

Madrid, 1 de febrero de 2021

Telecinco comienza el año nuevamente líder

Suma 29 victorias mensuales consecutivas con un 13,8% y lidera el *target comercial* con un 13,5%. Es la referencia en *day time* con un 14,4%, a 1,9 puntos de la segunda opción

‘Ya es mediodía’, ‘Socialité by Cazamariposas’ y ‘Viva la vida’ marcan el mejor enero de su historia; ‘Sálvame diario’ firma su segundo mejor enero histórico y ‘El programa de AR’ el mejor dato de espectadores en 12 años.

Telecinco es la televisión más vista por el público menor de 54 años, con el seguimiento rotundo del público joven a ‘La Isla de las Tentaciones’, que obtiene los mejores registros de sus tres ediciones

Telecinco ha arrancado el año con la victoria del mes de enero. Con un 13,8%, anota 29 liderazgos mensuales consecutivos, 3 décimas más que en enero del año pasado y se erige como la televisión líder en *target comercial* con un 13,5% y como la más vista por los espectadores de hasta 54 años (13,2%).

La victoria de Telecinco ha venido determinada por su capacidad de adaptar su contenido a la demanda del mercado, sin incurrir en costes adicionales, ofreciendo a los anunciantes el espacio publicitario de mayor notoriedad y eficacia en la franja de mayor consumo de televisión.

En *prime time* Telecinco ha obtenido un 12,5% y también se ha adjudicado la victoria del *day time* con un 14,4%, distanciándose en esta última franja 1,9 puntos de la segunda opción tras crecer 6 décimas sobre el mismo mes del año anterior.

Telecinco inaugura 2021 con la gran mayoría de su oferta de producción propia de *day time* en máximos históricos en un mes de enero

Sus pilares del *day time* han alcanzado sus excelentes registros en el primer mes del año, fruto de la excelente sintonía del público con la cercanía que ofrecen todos sus directos y su *mix* de información y entretenimiento. ‘Ya es mediodía’, ‘Socialité by Cazamariposas’ y ‘Viva la vida’ marcan el mejor enero de su historia; ‘Sálvame diario’ firma el segundo mejor enero histórico y ‘El programa de AR’ el mejor dato de espectadores en 12 años.

‘El programa de Ana Rosa’ (18,8% y 735.000), con su enero más visto de los últimos 12 años ha dominado su franja frente al segundo peor enero en cuota de ‘Espejo Público en 10 años.

‘Ya es mediodía’ (13,3% y 1.270.000) ha crecido 0,4 puntos sobre enero de 2020, logra su enero más visto y firma su mejor registro entre el público de 35 a 54 años con un 15,4%.

‘Sálvame diario’ (16,7% y 2.207.000) registra su segundo enero más visto de la historia y el enero más competitivo desde 2016, liderando su franja.

En el fin de semana, ‘Socialite by Cazariposas’ (13,9% y 1.423.000) y ‘Viva la vida’ (13,8% y 2.027.000) han destacado por anotar su mejor enero histórico, y además, este último logra el tercer mes más visto de su historia.

Realities, talents, ficción y entrevistas, un *prime time* variado en géneros

En *prime time*, ha destacado el estreno de la tercera edición de ‘La Isla de las Tentaciones’, cuyo arranque se ha situado como el más seguido de su historia con una media del 25,2% y más de 3 millones de espectadores. Imbatible en todos los *targets*, crece hasta el 48 % en menores de 35 años. La media con su segunda gala asciende hasta el 25,6% y 3,1M, con el dominio absoluto de todos sus *targets* y creciendo hasta el 49,8% en menores de 35 años. Su debate, con un 17,3% y casi 1,8M es igualmente el mejor estreno de las tres ediciones, con un seguimiento del 31,2% en jóvenes de 13 a 24 años.

‘Got Talent’ (16,9% y casi 2,6M) ha mostrado igualmente una tendencia ascendente dominando su franja en el público menor de 35 años con un 19,2% y entre los mayores de 65 años con un 20,4%.

