

MEDIASET *españa.*



RESULTADOS TRIMESTRALES *Enero –Marzo 2014*

Madrid, 07 de mayo de 2014

ÍNDICE:

Principales magnitudes

1. Cuenta de Pérdidas y Ganancias
2. Generación de Cash-Flow
3. Balance de Situación
4. Evolución de la audiencia

PRINCIPALES MAGNITUDES

| € millones | 1T2014 | 1T2013 |
|---|--------------|-------------|
| Total ingresos netos | 200,4 | 196,6 |
| Total costes operativos | 173,5 | 173,5 |
| EBITDA adj⁽¹⁾ | 26,9 | 23,1 |
| <i>Margen EBITDA</i> | 13,4% | 11,7% |
| EBIT | 22,6 | 18,8 |
| <i>Margen EBIT</i> | 11,3% | 9,6% |
| Beneficio neto | 12,8 | 12,5 |
| Beneficio neto adj⁽²⁾ | 16,6 | 16,3 |
| BPA ADJ | 0,04 € | 0,04 € |
| Posicion financiera | 103,9 | 66,8 |

(1) EBITDA recurrente Adj, incluye el consumo de derechos TV

(2) Beneficio neto ajustado excluye el impacto de todos los elementos no cash como la amortización de PPA (de Cuatro y Digital+)

- Mediaset España mejora sus márgenes operativos registrando un **EBITDA** ajustado en el periodo de **€26,9 millones**, un 17% superior al registrado en primer trimestre 2013 y un EBIT un 20% superior al del año anterior.
- Mediaset España consigue **mejorar los márgenes operativos hasta un 13,4% (margen EBITDA adj)** y **hasta un 11,3% (margen EBIT)** gracias a la capacidad y flexibilidad de adaptarse a las condiciones del mercado, **manteniendo los costes operativos planos**.
- Mediaset España conserva un balance libre de deuda y una posición neta de caja positiva de **€103,9 millones** a 31 de marzo de 2014.
- Según los últimos datos de **Infoadex**, la inversión publicitaria total durante el primer trimestre de 2014 ha crecido un +0,2% con respecto a 2013, con una mejor evolución de la **inversión publicitaria en televisión del +3,1%**. Según la misma fuente Mediaset España tiene una **cuota de mercado publicitario del 42,8%**.
- Los ingresos totales netos en el primer trimestre de 2014 suman 200,4 millones de Euros, con unos ingresos netos de publicidad de 183,8 millones de Euros y 16,6 millones de Euros de "Otros ingresos", estos últimos en parte debidos al éxito de la película "8 apellidos vascos".
- El **Beneficio Ajustado Neto** del primer trimestre de 2014 alcanza los **€16,6 millones**.
- Mediaset España, con su amplia oferta televisiva incrementa sus datos de audiencia alcanzando una cuota del **29,4% en 24h Total Individuos**.
- Mediaset España continúa liderando en 2014 la audiencia en Internet alcanzando a 31 de marzo 2014, **27 millones de usuarios únicos** y **325 millones de páginas vistas**.

1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

| Millones de € | 1T2014 | 1T2013 | Variación % |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| TOTAL INGRESOS NETOS | 200,38 | 196,59 | 1,9% |
| Consumo de derechos | (51,12) | (42,42) | 20,5% |
| Costes de personal | (25,85) | (25,16) | 2,7% |
| Otros costes operativos | (96,52) | (105,95) | (8,9%) |
| EBITDA ajustado | 26,89 | 23,05 | 16,7% |
| Otras amortizaciones, provisiones | (2,25) | (2,25) | (0,1%) |
| Amortización PPA | (2,00) | (2,00) | 0,0% |
| EBIT | 22,65 | 18,80 | 20,4% |
| Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin. | (6,55) | (2,47) | - |
| Resultado Financiero | (0,48) | (0,34) | 39,7% |
| Beneficio antes de impuestos | 15,62 | 15,99 | (2,3%) |
| Impuesto de Sociedades | (3,00) | (3,63) | (17,5%) |
| Minoritarios | 0,14 | 0,13 | 5,0% |
| Beneficio Neto | 12,76 | 12,49 | 2,1% |
| Beneficio Neto Ajustado | 16,56 | 16,29 | 1,6% |

El **Beneficio Neto Ajustado** el primer trimestre 2014 asciende a **€16,56 millones**, lo que supone un margen de **8,3%** sobre ingresos netos.

La diferencia de **€3,8 millones** entre el Resultado Neto y Resultado Neto Ajustado se debe al impacto de las amortizaciones de PPA en Cuatro y DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (DTS), derivado de la asignación definitiva del precio de adquisición a activos y pasivos de las sociedades respectivas.

