

Madrid, 18 de junio de 2020

Telecinco y ‘Sálvame’, imbatibles en la tarde, incrementan su dominio en los principales *targets* comerciales

Telecinco es líder de la tarde con una media del 18,1% desde el pasado 18 de mayo, fecha en la que Antena 3 comenzó a emitir ‘Pasapalabra’, un mes durante el cual supera por casi 7 puntos a Antena 3, con un 11,4%.

Telecinco crece 0,5 puntos sobre los mismos días de 2019 en la franja vespertina mientras que Antena 3 desciende 2,4 puntos.

La tarde de Telecinco supera por más de 8 puntos a la de Antena 3 en *target* comercial, casi le duplica en el *target* de Responsable de Compra del Hogar y cautiva a los jóvenes de 16-34 años con ventaja de más de 6,5 puntos

‘Sálvame Tomate’ es la opción más vista frente a ‘Pasapalabra’ en 21 de las 23 jornadas disputadas, con una distancia que ha pasado de 0,5 puntos en la primera semana a 3 puntos en las dos últimas con una media del 18,6%, más de 2,5 puntos por delante del concurso de Antena 3; 6 puntos más en *target* comercial, 5 puntos por delante en RCH y más de 4 puntos en jóvenes de 16-34 años

Once años después de su desembarco en Telecinco, la marca ‘Sálvame’ mantiene **intacto su dominio e imbatibilidad**. No solo es la opción preferida de los espectadores durante sus cinco horas de emisión en directo cada tarde, sino que mejora sus registros y la distancia frente a la oferta de su principal competidor -con una serie y tres concursos- en los *targets* comerciales más codiciados por los anunciantes.

El programa presentado por Jorge Javier Vázquez, Paz Padilla y Carlota Corredera, ha alcanzado desde el pasado 18 de mayo, fecha en que Antena 3 estrenó ‘Pasapalabra’ hasta ahora, un 18,1% de *share* en total individuos, casi 7 puntos de ventaja sobre Antena 3, que firma un 11,4%.

Frente a los mismos días del año pasado, Telecinco mejora sus registros de la tarde en medio punto, mientras que Antena 3 retrocede 2,4, siendo Cuatro la cadena que más crece en la tarde con un aumento de 2,4 puntos hasta llegar al 5,6%. La distancia de Telecinco sobre Antena 3 se sustenta en el liderazgo sostenido de

‘Salvame’ sobre todos y cada uno de los espacios que componen la tarde de su inmediato competidor, integrada por la serie ‘Amar es para siempre’ y los concursos ‘¡Ahora caigo!’, ‘¡Boom!’ y ‘Pasapalabra’, de los que se distancia cada vez más semana tras semana.

La ventaja es más abultada todavía en el **target comercial**, donde con un 17,9% el programa de Telecinco **se impone por más de 8 puntos a la oferta de Antena 3, con un 9,6%**, y crece hasta el punto de casi duplicar el resultado en el **target RCH (Responsable de Compra del Hogar)**, nomenclatura que adoptó todo el mercado en sustitución del desfasado término ‘Amas de Casa’ a iniciativa de Publiespaña, donde el programa de Telecinco supera el 20%.

‘Salvame Tomate’ se impone a ‘Pasapalabra’ en 21 de 23 entregas, con una distancia de más de 3 puntos en la última semana

La llegada de ‘Pasapalabra’ a la parrilla de Antena 3 el pasado 18 de mayo, tampoco ha logrado vencer a **‘Sálvame Tomate’**, que se mantiene como la **opción más vista** incluso en la propia franja del concurso con un **18,6%, 2,5 puntos más que su competidor**, con un 16,1%. Concretamente, le ha ganado en 21 de las 23 jornadas disputadas en este mes en el que el concurso ha mostrado una tendencia descendente, pasando de un 17,4% en la primera semana a un 15,4% en la semana actual, cifras ante las que ‘Sálvame Tomate’ ha pasado de una distancia de 5 décimas a superarle por más de 3 puntos.

Una diferencia que crece igualmente en el **target comercial**, donde la distancia de ‘Salvame Tomate’, con un 18,8% es de más de 6 puntos sobre ‘Pasapalabra’, que desciende hasta el 12,5%. Igual sucede en RCH, con un 21,5% de cuota para Telecinco frente al 16,6% de Antena 3 o entre los jóvenes, donde Telecinco obtiene un 17,9% y Antena 3 un 13,6%.

‘Sálvame’, líder del consumo digital en directo de Mediaset España

‘Salvame Diario’, con su tres ediciones, es referente también en el consumo digital de contenidos en directo, liderando el *ranking* de los programas más vistos *online* de Mediaset España, con 2,5M de reproducciones de video y más de 335.000 navegadores únicos. El consumo del programa a través de las plataformas digitales crece un 41% respecto a abril y un 27% respecto a marzo, siendo la edición de ‘Sálvame Naranja’ la más vista en los tres meses.