



## **RESULTADOS ANUALES** *Enero –Diciembre 2014*

*Madrid, 26 febrero 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	FY14	FY13
Total ingresos netos	932,1	826,8
Total costes operativos	768,2	739,6
<b>EBITDA adj<sup>(1)</sup></b>	<b>163,9</b>	<b>87,2</b>
Margen EBITDA	17,6%	10,5%
<b>EBIT</b>	<b>144,8</b>	<b>70,2</b>
Margen EBIT	15,5%	8,5%
<b>Beneficio neto</b>	<b>59,5</b>	<b>4,2</b>
BPA <sup>(2)</sup>	0,162 €	0,010 €
<b>Posicion financiera</b>	<b>265,7</b>	<b>93,5</b>

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

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

**Mediaset España** registra en 2014 un **EBITDA ajustado de €163,9 millones**, un incremento del **87,9%** respecto del año 2013. Por su parte, el **EBIT** mejora aún más, en un **106,3%** respecto el mismo periodo 2013 y alcanza los **€144,8 millones**.

- Los **ingresos totales netos** en 2014 ascienden **€932,1 millones**, con unos **ingresos netos de publicidad de €855,7 millones** y **€76,4 millones** en la línea de "Otros ingresos".
- Según datos de Infoadex, el mercado publicitario de televisión creció en un **11,0%** frente al **6,4%** del mercado publicitario total. **Mediaset España** mejora su cuota de mercado hasta el **44,2%**, un incremento de **0,5 puntos** respecto del mismo periodo 2013.
- El margen **EBITDA** es del **17,6%**, una mejora de **7,1 puntos** frente al mismo periodo del 2013 (**10,5%**).
- El **Beneficio Neto** asciende a **€59,5 millones** frente a los **€4,2 millones** del 2013 e incluye el impacto de la venta de **DTS+** y el ajuste realizado por **impuestos anticipados**, sin los cuales el beneficio neto hubiese ascendido a **€112,1 millones**, un **12,0%** de los ingresos **totales netos**.
- **Mediaset España** obtiene un flujo libre de caja de **€144,7 millones** lo que representa un **88,3% del EBITDA**. La **posición neta de caja** es positiva de **€265,7 millones** lo que supone un incremento de **€172,2 millones** en comparación con el año anterior.
- **Mediaset España**, incrementa su audiencia en 2014 al **30,7%** en 24h total día total Individuos, el mejor registro obtenido por un grupo de televisión comercial, un incremento de **1,7 puntos** respecto del 2013.
- **Mediaset España** continúa liderando en 2014 la audiencia de los operadores de televisión en Internet, alcanzando **32,4 millones** de usuarios únicos en diciembre y un **promedio mensual de 311,9 millones de páginas vistas** y **117,1 millones** de video en el año.
- El 24 de julio **Mediaset España** recompró **34.583.221 acciones propias por importe de €307,51 millones**. A 31 de diciembre 2014, la compañía tiene una autocartera del **9,66%** lo que supone un total de **39.284.862 acciones**.

## 1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	2014	2013	Variación %
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>932,09</b>	<b>826,82</b>	<b>12,7%</b>
Consumo de derechos	(199,22)	(173,93)	14,5%
Costes de personal	(106,19)	(104,85)	1,3%
Otros costes operativos	(462,81)	(460,85)	0,4%
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>(768,22)</b>	<b>(739,63)</b>	<b>3,9%</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>163,87</b>	<b>87,19</b>	<b>87,9%</b>
Otras amortizaciones, provisiones	(11,12)	(9,02)	23,2%
Amortización PPA	(8,00)	(8,00)	-
<b>EBIT</b>	<b>144,75</b>	<b>70,17</b>	<b>106,3%</b>
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	(59,19)	(69,19)	-
Resultado Financiero	(0,01)	(3,27)	-
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>85,55</b>	<b>(2,28)</b>	<b>-</b>
Impuesto de Sociedades	(29,99)	6,18	-
Minoritarios	3,93	0,26	-
<b>Beneficio Neto</b>	<b>59,49</b>	<b>4,16</b>	<b>-</b>

## 1.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

Indicadores	2014	2013	Variación %
<b>Ingresos brutos de publicidad</b>	<b>889,20</b>	<b>802,24</b>	<b>10,8%</b>
- Medios Propios	850,94	767,05	10,9%
- Medios Ajenos	38,25	35,19	8,7%
Descuentos	(33,51)	(35,68)	(6,1%)
<b>Ingresos netos de publicidad</b>	<b>855,68</b>	<b>766,56</b>	<b>11,6%</b>
Otros ingresos	76,40	60,26	26,8%
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>932,09</b>	<b>826,82</b>	<b>12,7%</b>

Los **ingresos brutos de publicidad** en 2014 ascienden a **€889,20 millones**, un incremento del **10,8%**, respecto del 2013, crecimiento en línea con el del mercado publicitario de televisión, según Infoadex del **11,0%**.

