



01 marzo 2019

**1er EGM 2019**



Marzo 2019

## 1er EGM 2019

Como cada primavera, y 2019 no iba a ser una excepción, desde Ymedia os presentamos los resultados de la primera Ola del Estudio General de Medios, con el detalle de audiencias del primer trimestre del año.

El medio Televisión mantiene su corona y lidera el ranking de medios con una penetración diaria estable del 85%. Internet confirma su segundo puesto en este Estudio, subiendo 6 décimas hasta el 78,5%, dejando por detrás a Exterior con un 78%.

En lo que respecta a los titulares del medio digital, se observa que más de 31 millones de españoles se conectan a diario y que lo hacen fundamentalmente a través del Smartphone, que se mantiene como dispositivo favorito. Sin embargo, es importante destacar el crecimiento de las Smart TV's como dispositivos de conexión, rozando los 10 millones de usuarios, con una subida respecto el mismo periodo de 2018 del 50%. En lo que respecta a las actividades realizadas en digital, más de 30 millones de personas utilizan los servicios de mensajería instantánea, siendo la actividad con mayor número de usuarios, mientras que el uso de Redes Sociales sube hasta los 26 millones. Destacan los incrementos de otras actividades como el visionado de programas y series de televisión o películas, que supera los 5 millones de usuarios con una subida del 47%, la escucha de música online, con 7 millones y una subida del 25%, y la lectura de información, con 14 millones y una subida del 20%.

En lo que respecta al medio Radio, la penetración diaria del mismo desciende seis décimas hasta el 56,9%. Ser mantiene su liderato con 3.859.000 oyentes, cayendo un 6,2%, dejando a distancia a Los 40 y Cope, muy próximos con 2.745.000 y 2.744.000, presentando evoluciones positivas del 2,5% ambas cadenas. Entre los principales programas de la radio generalista destaca el incremento de audiencia de 'Herrera en Cope', que sube un 15% respecto el mismo periodo de 2018 y estrecha distancias con el líder, 'Hoy por Hoy' en Ser, que llega a 2.640.000 oyentes con un descenso del 8%. Durante el fin de semana, los programas deportivos siguen liderados por 'Carrusel Deportivo' de Ser, estrechando distancias con 'Tiempo de Juego' en Cope el sábado, y ampliando distancias con el mismo durante el domingo. En cuanto a los programas de la radio musical, 'Anda ya' en Los 40 lidera con más de un millón y medio de oyentes, dejando por detrás a 'Buenos días Javi y Mar' en Cadena 100 y a 'Atrévete' en Dial, con 1.369.000 y 1.200.000 respectivamente. Entre esta tipología de programas destaca la caída de 'Levántate y Cárdenas' en Europa FM, perdiendo un 25% de oyentes respecto el mismo periodo de 2018, conformándose con 722.000.

Los medios impresos, por su parte, continúan la tendencia descendente de los últimos estudios. El medio Revistas desciende hasta el 29,4% de penetración, con caídas tanto en revistas semanales como mensuales. Las revistas semanales pierden un 9% de lectores, manteniendo 'Pronto' el liderato y destacando las subidas de audiencia de 'Semana' y 'El Jueves'. Las revistas mensuales por su parte pierden un 7%, defendiendo 'National Geographic' su ajustado liderato sobre 'Muy Interesante', y destacando los incrementos de 'Historia National Geographic' y 'Viajes National Geographic'. Pasando el análisis a Diarios, la penetración diaria del medio desciende hasta el 22,4%, manteniéndose 'Marca' como la cabecera principal seguida por 'El País', que es protagonista al ser la cabecera que más pierde en términos relativos de los principales diarios. Para cerrar el apartado de medios impresos hacemos referencia a la situación de Suplementos que, pese a contar con la penetración más baja de esta tipología de medios, mantiene audiencia y defiende una penetración del 7,6%.

Finalmente, cerramos el resumen de este primer Estudio General de Medios 2019 con la referencia al medio Cine. La gran pantalla incrementa sus fieles, llegando a una penetración del 4% con una audiencia de 1.597.000, lo que supone una subida de espectadores del 6% respecto el mismo periodo del año pasado.

## Evolución de la penetración de medios

EGM.- - 1er Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años

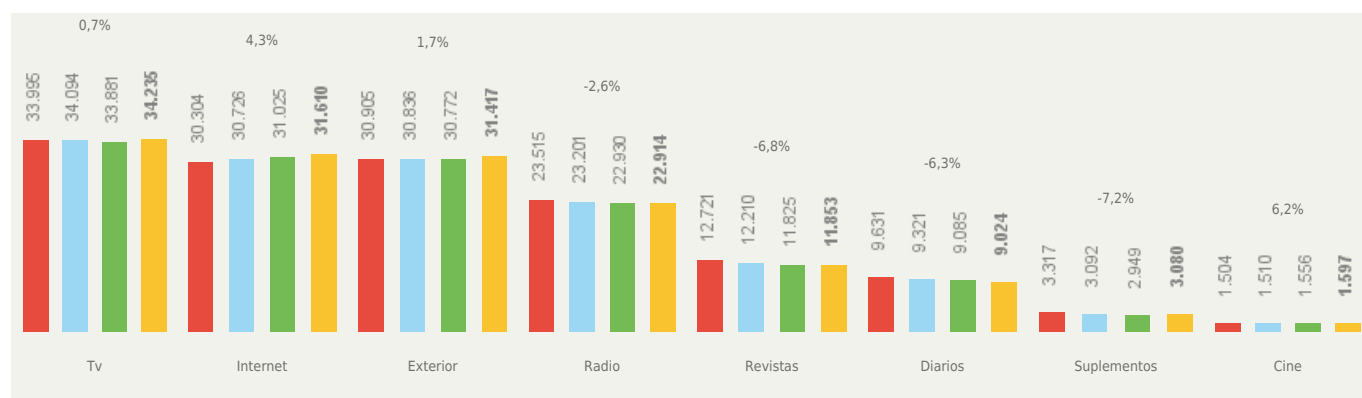
Medios	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Diarios	22,4	22,8	24,3	26,5	28,5	29,8	32,4	36,1	37,4	38,0	39,8
Internet	78,5	77,9	75,7	71,9	66,7	60,7	53,7	46,7	42,5	38,4	34,3
Cine	4,0	3,9	3,9	4,0	3,4	3,8	3,0	3,3	3,4	4,0	4,3
Exterior	78,0	77,2	77,8	74,7	69,3	58,8	61,3	64,7	57,1	51,6	52,9
TV	85,0	85,0	85,2	87,8	88,3	88,6	88,7	89,0	88,5	87,9	89,0
Radio	56,9	57,5	59,3	60,0	60,1	61,0	61,5	61,9	58,5	56,9	55,3
Revistas	29,4	29,7	32,8	35,2	38,5	41,0	43,4	45,4	48,9	50,4	51,3

El medio televisión sigue fuerte y defiende el primer puesto con una penetración diaria del 85%, manteniendo los niveles de 2018. La medalla de plata se la cuelga nuevamente Internet, que no cesa en su crecimiento y suma seis décimas respecto el año pasado, llegando al 78,5%. Tan solo medio punto por detrás encontramos al medio Exterior, que suma 8 décimas respecto 2018.

