

Audiencias julio

MEDIASET ESPAÑA (31,4%), GRUPO MÁS VISTO DE JULIO
CON 27 MESES DE LIDERAZGO CONTINUO

Cuatro (6,8%) se impone por medio punto a La Sexta (6,3%) en total día y le supera en 9 décimas en *target* comercial (7,9%)

- Cuatro, que en total individuos supera a su inmediato competidor por primera vez desde septiembre de 2015, anota su 74ª victoria mensual consecutiva sobre La Sexta en los *targets* jóvenes: en 13-34 años se impone en 2,1 puntos (7,9% vs 5,8%) y en 1,5 puntos entre el público de 25 a 34 años (8,2% vs 6,7%).
- Es la **tercera cadena preferida por los españoles menores de 55 años** (7,6%), imponiéndose a La Sexta (6,1%) por quinto mes consecutivo en este *target*. La Sexta se sitúa en quinta posición.
- En ***target* comercial** crece 1,1 puntos respecto al total individuos, **situándose como la tercera televisión nacional en dicho parámetro a 9 décimas de La Sexta (7%)**.
- Arrebata a La Sexta el liderazgo entre ambas del *prime time* (6,5% vs. 5,9%) con una ventaja de 6 décimas, un hecho que no se producía desde agosto de 2013. Cuatro vence a La Sexta 5 noches (22:30-00:30 h.) a la semana durante el mes de julio: martes (7,6% vs. 6,7%), miércoles (7,1% vs. 5,1%), jueves (6,9% vs. 5,5%), viernes (7,7% vs. 5,6%) y domingo (6,1% vs. 4,7%).
- En *day time* (6,9%) también se impone por medio punto a su inmediato competidor (6,4%), así como en el resto de franjas, excepto la tarde: mañana (7,2% vs. 5,5%), sobremesa (7,4% vs. 7%) y *late night* (7,5% vs. 7,1%).

NOTICIAS CUATRO

- **Noticias Cuatro I de lunes a viernes** anota su mejor cuota de pantalla histórica en el mes de julio con un 11,2% de *share* y aumenta espectadores hasta los 1.060.000. Supera en su franja a la oferta de Antena 3 (8,4% y 800.000 espectadores).
- **La edición de Fin de Semana** también consigue su mejor histórico en julio en cuota (11,6%) y en número de espectadores con 901.000 espectadores. Marca un 5,6% y 499.000 espectadores en su edición de las 20:00h.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro**, el espacio informativo deportivo de referencia, lidera un mes más con un 7,8% de *share* y 926.000

espectadores, muy por delante de la oferta de La Sexta en la franja (4,3% y 513.000) y de 'Jugones' (5,1% y 598.000).

- **'Las Mañanas de Cuatro'** se consolida con un 11,0% de *share* y 660.000 espectadores, empatando en la franja con La Sexta, a la que supera en número de espectadores (La Sexta: 11,0% y 658.000 espectadores).
- El previo **'Las Mañanas de Cuatro: primera hora'**, con un 7,4% de cuota y 251.000 espectadores, supera a La Sexta en franja (5,9% y 190.000 espectadores).

