

Madrid, 1 de septiembre 2018

AUDIENCIAS AGOSTO

MEDIASET ESPAÑA (27,5%), GRUPO AUDIOVISUAL MÁS VISTO POR 51º MES CONSECUTIVO

Ha liderado todos los meses de agosto de su historia

Supera en 1 punto a Atresmedia (26,5%), ventaja que crece hasta los 1,7 puntos en *target* comercial (29,4% vs. 27,7%) y hasta los 2,3 puntos en *prime time* (27,3% vs. 25,0%)

Es líder también en *day time* (27,6% vs. 27,1%)

Es el grupo audiovisual que más público joven atrae: 32,6% de la cuota de pantalla en espectadores de 13-24 años y 31,1% en espectadores 25-34 años

Telecinco (11,9%), líder en agosto en *prime time* (12,3%), supera en 1 punto a Antena 3 en esta franja (11,3%)

Es también la primera opción en las franjas de mañana (11,7%), tarde (14,6%) y *late night* (11,2%)

ESPACIOS DE PRIME TIME

- **Informativos Telecinco** líder de la noche. Se impone a Antena 3 Noticias con su edición de *prime time*, tanto en el cómputo lunes-domingo (14,0% y 1.369.000 vs. 13,1% y 1.266.000), como en el cómputo lunes-viernes (15,2% y 1.523.000 vs. 13,5% y 1.330.000).
- **'The good doctor'** (19,9% y 2.689.000), líder absoluto de su franja y de todos los *targets* sociodemográficos con un destacado 25,5% en espectadores de 35 a 54 años. Crece hasta el 21,8% en *target* comercial.

- **‘Volverte a ver’** (13,2% y 1.220.000) consolida su liderazgo en el *prime time* de los viernes frente al 10,5% de *share* y 974.000 espectadores de Antena 3.
- **‘Sábado Deluxe’** (15,6% y 1.218.000), primera opción de su banda horaria por 17º mes consecutivo, a más de 6 puntos de su inmediato competidor (9,1% y 711.000).
- **‘Hechos reales’** (10,5% y 1.030.000) crece 0,6 puntos respecto al mes pasado.

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa del verano’**, sin rival también en agosto (15,1% y 421.000), crece en *target* comercial hasta el 15,4% de *share* y se impone en todas sus emisiones a ‘Espejo público’ (12,1% y 384.000).
- **‘Sálvame diario’** alcanza 91 meses consecutivos de liderazgo con una media en agosto del 15,3% de *share* y 1.453.000 espectadores, 2,4 puntos más que Antena 3 (12,9% y 1.219.000).
- **‘Socialité by Cazamariposas’** (10,8% y 822.000) se sitúa como líder de su franja, mientras Antena 3 anota un 9,2% de *share* y 707.000 espectadores.
- **‘Ya es mediodía’** (9,6% y 670.000) crece 0,6 puntos respecto a julio.

Cuatro mejora sus cifras del año pasado y cierra agosto creciendo hasta el 7,1% en *target* comercial y al 6,4% en *prime time*

- Cuatro (5,7% en total individuos) crece 0,2 puntos en *target* comercial respecto a agosto de 2017 hasta alcanzar el 7,1%, frente a la caída de La Sexta en 0,3 puntos en el mismo período. Se impone a su directo competidor en este parámetro por tercer mes consecutivo, ampliando la distancia entre ambas en casi 1 punto de diferencia (7,1% vs. 6,2%).

Desde su nacimiento, Cuatro ha mantenido su estatus de tercera cadena privada nacional en *target* comercial durante el mes de agosto tras Telecinco y Antena 3.

- En *prime time* la cadena crece 0,4 puntos respecto a agosto de 2017 y marca un 6,4%, lo que la sitúa por segundo mes consecutivo como la tercera cadena privada en la franja.

Por segundo mes consecutivo, se impone a La Sexta en 1,2 puntos (6,4% vs. 5,2%), alcanzando así la mayor ventaja de Cuatro frente a La Sexta desde agosto'16.

- Por *targets* de edad, Cuatro se impone a su directo competidor en menores de 55 años (6,9% vs 5,5%), destacando en jóvenes, con una ventaja de 3,4 puntos en 13-24 años (7,6% vs 4,2%) y de 1,5 puntos en 25 a 34 años (7,0% vs. 5,5%).

En su *core target* (16-54 años) Cuatro supera a La Sexta en todas las grandes franjas: total día (7,2% vs. 5,9%), *prime time* (8,2% vs. 5,3%), *day time* (6,8% vs. 6,2%) y *late night* (8,1% vs. 6,4%).

- Por franjas se impone también a La Sexta en *late night*, con un 6,8% frente al 6,2% de su competidor. Además, anota un 5,4% en *day time*, un 5,6% en la mañana, un 5,8% en la sobremesa y un 4,6% en la tarde.
- Cuatro lidera sobre su directo competidor todas las noches de la semana excepto los sábados: lunes (6,9% vs. 5,6%), martes (8,3% vs. 5,9%), miércoles (6,6% vs 6,2%) jueves (6,8% vs. 4,9%), viernes (6,9% vs. 5,6%) y domingos (6,3% vs 4,4%).

ESPACIOS INFORMATIVOS

- **Noticias Cuatro I Fin de Semana** anota un 9,7% y 738.000 espectadores. La edición de tarde marca 5,5% de *share* y 454.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro** (6,2% y 674.000) vuelve a superar un mes más la oferta de La Sexta (5,4% y 587.000), a la que también supera en *target* comercial (8% vs. 5,9%) y entre los espectadores menores de 55 años (8% vs. 5,4%).

