



01 junio 2019

2º EGM 2019



Junio 2019

2º EGM 2019

Con la llegada del verano llegan también los datos de la segunda Ola del Estudio General de Medios, con información bien fresca sobre las audiencias de los medios.

Televisión sigue manteniendo el título de medio más consumido, con una penetración diaria del 84,8% y más de 34 millones de fieles, registrando niveles estables respecto el año pasado. Rozando el 80% encontramos a Exterior e Internet, registrando ambos medios subidas respecto 2018.

El medio digital sigue su crecimiento imparable, rozándose los 32 millones de usuarios diarios, lo que supone un crecimiento respecto al año pasado del 4%. Un Estudio más volvemos a destacar el importante crecimiento de las Smart TV's como dispositivos de conexión, superándose la barrera de los 10 millones de usuarios, con un espectacular incremento del 43%. En cuanto a las actividades, el uso de mensajería instantánea, redes sociales y correo electrónico, se mantienen en lo más alto, pero son especialmente destacables las evoluciones protagonizadas por la escucha de música (+24%), el visionado de programas y series de TV (+42%), la compra de productos y servicios (+57%), y la escucha de podcast (+69%).

Pasando los titulares al medio Radio, este se mantiene estable con una audiencia diaria de casi 23 millones de oyentes. 'Ser' mantiene el liderato del medio con una pérdida de oyentes del 3% respecto el año pasado, lo que sumado al incremento de audiencia de su más inmediato competidor, 'Cope', hace que se estrechen las distancias entre los dos gigantes radiofónicos. 'Los 40' por su parte, queda relegado al tercer puesto pese a subir un 2% sus oyentes, siendo líder indiscutible de la radio musical. Haciendo un breve repaso a los principales programas, en el terreno generalista es destacable el incremento de audiencia de *Hoy por hoy* en 'Ser', que sube un 8% y mantiene el liderato con 2.872.000 oyentes, al tiempo que *Herrera en Cope* no cesa en su crecimiento y llega a 2.387.000 personas tras incrementar un 22%. En lo que respecta a los programas deportivos, *Carrusel deportivo* en 'Ser' cierra un periodo espectacular con un incremento de audiencia el sábado del 44% y el domingo del 39%, rozando los 2 millones de oyentes ambos días y ampliando distancias con *Tiempo de juego* en 'Cope', que se queda en el entorno de los 1,2 millones de seguidores. En cuanto a la radio musical, *Anda ya* en Los 40 sigue líder y mejora levemente sus resultados, llegando a 1.575.000 oyentes, ganando margen a *Buenos días Javi y Mar* en 'Cadena 100', que pierde un 3%. Cerramos capítulo de Radio destacando el

incremento de audiencia de *El pirata y su banda* en Rock FM, que suma un 22% de oyentes y llega a 570.000.

En cuando a los medios impresos, la audiencia de los mismos sigue su tendencia a la baja. Algo menos de 12 millones de personas acceden al medio Revistas, un 4% menos que en 2018, manteniéndose 'Pronto' como líder de las revistas semanales con una caída del 2%, y 'National Geographic' como líder de las revistas mensuales con una caída del 8%. El medio Diarios llega por su parte a un promedio de 8.969.000 personas diariamente, retrocediendo un 4% respecto 2018. Entre las principales cabeceras sigue 'Marca' como diario líder con 1,7 millones de lectores, dejando por detrás a 'El País' con algo más de 1 millón, con caídas del 3,9% y 2,5% respectivamente respecto el mismo periodo de 2018. Finalmente, el medio Suplementos cae por debajo de la barrera de los 3 millones de lectores, retrocediendo un 5% respecto el año pasado.

Concluimos el resumen con una breve referencia al medio Cine que, pese a contar con una penetración modesta del 4,2%, cierra un periodo positivo con un incremento de fieles del 13%, llegando a 1.711.000 personas.

Evolución de la penetración de medios

EGM: - 2º Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años

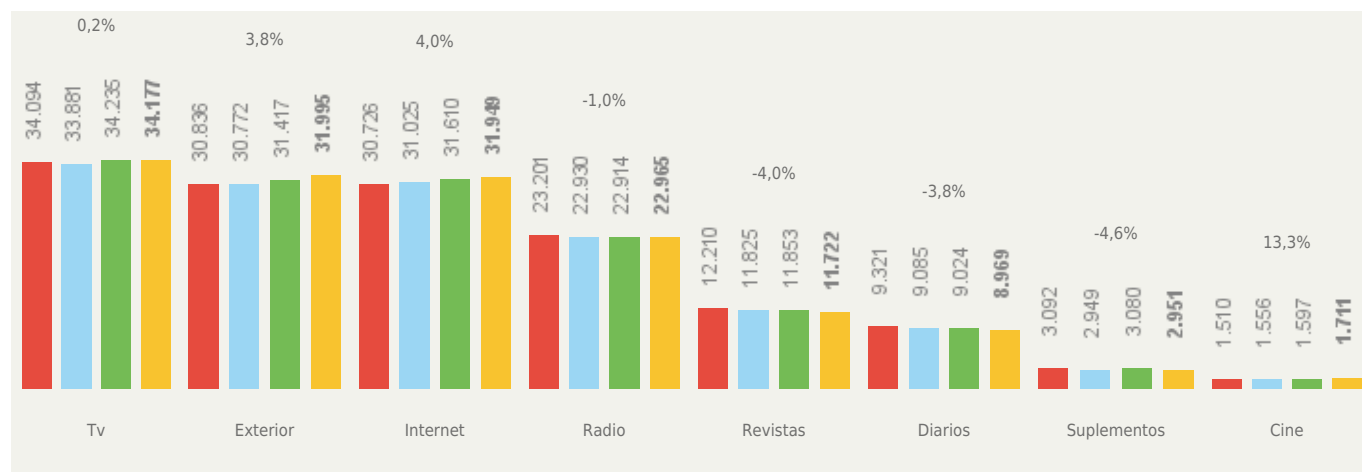
| Medios | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 |
|-------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Suplementos | 7,3 | 7,4 | 8,7 | 9,5 | 11,0 | 12,7 | 14,6 | 16,2 | 18,2 | 19,2 | 21,9 |
| Revistas | 29,1 | 29,7 | 32,8 | 35,2 | 38,5 | 41,0 | 43,4 | 45,4 | 48,9 | 50,4 | 51,3 |
| Radio | 57,0 | 57,5 | 59,3 | 60,0 | 60,1 | 61,0 | 61,5 | 61,9 | 58,5 | 56,9 | 55,3 |
| TV | 84,8 | 85,0 | 85,2 | 87,8 | 88,3 | 88,6 | 88,7 | 89,0 | 88,5 | 87,9 | 89,0 |
| Exterior | 79,4 | 77,2 | 77,8 | 74,7 | 69,3 | 58,8 | 61,3 | 64,7 | 57,1 | 51,6 | 52,9 |
| Cine | 4,2 | 3,9 | 3,9 | 4,0 | 3,4 | 3,8 | 3,0 | 3,3 | 3,4 | 4,0 | 4,3 |
| Internet | 79,3 | 77,9 | 75,7 | 71,9 | 66,7 | 60,7 | 53,7 | 46,7 | 42,5 | 38,4 | 34,3 |

Televisión se mantiene como el medio rey un acumulado más, defendiendo una penetración diaria del 84,8%, tan solo dos décimas por detrás de los niveles registrados en 2018. A poca distancia encontramos los medios Exterior e Internet, que llegan a un 79,4% de penetración semanal y 79,3% de penetración diaria respectivamente, registrando ambos medios subidas respecto el año pasado.

