

AUDIENCIAS AGOSTO

MEDIASET ESPAÑA (28,3%), 40 MESES DE LIDERAZGO
ININTERRUMPIDO

TELECINCO, LÍDER DE AGOSTO (12,5%) POR TERCER AÑO CONSECUTIVO

**Con la mayor ventaja en un mes de agosto sobre Antena 3
(11,5%) desde 2012**

- Lidera el *prime time* (13,3%) por tercer agosto consecutivo, a 1,8 puntos de Antena 3 (11,5%). También obtiene el liderazgo en *day time* con un 12,2%, frente al 11,5% de su principal competidor.
- Es la opción preferida en 5 de las 7 noches de la semana y la cadena que más días lidera del mes, 23 el 74,2% de los días disputados. Anota sus mejores registros en Asturias (18,4%), Murcia (14,6%), Canarias (13,6%), Euskadi (13,1%) y Andalucía (13,1%).
- Sitúa 11 emisiones entre las 20 más vistas de agosto: los partidos de la Final de la Supercopa de España entre el Real Madrid y el F.C. Barcelona, las películas de 'Cine 5 Estrellas' 'McFarland' y 'Lo mejor de mí' e Informativos Telecinco 21:00h.

INFORMATIVOS TELECINCO (14,0% Y 1.427.000), REFERENCIA INFORMATIVA A 1,4 PUNTOS DE ANTENA 3 (12,6% Y 1.279.000)

- De lunes a domingo, la edición de Informativos Telecinco 21:00h es líder absoluto con un 15,9% de *share* y 1.539.000 espectadores, 3,9 puntos más que su directo competidor (12,0% y 1.142.000).
- De lunes a viernes, esta edición crece aún más hasta anotar un 16,8% de *share* y 1.659.000 espectadores, superando en 4,7 puntos a Antena 3 Noticias 2 (12,1% y 1.170.000). Informativos Telecinco 21:00h Fin de Semana (13,2% y 1.210.000) es también referente informativo en la franja de *prime time*, por delante de su competidor (11,7% y 1.082.000).

SUPERCOPA DE ESPAÑA

- Los partidos de ida y vuelta de la Supercopa de España entre el Real Madrid y el F.C. Barcelona se convirtieron en los más vistos desde 2012 en esta competición, alcanzando más de 6 millones de espectadores en ambos duelos.

- El encuentro de vuelta del miércoles 16 de agosto fue la emisión más vista del verano con un 49,8% de *share* y 6.553.000 espectadores. El partido de ida disputado el domingo 13 de agosto anotó un 46,8% de cuota y 6.348.000 espectadores.

PRODUCCIÓN PROPIA

- **‘El programa del verano’** (16,2% y 484.000) anota el mejor agosto de los últimos ocho años. Supera en casi 3 puntos a ‘Espejo Público’ (13,3% y 384.000).
- **‘Mujeres y Hombres y Viceversa’** (10,9% y 639.000) continúa liderando el *target* comercial (13,7%) y obtiene los mejores resultados en jóvenes de 13 a 24 años (28,1%).
- **‘Cámbiame’** (9,8% y 943.000), con programas repetidos, oferta preferida entre las televisiones comerciales frente al 9,5% y 911.000 de Antena 3.
- **‘Sálvame diario’**, en sus ediciones Limón y Naranja, registra un 16,1% y 1.530.000 de media, liderando un mes más su franja de emisión.
- **‘Pasapalabra’** (15,7% y 1.309.000) continúa imbatible en su banda horaria y suma 2,3 puntos más que su principal competidor (13,4% y 1.110.000).
- **‘Sábado Deluxe’** (15,3% y 1.203.000), programa más visto de la noche de los sábados, duplica a su competidor (8,9% y 699.000).
- Además, en *prime time* el **cine** de los miércoles lidera su franja con un 13,6% de *share* y 1.753.000 espectadores frente a Antena 3 (10,7% y 1.371.000), mientras que el contenedor cinematográfico **‘Cine 5 estrellas’** también es la primera opción comercial de los jueves (12,2% y 1.521.000) superando en 2,5 puntos a su rival (9,7% y 1.205.000).

