

# MEDIASET *españa.*



## RESULTADOS TRIMESTRALES

*Enero –Marzo 2015*

*Madrid, 06 de mayo de 2015*

### ÍNDICE:

Principales magnitudes

1. Cuenta de Pérdidas y Ganancias
2. Generación de Cash-Flow
3. Balance de Situación
4. Evolución de la audiencia

## PRINCIPALES MAGNITUDES

€ millones	1Q15	1Q14
Total ingresos netos	220,7	200,4
Total costes operativos	174,0	173,5
<b>EBITDA adj<sup>(1)</sup></b>	<b>46,7</b>	<b>26,9</b>
Margen EBITDA	21,2%	13,4%
<b>EBIT</b>	<b>42,1</b>	<b>22,6</b>
Margen EBIT	19,1%	11,3%
<b>Beneficio neto</b>	<b>36,4</b>	<b>12,8</b>
BPA <sup>(2)</sup>	0,10 €	0,03 €
<b>Posicion financiera</b>	<b>299,6</b>	<b>103,9</b>

(1) EBITDA recurrente Adj, incluye el consumo de derechos TV

(2) Se excluye las acciones de autocartera a 31 diciembre.

**Mediaset España** registra un **EBITDA** en el primer trimestre 2015 del **€46,7 millones**, un **73,6%** superior al registrado en primer trimestre 2014 y un **EBIT** de **€42,1 millones** un **86,0%** superior al del año anterior.

- Los **ingresos totales netos** en el primer trimestre de 2015 suman **€220,7 millones**, con unos ingresos netos de publicidad de **€207,7 millones** y **€13,0 millones** de "Otros ingresos".
- Según los últimos datos de **Infoadex**, la inversión publicitaria total durante el primer trimestre de 2015 ha crecido un **+8,4%** con respecto al 2014, con una mejor evolución de la **inversión publicitaria en televisión del +11,8%**. Según la misma fuente **Mediaset España** tiene una **cuota de mercado publicitario del 43,0%**.
- **Mediaset España** consigue mejorar su margen operativo hasta un **21,2%** y su margen **EBIT** hasta un **19,1%**, lo que supone un importante incremento de los márgenes de **7,8 puntos** respecto del 2014.
- El **Beneficio Neto** del primer trimestre de 2015 alcanza los **€36,4 millones** lo que supone un incremento de casi tres veces en comparación con **2014**.
- **Mediaset España** conserva un balance libre de deuda y una posición neta de caja de **€299,6 millones**, un incremento de **€195,7 millones** comparado con el mismo periodo 2014.
- **Mediaset España**, consigue una audiencia del **31,4%** en el **Total Día Total Individuos**, mejorando su registro respecto del primer trimestre 2014 en **2,0 puntos**.
- **Mediaset España** alcanza una media en el trimestre de **39,1 millones de usuarios únicos** y **404,2 millones de páginas vistas**.
- A 31 de marzo 2015, **Mediaset España** disponía del **10%** de acciones propias, lo que supone **40.686.142 acciones**. En la Junta General de Accionistas celebrada el 15 de abril 2015, se aprobó la cancelación de la autocartera de la compañía, por lo que una reducción de capital tuvo lugar con posterioridad en el mes de abril.

## 1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	1T2015	1T2014	Variación %
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>220,68</b>	<b>200,38</b>	<b>10,1%</b>
Consumo de derechos	(37,51)	(51,12)	(26,6%)
Costes de personal	(25,88)	(25,85)	0,1%
Otros costes operativos	(110,61)	(96,52)	14,6%
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>(174,00)</b>	<b>(173,48)</b>	<b>0,3%</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>46,68</b>	<b>26,89</b>	<b>73,6%</b>
Otras amortizaciones, provisiones	(2,57)	(2,25)	14,3%
Amortización PPA	(2,00)	(2,00)	0,0%
<b>EBIT</b>	<b>42,11</b>	<b>22,65</b>	<b>86,0%</b>
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	4,97	(6,55)	-
Resultado Financiero	0,56	(0,48)	-
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>47,64</b>	<b>15,62</b>	<b>205,0%</b>
Impuesto de Sociedades	(11,31)	(3,00)	-
Minoritarios	0,05	0,14	(64,1%)
<b>Beneficio Neto</b>	<b>36,38</b>	<b>12,76</b>	<b>185,2%</b>

## 1.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

Indicadores	1T2015	1T2014	Variación %
<b>Ingresos brutos de publicidad</b>	<b>216,54</b>	<b>194,56</b>	<b>11,3%</b>
- Medios Propios	204,62	184,41	11,0%
- Medios Ajenos	11,92	10,15	17,5%
Comisiones	(8,82)	(10,75)	(17,9%)
<b>Ingresos netos de publicidad</b>	<b>207,72</b>	<b>183,81</b>	<b>13,0%</b>
Otros ingresos	12,97	16,57	(21,8%)
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>220,68</b>	<b>200,38</b>	<b>10,1%</b>

