad que representa y la marca que es, me interesó participar.”

Ivanna Lajara, fundadora de Felicidad Laboral.

Relevancia para APAP

Refuerza una imagen de utilidad e innovación puesta al servicio de las personas.

Resultados integrados y aprendizajes



4.5: Diferenciadores del formato: producción y voces locales

Quien escucha Menudo Podcast percibe preparación y profundidad. Las preguntas abren espacio, las ideas respiran y las voces locales anclan la conversación a un territorio concreto, con sus retos y matices. Esa mezcla, el equilibrio entre lo técnico y lo humano, hace que las entrevistas enseñen y acompañen a la vez: dejan algo que vale la pena guardar, pensar y compartir.

Ese “modo de conversar” se siente desde fuera. Uno de los invitados lo resume así:

“El enfoque me pareció fresco... me quedó mucho esa sensación, como una conversación... estuvo buena, fue divertido.” - Martín Córdova, CEO y fundador de The Lab, socio de La Sociedad.

No se trata de una fórmula rígida, sino de una actitud: curiosidad por comprender, respeto por el tiempo del otro y claridad al nombrar lo importante. La audiencia reconoce esa consistencia y la identifica como parte del sello propio de Menudo.

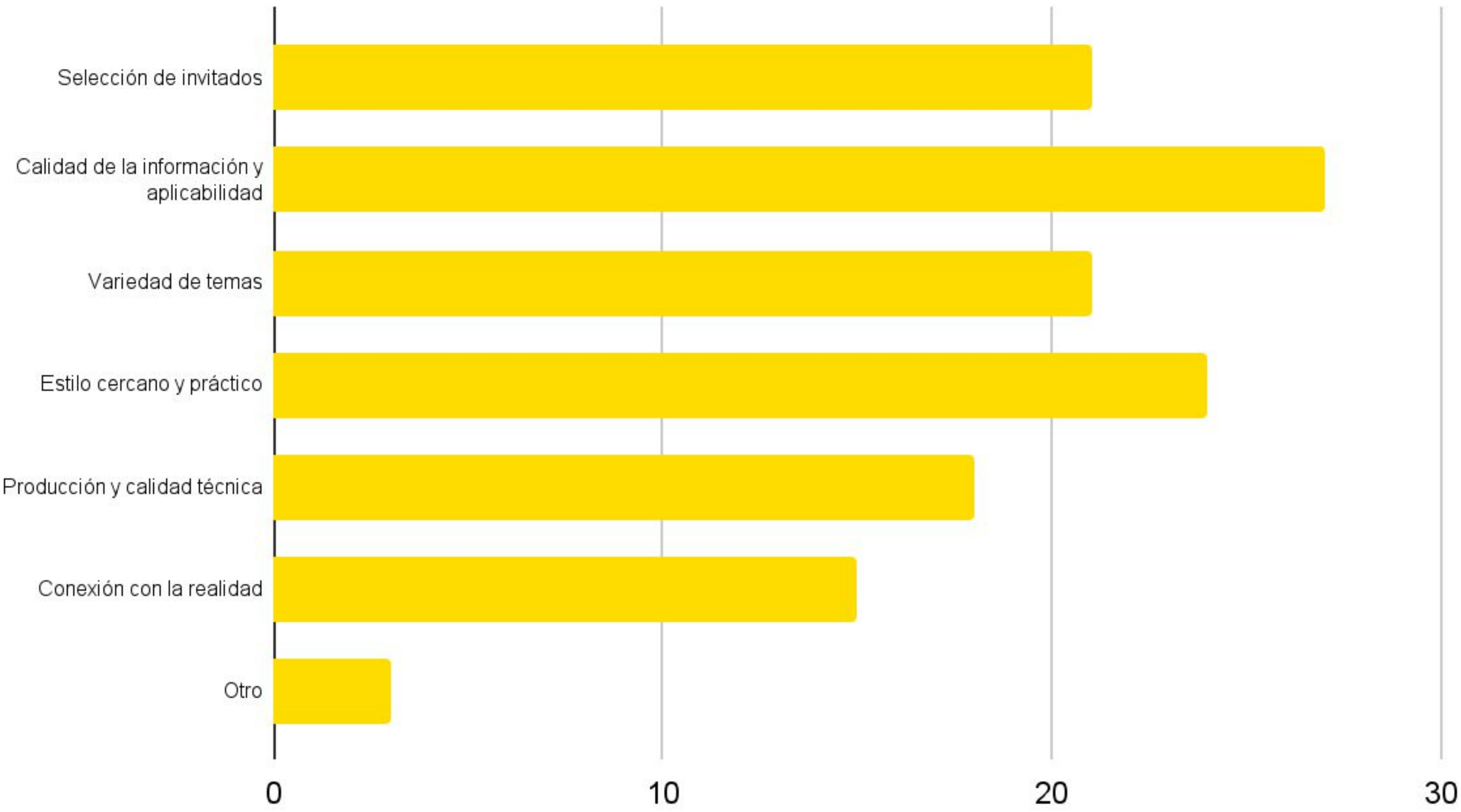
Valor para la audiencia y la comunidad

Ofrece conversaciones que enseñan y acompañan, no solo entretienen, con un tono cercano y profesional a la vez.

Relevancia para APAP

Refuerza la imagen de APAP como una institución que produce contenidos serios y cercanos, con un estándar de calidad reconocible en la conversación pública.

