

Madrid, 1 de junio de 2017

## AUDIENCIAS MAYO

### TELECINCO CIERRA MAYO CON LA MAYOR VENTAJA DE LA TEMPORADA SOBRE ANTENA 3

La cadena (14,4%) aventaja en casi 2 puntos a su competidor (12,5%)

También favorita entre el público joven (13,4%), es la televisión que más crece respecto a abril en total día (+1), *prime time* (+1,4) y *target comercial* (+1)

- En total día (14,4%) logra su mejor mes de la temporada (empatando con noviembre de 2016) y obtiene el *target comercial* más alto de la televisión con un 13,4% de *share*, 1 punto más que en abril y 1 punto más que Antena 3 (12,4%).
- Telecinco es la televisión favorita entre los jóvenes de 13-24 años (13,4%) y los espectadores de 25-34 años (14,1%), un liderazgo que mantiene desde hace 28 meses.
- Lidera el *prime time* (14,9%) con su segundo mejor mes de la temporada. Es la televisión que más crece en este franja respecto a abril (+1,4) con una distancia de 1,4 puntos sobre Antena 3 (13,5%), la segunda mayor ventaja de la cadena sobre su competidor de esta temporada.
- Además del total día, la cadena también es la televisión más vista en *day time* (14,2%), 2,1 puntos más que Antena 3 (12,1%), en la tarde (15,6%), en el *late night* (18,3%) y en la sobremesa de las televisiones comerciales (12,3%).
- Es la opción preferida 6 de las 7 noches de la semana y la cadena que más días lidera del mes: 23, el 74,2% de los días disputados. También es líder en Andalucía (14,7%), Cataluña (11,8%), Euskadi (15,7%), Galicia (15,2%), Madrid (14,4%), Canarias (16,7%), Asturias (23%), Murcia (16,7%), Valencia (14,1%, donde empatamos con A3) y el denominado Resto (15,1%).
- Sitúa 6 emisiones entre las más vistas del mes entre las cadenas comerciales, entre ellas la final de la Copa del Rey Barcelona-Alavés (36,2% y 5.523.000), 'La Voz Kids' (27,9% y 3.728.000), la película 'Ocho apellidos catalanes' (23,6% y 3.558.000) y los dos primeros capítulos de la serie 'Perdóneme Señor' (19,0% y 3.117.000 espectadores; y 20,7% y 3.294.000 espectadores, respectivamente).

**INFORMATIVOS TELECINCO (15,0% Y 1.956.000),  
REFERENTE INFORMATIVO DE LUNES A DOMINGO CON SUS  
PRINCIPALES EDICIONES, MARCA SU MEJOR CUOTA DESDE  
JUNIO 2016 Y SE SITÚA A 3 PUNTOS DE DISTANCIA DE ANTENA  
3 NOTICIAS (12,0% Y 1.526.000)**

- **La edición de Informativos Telecinco 21:00h presentada por Pedro Piqueras (lunes-viernes)** se mantiene como la más vista de la televisión con un 16,5% de *share* y 2.307.000 espectadores, superando en 5,7 puntos a Antena 3 Noticias 2 (10,8% y 1.437.000), tercera opción después de TVEI (12,3% y 1.856.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h de lunes a domingo** (15,7% y 2.163.000) es también líder, superando en 5,0 puntos a su inmediato competidor (10,7% y 1.418.000), que se sitúa en tercer puesto, tras TVEI (12,1% y 1.794.000).
- **La edición de sobremesa de lunes a viernes** (14,9% y 1.887.000) es la más vista entre las televisiones comerciales, estableciendo una distancia de 2 puntos sobre Antena 3 Noticias 1 (12,9% y 1.628.000).
- **Informativos Telecinco Fin de Semana** (12,6% y 1.535.000) anota su mejor cuota mensual de la temporada en la media de sus ediciones de sobremesa y tarde.
- **Informativos Telecinco 21:00h Fin de Semana** (12,9% y 1.691.000) lidera la oferta informativa de *prime time*, estableciendo una distancia de 2,2 puntos sobre Antena 3 (10,7% y 1.374.000).