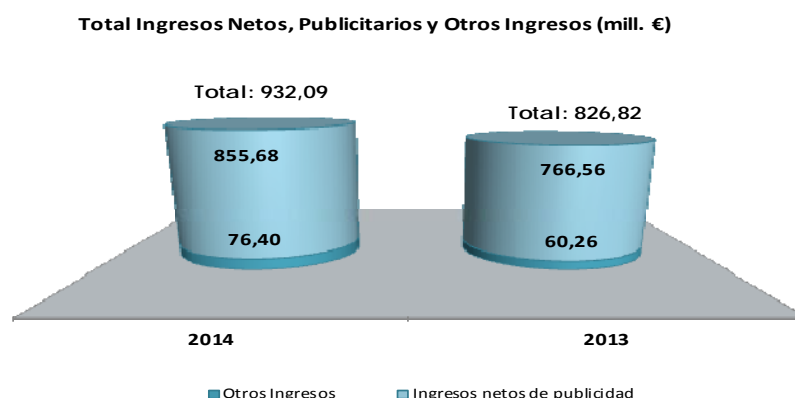
Los **ingresos brutos de publicidad de medios propios** ascienden a **€850,94 millones** e incluyen los ingresos publicitarios de televisión, internet y teletexto de los seis canales que forman el grupo **Mediaset España**: TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY y ENERGY lo que supone una **facturación €83,89 millones** superior al mismo periodo del 2013, un incremento del **10,9%**. Desde el **01 enero hasta el 06 mayo** del 2014, fecha en la que se produce el **cierre de canales**, los canales **Nueve y La Siete** contribuyeron a esta línea de ingresos.

Los **Ingresos publicitarios de medios ajenos** se incrementaron en un **8,7%** respecto del mismo periodo del año anterior, llegando a la cifra de **€38,25 millones**, e incluye principalmente las ventas de publicidad de varios **canales de televisión de pago**, de **internet** y **e-walls**.

Los **ingresos netos de publicidad** después de descuentos crecen un **11,6%** y suman **€855,68 millones**.

La línea **“Otros ingresos”** asciende a **€76,40 millones**, un incremento del **26,8%** respecto del 2013. Estos ingresos incluyen principalmente la venta y la distribución de derechos de co-producción cinematográfica, los ingresos por juego y merchandising entre otros. Los títulos de cine **“Ocho apellidos vascos”** y **“El niño”**, estrenados en marzo y agosto respectivamente, han sido éxitos de taquilla y han contribuido de forma significativa a esta línea de ingresos.

Finalmente, los **ingresos netos** suman **€932,09 millones**, lo que suponen **€105,27 millones** más que en **2013**, un incremento del **12,7%**.



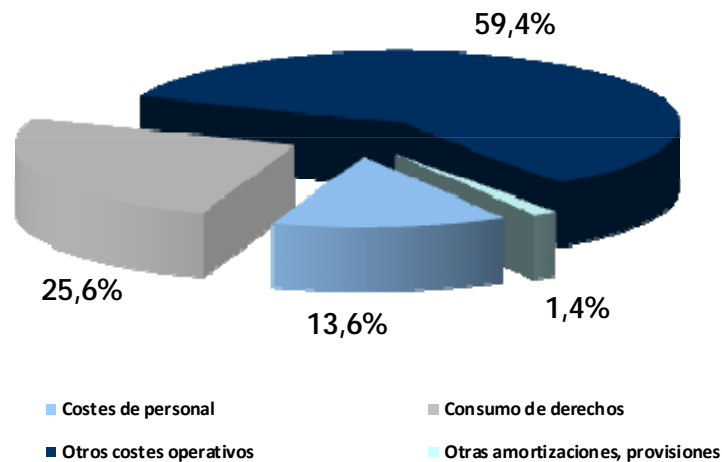
## 1.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** del 2014 ascienden a **€779,33 millones** un **4,1%** superiores al mismo periodo 2013, e incluyen los eventos deportivos del mundial de futbol y de baloncesto emitidos en junio-julio y septiembre respectivamente.

Tabla 3: Costes operativos

Millones de €	2014	2013	Variación %
Costes de personal	106,19	104,85	1,3%
Consumo de derechos	199,22	173,93	14,5%
Otros costes operativos	462,81	460,85	0,4%
Otras amortizaciones, provisiones	11,12	9,02	23,2%
<b>Total Costes Operativos</b>	<b>779,33</b>	<b>748,65</b>	<b>4,1%</b>
Amortización PPA	8,00	8,00	-
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>787,33</b>	<b>756,65</b>	<b>4,1%</b>

### Estructura de Costes Operativos



**Mediaset España** mantiene su política de contención de costes y en los últimos cuatro años ha conseguido **reducir sus costes operativos sustancialmente**, logrando ahorros de **€190,11 millones** en 2014, lo que supone una **disminución del 19,6%**.

