

Madrid, 1 de junio de 2020

## **BALANCE AUDIENCIAS MAYO**

# Telecinco afianza su liderazgo mensual con la mayor ventaja sobre Antena 3 de los últimos 20 años en un mes de mayo

**Con un 15,4%, Telecinco se ha impuesto todos los días de mayo, en todas las franjas horarias y en todos los *targets* de público. Una hegemonía contundente con la que se aleja 4,4 puntos de Antena 3, que marca su peor mayo desde 2011.**

**Telecinco ha liderado sin fisuras la información y el entretenimiento desde la mañana hasta la noche con un *target* comercial 4,5 puntos por delante de su inmediato competidor, en su mínimo histórico de mayo.**

**El registro más alto en 12 meses de Mediaset España con un 29,8% le sitúa cada vez más lejos de su inmediato competidor, que con un 26% se queda casi 4 puntos por debajo, la distancia más abultada del año.**

Mediaset España es de nuevo con un **29,8% el grupo de televisión líder de audiencia con su registro más alto de los últimos 12 meses**. Se distancia casi 4 puntos de Atresmedia, con un 26%, sobre la que repite **la mayor ventaja del año** igual que la de febrero. Unos resultados entre grupos cada mes más equidistantes enmarcados en un nuevo récord en el consumo de televisión, el mayor en un mes de mayo, con una media de 261 minutos por espectador y día. El modelo de televisión de Mediaset España, elegido de forma mayoritaria por los espectadores antes y durante la cuarentena, está siéndolo también durante las distintas fases de la desescalada, incluido el ***target* comercial, donde crece hasta el 30,7%, y entre los jóvenes, con un 32,2% en el tramo de 13 a 24 años.**

## **Telecinco lidera todos los días, franjas y *targets***

La amplia distancia entre grupos se manifiesta de forma aún más notable en la comparativa entre Telecinco y Antena 3. La cadena principal de Mediaset España, con un 15,4%, **lidera todos los días de mayo, todas las franjas horarias y todos los *targets* de público**. Una hegemonía contundente con la que establece **la mayor diferencia, 4,4 puntos, de los últimos 20 años en un mes de mayo sobre su rival**, que con un 11% anota su peor mayo desde 2011.

La oferta de Telecinco no ha tenido rival ni un solo día de mayo, no ha dado tregua a la competencia en ninguna franja horaria y no ha dado opción en ningún segmento de público a otras televisiones. Tampoco en el codiciado **target comercial, que lidera con un 15,1%, a 4,5 puntos de Antena 3, en mínimo histórico de mayo con un 10,6%**. Ha liderado, entre las cadenas comerciales, 6 de las 7 noches de la semana y ha copado en mayo con **'Supervivientes'** 18 de las 20 emisiones más vistas del mes, obteniendo **en el horario estelar un 15,5%, 3,8 puntos más que Antena 3, con un 11,7%**, y un 16,1% en *late night*, duplicando a Antena 3, con un 7,6%.

El *reality* de supervivencia es el programa más visto y más competitivo de la televisión, con cifras récord de la edición en todas sus entregas: los jueves **'Supervivientes', con más de 3,7M y un 31,1%**, los domingos **'Supervivientes: Conexión Honduras' con 3,2M y 22,5%**, y los martes con la edición transversal ofrecida en Cuatro, **'Supervivientes: Tierra de Nadie', con un 23,9% y 3M**.

**En fin de semana, el estreno de 'La última cena' con una media en el mes del 16,1% y 2M de espectadores ha sido lo más visto la noche de los viernes y 'Sábado Deluxe' en la de los sábados con más de 2,3M de espectadores y un 17,9%**. También ha liderado **'Volverte a ver'** con un 11,9% y 1,5M, y en ficción, **'Lejos de ti' ha finalizado con un 10,6% y 1,4 M**.

## **Informativos Telecinco, oferta líder de mayo**

Los espectadores han vuelto a confiar en mayo en el rigor de la oferta informativa de la cadena. En su conjunto, **Informativos Telecinco ha liderado con 2.355.000 y un 16,1%** en el cómputo medio de sus ediciones de sobremesa y noche de lunes a domingo. Supera por 1 décima a Antena 3 Noticias, cuya media con sumario es del 16% y 2.348.000.

**Informativos Telecinco 21:00 horas de lunes a domingo ha registrado su mejor mayo en cuota desde 2014 con un 16,2% y 2,3M de espectadores**, 2,2 puntos más que Antena 3 Noticias 2, con la suma de estas dos partes en que ahora divide su edición (Sumario + Noticias) con las que ha obtenido un 14% y 2M. El espacio presentado por **Pedro Piqueras** de lunes a viernes ha registrado un 16,6% y 2,3 M, el mejor dato anual en *share*.

Por su parte, las ediciones de fin de semana conducidas por **José Ribagorda y Ángeles Blanco** han obtenido una media del **15,6% y 2,3 M de espectadores** con los que han **liderado la oferta informativa de sábados y domingos con su mejor mayo en espectadores de su historia y el mejor dato en share de los últimos 12 años en un mes de mayo**.

En la **sobremesa** de lunes a viernes ha obtenido también su **máximo de espectadores en mayo desde 2004 con 2,4M y un 15,9%**, mientras que la de fin de semana ha registrado su mejor dato histórico de espectadores en mayo con 2,4M y 15,8%.