El medio radio por su parte sigue estable en el cuarto puesto con un acceso diario del 57% de la población, medio punto por detrás de los niveles registrados en 2018. En lo que respecta a los medios impresos, Revistas, Diarios y Suplementos retroceden seis, cinco y una décima respectivamente, llegando a 29,1%, 22,3% y 7,3%. El medio Cine, por su parte, mejora tres décimas su penetración semanal y llega al 4,2% de la población.

Evolución de la audiencia por medios - (000)

EGM: - 2º Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años



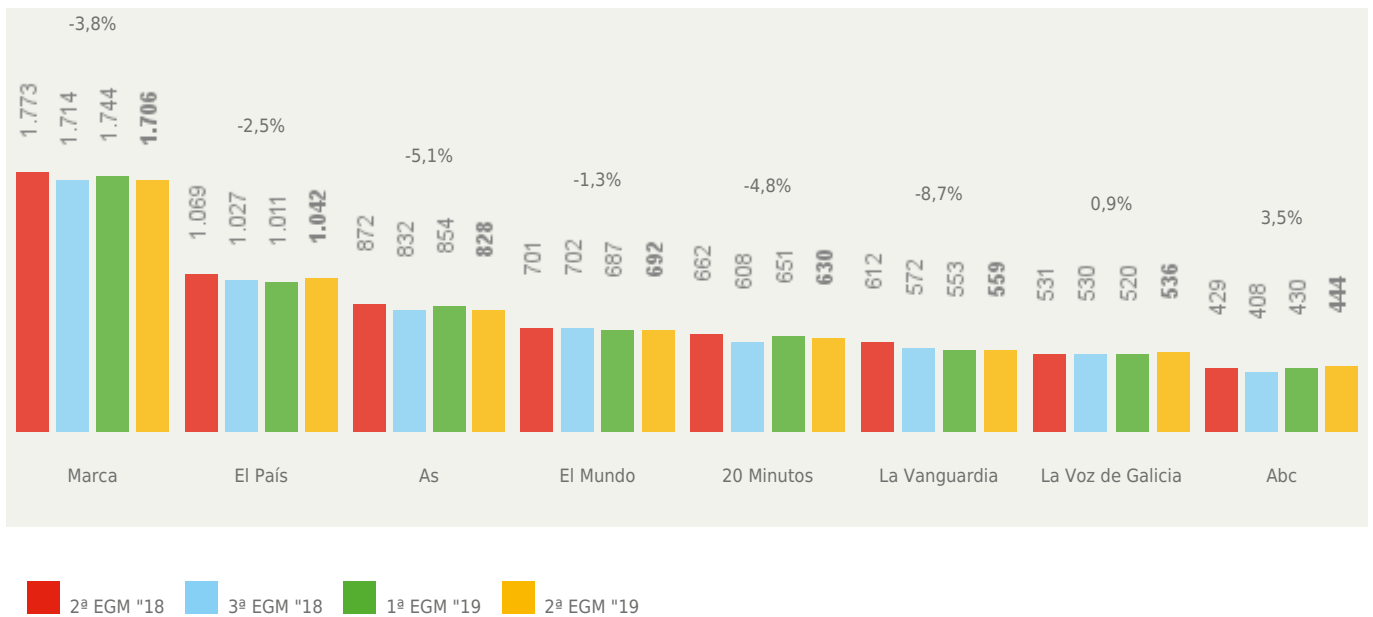
■ 2ª EGM "18 ■ 3ª EGM "18 ■ 1ª EGM "19 ■ 2ª EGM "19

Analizando la evolución de los medios en términos absolutos, destacamos los crecimientos de los medios Exterior e Internet, que ganan ambos un 4% y rozan los 32 millones de usuarios. Importante también la subida del medio Cine, que incrementa un 13% sus usuarios, que llegan a 1.711.000. El medio Televisión, por su parte, es líder en usuarios diarios, con más de 34 millones de fieles, manteniéndose en niveles estables respecto 2018.

El panorama opuesto lo protagonizan nuevamente los medios impresos, con caídas entre el 3% y 5% de lectores en Revistas, Diarios y Suplementos. En un término medio se sitúa Radio, que presenta una leve pérdida de audiencia del 1%.

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

EGM: - 2º Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años



Arrancamos el detalle de cada uno de los medios haciendo un repaso a Diarios. La penetración diaria del medio se sitúa en el 22,3%, bajando por primera vez de la barrera de los 9 millones de lectores.

Haciendo un repaso a las principales cabeceras, el ranking se mantiene encabezado por 'Marca', que un acumulado más lidera con holgura pese a perder fieles tanto respecto el mismo periodo de 2018, como respecto el primer acumulado de 2019. 'El País' por su parte mantiene el puesto de plata y sigue superando por poco el millón de lectores. La cabecera de Prisa pierde respecto 2018 un 2,5% de lectores, pero respecto el último acumulado consigue sumar un 3%. El Top 3 lo cierra el deportivo 'As', que sigue cayendo y consigue mantener a 828.000 personas.

A distancia de los principales diarios encontramos al generalista 'El Mundo', que defiende cifras estables cercanas a los 700.000 lectores, protagonizando un ligero decrecimiento respecto el mismo periodo de 2018. A poca distancia encontramos al gratuito '20 Minutos', que pierde un 3% respecto el último acumulado y un 5% respecto el año pasado.

Interesantes las evoluciones de 'La Vanguardia' y 'La Voz de Galicia', que se mantienen por encima del medio millón de lectores y consiguen mejorar resultados respecto el primer acumulado de 2019, siendo también en verde la evolución de la cabecera gallega respecto el mismo periodo de 2018, mientras que el diario catalán pierde un 9%. Finalmente, el diario ABC cierra un buen periodo, con una audiencia de 444.000 personas, protagonizando subidas modestas tanto respecto el segundo acumulado de 2018 como respecto el primer acumulado de 2019.