1.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

| Indicadores | 1T2014 | 1T2013 | Variación % |
|--------------------------------------|---------------|---------------|-------------|
| Ingresos brutos de publicidad | 194,56 | 191,23 | 1,7% |
| - Medios Propios | 184,41 | 181,25 | 1,7% |
| - Medios Ajenos | 10,15 | 9,98 | 1,7% |
| Descuentos | (10,75) | (11,34) | (5,2%) |
| Ingresos netos de publicidad | 183,81 | 179,89 | 2,2% |
| Otros ingresos | 16,57 | 16,70 | (0,8%) |
| TOTAL INGRESOS NETOS | 200,38 | 196,59 | 1,9% |

Los **ingresos brutos de publicidad** del primer trimestre 2014 ascienden a un total de **€194,56 millones**, un incremento del **1,7%**, en línea con la evolución de mercado publicitario tv tal como indica infoadex.

Los **ingresos brutos de publicidad de medios propios**, que comprenden los ingresos publicitarios de los 8 canales del Grupo; TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, LA SIETE, BOING, DIVINITY, ENERGY y NUEVE, así como la publicidad del grupo en Internet y teletexto, alcanzan el total de **€184,41 millones**.

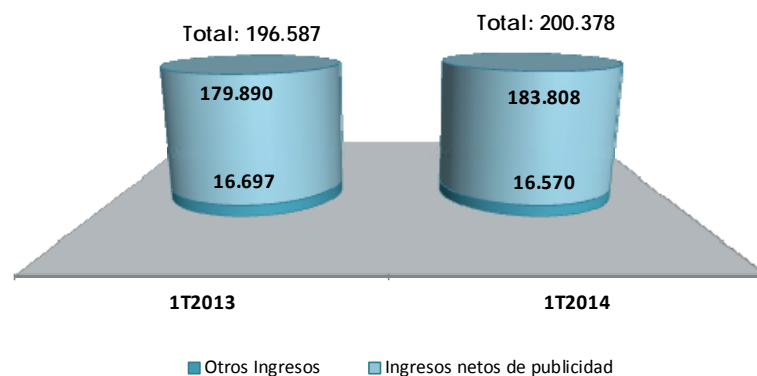
Los **ingresos publicitarios de medios ajenos**, suman un total de **€10,15 millones**, lo que supone un incremento del **1,7%** respecto del mismo trimestre 2013.

Los **ingresos netos de publicidad** después de descuentos crecen un **2,2%** y suman **€183,81 millones**.

“**Otros ingresos**” incluyen principalmente la venta y la distribución de derechos de co-producción cinematográfica así como los ingresos por juego y merchandising. Dichos ingresos ascienden a **€16,57 millones**, cifra en línea con los ingresos del primer trimestre 2013. 8 Apellidos Vascos contribuye en la línea de otros Ingresos en el primer trimestre, igualando el impacto de los títulos de Cine para el mismo periodo de 2013.

Finalmente, los **ingresos netos del primer trimestre 2014** suman de **€200,38 millones**.

Total Ingresos Netos, Publicitarios y Otros Ingresos, en miles de €



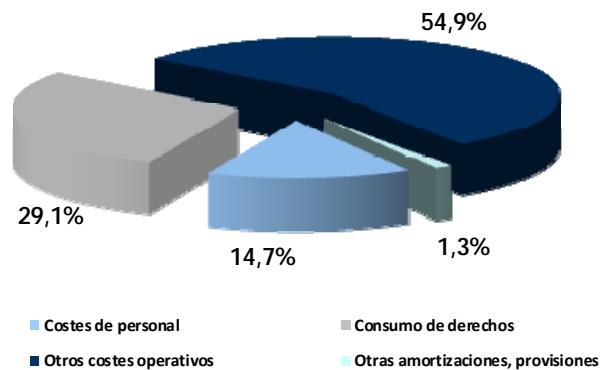
1.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** del periodo enero-marzo 2014 ascienden a **€177,73 millones**, una cifra muy similar al mismo periodo 2013 y en línea con la política de optimización de costes de la empresa.

Tabla 3: Costes operativos

| Millones de € | 1T2014 | 1T2013 | Variación % |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Costes de personal | 25,85 | 25,16 | 2,7% |
| Consumo de derechos | 51,12 | 42,42 | 20,5% |
| Otros costes operativos | 96,52 | 105,95 | (8,9%) |
| Otras amortizaciones, provisiones | 2,25 | 2,25 | (0,1%) |
| Total Costes Operativos | 175,73 | 175,78 | (0,0%) |
| Amortización PPA | 2,00 | 2,00 | - |
| TOTAL COSTES | 177,73 | 177,78 | (0,0%) |

Estructura de Costes Operativos



Desde el comienzo de la crisis y debido al deterioro en el mercado publicitario, el grupo ha reforzado sus políticas de control de costes reduciendo sus costes operativos en el primer trimestre 2014 en **€54.73 millones (-23.7%)**, dato acumulado en los últimos cuatro años (base 2010 pro-forma).

| € millones | 1T2010* | 1T2011 | 1T2012 | 1T2013 | 1T2014 | Var. |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Costes Operativos | 230,46 | 205,02 | 195,60 | 175,78 | 175,73 | -23,7% |