Radio mantiene el cuarto puesto con un 56,9% de penetración diaria, seis décimas por debajo del último periodo analizado. Ligeró descenso también en los medios impresos, con Revistas y Diarios perdiendo 3 y 4 décimas, hasta los 29,4% y 22,4% respectivamente, mientras que Suplementos se mantiene en el 7,6%. Finalmente, el medio Cine llega al 4%, subiendo una décima respecto 2018.

## Evolución de la audiencia por medios - (000)

EGM.- - 1er Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años



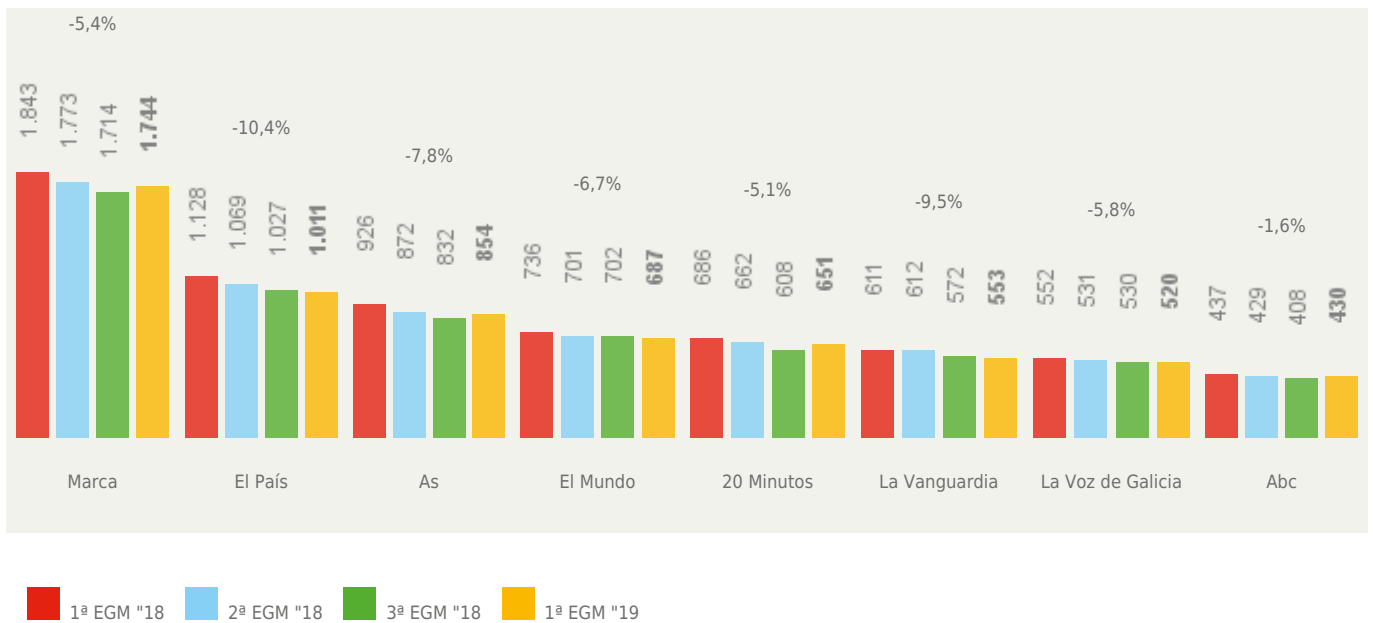
■ 1ª EGM "18 ■ 2ª EGM "18 ■ 3ª EGM "18 ■ 1ª EGM "19

Analizando la situación de los medios en términos absolutos, Internet es el medio que gana más usuarios, con 1.306.000 más que el mismo periodo del año pasado. Televisión, Exterior y Cine tienen subidas modestas, mientras que el panorama opuesto lo presentan Radio y los medios Impresos.

La Radio pierde algo más de 600.000 usuarios, presentando una pérdida similar a Diarios, destacando la pérdida de Revistas (el medio que más pierde en términos absolutos), con 868.000 lectores menos, mientras que la caída de Suplementos es más modesta y ronda los 200.000.

## Evolución de la audiencia de diarios por soporte - (000)

EGM.- - 1er Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años



Comenzamos el detalle por el medio Diarios. Como comentamos en los primeros apartados de este informe, el medio sitúa su penetración diaria en 22,4%, lo que supone algo más de 9 millones de lectores.

Analizando el ranking, lo primero que observamos es que todas las principales cabeceras pierden lectores respecto el mismo periodo de 2018. El primer puesto del ranking del medio se lo lleva nuevamente 'Marca', que lidera con contundencia con una audiencia diaria de 1.744.000 lectores, lo que supone una caída del 5,4%. Poco por encima del millón de fieles encontramos a 'El País', que se cuelga la medalla de plata con una importante caída del 10,4% (la caída más fuerte en términos relativos). El pódium del medio lo cierra el deportivo 'As', que llega a 854.000 lectores diarios.

## Penetración diarios por región y principales cabeceras - (000)

EGM.- - 1er Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años

Comunidades autónomas	Porcentaje	Diario	Lectores	Dif. 1ª EGM "19 vs 1ª EGM "18
La Rioja	37%	Diario la Rioja	83	6,4%
Navarra	38%	Diario de Navarra	155	-2,5%
País Vasco	33%	El Correo	315	-14,6%
C.Valenciana	18%	-		
Murcia	16%	La Verdad	127	-15,9%
Madrid	17%	-		
Extremadura	18%	Hoy Diario de Extremadura	108	-0,9%
Galicia	39%	La Voz de Galicia	520	-5,8%
C.Catalana	22%	La Vanguardia	553	-9,5%
Castilla/Mancha	14%	-		
Castilla/León	30%	-		
Baleares	26%	Última Hora	143	-18,3%
Cantabria	32%	El Diario Montañés	135	-11,2%
Asturias	39%	La Nueva España	271	-10,0%
Aragón	28%	Heraldo de Aragón	221	-7,5%
Andalucía	17%	-		