Valores diferenciales de Menudo Podcast



Fuente: Encuesta – Impacto y Replicabilidad de Menudo Podcast (2025)

Resultados integrados y aprendizajes

4

4.4: Formatos y rutas para escalar: ecosistema educativo.

Las personas no aprenden todas de la misma manera ni en el mismo momento. Por eso, alrededor de Menudo Podcast conviven varias puertas de entrada: el episodio que explica en profundidad, la pieza breve que refuerza una idea y el recurso que orienta el siguiente paso. La encuesta confirma esa preferencia por una combinación de formatos: podcast (69.2%) y reels (67.3%) aparecen como las opciones más elegidas, seguidas por talleres (55.8%) y guías (40.4%). A esto se suma un dato clave: 85.5% de las personas consultadas considera el podcast como un recurso formativo.

Visto así, el archivo ya construido no es solo un catálogo, sino un punto de partida fortalecido para seguir creciendo con foco en aprendizaje.

Menudo puede recorrerse como una ruta: escuchar, comprender, retener, aplicar, compartir.

Cada tema invita a avanzar un poco más, respetando los tiempos de cada persona y sosteniendo una aspiración sencilla y poderosa: que lo que se aprende hoy sirva mañana.

Formatos preferidos

69.2%: Podcast.

67.3%: Reels.

55.8%: Taller.

40.4%: Guía.

Utilidad Formativa

85.5%

Considera el podcast como un recurso formativo.

Valor para la audiencia y la comunidad

Ofrece más caminos para aprender, de acuerdo con los tiempos, preferencias y necesidades de cada persona, combinando profundidad, refuerzo y recursos prácticos.

Relevancia para APAP

Oportunidad de evolucionar hacia una propuesta educativa reconocida por su relevancia social y su continuidad en el tiempo.





¿Cómo un proyecto de contenidos se convierte en valor?

Menudo Podcast nació como una conversación; con el tiempo, esa conversación fue dejando huellas visibles.

Primero en la percepción, una marca que informa con claridad, que escucha y acompaña; luego en los comportamientos, personas que recomiendan, que vuelven, que llevan una idea a la práctica; y, finalmente, en el valor que una institución puede cosechar cuando su presencia es útil y coherente. A este recorrido lo leemos como un circuito virtuoso:

Reputación que habilita = Conductas que generan valor.

Aporte al Negocio

5

5.1 Reputación: lo que la gente percibe

El proyecto ha tejido una imagen cercana, innovadora y útil. No se trata solo de ser visibles, sino de aparecer con sentido: cuando hay algo que explicar, cuando hace falta un ejemplo local, cuando conviene poner en contexto y ordenar las ideas. Esa consistencia es la base del vínculo: una reputación que se asocia a claridad, pertinencia y servicio.

¿Qué queda instalado en la audiencia?

- Una voz confiable que habla en lenguaje humano.
- Contenidos que aclaran y orientan sin prometer atajos.
- La sensación de que vale la pena volver: siempre hay algo que aprender.

5.2 Conductas: lo que la gente hace

La buena reputación encuentra su prueba en las acciones. En el caso de Menudo Podcast, esas acciones aparecen en distintos planos: personas que recomiendan episodios, que vuelven a escuchar para tomar notas, que ajustan hábitos cotidianos y que se permiten probar cosas nuevas a partir de lo escuchado.

En la encuesta, 26.5% de las personas afirma que el podcast “le ayudó a tomar decisiones”, y a la pregunta “¿Has aplicado alguna idea del podcast en tu vida o negocio?” varias respuestas describen ese impacto como pasos pequeños pero sostenidos en la vida diaria:

*“Antes era compradora compulsiva, ya me he **educado** sobre eso”.* -

Participante de la encuesta

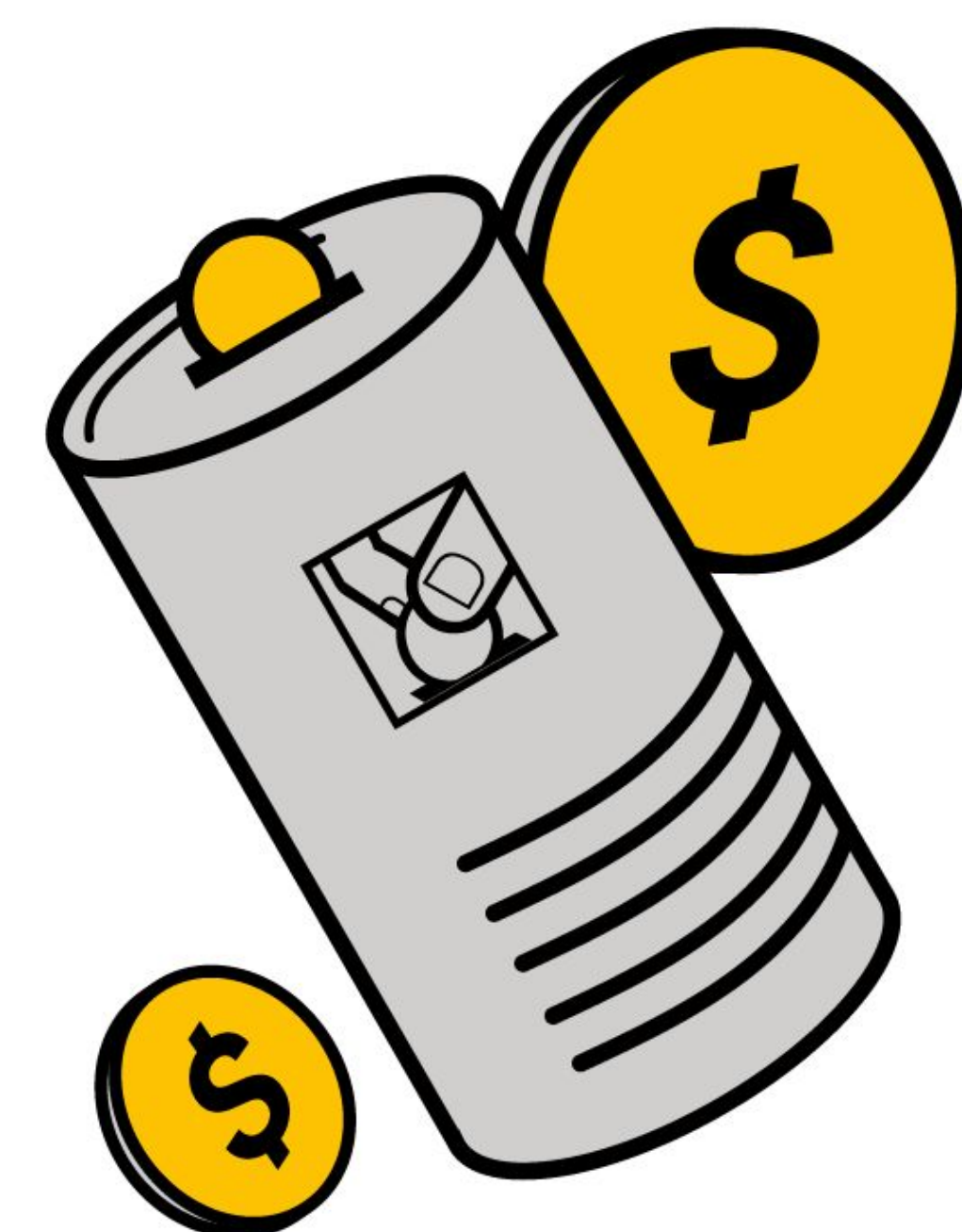
*“Unos de los episodios que más me gustó y encontré útil fue el de cómo **ahorrar** siendo joven en el que se presentan formas creativas sin sacrificar ser autosuficiente.”* -

Participante de la encuesta

En conjunto, estas voces muestran cómo el contenido se traduce en decisiones concretas: desde regular el ritmo, hasta mejorar la relación con el dinero, cuidar el bienestar o hacer ajustes en la forma de consumir y ahorrar.

Señales observables de valor agregado

- **Recomendación:** el contenido viaja de mano en mano.
- **Permanencia:** se vuelve a escuchar/consultar cuando hace falta.
- **Participación:** interés por recursos formativos y espacios de intercambio.
- **Aplicación:** ideas que pasan de la teoría al “lo hice”..



5.3 Valor: lo que la marca habilita

Cuando una comunidad confía y actúa, el valor aparece de formas diversas. En este caso, hablamos del valor que APAP, a través de Menudo Podcast, habilita en su entorno: por un lado, un crecimiento cualitativo, más conversaciones relevantes, más puertas abiertas para hablar de educación financiera, emprendimiento y bienestar; y, por otro, oportunidades concretas, como iniciativas educativas con identidad propia y espacios de colaboración con otros actores del ecosistema.

El llamado “**efecto halo**” se ve cuando la buena experiencia asociada a Menudo se extiende a la percepción de otras iniciativas de APAP.

En la encuesta, la audiencia señala como principales diferenciadores la calidad de la información (56.3%), el estilo cercano (50%), la variedad de temas (43.8%) y la conexión con la realidad (31.3%), atributos que se asocian tanto al podcast como a la institución que lo impulsa.

La confianza construida alrededor del contenido hace que la audiencia mire con mejores ojos los proyectos, programas y mensajes de APAP en general, no solo los del podcast. En otras palabras, lo que comienza como un proyecto de contenidos termina fortaleciendo la imagen global de la organización.

Manifestaciones de valor

- **Comunidad cualificada** alrededor de temas clave.
- **Oportunidades de colaboración** con organizaciones y sectores afines.
- **Continuidad:** una propuesta que puede sostenerse y evolucionar.
- **Legitimidad pública:** capacidad de participar en debates con evidencia y empatía.

5.4 Conversación profunda = aprendizaje que perdura

El impacto de Menudo no reside en un hito aislado, sino en su trayectoria. La combinación de conversación profunda y piezas de refuerzo permite que el aprendizaje perdure y que la relación se ensanche en el tiempo. Lo valioso no es solo lo que ocurre durante un episodio, sino lo que la audiencia hace después:

anotar, compartir, probar, volver.

5.5 ¿Qué significa esto para APAP?

Menudo Podcast es un claro ejemplo de cómo una institución puede generar valor al posicionarse en un lugar de utilidad para su audiencia. La reputación, cimentada en la claridad y la cercanía, fomenta acciones que abren puertas a nuevas colaboraciones, al intercambio de conocimientos y a una presencia que no solo informa, sino que educa.

En esencia, este es el aporte fundamental: una relación con la comunidad que construye confianza, genera conocimiento y crea oportunidades de crecimiento mutuo.



Grabaciones con los artistas del Paseo de las Artes APAP (2023)

Fermín Ceballos, Said Musa y Amaya Salazar.



¿Cómo convertir un archivo valioso en rutas de aprendizaje?