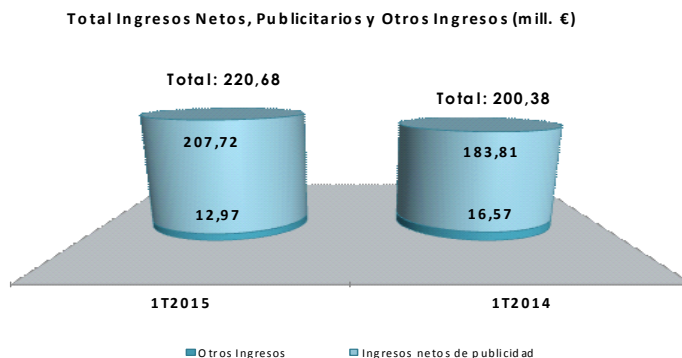
Los **ingresos brutos de publicidad** del primer trimestre 2015 ascienden a un total de **€216,54 millones**, un incremento del **11,3%**, en línea con la evolución de mercado publicitario TV tal como indica **Infoadex**.

Los **ingresos brutos de publicidad de medios propios**, que comprenden los ingresos publicitarios de los 6 canales del Grupo: TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCIÓN, BOING, DIVINITY y ENERGY, así como la publicidad del grupo en Internet y teletexto, alcanzan el total de **€204,62 millones**. El primer trimestre 2014 incluye los ingresos de los canales **La Siete y Nueve**, que se cerraron en mayo 2014.

Los **Ingresos publicitarios de medios ajenos**, suman un total de **€11,92 millones**, lo que supone un incremento del **17,5%** respecto del mismo trimestre 2014.

Los **ingresos netos de publicidad** después de comisiones crecen un **13,0%** y suman **€207,72 millones**. “**Otros ingresos**” incluyen principalmente la venta y la distribución de derechos de co-producción cinematográfica así como los ingresos por juego y merchandising. Dichos ingresos ascienden a **€12,97 millones**. Durante el primer trimestre **2015**, no ha habido ningún estreno de cine, lo que explica la diferencia en esta línea de ingresos respecto del **2014** cuando se estrenó “**8 apellidos vascos**”.

Finalmente, los **ingresos netos del primer trimestre 2015** suman de **€220,68 millones**, un incremento del **10,1%**.



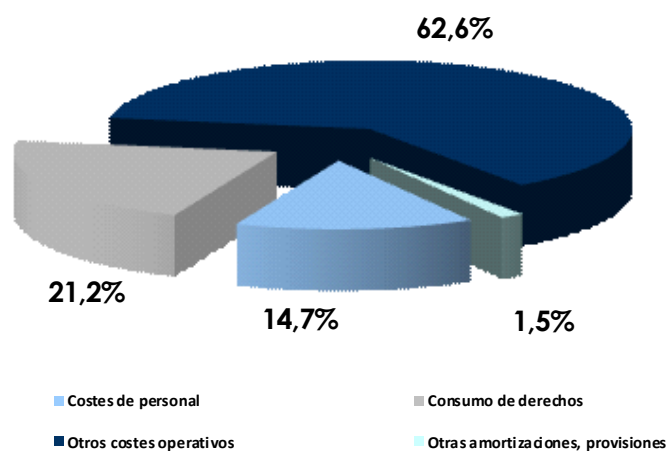
## 1.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** del primer trimestre 2015 ascienden a **€176,57 millones**, una cifra muy similar al mismo periodo 2014, con un incremento de tan solo el **0,5%** respecto del 2014. Ello es el resultado de la estricta política de control de costes de la compañía.

**Tabla 3: Costes operativos**

Millones de €	1T2015	1T2014	Variación %
Costes de personal	25,88	25,85	0,1%
Consumo de derechos	37,51	51,12	(26,6%)
Otros costes operativos	110,61	96,52	14,6%
Otras amortizaciones, provisiones	2,57	2,25	14,3%
<b>Total Costes Operativos</b>	<b>176,57</b>	<b>175,73</b>	<b>0,5%</b>
Amortización PPA	2,00	2,00	-
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>178,57</b>	<b>177,73</b>	<b>0,5%</b>

### Estructura de Costes Operativos



La consolidación del sector media ha propiciado oportunidades de reducción de costes que **Mediaset España** ha sabido maximizar. Ello ha supuesto un ahorro de costes operativos del **23,4%** en el primer trimestre 2015, en comparación al mismo periodo 2010.

