

Madrid, 1 de febrero de 2017

AUDIENCIAS ENERO

MEDIASET ESPAÑA (28,6%), GRUPO AUDIOVISUAL MÁS VISTO POR 33º MES CONSECUTIVO

- Es el grupo líder en *target comercial* (29,6%), *prime time* (27,9%) y *day time* (28,9%).
- Es el grupo que más público joven atrae: un 33,3% en jóvenes de 13 a 24 años y un 32,5% en espectadores de 25 a 34 años

TELECINCO (13,0%) Y CUATRO (6,4%), ÚNICAS TELEVISIONES QUE CRECEN RESPECTO A DICIEMBRE

- Con los informativos líderes de la televisión, la ficción más vista y la oferta de programas de producción propia más amplia y consolidada en las principales franjas del día, Telecinco ha cerrado enero con una media del 13,0% de share, una cifra que le sitúa junto a Cuatro como las únicas televisiones que crecen respecto a diciembre.
- Telecinco suma 0,4 puntos más en *day time* respecto a diciembre (12,9%). Anota un 13,3% en *prime time* y un 11,9% en *target comercial*.
- Se impone en más de la mitad de jornadas de enero (17), el 54,8% de los días del mes.
- Sitúa 7 emisiones entre las 20 más vistas de enero con distintas ediciones de **Informativos Telecinco 21:00h**, una gala de **'Got Talent'** y la serie **'Sé quién eres'**, que es la única serie de ficción dentro de este *ranking*.
- **'Sé quién eres'** ocupa dos de los tres primeros puestos de las emisiones más seguidas en diferido.
- Como es habitual en la evolución histórica de Telecinco, esta cifra mejora considerablemente, **hasta el 13,7%** de share, **tras los primeros días de enero**, caracterizados por los cambios del consumo de televisión propios de la Navidad. A partir del 9 de enero, Telecinco alcanza su habitual liderazgo de audiencia frente a su inmediato competidor, cuyo registro desciende en dicho periodo hasta el 13,4% (acumulado 9-31 de enero).

INFORMATIVOS TELECINCO 21:00H (L-D) (15,3% Y 2.599.000), REFERENTE INFORMATIVO A 3,0 PUNTOS DE DISTANCIA DE ANTENA 3 NOTICIAS 2 (12,3% Y 2.041.000)

- **Es líder de lunes a viernes en el cómputo de sobremesa y noche** (15,4% y 2.289.000), superando en 2,9 puntos a la suma de las principales ediciones de su inmediato competidor (12,5% y 1.833.000).
- **Es líder de lunes a domingo en el cómputo de sobremesa y noche** (14,2%), logrando ser el más visto entre las cadenas comerciales (2.098.000 vs. 1.885.000 de Antena 3).
- **La edición de Informativos Telecinco 21:00h** es líder absoluto con un 16,8% de *share* y 2.852.000 espectadores, superando en casi 5 puntos a Antena 3 Noticias 2 (12,0% y 1.998.000).
- **La edición de sobremesa de lunes a viernes** (13,7% y 1.771.000) se sitúa también por encima de Antena 3 Noticias 1 (13% y 1.687.000).

ESPACIOS DE PRIME TIME

- **‘Mi casa es la tuya’** (17,1% y 2.787.000), líder a casi 6 puntos sobre la oferta de Antena 3 en su franja de emisión (11,3% y 1.838.000).
- **‘Sé quién eres’** (16,9% y 2.824.000), **es la serie más vista del mes**, primera opción entre todas las cadenas, lidera su horario de emisión a casi 3 puntos de ventaja de Antena 3 en total individuos (14% y 2.334.000) y en *target* comercial (17,1% vs. 15,3%).
- **‘Gran Hermano VIP’** (16,7% y 2.062.000), líder de su banda horaria, supera en 4 puntos a su principal competidor (12,7% y 1.570.000) y destaca en espectadores de 25 a 34 años (20,3%).
- **‘Got Talent’** (18,6% y 2.864.000) se impone en su franja a Antena 3 (15,1% y 2.330.000) y anota un 26,5% entre jóvenes de 13 a 24 años (Antena 3: 16,4%) y un 22,1% entre espectadores de 25 a 34 años (Antena 3: 13,0%).

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa de Ana Rosa’** (18,5% y 563.000), líder de la mañana, alcanza su mes más visto desde mayo de 2015 y supera en 1,7 puntos a ‘Espejo Público’ (16,8% y 488.000).
- **‘Mujeres y hombres y viceversa’** (11,3% y 729.000) lidera el *target* comercial (15,1%) frente al 10,5% de Antena 3 y obtiene sus mejores registros en jóvenes de 13 a 24 años (25,3%) y espectadores de 25 a 34 años (24,0%).



