Madrid, 1 de febrero de 2015

AUDIENCIAS ENERO

Cuatro (7,3%) también alcanza registros récord de enero en los últimos 5 años

Telecinco, líder en enero con un 14,2% de *share*, se distancia 7 décimas de su principal competidor en la franja de *prime time* (14,3% vs 13,6%)

La cadena crece casi 1 punto respecto al primer mes de 2014 (13,3%)

Lidera la franja de máxima audiencia con un 14,3% de *share*, su mejor dato en esta banda y en este mes de los últimos cinco años, más de1 punto sobre el dato de enero de 2014 (13,2%).

Mantiene su hegemonía en *day time* (14,1%) con su mejor enero desde 2010 y con casi 1 punto más que en enero de 2014 (13,3%).

En *target* comercial **(13,2%) anota su mejor registro de los últimos 3 años.**

Telecinco es la cadena que más franjas lidera: **total día** (14,2%), ***prime time*** (14,3%), ***day time*** (14,1%), **tarde** (15,8%) y ***late night*** (18,6%).

Por mercados regionales, **es la cadena más vista en Madrid** (13,9%), **Euskadi** (15,9%), **Galicia** (15%), **Canarias** (16,3%), **Asturias** (18,9%), **Baleares** (13,5%), **Murcia** (15,4%) y el denominado **"Resto"** (15,1%).

En el *ranking* de emisiones, **Telecinco sitúa 14 de sus espacios entre los 20 más vistos del mes**, con "Gran Hermano VIP" e Informativos Telecinco 21:00h como sus principales baluartes. **Entre las cadenas comerciales, la cadena amplía su presencia a 15 emisiones, el 75% de la cuota televisiva**.

Informativos Telecinco, de nuevo referencia informativa de la televisión comercial con una media del 14,6% de *share* y 1.215.000 espectadores en el cómputo medio de sus todas sus ediciones de lunes a domingo. En segundo lugar se sitúa la oferta informativa de "Antena 3 Noticias" (13,9% y 1.011.000).

Es líder absoluto de la oferta informativa de la televisión en las principales ediciones (sobremesa y *prime time*) de lunes a domingo, congregando a 2.295.000 espectadores y anotando un 15% de cuota, 0,8 puntos más que ambas ediciones de "Antena 3 Noticias" (14,2% y 2.150.000) y 1,7 puntos más que las del "Telediario" de TVE 1 (13,3% y 2.132.000).

Informativos Telecinco 21:00h (18% y 3.158.000) **se consolida como la oferta líder de los informativos,** 5,6 puntos por delante de Antena 3 Noticias 2 (12,4% y 2.124.000). **El espacio presentado por Pedro Piqueras logra este enero su mayor cuota de espectadores desde febrero de 2009 y sitúa 7 de sus emisiones entre las 20 más vistas del mes.**

Informativos Telecinco se erige además como líder absoluto de lunes a domingo en el horario de máxima audiencia con 2.949.000 espectadores y un 16,9% de *share*, estableciendo una distancia de 4,1 puntos respecto a su principal competidor (12,8% y 2.185.000).

La edición nocturna de fin de semana se erige igualmente como líder con 2.431.000 espectadores y un 14% de *share*, frente a "Antena 3 Noticias 2 Fin de Semana" (13,7% y 2.332.000) y "Telediario 2 Fin de Semana" (11.6% y 2.097.000).

Los programas de producción propia de Telecinco afianzan con mejoras sustanciales respecto a meses anteriores el liderazgo de sus respectivas franjas de emisión en el *day time*. **"El programa de Ana Rosa"** (20,5% y 616.000) **anota su segundo mejor dato mensual de la temporada,** aventajando en 2,5 puntos a "Espejo Público" (18,0% y 525.000).

En la suma de sus ediciones "Limón" y "Naranja", **"Sálvame diario"** (17,6% y 2.135.000) **firma su mes más visto de la temporada y el tercero más visto de toda su historia, superando en su franja en 2,4 puntos la oferta de su principal competidor** (15,2% y 1.850.000).

"Pasapalabra" (18,2% y 2.714.000) se mantiene imbatible y **registra su segundo mes con más audiencia de la temporada,** imponiéndose en 6,4 puntos al programa de Antena 3 "¡Boom!" (11,8% y 1.630.000). **El concurso de Telecinco ha sido una de las emisiones más vistas de enero** con la edición del día 22, en la que anotó un 20,1% de *share* y 3.231.000 espectadores.

En *prime time*, **las galas de "Gran Hermano VIP"** (27,7% y 3.858.000) **se alzan con el liderazgo absoluto de su franja de emisión, triplicando los registros de su principal competidor** (9% y 1.257.000). La segunda gala, emitida el 15 de enero, se sitúa como la segunda emisión más vista del mes con un excepcional **31,5% de *share* y 4.343.000 espectadores**.