€ millones	1T2010*	1T2011	1T2012	1T2013	1T2014	1T2015	Var.
Costes Operativos	230,46	205,02	195,60	175,80	175,73	176,57	-23,4%

\*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogcuatro

## Contenido

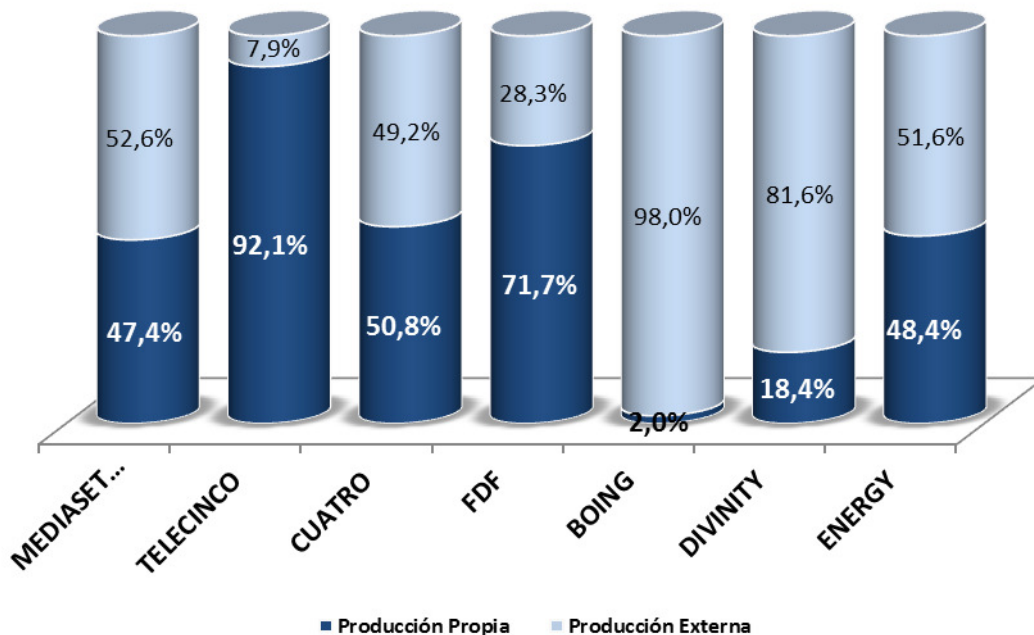
En el primer trimestre 2015, **Mediaset España** operaba 6 canales en comparación con los 8 canales del primer trimestre 2014. Esto se debe a la sentencia del Tribunal Supremo que obligó al cierre de 2 de los canales en mayo 2014: **La Siete** y **Nueve**. Estos dos canales destinaban la mayoría de sus horas de programación a la producción propia.

**Durante el primer trimestre 2015**, la producción propia de la compañía ha representado un **47,4%** de las horas de emisión, mientras que los derechos de terceros han supuesto el **52,6%** restante.

En el canal **TELECINCO**, el **92,1%** de la programación corresponde a producción propia y el **7,9%** a programación de derechos de terceros, comparado con el **93,6%** producción propia y el **6,4%** derechos a terceros del **2014**.

La composición de la parrilla de **CUATRO** es un **50,8%** de producción propia y un **49,2%** de producción externa.

En cuanto a los demás canales, el canal **FACTORIA DE FICCION** tiene un **71,7%** de producción propia frente a un **28,3%** de derechos de terceros, el canal **BOING** nutre casi la totalidad de su parrilla con contenidos de terceros, un **98,0%**, **DIVINITY** tiene un **18,4%** de producción propia y **81,6%** de derechos de terceros y **ENERGY** **48,4%** de producción propia y **51,6%** de derechos de terceros.



### 1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

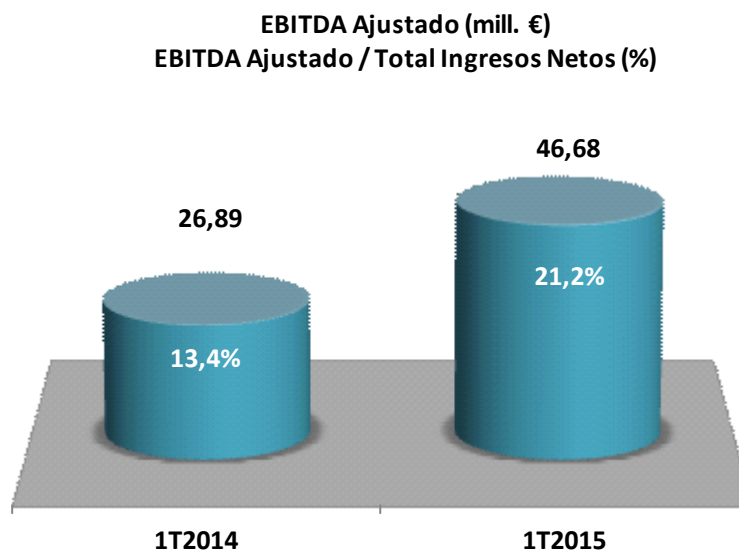
El **resultado bruto de explotación, EBITDA ajustado**, asciende a un total de **€46,68** en el periodo **enero a marzo 2015**, un incremento del **73,6%** en comparación con el mismo periodo del año anterior y un margen del **21,2%** sobre el **total de los ingresos netos 2015**.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€42,11 millones**, lo que supone un incremento del **86,0%** comparado con el primer trimestre 2014, y un margen del **19,1%** sobre el **total de los ingresos netos 2015**.