Menudo Podcast ya no es solo un catálogo: es un archivo vivo que puede recorrerse como ruta de aprendizaje. Al mirar de cerca lo que la audiencia valora (claridad, ejemplos cercanos y pasos practicables) aparece una idea simple: categorizar temas de manera que cualquiera pueda escucharlos, comprenderlos y llevarse algo que funcione mañana. Esa es, en esencia, la replicabilidad: transformar conocimiento disponible en experiencias prácticas.

En este proceso, la figura de la persona que lidera la conversación (*host*) juega un papel clave. La fluidez, naturalidad y capacidad para hacer buenas preguntas, ayuda a que las conversaciones fluyan, a que las personas invitadas se sientan cómodas y a que las ideas lleguen con más claridad a quien escucha.

Replicabilidad

6

6.1: Un itinerario sencillo que se repite

Cada tema puede seguir un itinerario reconocible. **No es una receta secreta**; es una forma de ordenar la experiencia para que más personas se beneficien, respetando sus tiempos y contextos.

1. Punto de partida: nombrar el problema

Todo empieza por ponerle nombre a la necesidad. ¿Qué duele más hoy: fijar precios, ordenar el flujo de caja, armar una oferta, cuidar la salud financiera del equipo? Al enunciar el tema con claridad, el aprendizaje encuentra su cauce.

2. Conversación que explica

Un episodio abre el panorama con calma: qué es, por qué importa y dónde suelen trabarse las cosas. La conversación, en lenguaje humano, marca la cancha y ofrece los conceptos mínimos para entender de qué estamos hablando.

3. Piezas que fijan y acercan

Las cápsulas breves, pensadas para móviles y con subtítulos, rescatan ideas clave, ejemplos locales y recordatorios útiles. Son “lo esencial” para quien necesita repasar rápido o descubrir el tema por primera vez.

4. Recurso que orienta el siguiente paso

Una guía práctica, con preguntas disparadoras, listas de verificación y casos de referencia, entre otros elementos, no reemplaza la decisión del emprendedor, pero acompaña ese primer intento.

La guía tiene vocación de “herramienta de mesa”: *se consulta, se marca, se comparte.*

5. Espacio para aprender con otros

Cuando hace falta ir un poco más allá, un encuentro breve (charla o tertulia) permite transformar dudas en acción. Allí se comparte experiencia, se ponen ejemplos sobre la mesa y cada quien se lleva su “próximo paso” escrito.

Este itinerario puede repetirse con distintos temas (finanzas del día a día, organización comercial, comunicación de marca, productividad) y con públicos específicos (pymes, jóvenes, mujeres), conservando la misma lógica:

explicar → fijar → orientar → acompañar.

Replicabilidad

6

6.2: ¿Qué hace que sea replicable?

La replicabilidad no descansa en un artificio, sino en **cuatro principios sencillos**:

1. Claridad:

Llamar a cada cosa por su nombre y explicar sin atajos.

2. Cercanía:

Ejemplos y voces locales que hagan sentido en nuestra realidad.

3. Aplicabilidad:

Al menos dos ideas practicables por pieza (algo que pueda probarse “esta semana”).

4. Continuidad:

Dejar siempre un próximo paso a la vista (otra pieza, un recurso, una conversación).

Con estos principios, un tema bien contado puede viajar a distintos contextos: un aula, una asociación empresarial, una comunidad de emprendedores... *sin perder su esencia.*



Conclusiones



01. Un aprendizaje que permanece

Menudo Podcast demostró que una conversación bien cuidada puede convertirse en un espacio al que se regresa para entender mejor, ordenar ideas y actuar con más criterio. No es solo una sensación: en la encuesta, 67.3% de las personas afirma que el podcast “le educó sobre temas importantes”, y 85.5% lo considera un recurso formativo. Esa continuidad de escucha y recuerdo sostiene el valor educativo del proyecto y muestra que el aprendizaje no se agota en un solo episodio.

02. De la inspiración a la práctica

Las personas no solo se informan: encuentran puntos de apoyo para tomar decisiones cotidianas y hacer ajustes posibles en su vida y su trabajo. 26.5% de quienes respondieron la encuesta dice que Menudo “le ayudó a tomar decisiones”, y a la pregunta “¿Has aplicado alguna idea del podcast en tu vida o negocio?” aparecen respuestas que hablan de cambios concretos: desde revisar hábitos de consumo (“Antes era compradora compulsiva, ya me he educado sobre eso.”) hasta incorporar nuevas prácticas de bienestar o ahorro creativo. Cuando una idea se vuelve gesto (ajustar, priorizar, ensayar), el contenido se transforma en herramienta y gana prestigio social.

03. Comunidad que acompaña

Escuchar historias cercanas normaliza el ensayo y error y reduce la sensación de ir solos. Un 14.3% de las personas encuestadas afirma que el podcast “le inspiró a emprender”, y muchos describen cómo episodios específicos han influido en su forma de cuidar su salud, sus finanzas o su camino profesional (como quien comenta que, tras escuchar a un invitado, empezó a estudiar francés para cuidar su memoria, o quien adopta la idea de que “las pausas muchas veces son más productivas que la acción”). Esa sensación de acompañamiento se resume en mensajes simples y potentes como: “¡Que sigan! Hacen falta.”; un efecto de pertenencia que explica por qué el proyecto se recomienda y por qué muchos regresan a él.

