

Madrid, 1 de marzo de 2019

BALANCE AUDIENCIAS MENSUAL FEBRERO

MEDIASET ESPAÑA (28,0%), GRUPO AUDIOVISUAL LÍDER, SUMA 0,5 PUNTOS RESPECTO A ENERO

Aventaja en 0,3 puntos a Atresmedia (27,7%), grupo al que supera también en *target comercial* (29,7% vs. 29,3%)

Anota un 27,0% en *prime time* y se impone a su competidor en *day time* (28,6% vs. 27,6%). Es además el grupo de comunicación que más público joven atrae: un 32,1% de *share* en los espectadores de 13 a 24 años

Telecinco (14,6%) lidera febrero por séptimo año consecutivo

Es la cadena que más crece respecto al año pasado (+1,7 puntos)

Supera en 1,5 puntos a su competidor (13,1%), al que también se impone en *target comercial* (13,7% vs. 12,8%)

En *prime time* (14,5%) también es la televisión más vista y la que más crece frente a febrero de 2018 (+1,1 puntos). Además, anota la victoria del *day time* (14,7%), la mañana (14,9%), la tarde (14,9%) y el *late night* (21,5%)

La cadena es líder 5 de las 7 noches de la semana, con registros superiores al 22% en la noche del jueves

Por comunidades autónomas logra la victoria en Asturias (21,1%), Canarias (19,2%), Murcia (18,7%), Euskadi (17,1%), Galicia (16,1%), Madrid (16%), Baleares (15,1%), Valencia (14,8%) y el denominado 'Resto' (14,6%)

LA EDICIÓN DE PEDRO PIQUERAS (15,8% y 2.716.000), REFERENCIA INFORMATIVA DE TODAS LAS TELEVISIONES

La edición de *prime time* de lunes a viernes supera en 1,5 puntos a Antena 3 Noticias 2 (14,3% y 2.380.000). Informativos Telecinco 15:00h (13,6% y 1.675.000) de lunes a viernes firma su mejor febrero en cuota desde 2017. La media de ambas ediciones de lunes a viernes registra el segundo mejor dato de la temporada en número de espectadores (2.161.000 y 14,8%).

Informativos Telecinco 15:00h Fin de Semana (13,8% y 1.729.000) marca su mejor febrero desde 2008. **La edición de sábados y domingos de prime time** anota un 11,9% de *share* y 1.903.000 espectadores. **La media de las dos ediciones** (12,7% y 1.819.000) logra sus mejores datos en cuota en febrero de los cuatro últimos años.

En su cómputo semanal (lunes-domingo), Informativos Telecinco 21:00 horas (14,6% y 2.448.000) mantiene su liderazgo ininterrumpido desde hace 77 meses. Supera en 1 punto a Antena 3 Noticias 2 (13,6% y 2.245.000). **La edición de mediodía** (13,7% y 1.691.000) anota máximo de *share* desde 2010. En su conjunto, **Informativos Telecinco** alcanza con la suma de ambas ediciones de lunes a domingo (14,2% y 2.055.000) su cuota más alta en un mes de febrero de los tres últimos años.

ESPACIOS DE PRIME TIME

‘GH Dúo’ (27,2% y 2.839.000) se afianza como el programa más competitivo del mes mejorando 4,3 puntos de *share* respecto a enero. Triplica en su franja a Antena 3 (8,5% y 886.000) y se mantiene imbatible en todos los *targets* con registros por encima del 30% en jóvenes de 13 a 24 años (30,2%) y 25-34 años (30,8%).

‘GH Dúo: límite 48 horas’ (23% y 2.508.000), líder absoluto de su franja, incrementa 2,3 puntos de cuota respecto al mes pasado y se convierte en el segundo programa más competitivo de febrero por delante de ‘Tu cara me suena’ (21,4%) y ‘La Voz’ (19,1%), que pierde este mes 2 puntos y más de medio millón de espectadores (552.000).

‘GH Dúo: debate’ (18,8% y 2.321.000), con 2,6 puntos más de *share* respecto al mes anterior, es la primera opción de los domingos a más de 9 puntos de Antena 3 (9,6% y 1.191.000).