"Gran Hermano VIP: el debate" (19,7% y 2.957.000) **también anota la victoria de su banda horaria, a 4,1 puntos de Antena 3** (15,6% y 2.335.000), al igual que **"Sálvame Deluxe"** (18,5% y 2.506.000), **que los viernes logra superar en 5,8 puntos a su principal competidor** (12,7% y 1.716.000).

Los sábados, **"Un tiempo nuevo" registra un 9,6% de *share* y congrega a 1.267.000 espectadores.** Por último, **"Hay una cosa que te quiero decir" anota una cuota media del 15,3% de *share* y 1.886.000 espectadores**. **El espacio batió su récord de espectadores desde 2014 el pasado 27 de enero con 2.142.000 televidentes y un 18,1% de *share***, convirtiéndose en líder absoluto de su franja de emisión y estableciendo una distancia de 5,3 puntos respecto a Antena 3.

En *late night,* **"Hable con ellas"** ha liderado su franja de emisión con una media del 12,7% *share* y 854.000 espectadores, frente al 9,2% de cuota anotado por Antena 3 en su franja.

Cuatro cierra enero con su mejor dato de los últimos 5 años en total día (7,3%), *prime time* (6,4%) y *target comercial* (8,6%), imponiéndose a La Sexta en todos los públicos menores de 55 años

En total día crece 1,1 puntos respecto a enero de 2014 (6,2%).

En *target* comercial crece 1,3 puntos respecto a su audiencia media

Cuatro no sólo se impone a su rival inmediato en el *target comercial* (8,6% vs. 8,4%), sino que por segmentos de públicos, le supera en enero en todas las franjas de espectadores hasta 55 años: niños de 4 a 12 años (5,1% vs 2,9%), jóvenes de 13 a 24 años (9,4% vs 4,9%), jóvenes adultos de 25 de 34 años (9,5% vs 7,5%) y adultos de 35 a 55 años (8,6% vs 8,5%). Lidera ante La Sexta también entre mujeres de 16 a 44 años (8,6% vs 6,5%) y hombres de 25 a 44 (9,7% vs 9,1%).

La cadena logra **su mejor *prime time* de los últimos 5 años** con un 6,4% de cuota. Mejora este dato en target comercial hasta el 8,0% de *share*.

Además, anota **su mejor *day time* de los últimos 6 años (7,8%),** liderando ante su rival (7,1%) por 7 décimas. También **se impone a La Sexta en las franjas de mañana** (7,8% vs 6,5%), **sobremesa** (8,6% vs 7,6%) y ***late night*** (8,8% vs 8,3%)

"Las Mañanas de Cuatro" consigue su **récord histórico de seguidores** (833.000) y de share (13,7%). El programa de Jesús Cintora se sitúa **2,4 puntos por delante de "Al Rojo Vivo"**, la **máxima ventaja mensual** en su historia.

"Noticias Cuatro 1" marca un 12,1% de *share* y 1.271.000 *espectadores* lo que supone un incremento de 1 décima respecto a diciembre y que le sitúa **1,7 puntos por delante de Antena 3 en la franja (10,4%).**

"Deportes Cuatro" sigue siendo el **líder absoluto de la información deportiva** de sobremesa, con un 9,1% de cuota de pantalla y 1.218.000 espectadores, más de 4 puntos de distancia que "Jugones" en La Sexta (5% y 662.000). Cuatro se erige en enero como referente informativo deportivo en la **retransmisión de la entrega del Balón de Oro** (**9,8% 1.164.000 espectadores)**

En la franja de *access prime time*, **"Gym Tony"** marca **máximo de audiencia** (6,4% y 1.300.000), **imponiéndose sobre La Sexta en franja de coincidencia entre el público objetivo de Cuatro**: jóvenes de 13-24 años (8,7% vs 4,6%) y jóvenes-adultos de 25 a 34 (8,8% vs 7%).