El **beneficio neto** del primer trimestre 2015 alcanzó **€36,38 millones** y ha mejorado los márgenes sobre el total de los ingresos (**16,5%**) en **10.1** puntos en comparación con el primer trimestre del 2014 (**6,4%**).

Tabla 4: Márgenes

Millones de €	1T2015	1T2014
<b>Total ingresos netos</b>	<b>220,68</b>	<b>200,38</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>46,68</b>	<b>26,89</b>
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>21,2%</i>	<i>13,4%</i>
<b>EBIT</b>	<b>42,11</b>	<b>22,65</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>19,1%</i>	<i>11,3%</i>
<b>Beneficio Neto</b>	<b>36,38</b>	<b>12,76</b>
<i>Margen Beneficio Neto</i>	<i>16,5%</i>	<i>6,4%</i>



## 1.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** representa un ingreso de **€ 0.56** millones.

El resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**<sup>1</sup> arroja un resultado de **€4,97 millones**, que incluye además del resultado de las empresas participadas, la plusvalía obtenida por la venta de la participación en **La nevera roja**, que ha sido la primera y exitosa operación de **“media for equity” de Mediaset España.**

## 1.5. Resultado del ejercicio

El **resultado antes de impuestos y de minoritarios** a 31 de Marzo de 2015 asciende a **47,64 millones**, y triplica el dato en comparación al mismo periodo del 2014 (**€15,62 millones**).

El **resultado neto después de impuestos y minoritarios** alcanzó la cifra de **€36,38 millones** comparado con los **€12,76 millones** en 2014.

---

<sup>1</sup> Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Pegaso Television Inc. (43,7%), A.I.E. (Furia de titanes 2) (34% participación indirecta), Supersport TV, S.L. (30%), Big Bang Media S.L. (30%), Producciones Mandarina S.L. (30%), La Fábrica de la Tele S.L. (30%), 60DB Entertainment, S.L. (30%), Megamedia TV, S.L. (30% participación indirecta).



## 2. GENERACIÓN DE CASH FLOW

El **flujo libre de caja operativo** del primer trimestre 2015 asciende a **€49,60 millones**, un incremento de **€40,75 millones** respecto al mismo periodo del año anterior. **Mediaset España** ha conseguido traducir la mayor parte de su resultado operativo neto del periodo (**EBIT**) en caja, lo que demuestra su gran capacidad de generación de tesorería.

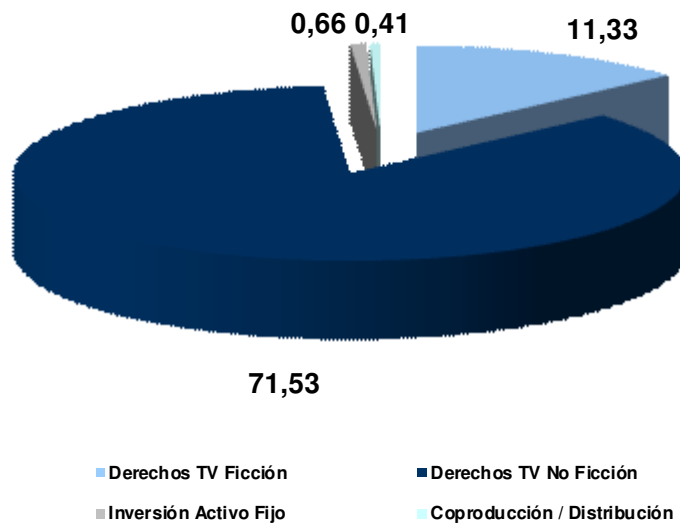
Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	1T2015	1T2014	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	36,33	12,62	23,71
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	41,75	55,38	(13,63)
- Consumo Derechos	37,51	51,12	(13,61)
- Amortizaciones	4,24	4,27	(0,02)
Provisiones	0,31	(0,02)	0,33
Otros	13,84	6,53	7,31
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>92,24</b>	<b>74,52</b>	<b>17,73</b>
Inversión en Derechos	(83,27)	(80,21)	(3,06)
Inversiones, otras	(0,66)	(1,26)	0,61
Variación Fondo de Maniobra	41,29	15,81	25,47
<b>CASH FLOW LIBRE OPERATIVO</b>	<b>49,60</b>	<b>8,86</b>	<b>40,75</b>
Compra acc. PRISA	0,00	0,00	0,00
Movimientos Patrimonio	(20,23)	1,94	(22,17)
Inversiones/Desinversiones financieras	4,50	(0,38)	4,88
Dividendos cobrados	0,00	0,00	0,00
Pago de Dividendos	0,00	0,00	0,00
Variación Neta de Tesorería	33,88	10,42	23,46
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL</b>	<b>265,71</b>	<b>93,48</b>	<b>172,23</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL</b>	<b>299,59</b>	<b>103,90</b>	<b>195,69</b>

