

Madrid, 11 de enero de 2017

El magazine matinal de Telecinco ha iniciado el año con un 20,2% de share y 684.000 espectadores, 4,3 puntos más que 'Espejo público' (15,9% y 532.000)

'El programa de Ana Rosa' amplía su duración y 'Mujeres y Hombres y Viceversa' iniciará una nueva etapa en Cuatro a partir del 24 de enero

- Por primera vez, un programa de televisión se desarrollará en dos cadenas diferentes en la misma jornada: el *dating show* de Telecinco emitirá la semifinal del trono de Iván en directo en Telecinco en su franja habitual y la final se ofrecerá en Cuatro, también en directo, en horario de tarde

'El programa de Ana Rosa' ha arrancado el año con un **20,2% de share y 684.000 espectadores**, lo que supone una ventaja de 4,3 puntos sobre su inmediato competidor, 'Espejo público' (15,9% y 532.000). A partir del próximo miércoles 24 de enero, el magazine matinal de Telecinco **ampliará su duración y pasará a emitirse hasta las 14:00 horas**. Como consecuencia, **'Mujeres y Hombres y Viceversa'** emprenderá a partir de ese momento una nueva etapa en Cuatro, en la que estrenará nueva ubicación en la franja de tarde.

Ese día, por primera vez, un mismo programa de televisión se desarrollará en dos cadenas distintas: el espacio presentado por **Emma García** celebrará la **semifinal del trono de Iván en directo en Telecinco** en su horario habitual y, por la tarde, **la gran final podrá verse en Cuatro** también en directo. A partir de esa fecha, **el programa pasará a formar parte de la parrilla de tarde de esta cadena**.

Esta nueva estrategia multicanal de programación no solo responde a los buenos datos de **'El programa de Ana Rosa'**, sino también a la **gran afinidad que presenta la audiencia joven y digital de 'Mujeres y Hombres y Viceversa' con el target de Cuatro**.

El espacio que Telecinco produce en colaboración con Bulldog TV lidera cómodamente el **target comercial** de su franja (15%) y **aglutina el 25,9% de cuota en los espectadores de 13 a 24 años**, un segmento de público estratégico para Cuatro, que en 2017 la ha sido tercera cadena nacional en **target comercial** (7,2%) y **cuya parrilla se orienta a los millenials, entre los que alcanzó un 7,4% de share en el último año**. El salto del *dating show* a Cuatro **mantendrá además las grandes sinergias creadas por el programa en el entorno online y en redes sociales**, donde es referente en consumo de vídeos online y en descargas en las aplicaciones de vídeo *on demand* de Mediaset España.