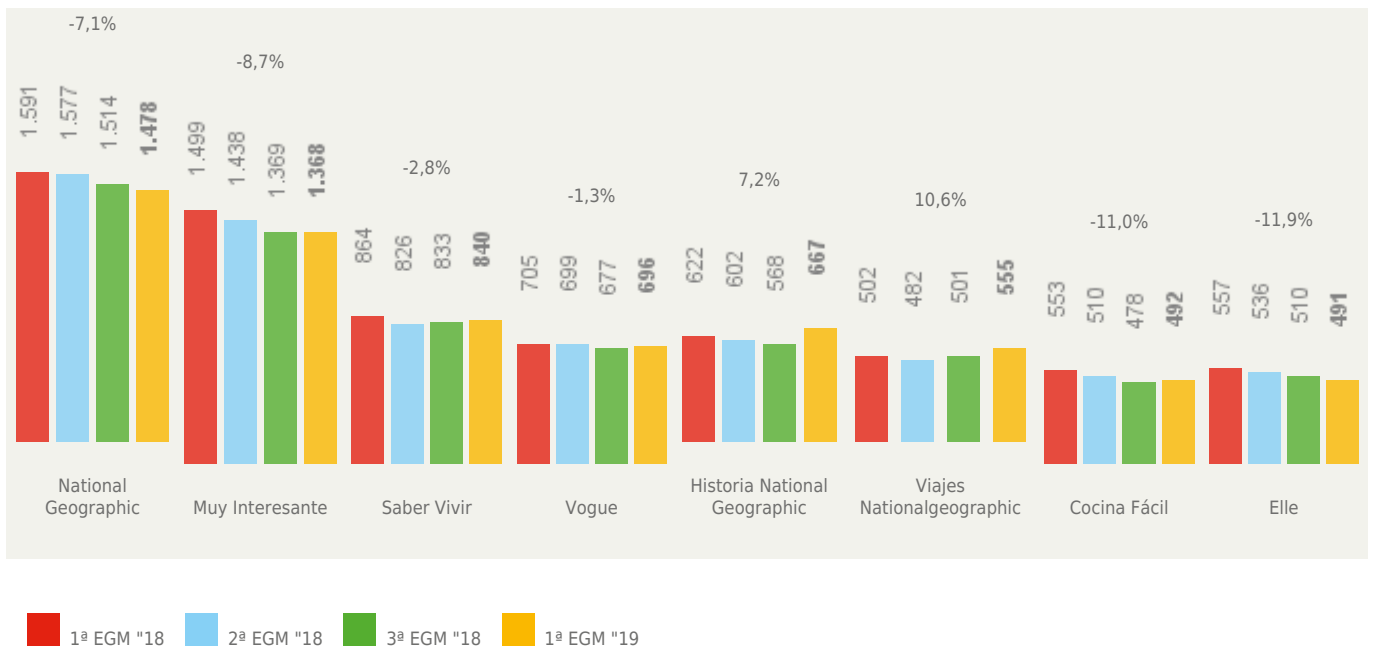
Nuevamente la zona norte de España destaca por ser la que impulsa el medio. Asturias y Galicia encabezan el ranking de Comunidades con mayor penetración del medio con un 39%, dejando un punto por detrás a Navarra y dos a La Rioja. El polo opuesto lo presentan Castilla La Mancha, con un 14%, Andalucía, Madrid y Murcia, con un 17%, así como Extremadura y Comunidad Valenciana, con un 18%, y Canarias con un 20%. Todas estas comunidades con penetraciones por debajo de la media nacional.

Importante destacar en este medio la importancia de los diarios regionales, y es que, de las 17 Comunidades Autónomas, en 12 de ellas el diario líder es un diario regional. Destaca entre todos ellos 'La Vanguardia' de Cataluña, que llega a algo más de medio millón de lectores diarios, perdiendo un 9,5% respecto el mismo periodo de 2018. Poco por debajo le sigue 'La Voz de Galicia', con 520.000 lectores y una pérdida del 5,8%. El tercer puesto del ranking lo ocupa 'El Correo', que llega a 315.000 personas diariamente, pero es uno de los diarios que más pierde en términos relativos (-15%).



## Evolución audiencia revistas mensuales por soporte - (000)

EGM.- - 1er Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años

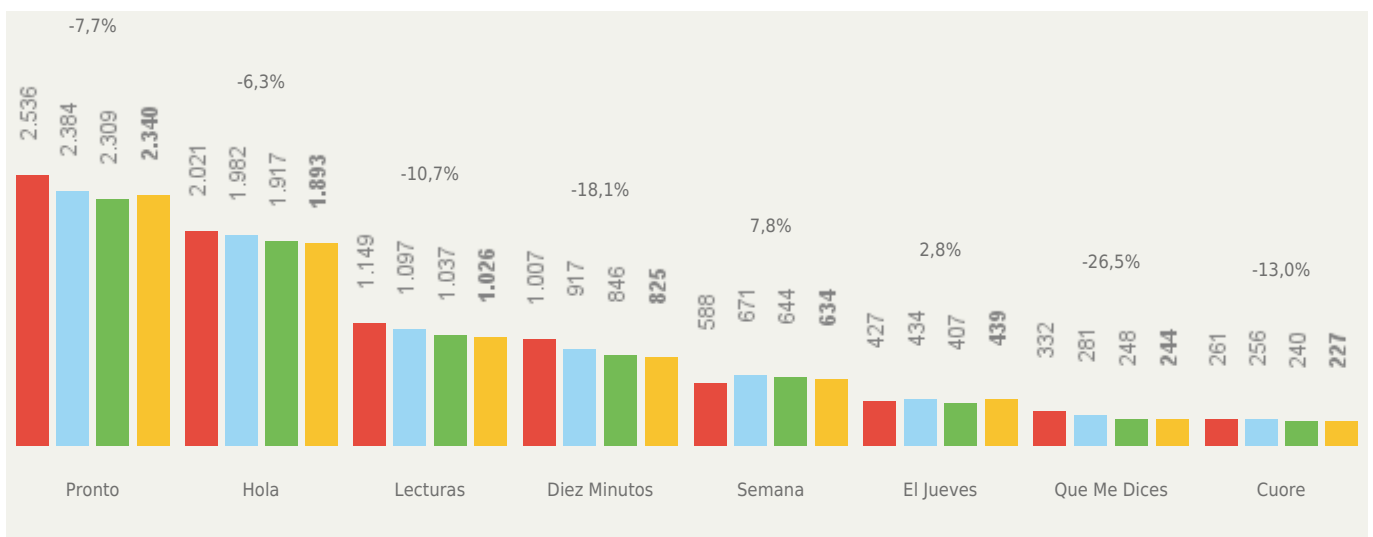


En lo que respecta al análisis de las revistas mensuales, los principales títulos sufren resultados negativos en comparación con el mismo acumulado de 2018, con las excepciones de 'Historia National Geographic', que gana 45.000 lectores y 'Viajes National Geographic', que incorpora a su audiencia a 53.000. Sin embargo, el comparativo con el acumulado anterior arroja más optimismo, puesto que únicamente tres títulos sufren ligeras pérdidas de lectores: 'National Geographic', 'Muy Interesante' y 'Elle'.