La inversión neta total a 31 de marzo 2015 alcanzó los **€83,93 millones**.

Durante el primer trimestre 2015, la inversión neta total ha estado en línea con la de años anteriores. La inversión en producción ajena ha sido de **€71,53 millones**, en series de ficción nacional **€11,33 millones** y en co-producciones cinematográficas **€0,41 millones**, mientras que las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles fueron **€0,66 millones**.

## Inversión Neta 1T2015 83,93 millones €



### 3. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Marzo 2015	Diciembre 2014
<b>Inmovilizado</b>	<b>568,23</b>	<b>569,55</b>
- Inm. Financiero	306,07	303,61
- Otro Inmovilizado	262,16	265,94
<b>Derechos y Anticipos</b>	<b>274,40</b>	<b>228,64</b>
- Terceros	229,08	182,49
- Ficción	25,65	25,74
- Coproducción / Distribución	19,68	20,41
<b>Impuesto Anticipado</b>	<b>150,46</b>	<b>164,78</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>993,08</b>	<b>962,97</b>
Activo corriente	213,95	246,36
Activo financiero y tesorería	311,12	277,09
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>525,07</b>	<b>523,45</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.518,15</b>	<b>1.486,42</b>
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>1.205,02</b>	<b>1.189,41</b>
Provisiones	8,52	9,68
Acreedores no corrientes	8,47	10,43
Pasivo financiero no corriente	11,22	11,15
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>28,21</b>	<b>31,26</b>
Acreedores corrientes	284,60	265,51
Pasivo financiero corrientes	0,32	0,24
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>284,91</b>	<b>265,75</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.518,15</b>	<b>1.486,42</b>

Los activos corrientes en el balance, incluyen una importante posición de tesorería, que se ha destinado en parte, al **pago de un dividendo el 04 de mayo, por importe de €47,60 millones** y que también se empleará para continuar con el plan de recompra de acciones anunciado el pasado mes de Julio, por el importe pendiente de unos **€175 millones aproximadamente**. Todo ello muestra una posición financiera muy saneada entre activos y pasivos corrientes en la compañía y un ratio de liquidez a 31 de marzo 2015 del **184,3%**, antes de completar el programa de recompra de acciones.

La **librería, en el balance**, recoge el mix para atender las necesidades de programación que sirven a la estrategia de la compañía, asegurando que los contenidos necesarios están disponibles en cualquier momento.

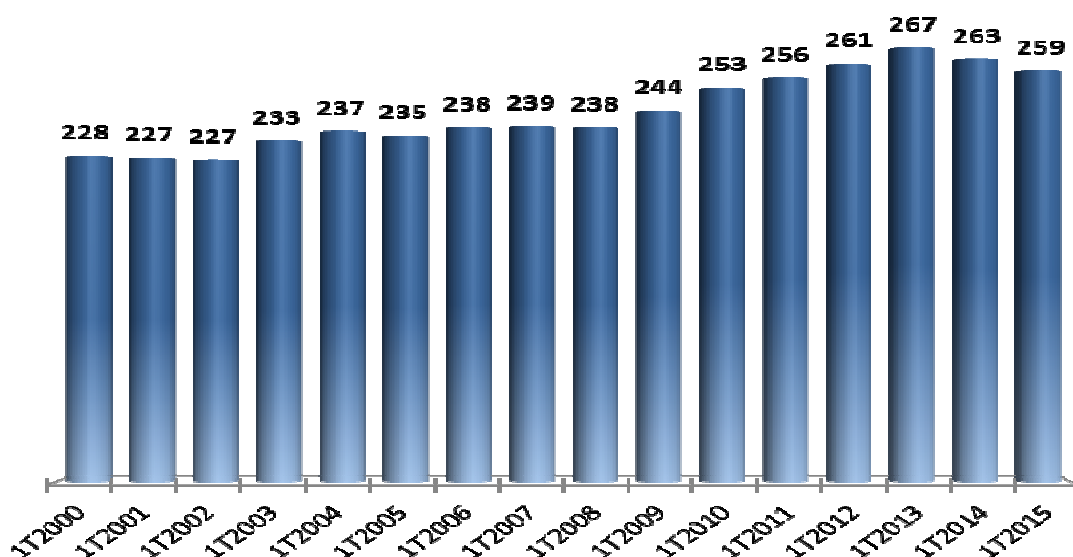
## 4. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA<sup>2</sup>

