

Madrid, 1 de febrero de 2016

Audiencias enero

Telecinco (13,9%) acumula 17 victorias mensuales consecutivas con el mejor *prime time* (14,4%) de enero desde 2010

La cadena también alcanza su décimo mes de liderazgo ininterrumpido entre los jóvenes de 13 a 24 años con un 13,7% de *share*

- En total espectadores supera en 3 décimas a Antena 3 (13,6%) con 8 décimas de ventaja en *prime time* (13,6%).
- Anota además victorias en *day time* (13,6%), tarde (15,7%) y *late night* (17,1%).
- Es la cadena que más jornadas lidera (el 58,1% de los días disputados), afianzando su primacía entre los jóvenes de 13 a 24 años (13,7%) y entre los espectadores de 25 a 34 años (13,4%).
- Obtiene sus mejores registros en Asturias (19,9%), Euskadi (15,8%), Canarias (15,4%), Andalucía (14,8%), Galicia (14,5%) y el denominado "Resto" (13,7%).

INFORMATIVOS

- En el conjunto de sus ediciones de **lunes a domingo, Informativos Telecinco** es líder absoluto y registra su dato máximo desde febrero de 2015 con un 15,1% de *share* y 2.255.000 espectadores, 1,7 puntos sobre Antena 3 Noticias (13,4 % y 1.977000).
- Presentado por Pedro Piqueras, **Informativos Telecinco 21:00h** ha sido un mes más la referencia informativa de todas las cadenas con un 18,1% de *share* y 3.054.000 espectadores, su máximo desde febrero del pasado año. El informativo se distancia 5,4 puntos de Antena 3 Noticias 2 (12,7% y 2.083.000), que ocupa el tercer puesto en número de espectadores después de Telediario 2 de TVE (12,1% y 2.118.000). Sitúa tres de sus ediciones entre los espacios más vistos del mes superando en cada caso el 19% de *share* y los 3.000.000 de espectadores.

- **La edición de noche de lunes a domingo** (16,5% y 2.784.000) es la más vista de todas las televisiones. Se impone en 4,2 puntos a su inmediato competidor (12,3% y 2.029.000), que se sitúa en tercer lugar en número de espectadores frente los informativos de TVE I (11,8% y 2.070.000).
- **Informativos Telecinco Fin de Semana 21:00h** (13,2% y 2.196.000), conducida por José Ribagorda y Carme Chaparro, es la más vista de todas las televisiones, superando en 1,5 puntos a Antena 3 Noticias 2 Fin de semana (11,7% y 1.929.000).
- **El cómputo de las ediciones de sobremesa y noche de lunes a viernes** (16,5% y 2.470.000) es la primera opción de todas las televisiones, aventajando en 3 puntos a su principal competidor (13,5% y 1.975.000).

ESPACIOS DE DAY TIME

- **“El programa de Ana Rosa”** (19% y 558.000 espectadores) es la oferta líder de su franja, a 1,9 puntos de Antena 3 (17,1% y 500.000).
- **“Mujeres y Hombres y Viceversa”** (13,4% y 857.000 seguidores) sube 4 puntos hasta el 17,4% en *target* comercial, el mejor de su franja, y se impone a su inmediato competidor en 5,9 puntos (11,5%) en su horario de emisión.
- **“Cámbiame”**, opción preferida de su franja entre las televisiones comerciales, anota un 12,1% de *share* y 1.328.000 espectadores, más de 1 punto por delante de Antena 3 (10,9% y 1.202.000). En *target* comercial asciende al 13,9% de cuota.
- **“Sálvame diario”** marca la victoria de su franja horaria con sus ediciones Limón y Naranja (17,9% y 2.084.000 espectadores), 3,4 puntos más que su principal competidor (14,5% y 1.690.000).
- **“Pasapalabra”**, un mes más concurso más visto del *day time* con un 17,5% y 2.506.000 seguidores, 4,8 puntos más que la oferta de su inmediato competidor (12,7% y 1.829.000).

ESPACIOS DE PRIME TIME Y LATE NIGHT

- Las galas de **‘Gran Hermano VIP’** (24,2% y 3.026.000) son líderes absolutos de su franja, superando en más de 14 puntos a su inmediato competidor (10,1 y 1.266.000), que se sitúa como tercera opción de la noche. Marca un *target* comercial del 22,8% de cuota, el más alto de su franja.
- **‘Gran Hermano VIP: límite 48 horas’** (18,9% y 2.348.000) lidera su franja, estableciendo una distancia de 4,7 puntos respecto a Antena 3 (14,2% y 1.761.000). Anota el mejor *target* comercial de su banda con un 17,6% de *share*.