*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogcuatro

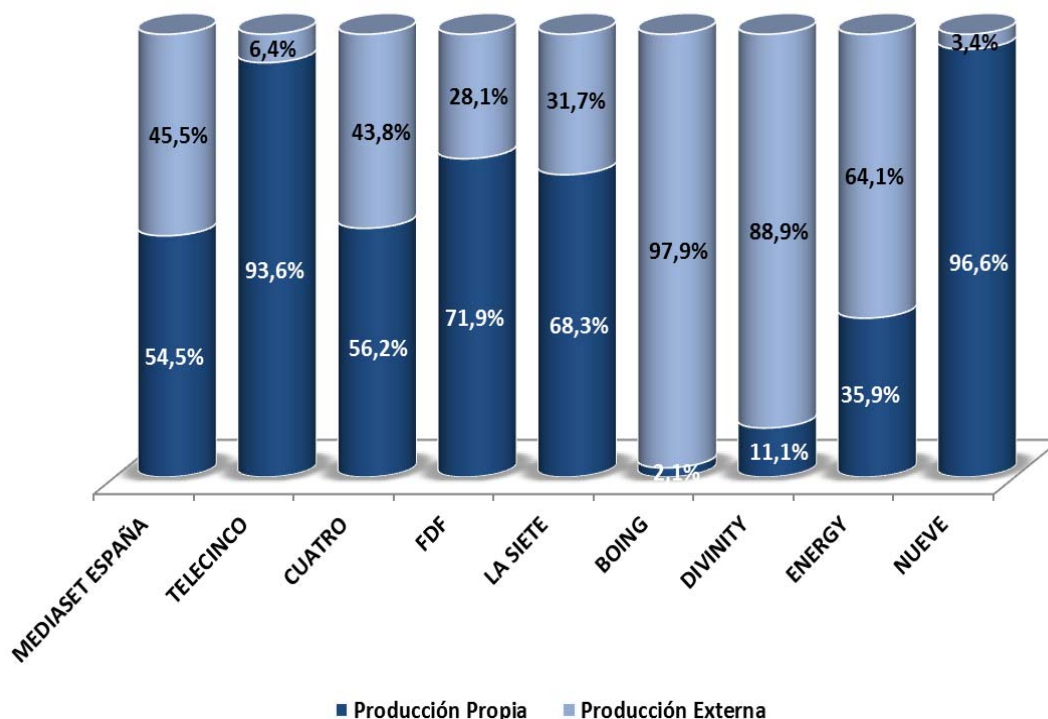
Contenido

La producción propia continúa dominando la parrilla, en términos de horas de emisión, frente a los derechos de terceros. A nivel grupo, el **54,5%** corresponde a contenidos de producción propia frente al **45,5%** de producción externa.

En el canal TELECINCO, en 2014, el **93,6%** de la programación corresponde a producción propia y el **6,4%** a programación de derechos de terceros.

La composición de la parrilla de CUATRO es un **56,2%** de producción propia y un **43,8%** de producción externa.

En cuanto a los demás canales, el canal **FACTORIA DE FICCION** tiene un 71,9% de producción propia frente a un 28,1% de derechos de terceros, el canal **BOING** nutre casi la totalidad de su parrilla con contenidos de terceros, un 97,9%, **DIVINITY** tiene un 11,1% de producción propia y 88,9% de derechos de terceros, **ENERGY** 35,9% de producción propia y 64,1% de derechos de terceros, y el canal **NUEVE** 96,6% de producción propia. **LA SIETE** ha reformulado su parrilla desde el mes de febrero incrementando su oferta en contenidos de producción externa hasta un **31,7%** (desde un **0,9%** a **31.12.2013**)



1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

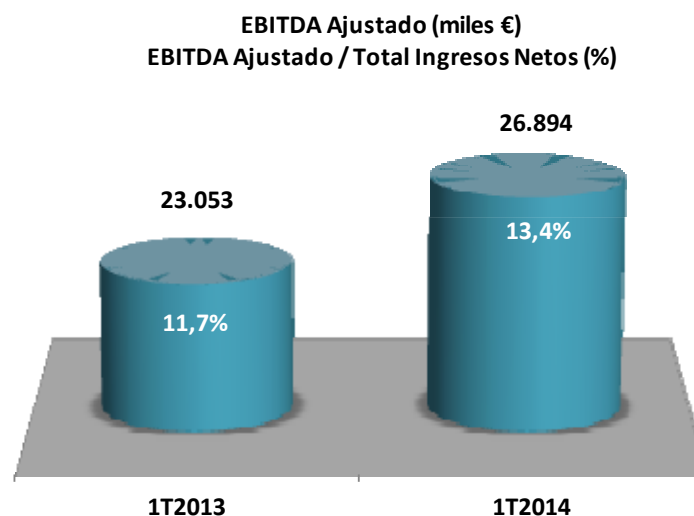
El Resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado**, asciende a un total de 26,89 millones de Euros, con un incremento de **€3.84 millones, (+16,7%)** respecto al primer trimestre 2013 y supone un **13,4% sobre los ingresos netos totales 2014**.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€22,65 millones**, lo que supone un incremento del **20,4%** comparado con el primer trimestre 2013 y un **11,3% sobre los ingresos totales 2014**.

