

Madrid, 1 de marzo de 2020

Telecinco, canal que más crece respecto a enero, lidera febrero a 3,1 puntos de su rival

Crece 1,4 puntos sobre el mes anterior hasta un 14,9%, frente al peor febrero de Antena 3 de los últimos 9 años. Con un 14,7% en *target* comercial, incrementa hasta los 3,4 puntos su distancia sobre el mínimo histórico en este mes obtenido por su rival en el público más atractivo para los anunciantes

Cuatro es junto a Telecinco el único canal que cierra febrero al alza. Con un 6,1%, crece tres décimas y recorta distancia con La Sexta, a la que gana por un punto en *prime time* por segundo mes consecutivo con un 7,3% de *share* y en *target* comercial con un 7,2%

Mediaset España crece 1,6 puntos sobre enero liderando con un 29,6% de *share*, a 3,8 puntos de Atresmedia. Gana también el *prime time* con un 29% de cuota de pantalla, obteniendo la mayor ventaja histórica en febrero entre ambos grupos, y el *target* comercial con un 31,7% tras crecer 1,8 puntos sobre enero

Telecinco ha finalizado febrero al alza, liderando de forma absoluta y por **decimotavo mes consecutivo**, tras hacerse con la victoria en **28 de las 29 jornadas del mes**. Su mejora de 1,4 puntos sobre enero ha abierto una distancia de 3,1 puntos sobre Antena 3, que con un 11,8% de *share* anota su peor febrero de los últimos 9 años. Este triunfo se traslada por decimotava vez consecutiva al **perfil de público que más interesa al anunciante**, con un incremento de 1,5 puntos respecto a enero hasta un 14,7% de *share* y una distancia de 3,4 puntos respecto a su competidor, que con un 11,3% de cuota de pantalla registra su mínimo histórico en un mes de febrero.

Telecinco ha sido la primera opción con abultadas ventajas sobre Antena 3 en ***prime time*** (14,1% vs. 12,1%), ***day time*** (15,3% vs. 11,6%), **mañana** (15,1% vs. 10,9%), **tarde** (17,1% vs. 12%) y ***late night*** (17,9% vs. 9,6%).

La cadena suma **13 meses de victorias consecutivas en *prime time*** con un **14,1% de *share***, 2 puntos más que Antena 3, gracias a su variada oferta de ficción nacional y extranjera entre la que han destacado los liderazgos de **'Vivir sin permiso'** (**14,9% y 1,9M**) y **'El Pueblo'** (**15,5% y 2,1M**), ficción nacional más vista y con mejor cuota de pantalla de febrero, y el buen rendimiento de **'The Good Doctor'** (**10,8% y 1,7M** frente a **'Supervivientes: Tierra de Nadie'** en Cuatro).

En el ámbito del entretenimiento, Telecinco ha contado en febrero con el arranque de **'Supervivientes'** (**30,9% y 3M**) con el segundo dato de estreno más alto de su historia y el mejor de la temporada, así como de su debate dominical **'Supervivientes: conexión Honduras'** (**20% y 2,3M**), con su mejor debut de los últimos 4 años. Este mes ha concluido además el formato revelación de la temporada, **'La isla de las tentaciones'** (**27,5% y 3,4M**) liderando de forma absoluta la noche de los jueves y

con su última entrega convertida en la emisión no deportiva más vista del mes (30% y 3,9M). También ha finalizado **'El tiempo del descuento'** (18,8% y 2,2M) con el liderazgo de todas sus galas y con récord en su final (19,5% y 2,3M).

En fin de semana, **'Sábado Deluxe'** (17,8% y 1,9M) ha registrado su febrero con mejor cuota de pantalla de los últimos 4 años y su mayor distancia desde 2017 frente a Antena 3 (10,1 puntos).

'El programa de Ana Rosa' (19,4% y 608.000) ha sido el espacio con el *target* comercial más alto del *day time* (19,8%) anotando su mejor cuota de pantalla de los últimos 5 años y la mayor distancia histórica en febrero (6,6 puntos) sobre **'Espejo Público'** (12,8% y 394.000) que ha anotado el peor *share* en febrero de su historia y el menor seguimiento desde 2008.

'Ya es mediodía' (13,3% y 1,1M) ha crecido 1,4 puntos respecto a enero y ha sido igualmente imbatible en *target* comercial con un 15,6% de *share*, mientras **'Sálvame diario'** (17,5% y 1,9M) ha registrado su mejor febrero de los últimos 4 años, con **'Sálvame Limón'** (14,4% y 1,6M) anotando su mejor resultado mensual en cuota de pantalla de los últimos 5 años.

En el fin de semana **'Viva la vida'** (12,7% y 1,5M) y **'Socialité by cazamariposas'** (14,5% y 1,2M) han liderado su franja anotando éste último el mejor febrero de su historia con 1,6 puntos más respecto a enero.

En la media de sus ediciones de lunes a domingo, **Informativos Telecinco 21:00** (14,1% y 2,2M) ha sido la oferta con mayor seguimiento. La edición de lunes a domingo de las 15:00h (14,6% y 1,7M) ha registrado su mejor febrero en cuota de pantalla de los últimos 12 años, mientras que las ediciones de sobremesa y tarde de lunes a viernes (14,6% y 2M) han obtenido su mejor dato medio en febrero desde 2016.