'National Geographic' continúa en negativo perdiendo un 7,1% de audiencia en relación al mismo periodo de 2018, pero sigue encabezando el ranking de revistas mensuales con 1.478.000 lectores. Le sigue 'Muy Interesante', con una audiencia de 1.368.000 lectores, lo que supone una caída del 8,7%. En tercer lugar, a gran distancia de las dos primeras, se mantiene 'Saber Vivir' con una audiencia de 840.000 lectores, perdiendo un 2,8%.

## Evolución audiencia revistas semanales por soporte - (000)

EGM.- - 1er Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años





■ 1ª EGM "18 ■ 2ª EGM "18 ■ 3ª EGM "18 ■ 1ª EGM "19

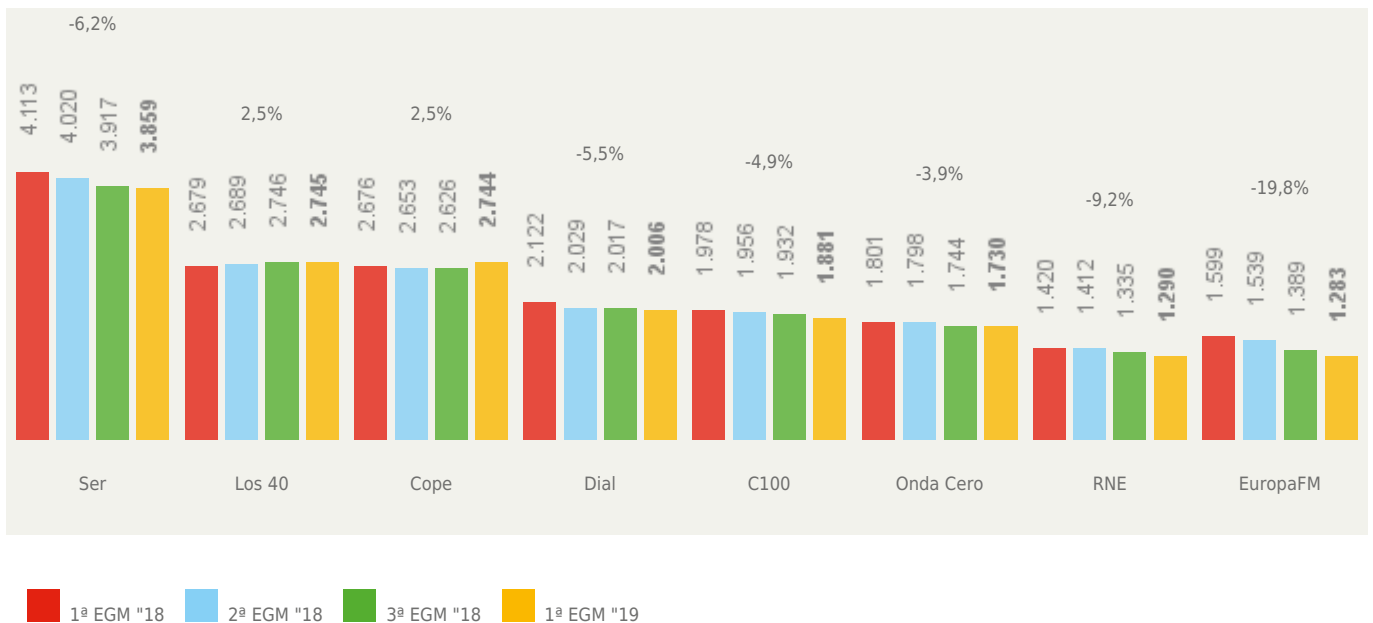
Realizando la misma lectura, pero para las revistas semanales, se mantiene la tendencia a la baja con descensos mucho más acusados en comparación con las mensuales. Todas las cabeceras, con las únicas excepciones de 'Semana' y 'El Jueves', pierden un volumen amplio de lectores respecto al primer EGM de 2018. Los descensos oscilan entre el 6,3% de 'Hola' y el 26,5% de 'Qué me dices'.

El mercado de las revistas semanales sigue ampliamente liderado por dos soportes de la prensa del corazón. En primer lugar, 'Pronto' sigue destacando como la revista semanal más leída con una audiencia de 2.340.000 lectores, aunque su audiencia continúa experimentando una importante caída que llega al 7,7%. Le sigue 'Hola', que sigue recortando distancias respecto al líder y refuerza su segundo puesto alcanzado a una audiencia de 1.893.000 lectores. A bastante distancia, 'Lecturas' ocupa el tercer puesto del ranking con una audiencia de 1.026.000.

En lo que respecta al resto de títulos, destacamos los resultados 'El Jueves' que es el único título que consigue sumar adeptos en comparación con el mismo acumulado de 2018 y con la ola anterior. En el polo opuesto encontramos a 'Qué Me Dices!', que no parece ser capaz de frenar la fuga masiva de lectores, con una pérdida del 27%.

## Evolución de la audiencia de radio por cadena - (000)

EGM.- - 1er Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años



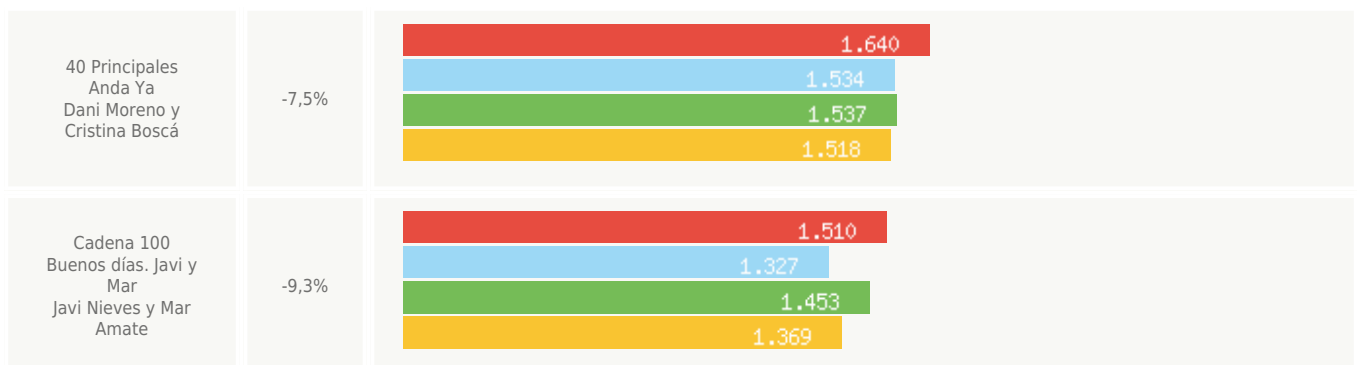
Pasamos al terreno radiofónico, donde también se observa un descenso generalizado en la audiencia de las principales cadenas. 'Europa FM' continúa en caída libre perdiendo cerca del 20% de sus oyentes respecto al mismo periodo de 2018. Destacable es también el descenso de 'Ser' que desciende un 6,2%. Centrándonos en datos positivos, 'Cope' gana un 2,5% de oyentes respecto al primer acumulado de 2018 y un 4,5% respecto al último acumulado. En el ámbito de la radiofórmula 'Los 40' también mejora sus resultados aumentando un 2,5%.