‘Got Talent España’ (18,2% y 2.253.000) crece 1,6 puntos y 130.000 espectadores respecto a enero. Lidera su banda horaria frente a Antena 3 (17,6% y 2.177.000).

‘Secretos de estado’ (13,3% y 1.872.000), serie líder de la noche de los miércoles y de todos los espectadores mayores de 13 años. Se sitúa casi 5 puntos por delante de Antena 3 (9,8% y 1.377.000) en la franja. La serie de Antena 3, ‘Matadero’, que compite ese mismo día, marca un 9,8% este mes, 11,8 puntos menos de *share* respecto a su estreno.

‘Sábado Deluxe’ (16,6% y 1.896.000), líder por noveno mes consecutivo, se mantuvo imbatible en su franja a más de 8 puntos de su competidor (8,5% y 977.000).

‘Volverte a ver’ (13,7% y 1.788.000) anota el mes más visto de su historia. En la entrega del 22 de febrero marca récord en número de espectadores (1.874.000).

ESPACIOS DE DAY TIME

‘El programa de Ana Rosa’ (19,2% y 633.000) afianza su liderazgo como el programa más competitivo del *day time* y como el magazine más visto de las mañanas. Crece 2,7 puntos respecto a febrero del año pasado y aventaja en más de 5 puntos a ‘Espejo público’ (13,9% y 456.000). Sube hasta el 20,1% en *target* comercial.

‘Sálvame diario’ (16,3% y 1.744.000), primera opción de su banda horaria, supera en 3 puntos a Antena 3 (13,3% y 1.427.000).

‘Socialité by Cazamariposas’ (12,2% y 1.108.000) anota el mejor mes de su historia y es primera opción de su franja, aventajando en más de 2 puntos a su principal competidor (9,8% y 892.000).

‘Pasapalabra’ (16,5% y 2.342.000) mejora casi 1 punto (+0,7) respecto a febrero de 2018.

‘Ya es mediodía’ (11,9% y 1.061.000) sube en el *target* comercial hasta el 13,0% de cuota, con datos destacados los espectadores de 35 a 54 años (13,1%).

Cuatro, la televisión de mayor crecimiento en *target* comercial (6,0%)

En este parámetro crece 1,2 puntos respecto al total individuos (4,8%) y eleva su media hasta el 5,7% en jóvenes de 13-24 años, situándose de nuevo como la tercera televisión privada generalista entre los espectadores menores de 25 años.

En su *core target*, público de 16 a 54 años, logra un 6,2% de *share* tras incrementar en 1,5 puntos respecto al total individuos.

ESPACIOS DE DAY TIME

‘Mujeres y hombres y viceversa’ (3,9% y 175.000) crece 0,4 puntos respecto a enero y supera su media en más de 10 puntos entre los jóvenes de 13-24 años (14,3%). Alcanza un 5,4% de cuota en *target* comercial.

‘El concurso del año’ (6,6% y 484.000) incrementa su media en 0,5 puntos respecto al mes anterior y duplica su dato en jóvenes 13-24 años hasta el 12,1%. En *target* comercial anota un destacado 8,8% de *share*.

‘Cuatro al día a las 14:00h’ (4,2% y 423.000) supera su media en 1,3 puntos en *target* comercial (5,5%) y 2,4 puntos entre los espectadores de 35-54 años (6,6%), su mejor público.

Noticias Cuatro 2 Fin de semana (5,6% y 795.000) logra su segundo mejor registro en espectadores de la temporada.

Noticias Cuatro Deportes promedia un 4,7% de *share* y 570.000 espectadores. Crece más de 1 punto en *target* comercial (6,1%) y sube hasta el 6,5% entre los menores de 25 años.

‘Bienvenidos a mi hotel’ (4% y 610.000) crece 1,2 puntos en *target* comercial (5,2%) y alcanza un 4,9% de cuota entre los jóvenes de 13-24 años.