### 4.1. Consumo Televisión

Años	Minutos	Miles
1T2000	228	6.123
1T2001	227	6.189
1T2002	227	6.189
1T2003	233	6.380
1T2004	237	6.689
1T2005	235	6.734
1T2006	238	6.870
1T2007	239	6.958
1T2008	238	7.029
1T2009	244	7.411
1T2010	253	7.696
1T2011	256	7.825
1T2012	261	7.984
1T2013	267	8.171
1T2014	263	8.097
1T2015	259	7.989

El promedio de consumo televisivo en el primer trimestre **2015** es ligeramente inferior al del mismo periodo del 2014 con **4,3 horas por persona y día**, y una media diaria de **8 millones de espectadores**. El dato de consumo de televisión se mantiene elevado, considerando que el nivel de desempleo está disminuyendo, siendo el dato del primer trimestre 2015 el mejor cuarto registro de los últimos quince trimestres.

Además en el primer trimestre 2015, **Mediaset España** continúa incrementado el consumo de **televisión online**, tanto en directo como bajo demanda y desarrollando nuevas apps para fomentar la interactividad de sus programas más exitosos. El uso de tablets, phones y PCs permiten a los espectadores participar de forma activa en los programas de televisión, ofreciendo la posibilidad de disfrutar de los contenidos televisivos desde una segunda pantalla.



<sup>2</sup> Fuente: Kantar Media

## 4.2. Grupo

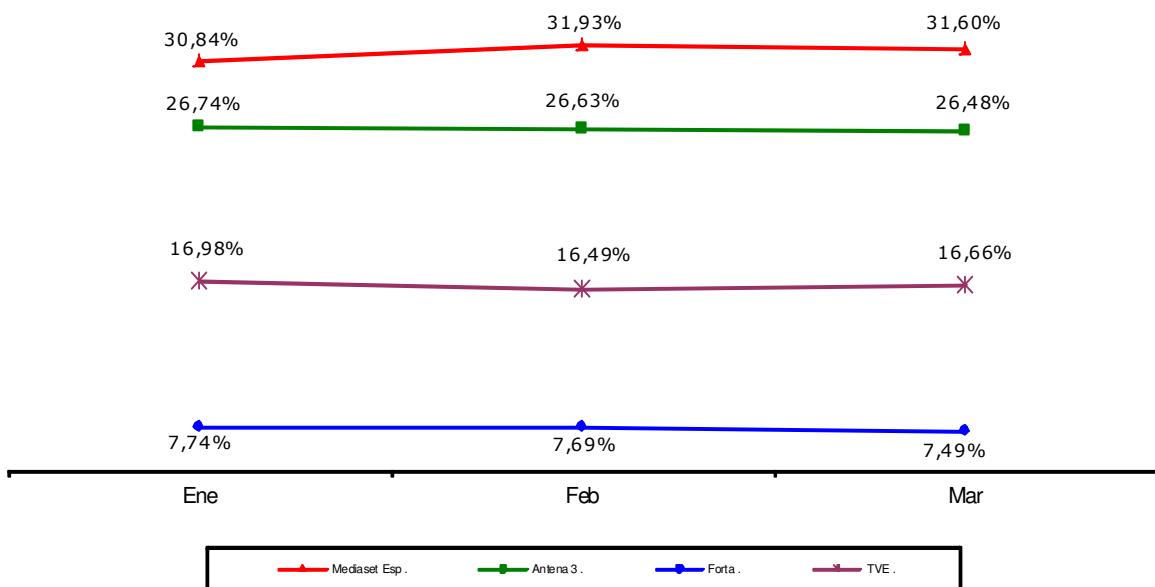
Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero-marzo 2015

		1T2015	1T2014
Total Individuos	Total Día	31,4%	29,4%
	PRIME TIME	30,4%	28,5%
	DAY TIME	31,9%	29,8%
Target Comercial	Total Día	33,2%	31,5%
	PRIME TIME	31,3%	29,7%
	DAY TIME	34,2%	32,4%

**Mediaset España** cierra el primer trimestre 2015 con un **31,4%** de cuota de audiencia en Total Día Total Individuos, un incremento de 2.0 puntos respecto del mismo periodo 2014 y un target comercial del **33,2%** lo que es un incremento de **1.7 puntos** respecto del 2014.