€ millones	2010*	2011	2012	2013	2014	Var.
Costes Operativos	969,44	824,12	829,93	748,65	779,33	-19,6%

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

## Contenido

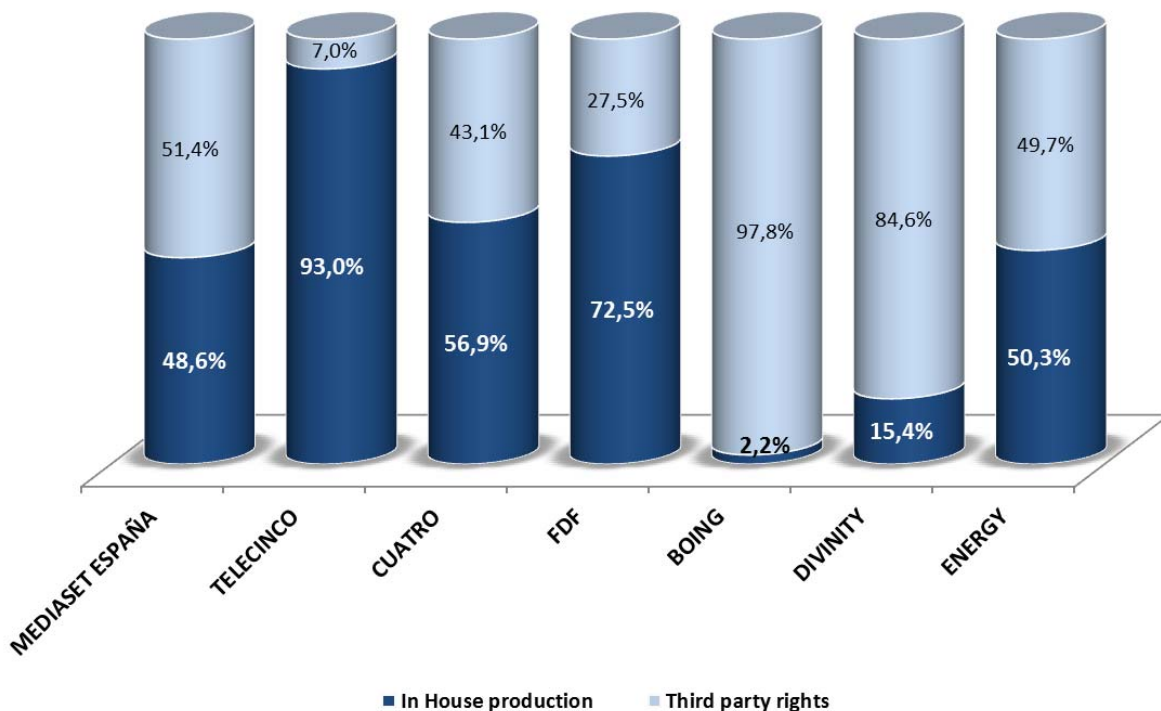
**Mediaset España** operó con ocho canales hasta el 6 de mayo, fecha en la que fue obligada a cerrar dos de los mismos en cumplimiento con la sentencia del **Tribunal Supremo** (nueve canales se cerraron en el total del mercado). Los canales del grupo **Mediaset España** afectados por el cierre fueron **La Siete** y **La Nueve** que destinaban la mayor parte de sus horas de emisión a la producción propia.

En 2014, el número de horas de **programación destinadas a producción externa fue del 51,4%** frente al **43,4% del año anterior**. La **producción propia** ha cambiado **del 56,6% en 2013 al 48,6% en 2014** tras el cierre de los canales **La Siete** y **Nueve**.

El canal **Telecinco**, el mix de horas de emisión permanece en línea con el 2013, con un **93,0%** de las mismas destinadas a la **producción propia** y un **7,0%** a la **producción externa**, frente al **93,3%** producción propia y **6,7%** producción ajena del **2013**.

**Cuatro** asignó un **56,9%** de su parrilla a la producción propia y un **43,1%** a producción externa frente al **61,7%** producción propia y **38,3%** producción externa del pasado año.

En cuanto a los demás canales, el canal **FACTORIA DE FICCION** tiene un **72,5%** de producción propia frente a un **27,5%** de derechos de terceros, el canal **BOING** es el canal más intensivo en producción externa, dedicando un **97,8%** de su parrilla a la misma, **DIVINITY** presenta un mix **15,4%** de producción propia y **84,6%** de derechos de terceros. Finalmente **ENERGY** presenta un consumo de producción propia del **50,3%** y del **49,7%** en producción externa.



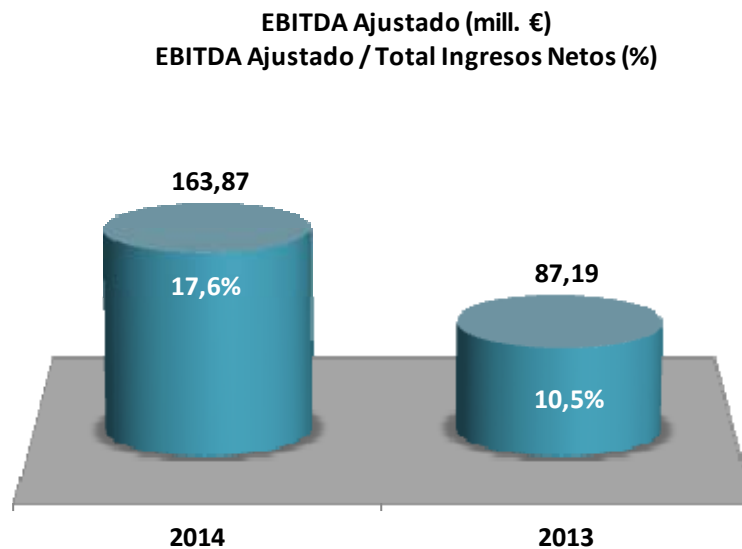
## 1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

El **resultado bruto de explotación (EBITDA ajustado)**, asciende a un total de **€163,87 millones**, lo que supone un incremento de **€76,68 millones** comparado con el **2013**, un **87,9%** superior. El margen **EBITDA** asciende hasta el **17,6%** de los ingresos netos, 7,1 puntos superior al 2013.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€144,75 millones**, y duplica la cifra del **2013** de **€70,17 millones**.