- **‘Gran Hermano VIP: el debate’** (18,9% y 2.532.000) mantiene la hegemonía en su horario, a 6,8 puntos de la segunda televisión (12,1% y 1.624.000) y anota el mejor *target* comercial con un 17,4% de *share*.
- En *late night*, **‘Gran Hermano VIP: la casa en directo’** (13,4% y 540.000) logra el liderazgo absoluto de su franja, 3,8 por delante de los registros de su inmediato competidor (9,6% y 386.000).
- **‘Sálvame Deluxe’** (18,8% y 2.368.000), primera opción de la noche de los viernes, 4 décimas por delante de Antena 3 en la franja (18,4% y 2.323.000).
- **‘Cine 5 estrellas’** anota una media de 12,3% de *share* y 2.118.000 espectadores, creciendo hasta el 12,6% de cuota en *target* comercial.
- **‘Chiringuito de Pepe’** logra un 14,2% de cuota, congregando a 2.584.000 espectadores. Crece hasta el 14,6% de *share* en *target* comercial.

Cuatro (6,6%) crece en *target* comercial (7,7%) y revalida su hegemonía sobre La Sexta en jóvenes de 13 a 34 años (8,0% vs. 6,1%)

- El canal crece 1,1 puntos en *target* comercial respecto al total espectadores.
- Cuatro marca un 6,9% de cuota en *day time* y se impone a La Sexta en las franjas de mañana (6,9% vs. 6,4%) y sobremesa (8,2% vs 7,8%).
- En *prime time* (5,9%), Cuatro sólo desciende 1 décima el resultado del pasado mes de diciembre, frente al descenso de 0,9 puntos de su directo competidor.
- El canal supera a su principal competidor en su *target core*, espectadores de 16 a 54 años (7,8% vs. 7,4%). Por *targets* segmentados, aventaja a La Sexta entre los jóvenes de 13 a 24 años años (7,9% vs 5%) y entre los espectadores de 25 a 34 años (8% vs 6,9%).

INFORMATIVOS

- **‘Noticias Cuatro 1’** con Marta Fernández sitúa su cuota de pantalla en un 11,7% y 1.177.000 espectadores, crece respecto al mes anterior 9 décimas y 138.000 espectadores y supera en su franja la oferta de Antena 3 8,7% y 879.000).
- **‘Noticias Cuatro 2’**, conducido por Miguel Ángel Oliver, marca un 5,6% y 772.000 espectadores.

- **La edición de fin de semana** con Roberto Arce y Marta Reyero se sitúa en el 10,8% y 1.007.000 (franja del mediodía) y el 6,3% y 908.000 (franja de noche), franja en la que mejora 1 décima y 67.000 espectadores frente a diciembre.
- **‘Noticias Cuatro Deportes’** anota un 9% de cuota de pantalla y 1.167.000 espectadores, datos que prácticamente duplican la oferta de La Sexta en la franja (5%) y muy por encima del registro de ‘Jugones’ (5,8% y 746.000).

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘Las Mañanas de Cuatro’** continúa con su progresivo crecimiento, marcando un 11,3% de cuota de pantalla y 692.000 espectadores (0,6 puntos más respecto a diciembre de 2015). Anotó el martes 26 de enero su emisión más vista de la temporada y la más seguida desde febrero de 2015, con un 13,8% de *share* y 874.000 espectadores.
- **‘Home Cinema’** anota en la sobremesa del fin de semana un 8,5% y 1.163.000 espectadores en su primera entrega y 6,7% y 899.000 en su segunda, imponiéndose a su directo competidor en 2,8 y 1,6 puntos, respectivamente (5,7% y 787.000 espectadores y 5,1% y 681.000 espectadores).