En **Prime Time**, **Mediaset España** alcanza su mejor registro de audiencia en su historia con un **30,4%**, lo que es **1,9 puntos** superior al primer trimestre 2014 y consigue un target comercial del **31,3%**.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



## 4.3. Canales Principales

Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro período enero-marzo 2015

	TL5		CUATRO	
	1T2015	1T2014	1T2015	1T2014
<b>Total Individuos</b>				
Total Día	14,9%	14,2%	7,4%	6,1%
PRIME TIME	15,3%	15,1%	6,7%	5,3%
DAY TIME	14,7%	13,8%	7,8%	6,5%
<b>Target Comercial</b>				
Total Día	14,0%	13,5%	8,7%	7,5%
PRIME TIME	13,6%	14,1%	8,3%	6,5%
DAY TIME	14,2%	13,2%	8,9%	7,9%

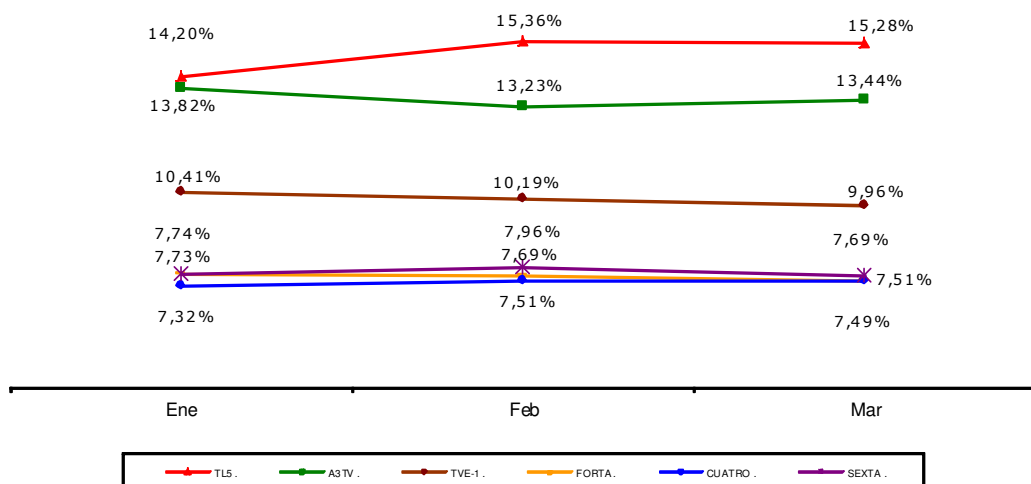
El canal **Telecinco** alcanza en Total Día Total Individuos un el **14,9%** de audiencia el primer trimestre 2015 y un target comercial, para el mismo periodo del **14,0%**, liderando las audiencias en Total Día Total Individuos y superando a su inmediato competidor por **1.4 puntos**. Además el **canal Telecinco** lidera audiencias **66 días** de los **90 días** del primer trimestre 2015, lo que supone un **73,3%** de las horas de emisión.

El canal **Cuatro** consiguió una audiencia del **7,4%** en Total Día Total Individuos y el **8,7%** en target comercial.

En “**prime time**”<sup>3</sup>, total individuos **Telecinco** lidera con un promedio de **15,3%**, lo que supone un registro **2,3 puntos** por encima de su inmediato competidor.

Por su parte **Cuatro** alcanza una cuota de audiencia del **6,7%** en “prime time”, total individuos incrementado notablemente el dato, en **1,4 puntos**, respecto del mismo periodo 2014.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