Tabla 4: Márgenes

Millones de €	2014	2013
<b>Total ingresos netos</b>	<b>932,09</b>	<b>826,82</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>163,87</b>	<b>87,19</b>
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>17,6%</i>	<i>10,5%</i>
<b>EBIT</b>	<b>144,75</b>	<b>70,17</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>15,5%</i>	<i>8,5%</i>
<b>Beneficio Neto</b>	<b>59,49</b>	<b>4,16</b>
<i>Margen Beneficio Neto</i>	<i>6,4%</i>	<i>0,5%</i>



## 1.4. Financieros, Resultado de Participadas

El resultado financiero del periodo supone un gasto de **€0,01 millones**.

Por otro lado, el resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**<sup>1</sup>, arroja un resultado negativo de **€59,19 millones**, que se debe principalmente a la venta de la participación del **22% de DTS** en julio. Los términos de la venta fueron los siguientes: **€295 millones** por el **22% de DTS** más **€30 millones** por la renuncia del derecho de adquisición preferente y acompañamiento. Además si **Telefónica** adquiere finalmente el **56% de DTS**, **Mediaset España** recibirá **€10 millones adicionales** y hasta **€30 millones** más en función de las altas netas que se produzcan dentro de los cuatro años siguientes a la fecha en que **Telefónica** tome control de **DTS**.

## 1.5. Resultado del ejercicio

El **resultado antes de impuestos** para el 2014 es de **€85,55 millones** y el **Beneficio Neto**, después de impuestos y minoritarios, para el mismo periodo, asciende a **€59,49 millones** (**€4,16 millones** en 2013).

El **Beneficio Neto** incluye el **ajuste del impuesto anticipado** así como el **impacto de la venta de DTS**, que de excluirlos ambos, el beneficio neto arrojaría un importe de **€112,06 millones**, lo que supondría un margen del **12,0% sobre ingresos totales**.

<sup>1</sup> Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Editora Digital de Medios, S.L. (50%), Pegaso Television Inc. (43,7%), Netsonic, S.L. (38% participación indirecta), 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%), Aprók Imagen S.L. (3%), 60DB Entertainment, S.L. (30%), Megamedia TV, S.L. (30% participación indirecta), DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (22%) hasta el 04 julio 2014.



## 2. GENERACIÓN DE CASH FLOW

El **flujo libre de caja operativo** incrementa en **€133,72 millones** en comparación con el **2013 (€144,67 millones en 2014 versus €10,95 millones en 2013)**.

Como parte de su programa de **recompra de acciones**, Mediaset España adquirió, el 24 de julio 2014 el **8,5% de la participación de Prisa** en la compañía. El número de acciones que se adquirieron fue de **34.583.221** por importe de **€307,51 millones**. La compra se financió con los ingresos obtenidos por la venta del **22% de la participación en DTS**.

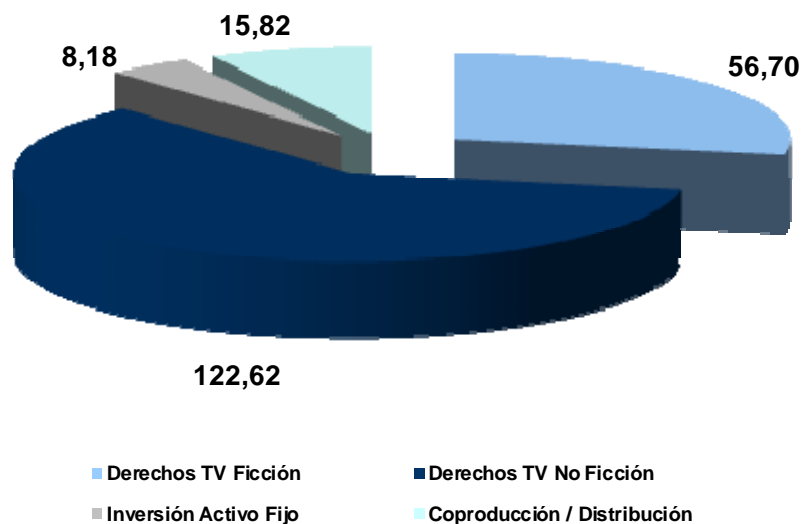
Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	2014	2013	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	55,56	3,90	51,66
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	216,49	192,00	24,49
- Consumo Derechos	199,22	173,93	25,29
- Amortizaciones	17,27	18,08	(0,81)
Provisiones	1,78	(1,06)	2,83
Otros	82,75	57,61	25,15
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>356,58</b>	<b>252,45</b>	<b>104,13</b>
Inversión en Derechos	(195,14)	(179,08)	(16,06)
Inversiones, otras	(8,18)	(6,63)	(1,55)
Variación Fondo de Maniobra	(8,59)	(55,80)	47,21
<b>CASH FLOW LIBRE OPERATIVO</b>	<b>144,67</b>	<b>10,95</b>	<b>133,72</b>
Compra acc. PRISA	(307,51)	0,00	(307,51)
Movimientos Patrimonio	9,94	6,58	3,36
Inversiones financieras	323,23	(0,59)	323,82
Dividendos cobrados	1,90	2,83	(0,92)
Pago de Dividendos	0,00	0,00	0,00
Variación Neta de Tesorería	172,23	19,76	152,47
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL</b>	<b>93,48</b>	<b>73,72</b>	<b>19,76</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL</b>	<b>265,71</b>	<b>93,48</b>	<b>172,23</b>

La **inversión neta total**, a 31 de diciembre 2014, alcanzó los **€203,32 millones** frente a los **€185,70 millones** del 2013.