ESPACIOS DE PRIME TIME y LATE NIGHT

- **‘El Xef’** (9,5% y 1.940.000 espectadores) es líder absoluto entre menores de 65 años, con un 11,6% de cuota, a 3,9 puntos de La Sexta (7,7%) y 1,2 puntos de Antena 3 (10,4%). El programa también lidera el *target* comercial (13,6% vs 8,4% de La Sexta y 11% de Antena 3) y entre los espectadores de 25 a 34 años, donde marca un 16,9% de *share*, más de 10 puntos por delante de su directo competidor(6,3%)
- **‘Un príncipe para tres princesas’** marca el día de su estreno un 8,3% y 1.376.000 espectadores, lo que convierte al *dating show* en el estreno más visto de sus distintas ediciones.
- En sus tres emisiones del mes promedia un 7,8% de *share* y 1.262.000 espectadores, superando su media en *target* comercial (10,8%). Entre los jóvenes de 13 a 24 años, consigue un 16,5%, liderando la franja entre todas las cadenas, al igual que sucede entre los jóvenes 25-34 (17,3%). La Sexta en esos *targets* anota respectivamente una cuota del 9,3% y 13,3%.
- **‘Castle’** destaca en el estreno de su octava temporada, que consigue una media del 9,3% y 1.764.000 espectadores, superando al 7,7% de La Sexta. En *target* comercial, la serie crece hasta el 11%, frente al 8,6% de su directo competidor.
- En cine **‘El Blockbuster’** promedia un 9,4% y 1.676.000 espectadores, imponiéndose a La Sexta (7,2% y 1.286. espectadores).

- El ciclo cinematográfico dedicado a la primera trilogía de **'Star Wars'** promedia en Cuatro un 13,2% y 2.261.000 espectadores, superando a su competidor en 5 puntos (8,2% y 1.394.000 espectadores).
- **'Cuarto Milenio'** se impone en su franja a la oferta de La Sexta (6,4% vs 5,4%), incrementando su ventaja en *target* comercial (8,6% vs 5,9%).
- **'Gym Tony'** mantiene su tirón entre los menores de 35 años con un 7,5% y 300.000 espectadores, 1,3 puntos más que su inmediato competidor (6,2% y 250.000 espectadores).

Factoría de Ficción (3,1%), líder de los canales temáticos

- Atesora 46 meses de liderazgo consecutivo, aventajando en 0,6 puntos a Neox (2,5%). En *target* comercial, eleva en casi 1 punto su media hasta el 3,9% de *share*, 0,4 puntos sobre su principal competidor (3,5%).
- Registra un excelente seguimiento en jóvenes de 13 a 24 años (8,1%), situándose como el tercer canal más visto entre todas las cadenas en este *target* y superando en 1,4 puntos a su rival (6,7%).
- La comedia **'La que se avecina'** (5,8% y 814.000) y la película **'Ratauille'** (3,5% y 708.000) se alzan como los espacios más vistos del canal de series y cine.

Divinity (2,3%), temático femenino líder, con su mejor dato en mujeres de 16 a 44 años (3,4%)

- En total día supera a su principal competidor (2,3% vs. 2,2%).
- También supera a su inmediato competidor entre las mujeres de 16 a 44 años (3,4% vs. 3,1%), en *target* comercial (2,8% vs. 2,1%) y en jóvenes 13-24 (2,4% vs. 2,0%).
- La ficción juvenil **'Yo quisiera'** (11,8%) es líder absoluto en las *becomers* (niñas de 13 a 15 años), *target* en el que supera a Antena 3 (10,8%) y aventaja en 9,9 puntos a Nova (2,1%).
- La serie llega a su fin este mes con una dato en Becomers de 19,0%, frente al 10,5% de Antena 3 y supra a Nova en 15 puntos (4,1%)

- La emisión de **'Gh Vip: Diario'** (2,9% y 601.000) y (3,2% y 599.000) y la serie de investigación criminal **'Castle'** (3,6% y 594.000) encabezan el *ranking* de emisiones más vistas del canal en enero.

Energy anota un 1,7% de *share*, su mejor registro histórico en un mes de enero

- El canal masculino crece 0,2 puntos respecto a enero de 2015 (1,5%).
- Eleva su dato medio en *target* comercial y en hombres de 25 a 44 años, registrando un 1,9% y un 2,1% de cuota de pantalla, respectivamente.

Boing, canal infantil líder de la televisión comercial con un 11,9% de cuota entre niños de 4 a 12 años

- Mantiene el liderazgo ejercido durante todo 2015 y supera en 2,4 puntos a su inmediato competidor (9,5%) entre el público infantil.
- En total individuos también supera a Disney Channel (1,5% vs. 1,2%).
- **'Doreamon el gato cósmico'** (3,2% y 454.000) y la película **'Jimmy Neutron, el niño inventor'** (2,5% y 432.00) han sido las emisiones más vistas del canal durante el mes.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



@mediasetcom

/mediasetesp

www.mediaset.es/mediasetcom