04. Una reputación con propósito

La audiencia reconoce claridad, cercanía y conexión con la realidad local. En los datos de escucha, la mayoría se identifica como mujer y se conecta principalmente a través de Spotify y Apple Podcasts, mientras que en las conversaciones cualitativas se valora el equilibrio entre profesionalismo y calidez. **Esa coherencia (ser útiles sin ser publicitarios) consolida una presencia con sentido: la marca aparece allí donde puede aportar. Para APAP, esto se traduce en una reputación asociada a servicio, educación y cercanía, más que a mensajes estrictamente comerciales.**

05. Un sello reconocible

Preparación, profundidad y voces locales conforman un modo de conversar que enseña. Los invitados describen el enfoque como fresco y profesional, y destacan la calidad del espacio para abordar tanto temas personales como empresariales. Ese equilibrio entre lo técnico y lo humano es ya parte de la identidad de Menudo, y la audiencia lo identifica como un rasgo distintivo: un lugar donde se puede aprender con seriedad, pero sin perder naturalidad ni humanidad.

06. Rutas para seguir creciendo

El catálogo de contenidos existente ofrece una base sólida para recorrer temas como itinerarios de aprendizaje: escuchar, comprender, fijar, aplicar y compartir. La encuesta muestra un interés por una combinación de formatos: podcast (69.2%) y reels (67.3%) aparecen como las opciones más elegidas, seguidas por talleres (55.8%) y guías (40.4%). Más que un catálogo, Menudo es una invitación a avanzar un paso a la vez, según tiempos y necesidades, con distintas puertas de entrada para el mismo objetivo: que lo que se aprende hoy sirva mañana.

07. El formato podcast como amplificador del mensaje

El formato podcast permite que el mensaje viaje más lejos y, al mismo tiempo, más cerca de la gente. Las personas escuchan mientras trabajan, se desplazan o realizan otras actividades, y luego vuelven a los contenidos a través de clips, reels y materiales complementarios. A escala global, el formato ya muestra su fuerza: casi la mitad de los oyentes semanales ha comprado algún producto o servicio después de escuchar sobre él en un podcast, y alrededor de tres de cada cuatro declara que escucha principalmente para aprender cosas nuevas.

En Menudo, esto se traduce en una conversación que no se queda en el episodio: se amplifica, se adapta a distintos formatos y se instala en la vida cotidiana como fuente de aprendizaje y referencia.

El podcast funciona como pieza central que articula la experiencia (desde la escucha profunda hasta la cápsula breve y la reflexión compartida) ampliando el alcance de los mensajes y reforzando su impacto educativo y reputacional para la institución.

08. Una identidad gráfica que acompaña el aprendizaje

A lo largo de estos seis años, Menudo no solo ha consolidado una forma de conversar, sino también una forma de verse. La identidad gráfica (colores, tipografía, composiciones) ha ido evolucionando sin perder su esencia, acompañando los cambios del proyecto y del contexto. Esa transformación ha permitido que el podcast se mantenga vigente y reconocible, dialogando con los códigos visuales actuales sin romper la continuidad con sus primeras etapas.

En la práctica, esta coherencia visual ayuda a que las personas ubiquen rápidamente el contenido, lo asocien a un tono determinado y lo distingan dentro del ecosistema de APAP.

No es solo una cuestión estética: la identidad gráfica funciona como puerta de entrada al aprendizaje, refuerza el recordatorio de “esto es Menudo” y facilita que los mensajes se integren a otros formatos (reels, infografías, newsletters) sin perder el hilo. Así, la marca del podcast se convierte también en una señal de confianza: cuando aparece, la audiencia sabe que encontrará claridad, cercanía y utilidad.

09. Una herramienta para la comunicación interna y la cultura

Menudo no solo dialoga hacia afuera; también ha servido como una herramienta de comunicación interna y de construcción de cultura dentro de APAP. Para las personas colaboradoras, el proyecto se vive como un espacio para articular el propósito de la institución con historias concretas, conectar áreas distintas alrededor de un mismo lenguaje y reconocer el trabajo que se hace puertas adentro.

En las entrevistas, esto aparece en sus propias palabras. Desde la mirada de segmentos y negocio, se valora cómo el podcast humaniza a la organización y acerca a sus vocerías a la realidad cotidiana de la gente: mostrar al ejecutivo con la camisa remangada.

Conclusiones



Desde la perspectiva de marca y comunicación, también se destaca su aporte como recurso de aprendizaje continuo.