‘Ven a cenar conmigo’ (3,5% y 527.000) llega al 4,5% en *target* comercial y hasta el 5,1% entre los espectadores de 35-54 años.

ESPACIOS DE PRIME TIME

‘First Dates (lunes-jueves)’ (6,3% y 1.162.000) alcanza un 7,3% de *share* entre los jóvenes de 13-24 años. El espacio crece casi 1 punto en *target* comercial (7,2%).

‘First Dates (viernes)’ (5,9% y 973.000) marca su segundo mejor dato de la temporada (igualado con noviembre). Supera su media casi 1 punto en *target* comercial (6,7%) y casi 2 entre los jóvenes de 13-24 años (7,7%).

‘Héroes, más allá del deber’ (4,6% y 614.000) marca un 5,5% de cuota en *target* comercial y anota un destacado 7,4% entre el público de 25-34 años.

‘En el punto de mira’ (3,9% y 515.000) marca un 4,6% en *target* comercial y logra su mejor rendimiento entre el público de 25-34 años con un 6,2% de *share*.

‘Chester’ (6,7% y 1.264.000) crece casi 2 puntos en *target* comercial (8,5%) y entre los espectadores de 35-54 años (8,6%).

‘Cuarto Milenio’ crece 0,8 puntos respecto a enero con un 7,4% de *share*, récord mensual de cuota de temporada, y 755.000 espectadores. Supera su media 1,7 puntos en *target* comercial (9,1%).

‘El Blockbuster’ (5,2% y 760.000) asciende hasta el 6,6% en *target* comercial y logra sus mejores datos entre los espectadores de 25-34 años (7,0%) y 35-54 años (7,1%). Por su parte, **‘Home Cinema’** (7,3% y 924.000 en su primera edición y 6,3% y 811.000 en la segunda) también superan sus registros medios en *target* comercial, con un 9,4% y 7,9%, respectivamente.

Los canales temáticos de Mediaset, líderes durante 58 meses consecutivos

Factoría de Ficción (2,8%) acumula 83 meses de liderazgo ininterrumpido y suma 0,2 puntos respecto al pasado enero. Es el temático y la tercera televisión nacional más vista por los jóvenes de 13 a 24 años (7,9%). Eleva su dato en total individuos hasta el 3,5% en *target* comercial. **‘La que se avecina’** (4,6% y 590.000) ha sido su emisión más seguida de febrero.

Energy (2,3%), **tercer canal temático más visto**, a sólo 1 décima del segundo, repite su mejor marca mensual. Crece hasta el 2,7% en *target* comercial, igualando su mejor marca histórica en este *target*. **‘C.S.I. Miami’** (3,3% y 526.000) se ha alzado como su contenido más visto.

Divinity (1,9%) suma 0,2 puntos respecto al pasado enero e iguala la menor distancia con Nova desde diciembre de 2017. Crece hasta el 2,3% de *share* en *target* comercial y

hasta el 3% en mujeres de 16 a 44 años, *targets* en los que supera a Nova (2% y 2,6%). **'Kara Sevda'** lidera su franja en mujeres 16-44 (6,5% vs. 4,0% Nova) y supera a Nova en total individuos (3,1% vs. 2,4%) y **'Sühan: Venganza y amor'** **batió récord** el pasado 4 de febrero con su emisión más vista (3,5% de *share* y 416.000 espectadores). Además, **'Cazamariposas: Segunda edición'** (3,1% y 573.000) ha sido el espacio más visto del mes en el canal femenino.

Boing (1%) es el canal infantil líder de la televisión comercial. Incrementa su media nacional hasta el 9,7% de *share* en niños de 4 a 12 años, superando en 0,8 puntos a Disney Channel (8,9%). La película de animación 3D **'Cómo entrenar a tu dragón 2'** (2,6% y 422.000) ha coronado el *ranking* de espacios más vistos del mes.

Be Mad (0,6%) registra un 0,8% en *target* comercial y un 0,9% en hombres de 16 a 44 años. **'Callejeros: Los Asperones'** (1,0% y 172.000 espectadores) ha sido su emisión con mayor audiencia.