Penetración diarios por región y principales cabeceras - (000)

EGM: - 2º Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años

| Comunidades autónomas | Porcentaje | Diario | Lectores | Dif. 2ª EGM "19 vs 2ª EGM "18 |
|-----------------------|------------|---------------------------|----------|-------------------------------|
| Aragón | 28% | Heraldo de Aragón | 225 | -4,3% |
| Asturias | 40% | La Nueva España | 275 | -3,9% |
| Baleares | 25% | Última Hora | 128 | -25,6% |
| Cantabria | 30% | El Diario Montañés | 131 | -12,1% |
| Castilla/León | 29% | - | | |
| Castilla/Mancha | 13% | - | | |
| C.Catalana | 22% | La Vanguardia | 559 | -8,7% |
| Extremadura | 18% | Hoy Diario de Extremadura | 104 | -1,9% |
| Galicia | 39% | La Voz de Galicia | 536 | 0,9% |
| Madrid | 17% | - | | |
| Murcia | 16% | La Verdad | 133 | -7,0% |
| Navarra | 39% | Diario de Navarra | 159 | 3,3% |
| C.Valenciana | 17% | - | | |
| País Vasco | 32% | El Correo | 293 | -18,2% |
| La Rioja | 35% | Diario la Rioja | 77 | -1,3% |
| Canarias | 20% | El Día | 128 | -7,9% |

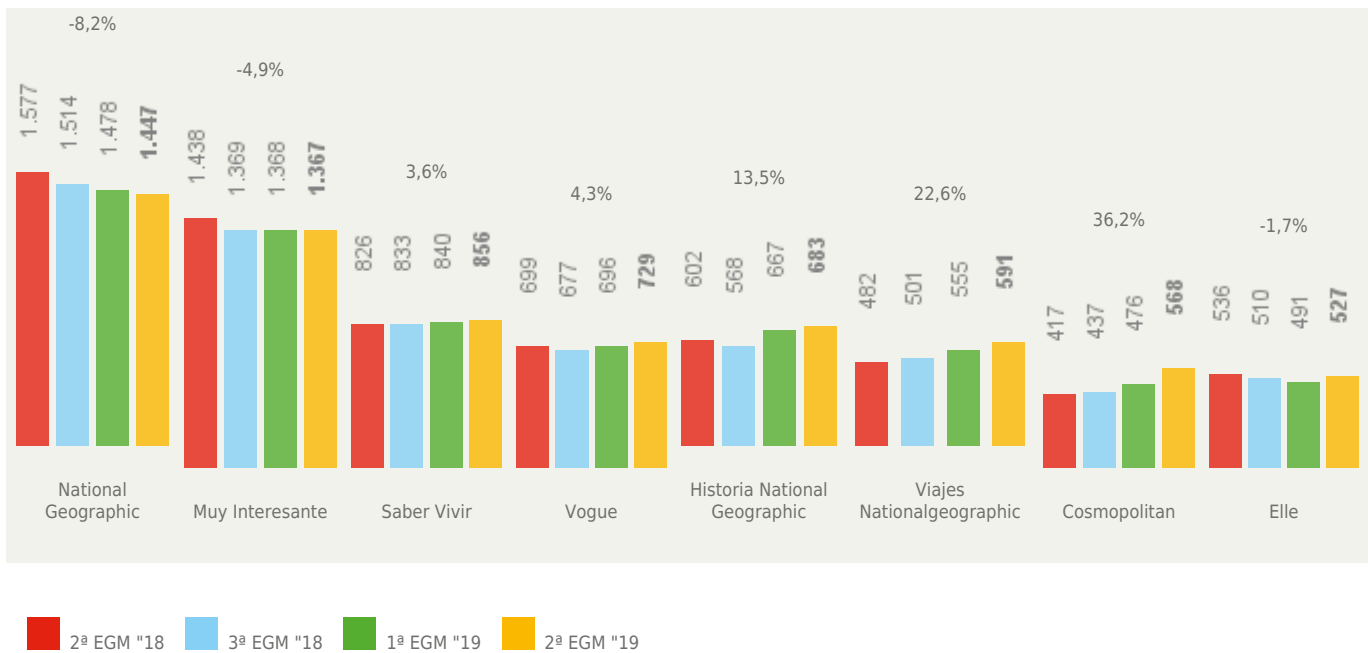
Un acumulado más, volvemos a comprobar cómo la zona norte del país es la que destaca en el consumo de este medio. Asturias es la CCAA que lidera en penetración, con un 40% de acceso diario, seguido de cerca por Galicia y Navarra, con un 39%. La Rioja, País Vasco y Cantabria destacan también con accesos diarios entre el 30% y el 35%, dejando en un segundo nivel a Castilla León, Aragón y Baleares, entre el 25% y el 30%. Cataluña es la CCAA que muestra niveles en línea con la penetración del medio (22%), mientras que el resto de CCAA consumen el medio por debajo de esa cifra.

Nuevamente, en 12 de las 17 CCAA el medio está liderado por una cabecera regional. El ranking de estos diarios está encabezado por 'La Vanguardia' y 'La Voz de Galicia', cabeceras que ya comentamos en el apartado anterior. El top 3 lo cierra 'El Correo', de País Vasco que, con 293.000 lectores, protagoniza la mayor caída en términos absolutos de este grupo de diarios. En lo que respecta al resto de cabeceras, destacamos los buenos resultados del 'Diario de Navarra', que consigue incrementar lectores tanto respecto el año pasado como respecto al primer acumulado de 2019. El panorama opuesto lo muestra el diario balear 'Última Hora', que lidera la caída en términos relativos, perdiendo un 26% de lectores respecto el

mismo periodo del año pasado, y un 11% respecto el pasado acumulado.

Evolución audiencia revistas mensuales por soporte - (000)

EGM: - 2º Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años

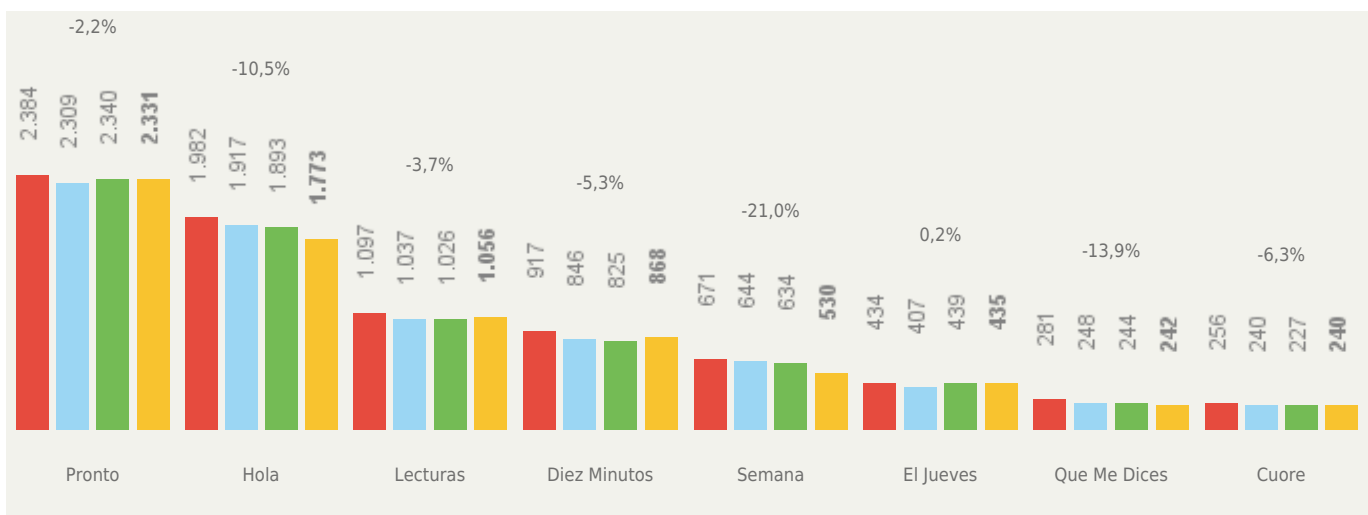


En lo que respecta al análisis de las revistas mensuales, los dos principales títulos de la categoría sufren resultados negativos en comparación con el mismo acumulado de 2018. Entre estos descensos, destacan los de 'National Geographic', que pierde 130.000 lectores, lo que supone una caída de un 8,2%, y 'Muy Interesante', que reduce el número en 71.000, lo que se traduce en una disminución de la audiencia del 4,9% con respecto al año pasado. El pódium lo cierra 'Saber Vivir' que, pese a distanciarse con las líderes en más de 500.000 lectores, consigue mejorar resultados y sube un 4% sus lectores hasta 856.000.