**ESPACIOS DE PRIME TIME**

- **‘Supervivientes. Tierra de nadie’** (20,2% y 2.483.000), líder indiscutible de la noche de los martes, supera en su franja en 6,1 puntos a su inmediato competidor (14,1% y 1.735.000). Lidera la mayoría de los *targets*, anotando un destacado 20,3% de *share* entre los jóvenes de 13-24 años. Anota un 17,8% en *target* comercial, el mejor de su horario.
- **La gala de ‘Supervivientes’** (24,3% y 2.788.000), primera opción de su franja en la noche de los jueves con una distancia de 15 puntos respecto a su competidor (9,3% y 1.060.000). Crece hasta el 25,3% entre los jóvenes de 13-24 años y alcanza el 25,1% entre los espectadores de 25-34 años. Logra una cuota del 22,1% en *target* comercial, el más alto de su horario.
- **El debate de ‘Supervivientes. Conexión Honduras’** (17,2% y 2.217.000) lidera la noche del domingo y se distancia 5,5 puntos sobre Antena 3 (11,7% y 1.511.000), creciendo casi 3 puntos entre los espectadores de 13-34 años (20,1%). En *target* comercial, también es la primera opción de las televisiones comerciales, con un 15,4% de *share*.

- **‘Mi casa es la tuya’** (16% y 2.387.000) crece 1,3 puntos respecto al mes anterior y se impone en su franja, superando en 4,5 puntos a Antena 3 (11,5% y 1.714.000). Anota el mejor *target* comercial de su franja con una cuota del 14,8%.
- Mayo ha acogido el estreno de **‘Perdóname, Señor’** (19,9% y 3.208.000) como líder de su franja, a 6,4 puntos de su competidor (13,5% y 2.183.000). Anota un 19,7% de cuota en *target* comercial, el mejor de su horario. Los dos primeros capítulos se instalan entre las 20 emisiones más vistas de mes con un 19% de cuota y 3.117.000 espectadores el del estreno y el 20,7% y 3.294.000 espectadores el segundo.
- **‘La Voz Kids’** cierra su tercera edición en mayo, promediando un 22,9% de *share* y 3.128.000 espectadores con ventaja de más de 5 puntos sobre su competidor (17,6% y 2.408.000). Alcanza un destacado 21,7% de cuota en *target* comercial, el mejor de todo su horario. La Final, emitida el 5 de mayo, están entre las 10 más vistas del mes con una cuota del 27,9% y 3.728.000 espectadores.
- **‘Sábado Deluxe’** (14,6% y 1.605.000), primera opción de su franja, establece una distancia de 3,6 puntos sobre su competidor (11% y 1.206.000).

### ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa de Ana Rosa’** anota su mejor mes de los últimos dos años con un 20,6% de *share* y 572.000 espectadores, aventajando en 4,5 puntos a ‘Espejo Público’ (16,1% y 430.000), la mayor distancia desde febrero de 2015. Registra un destacado 19,7% de cuota en *target* comercial, el mejor de su franja, imponiéndose en 3 puntos a su competidor (16,7%).
- **‘Mujeres y hombres y viceversa’** (12,2% y 777.000) logra el mejor *target* comercial de su franja, con un destacado 17,3%, 7,4 puntos más que Antena 3 (9,9%). Anota sus mejores datos desde 2016 y lidera entre los espectadores de 4-54 años, creciendo más del doble entre los jóvenes de 13-24 años (28,2%).
- **‘Cámbiame’** (12,3% y 1.346.000), primera opción entre las televisiones comerciales, a 2,4 puntos de distancia de su principal competidor (9,9% y 1.084.000). Con un 13,7% en *target* comercial, supera al resto de las televisiones en este parámetro.
- **‘Sálvame diario’** mantiene la victoria en su horario de emisión con la suma de sus ediciones ‘Limón’ y ‘Naranja’ (17,4% y 1.767.000), a 4,8 puntos de Antena 3 (12,6% y 1.278.000). Marca el mejor *target* comercial de su franja (16,0%), récord en Temporada, con casi 6 puntos más que su competidor (10,1%).
- **‘Pasapalabra’** (lunes-viernes) (17,1% y 1.866.000) se mantiene imbatible en su banda horaria y suma 4,2 puntos más que su principal competidor (12,9% y 1.405.000). En el fin de semana anota un 11,3% de *share* y 1.280.000 espectadores, 0,6 puntos más que la oferta de Antena 3 (10,7% y 1.211.000).
- En la tarde de los sábados, **‘Viva la vida’** marca un 10,3% de *share* y 1.008.000 espectadores.