ESPACIOS DE PRIME TIME y LATE NIGHT

- **'First Dates'** continúa su evolución positiva, consolidándose como una de las propuestas más sólidas del *access prime time* con su récord histórico en cuota, un 8,7%, y 1.139.000 espectadores en julio en su tira diaria semanal, superando en 3,5 puntos a la oferta de La Sexta (5,2% y 683.000). El *dating show* diario crece hasta el 11,4% en *target* comercial, imponiéndose a su inmediato competidor, que sólo registra un 6,7% de cuota. Nuevamente destaca entre jóvenes de 13 a 24 años (10,2% vs. 4,1% de La Sexta) y espectadores de 25 a 34 años (13,1% vs 6,4%). En su media de **lunes-jueves** consigue un 9,1% y 1.244.000 espectadores. El día 28 de julio el programa **consigue su record histórico en cuota un 10,5%**
- **'Hermano Mayor'** ha regresado en julio a Cuatro liderando la noche de los viernes frente La Sexta, con una media del 7,6% de cuota de pantalla y 954.000 espectadores, con un *target* comercial que crece hasta el 8,8% de *share*. Muy por detrás se sitúa la oferta de La Sexta esa noche (5,2% y 659.000, con un *target* comercial del 6,6%).
- **El estreno de 'En el punto de mira'** ha anotado un 7,7% de *share* y 1.040.000 espectadores, alcanzando un 9% en *target* comercial.
- **'Cuarto Milenio'** ha vuelto a conquistar a sus fieles espectadores con una media de 744.000 seguidores, un 6,9% de cuota de pantalla y un destacado 9,3% en *target* comercial, liderando su banda ante La Sexta (559.000 y 5,2%).
- Por lo que respecta a la producción externa, **'Quantico'** ha cerrado julio con una media del 6,7% de *share*, 951.000 seguidores y un *target* comercial del 8,8%, mientras que **'Rosewood'** ha liderado ante La Sexta con una media del 7% de *share* y 498.000 espectadores frente al 6,8% y 482.000 que marca La Sexta.
- **'El Blockbuster'** (martes y miércoles) marca un 8,2% de cuota y 1.092.000 espectadores, imponiéndose en la franja a La Sexta (6,1% y 816.000 espectadores).
- Además, **'Home Cinema'** incrementa su liderazgo en la sobremesa del fin de semana sobre su directo competidor, alcanzando el 7,9% de *share* y 858.000 espectadores en su primera edición y 6,7% y 625.000 espectadores en la segunda entrega. Superan a La Sexta en 2,7 y 2,2 puntos, respectivamente.

Telecinco (14,7%), cadena más vista por 23° mes consecutivo con la mayor ventaja (+2,6 puntos) sobre Antena 3 (12,1%) desde julio de 2011

Suma 17 meses de liderazgo entre los jóvenes de 13 a 24 años (14,2%), distanciándose 3,8 puntos de Antena 3 (10,4%)

Crece 0,1 punto respecto al año anterior, lidera todas las franjas y *targets* sociodemográficos y ofrece las 15 emisiones más vistas del mes

- La cadena anota por sexto mes consecutivo el mejor *target* comercial de todas las televisiones con un 14,0% de *share*, 1,9 puntos más que su competencia (12,1%).
- Líder indiscutible del *prime time* con un 18,0% de *share*, 2,9 puntos más respecto a julio de 2015, distanciándose 6,2 puntos sobre Antena 3 (11,8%).
- Se impone en el resto de franjas: tarde (16,0%), *late night* (15,2%), *daytime* (13,4%), mañana (12,2%) y sobremesa (12,0%).
- Primera opción en todos los *targets* sociodemográficos, es la televisión preferida por los jóvenes de 13 a 24 años (14,2%) y los espectadores de 25 a 34 años (14,8%), grupos en los que supera en más de 3 y 4 puntos respectivamente a su inmediato competidor (10,4% y 10,5%).
- Lidera 23 días del mes, el 74% de las jornadas disputadas, y es la televisión más vista en 6 de las 7 noches de la semana.
- Anota la victoria en 13 de los 14 ámbitos televisivos, con sus mejores registros en Asturias (21,7%), Canarias (17,2%), Andalucía (15,4%), Murcia (16,4%), Galicia (15,3%), Madrid (14,9%) y el denominado 'Resto' (16,2%).

INFORMATIVOS TELECINCO (14,9% Y 1.581.000), NUEVAMENTE LÍDER, A 2,4 PUNTOS DE LA SEGUNDA OPCIÓN (12,5%)

- **Informativos Telecinco** se mantiene un mes más como el referente de todas las televisiones. De **lunes a domingo**, es líder absoluto con un 14,9% de *share* y 1.581.000 espectadores en el cómputo de sus principales ediciones, 2,4 puntos más que Antena 3 Noticias (12,5% y 1.346.000), tercera opción tras TVE I (12,5% y 1.421.000) en número de espectadores.
- La edición de Pedro Piqueras se convierte un mes más en la más vista de todas las cadenas con un 19,0% de *share* y 1.881.000 espectadores, con su mejor cuota desde febrero de 2009 y su mejor mes de julio desde 2008. Crece 1,3 puntos respecto al mes pasado y se distancia 7,7 puntos de Antena 3 Noticias 2 (11,3% y 1.132.000).