Consiguen cerrar buenos resultados también 'Vogue', 'Historia National Geographic', 'Viajes National Geographic' y 'Cosmopolitan', con incrementos del 4%, 13%, 23% y 36% respectivamente.

Evolución audiencia revistas semanales por soporte - (000)

EGM: - 2º Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años



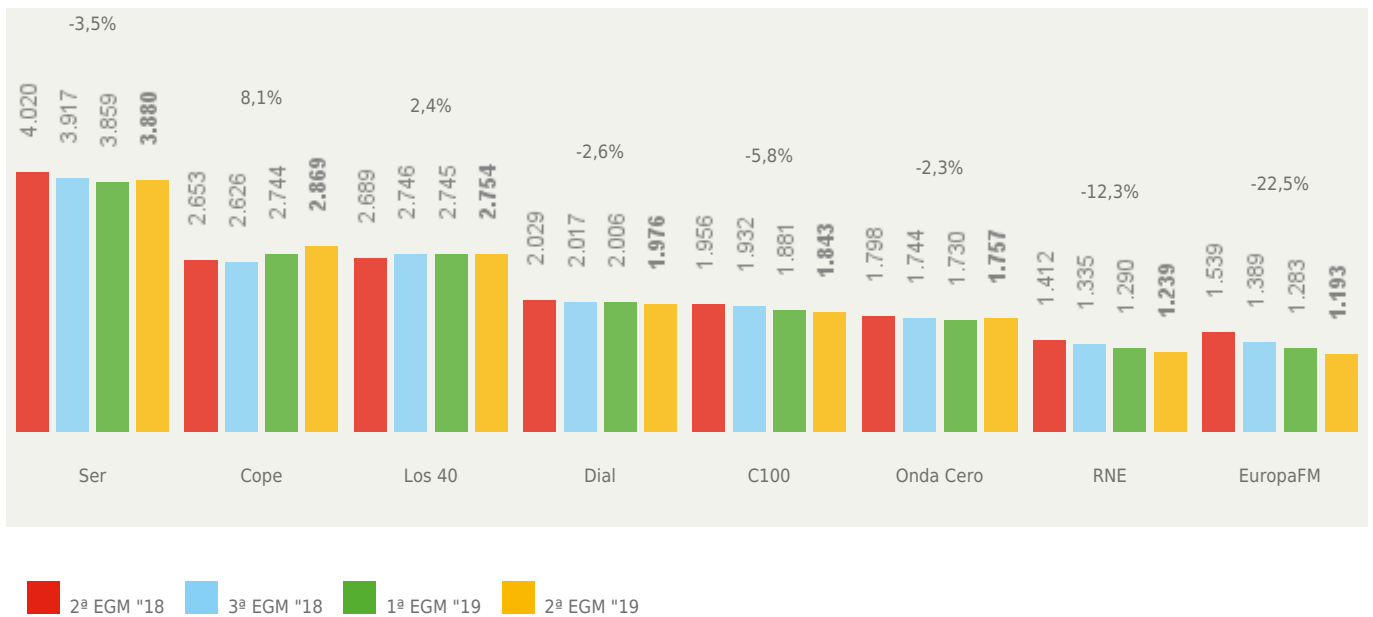
Pasando al análisis de las Revistas Semanales, se observa una vez más un descenso generalizado de las audiencias en comparación con el segundo acumulado de 2018. Todas las cabeceras, con dos únicas excepciones 'Corazón TVE' que mejora sensiblemente y 'El Jueves' que sigue manteniendo a sus lectores incondicionales, pierden audiencia respecto al segundo EGM de 2018. Los descensos oscilan entre el 2,2% de 'Pronto' y el 21% de 'Semana'. Los resultados de este acumulado son más optimistas si los comparamos con el acumulado anterior. La mayor parte de los soportes suman lectores y únicamente 'Semana' experimenta un descenso importante con una caída del 16,4%.

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 2.331.000 lectores, aunque su audiencia continúa bajando. Le siguen a bastante distancia 'Hola', que recorta su audiencia un 10,5%, alcanzando a un total de 1.773.000 lectores, y 'Lecturas', con una audiencia de 1.056.000.

En lo que respecta al resto de títulos, destacamos los buenos resultados de 'Corazón TVE', que consigue sumar adeptos en comparación con el último acumulado y con el mismo periodo de 2018. En el polo opuesto encontramos a 'Semana', que no parece ser capaz de frenar la fuga masiva de lectores, con una pérdida del 21%.