En 2014, la inversión en producción ajena ha sido de **€122,62 millones**, mientras que en series de **ficción nacional** y **Co-producción & Distribución** la inversión fue **€56,70 millones** y **€15,82 millones** respectivamente. Finalmente las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles fueron **€8,18 millones**.

## Inversión Neta 2014 203,32 millones €



### 3. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	2014	2013
<b>Inmovilizado</b>	<b>569,55</b>	<b>962,86</b>
- Inm. Financiero	303,61	686,80
- Otro Inmovilizado	265,94	276,06
<b>Derechos y Anticipos</b>	<b>228,64</b>	<b>235,54</b>
- Terceros	182,49	183,33
- Ficción	25,74	35,14
- Coproducción / Distribución	20,41	17,07
<b>Impuesto Anticipado</b>	<b>164,78</b>	<b>186,29</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>962,97</b>	<b>1.384,69</b>
Activo corriente	246,36	236,39
Activo financiero y tesorería	277,09	113,53
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>523,45</b>	<b>349,92</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.486,42</b>	<b>1.734,61</b>
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>1.189,41</b>	<b>1.431,38</b>
Provisiones	9,68	10,38
Acreedores no corrientes	10,43	10,06
Pasivo financiero no corriente	11,15	0,01
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>31,26</b>	<b>20,45</b>
Acreedores corrientes	265,51	262,73
Pasivo financiero corrientes	0,24	20,05
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>265,75</b>	<b>282,78</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.486,42</b>	<b>1.734,61</b>

El balance de *Mediaset España* muestra una sólida posición financiera, con el **adecuado equilibrio** entre **activos y pasivos corrientes**, lo que se ha traducido en una mejora **del ratio de liquidez (197% en 2014 frente al 123,7% del 2013)**

La composición de la **librería** en el balance, muestra la combinación de los distintos tipos de producción que **optimiza las necesidades de programación** de la compañía, y que **ofrece gran flexibilidad** a la hora de realizar cambios en caso que la programación así lo requiera.

Los **Fondos Propios** del Grupo han disminuido en **€241,97 millones** principalmente debido a la adquisición del **8,5% de autocartera** en julio por importe de **€307,51 millones**.

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

### 4.1. Consumo Televisión

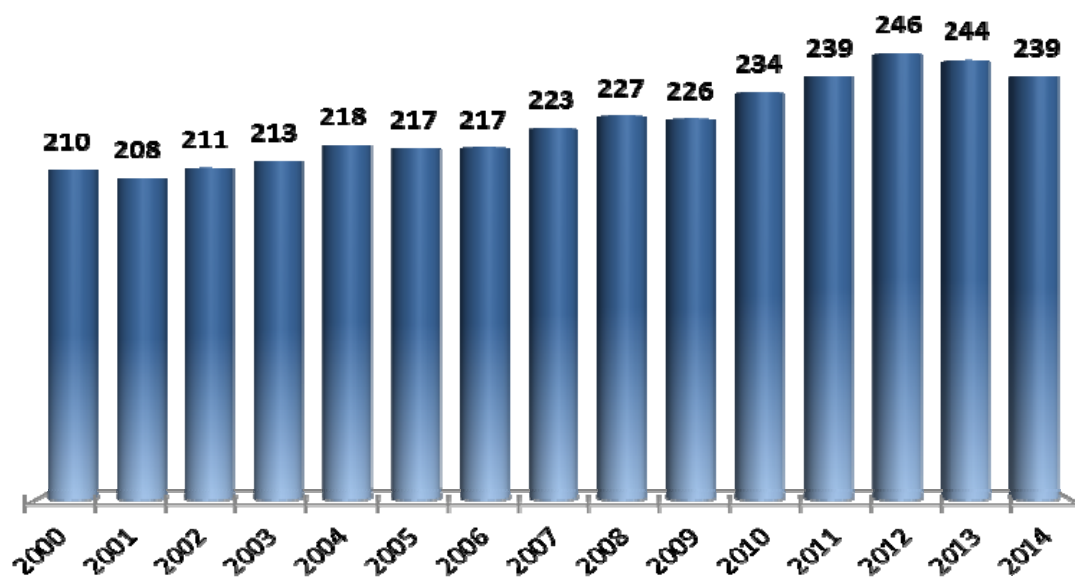
Años	Minutos	Miles
2000	210	5.642
2001	208	5.664
2002	211	5.759
2003	213	5.830
2004	218	6.170
2005	217	6.210
2006	217	6.275
2007	223	6.506
2008	227	6.691
2009	226	6.848
2010	234	7.149
2011	239	7.319
2012	246	7.513
2013	244	7.401
2014	239	7.366

El promedio de **consumo televisivo** del 2014 es de casi **cuatro horas**, dato que se reduce ligeramente frente al 2013, a medida que los datos de desempleo mejoran, mientras que el **promedio de espectadores** muestra su **fortaleza** y se mantiene en buenos niveles cerrando el año en **7,37 millones de espectadores día**.