En el primer trimestre 2014, Mediaset España mejora los márgenes operativos gracias a la efectividad del modelo de negocio y la estricta gestión de costes que han permitido un incremento en los ingresos publicitarios sin incremento en los costes operativos respecto del mismo trimestre que el año anterior.

Tabla 4: Márgenes

| Millones de € | 1T2014 | 1T2013 |
|---------------------------------------|---------------|---------------|
| Total ingresos netos | 200,38 | 196,59 |
| EBITDA ajustado | 26,89 | 23,05 |
| <i>Margen EBITDA Ajustado</i> | <i>13,4%</i> | <i>11,7%</i> |
| EBIT | 22,65 | 18,80 |
| <i>Margen EBIT</i> | <i>11,3%</i> | <i>9,6%</i> |
| Beneficio Neto | 12,76 | 12,49 |
| <i>Margen Beneficio Neto</i> | <i>6,4%</i> | <i>6,4%</i> |
| Beneficio Neto Ajustado | 16,56 | 16,29 |
| <i>Margen Beneficio Neto Ajustado</i> | <i>8,3%</i> | <i>8,3%</i> |



1.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** representa un gasto de **€ 0.48 millones**.

Por otro lado, el resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**¹ arroja un resultado negativo de **€6,55 millones**, que incluye el impacto correspondiente a la amortización de intangibles derivadas de la asignación de parte del precio de adquisición de DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A.

1.5. Resultado del ejercicio

El **resultado antes de impuestos y de minoritarios** a 31 de Marzo de 2014 asciende a **€15,62 millones**, siendo el **beneficio neto**, después de impuestos y minoritarios, de **€12,76 millones**.

El **resultado neto ajustado**, excluyendo el impacto neto de las amortizaciones de intangibles derivadas de la asignación de parte del precio de adquisición de Cuatro y de DTS, suma un total de **€16,56 millones**, lo que supone un margen del **8,3%** sobre los ingresos netos totales.

¹ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Editora Digital de Medios, S.L. (50%), Pegaso Television Inc. (43,7%), Netsonic, S.L. (38% participación indirecta), A.I.E. (Furia de titanes 2) (34% participación indirecta), Supersport TV, S.L. (30%), Big Bang Media S.L. (30%), Producciones Mandarina S.L. (30%), La Fábrica de la Tele S.L. (30%), Aprók Imagen S.L. (3%), 60DB Entertainment, S.L. (30%), Megamedia TV, S.L. (30% participación indirecta), DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (22%).

2. GENERACIÓN DE CASH FLOW

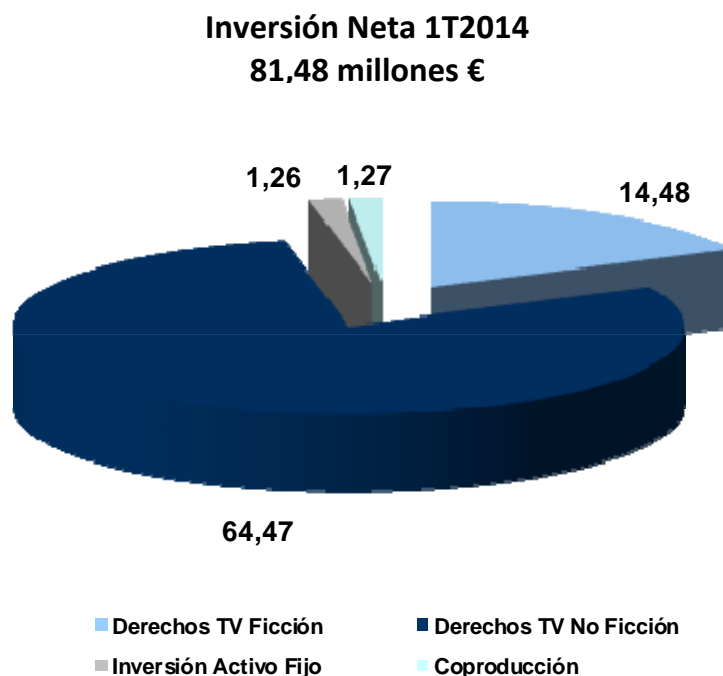
El **flujo libre de caja operativo** en 2014 es positivo de **€8,86 millones**, con un incremento de **€15,41 millones** respecto al mismo periodo del año anterior.