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

EGM: - 2º Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años

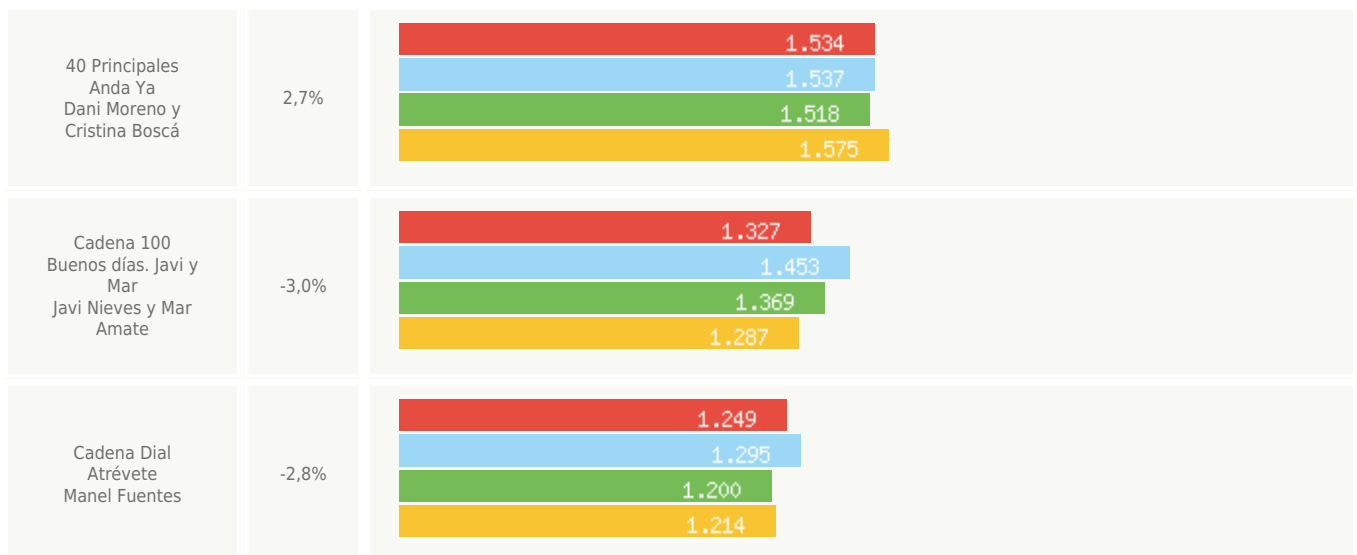


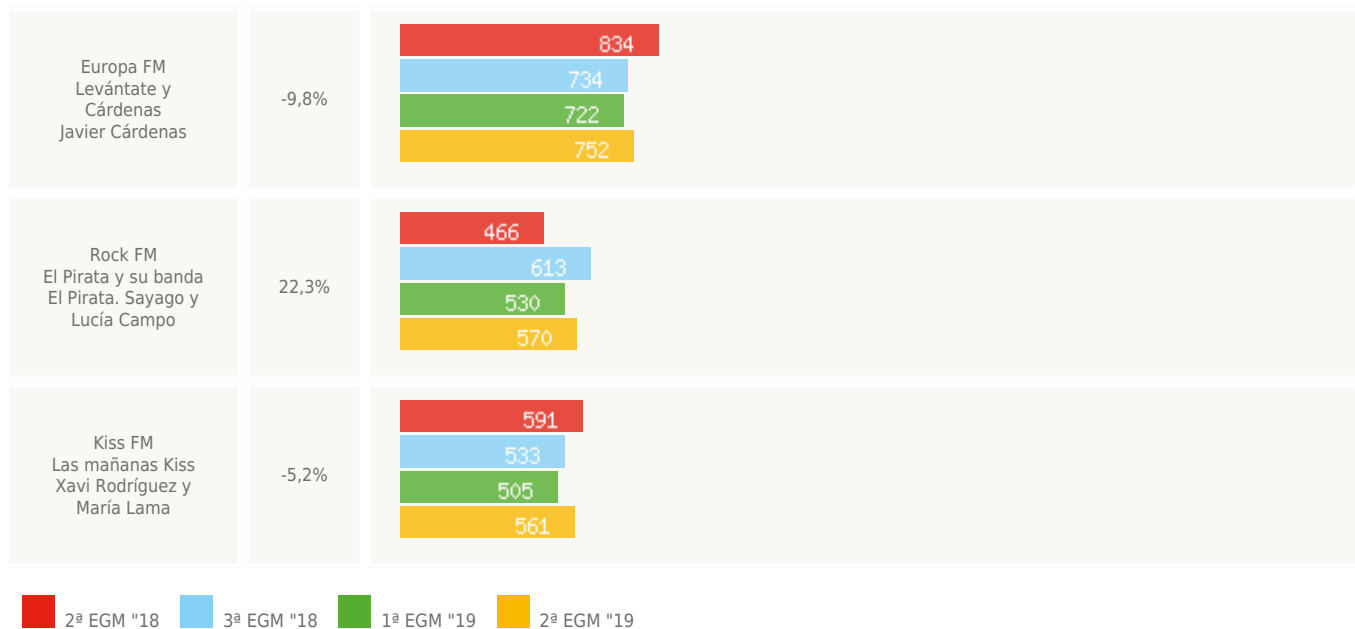
Pasamos al terreno radiofónico, donde también se observa un descenso generalizado en la audiencia de las principales cadenas. 'Europa FM' continúa en caída libre perdiendo cerca del 23% de sus oyentes respecto al mismo periodo de 2018. Destacable es también el descenso de 'RNE' que desciende un 12,3%. Centrándonos en datos positivos, 'Cope' continúa ganando oyentes y crece más de un 8% respecto al segundo acumulado de 2018. En el ámbito de la radiofórmula 'Los 40' sigue creciendo y mejora sus resultados aumentando un 2,4%.

'Ser', a pesar de la ya mencionada pérdida de oyentes, continúa como líder indiscutible con un promedio diario de 3.880.000 oyentes. Los buenos resultados de 'Cope', que alcanza a un total de 2.869.000 oyentes, le permiten situarse en segunda posición superando a 'Los 40', que queda relegando al tercer puesto con una audiencia media de 2.754.000. En cuarta posición encontramos a 'Dial' que, a pesar de sufrir una ligera pérdida de oyentes, logra mantener a 1.976.000 fieles.

Radiofórmula - Morning show - (000)

EGM : - 2º Ola 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años





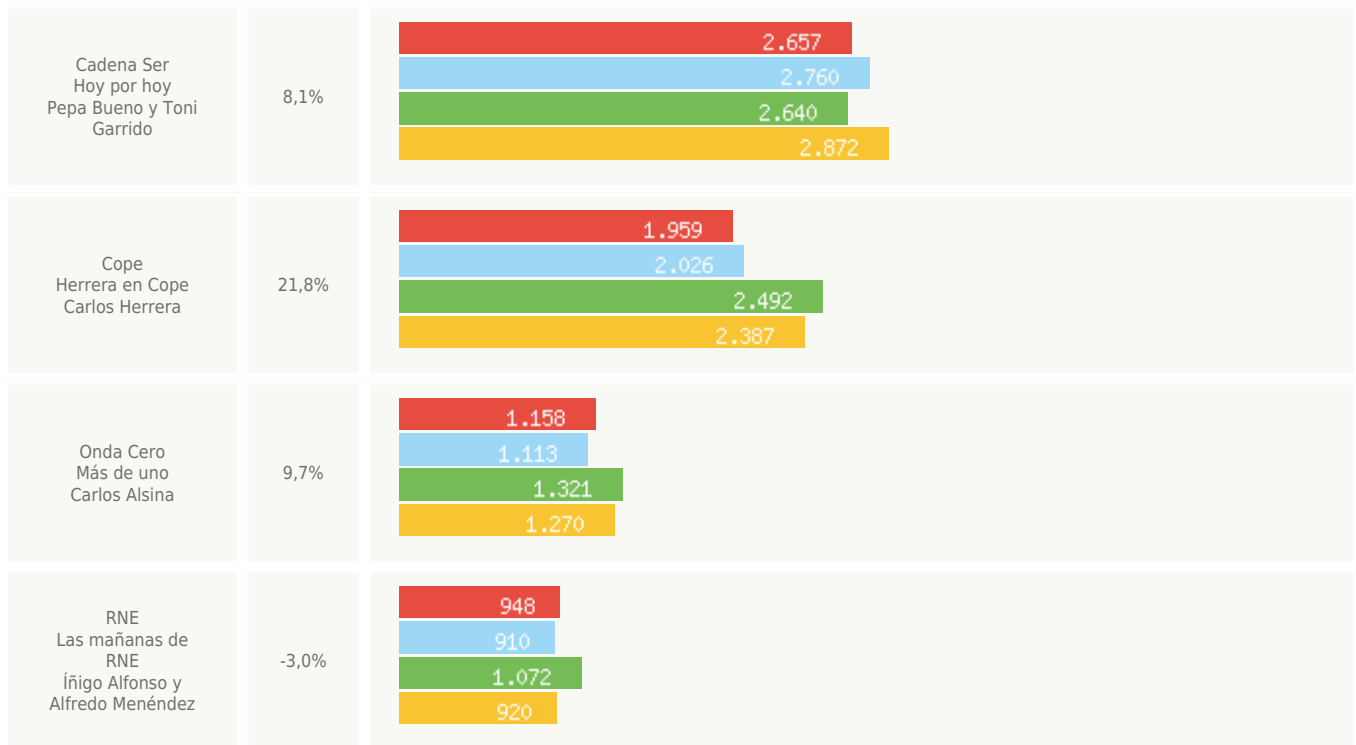
En lo que respecta a los principales programas de la Radio Musical, se observa un descenso bastante generalizado en comparación con el mismo acumulado de 2018, aunque la mayoría de los programas ganan oyentes respecto a la primera Ola de 2019, con la única excepción de *Buenos días Javi y Mar*, que cae cerca de un 6%.