CUATRO (6%), SE IMPONE A LA SEXTA EN PRIME TIME (6%) Y TARGET COMERCIAL (6,9%)

- Iguala en total individuos a su inmediato competidor y se mantiene un mes más como la tercera televisión comercial en espectadores menores de 55 años con un 6,6% de *share*, a casi 1 punto de distancia de La Sexta (5,7%). Aventaja a su competidor en jóvenes de 13 a 24 años (6,5% vs. 4,2%), espectadores de 25 a 34 (6,9% vs. 6,0%) y de 35 a 54 (7,0% vs. 6,5%).
- Por tercer mes consecutivo y con la mayor ventaja en este periodo, Cuatro se impone en *prime time* a La Sexta (6,0% vs. 5,2%), que marca mínimo mensual de los últimos cinco años.

- Además, supera a su competidor directo en la mañana (6,5% vs. 6,0%), sobremesa (7,2% vs. 7,1%) y *late night* (6,4% vs. 5,7%).
- En su *core target* natural –TC espectadores de 16 a 54 años- Cuatro vence a La Sexta en las franjas de: total día (7,0% vs. 6,4%), *prime time* (8,1% vs. 5,6%) y *late night* (7,6% vs. 6,1%).

ESPACIOS INFORMATIVOS

- **Noticias Cuatro I de lunes a viernes** con Mónica Sanz firma su mejor agosto histórico en cuota con un 11,5% y 1.027.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro I Fin de Semana** con Marta Reyero también consigue su mejor agosto con un 11,4% y 854.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro** crece casi 1 punto respecto a julio y se sitúa en un 8,1% de *share* y 901.000 espectadores prácticamente duplicando a La Sexta (4,7% y 517.000). Crece también 1,6 puntos, hasta el 9,8% en *target* comercial donde dobla la oferta de su competidor (5,2%).
- **‘Las Mañanas de Cuatro’** iguala su resultado de agosto de 2016 con un 9,7% de *share* y 552.000 espectadores.

ESPACIOS DE PRIME TIME, DAY TIME y LATE NIGHT

- **‘First Dates’ (L-J)** logra su mejor resultado en cuota de 2017 con un 8,8% de *share* y 1.111.000 espectadores, superando en 4,0 puntos a su principal competidor (4,8% y 607.000). Crece en *target* comercial hasta el 11,0% duplicando en este parámetro a La Sexta (4,9%). Se impone en las principales franjas de edad: 11,0% vs. 2,8% en espectadores de 13 a 24 años; 12,2% vs. 4,5% en público de 25 a 34 años; y 11,0% vs. 5,0% entre los de 35 a 54 años.

En su **edición de los viernes**, **‘First Dates’** también se impone a La Sexta (6,6% vs. 5,8%), destacando en *target* comercial (8,5% vs. 6,2%) y en público de 25 a 34 años (10,1% vs. 5,7%),

- **‘Verano en el punto de mira’** (9,6% y 1.134.000) supera a La Sexta tanto en total individuos (7,1% y 845.000) como en todos los *targets* incluido el comercial (11,2% vs. 8%). Sobresale en las franjas de edad de espectadores de 25 a 34 años (12,1% vs. 10,7%) y público de 35 a 54 años (11,5% vs. 8,8%).
- **‘Cuarto Milenio’** aventaja los domingos a La Sexta (7,3% y 392.000 vs. 5,2% y 276.000) y supera el 8% en espectadores de 35 a 54 años (8,6%).