Tabla 5: Cash Flow

| Millones de € | 1T2014 | 1T2013 | Variación en € millones |
|---|---------------|---------------|-------------------------|
| Beneficio Neto antes de minoritarios | 12,62 | 12,36 | 0,26 |
| Consumo de Derechos y Amortizaciones: | 55,38 | 46,74 | 8,64 |
| - Consumo Derechos | 51,12 | 42,42 | 8,69 |
| - Amortizaciones | 4,27 | 4,32 | (0,05) |
| Provisiones | (0,02) | (0,07) | 0,05 |
| Otros | 6,53 | 2,95 | 3,58 |
| CASH FLOW OPERATIVO | 74,52 | 61,99 | 12,53 |
| Inversión en Derechos | (80,21) | (81,30) | 1,09 |
| Inversiones, otras | (1,26) | (0,80) | (0,46) |
| Variación Fondo de Maniobra | 15,81 | 13,55 | 2,26 |
| CASH FLOW LIBRE OPERATIVO | 8,86 | (6,56) | 15,41 |
| Movimientos Patrimonio | 1,94 | 0,09 | 1,85 |
| Inversiones financieras | (0,38) | (0,47) | 0,09 |
| Dividendos cobrados | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Pago de Dividendos | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Variación Neta de Tesorería | 10,42 | (6,93) | 17,35 |
| POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL | 93,48 | 73,72 | 19,76 |
| POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL | 103,90 | 66,78 | 37,11 |

La **inversión neta total** alcanzó los **€81.48 millones** en el primer trimestre 2014.

Durante 2014, la inversión en producción ajena ha sido de **€64,47 millones**, en series de ficción nacional €14,48 millones y en co-producciones cinematográficas **€1,27 millones**, mientras que las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles fueron **€1,26 millones**.



3. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de Situación

| Millones de € | Marzo 2014 | Diciembre 2013 |
|----------------------------------|-----------------|-----------------|
| Inmovilizado | 953,49 | 962,86 |
| - Inm. Financiero | 680,68 | 686,80 |
| - Otro Inmovilizado | 272,82 | 276,06 |
| Derechos y Anticipos | 264,63 | 235,54 |
| - Terceros | 221,33 | 183,33 |
| - Ficción | 26,76 | 35,14 |
| - Coproducción / Distribución | 16,55 | 17,07 |
| Impuesto Anticipado | 188,30 | 186,29 |
| TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE | 1.406,43 | 1.384,69 |
| Activo corriente | 214,96 | 236,39 |
| Activo financiero y tesorería | 124,45 | 113,53 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | 339,41 | 349,92 |
| TOTAL ACTIVO | 1.745,84 | 1.734,61 |
| FONDOS PROPIOS | 1.445,98 | 1.431,38 |
| Provisiones | 10,13 | 10,38 |
| Acreedores no corrientes | 10,31 | 10,06 |
| Pasivo financiero no corriente | 0,01 | 0,01 |
| TOTAL PASIVO NO CORRIENTE | 20,44 | 20,45 |
| Acreedores corrientes | 258,86 | 262,74 |
| Pasivo financiero corrientes | 20,56 | 20,05 |
| TOTAL PASIVO CORRIENTE | 279,41 | 282,78 |
| TOTAL PASIVO | 1.745,84 | 1.734,61 |

Nuestro balance refleja una relación saludable entre los activos y pasivos de corto y largo plazo, así como una excelente relación entre la liquidez de cuentas a cobrar y cuentas por pagar.

La evolución de la **librería** muestra adaptabilidad en la composición por tipología de acuerdo con la estrategia de negocio y de inversión del Grupo.

El **activo y pasivo corriente** reflejan una adecuada gestión operativa del circulante.

La **posición financiera neta** a 31 de Marzo 2014 asciende a un total de **€103,90 millones** positivos. La posición financiera supone una fortaleza para el Grupo, sin duda un factor muy positivo considerando las dificultades de los mercados financieros actuales.

4. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA²

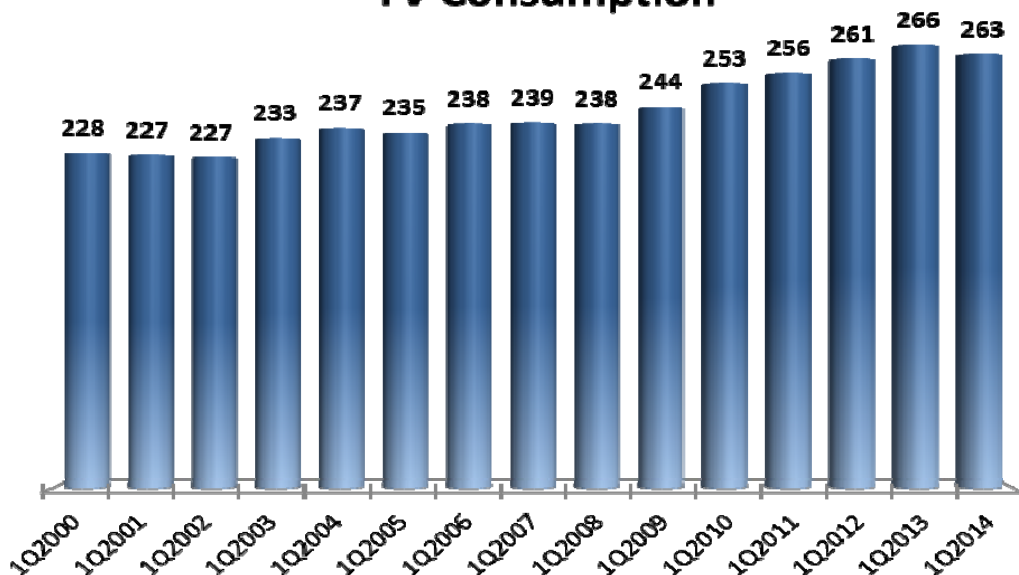
4.1. Consumo Televisión

| Años | Minutos | Miles |
|--------|---------|-------|
| 1T2000 | 228 | 6.123 |
| 1T2001 | 227 | 6.189 |
| 1T2002 | 227 | 6.189 |
| 1T2003 | 233 | 6.380 |
| 1T2004 | 237 | 6.689 |
| 1T2005 | 235 | 6.734 |
| 1T2006 | 238 | 6.870 |
| 1T2007 | 239 | 6.958 |
| 1T2008 | 238 | 7.029 |
| 1T2009 | 244 | 7.411 |
| 1T2010 | 253 | 7.696 |
| 1T2011 | 256 | 7.825 |
| 1T2012 | 261 | 7.984 |
| 1T2013 | 266 | 8.150 |
| 1T2014 | 263 | 8.097 |

El promedio de consumo televisivo en **2014** se reduce ligeramente con respecto a 2013, situándose en **4,4 horas por persona y día**, con una media diaria de **8 millones de espectadores**. El dato de minutos del primer trimestre 2014 es el segundo **mejor dato histórico**.

La amplia propuesta televisiva de los canales TDT consigue alcanzar a todo tipo de público haciendo posible una oferta variada y competitiva de contenidos de máxima actualidad. Por otro lado, el apoyo de las nuevas tecnologías consigue reforzar el alcance de los contenidos audiovisuales y hacerlos más atractivos a un público cada vez más exigente. Las redes sociales juegan un papel muy importante en la promoción de contenidos y Mediaset España ha hecho un gran esfuerzo para poner esta tecnología a disposición de su audiencia televisiva.

TV Consumption



² Fuente: Kantar Media

4.2. Grupo

Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero-marzo 2014

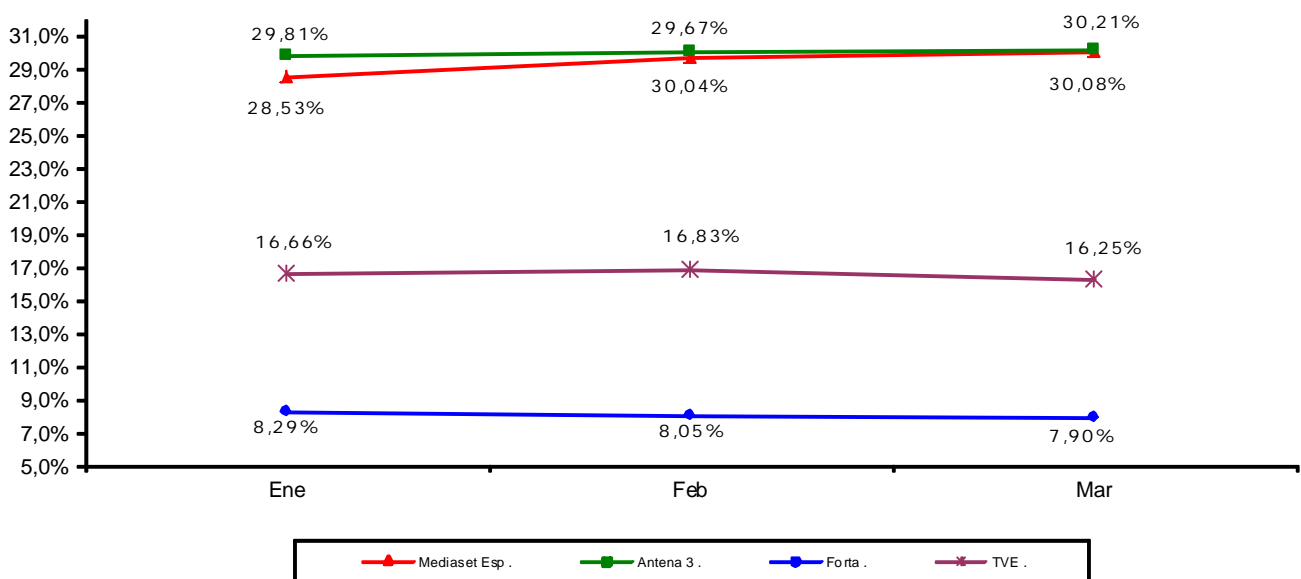
| | | 1T2014 | 1T2013 |
|------------------|------------|--------|--------|
| Total Individuos | Total Día | 29,4% | 28,3% |
| | PRIME TIME | 28,5% | 27,4% |
| | DAY TIME | 29,8% | 28,8% |
| Target Comercial | Total Día | 31,5% | 30,3% |
| | PRIME TIME | 29,7% | 28,7% |
| | DAY TIME | 32,4% | 31,2% |

Mediaset España cierra el primer trimestre 2014 con un **29,4%** de cuota de audiencia en total día total individuos.