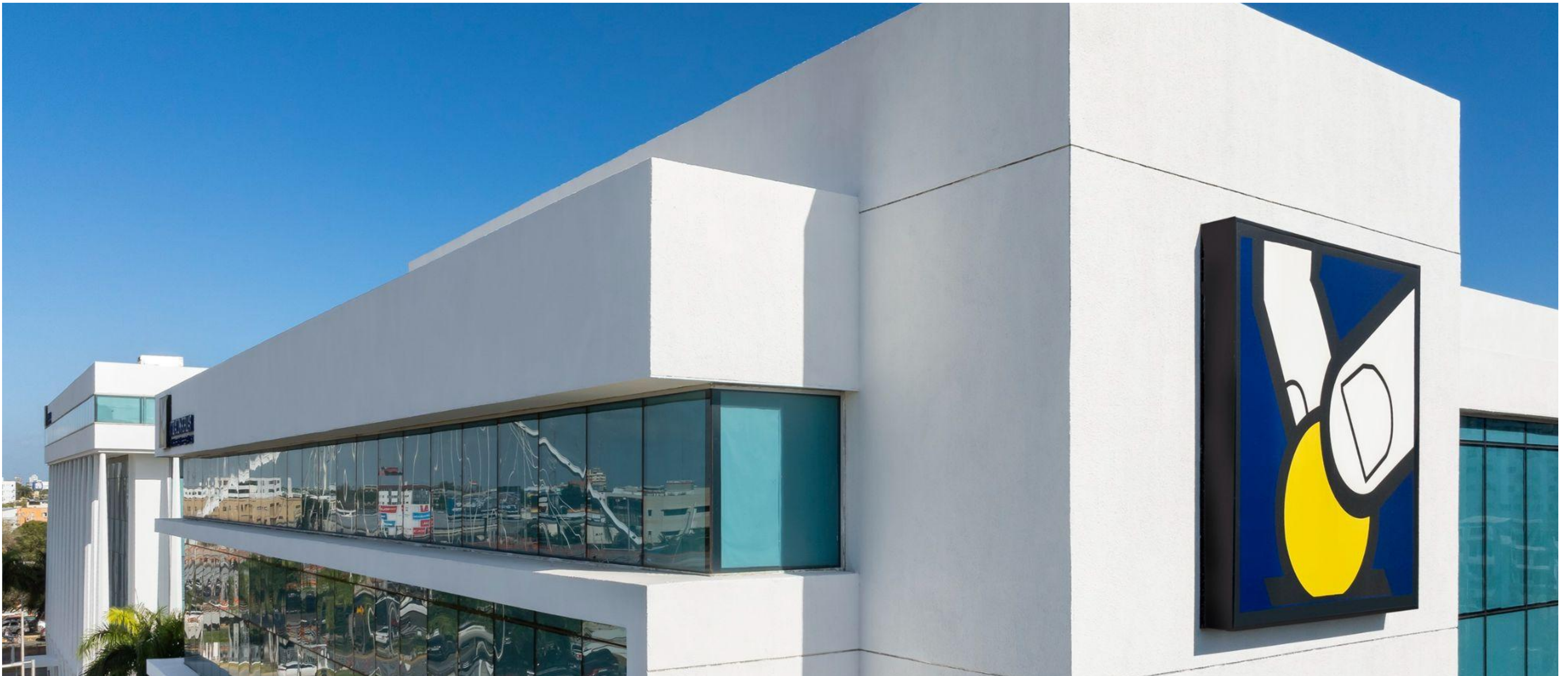
En conjunto, estas voces muestran que Menudo funciona también como un espejo interno: ayuda a que el equipo se vea, se escuche y se reconozca en los valores que el proyecto pone en circulación hacia la comunidad, reforzando orgullo y sentido de pertenencia.

Un podcast con propósito...

Menudo confirma que, cuando una propuesta decide estar donde puede ser realmente útil, se generan confianza, conocimiento y nuevas oportunidades.

Como plataforma pública, el proyecto aporta claridad en momentos de decisión, compañía en los tramos difíciles y herramientas concretas para que lo aprendido hoy sirva mañana.

Esa es la contribución que permanece: un espacio que abre nuevas formas de encuentro entre las personas y la institución, y que *convierte la conversación en un lugar al que siempre vale la pena volver.*



Fotografía: Fernando Calzada.

La Asociación Popular de Ahorros y Préstamos (APAP) es una entidad financiera privada, fundada en 1962, de carácter mutualista que ofrece productos y servicios financieros diversificados para personas y empresas en la República Dominicana.

Su enfoque en innovación, cumplimiento, valor compartido y excelencia en el servicio respalda su compromiso con el desarrollo económico y social.

Estudio Menudo Podcast APAP Impacto y Replicabilidad

(2019–2025)



Fotografía: Fernando Calzada.

Un medio propio de la Asociación Popular de Ahorros y Préstamos (APAP)

Coordinación general

Vicepresidencia de Comunicación, Sostenibilidad y Reputación de APAP.

Investigación

Castellanos Comunicación Estratégica

Entrevistas cualitativas

Alf Álvarez
Ivanna Lajara
Juan Carlos de Jesús
Luz González
Marcela Abreu
Martin Córdova
Misael Quiroz
Miyuki Kasahara
Mónica Mejía
Nathalia Medina
Nelsy Rodríguez
Sabrina Marte
Suz Amaro

Todos los derechos reservados. Cualquier reproducción, distribución o comunicación pública total o parcial queda prohibida salvo autorización previa y por escrito.

Anexo 1 - Ficha técnica del estudio

Nombre del proyecto:

Estudio Menudo Podcast APAP:
Impacto y Replicabilidad (2019–2025)

Objetivo general

Explorar y documentar el impacto percibido de Menudo Podcast en las personas oyentes, invitadas y stakeholders, así como su potencial de replicabilidad como herramienta educativa orientada a personas, dueños de negocios y PYMES.

Objetivos específicos

- Identificar el valor educativo y práctico que la audiencia atribuye al podcast.
- Comprender cómo se usa el contenido en la vida cotidiana y en los proyectos personales o de negocio.
- Analizar el impacto del proyecto en la percepción de APAP como institución cercana, innovadora y útil.
- Levantar aprendizajes clave para su replicabilidad como plataforma formativa.

Diseño metodológico

Estudio de carácter mixto, combinando.

Componente cuantitativo

Encuesta online estructurada.

Componente cualitativo

Entrevistas en profundidad con invitados e interlocutores clave.