La edición presentada de lunes a viernes por Pedro Piqueras ha sido la más vista con el respaldo de 2,3M de espectadores y un 14,6% de *share*, con una ventaja de 6 décimas sobre Antena 3 Noticias 2 (14%).

En el fin de semana, la edición de *prime time* ha sido líder indiscutible. En sobremesa (14,7% y 1,7M) con sus mejores datos en este mes desde 2008, como en *prime time* (13,3% y 2M), con su dato de *share* más alto en febrero desde 2016.

Cuatro anota su mejor febrero desde 2017 y por segundo mes consecutivo se impone a La Sexta en *prime time* y *late night*

El acierto de Mediaset España con sus propuestas de contenidos transversales en el horario estelar y la evolución al alza de la oferta de Cuatro con sus programas de producción propia en *day time* y *access prime time* se ha traducido en febrero en el segundo mes de crecimiento sostenido de la cadena, que con un 6,1% de *share*, anota hasta la fecha su mejor dato mensual desde julio de 2018 y su mejor febrero desde 2017, reduciendo a sólo 6 décimas su distancia sobre La Sexta, que con un 6,7% de *share* descendiendo 0,7 puntos sobre el mismo mes de 2019.

Cuatro ha crecido 2,2 puntos en *prime time* hasta un 7,3% de *share* respecto a febrero de 2019, marcando su mejor dato de los últimos 10 años y la mayor

distancia desde agosto de 2016 sobre La Sexta, a la que se impone por segundo mes. También casi la duplica en **late night con un 9,8% -supera también a Antena3 en esta franja (9,6%)-** y crece **0,8 puntos en day time** respecto a febrero de 2019 hasta el 5,5% de *share*. **Cuatro** es además **la cadena que mejor convierte su dato al target comercial con un 7,2% en total día y un 8,7% en prime time**, imponiéndose en ambas franjas a La Sexta.

‘La isla de las tentaciones’ en febrero (**28,5% y 3,3M**) ha cuadruplicado a Antena 3 (6,8%) y quintuplicando a La Sexta (4,7%). **‘El debate de las tentaciones’ (15,3% y 1,7M)** también ha triplicado a La Sexta. El estreno de **‘Supervivientes: tierra de nadie’ (23,2% y 3,3M)** ha sido el **mejor debut de la temporada en Cuatro**, con 3,4 puntos más respecto al arranque del formato el pasado año, liderando en todos los *targets* y multiplicando por cuatro los datos de Antena 3 (5,7%) y La Sexta (4,5%).

‘First Dates: crucero’ (7,2% y 991.000) ha superado a La Sexta en su franja y **‘First dates’ de lunes a jueves (7,7% y 1,3M)** también se ha situado por encima de su competidor, al igual que la edición de **los viernes (6,2% y 920.000)**.

Han destacado además **‘Planeta Calleja’ (7,4% y 1M)**; **‘El Concurso del Año’ (5,3% y 483.000)**, con su mejor dato mensual de los últimos 6 meses; **‘Cuatro al día’ (3,8% y 364.000)**, con su **segundo mejor dato mensual en cuota de pantalla**; y **‘Cuarto Milenio’ (6,6% y 748.000)**, también por encima de La Sexta.

Los temáticos de Mediaset España, 70 meses líderes

Con un **8,6% de share**, los canales temáticos de Mediaset España aventajan en 1,2 puntos a los de Atresmedia (7,4%), incrementando su dato hasta el **9,8% en target comercial**. **Factoría de Ficción (2,7%)** es el **más visto por 95º mes consecutivo**, con el mejor *target* comercial (3,3%) y el mayor dato en el público de 13 a 24 años (7,1%). Le sigue **Energy (2,4%)** con su **mejor registro histórico en un mes de febrero** y su **récord en target comercial** con un 2,8%. **Divinity (1,8%)** es la **televisión temática femenina líder en target comercial** con un 2,2% de *share* y un 2,6% en mujeres de 16 a 44 años. **Boing (10,9% en niños de 4 a 12 años)** es el **canal infantil líder de la televisión comercial** con su mejor febrero de los últimos tres años y 3 puntos de ventaja sobre Disney Channel, mientras que **Be Mad marca un 0,6% de share**.

Mediaset España, sin rival

Con un **29,6% de share**, 1,6 puntos más que en enero, **Mediaset España ha liderado el mes con su mejor dato desde julio de 2019**, estableciendo una ventaja de 3,8 puntos sobre Atresmedia (25,8%), la mayor en febrero de los últimos 5 años.

La distancia también ha sido de 4,8 puntos en **target comercial**, con un **31,7% de share** frente al 26,9% de Atresmedia, mejorando 2 puntos el dato de enero y con los espectadores jóvenes, el 34,5% entre 13 a 24 años y el 33,6% entre 25 a 34 años, como sus principales seguidores. Por franjas, se ha impuesto a Atresmedia tanto en **prime time (29% vs. 25,6%)** como en **day time (29,9% vs. 25,9%)**.