La cuarta temporada de **"¿Quién quiere casarse con mi hijo?"** debuta en enero con un 12,6% de cuota de pantalla y 1.954.000 espectadores, imponiéndose a La Sexta (10,5% y 1.623.000). **En *target* comercial**, el *dating show* de Luján Argüelles **se impone al resto de ofertas televisivas (17,2%)** y arrasa entre el público objetivo de Cuatro, con un 25,3% en jóvenes de 13-24 años y un 26,3% en jóvenes-adultos de 25 a 34 años

"Hermano Mayor" despide su séptima temporada con un *share* medio del 11,9%, 2.078.000 espectadores, duplicando el dato de **la temporada anterior.** En su franja, **aventaja en casi 4 puntos a Antena 3** (8,1%) **y a La Sexta** (8,4%). En *target* comercial su registro se eleva hasta el **14% de *share*.** Pedro García Aguado lidera de manera absoluta todas las franjas de edad frente a su competencia, destacando especialmente el **24,9% de *share* marcado en jóvenes (13-24) frente al 4% de La Sexta y el 19,7% en jóvenes-adultos (25-34) frente al 7,7% de su directo competidor.**

"Planeta Calleja" crece casi 2 puntos respecto a su primera temporada con un 8,4% de cuota de pantalla y 1.730.000 espectadores. El programa se coloca como **líder del *target* comercial** (10,6%) 1 punto por delante de su competencia directa (9,6%). También **se impone en todas las franjas de espectadores menores de 55 años**, sobresaliendo entre el público joven 13-24 años (9,3%), donde se distancia en más de 3 puntos de su inmediato rival (5,9%).

"Cuarto Milenio" mantiene su hegemonía en el *late night* del domingo y marca un 10,1% de *share* y 761.000 espectadores, muy por delante en su franja de su directo competidor (5,9% y 444.000 espectadores). En *target* comercial, también domina con un 12,2% frente al 5,6% de La Sexta.

La oferta cinematográfica de Cuatro conserva intacta su fortaleza en fin de semana. Además de **"El Blockbuster" (**9,2% y 1.6935.000), **la doble oferta de sobremesa y tarde "Home Cinema" se impone a su directo rival** con un 8,1% y 1.115.000 espectadores y 6,8% y 939.000 espectadores, respectivamente.

Factoría de Ficción (3,8%), de nuevo líder temático, cierra enero como tercer canal más visto entre los jóvenes de 13-24 años (9,4%)

El canal de series y cine de Mediaset España, líder de la televisión temática en 2014 por tercer año consecutivo, **ha iniciado 2015 con una media del 3,8% de *share*, estableciendo una ventaja de 1,2 puntos sobre su natural competidor Neox** (2,6%).

Factoría de Ficción se ha erigido también este mes como el tercer canal preferido por el público joven de 13 a 24 años solamente adelantado por Telecinco y Antena 3, ansiado *target* en el que la cadena ha obtenido un 9,4% de *share*, superando incluso a televisiones generalistas como La Sexta y estableciendo una ventaja de 2,6 puntos sobre su inmediato competidor, Neox.

Es además el canal temático líder del *target* comercial con un 4,7% de *share*, del *day time* (5%) y el *prime time* (4,1%).

Divinity (2,4%) marca en enero su segundo mejor dato histórico tras incrementar un 50% el registro de enero de 2014 (1,6%) y alcanza un 3,5% en su *core target*

El canal femenino de Mediaset España ha consolidado en enero su excelente evolución, cerrando el mes con su segundo mejor registro histórico, un 2,4% de *share*, cifra con la que anota un crecimiento del 50% sobre el mismo mes del año pasado (1,6%). Esta cifra mejora 3 décimas en *target* comercial y se eleva hasta el 3,5% en su *core target,* mujeres de 16 a 44 años.

El resumen de "Gran Hermano Vip Diario" eleva su cuota hasta un 3,3% en el Access de Divinity.

Energy firma un 1,5% de *share* en total individuos y un 2,3% en hombres de 25 a 44 años

En *target* comercial, el canal masculino de Mediaset España ha incrementado 0,3 puntos su media respecto a 2013 alcanzando un 1,8% de cuota.

Boing, canal infantil líder de la televisión comercial con un 12,6% de *share* en niños de 4-12 años

El canal, líder de la televisión infantil comercial en 2014 por tercer año consecutivo, ha cerrado enero con un 1,7% de *share* en total día. Entre los niños (12,6%) ha aventajado a Disney Channel (10,6%) en 2 puntos.

Mediaset España (30,8%) líder con su mejor arranque anual histórico con 2,3 puntos más que en enero de 2014

En *target* comercial es asimismo la compañía de televisión líder nacional en el arranque del año con una media del 32,6% de *share*, 1,8 puntos más que su media en total individuos, alcanzando así su mejor enero histórico con una ventaja de 4,1 puntos sobre su inmediato competidor.

Su conjunto de canales ha liderado igualmente el horario de máxima audiencia con un 29,6% de la cuota de pantalla, registro que también supone el máximo histórico de Mediaset España en un mes de enero con una ventaja de 1,9 puntos sobre Atresmedia.

En *day time* Mediaset España (31,5%) se ha alzado con una victoria aún más notable al aventajar en 5,2 puntos a Atresmedia (26,3%).