La extensa oferta de contenidos de **Mediaset España**, también se ofrecen en dispositivos como tabletas, móviles y PC, donde la compañía ha desarrollado su propia plataforma, **Mitele** donde los usuarios tienen disponibles una gran oferta de contenidos; desde **programas, series, películas, deportes** et.. para consumir en directo o bajo demanda.

La **interacción** entre **contenidos e internet** se ha demostrado muy exitosa, con las redes sociales **promoviendo el consumo de contenidos televisivos** y **atrayendo a nuevos espectadores desde los foros más activos**.

<sup>2</sup> Fuente: Kantar Media  
[www.mediaset.es/inversores/es](http://www.mediaset.es/inversores/es)



## 4.2. Grupo

Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero-diciembre 2014

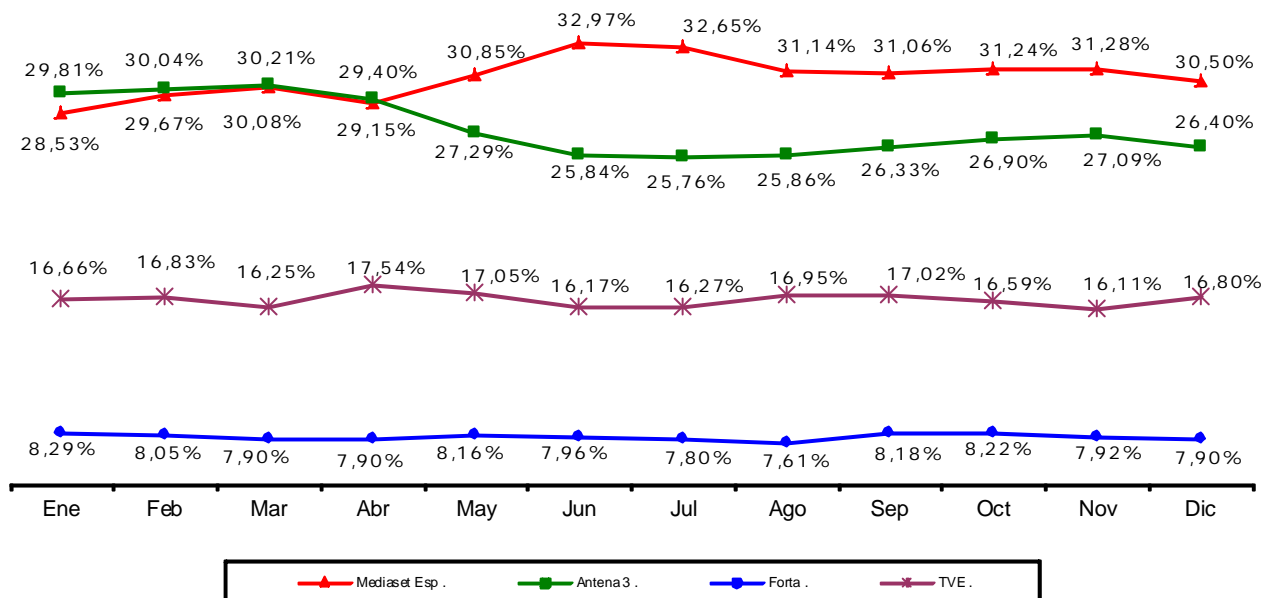
		2014	2013
Total Individuos	Total Día	30,7%	29,0%
	PRIME TIME	29,6%	27,3%
	DAY TIME	31,2%	29,8%
Target Comercial	Total Día	32,9%	31,0%
	PRIME TIME	31,0%	28,7%
	DAY TIME	33,7%	32,2%

**Mediaset España** consigue en **2014** un **30,7%** de cuota de audiencia en **total día total individuos total día**, que es el mejor dato conseguido nunca por un grupo televisivo comercial.

En relación al **target comercial**, **Mediaset España** alcanzó, una cuota de **32,9%** en **2014** lo que supone, de nuevo, el **mejor registro conseguido** jamás por un grupo comercial de televisión, y representa una **mejora en 1,9 puntos** respecto del **2013**. En la franja de **Prime Time**, **Mediaset España** registra un **29,6%** de audiencia, **su mejor registro desde 2008**, donde consiguió un **29,9%**.