- **Informativos Telecinco Fin de Semana 21:00h** (12,9% y 1.183.000) es también la edición más vista de todas las televisiones, superando tanto a Antena 3 Noticias 2 Fin de Semana (12,3% y 1.225.000) como a Telediario 2 de TVE I (9,6% y 1.026.000).
- **Informativos Telecinco 15:00h** de lunes a viernes (14,2% y 1.698.000) logra su mejor julio desde 2012, imponiéndose en 1,4 puntos a su competidor (12,8% y 1.521.000).
- **La edición de sobremesa de lunes a domingo** anota un 13,0% de *share* y 1.498.000 espectadores.

EUROCOPA 2016

- Los partidos de Eurocopa, los previos, posts, prórrogas y programas especiales se sitúan entre las 20 emisiones más vistas de julio. **La final entre Portugal y Francia** (54,5% y 8.123.000) se convierte en la más vista de esta competición sin la participación de España.
- **La prórroga de la final** (57,1% y 9.824.000) es la emisión más vista del mes y la más vista de la Eurocopa 2016, exceptuando los partidos en los que participaba la Selección española. Anota el minuto de oro más alto del mes con un 64,3% de *share* y 11.202.000 espectadores.
- Los partidos, prórrogas y penaltis emitidos en julio promedian un 41,2% de *share* y 5.637.000 espectadores. En su emisión completa, el campeonato anota una media del 37,7% de *share* y 5.552.000 espectadores, con el partido de octavos **España-Italia** (62,9%) como la cuota más alta de la Eurocopa 2016. La media de los partidos de España alcanza un 60% de *share* tras congregarse a 9.464.000 espectadores.

ESPACIOS DE PRIME TIME

- Los lunes, **'Levántate All Stars'** ha alcanzado un 18,2% de *share* y 2.143.000 espectadores, superando en su franja en 4,7 puntos a su competidor (13,5% y 1.586.000), al que también aventaja en *target* comercial (16,3% vs. 14,3%).
- **'Supervivientes'** (27,3% y 3.089.000) ha despedido su edición como líder imbatible de su franja, superando en 17,5 puntos los registros de su competencia (9,8% y 1.105.000), a la que ha duplicado ampliamente en *target* comercial (25,6% vs. 10,6%).
- **'Supervivientes. El debate'** (21,1% y 1.990.000) ha liderado las noches del domingo, a 7,3 puntos de Antena 3 (12,8% y 1.205.000). El espacio se impone igualmente a su competidor en *target* comercial (19% vs. 13,7%).
- **'Sálvame Deluxe'** (19,4% y 1.885.000), primera opción de la noche de los viernes, 9,1 puntos por delante de Antena 3 (10,3% y 1.001.000). El espacio es también líder del viernes en *target* comercial, con un destacado 17,8% de *share*. En su emisión del Jueves también es líder de su franja con un 15,8% y 1.743.000 espectadores frente al 10,9% y 1.200.000 espectadores de Antena 3.

- **‘El secreto de Adam’, ‘Hable con ellas’ y ‘Cine 5 estrellas’** han promediado respectivamente un *share* del 11,3%, 11,2% y 11,5%.