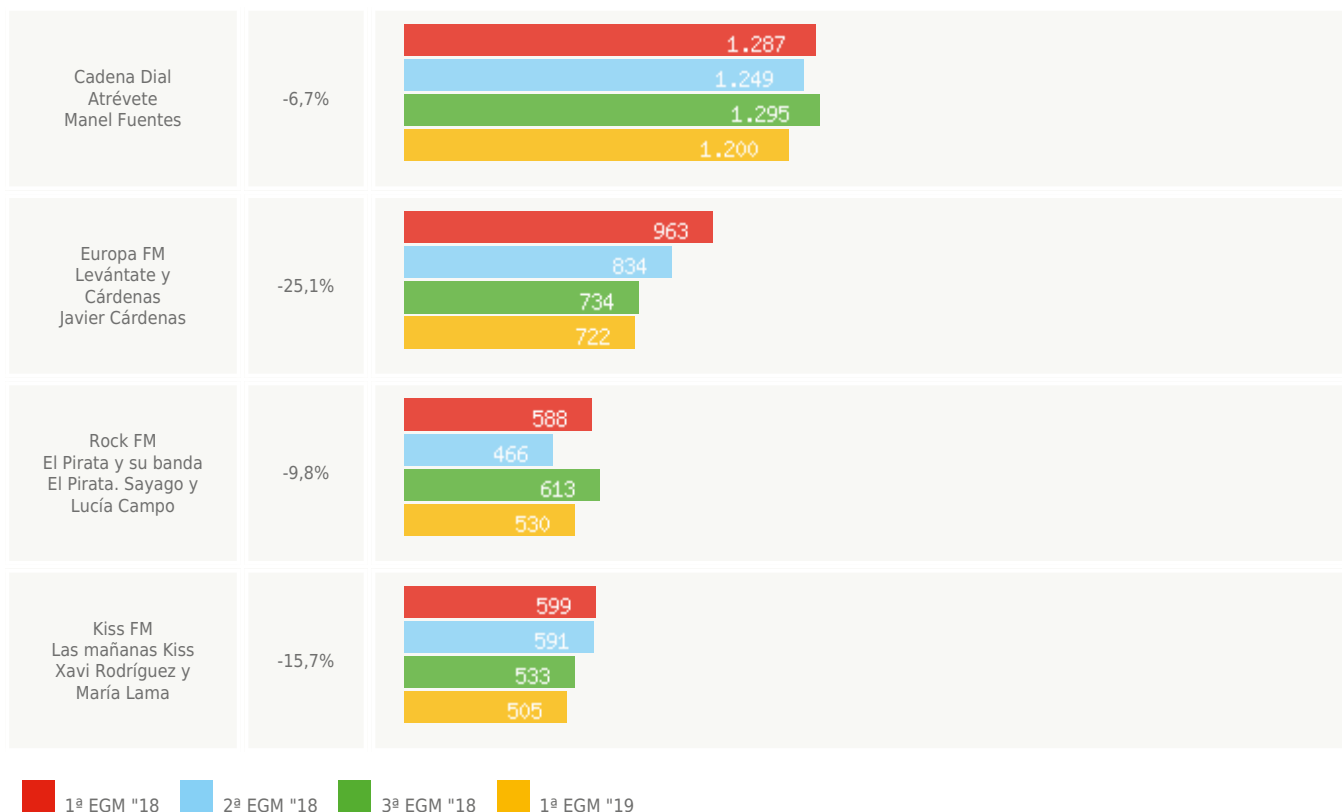
'Ser', a pesar de la ya mencionada pérdida de oyentes, continúa como líder indiscutible con un promedio diario de 3.859.000 oyentes. A gran distancia encontramos a 'Los 40', con 2.745.000 oyentes, y a 'Cope', que prácticamente empata con 2.744.000. Volvemos a resaltar los buenos resultados de esta última impulsados en gran medida por el importante crecimiento de sus programas insignia, 'Herrera en COPE' y los deportivos. En cuarta posición encontramos a 'Cadena Dial' que, a pesar de perder oyentes, logra mantener a 2.006.000 fieles.

Para finalizar, queremos comentar los resultados de la recién estrenada 'Los 40 Classic' que anota una audiencia media de 453.000 oyentes, lo que supone un aumento del 5% respecto a los resultados de su predecesora 'M80'.

## Radiofórmula - Morning show - (000)

EGM.- - 1ª Ola 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años





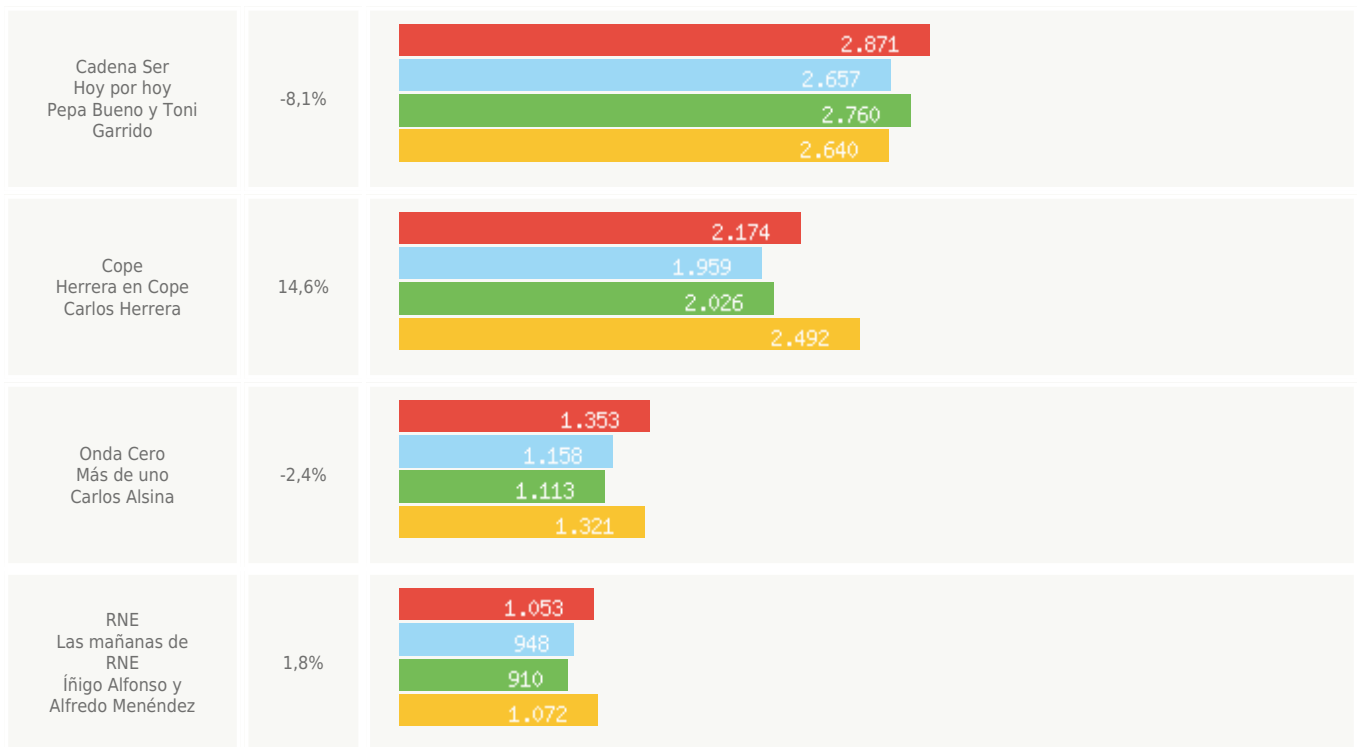
Pasamos ahora el análisis a los principales programas de la radio musical, en los que observamos una pérdida generalizada de audiencia respecto el mismo periodo de 2018.