**SIETE AÑOS CONSECUTIVOS SUPERANDO A SU DIRECTO  
COMPETIDOR  
EN JÓVENES 13-24 AÑOS (7,2% VS. 4,3%)**

**CUATRO (6,1%) SE AFIANZA EN MAYO COMO TERCERA  
CADENA PRIVADA EN TARGET COMERCIAL (7,1%)**

- Por sexto mes consecutivo, Cuatro se impone a La Sexta en *target* comercial aventajando a su máximo competidor en 0,1 puntos (7,1% vs. 7,0%).
- Consolida su posición como la **tercera cadena comercial en menores de 55 años**, donde promedia un 7% de *share* frente al 6% de La Sexta y la supera en todas las franjas: jóvenes de 13 a 24 años (7,2% vs. 4,3%), espectadores de 25 a 34 años (7,2% vs. 5,4%) y adultos de 35 a 54 años (7,4% vs. 7%).
- Cuatro se impone a La Sexta en las franjas de mañana (7% vs. 6,1%) y *late night* (7,5% vs. 5,2%).
- En su *core target* (16-54 años) Cuatro supera a La Sexta en todas las grandes franjas: total día (7,4% vs. 6,8%), *prime time* (8,3% vs. 7,7%), *day time* (7% vs. 6,4%) y *late night* (9,1% vs. 5,3%).
- Respecto a mayo de 2016, Cuatro es única cadena que crece en *prime time*, 0,2 puntos hasta un 6% de *share*, frente a la caída de su competidor directo en esta franja, que pierde 0,2 puntos respecto al año pasado. En relación al mes de abril de 2017, Cuatro también incrementa sus datos en esta franja (+0,1 puntos).

**ESPACIOS INFORMATIVOS**

- **‘Las Mañanas de Cuatro’** anota su mejor dato del año, un 11,2% de *share* (+0,8 puntos respecto al mes anterior) y 691.000 espectadores. El previo **‘Las Mañanas de Cuatro: primera hora’**, supera a La Sexta con un 7,5% (+0,7 puntos respecto al mes anterior) y 244.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro 1 de lunes a viernes**, con Carme Chaparro, marca récord de temporada con un 11,4% de *share* (+0,6 respecto a abril) y 1.150.000 espectadores, superando en su franja un mes mas a Antena 3 (8,3% y 841.000).
- **Noticias Cuatro 2 de lunes a viernes**, con Miguel Ángel Oliver, también alcanza su récord en cuota de 2017, con un 4,4% de *share* y 447.000 espectadores
- **Noticias Cuatro 1 Fin de Semana**, con Marta Reyero y Roberto Arce, encadena su segundo mes de crecimiento y sube 0,4 puntos en un mes hasta el 9,8% de cuota y 835.000 espectadores. **Noticias Cuatro 2 Fin de Semana** anota un 5% de *share* y 536.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro**, un mes más referente indiscutible de la información deportiva, anota un 7,2% de *share* y 911.000 espectadores. Crece 1,5 puntos, hasta el 8,7% en *target* comercial y se impone en 2,9 puntos a la oferta de La Sexta (4,3% y 540.000).