En 2014, **Mediaset España** consigue un buen registro en sus **canales TDT** con una **audiencia del 9,4%** frente al **6,9%** de su **inmediato competidor**, una diferencia de **2,5 puntos**.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



## 4.3. Canales Principales

Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro período enero-diciembre 2014

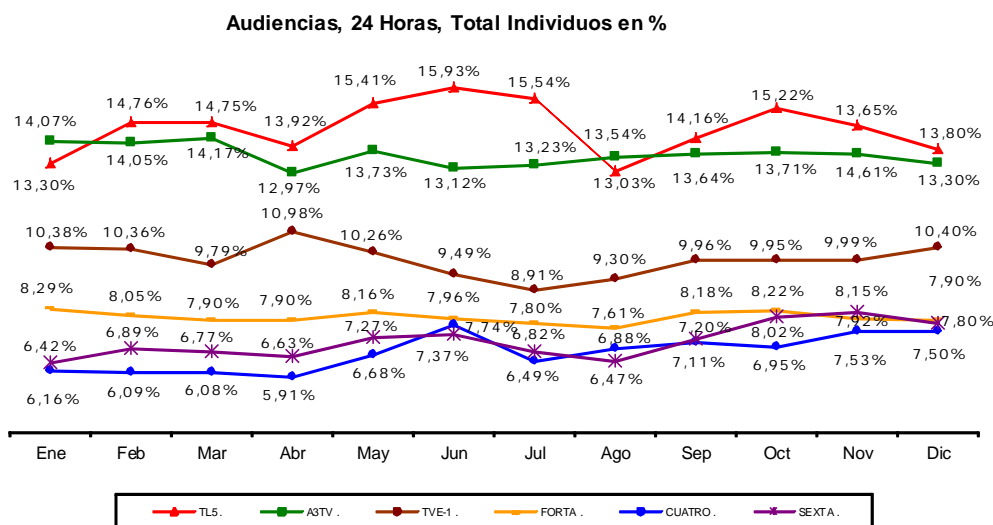
	TL5		CUATRO	
	2014	2013	2014	2013
<b>Total Individuos</b>				
<b>Total Día</b>	<b>14,5%</b>	<b>13,5%</b>	<b>6,7%</b>	<b>6,0%</b>
<b>PRIME TIME</b>	<b>15,2%</b>	<b>13,4%</b>	<b>6,1%</b>	<b>5,6%</b>
<b>DAY TIME</b>	<b>14,2%</b>	<b>13,5%</b>	<b>7,1%</b>	<b>6,1%</b>
<b>Target Comercial</b>				
<b>Total Día</b>	<b>14,0%</b>	<b>12,7%</b>	<b>8,1%</b>	<b>7,3%</b>
<b>PRIME TIME</b>	<b>14,3%</b>	<b>12,3%</b>	<b>7,4%</b>	<b>6,9%</b>
<b>DAY TIME</b>	<b>13,8%</b>	<b>12,9%</b>	<b>8,4%</b>	<b>7,4%</b>

En 2014, el canal **Telecinco** alcanza en promedio el **14,5%** de audiencia en **total día total individuos**, una mejora de **1,0 puntos** respecto de 2013 y **0,9 puntos** superior a su directo competidor, y es el **mejor dato de audiencia** del canal desde **2011**. En cuanto al target comercial, **Telecinco** alcanza un **14,0%** en 2014 lo que supone un incremento de **1,3 puntos** respecto al mismo periodo de 2013, y consigue ser la **televisión comercial líder por duodécimo** año consecutivo.

El canal **Cuatro** alcanza una cuota de audiencia del **6,7%** en total día total individuos y el **8,1%** en target comercial y registra su **mejor dato de audiencia** desde su integración en **Mediaset España**.

En "prime time"<sup>3</sup>, **Telecinco** lidera en total individuos con una audiencia del **15,2 %**, ampliando la diferencia con su inmediato competidor (**12,9%**) hasta en **2,3 puntos**.

El canal **Telecinco** ha sido el más visto en **10 de los 12 meses del año** y registra el mejor dato en *ficción local* con una media de **3,4 millones de espectadores** y un **18,2% de audiencia**, en *películas* con la emisión de "**Lo Imposible**" (también producida por Mediaset España) como la **película más vista en los últimos 20 años** **6,1 millones de espectadores** y **34,8% de audiencia** y **10,7 millones de espectadores** y **64,9% de audiencia** en el partido de la *final del mundial* de futbol entre **Alemania y Argentina**, por poner algunos ejemplos.



