

Madrid, 1 de septiembre de 2019

Telecinco lidera agosto y acumula 12 meses de victorias consecutivas

Mediaset España ha vuelto a ofrecer la oferta multicanal más vista de la televisión con un 27,7% en total día, a 1,8 puntos de Atresmedia (25,9%); un 26,9% en *prime time* frente al 25,4% de su inmediato competidor y un liderazgo indiscutible en *target comercial*, tanto de total día (29%) como de *prime time* (27,8%), superando en ambos a Atresmedia (27% y 26,6%)

La cadena más vista, también en vacaciones. Telecinco ha vuelto a ser la televisión con mayor audiencia en agosto (**12,7%**), mejorando 0,8 puntos su registro respecto al mismo mes de 2018. Además, ha anotado su mayor ventaja (1,5 puntos) en un mes de agosto en los últimos ocho años respecto a Antena 3 (11,2%).

De igual forma, Telecinco ha liderado el ***target comercial* (11,7%)** con una distancia de 1,4 puntos sobre su inmediato competidor, que con un 10,3% de *share*, ha igualado su peor registro histórico mensual (10,3% en julio de 2019).

Telecinco ha firmado en agosto siete meses consecutivos de **liderazgo absoluto del horario de máxima audiencia con un 12% de *share***, 1,3 puntos sobre Antena 3 (10,7%).

Telecinco se ha adjudicado las principales franjas del día: ***day time* (13% vs. 11,3%), mañana (13,9% vs. 10%), tarde (16% vs. 13%), *prime time* (12% vs. 10,7%) y *late night* (10,3% vs. 8,3%)** con amplias distancias sobre la segunda opción.

Ha liderado tres **noches de la semana** y en **10 de los 14 mercados regionales: Asturias (16,6%), Canarias (15,9%), Madrid (13,8%), Euskadi (12,9%), Andalucía (13,1%), Valencia (13,2%), Galicia (13,1%), Murcia (13,2%), Baleares (12,1%) y el denominado Resto (12,5%)**.

Información y entretenimiento, protagonistas de Telecinco en agosto

La cadena repite en agosto su **liderazgo global de la oferta informativa con la suma de las ediciones de sobremesa y *prime time* de lunes a domingo de Informativos Telecinco (14,6% y 1.470.000)**. La edición de las **21 horas** de lunes a viernes es la oferta informativa **líder del *prime time*** con una media del **17,5% de *share* y 1.701.000 espectadores**, su mejor cuota de pantalla en agosto de los últimos 4 años, a 5,1 puntos de Antena 3 Noticias 2 (12,4%) y 7 puntos de Telediario 2 de TVE1 (10,5%). Los sábados y domingos, **Informativos Telecinco 21 horas** (12,8% y 1.170.000)

también ha liderado con su mejor agosto de los últimos dos años. La edición de **mediodía de Fin de Semana** (14,5% y 1.432.000), **por tercer mes consecutivo** se ha posicionado como los más vistos de las sobremesas del fin de semana.

Telecinco tampoco ha tenido rival en los formatos de entretenimiento, entre los que han destacado los liderazgos de **'Ven a cenar conmigo: gourmet edition'** (13,3% y 1.496.000), **'Me quedo contigo'** (9,6% y 979.000), **'Sábado Deluxe'** (16,8% y 1.307.000) y **'Cine 5 Estrellas'** (11,3% y 1.335.000), cuya película **'Un don excepcional'** (17,5% y 2.024.000) ha sido la más vista del mes en todas las cadenas.

En *day time*, la cadena ha ofrecido los programas más competitivos: **'El programa del verano'** (17,3% y 533.000), que ha liderado las mañanas con su mejor dato en cuota de pantalla en agosto de los últimos 13 años y el de mejor audiencia desde 2007; **'Ya es mediodía'** (11,5% y 918.000), que ha mejorado 1,9 puntos respecto a agosto de 2018; **'Sálvame diario'** (16,4% y 1.522.000), que ha celebrado 103 meses de liderazgo consecutivo con su mejor agosto desde 2015 y **'Pasapalabra'** (18,6% y 1.539.000), que ha vuelto a imponerse en su franja con el **agosto más visto de su historia** y con 19 'minutos de oro' en todo el mes.