En primer lugar encontramos a 'Anda Ya' en Los 40, capitaneado por Dani Moreno y Cristina Boscá, que obtiene una audiencia de 1.518.000 oyentes, datos ligeramente inferiores a la ola anterior. Si comparamos los datos con el primer acumulado de 2018, se observa que el descenso se acentúa, siendo de un 7,5%. En segunda posición está el morning de Cadena 100, 'Buenos días Javi y Mar', que logra 1.369.000 oyentes, lo que conlleva un descenso del 9% respecto a la primera ola de 2018 y un 6% respecto a la ola anterior. Cerrando el top 3, encontramos a 'Atrévete', con Manel Fuentes en Cadena Dial, con una audiencia media de 1.200.000 oyentes, lo que supone un descenso del 7% respecto al año anterior y también respecto a la última ola.

Si pasamos a analizar los mornings que no superan el millón de oyentes, la tendencia es similar. El programa de Europa FM 'Levántate y Cárdenas' vuelve a sufrir el mayor descenso, con un 25% respecto el año anterior, aunque se estabiliza respecto a la última ola con un descenso del 2%, consiguiendo 722.000 oyentes. Le sigue a distancia 'El pirata y su banda' en Rock FM, que consigue una audiencia de 530.000 oyentes, lo que implica un descenso del 13,5% respecto a la ola anterior y un 10% respecto a la misma ola del año pasado. Por último, y a escasa distancia del morning de Rock FM, encontramos a 'Las mañanas de Kiss' en Kiss FM, con una audiencia de 505.000 oyentes, lo que supone un descenso del 16% respecto la primera Ola de 2018 y un 5% respecto la tercera Ola de 2018.

## Radio generalista - Mañana - (000)

EGM.- - 1ª Ola 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años



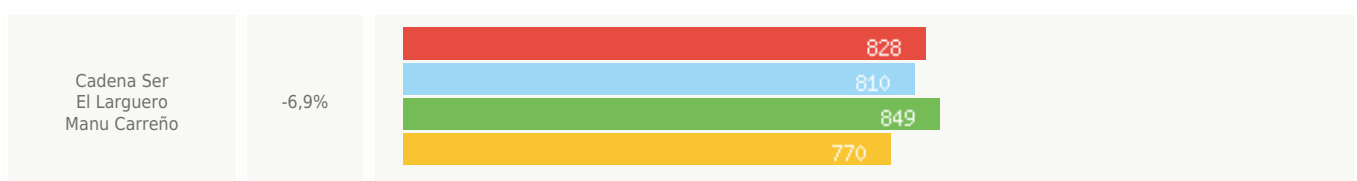
■ 1ª EGM '18 ■ 2ª EGM '18 ■ 3ª EGM '18 ■ 1ª EGM '19

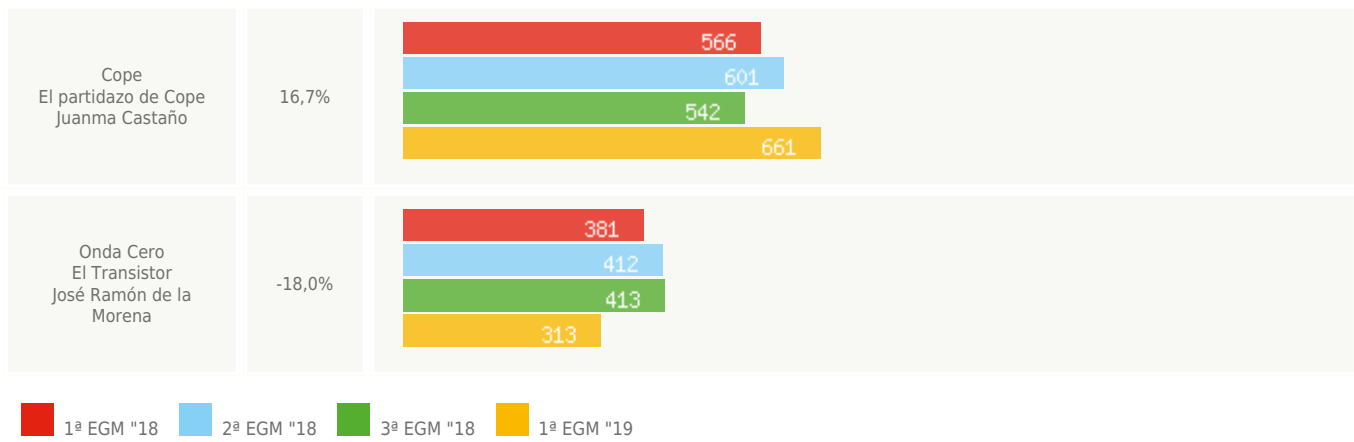
Si realizamos la misma lectura, pero para los programas de la radio generalista, 'Hoy por hoy' de Ser vuelve a liderar el ranking con 2.640.000 oyentes. Sin embargo, el programa conducido por Pepa Bueno y Toni Garrido sigue empeorando sus resultados, bajando un 8% respecto a la misma ola del año anterior, y un 4% respecto a la última Ola de 2018. Por otro lado, encontramos en segunda posición el morning de Cope, 'Herrera en la Cope', que acorta distancias con el líder y convence a una audiencia de 2.492.000 oyentes, lo que supone un incremento del 15% respecto a la primera Ola de 2018 y del 23% si lo comparamos con la tercera Ola de 2018.

Con una diferencia de más de un millón de oyentes y obteniendo la tercera posición del ranking encontramos a 'Más de uno' en Onda Cero. El programa liderado por Carlos Alsina protagoniza una caída del 2,4% respecto al año anterior, pero mejora un 19% sus oyentes respecto la última Ola del 2018. Para finalizar, 'Las mañanas de RNE' consiguen volver a llegar al millón de oyentes, con una audiencia de 1.072.000 personas, lo que supone un aumento del 2% respecto a la primera Ola de 2018 y del 18% con la tercera Ola de 2018.

