

Madrid, 1 de mayo de 2019

Telecinco (14,1%) encadena 8 victorias de abril con la edición informativa, la ficción, el entretenimiento y los magazines más vistos

Aventaja en 2,4 puntos a Antena 3 (11,7%) tras anotar su peor abril de los últimos 8 años. Iguala la más amplia diferencia de la temporada que se había conseguido en octubre 2018.

Telecinco mantiene el **liderazgo en target comercial (12,9%)** desde el arranque de la temporada mientras su rival (11,4%) registra su peor dato desde abril de 2011.

Es la televisión más vista con amplia distancia sobre su inmediato competidor en **prime time (13,8% vs. 11,6%), day time (14,2% vs. 11,8%), mañana (14,5% vs. 10,9%), tarde (15,0% vs. 13,5%) y late night (18,5% vs. 8,1%)**.

Es líder seis noches de la semana, con registros superiores al 23% los jueves.

Por comunidades autónomas logra la victoria en 10 de los 14 ámbitos: Asturias (18,9%), Canarias (18,5%), Murcia (16,6%), Euskadi (16,3%), Galicia (15,9%), Madrid (14,6%), Andalucía (14,2%), Baleares (13,9%), Valencia (13,8%) y el denominado 'Resto' (13,6%).

En el ranking de las 20 emisiones más vistas, Telecinco ocupa 14 de los 20 puestos con 'GH Dúo', 'Supervivientes', 'La que se avecina' e Informativos Telecinco.

La edición de Pedro Piqueras (16,1% y 2.401.000) ha vuelto a ser en abril, un mes marcado por la campaña y los comicios electorales, la referencia informativa de todas las televisiones con una ventaja de 2,5 puntos sobre Antena 3 Noticias 2 (13,6% y 1.955.000). Ha sido la emisión más vista del día en seis jornadas.

En su cómputo semanal (lunes-domingo), Informativos Telecinco 21:00 horas (15% y 2.189.000) también ha mantenido su liderazgo ininterrumpido desde hace 79 meses, superando en 1,8 puntos a Antena 3 Noticias 2 (13,2% y 1.874.000) y en 4,2 puntos a Telediario 2 de TVE1 (10,7% y 1.626.000). **La edición de sábados y domingos de prime time** ha liderado la oferta informativa del fin de semana con un 11,9% y 1.640.000 espectadores.

Informativos Telecinco 15:00 horas ha alcanzado de lunes a domingo un 13,6% de *share* y 1.662.000 espectadores y de lunes a viernes registra un 13,6% de cuota y 1.669.000 espectadores, su tercer mejor dato en cuota de la temporada. Los sábados y domingos, la edición de mediodía firma su segundo mejor dato en cuota de la temporada (13,7% y 1.642.000).

La edición matinal ha anotado también en abril su segundo mejor dato de la temporada (12,1% y 163.000).

Como resultado, el cómputo medio de las ediciones de sobremesa y *prime time* de lunes a viernes de Informativos Telecinco arrojan una media en abril del 14,9% y 2.006.000 espectadores.

En materia de ficción, ‘La que se avecina’ ha regresado a Telecinco como la serie más vista del mes, con el arranque más competitivo de una ficción esta temporada. Superó en más de 15 puntos a la oferta de Antena 3 (7,2% y 939.000) y creció hasta el 26,1% en el *target* comercial. Alcanzó un 45,8% de *share* entre los jóvenes de 13-24 años y un 35,8% de cuota entre los espectadores de 25-34 años. Por su parte, ‘Secretos de estado’ ha anotado en abril un 8,6% de *share* y 1.321.000 espectadores.

‘Supervivientes’ (36,5% y 4.164.000) ha sido el mejor estreno del concurso en su historia y el mejor estreno de un formato en la presente temporada. Es el programa de entretenimiento más competitivo y más visto del mes. Ha liderado su franja y todos los *targets* con un 41,2% en menores de 35 años y un 46,7% en jóvenes de 13 a 24 años. Además, ha firmado el minuto de oro del mes en programas (5.391.000 y 45,1%), siendo su entrega previa ‘Supervivientes: Express’ la emisión de entretenimiento más vista de abril con 4.363.000 espectadores y un 24% de cuota de pantalla. Por su parte, ‘Supervivientes: Conexión Honduras’ (19,1% y 1.669.000) también ha arrancado siendo líder de su franja, pese a ser un domingo marcado por la jornada electoral, con un 21,3% en jóvenes 13-24 años.