En ficción, la serie ‘Love is in the air’ ha mostrado una evolución ascendente hasta alcanzar una media en el *access* del 9,1% y 1,6M. Sus tres emisiones de *prime time* firman una media de 11,6% y 1,3M de espectadores, en espectadores de 25 a 34 años alcanza el 12,9%.

El debate sobre la Covid19 planteado por ‘Horizonte’ firma un 11,4% y casi 1,6M, creciendo hasta el 13,2% en 25-34 años y en 35-54 años.

Por su parte, los encuentros semanales de ‘Volverte a ver’ han registrado un 10,1% y casi 1,2M.

Los sábados, ‘Sábado Deluxe’ (15,2% y 1,8M) se ha mantenido como lo más visto de su franja y de todos los *targets*, mientras que ‘Domingo Deluxe’ se ha adjudicado la victoria con un 17,8% y 2M.

Por lo que respecta a **Informativos Telecinco**, las ediciones de sobremesa y tarde de lunes a domingo han cerrado enero con una media del 14,4% y 2,3M, con un 13,6% y casi 2,4M en *prime time* y un 15,2% y más de 2,1M en sobremesa, siendo su mejor enero en cuota desde 2008.

De lunes a viernes, el Matinal (11,5%) se ha impuesto en espectadores a 'Noticias de la mañana' de Antena 3 (174.000 vs 160.000), con su enero más visto desde 2008; La edición de sobremesa (15,2% y 2,1M) el mejor enero desde 2008 y la del horario estelar, conducida por Pedro Piqueras, cierra el mes en una media de 2,5M y un 14%.

El fin de semana, la media de las dos ediciones (14% y 2,3M) anota su mejor dato en cuota en un mes de enero desde 2008 y en espectadores desde enero de 2006.

Cuatro cierra enero con un 6,3% en jóvenes de 13 a 24 años

Cuatro ha cerrado enero con su mejor seguimiento en jóvenes en los últimos 11 meses, imponiéndose a La Sexta tanto en el segmento de 13 a 24 (6,3% vs. 4,9%) como en el de 24 a 35 años (6,8% vs. 6,7%). En total día, ha logrado un 5,3%, su mejor registro desde septiembre, con un *target* comercial al alza del 6,1%. En prime time, ha cerrado el mes en un 5,4% con un *target* comercial también del 6,4% en el horario estelar.

En *prime time*, destaca el resultado de '**Cuarto Milenio**', que con un 6,2% de *share* y 1,1M anota su enero más visto de los últimos 14 años; '**First Dates**' con una media del 7% y 1,3M; 'Los Gipsy Kings' (6%) con un 11,1% en jóvenes 13-24 años; '**Horizonte**' con un 7,8% y un *target* comercial del 10,4% y '**En el punto de mira**' con un 5,3% que ha superado en su franja a La Sexta.

En *day time*, '**Mujeres y Hombres y Viceversa**' por delante de La Sexta en jóvenes de 13 a 24 años con un 9,9% de cuota. Destacan también '**Todo es mentira**' con su mejor enero histórico (**751.000 y 5,8%**), '**Cuatro al día**' con su segundo mes más visto, tanto en su edición de tarde (712.000 y 5,8%), como en su edición de las 20:00 (676.000 y 4,7%).

Los temáticos, 81 meses líderes

El conjunto de **canales temáticos de Mediaset España**, con un **7,6% de share**, acumulan **81 meses de liderazgo consecutivo**. **Factoría de Ficción**, con un 2,4% en total día, es el **canal temático más visto, empatado con Nova y líder entre jóvenes de 13-24 años** con una media del 6,3% y un *target* comercial del 2,8%. Tras él, **Energy** ha cerrado el mes con una cuota de pantalla del 1,9% y un 2% en *target* comercial. **Divinity**, con un 1,8%, ha crecido hasta el 2% en *target* comercial y un 2,2% en su *target* objetivo de mujeres 16-44 años. **Boing**, el canal infantil líder de la televisión comercial, ha obtenido una media del 10,0% en niños a 4,3 puntos de Disney Channel, mientras **Be Mad** ha obtenido 0,7% y un 1% en hombres de 16 a 44 años.