

Madrid, 1 de mayo de 2024

Telecinco (10,7%) anota en abril su mejor dato mensual de la temporada, crece por tercer mes consecutivo y se reafirma como segunda opción, a 1,6 puntos de la tercera

- **Telecinco (10,7%)** con su **mejor marca desde junio de 2023**, crece 1 décima respecto a marzo y es **líder por quinto mes consecutivo del *target* comercial (11,3%)**, parámetro en el que sube 0,4 puntos respecto al pasado mes, también con su **mejor *share* desde junio de 2023**. En ***prime time* (10,3%)** mantiene el **resultado de marzo**, con el que **iguala su mejor dato desde abril de 2023**. En ***day time* (10,9%)** obtiene su **mejor marca del curso televisivo** y es de nuevo la **cadena líder en *target* comercial (11,4%)**.
- El grupo **Mediaset España** cierra abril con un 25,7% de *share*, su **tercer mejor dato de la temporada**. **Crece 3,1 puntos y lidera por 25º mes consecutivo entre los espectadores más demandados por los anunciantes (28,8%)**, con una ventaja de 3,2 puntos sobre la segunda opción (25,6%) que pierde 2,3 puntos en *target* comercial respecto a su *share*.
- En la franja de ***prime time* (25,2%)**, Mediaset España suma **nueve meses consecutivos de liderazgo mensual en el *target* comercial del *prime time* (27,5%)** con su **tercer dato más alto de los últimos 21 meses** y una ventaja de 2,8 puntos sobre el segundo grupo (24,7%) en este parámetro.
- **Cuatro (5,2%)** crece 4 décimas respecto a abril del pasado año e incrementa 3 décimas en el mismo comparativo en el *target* comercial (5,9%). Por quinto mes consecutivo es la tercera cadena comercial más vista en ***prime time* (6%)**, cuatro décimas por delante de su inmediata competidora en este parámetro (5,6%).

Las tres galas semanales de ‘Supervivientes’ arrasan frente a sus competidores con incontestables liderazgos en sus franjas de emisión los martes/miércoles, jueves y domingos

- ‘**Supervivientes 2024**’ ha incrementado sus datos en abril, liderando holgadamente su franja de emisión y todos los ***targets* con sus tres galas semanales: martes con ‘Supervivientes: Tierra de nadie’ (16,6% y 1.254.000)** y un 17,2% en TC; crece 1,1 puntos los **jueves con ‘Supervivientes 2024’ (20,7% y 1.508.000)** dato con el que **más que duplica a su inmediato competidor en la franja (7,9%)** y anota un 19,9% en TC. También suma 1,3 puntos los **domingos con ‘Supervivientes: conexión Honduras’ (16,9% y 1.391.000)** y un 16,2% en TC.

- **‘El debate de las tentaciones’** (11,7% y 891.000). La 7ª edición de ‘La isla de las tentaciones’ se despide en abril con el **liderazgo de su franja y del target comercial** (12,7%), con un destacado **19,8% entre los jóvenes de 16 a 34 años**.
- **‘Bailando con las estrellas’** (11,3% y 944.000) se despide tras crecer casi 1 punto respecto al pasado mes.
- **‘¡De viernes!’** (11,1% y 935.000) obtiene su **mejor resultado de los últimos tres meses**, con un incremento de 1,3 puntos respecto a marzo.
- **‘Mental Masters’** (7,9% y 767.000) crece al 9,1% en *target* comercial y un 10,5% entre los espectadores jóvenes de 16 a 34 años. **‘Factor X’** (7,5% y 566.000) también sube en *target* comercial (8,0%), con un 9,3% entre los espectadores de 25 a 44 años.

Récords de los programas de *day time* de Telecinco

- **‘Vamos a ver’** (15,2% y 429.000), crece 0,2 puntos en abril, anota su **tercer mes con mejor share de su historia** y revalida el **liderazgo de su franja y del target comercial** (16,5%). **‘Vamos a ver más’** (12% y 794.000) firma su **récord histórico en cuota de pantalla**, con un 13,7% en *target* comercial. **‘Así es la vida’** (9,6% y 884.000) suma 0,3 puntos al dato de marzo, bate su **récord de share de la temporada y es el segundo con el dato más alto de su historia**. Alcanza un nuevo triunfo mensual en *target* comercial (11,1%). **‘TardeAR’** (11,3% y 872.000) crece 7 décimas y obtiene su **mejor dato histórico mensual en share y en target comercial** (13%), parámetro en el que continua imbatible.
- **‘Reacción en cadena’ (lunes a viernes)** (11,7% y 1.060.000) crece y alcanza en abril **su dato mensual con mayor cuota de pantalla de su historia** y se mantiene **imbatible en target comercial** (14%). Su **emisión en fin de semana** mejora 0,8 puntos respecto a marzo y le convierte en **líder de su franja** (11,4% y 1.055.000), con un 11,2% en *target* comercial.
- También destaca en abril **‘La mirada crítica’** (12,6% y 270.000) que es su **segundo mes con mejor cuota de pantalla**.
- En los fines de semana, **‘Socialité’** (10,2% y 661.000) iguala su **mejor cuota de pantalla del año**. **‘Fiesta’** (10,4% y 934.000) crece y **alcanza su mejor cuota mensual del año y la segunda de la temporada**. Anota un nuevo liderazgo en *target* comercial (10,1%).