En abril, ‘GH Dúo’ (28,9% y 3.261.000) ha liderado con rotundidad su franja, anotando su final el récord de cuota y espectadores de la presente edición con 3.882.000 y un 33,9%. El *reality* se ha mantenido imbatible en todos los *targets* con registros por encima del 32% en jóvenes de 25 a 34 años. ‘GH Dúo: límite 48 horas’ (21,8% y 2.439.000) también ha sido líder absoluto de su franja, mientras que ‘GH Dúo: El debate’ (16,9% y 2.191.000) ha vuelto a ser la primera opción de los domingos.

‘Got Talent España’ (21,2% y 2.250.000) ha mantenido en abril su tendencia ascendente sumando 1,1 puntos respecto a marzo. Ha liderado su banda horaria con más de 17 puntos sobre Antena 3 (4,1%). Su final, disputada el pasado lunes (25,3% y 2.571.000) ha anotado el récord de la temporada.

Este mes en el horario estelar Telecinco ha ofrecido también el especial políticos de ‘Mi casa es la tuya’ (15,1% y 2.275.000) y ‘Volverte a ver’ (14,1% y 1.733.000), siendo ambos líderes de sus respectivas franjas de emisión.

Los fines de semana, ‘Sábado Deluxe’ (15,3% y 1.669.000) ha renovado su liderazgo con una ventaja de 6,2 puntos sobre Antena 3 (9,1% y 964.000).

‘El programa de Ana Rosa’ (18,1% y 612.000) ha afianzado su liderazgo el *magazine* más visto de las mañanas de forma ininterrumpida desde noviembre de

2017. Aventaja en 5,4 puntos a 'Espejo público' (12,7% y 428.000). Sube hasta el 18,4% en *target* comercial.

'**Sálvame diario**' (16,6% y 1.737.000), primera opción de su banda horaria con su mejor cuota de pantalla de los últimos 5 meses, supera en 4,2 puntos a Antena 3 (12,4% y 1.298.000), la mayor distancia desde abril de 2018.

'**Pasapalabra**' (16,6% y 2.022.000) ha crecido respecto a marzo, manteniendo la *pole position* en minutos de oro del mes, con un total de 6.

'**Socialité by Cazamariposas**' (12,3% y 1.082.000) ha liderado en abril su franja de emisión por octavo mes consecutivo, alcanzando el pasado día 14 su récord histórico de cuota de pantalla (15,7%).

'**Ya es mediodía**' (12,4% y 1.099.000) ha alcanzado el segundo mes de su historia tanto en cuota como en número de espectadores.

Cuatro, la televisión generalista con mayor crecimiento en *target* comercial (6,2%)

Crece 1,1 puntos respecto al total individuos (5,1%) e incrementa su media hasta el 6% en jóvenes de 13 a 24 años.

'**Supervivientes: Tierra de nadie**' (19,8% y 2.340.000) debutó ayer en Cuatro como la oferta líder en su banda horaria, superando tanto a Antena 3 (9,3%) como a LaSexta (6,3%) y **convirtiéndose en el mejor dato de la cadena de un programa de producción propia en *prime time***. Creció hasta el 24,2% entre los jóvenes de 13 a 24 años y en el público de 25 a 34 años alcanzó un 23,3%. Sube 16 puntos en la franja de emisión respecto al martes pasado.

'**Los Gipsy Kings**' (7,2% y 1.076.000) crece 2,2 puntos hasta el *target* comercial (9,4%) y logra un destacado seguimiento entre los jóvenes de 13 a 24 años (13,1%) y los espectadores de 25 a 34 años (15,4%), *targets* en los que es líder de sus franjas.

'**Bake Off España**' (5,2% y 887.000) llega al 6,6% en *target* comercial y al 7,5% entre los espectadores de 25 a 34 años.

'**First Dates**' (lunes-jueves) (6,3% y 1.099.00) eleva su media nacional en *target* comercial (7,3%) y también en los espectadores de 35 a 54 años (7,6%). '**First Dates**' (viernes) (6,8% y 995.000) incrementa su registro medio en *target* comercial (8,4%), en jóvenes de 13 a 24 años (7,6%) y en el público de 35 a 54 años (8,8%).

'**Cuarto Milenio**' (8,7% y 765.000) suma medio punto respecto al pasado marzo y anota un 10,8% en *target* comercial y un 9,6% entre los espectadores de 25 a 34 años.