PRODUCCIÓN AJENA Y CINE

- **‘Expediente X’** (7,3% y 897.000 espectadores) cierra su nueva temporada creciendo hasta el 9,8% en *target* comercial y destacando entre los espectadores de 35 a 54 años (10,6% vs. 8,2% de La Sexta)
- **‘El Blockbuster’** (7,8% y 805.000) supera a la oferta de La Sexta (6,1% y 627.000) y se impone en todos los *targets*. Crece 1,3 puntos el *target* comercial (9,1%) y su mejor dato por edades lo anota entre los espectadores de 35 a 54 años (9,8%).
- **‘El Blockbuster Kids’** marca un 6,3% en *target* comercial, frente al 6% de La Sexta. Destaca la ventaja en 25-34 años con 7,7% vs. 3,1% de su competidor.
- La doble entrega de **‘Home Cinema’** (8,6% y 870.000 / 6,3% y 576.000 se impone a La Sexta también (6,6% y 660.000 / 4,3% y 390.000).

CANALES TEMÁTICOS

- Los canales temáticos de Mediaset España suman un 9,8% de *share*, aventajando en 1,6 puntos a Atresmedia (8,2%).
- **Factoría de Ficción** (3,3%), **líder de las televisiones temáticas**, encadena 65 meses de liderazgo ininterrumpido y anota su mejor registro del año en jóvenes de 13 a 24 años (9,4%), solo superado por Telecinco y Antena 3. Aventaja en 0,8 puntos a Neox (2,5%), al que también supera en *target* comercial (3,9% vs. 3,4%). La película ‘Red’ (4,8% y 663.000) ha coronado el ranking de emisiones del canal en agosto.
- **Divinity** (2,3%), **tercer canal temático más visto**, supera un mes más a Nova (2,2%). En *target* comercial (2,9%) se impone a Nova (2,1%) por 39º mes consecutivo con una ventaja de 8 décimas, rival al que también bate en mujeres de 16 a 44 años (3,7% vs. 3,2%). El *thriller* ‘Plan de vuelo: Desaparecida’ ha sido su emisión más vista del mes con un 4,2% de *share* y 474.000 espectadores.
- **Energy** (2%) anota un 2,3% de *share* en *target* comercial y un 1,8% de cuota en hombres de 25 a 54 años. La ficción forense ‘C.S.I.’ (3,5% y 519.000) ha sido la emisión más seguida.
- **Boing** (1,4%), **canal infantil líder de la televisión comercial**, supera un mes más a Disney Channel (1,2%), canal al que se impone por 32º mes consecutivo en niños de 4 a 12 años (11,5% vs. 9,9%). La película ‘Río’ (3,4% y 379.000) ha sido el espacio con mayor audiencia del canal durante el mes.
- **Be Mad** (0,8%) **registra sus mejores datos históricos este mes** y crece 0,2 puntos respecto al pasado julio. Bate su récord en *target* comercial (1,1%) y en su *core target*, hombres de 16 a 44 años (1,4%), superando a los canales Real Madrid HD (0,8%), Ten (0,5%) y DKiss (1,0%). La emisión más vista de agosto ha sido el espacio ‘Mójate a lo bestia’ con un 1,8% de *share* y 184.000 espectadores.

MEDIASET ESPAÑA (28,3%), GRUPO AUDIOVISUAL MÁS VISTO POR 40º MES CONSECUTIVO

- Aventaja en 2,6 puntos a Atresmedia (25,7%) y se impone también a su competidor en *target* comercial (29,7% vs. 27,3%), sumando 18 meses de liderazgo consecutivo.
- Supera un mes más a su rival en las franjas de *prime time* (28,2% vs. 24,1%) y de *day time* (28,3% vs. 26,3%).
- Es el grupo que más público joven atrae: un 34,2% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 31,4% en los espectadores de 25 a 34 años.

GABINETE DE PRENSA
MEDIASET España.



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

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

[@mediasetcom](https://www.youtube.com/channel/UC...)

www.mediaset.es/mediasetcom