## ESPACIOS DE PRIME TIME y LATE NIGHT

- **'First Dates' (L-J)** anota un 7,3% de *share* y 1.296.000 espectadores de lunes a jueves, en competencia directa con los formatos de entretenimiento de sus rivales. En *target* comercial crece 2,2 puntos hasta el 9,5%. El *dating* lidera sobre su máximo competidor en menores de 34 años, destacando el 10,4% de *share* en 25-34 años (frente al 8,1% de La Sexta) y el 9,8% en espectadores de 13 a 24 años (ante el 6,4% de La Sexta).

**'Menú especial'**, la edición de los sábados, supera a La Sexta en *target* comercial (6,5% vs. 6,2%).

- **'Los Gipsy Kings'**, el programa más visto del año en Cuatro, cierra su tercera temporada como la más competitiva, con un 11,5% de *share* y 1.674.000 espectadores, un 14,4% en *target* comercial y un sobresaliente 21,4% en espectadores menores de 34 años. Supera a La Sexta en todos los *targets*.

La emisión de mayo anota un 11,1% de *share* y 1.579.000 espectadores, duplicando en su franja a la oferta de La Sexta (4,9% y 689.000), televisión a la que prácticamente triplica en *target* comercial (14,7% vs. 5,9%).

- **'Hermano Mayor'** firma su mejor estreno de las tres últimas temporadas. Se impone en su franja a su directo competidor con un 10,2% de *share* y 1.633.000 espectadores frente al 6% y 955.000 espectadores de La Sexta. En *target* comercial sube hasta el 11,1%. El programa se corona líder absoluto de su banda de emisión entre los jóvenes de 13 a 24 años, con un 15,7% de *share* (frente al 5,3% de La Sexta) y segunda opción entre los espectadores de 25 a 34 años con un 17,2% de *share*.
- **'En el punto de mira'** crece 0,1 puntos respecto a abril y marca un 6,7% de cuota de pantalla y 1.100.000 espectadores. Se impone a La Sexta en *target* comercial, donde crece 0,2 puntos hasta el 8,3% frente al 7,9% de su inmediato competidor. Se impone también a La Sexta entre los menores de 35 años (7,8% vs. 7,4%), destacando entre espectadores de 25 a 34 años (10% vs. 7,9%).
- **'Planeta Calleja'** incrementa en 1,5 puntos sus datos de abril hasta el 8,7% y 1.559.000 espectadores. Supera a La Sexta en *target* comercial (11,3% vs. 9,3%) y en menores de 55 años: 11,7% vs. 8,7% en espectadores de 35 a 54 años y 11% vs. 8,1% entre público de 25 a 34 años. El pasado 28 de mayo, el programa marcó su récord histórico de cuota de pantalla, con un 10,4% de *share*.
- **'Cuarto Milenio'** ha alcanzado 500 programas reafirmando su liderazgo en la noche de los domingos con un 7,3% de *share* y 829.000 espectadores (+0,4 puntos respecto a abril), 1,9 puntos por delante del 5,2% obtenido por La Sexta en su franja de emisión. La cifra aumenta hasta el 8,9% en *target* comercial (frente al 5,6% de su competidor directo). Por *targets*, el programa se impone entre espectadores de 25 a 34 años (9,4% vs. 4,5%) y público de 35 a 54 años (9,4% vs. 5,7%).



## PRODUCCIÓN AJENA Y CINE

- **‘Mentes Criminales’**, con un 5,6% de *share* y 982.000 espectadores,
- **‘El Blockbuster’ de los martes** anota un 8,5% de *share* y 1.184.000 espectadores, incrementando sus cifras en *target* comercial hasta el 10,9% , frente al 7,3% de La Sexta, así como en el resto de públicos, destacando el 10,9% en jóvenes 13-24 años, casi el triple que La Sexta: 4,4%.
- **‘Home Cinema’** mantiene en mayo su distancia sobre la oferta de La Sexta: la primera entrega obtiene un 8,6% (+3,4 puntos) y 1.031.000 espectadores frente al 5,2% y 628.000 de su competidor. La segunda entrega anota un 5,8% y 602.000 frente al 3,9% y 411.000 de La Sexta.