'**La vida con Samanta**' (4,6% y 754.000) crece hasta el 8,7% entre los espectadores de 25 a 34 años.

‘Mujeres y Hombres y Viceversa’ (4,3% y 195.000) suma 3 décimas respecto al pasado marzo y sube al 16,7% entre los jóvenes de 13 a 24 años.

‘El Concurso del Año’ (6% y 441.000) es la primera opción de su franja en jóvenes de 13 a 24 años (10,5%) y supera su media nacional en *target* comercial (8,3%) y entre los espectadores de 25 a 34 años (8,6%).

‘Todo es mentira’ (4,2% y 497.000) marca récord mensual de cuota y de espectadores y crece en *target* comercial (5,1%) y entre los espectadores de 35 a 54 años (5,3%).

‘Noticias Cuatro Deportes’ promedia un 4,6% de *share* y 551.000 espectadores en el total individuos, un 6,2% en *target* comercial y un 5,9% entre los menores de 25 años.

‘Cuatro y acción’ registra un 6,8% de *share* y 979.000 espectadores y **‘Cine Cuatro’** anota un 6,4% de cuota y 786.000 en su emisión de lunes a jueves. En el fin de semana el *slot* **‘Home Cinema’** (6,6% y 819.000 en su primera edición y 5,6% y 645.000 en la segunda) superan su media nacional en *target* comercial, con un 8,2% y un 7%, respectivamente.

Los canales temáticos de Mediaset España (8,8%), 60 meses líderes

Factoría de Ficción (2,7%) suma 85 meses de liderazgo ininterrumpido. Es el temático y la tercera televisión nacional más vista por los jóvenes de 13 a 24 años (7,8%). Crece hasta alcanzar el 3,4% en *target* comercial. El largometraje **‘Transporter 2’** (3,9% y 612.000) ha sido su emisión con mayor audiencia en abril.

Energy (2,3%), tercer canal temático más visto con su mejor marca histórica en un mes de abril, eleva su media nacional en el *target* comercial hasta el 2,8%. **‘Mentes criminales: Sin fronteras’** (3% y 505.000) ha coronado el *ranking* de espacios más vistos del mes.

Divinity (2,2%), canal temático femenino líder, anota su mejor marca mensual de la temporada. Suma 1 décima respecto al pasado marzo y empata con Nova (2,2%), a quien gana también en *target* comercial (2,6% vs. 1,9%) y en mujeres 16-44 (3,9% vs. 2,7%), *target* en el que anota su mejor dato de la temporada. **‘Erkenci Kus (Pájaro soñador)’**, que registró el pasado 24 de abril su emisión más vista (408.000), bate a su competidor en total individuos (3,1% vs. 2,1%), *target* comercial (4% vs. 2%) y en mujeres 16-44 (7,1% vs. 3,6%). **‘Sühan: Venganza y amor’** también supera a Nova en los tres *targets* (2,7% vs. 2,4% - 3% vs. 2,5% - 5,5% vs. 3,9%), anotando el pasado 22 de abril su emisión más vista (448.000). Además, **‘Kara Sevda (Amor eterno)’** registró el pasado 2 de abril su emisión más seguida (525.000). El espacio **‘Gran Hermano VIP: Diario’** (2,9% y 526.000) ha sido su contenido más visto en abril.

Boing (1,1%) es un mes más el canal infantil líder de la televisión comercial. Eleva su media nacional hasta el 9,8% de *share* en niños de 4 a 12 años, aventajando en un punto a Disney Channel (8,8%). 'El asombroso mundo de Gumball' (7,3% y 290.000) ha sido su emisión con mayor audiencia del mes.

Be Mad (0,6%) registra un 0,8% en *target* comercial y un 0,9% en hombres de 16 a 44 años. El concurso culinario 'Ven a cenar conmigo' (1,3% y 169.000 espectadores) ha sido su contenido más visto.

Mediaset España (28%), grupo audiovisual líder de abril

Supera en 1,3 puntos a Atresmedia (26,7%), a quien también aventaja en *target* comercial (29,5% vs. 28,5%).

Lidera el *prime time* (27% vs. 26,9%) y el *day time* (28,4% vs. 26,6%). Es también el grupo de comunicación que más público joven atrae: un 32,2% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 30% en los espectadores de 25 a 34 años.