## Récord anual en *day time* con la mayor ventaja en 20 años en un mes de mayo

Telecinco ha extendido la victoria a la mañana, con un 14,7% frente al 10,5% de Antena 3, la sobremesa, con un 14,3% frente al 13,6% de su competidor, y un destacado 17,9% en la tarde frente al 10,5% de Antena 3. Ha logrado **su mejor *day time* de todo 2020, con un 15,4% de *share***, marcando la **mayor distancia en un mes de mayo desde hace dos décadas**, con 4,7 puntos de diferencia.

Los programas de producción propia han protagonizado esta contundente victoria desde la mañana hasta la noche: **‘El Programa de Ana Rosa’** con una media al alza respecto a abril del 18,1% de *share*, 847.000 espectadores y un 20,6% en el *target* comercial, frente a ‘Espejo Público’, que empata con su peor mayo con un 12,4%.

‘Ya es mediodía’, con un 14,4% y 1,6M, firma su récord histórico en cuota y su tercer mejor mes en espectadores, y un 16,8% en *target* comercial.

Y **‘Sálvame Diario’**, con uno de los mejores meses de su historia, anota un **18,8%, su mejor cuota desde agosto 2011** y se ha situado entre los espacios con mejor *target* comercial del *day time* con un 18,9% y ha liderado cada tarde durante su franja de emisión con 2,3 M de media. Ha marcado 8,2 puntos de distancia sobre la oferta de Antena 3, la mayor ventaja entre ambas desde agosto de 2011.

En su último tramo, **‘Sálvame Tomate’**, con un 19,3%, ha obtenido su máximo de *share* y su tercer mes más visto tras los pasados abril y marzo con 2,2M, abriendo una distancia de 5,6 puntos sobre Antena 3. En la franja exacta del nuevo estreno de Antena 3, ‘Pasapalabra’, Telecinco se impone por 1,4 puntos con una media del 18,2% de *share* y 2M frente al 16,8% y 1,8M del concurso. La **distancia entre ambos espacios** se incrementa hasta los **6,1 puntos en el *target* comercial**, donde ‘Sálvame Tomate’ marca un 19,8% frente al descenso hasta el 13,1% de ‘Pasapalabra’, y hasta los **5,3 puntos entre los jóvenes 25 a 34 años** con un 20,1% frente al 14,8% del concurso en dicho segmento. ‘Sálvame Tomate’ supera a su nuevo rival en todos los *targets* de edad hasta los 64 años.

Previamente, **‘Sálvame Limón’**, con un 15,6% de *share* y 2,2M, ha batido su **récord histórico de cuota** y firmado su segundo mes más visto, tras el pasado abril, con la **hegemonía en todos los *targets*** y marcando la segunda mayor distancia histórica, de 5,3 puntos, sobre Antena 3. Tras él, **‘Sálvame Naranja’** también ha marcado su **máximo histórico de cuota** con un 19,9% y 2,3M, estableciendo una distancia de 10 puntos en su franja sobre la oferta de Antena 3, la mayor jamás registrada.

En el fin de semana, **‘Viva la Vida’**, con un 14% y casi 2M, ha marcado máximo histórico de *share*, con la mayor ventaja sobre Antena 3 nunca antes registrada, a 2,8 puntos en la franja. Por su parte, **‘Socialité by Cazamariposas’** ha alcanzado el segundo mes con mayor seguimiento con casi 1,6M y un 14,6%, con una distancia de 7 puntos sobre Antena 3.

## La actualidad de Cuatro, en máximos

Cuatro ha crecido en mayo en **total día hasta un 5,8%**, con un **5,8% en *prime time***. En *target* comercial, ha alcanzado un 6,3%, con un registro al alza del **6,4% en el *target* comercial de *prime time***. De nuevo, el público joven de **25 a 34 con un 6,6%** es la referencia del canal.

El esfuerzo por mantener informados a sus espectadores ha vuelto a situar en un seguimiento récord a sus programas de actualidad. **‘Todo es mentira’** con un 6% y 830.000 alcanza su segundo mejor dato mensual por detrás del alcanzado en abril, y **‘Cuatro al día’** con un 6,2% y 702.000 ha anotado su récord mensual en *share* y su segundo mejor mes en espectadores.

Cuatro lidera sin rival la noche del martes con **‘Supervivientes: tierra de nadie’ (23,9% y 3.014.000)** con el que ha anotado su récord mensual de cuota de la temporada con un incremento de 1,6 puntos respecto a abril (22,3%).

## Factoría de Ficción, la temática más vista entre los jóvenes 13-24 años

Con un 8,6% de *share*, el conjunto de canales temáticos de Mediaset España ha superado en 1,3 puntos a los de Atresmedia. **Factoría de Ficción anota un 2,4% en total individuos**, y es la segunda temática más vista del mes; en *target* comercial, un 2,8%, y un 6,6% en 13-24 años, situándose como la cuarta cadena más vista en este *target*. Le sigue **Energy**, con un 2,3% en total día y *target* comercial; **Divinity** crece hasta un 2% en mayo, su mejor dato de la temporada, y un 2,7% en mujeres de 16 a 44 años. **Boing, con un 12,3% en niños de 4 a 12 años** es de nuevo el canal infantil líder de la televisión comercial, con su mejor dato desde noviembre de 2017 y una ventaja frente a Disney (7,6%) de 4,7 puntos en niños, la máxima distancia histórica entre ambos. Por su parte, **Be Mad marca un 0,7% de *share*, su mejor mayo histórico**.