- **‘Cámbiame’** (11,5% y 1.287.000), primera opción entre las televisiones comerciales, a casi 1 punto de distancia de Antena 3 (10,6% y 1.184.000).
- **‘Sálvame diario’** obtiene su mejor mes en número de espectadores desde febrero de 2016 y mantiene la victoria en su horario de emisión con la suma de sus ediciones ‘Limón’ y ‘Naranja’ (16,4% y 1.912.000), a 2,7 puntos de Antena 3 (13,7% y 1.594.000).
- **‘Pasapalabra’** (L-V) (16,9% y 2.440.000) se mantiene imbatible en su banda horaria y suma 4 puntos más que su principal competidora (12,9% y 1.860.000).

Cuatro, la cadena que más crece en enero, anota un 6,4% y se impone a su competidor en target comercial (7,5% vs 7,0%)

80 MESES CONSECUTIVOS IMPONIÉNDOSE A SU RIVAL EN PÚBLICO JOVEN (13-34) (7,4%)

- Iguala su mejor dato de la temporada creciendo 0,3 puntos respecto a diciembre mientras que su directo competidor se mantiene en su dato mínimo de temporada y se deja 0,9 puntos respecto a enero de 2016.
- En **target comercial** anota un 7,5%, creciendo respecto al mes anterior 0,3 puntos. Se impone a La Sexta, que baja 0,1 puntos hasta el 7% y pierde en un año 1 punto.
- Supera a su competidor en todas las franjas de edad menores de 55 años: jóvenes de 13 a 24 años (7,3% vs 4,6%), espectadores de 25 a 34 años (7,5% vs 5,9%) y adultos de 35 a 54 (7,8% vs 7,2%).
- En el *target* específico de Cuatro (TC 16-54 años), se impone en todas las franjas: total día (7,8% vs 6,9%), *prime time* (8,5% vs 7,1%), *day time* (7,4% vs 6,9%) y *late night* (8,8% vs 7,0%).
- **Cuatro en prime time consigue un 6,4%**. Es la única que mantiene sus resultados en la franja respecto al mes anterior y la que más crece (0,5 puntos) respecto a enero de 2016. En la misma franja La Sexta pierde 0,2 puntos en un mes y 1,4 puntos en un año.
- **Por días, Cuatro es la oferta preferida sobre La Sexta en la noche de los martes, los miércoles, los viernes y los domingos** gracias a su variada oferta de producción propia y grandes títulos cinematográficos.
- **Asimismo, se alza a la tercera posición en el day time (6,4%)** empatada con La Sexta (6,4%) con un crecimiento de 0,5 puntos respecto a diciembre de 2016.

- En las restantes franjas horarias, Cuatro lidera sobre su rival en la mañana (6,9% vs 5,2%), la sobremesa (7,2% vs 7,0%) y *late night* (7,6% vs 6,9%).

ESPACIOS INFORMATIVOS

- **‘Las Mañanas de Cuatro’ anota un 10,8% y 679.000 espectadores.** Es, además, la tertulia política preferida por los jóvenes 13-24 (3,7% vs 3,5%)
- El previo **‘Las Mañanas de Cuatro: primera hora’**, con un 7,1% de cuota y 257.000 espectadores, supera a La Sexta en franja en 2,6 puntos (4,5% y 162.000 espectadores).
- **Noticias Cuatro I de lunes a viernes con Carme Chaparro** aumenta su audiencia hasta 1.123.000 espectadores y un 11,1% de cuota. Un mes más, supera incluso en franja a Antena 3 (8,8% y 898.000).
- La edición de **Noticias Fin de Semana** igualmente incrementa su número de seguidores hasta los 997.000 espectadores y un 10,7% de *share* en la edición de sobremesa y 932.000 y 6,4% de *share* en la de tarde.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro**, líder de nuevo en los informativos deportivos, conserva su hegemonía aumentando su audiencia hasta el 7,4% de *share* y 950.000 y crece 1,9 puntos, hasta el 9,3%, en *target* comercial. La oferta de La Sexta pierde seguimiento y baja a más de 3 puntos de distancia, tanto en la franja (4,2% y 538.000) como con su programa ‘Jugones’ (4,8% y 619.000).

ESPACIOS DE PRIME TIME y LATE NIGHT

- Con un 8,5% de *share*, **‘First Dates’** continúa imparable y bate récord. De nuevo marca su **mejor dato** en espectadores (1.616.000), sumando más de 139.000 espectadores respecto a diciembre.

Por primera vez desde su estreno, se impone en su franja a la oferta de La Sexta (8,1%), a la que bate también en el *target* comercial (10,7% vs 8,8%)

El *dating show* destaca entre jóvenes de 13 a 24 años (9,9% vs. 5,1% de La Sexta), espectadores de 25 a 34 años (11,6% vs 6,3%) y espectadores de 35 a 54 años (11,2% vs 8,4%).