## Radio generalista - Deporte LV - (000)

EGM.- - 1ª Ola 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años





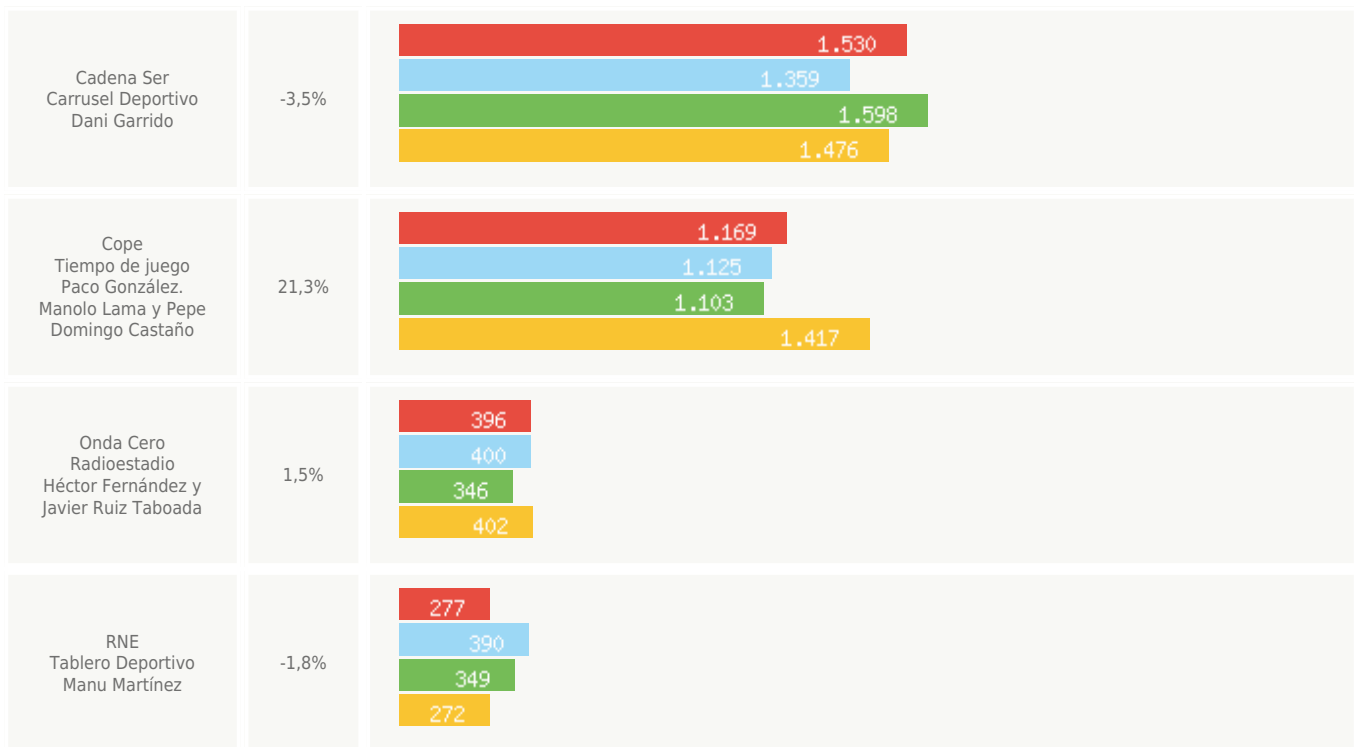
Continuando con la radio generalista, pero esta vez analizando la franja de la noche, volvemos a encontrar como líder a 'El Larguero' de Ser, conducido por Manu Carreño, que consigue una audiencia de 770.000 oyentes. Este dato supone un descenso del 7% respecto a la misma Ola del año anterior y del 9% respecto a la pasada Ola.

Acortando distancias, encontramos a 'El Partidazo de la Cope' con Juanma Castaño, que consigue incrementar su audiencia en un 17% respecto a la misma Ola de 2018 y en un 22% si lo comparamos con la tercera Ola de 2018, convenciendo a 661.000 oyentes.

Por último, 'El Transistor' de Onda Cero con José Ramón de la Morena, obtiene una discreta audiencia de 313.000 personas, descendiendo en un 18% respecto a la misma Ola del año anterior y un 24% respecto a la tercera Ola de 2018.

## Radio generalista - Carrusel Deportivo Sábado - (000)

EGM... - 1ª Ola 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años



■ 1ª EGM '18 ■ 2ª EGM '18 ■ 3ª EGM '18 ■ 1ª EGM '19

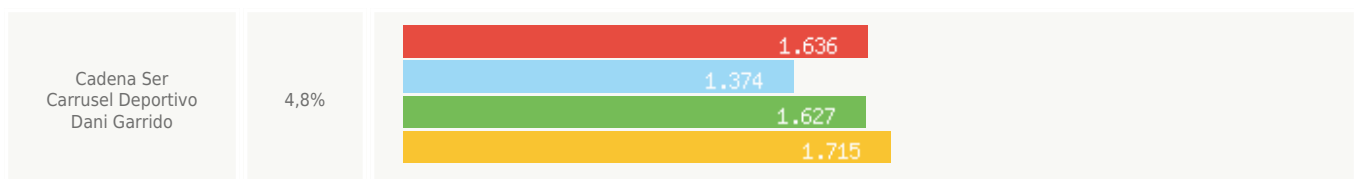
Siguiendo con el análisis de contenidos deportivos, pero esta vez centrándonos en el sábado, 'Carrusel Deportivo' con Dani Garrido lidera con una audiencia de 1.476.000 oyentes, aunque sufre una caída del 3,5% respecto al mismo periodo del 2018 y del 8% respecto a la Ola anterior.