En primer lugar, encontramos a *Anda Ya* en 'Los 40', capitaneado por Dani Moreno y Cristina Boscá, que obtiene una audiencia de 1.575.000 oyentes, lo que supone un aumento del 3,8% respecto a la última Ola y del 2,7% respecto a 2018. En segunda posición se encuentra *Buenos días Javi y Mar* en 'Cadena 100', que logra 1.287.000 oyentes, lo que representa un descenso del 6% respecto a la última ola y del 3% respecto al mismo periodo de hace un año. En tercera posición, recortando distancias con el matinal de 'Cadena 100', encontramos a *Atrévete*, con Manel Fuentes en 'Cadena Dial', con una audiencia media de 1.214.000 oyentes, que suponen un aumento de 14 mil oyentes en comparación con la última ola y un descenso cercano al 3% en comparación con 2018.

Si pasamos a analizar los matinales que no superan el millón de oyentes, el panorama es bastante similar. El programa de 'Europa FM' *Levántate y Cárdenas* vuelve a sufrir el mayor descenso, con un 9,8% respecto el año anterior, siguiendo la tendencia general, aunque consigue mejorar sus resultados respecto a la última Ola con un aumento del 4,2%, consiguiendo 752.000 oyentes. Le sigue a distancia *El pirata y su banda* en 'Rock FM', que consigue una audiencia de 570.000 oyentes, subiendo más de un 22% en comparación con la segunda Ola de 2018 y un 7,4% respecto a la primera Ola de este año. Por último, y a escasa distancia del matinal de 'Rock FM', encontramos a *Las mañanas Kiss* con una audiencia de 561.000 oyentes que suponen un aumento del 11,1% respecto la primera Ola de 2019 y un descenso del 5,2% respecto la segunda de 2018.

Radio generalista - Mañana - (000)

EGM : - 2ª Ola 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años



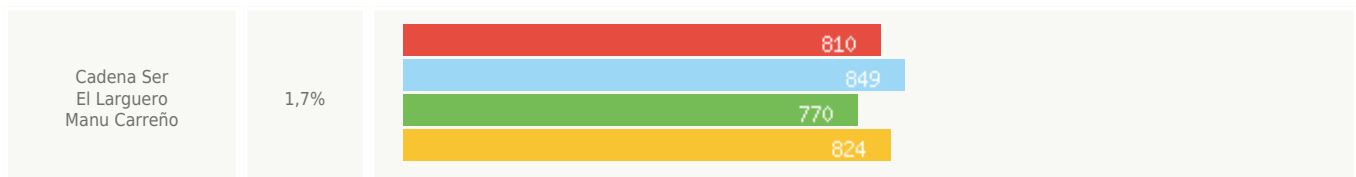
■ 2ª EGM '18 ■ 3ª EGM '18 ■ 1ª EGM '19 ■ 2ª EGM '19

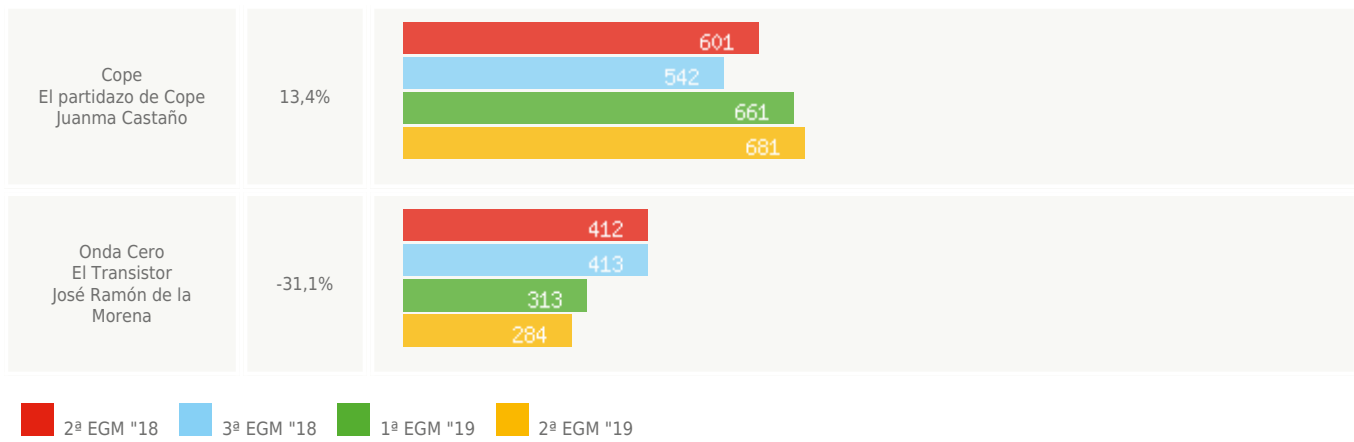
Realizando la misma lectura, pero para los programas de la radio generalista, *Hoy por hoy* de 'Ser', conducido por Pepa Bueno y Toni Garrido, continúa liderando el ranking llegando a 2.872.000 oyentes. Este dato supone un crecimiento de audiencia del 8,1% respecto a la misma Ola de 2018 y un 8,8% respecto a la Ola anterior. Le sigue *Herrera en Cope* obteniendo una audiencia de 2.387.000 personas, lo que representa un aumento de audiencia del 21,8% respecto a la misma Ola de 2018, pero un descenso del 4,2% respecto a la pasada Ola de 2019.

Con una diferencia de más de un millón de oyentes encontramos el programa *Más de uno* en 'Onda Cero', liderado por Carlos Alsina. El espacio aumenta sus seguidores en un 9,7% respecto al año pasado, pero sufre una caída del 3,8% respecto a la Ola anterior, manteniendo a 1.270.000 oyentes. Por último, *Las Mañanas de RNE* no logran llegar al millón de oyentes, registrando una audiencia de 920.000 personas y protagonizando una caída del 3% respecto a la segunda Ola de 2018 y un descenso del 14,2% respecto a la primera Ola de 2019.