PRODUCCIÓN PROPIA

- **‘El concurso del año’** se estrena con un 7,2% de *share* y 491.000 espectadores, cifra que crece al 9,5% en *target* comercial (frente a la caída de más de dos puntos en dicho parámetro por su directo competidor) y alzándose cómo líder de su franja en menores de 35 años (11%). El programa anota un 9,8% en espectadores de 25 a 34 años y un 19,5% en jóvenes de 13 a 24 años.
- **‘Ven a cenar conmigo’** (4,9% y 449.000) crece 1,8 puntos en *target* comercial hasta el 6,7% y se impone a La Sexta en menores de 55 años, distanciándose 2,3 puntos en la franja de menores de 35 años (5,9% vs 3,6%).
- **‘First Dates’** con un 8% y 960.000 espectadores, mejora 0,7 puntos respecto a julio y marca mejor mes del último año (desde ago’17: 8,8%). Crece hasta el 9,4% en *target* comercial, duplicando el resultado de La Sexta (4%), a la que se impone en todas las franjas de edad. Sobresale su dato en jóvenes de 25 a 34 años (10,1% vs. 3,4%) y adultos de 35 a 54 años (9,6% vs 3,9%).

La edición de los viernes (6,6% y 700.000) también se impone a La Sexta (5,7% y 606.000 espectadores). Mantiene su hegemonía en *target* comercial (7,8% vs. 6,3%) y entre los menores de 55 años, anotando su mejor marca entre los espectadores de 25 a 34 años (9,4% vs 5,4%)

- **‘El verano en el punto de mira’** (6,9% y 811.000) se impone en su franja a La Sexta (5,5% y 653.000). Alcanza un destacado 8,1% en *target* comercial, superando de nuevo a su competidor (5,9%), al que aventaja en prácticamente todos los grupos de edad, especialmente en 25-34 años (8,8% vs. 4,6%).
- **‘Viajeros Cuatro’** (6,7% y 788.000) supera a su competidor en *target* comercial (8,5% vs. 8%) con grandes resultados entre el público de 25 a 34 años (10,3% vs. 8,6%).

PRODUCCIÓN AJENA

- **‘9-1-1’** cierra su primera temporada con un 8,9% y 1.085.000 espectadores de media y un 8,5% y 1.039.000 espectadores cosechados en agosto, a más de 3 puntos de distancia de La Sexta (5,4% y 660.000). Duplica a su competidor en *target* comercial (10,8% vs 5,5%). Mantiene el liderazgo en franja en jóvenes (11,5%) y destaca el segmento de 35 a 54 años, con un 11,3% frente al 5,4% de La Sexta.
- **‘Mentes criminales’** mejora 0,5 puntos respecto a julio y anota un 6,3% y 722.000 espectadores frente al 5% y 567.000 alcanzado por La Sexta. La diferencia aumenta en *target* comercial (9,5% vs 5,6%) y espectadores de 35 a 54 años (8,8% vs. 6,1%).
- **‘Mentes criminales, sin fronteras’** mejora 1,3 puntos respecto al mes anterior hasta anotar un 7% y 539.000 espectadores. Supera en 1,7 puntos a su inmediato competidor (5,3% y 406.000) al que también supera en *target* comercial (9,6% vs 5,5%).

Los canales temáticos de Mediaset España (9,9%) acumulan 51 meses de liderazgo

Suman 5 décimas respecto al pasado julio y marcan una distancia de 1,6 puntos sobre los canales del competidor (8,3%)

- **Factoría de Ficción** (3,1%), líder de las televisiones temáticas, suma 77 meses consecutivos de liderazgo, igualando su mejor marca anual. Es la segunda cadena nacional más vista por los jóvenes de 13-24 años (8,9%), *target* en el que se impone en 2,9 puntos a Neox (6%). Bate a su principal competidor en total individuos (2,6%) y en *target* comercial (4,1% vs. 3,8%). La serie ‘La que se avecina’

(4,9% y 561.000 espectadores) ha coronado el *ranking* de espacios más vistos del mes en Factoría de Ficción.

- **Boing** (1,5%) registra un 11,9% de *share* en niños de 4 a 12 años, su máximo anual, aventajando a Disney Channel en este *target* (10,6%) y en total individuos (1,4%). El programa 'Wipeout' (5,4% y 293.000 espectadores) ha sido su emisión más vista en agosto.
- **Divinity** (2,2%) supera por 51º mes consecutivo a Nova en *target* comercial (2,5% vs. 2,2%) y crece hasta el 3,5% en su *core target*, mujeres de 16 a 44 años. El capítulo de la transformación de la protagonista de 'Yo soy Bea' (2,8% y 391.000) ha sido su emisión con mayor audiencia del mes.
- **Energy** (2,2%) anota el mejor dato mensual de su historia. Eleva su media nacional en *target* comercial hasta el 2,7% de *share*, marcando récord. La ficción de investigación forense 'C.S.I. Nueva York' (3,4% y 460.000) se ha situado como su espacio más seguido.
- **Be Mad** (0,8%) iguala su mejor marca histórica y suma una décima sobre el pasado mes de julio. Bate récord histórico en *target* comercial (1,2%) y eleva su media nacional en hombres de 16 a 44 años (1,4%). El programa 'Chapuzas estéticas' (1,8% y 184.000 espectadores) ha sido su emisión más vista en agosto.