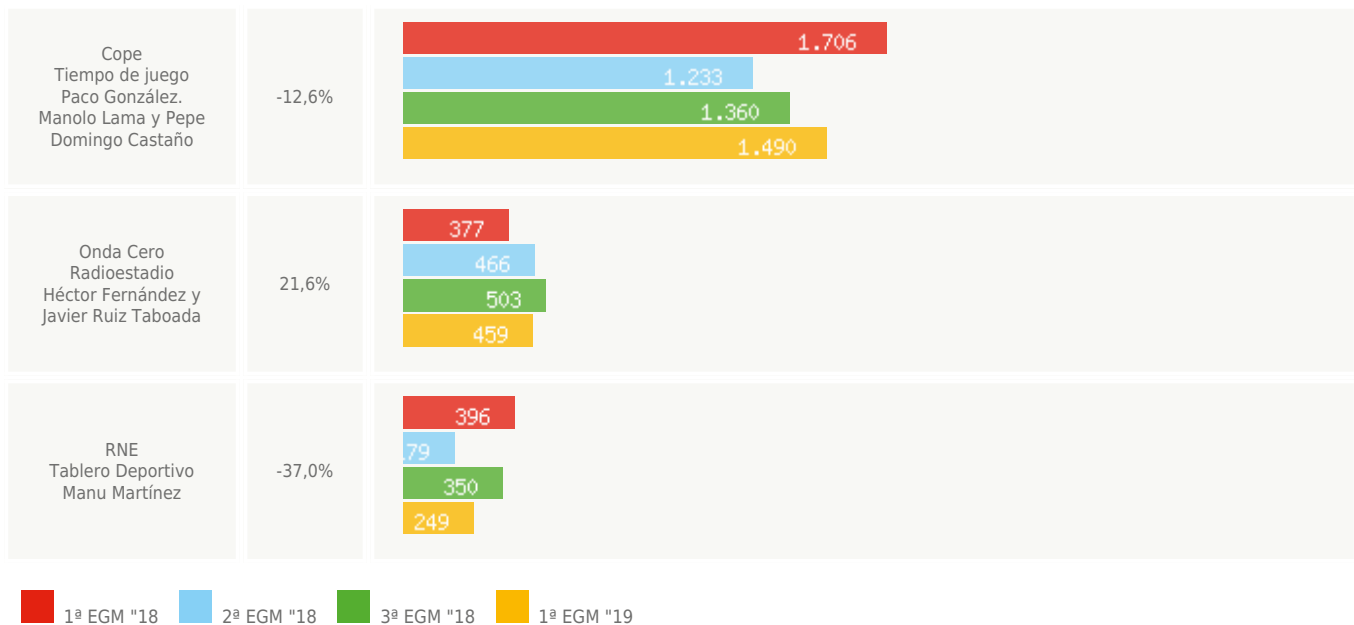
Por el contrario, 'Tiempo de Juego' con González, Lama y Castaño, consigue resultados muy positivos, acortando distancias con el programa de Ser. El programa de Cope consigue una audiencia de 1.417.000 personas, lo que conlleva un incremento del 21% respecto el año pasado y del 28,5% respecto la Ola anterior.

Analizando el resto de programas, 'Radioestadio' de Onda Cero, recupera un 16% de sus oyentes respecto a la ola anterior y mantiene sus resultados respecto al mismo periodo de 2018, con 402.000 personas. En lo que respecta al 'Tablero Deportivo' de RNE, no obtiene buenos resultados, descendiendo su audiencia en un 2% respecto a la primera Ola de 2018 y en un 22% respecto a la tercera Ola de 2018, lo que se traduce en 272.000 oyentes.

## Radio generalista - Carrusel Deportivo Domingo - (000)

EGM... - 1ª Ola 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años





En relación con la audiencia de estos programas, pero en el domingo, 'Carrusel Deportivo' vuelve a ser líder con 1.715.000 oyentes, lo que implica un crecimiento de 4,8% respecto a la primera Ola de 2018 y de un 5,4% respecto a la tercera Ola de 2018. En segundo lugar, está 'Tiempo de Juego' que obtiene 1.490.000 oyentes, datos positivos si lo comparamos con el periodo anterior, ya que incrementa en un 9,6%, pero si comparamos con la misma Ola del año pasado observamos un descenso del 12,6%.

A gran distancia, vuelve a posicionarse en tercer lugar 'Radioestadio' de Onda Cero con 459.000 oyentes. El programa de mejora sus resultados en un 22% respecto a la primera Ola de 2018, aunque desciende un 9% respecto a la última Ola de 2018. Le sigue 'Tablero Deportivo' con un discreto resultado de 249.000 oyentes, lo que supone unas caídas del 37% respecto la primera Ola de 2018 y del 29% respecto la tercera Ola de 2018.

## Hábitos usuarios Internet - (000)

EGM.- - 1er Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años

Hábitos usuarios internet	1ª EGM "18	2ª EGM "18	3ª EGM "18	1ª EGM "19	Dif. 1ª EGM "19 vs 1ª EGM "18
Acceso ayer	30.304	30.726	31.025	31.610	4,3%
Acceso último mes	32.118	32.476	32.732	33.339	3,8%
Acceso por dispositivo					
Smartphone	30.677	31.305	31.413	31.856	3,8%
Ordenador	22.066	22.066	22.130	22.306	1,1%
Tableta	10.164	10.060	10.080	9.825	-3,3%
Televisión con posibilidad de conectarse a Internet	6.402	7.546	8.556	9.625	50,3%
Otros	2.520	2.671	2.822	3.062	21,5%
Actividades que realiza en Internet					
Mensajería instantánea (WhatsApp.Messenger o similar)	28.866	29.385	29.608	30.294	5,0%
Otros usos	24.639	25.302	25.920	26.288	6,7%
Redes sociales	17.759	18.335	18.786	19.383	9,1%
Correo electrónico. Email.	16.954	17.351	17.795	17.923	5,7%
Lectura de información de actualidad	11.747	12.447	13.213	14.064	19,7%
Escuchar música directamente en Internet	5.620	6.044	6.478	7.023	25,0%
Visionado de programas y series de Televisión / películas	3.557	4.131	4.625	5.246	47,5%

En lo que respecta al acceso a Internet, el medio continúa con su tendencia creciente, aunque con un crecimiento más discreto. En este acumulado la audiencia diaria crece un 4,3% respecto al mismo periodo de 2018, lo que conlleva un alcance de 31.610.000 personas mayores de 14 años.

En cuanto los dispositivos por los que los individuos se conectan de manera más habitual, el Smartphone sigue siendo el dispositivo preferido con 31.856.000 usuarios, lo que conlleva un aumento del 3,8%. En segunda posición, se mantiene el ordenador con 22.306.000 usuarios, presentando un ligero incremento del 1% respecto al año pasado. Por otro lado, el crecimiento de la TV Conectada sigue siendo notable, ya que aumenta un 50,3%, llegando a los 9.625.000 usuarios.

En cuanto a las principales actividades, la mensajería instantánea sigue siendo la principal actividad con 30,3 millones de usuarios, lo que supone un aumento del 5% respecto a 2018. Le siguen las Redes Sociales con un incremento del 9% y 19,4 millones de usuarios. Cerrando el top 3, está el correo electrónico con un incremento del 5,7%.

Por último, la actividad con mayor crecimiento en número de usuarios continúa siendo el visionado de programas y series de



televisión o películas, alcanzando los 5.246.000 usuarios, lo que implica un crecimiento del 47,5% respecto al mismo periodo de 2018. También destaca la compra de productos y servicios que crece en un 41,8% en el último año con un millón de usuarios y la escucha de podcast, que es la actividad con mayor crecimiento porcentual en este año, con una subida del 55,9% y 817.000 usuarios.