<sup>3</sup> Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

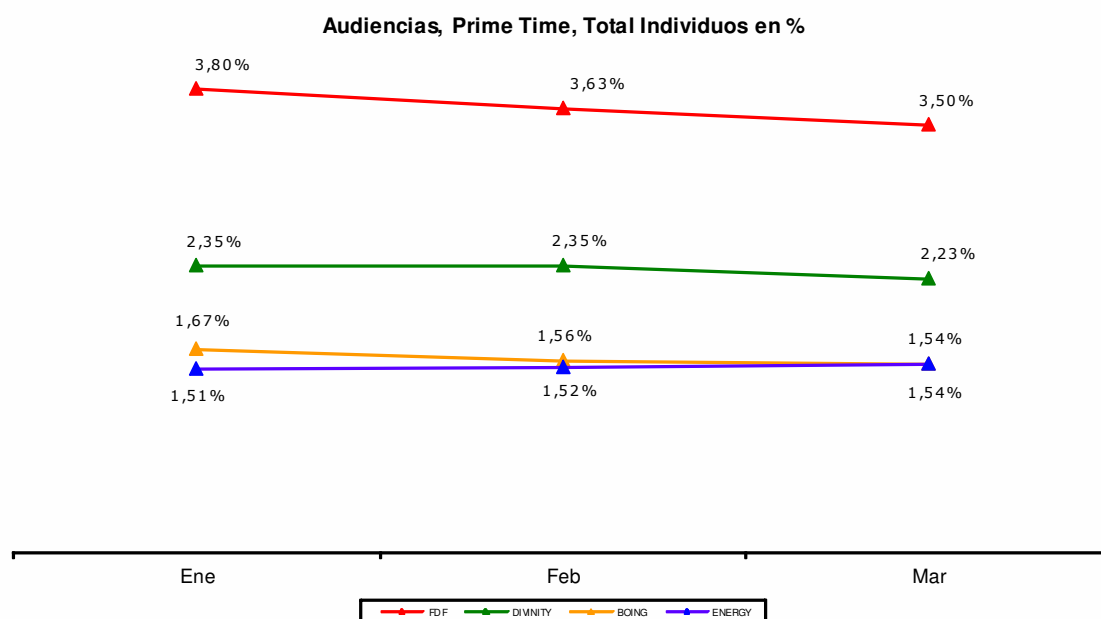
## 4.4. Canales Nueva Generación

Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación período enero-marzo 2015

	1T2015	
	Total Individuos	Target Comercial
<b>FDF</b>		
Total Día	3,6%	4,5%
PRIME TIME	3,2%	3,7%
<b>DIVINITY</b>		
Total Día	2,3%	3,0%
PRIME TIME	2,4%	2,9%
<b>BOING</b>		
Total Día	1,6%	1,2%
PRIME TIME	1,3%	1,0%
<b>ENERGY</b>		
Total Día	1,5%	1,8%
PRIME TIME	1,5%	1,8%

Los **canales de nueva generación**, continúan mejorando sus registros y **Mediaset España** consigue en el primer trimestre 2015, el mismo dato de audiencia, **(9,1%)**, que en el primer trimestre 2014, **(9,0%)**, a pesar de operar en 2015 dos canales menos.

La audiencia de **FDF** en el **Total individuos** es de **3,6%**, mientras que en su target de **13-24 años** es del **9,1%** y para el grupo **25-34** es de **5,9%**. **Divinity** consigue un buen registro en su target mujeres **16-44 años** con un **3,6%** de la audiencia mientras que en el **Total individuos** su audiencia es del **2,3%**. **Energy** tiene una audiencia del **1,5%** en el **Total individuos**, mientras que en su target de hombres **25-44 años** consigue un registro del **2,3%**. **Boing**, el canal infantil registra una audiencia de **1,6%** en **Total individuos**, en su **target de 4-12 años** llega al **12,0%** de audiencia, casi siete veces su registro anterior.



## 4.5. Audiencia en Internet<sup>4</sup>

En 2015, **Mediaset España** consigue de media en el primer trimestre del año **39,1 millones de usuarios únicos, 404,2 millones de páginas vistas y 86,0 millones videos servidos.**

	Usuarios Únicos	Páginas vistas	Videos servidos
marzo 2015	42.972.712	413.462.784	97.670.297
febrero 2015	36.176.701	398.648.452	79.683.294
enero 2015	38.139.054	400.421.299	80.772.404

Los contenidos de **Mediaset España** son muy populares como demuestra las **508 cuentas registradas** en las redes sociales (incluyendo **Facebook, Twitter, Google+** etc...) con un total de **26,9 millones** de seguidores. **Mediaset España** ha sido líder en las redes sociales durante los tres primeros meses del 2015, con más de **17 millones de comentarios** (fuente Global Media), que representan el **64% del total de menciones sobre televisión** en la Web. El site **Telecinco.es**, destaca notablemente, con **15 millones de menciones** muy por delante de su inmediato competidor, que registra **3,2 millones de comentarios.**

La página web **Telecinco.es** registra más de **30 millones de usuarios únicos**, mientras que la página **Cuatro.es** registra **10 millones**. En el mes de marzo, el programa **Gran hermano Vip** fue el más comentado en la web, **alcanzando más de 2 millones de comentarios en un solo día**. Por otro lado, programas como **La Voz**, en **Telecinco** y **¿Quién quiere casarse con mi hijo?** En **Cuatro**, también se encuentran entre los programas más exitosos en las redes sociales.

La plataforma **mitele**, que ofrece contenidos en **directo** y **bajo demanda**, consigue **37,8 millones de videos servidos** y **13,3 millones de conexiones en directo**. El resto de Apps de **Mediaset España**, en el primer trimestre 2015, consiguen **8,9 millones de descargas**, siendo **mitele** el app más popular entre los usuarios con **3,3 millones de descargas**, seguido del app de **Gran Hermano** con **2 millones** y **La Voz** con **1,4 millones**.

<sup>4</sup> Fuente: OJD Nielsen y ComScore