Radio generalista - Deporte LV - (000)

EGM : - 2ª Ola 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años



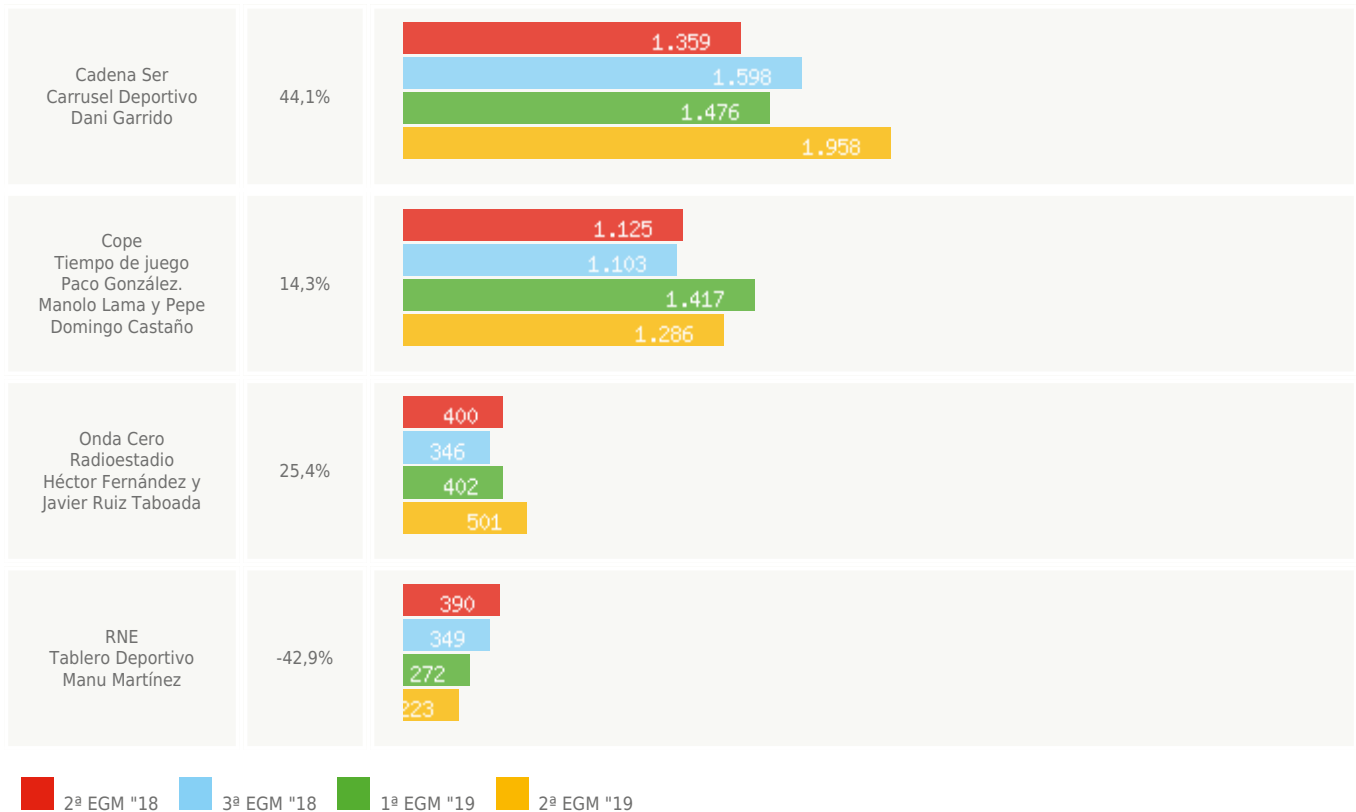


Siguiendo con la radio generalista, pero en este caso pasando al análisis de la franja de la noche, vuelve a liderar *El Larguero* de 'Ser' con Manu Carreño. El programa logra llegar a 824.000 oyentes, suponiendo un ligero incremento del 1,7% respecto al año pasado y del 7% respecto a la Ola anterior. Le sigue en segunda posición *El Partidazo de Cope*, con Juanma Castaño, que obtiene una audiencia de 681.000 personas. Este programa también mejora sus resultados con un incremento del 13,4% respecto a la segunda Ola de 2018 y del 3,1% respecto a la primera Ola de 2019.

Cerrando el Top 3, encontramos a *El Transistor* de 'Onda Cero', conducido por José Ramón de la Morena. El programa es el único que pierde adeptos, descendiendo su audiencia en un 31,1% respecto a 2018 y un 9,2% respecto a la Ola anterior, llegando a un discreto dato de 284.000 oyentes.

Radio generalista - Carrusel Deportivo Sábado - (000)

EGM : - 2ª Ola 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años



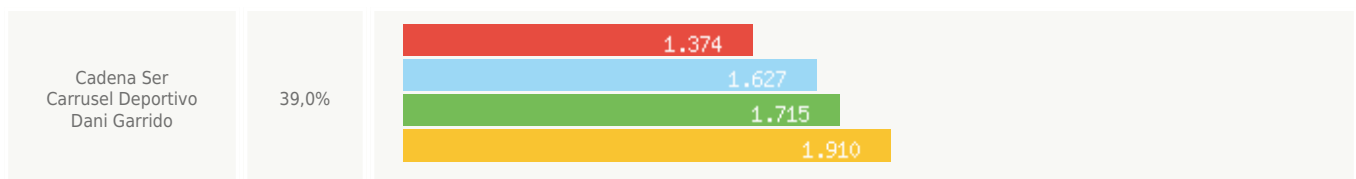
Continuando con el análisis de contenidos deportivos, pero esta vez poniendo el foco en el sábado, *Carrusel Deportivo* de 'Cadena Ser', con Dani Garrido, se desmarca de sus competidores logrando una audiencia de 1.958.000 oyentes. El dato conlleva un considerable incremento del 44% respecto a la misma Ola de 2018 y del 32,6% respecto a la 1ª Ola de 2019.