## CANALES TEMÁTICOS

- Los canales temáticos de Mediaset España acumulan un 9,3% de *share*, superando en 2,0 puntos a Atresmedia (7,3%).
- **Factoría de Ficción** (3,1%), líder temático desde hace más de cinco años, es el tercer canal más visto por los jóvenes de 13 a 24 años (8,7%), tan solo superado por Telecinco y Antena 3. Suma 62 meses consecutivos como televisión temática más vista con una ventaja de 0,6 puntos sobre Neox (2,5%). Se impone en el *target* comercial a su principal competidor (3,8% vs. 3,4%). La película de Telecinco Cinema **‘Ocho apellidos catalanes’** (6,4% y 1.081.000) ha sido su emisión más vista en mayo.
- **Divinity** (2,3%), tercer temático más visto y referente de la oferta de televisión destinada al público femenino, aventaja en 0,3 puntos a Nova (2%). En *target* comercial anota un 3,0%, 1,0 puntos más que Nova (2%), batiendo a su rival por 36º mes consecutivo. Incrementa su media nacional hasta el 3,9% en mujeres de 16 a 44 años, igualando la mejor marca con abril 2017. **‘Supervivientes: Resumen’** encabeza el ranking de emisiones más vistas del mes con un 3,8% de *share* y 599.000 espectadores.
- **Energy** (2,1%) consolida su identidad como canal de series internacionales erigiéndose como la **cuarta televisión temática** más seguida con el mejor mayo de su historia, superando a Nova por primera vez en su historia. Se impone a Mega, en 0,4 puntos (1,7%) con la mayor ventaja entre ambos desde junio de 2015. En *target* comercial registra también su mejor mayo (2,5%) y en hombres de 25 a 54 marca un 2,1% de *share*, sumando 0,3 puntos respecto a mayo de 2016. La emisión más vista fue **‘C.S.I.’** (3,3% y 609.000).
- **Boing** (1,3%), canal infantil líder de la televisión comercial, por delante de Disney Channel (1,1%). Acrecienta la distancia con su principal competidor en niños de 4 a 12 años (12,6% vs. 10,1%), acumulando 29 meses de liderazgo consecutivo en este *target*. El largometraje **‘Charlie y la fábrica de chocolate’** (2,5% y 415.000) coronó el ranking de emisiones del canal infantil en mayo.



- **Be Mad** (0,6%) eleva su media nacional en el *target* comercial (0,8%). En su *core target*, hombres de 16 a 44 años, registra un 0,9% de *share*, igualando su segunda mejor marca histórica en este *target* y aventajando a los nuevos canales, Real Madrid y Ten. El *docu-factual* ‘**Gipsy Queens**’ (1,3% de *share* y 164.000) ha sido el espacio con mayor audiencia del canal durante el mes.

## MEDIASET ESPAÑA (29,8%), GRUPO AUDIOVISUAL MÁS VISTO POR 37º MES CONSECUTIVO CON SU MEJOR REGISTRO DEL AÑO

- Se impone en *target* comercial (31,6%), sumando 1,1 puntos respecto al mes anterior y marcando una ventaja de 3,1 puntos sobre Atresmedia (28,5%), la mayor en Temporada.
- Anota un 29,6% en *prime time*, su mejor registro de 2017, superando en 2,4 puntos a Atresmedia (27,2%), la mayor ventaja del año. En *day time* acrecienta aún más la distancia con Atresmedia (29,9% vs. 26,0%).
- Es el grupo que más público joven atrae: un 36,1% de cuota en jóvenes de 13 a 24 años y un 33,5% en los espectadores de 25 a 34 años.

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASET**españa.



@mediasetcom

/mediasetesp

@mediasetcom

www.mediaset.es/mediasetcom