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa del verano’** (16,7% y 476.000) es la oferta líder de su franja, a 2,3 puntos de Antena 3 (14,4% y 411.000). Obtiene su mejor *share* en julio de los últimos 5 años y es el más visto de los últimos 3 años en julio.
- **‘Mujeres y Hombres y Viceversa’** (14,4% y 895.000) logra su segunda mejor cuota de los últimos nueve meses, superando en casi 1 punto a su competidor (13,5% y 836.000) con un destacado 19,1% en *target* comercial, el mejor de todo el *day time*.
- **‘Cámbiame’**, opción preferida de su banda, anota un 13,4% de *share* y 1.380.000 espectadores, 0,4 puntos más que en julio de 2015, superando en 3 puntos a Antena 3 (10,4% y 1.064.000), que resulta la tercera opción tras TVE1 (10,9%). Anota el mejor *target* comercial de su horario de emisión con un 14,9%.
- **‘Sálvame’**, con sus ediciones Limón y Naranja, marca la victoria de su franja horaria con una media de 17,5% y 1.743.000 espectadores. El espacio se distancia 4,5 puntos de su principal competidor (13% y 1.294.000) y anota un 16,9% en *target* comercial, el mejor de su franja.
- **‘Pasapalabra’**, un mes más concurso más visto del *day time* con un 18,6%, y 1.591.000 seguidores, convirtiéndose en el más visto en un mes de julio desde 2009. El espacio establece una distancia de 6,4 puntos sobre su inmediato competidor (12,2% y 1.044.000).

CANALES TEMÁTICOS

- **Factoría de Ficción** (3,5%), temático más visto durante 52 meses consecutivos con su mejor dato desde septiembre de 2015. Tercer canal más visto por los jóvenes de 13-24 años (9,9%). Supera un mes más a Neox (2,6%). En *target* comercial, también es líder con un 4,1% de *share*. **‘Cine: Up’** (4,9% y 679.000 espectadores) ha sido la emisión más vista del canal durante el mes.
- **Divinity** (2,3%), temático femenino líder, supera nuevamente a Nova (2,2%) por séptimo mes consecutivo. Eleva su cuota en *target* comercial hasta alcanzar un 2,9%, 0,8 puntos más que Nova (2,1%). Se impone también a su principal rival en su *core target*: mujeres de 16 a 44 años (3,7% vs. 3,2%). Lo más visto del canal corresponde a ‘Supervivientes: perdidos en Honduras’ (3,5% y 565.000 espectadores).
- **Energy** (1,9%) iguala su dato más alto desde agosto de 2015. Marca un 1,9% de cuota en *target* comercial y un 1,9% su *core target* (hombres de 25 a 54 años). La emisión más vista del mes fue ‘Hawai 5.0’ con un 3,9% de *share* y 525.000 espectadores.
- **Boing** (1,7%), canal infantil líder de la televisión comercial con un 13,2% en niños frente al 9,1% de Disney, logrando en este *target* la mayor ventaja histórica de

Boing sobre Disney Channel (+4,2 puntos). El canal ejerce este liderazgo desde enero de 2015.

- **Be Mad** (0,5%) anota un 0,8% de cuota en *target* comercial y un 0,7% entre los hombres 16-44 años, audiencia preferente del canal.

Mediaset España (31,4 %), grupo líder de julio por 27º mes consecutivo a más de 5,5 puntos de Atresmedia (25,8%)

- Se impone en *target* comercial con un registro que crece hasta el 32,6% de *share*, 4,1 puntos más que su inmediato competidor (28,5%).
- Mediaset España lidera entre los públicos más jóvenes con registros muy por encima de su media tanto en la horquilla de 13-24 años (38,7% vs. 28,1% de Atresmedia) como en la de 25-34 años (34,4% vs. 29,3% de Atresmedia).
- En *prime time* marca un 33,8%, el mejor dato de su historia en un mes de julio. Lidera por quinto mes consecutivo esta franja con una ventaja de 9,3 puntos, estableciendo la segunda mayor distancia histórica sobre Atresmedia (24,5%).
- En *day time*, obtiene un 30,5%, 4,2 puntos frente a su competidor (26,3%).
- El acumulado de los canales temáticos de Mediaset España logran un 9,9% su mejor dato desde agosto de 2015, con una ventaja frente a los de Atresmedia (7,4%) de 2,5 puntos.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



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

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

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

www.mediaset.es/mediasetcom