Herramientas de investigación

- Encuesta online
 - Cuestionario de ~10–12 minutos de duración
 - Preguntas cerradas (escala de acuerdo, selección múltiple) y abiertas.
 - Temas: hábitos de consumo de podcast, valor percibido, utilidad formativa, aplicación de ideas, percepción del proyecto y de la marca.
- Entrevistas cualitativas semiestructuradas
 - 11 entrevistas individuales
 - Participantes: personas invitadas a Menudo Podcast y stakeholders internos relacionados con el proyecto.
 - Formato: entrevistas en profundidad, guiadas por ejes temáticos y preguntas abiertas
- Muestra y perfiles
 - Encuesta (n = 60)
 - Personas con algún grado de relación con Menudo Podcast (oyentes, comunidad ampliada).
 - Perfiles diversos: emprendedores/as, profesionales, estudiantes, colaboradores que conocen el proyecto.
 - Selección intencional (no probabilística).

- Entrevistas (n = 11)
 - Invitados e invitadas de episodios clave.
 - Colaboradores que han participado en el diseño, producción o uso del proyecto.
 - Diversidad en trayectoria, sector y vínculo con APAP.
- Período de levantamiento
 - Entrevistas cualitativas: agosto–septiembre 2025.
 - Encuesta online: septiembre–octubre 2025.
- Tratamiento y análisis
 - Cuantitativo:
 - Análisis descriptivo de las respuestas (porcentajes, cruces simples).
 - Lectura enfocada en: valor educativo, impacto en decisiones, temas de interés, formatos preferidos.
 - Cualitativo:
 - Lectura temática de las entrevistas (codificación manual por ejes).
 - Identificación de patrones de sentido, ejemplos y metáforas significativas.
 - Selección de citas verbatim ilustrativas.
- Alcances y limitaciones
 - La muestra de n=60 encuestas y 11 entrevistas ofrece evidencia suficiente para describir tendencias y patrones dentro de este grupo, pero no busca producir inferencias poblacionales.
 - Los resultados se presentan en términos agregados y las citas se usan de forma textual, cuidando la confidencialidad y sin revelar información sensible.
 - Las conclusiones se limitan a lo observado a partir de las herramientas utilizadas y no sustituyen procesos cuantitativos de mayor escala.

Anexo 2 - Instrumentos de investigación (extractos)

Este anexo presenta ejemplos de preguntas utilizadas en la encuesta y en la guía de entrevistas. No incluye la totalidad de los instrumentos, que se reservan para uso interno.

2.1 Extracto del cuestionario de encuesta

Bloque A. Relación con Menudo Podcast

¿Has escuchado Menudo Podcast alguna vez?

Sí / No

¿Con qué frecuencia consumes contenidos de Menudo?

Casi todas las semanas

Una vez al mes

De vez en cuando

Lo escuché en alguna ocasión puntual

Bloque B. Valor educativo y utilidad

En una escala de 1 a 5, ¿en qué medida estás de acuerdo con la frase:

“Menudo Podcast me ha educado sobre temas importantes para mí”?

1 Nada de acuerdo – 5

Totalmente de acuerdo

¿Consideras que Menudo Podcast puede funcionar como un recurso formativo o educativo?

Sí

No

No estoy seguro/a

¿Cuáles de estos temas sientes que Menudo ha aportado más a tu aprendizaje? (Puedes elegir más de uno)

Finanzas personales

Emprendimiento/negocios

Productividad/organización

Bienestar y salud mental

Otros (especificar)

Bloque C. Impacto en decisiones y aplicación

¿En qué medida estás de acuerdo con la frase: “Menudo Podcast me ha ayudado a tomar decisiones”?

1 Nada de acuerdo – 5

Totalmente de acuerdo

¿Te ha inspirado a iniciar o retomar algún proyecto personal o profesional?

Sí

No

Pregunta abierta clave:

o

¿Has aplicado alguna idea del podcast en tu vida o negocio? Cuéntanos cuál y cómo.

Bloque D. Formatos y preferencias

¿En qué formato te gustaría seguir consumiendo contenidos como Menudo? (Puedes elegir más de uno)

i.

Podcast (audio largo)

ii.

Reels o videos cortos

iii.

Talleres o encuentros en vivo

iv.

Guías descargables

v.

Newsletter

vi.

Otros (especificar)

2.2 Extracto de la guía de entrevista cualitativa

Eje 1. Relación con Menudo

•

¿Cómo llegaste a Menudo Podcast?

•

¿Qué fue lo primero que te llamó la atención del proyecto?

Eje 2. Valor percibido

•

Si tuvieras que describir qué aporta Menudo, ¿qué dirías?

•

¿En qué temas sientes que más te ha sumado? (finanzas, emprendimiento, bienestar, etc.)

Eje 3. Uso del contenido

•

¿Hay alguna idea, frase o episodio que recuerdes especialmente?

•

¿Has hecho algún cambio, pequeño o grande, a partir de algo que escuchaste en el podcast?

Eje 4. Percepción de APAP y del formato

•

¿Qué te dice del banco el hecho de que exista un proyecto como Menudo?

•

¿Qué te pareció el tono, el nivel de preparación y la experiencia de conversación?

Eje 5. Replicabilidad y futuro

•

Pensando en emprendedores, PYMES o jóvenes, ¿cómo crees que podrían aprovechar un formato como éste?

•

¿Qué no debería perder nunca Menudo, pase lo que pase con el proyecto?