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Mediaset España alcanza, en 2014, una cuota de **31,5%**, lo que supone una mejora del 4% respecto del mismo periodo del año anterior.

El partido Amistoso “**España-Italia**”, emitido el día 5 de marzo en Telecinco consigue **34,4%** y **6.994.000** espectadores y se convierte en el partido amistoso de la selección más visto en cuatro años (desde el Francia-España: marzo’10). “**La Voz Kids**” cierra en marzo su primera edición, logrando un **30,1%** y **5.156.000** espectadores.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



4.3. Canales Principales

Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro período enero-marzo 2014

| | TL5 | | CUATRO | |
|-------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|
| | 1T2014 | 1T2013 | 1T2014 | 1T2013 |
| Total Individuos | | | | |
| Total Día | 14,2% | 13,3% | 6,1% | 5,9% |
| PRIME TIME | 15,1% | 13,5% | 5,3% | 5,8% |
| DAY TIME | 13,8% | 13,2% | 6,5% | 6,0% |
| Target Comercial | | | | |
| Total Día | 13,5% | 12,4% | 7,5% | 7,3% |
| PRIME TIME | 14,1% | 12,3% | 6,5% | 7,2% |
| DAY TIME | 13,2% | 12,5% | 7,9% | 7,4% |

El canal Telecinco alcanza en promedio el **14,2%**, el primer trimestre 2014 en total día total individuos, una mejora de casi un punto porcentual.

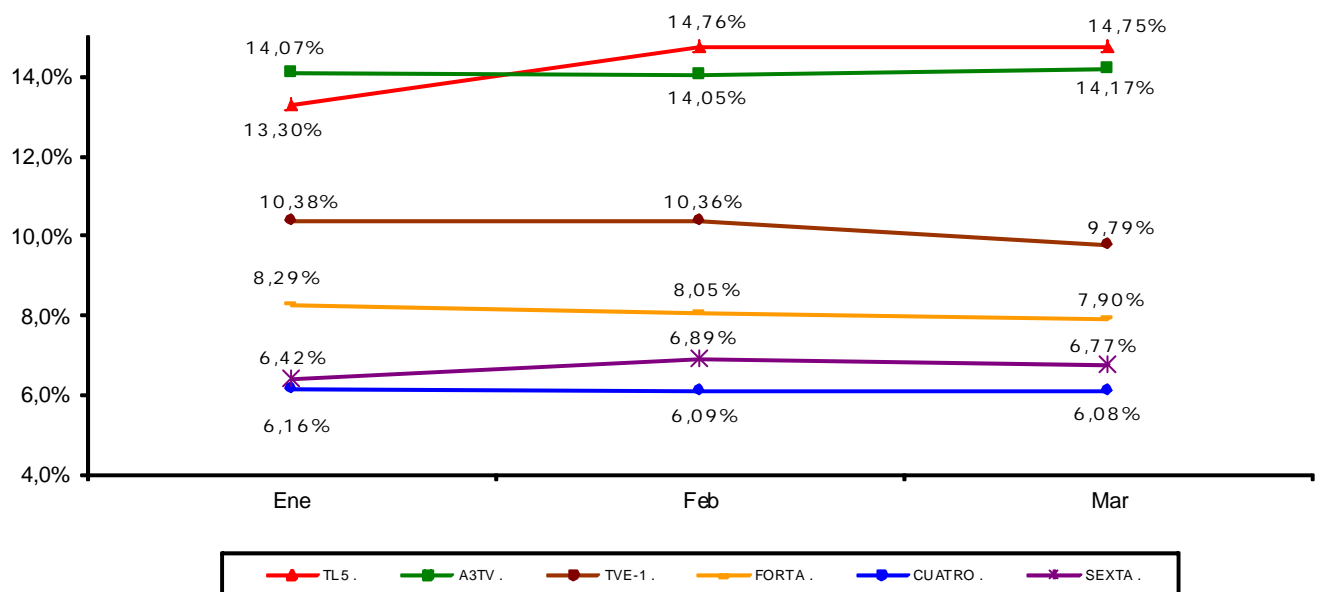
En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Telecinco tiene un promedio en el año de **13,5%**.

Cuatro alcanza una cuota del **6,1%** en total día total individuos y el **7,5%** en target comercial.

En “prime time”³, total individuos Telecinco lidera con un promedio de **15,1 %** un 1,6 puntos por encima de su inmediato competidor.