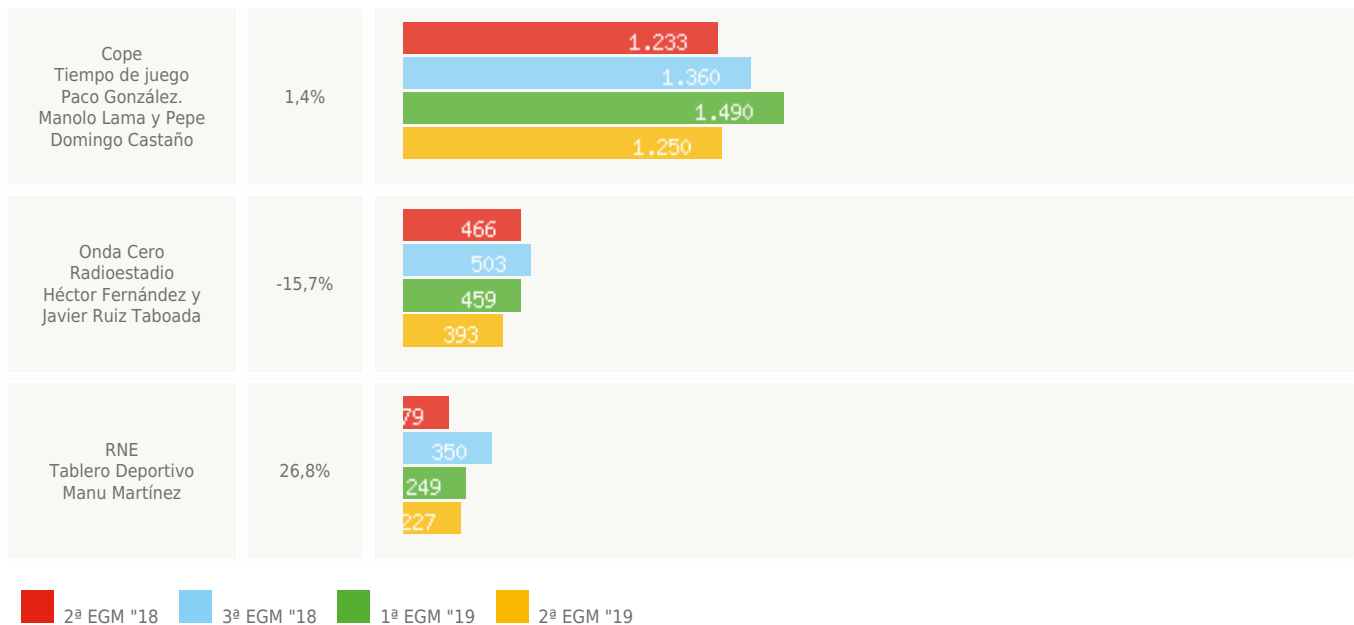
A una distancia notable, le sigue *Tiempo de Juego* de 'Cope' con 1.286.000 oyentes. Esto implica un aumento de la audiencia del 14,3% respecto al mismo periodo de 2018, pero sufre un descenso del 9,2% respecto a la Ola anterior.

Realizando el análisis del resto de programas, *Radioestadio* de 'Onda Cero' consigue llegar al medio millón de oyentes, incrementando su audiencia en un 25,4% respecto a la segunda Ola de 2018 y un 24,7% respecto a la primera Ola de 2019. Por el contrario, *Tablero Deportivo* de 'RNE', no obtiene tan buenos resultados, ya que sufre un descenso del 42,9% respecto a 2018 y del 18,1% respecto a 2019, lo que se traduce en una audiencia de 223.000 oyentes, continuando con su tendencia decreciente.

Radio generalista - Carrusel Deportivo Domingo - (000)

EGM : - 2ª Ola 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años





Carrusel Deportivo se mantiene como líder de los programas deportivos de los domingos con 1.910.000 oyentes y un crecimiento muy significativo del 39% con respecto a la segunda Ola de 2018. El segundo puesto lo mantiene *Tiempo de Juego*, que engancha a 1.250.000 oyentes, con un ligero crecimiento del 1,4% respecto el año pasado, pero si comparamos con la primera ola del 2019 observamos un descenso del 16%.

A gran distancia, vuelve a posicionarse en tercer lugar *Radioestadio* de 'Onda Cero' con 393.000 oyentes, mostrando una gran caída respecto 2018, con un 15,7% de bajada de oyentes. Le sigue *Tablero Deportivo*, con un discreto resultado de 227.000 oyentes, mostrando un incremento positivo del 26,8% respecto la segunda Ola de 2018.

Hábitos usuarios Internet - (000)

EGM: - 2º Ac. 2019 - Ámbito España. Target: Ind 14+ años

| Hábitos usuarios internet | 2ª EGM "18 | 3ª EGM "18 | 1ª EGM "19 | 2ª EGM "19 | Dif. 2ª EGM "19 vs 2ª EGM "18 |
|---|------------|------------|------------|------------|-------------------------------|
| Acceso ayer | 30.726 | 31.025 | 31.610 | 31.949 | 4,0% |
| Acceso último mes | 32.476 | 32.732 | 33.339 | 33.562 | 3,3% |
| Acceso por dispositivo | | | | | |
| Smartphone | 31.305 | 31.413 | 31.856 | 31.731 | 1,4% |
| Ordenador | 22.066 | 22.130 | 22.306 | 22.372 | 1,4% |
| Tableta | 10.060 | 10.080 | 9.825 | 10.211 | 1,5% |
| Televisión con posibilidad de conectarse a Internet | 7.546 | 8.556 | 9.625 | 10.783 | 42,9% |
| Otros | 2.671 | 2.822 | 3.062 | 3.393 | 27,0% |
| Actividades que realiza en Internet | | | | | |
| Mensajería instantánea (WhatsApp.Messenger o similar) | 29.385 | 29.608 | 30.294 | 30.779 | 4,7% |
| Otros usos | 25.302 | 25.920 | 26.288 | 26.252 | 3,8% |
| Redes sociales | 18.335 | 18.786 | 19.383 | 19.634 | 7,1% |
| Correo electrónico. Email. | 17.351 | 17.795 | 17.923 | 17.903 | 3,2% |
| Lectura de información de actualidad | 12.447 | 13.213 | 14.064 | 14.578 | 17,1% |
| Escuchar música directamente en Internet | 6.044 | 6.478 | 7.023 | 7.488 | 23,9% |
| Visionado de programas y series de Televisión / películas | 4.131 | 4.625 | 5.246 | 5.865 | 42,0% |

El medio Internet continúa con una tendencia de crecimiento positiva, creciendo un 4% vs el mismo Acumulado del año pasado, lo que se traduce en un alcance de 31.949.000 personas mayores de 14 años.

El Smartphone sigue siendo el dispositivo preferido para conectarse, con un incremento del 1,4% y con una penetración de 31.731.000 usuarios, en la misma proporción, alrededor del 1,4%, crece también el uso de Ordenador y Tableta, en segunda y tercera posición respectivamente. La TV Conectada sigue demostrando un aumento a pasos agigantados, con un 43% de incremento, llegando a los 10.783.000 usuarios.

En cuanto a las principales actividades, la mensajería instantánea sigue siendo la principal actividad con 30,8 millones de usuarios, lo que supone un aumento del 5% respecto al mismo acumulado de 2018. Le siguen las Redes Sociales con un incremento del 7% y 19,6 millones de usuarios. Cerrando el top 3, está el correo electrónico con un incremento del 3,2%.

La lectura o búsqueda de información de actualidad sigue creciendo, al igual que las webs o aplicaciones para escuchar música. Pero es especialmente destacable el incremento de visionado de series de Televisión y Películas a través de Internet,

con un crecimiento del 42%.

Cabe destacar también la compra de productos y servicios que crece en un 57% en el último año, con más de un millón de usuarios, y la escucha de podcast, que es la actividad con mayor crecimiento porcentual en este año, con una subida del 69% y 947.000 usuarios.