

## AUDIENCIAS ENERO 2013

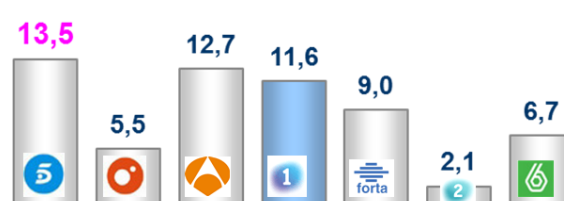


**TELECINCO LIDERA EL *PRIME TIME* DE ENERO CON UN 13,5% DE *SHARE*, 8 DÉCIMAS SOBRE ANTENA 3 (12,7%)**

Total Día Total Individuos



Prime Time (20:30) Total Individuos



Una vez finalizado el periodo navideño y regularizado el consumo televisivo, Telecinco recupera el liderazgo (a partir del 8 de enero), con un 13,9% de cuota de pantalla frente al 13,6% de Antena 3

Telecinco ha vuelto a hacer gala de su sólida oferta de producción propia en *prime time*, su fortaleza de la tarde con el tándem “Sálvame diario” y “Pasapalabra”, el bastión de la mañana con “El programa de Ana Rosa” y la imbatibilidad de sus informativos

Es la cadena que más jornadas ha liderado en enero con un 51,6% de victorias en los 31 días disputados

Telecinco se adjudica también el *late night* (14,9%) con 2,3 puntos más que Antena 3 (12,6%)

Por mercados geográficos se impone a Antena 3 en Asturias (17%), Canarias (17%), País Vasco (17,3%), Aragón (14,3%), Galicia (13,6%) y en el denominado “Resto” (14,3%)

Telecinco es la televisión comercial más vista en 4 de las 7 noches de la semana: lunes (16,5% con “La que se avecina”), martes-miércoles (13% con “Hay una cosa que te quiero decir” y “Familia”), jueves (15,4% con Copa del Rey de Fútbol) y viernes (13,8% con “Sálvame Deluxe”)

Sitúa 10 espacios en el *ranking* de las 20 emisiones más vistas del mes en las televisiones comerciales, liderándolo con el encuentro de fútbol de la Copa del Rey Málaga-Barcelona (28,6% y 6.193.000) y dos capítulos de “La que se avecina”. Un tercer capítulo de esta serie, cuatro ediciones de Informativos Telecinco 21:00 h., el partido de fútbol de la Copa del Rey At. Madrid-Sevilla y un episodio de “Familia” completan las emisiones de Telecinco en este *ranking*

La edición de *prime time* de Informativos Telecinco, presentada por Pedro Piqueras, cierra enero como el informativo más visto en todas las cadenas (15,8% y 2.818.000) con su mejor dato desde marzo de 2009. Además, la

## oferta informativa de Telecinco se ha situado como la emisión más vista en 8 de las 22 jornadas disputadas

“LA QUE SE AVECINA”, SERIE MÁS VISTA EN ENERO EN TODAS LAS CADENAS (21,3% Y 4.031.000), CIERRA LA MEJOR DE SUS TEMPORADAS CON UNA MEDIA DEL 22,4% DE SHARE Y 4.140.000 ESPECTADORES

“EL PROGRAMA DE ANA ROSA” SE SITÚA UN MES MÁS COMO EL MAGAZINE MATINAL MÁS VISTO CON 499.000 ESPECTADORES FRENTE “ESPEJO PÚBLICO” (495.000)

“SÁLVAME DIARIO” (17,3% Y 2.133.000) ANOTA SU SEGUNDO MES MÁS VISTO DE SU HISTORIA, CRECE 1,7 PUNTOS RESPECTO A DICIEMBRE, Y LIDERA SU FRANJA, PESE AL ESTRENO DE “AMAR ES PARA SIEMPRE” EN ANTENA 3 (14,6% Y 1.880.000) Y EL MUNDIAL DE BALONMANO EN TVE1

“PASAPALABRA” (16,9% Y 2.507.000) REGISTRA SU MEJOR MES DESDE COMIENZOS DEL PASADO AÑO Y LÍDERA SU RESPECTIVA FRANJA DE EMISIÓN. HA REGISTRADO EL MINUTO DE ORO DE LA JORNADA EN XX DE LOS XX DÍAS EMITIDOS

“HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR” (18,3% Y 2.529.000) Y “SÁLVAME DELUXE” (16,7% Y 2.309.000), ESPACIOS PREFERIDOS EN SUS RESPECTIVOS HORARIOS DE EMISIÓN



## CUATRO SE SITÚA UN MES MÁS POR DELANTE DE LA SEXTA TANTO EN TOTAL DÍA COMO EN TARGET COMERCIAL



Supera a La Sexta en las franjas de *day time* (5,9 vs. 4,8%), *sobremesa* (6,7% vs. 4,8%), *tarde* (4,8% vs. 3,8%) y *late night* (8,2% vs. 6,5%)

Por mercados geográficos, se impone en Canarias (6,6%), Castilla y León, Castilla la Mancha y Murcia (6,3%), Asturias (5,9%), Baleares (5,8%), Valencia (5,6%), Andalucía (5,4%), Aragón (5,3%) y en el denominado “Resto” (5,9%)

LOS ESTRENOS DE “EXPEDICIÓN IMPOSIBLE” (7,6% Y 1.288.00) Y “ELEMENTARY” (9,6% Y 1.722.000) LIDERAN SUS FRANJAS DE EMISIÓN FRENTE A LA SEXTA (7% Y 1.197.000 / 8,3% Y 1.475.000)

LAS NUEVAS ENTREGAS DE “HERMANO MAYOR” TAMBIÉN SE IMPONEN A LA SEXTA EN SU FRANJA DE EMISIÓN (10,5% Y 1.975.000 VS. 6% Y 1.129.000). EL PROGRAMA SUPERA, INCLUSO, A LA OFERTA DE ANTENA 3 (9,5% Y 1.791.000)

“CALLEJEROS” (CON SU REGISTRO MENSUAL MÁS ALTO DESDE EL ÚLTIMO AÑO CON 7,9% Y 1.244.000), “21 DÍAS” (7,5% Y 379.000), “CONEXIÓN SAMANTA” (7,1% Y 538.000) Y “CUARTO MILENIO” (9% Y 835.000), TAMBIÉN SE SITÚAN POR DELANTE DE SU INMEDIATO COMPETIDOR EN SUS RESPECTIVOS HORARIOS DE EMISIÓN. “CONEXIÓN SAMANTA” Y “21 DÍAS” HAN CERRADO ENERO, INCLUSO, POR DELANTE DE ANTENA 3 EN SUS FRANJAS

NOTICIAS CUATRO (8% Y 831.000) Y DEPORTES CUATRO (7,7% Y 1.078.000) SE HAN SITUADO EN ENERO POR ENCIMA DE LA MEDIA DE LA CADENA



**FACTORÍA DE FICCIÓN (3,1%), LÍDER DE LOS TEMÁTICOS POR 10º MES CONSECUTIVO Y ES LA ÚNICA CADENA QUE SUPERA LA CUOTA DEL 3%. SUPERA EN 8 DÉCIMAS A NEOX (2,3%)**



**BOING SUPERA NUEVAMENTE A DISNEY CHANNEL TANTO EN TOTAL INDIVIDUOS (1,5% VS. 1,3%) COMO EN PÚBLICO INFANTIL (11,6% VS. 10,1%)**



**DIVINITY ANOTA EN ENERO UN 1,4% Y DUPLICA SU *SHARE* ENTRE LAS MUJERES DE 16-44 AÑOS (2,9%)**



**ENERGY IGUALA SU MEJOR DATO MENSUAL (1,2%) Y CRECE 1 PUNTO EN HOMBRES 25-44 AÑOS (2,2%), SU DATO HISTÓRICO MÁS ALTO, SEGMENTO EN EL QUE SUPERA EN 8 DÉCIMAS A NITRO (1,4%)**



**LASIETE (1,1%) INCREMENTA 1 DÉCIMA EN EL *TARGET* COMERCIAL (1,2%)**



**NUEVE ARRANCA SUS EMISIONES CON UN 0,5% DE CUOTA DE PANTALLA, UN 0,6% EN *TARGET* COMERCIAL Y CRECE HASTA EL 0'8% EN MUJERES DE 16-44 AÑOS**

**MEDIASET ESPAÑA ALCANZA EN ENERO UN 27,9% *DE SHARE***