Telecinco, segunda oferta informativa en sus ediciones de sobremesa y noche, tanto de lunes a viernes como en fin de semana

- **Informativos Telecinco 15:00 h** (lunes a viernes) (11,7% y 1.119.000) crece 0,5 puntos respecto a marzo, anota su **mejor dato mensual desde octubre** y sube al 13,7% en *target* comercial.

- **Informativos Telecinco 21:00 h** (lunes a viernes) (10,1% y 1.143.000) aumenta 2 décimas respecto a marzo y alcanza su **mejor cuota anual**, con un 11,5% en *target* comercial.
- Durante el fin de semana también son segundas opciones en cuota de pantalla la **edición de las 15:00 h** (10,7% y 1.002.000), con un 11,8% en *target* comercial. Y la **edición de las 21:00 h** (10,4% y 1.137.000) anota su **mejor cuota de pantalla mensual en 2024**.

Programas más destacados de Cuatro

- Las nuevas entregas de **'First Dates'** alcanzan en **abril la cuota de pantalla más alta de su historia en este mes de lunes a jueves** (8,2% y 1.073.000 y 8,8% en TC) y **también en viernes** (8%, 882.000 y 8,8% en TC). Ambas se sitúan por encima de su competencia directa (7,3% y 5,7%, respectivamente).
- **'Horizonte'** (6,3% y 472.000) se mantiene por delante de su principal competidor en la franja (4,2%) y en *target* comercial (7,6% vs. 5%).
- **'Cuarto Milenio'** (6,3% y 743.000) se impone por octavo mes consecutivo a su inmediato competidor (4,1%) y en *target* comercial (7,9% VS. 5%).
- **'Martínez y hermanos'** (5% y 483.000) por delante de su rival en *target* comercial (6,9% vs. 5,6%), con especial seguimiento entre los espectadores de 25 a 44 años (9% vs. 4,3%).
- **'Código 10'** (5,7% y 390.000) crece al 6,6% en *target* comercial.
- **'Callejeros'** (5,5% y 570.000) también sube al 6,4% en *target* comercial.
- En el *day time* destacan **'Todo es mentira'** (5,8% y 517.000) tras **superar a su principal competidor en la franja** (5,5%) y sube al 6,6% en TC; y **'El Desmarque 1'** de **lunes a viernes** (2,9% y 265.000) convierte en positivo su *target* comercial (3,8%).

Todas las ediciones de Noticias Cuatro convierten en positivo su *target* comercial

- **Noticias Cuatro 1** (5,1% y 362.000), crece al 6,1% en *target* comercial. **Noticias Cuatro 2** (3,9% y 331.000), mejora 2 décimas su *target* comercial (4,1%). Durante el fin de semana, **Noticias Cuatro 1** (6,4% y 447.000) firma un 7,5% en *target* comercial. Por su parte, **Noticias Cuatro 2** en fin de semana (5,2% y 475.000) también convierte en positivo su *target* comercial hasta el 5,5%.

Los canales temáticos enlazan 120 meses consecutivos de liderazgo con su mejor dato del año

- Los canales temáticos de Mediaset España suman **120 meses de liderazgo consecutivo** con un 9,8% de *share*, y un 11,6% en *target* comercial, su **mejor abril en su historia en este parámetro**.
- Lidera **Energy** (2,7%), que iguala respecto a marzo e incrementa su dato al 3,4% en *target* comercial.
- **FDF** (2,6%) es segunda en el ránking y **líder en *target* comercial** (3,6%), además de ser el **canal temático más visto entre los jóvenes** (6,9%).
- **Divinity** (1,9%) es el **canal femenino líder** en *target* comercial con un 2% y marca un 2,2% entre las mujeres de 16 a 44 años (dos décimas más que en marzo).
- **Boing, canal infantil líder entre los niños por 33º** mes consecutivo con un 9,2%, con 1,1 puntos de ventaja sobre su directo competidor (8,1%).
- **BeMad** (1,9%) continúa con su tendencia ascendente en audiencias, crece 1 décima respecto a marzo y anota el **dato mensual más alto de su historia**. Mantiene también su **récord histórico en *target* comercial** (1,8%) y registra un 2% en su **core target**, hombres entre 16 a 44 años.