La edición **‘Menú Especial’** promedia un 7,6% y 1.330.000 espectadores, imponiéndose igualmente a la oferta de La Sexta (6,8% y 1.192.000).

- **‘En el punto de mira’** (7,1% y 1.187.000) estrena su segunda temporada líder, a 0,6 puntos sobre la oferta de La Sexta (6,5% y 1.081.000). Supera también a su competidor en *target* comercial (8,5% vs 7,4%) y destaca entre espectadores menores de 34 años (8,6% vs. 6,8% de La Sexta).

- **'Volando voy'** también lidera en su segunda temporada: 6,7% y 1.089.000 espectadores frente al 6,4% y 1.042.000 de La Sexta.
- **'Chester in Love'** se estrena con victoria sobre su directo competidor, un 7,1% y 1.393.000 espectadores, 1 punto de diferencia sobre la oferta de La Sexta. El programa crece 0,9 puntos en *target* comercial y amplía su diferencia con su competidor a 2 puntos (8% vs 6%).
- **'Cuarto Milenio'** mantiene su liderazgo imbatible con un 8,1% y 939.000 seguidores, casi 4 puntos por delante de la oferta de La Sexta (4,3% y 507). El programa incrementa sus cifras 1,6 puntos hasta marcar un 9,7% en *target* comercial.

'El Blockbuster' logra un 9,1% en cuota de pantalla y 1.444.000 espectadores, superando en franja a su competidor directo (6,5% y 1.043.000 espectadores) y alcanzando el 13,3% en *target* comercial, frente al 7,8% de La Sexta.

'Home Cinema' apuntala su liderazgo en la sobremesa del fin de semana sobre La Sexta con un 8,4% de *share* y 1.134.000 espectadores en su primera edición y 6,3% y 860.000 espectadores en la segunda entrega. Superan a La Sexta en 2,4 y 1,1 puntos respectivamente, mientras que La Sexta anota un 6,0% y 812.000 espectadores en la franja de la primera edición y un 5,2% y 708.000 espectadores en la segunda.

CANALES TEMÁTICOS

- Los canales temáticos de Mediaset España marcan en enero un 9,1% de *share*, casi 2 puntos más que los canales de Atresmedia (7,2%). Crecen 0,6 puntos frente a enero de 2016.
- **Factoría de Ficción** (3,2%) es el temático más visto durante 58 meses consecutivos y el tercer canal con mayor audiencia entre los jóvenes de 13-24 años (8,5%). Se impone nuevamente a Neox (2,3%), a quien también gana en *target* comercial (4% vs. 3,3%) y en jóvenes 13-24 años (8,5% vs. 6,4%). En enero, **'La que se avecina'** (4,9% y 946.000 espectadores) ha vuelto a ser la emisión más vista del canal y de todas las televisiones.
- **Divinity**, tercera temática más vista con un 2,2%, es **el temático femenino líder en target comercial**, donde eleva su media hasta el 2,8% de *share*, 5 décimas más que Nova (2,3%). Anota un 3,4% en mujeres de 16-44 años, imponiéndose igualmente a su competidor (3,1%). **El cine 'Croods'** (4,1% y 755.000) se ha situado como la emisión más vista en enero en este canal.
- **Energy** (2%) consigue el mejor enero de su historia. Es la Temática que más crece frente a enero de 2016 (+0,3 puntos). En *target* comercial (1,9%) iguala su mejor dato histórico en este mes y logra un 1,8% en su *core target* (hombres de 25-54 años). **'CSI: Nueva York'** (3,1% y 605.000 espectadores) ha coronado el ranking de los espacios más vistos del mes en Energy.

- **Boing** (1,3%) vuelve a ser el canal infantil líder de la televisión comercial con un 11,3% de *share* entre los niños de 4 a 12 años. Por 25 mes consecutivo se impone a Disney Channel tanto en total individuos (1%) como en niños (8,7%). **'El asombroso mundo de Gumball'** (2,4% y 394.000 espectadores) se impone como su emisión más vista del mes.
- **Be Mad** (0,5%) crece hasta el 0,7% en *target* comercial, dato que comparte con su *core target* (hombres 16-44 años). '21 días en la cárcel' (1,1% y 178.000 espectadores) ha sido el espacio con mayor audiencia de enero en este canal.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET España.



[@mediasetcom](https://twitter.com/mediasetcom)

[/mediasetesp](https://www.facebook.com/mediasetesp)

[@mediasetcom](https://www.instagram.com/mediasetcom)

www.mediaset.es/mediasetcom