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

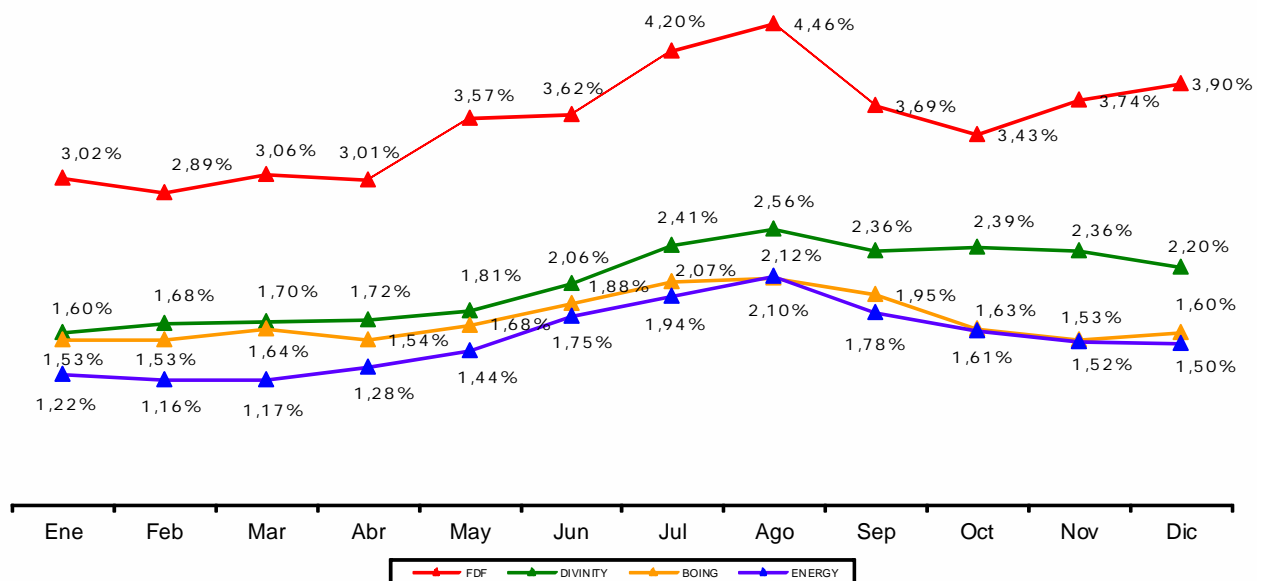
## 4.4. Canales Nueva Generación

Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación período enero-diciembre 2014

2014			
		Total Individuos	Target Comercial
<b>FDL</b>			
	Total Día	3,5%	4,4%
	PRIME TIME	3,2%	3,7%
<b>DIVINITY</b>			
	Total Día	2,1%	2,7%
	PRIME TIME	1,8%	2,2%
<b>BOING</b>			
	Total Día	1,7%	1,2%
	PRIME TIME	1,4%	1,0%
<b>ENERGY</b>			
	Total Día	1,5%	1,9%
	PRIME TIME	1,4%	1,7%

La audiencia de **FDL** en el **Total individuos** es de **3,5%**, mientras que en su target de **13-24 años** es del **9,4%** y para el grupo **25-34** es de **5,3%**. **Divinity** consigue un buen registro en su target mujeres **16-44 años** con un **3,5%** de la audiencia mientras que en el **Total individuos** su audiencia es del **2,1%**. **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 **2,5%**. **Boing**, el canal infantil registra una audiencia de **1,7%** en **Total individuos**, en su **target de 4-12 años** llega al **13,1%** de audiencia, casi ocho veces su registro anterior. Los canales **FDL**, **Divinity** y **Energy** alcanzaron en **2014** sus mejores registros de audiencia.

Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %





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

**Mediaset España** lidera la audiencia en internet por delante de sus más directos competidores, y registra un total de **32,4 millones de usuarios únicos** en diciembre, una mejora del **73,4%** comparado con **2013**. También ha registrado una **media mensual de 311,9 millones de páginas vistas** y de **117,1 millones** videos servidos en 2014.

	Usuarios Únicos	Páginas vistas	Videos servidos
diciembre 2014	32.414.036	379.268.858	110.122.568
noviembre 2014	34.045.305	467.357.516	101.479.965
octubre 2014	33.836.246	538.795.681	155.833.595
septiembre 2014	27.681.033	318.897.635	90.991.520
agosto 2014	20.715.022	206.256.884	49.296.120
julio 2014	24.971.013	245.609.091	117.627.454
junio 2014	27.043.955	269.447.592	128.583.193
mayo 2014	25.668.077	310.426.142	131.029.226
abril 2014	22.420.779	274.604.904	121.299.403
marzo 2014	27.016.960	324.591.066	145.233.691
febrero 2014	21.168.369	230.573.071	139.503.643
enero 2014	18.297.184	177.208.484	114.785.872

En cuanto a los canales principales, **Telecinco.es** lidera en su sector con una media mensual de **8,8 millones de usuarios**, mientras que **Cuatro.es** consigue **3,9 millones**.

En estos momentos, **Mediaset España** dispone de **5 Apps** de contenidos que en 2014 consiguieron **7,7 millones de descargas**. Las mayores descargas fueron para: **MiTele 2,8 millones**, **La Voz** con más de **1,4 millones de descargas** y **Gran Hermano** con **1,4 millones de descargas**. La plataforma **MiTele** ofrece una amplia variedad de contenidos tanto para consumo **en directo** como para consumo **bajo demanda**, y para todos los dispositivos, durante 2014, consiguió **139,9 millones de descargas de video bajo demanda** y **32,1 millones de conexiones a emisiones en directo**.

**Mediaset España** cuenta con **491 cuentas oficiales** en **Facebook**, **Twitter**, **Tuenti** etc. consiguiendo más de **25,3 millones de seguidores** y **más del 56% de los comentarios** de las redes sociales sobre la televisión. Además, **Telecinco.es** ocupa seis de las diez primeras plazas en cuanto a los contenidos más comentados en las redes, con programas como **“La Voz Kids”**, **“Mujeres Hombres y Viceversa”** y **“Gran Hermano”**. Por su parte, los **canales de nueva generación**, también consiguen buenos datos en las redes sociales con **Energy** obteniendo **1,2 millones de comentarios**, **Divinity 1,0 millones** y **DFD 0,4 millones** de comentarios.

<sup>4</sup> Fuente: OJD Nielsen y ComScore  
[www.mediaset.es/inversores/es](http://www.mediaset.es/inversores/es)