Los fines de semana, **'Socialité by Cazamariposas'** (12,6% y 936.000) ha sumado 12 meses de liderazgo consecutivo, y **'Viva la vida'** (11,7% y 1.096.000) ha mejorado 1,7 puntos respecto a agosto de 2018.

Cuatro, tercera televisión privada en *target comercial*, se impone a La Sexta en seis de las siete noches de la semana.

La cadena ha finalizado el mes de agosto con un **5,2% de cuota de pantalla**. **Por tercer mes consecutivo, Cuatro (6,3%) ha superado a La Sexta (6,1%) en *target comercial***, siendo de nuevo la televisión **generalista** con mejor conversión en este parámetro y la tercera cadena para el público más demandado por los anunciantes por su alto valor comercial tras imponerse a La Sexta en todos los *targets* menores de 55 años, elevando su dato hasta el 6,5% en **jóvenes de 13 a 24 años** y el 6,2% de **25 a 34 años**.

En el **horario estelar**, Cuatro (6,2%) **ha superado de nuevo a La Sexta (5,6%)** por tercer mes consecutivo, en esta ocasión por 6 décimas, imponiéndose a su inmediato competidor en seis de las siete noches de la semana. De igual forma, también se ha situado por encima de La Sexta en la franja de *late night* (6,8% vs. 6,5%).

Los pilares de Cuatro han vuelto a ser los formatos de producción propia emitidos a lo largo del *prime time*, por delante de la oferta de La Sexta en sus respectivas franjas: **'First Dates' tanto de lunes a jueves** (9% y 1.049.000) con su mejor cuota desde agosto de 2016, como los viernes (6,5% y 647.000), con su habitual seguimiento mayoritario en jóvenes; los **'Especiales el concurso del año'** (9% y 970.000); **'El verano en el punto de mira'** (6,8% y 746.000) y **'Viajeros Cuatro'** (5,9% y 685.000). La cadena ha destacado además con sus series de producción externa **'9-1-1'** (7,6% y 779.000) líder absoluto en *target comercial* (9,9%) y entre los espectadores de 35 a 54 años (10,3%); y **'Siren'** (6,9% y 779.000).

En *day time*, **‘Mujeres y Hombres y Viceversa’** (5,8% y 297.000) ha sido de nuevo líder absoluto entre los jóvenes de 13 a 24 años (18,7%) y **‘El Concurso del Año’** (5,5% y 463.000) la segunda opción de su franja en jóvenes de 13 a 24 años (9,8%). En *late night*, **‘Cuarto Milenio’** (9,3% y 492.000) ha triplicado en su franja el resultado de La Sexta (2,9%).

Los temáticos de Mediaset España, líderes con el máximo histórico de Energy y el liderazgo incuestionable de FDF.

Suman 3 décimas sobre julio hasta alcanzar una **media del 9,8% de share**, igualando (con julio de 2017 y agosto de 2018) su dato más alto desde agosto de 2016 y encadenando **64 victorias mensuales consecutivas**.

Factoría de Ficción (3%), líder temático por 89º mes consecutivo. Es el canal temático y la tercera televisión nacional más vista por los jóvenes de 13 a 24 años (7,8%), con un 3,7% en *target* comercial. **Energy** (2,9%) crece 3 décimas frente a julio y se convierte en **la segunda televisión temática más vista**, batiendo **récord histórico** en total día e igualando su mejor marca histórica en *target* comercial (3,3%). **Divinity** (2%) se impone a Nova en *target* comercial (2,4% vs. 2,1%) y en mujeres 16-44 años (3,6% vs. 2,6%). **Boing** (1,2%) eleva su media nacional hasta el 10,4% en niños de 4 a 12 años. Además, **Be Mad** (0,6%) registra un 0,7% de cuota en *target* comercial y en hombres de 16 a 44 años un 0,6%.