Anexo 3 - Resultados cuantitativos detallados

3.1 Perfil general de la muestra (encuesta, n = 60)

Dimensión	Categoría	% aproximado
Relación con Menudo	Ha escuchado el podcast	Mayoría de la muestra
Vínculo con emprendimiento	Interesado/a en emprendimiento/negocios	50%
Interés en finanzas personales	Señala finanzas personales como tema clave	72%

3.2 Valor educativo y utilidad percibida

Ítem	Resultado
“Me educó sobre temas importantes” (acuerdo)	67.3%
Considera Menudo como recurso formativo/educativo	85.5%

Anexos

10

3.3 Impacto en decisiones y motivación

Ítem	Resultado
“Me ayudó a tomar decisiones”	26.5%
“Me inspiró a emprender”	14.3%

3.4 Temas de interés

Tema	% de la muestra
Finanzas personales	72%
Emprendimiento/hegocios	50%
Otros (bienestar, productividad, etc.)	Menciones dispersas

3.5 Diferenciadores percibidos del contenido

Diferenciador	% de menciones
Calidad de la información	56.3%
Estilo cercano	50%
Variedad de temas	43.8%
Conexión con la realidad	31.3%

3.6 Formatos preferidos

Formato	Preferencia
Podcast	69.2%
Reels / Videos cortos	67.3%
Talleres	55.8%
Guías descargables	40.4%

Anexo 4 - Matriz ilustrativa de citas (Verbatim)

Nota: Algunas citas han sido mínimamente editadas para claridad, respetando el sentido original.

Hallazgo	Cita	Fuente
Escuela accesible	“Unos de los episodios que más me gustó y encontré útil fue el de como ahorrar siendo joven en el que se presentan formas creativas sin sacrificar en ser autosuficiente”.	Encuesta, participante
Escuela accesible	“Como invertir en bienestar también es parte del crecimiento”.	Encuesta, participante
Del audio a la acción	“Sí, del episodio del Dr. Proactivo ‘las pausas muchas veces son más productivas que la acción’. Lo he puesto en práctica en ambos aspectos de mi vida y la verdad ha funcionado”.	Encuesta, participante
Del audio a la acción	“Antes era compradora compulsiva, ya me he educado sobre eso”.	Encuesta, participante
Comunidad y acompañamiento	“¡Que sigan! Hacen falta”.	Encuesta, participante
Comunidad y acompañamiento	“Me motivó poder hablar de lo que estaba pasando con la pandemia; el enfoque del podcast me pareció interesante y sentía que podía salir una conversación valiosa...nos ayudó a reflexionar todo lo que estaba cambiando”.	Entrevista, Miyuki Kasahara (versión editada)
Reputación	“Por ser una institución bancaria, por la credibilidad que representa y la marca que es, me interesó participar”.	Entrevista, Ivanna Lajara
Diferenciadores del formato	“El enfoque me pareció fresco... me quedó mucho esa sensación, como una conversación... estuvo buena, fue divertido”.	Entrevista, Martín Córdova
Ecosistema educativo	“Entrar en un formato más humano, más orgánico, pero igual lleno de valor, ha sido una experiencia sumamente complementaria”.	Entrevista, Suz Amaro
Cultura interna	“Mostrar al ejecutivo con la camisa remangada”.	Entrevista, Sabrina Marte & Misael Quiroz
Cultura interna	“Siento que es un recurso súper valioso y aporta valor y acompaña en ese aprendizaje continuo de las personas”.	Entrevista, Marcela Abreu

Anexo 5 - Indicadores del proyecto (audio, redes sociales y newsletter)

Este anexo recoge, de forma resumida, los principales datos de desempeño del proyecto en sus distintos frentes. Las cifras se presentan en términos agregados.

5.1 Audio – Plataformas de podcast (global)

Indicador	Resultado
Streams/descargas totales (todas las plataformas)	10,883
Promedio de streams/descargas por episodio	≈41

5.2 Audio – Spotify (detalle porcentual)

Nota: las cifras de seguidores se utilizan de forma integrada, no como métrica aislada.

Indicador	Resultado
Reproducciones totales (plays)	≈9,091
Horas de escucha	116 h
Composición por género	60.6% mujeres · 35.4% hombres · 3.8% no especificado · 0.1% no binario
Plataformas de acceso (apps)	Spotify 49.4% · Apple Podcasts 36.1% · Web 4.5% · Google Podcasts 3.6% · Other 6.4%

5.3 Redes sociales – Histórico consolidado

Nota: Estas cifras reflejan el volumen de exposición y participación que han tenido las piezas relacionadas con Menudo en canales sociales, y complementan el consumo de audio al mostrar cómo el contenido se distribuye y conversa en otros formatos.

Indicador	Resultado
Impresiones	2,255,984
Interacciones	2,652,122
Alcance	52,604

5.4 Newsletter (LinkedIn)

Nota: Más que un canal informativo, actúa como espacio de continuidad del aprendizaje, donde el contenido del podcast se convierte en insumos reutilizables (guardados, reenviados, comentados) y refuerza el vínculo con la audiencia más comprometida.

La newsletter asociada al proyecto funciona como una comunidad cerrada y opt-in, donde las personas suscritas reciben:

- Resúmenes prácticos de episodios.
- Checklists y mini-guías.
- Ideas y recursos accionables para aplicar en la semana.

5.5 Nota sobre lectura integrada

Las métricas de audio, redes sociales y newsletter se reportan en paralelo y no se suman como “audiencia única”, ya que no se cuenta con deduplicación entre plataformas. Juntas, sin embargo, muestran un panorama consistente: consumo sostenido del feed, alta participación social y una comunidad cerrada que recibe y reutiliza insumos educativos, lo que refuerza el impacto y la relevancia del proyecto en el tiempo.



ESTUDIO

MENUDO PODCAST

Impacto y Replicabilidad

2019 – 2025