Por su parte Cuatro alcanza una cuota del **5,3%** en “prime time”, total individuos.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



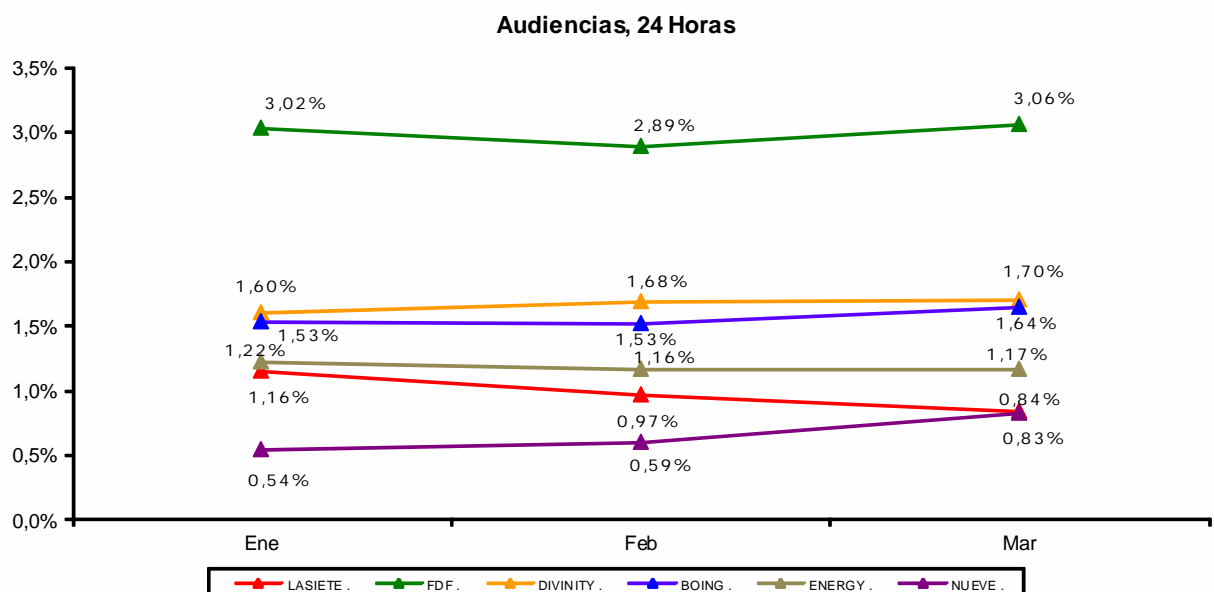
³ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

4.4. Canales Nueva Generación

Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación período enero-marzo 2014

| 1T2014 | | | |
|-----------------|------------|------------------|------------------|
| | | Total Individuos | Target Comercial |
| LASIETE | | | |
| | Total Día | 1,0% | 1,1% |
| | PRIME TIME | 1,0% | 1,0% |
| FDF | | | |
| | Total Día | 3,0% | 3,8% |
| | PRIME TIME | 2,8% | 3,4% |
| DIVINITY | | | |
| | Total Día | 1,7% | 2,2% |
| | PRIME TIME | 1,3% | 1,7% |
| BOING | | | |
| | Total Día | 1,6% | 1,2% |
| | PRIME TIME | 1,4% | 1,1% |
| ENERGY | | | |
| | Total Día | 1,2% | 1,5% |
| | PRIME TIME | 1,0% | 1,2% |
| NUEVE | | | |
| | Total Día | 0,7% | 0,7% |
| | PRIME TIME | 0,6% | 0,7% |

En 2014 Mediaset España continúa su estrategia multi-canal dotando a cada canal de contenidos específicos al público al que se encuentran dirigidos, consiguiendo así una mayor fidelización de la audiencia. En el año, la audiencia en conjunto de los canales de nueva generación suma ya una cuota total de **9,2%**, y de **10,5%** en target comercial.



4.5. Audiencia en Internet⁴

En 2014, Mediaset España continúa con su liderazgo tanto en usuarios únicos y páginas vistas. Especial mención a la cifra de videos servidos que ha supuesto un record histórico en Mediaset España.

Respecto al primer trimestre del 2013 la cifra de usuarios únicos del periodo enero-marzo 2014 se ha incrementado notablemente. La media de usuarios únicos del primer trimestre 2014 fue de **22 millones** lo que supone un crecimiento respecto del mismo periodo 2013 del **44%**.

Por otro lado, la cifra total de páginas vistas enero-marzo 2014 asciende a **732 millones** y el número de videos servidos **399,5 millones**.

| | Usuarios Únicos | Páginas vistas | Videos servidos |
|--------------|-----------------|----------------|-----------------|
| marzo 2014 | 27.016.960 | 324.591.066 | 145.233.691 |
| febrero 2014 | 21.168.369 | 230.573.071 | 139.503.643 |
| enero 2014 | 18.297.184 | 177.208.484 | 114.785.872 |

Videos servidos fuente Comscore

Destacar la presencia de los programas y demás contenidos de Mediaset en las redes sociales como Facebook y Twitter;

- Con más de **11 millones de comentarios** durante el primer trimestre de 2014, Mediaset España lidera con holgura el ranking de impacto social de las televisiones.
- El **50 %** de los comentarios relativos a la televisión en las redes sociales e internet estaba relacionado con Mediaset España.
- Telecinco es la cadena líder en impacto social durante este trimestre con **7,5 millones de comentarios**.
- **La Voz Kids**, los partidos de **Europa League** emitidos en Cuatro, **Supervivientes** y **La que se avecina** fueron los contenidos de Mediaset más comentados en las redes sociales.

⁴ Fuente: OJD Nielsen y ComScore