

Madrid, 1 de febrero de 2024

## Telecinco lidera el *target* comercial en enero y crece en *prime time* respecto al mismo mes del año pasado

- El grupo de canales de Mediaset España cierra el primer mes del año con un **25,2% de share** y lidera de nuevo, por 22º mes consecutivo, **entre los espectadores más demandados por los anunciantes** con un 27,7%, 2,1 puntos por delante de la segunda opción en este segmento (25,6%).
- Es el **grupo que más crece (+1,2) respecto a enero de 2023 en la franja de *prime time* con un 24,7 de share**, frente al descenso de 0,6 puntos de su directo competidor (26,8%) y suma **seis meses consecutivos de liderazgo mensual en el *target* comercial del *prime time* (26,8%)**.
- **Telecinco** registra un 9,9% en enero y crece hasta el 10,2% en *target* comercial, compartiendo el liderazgo de este segmento con su directo competidor. **En *prime time* (9%) crece 0,7 puntos con respecto al pasado año**, frente al descenso de 1,9 puntos de su principal competidor (14,0%). En el *target* comercial de esta franja sube al 9,8%. Además, es la cadena más vista en el *target* comercial del *day time* (10,4%).
- **Cuatro (5,5%) obtiene su mejor enero de los últimos 4 años tras crecer 1 décima respecto a diciembre y 3 frente al mismo mes del pasado año**. Es la tercera cadena comercial en *prime time* (6,5%) con su **mejor dato desde febrero de 2020 y su mejor enero de los últimos 4 años**, por delante de su competencia directa (5,4%). También es la tercera cadena privada en el *target* comercial del *prime time* (7,3%) con su **mejor enero desde 2020**, a más de 1 punto de su competidor (6,1%).

### Programas más destacados de Telecinco

- **'La mirada crítica'** (12% y 262.000) crece 1,1 punto respecto al mes pasado y lidera entre los jóvenes (10,1).
- **'Vamos a ver'** (15,4% y 478.000), **líder de su franja y del *target* comercial (16,3%)** anota su **récord mensual en ambas métricas**. **'Vamos a ver más'** (11,2% y 803.000) alcanza su **mejor marca mensual en número de espectadores** y sube al 12,7% en *target* comercial.
- **'Así es la vida'** (9,2% y 907.000) anota su **mes más visto y lidera el *target* comercial (10,2%)**.
- **'TardeAR'** (10,4% y 922.000) sigue imbatible en *target* comercial (10,8%).
- **'Reacción en cadena'** (10,4% y 1.170.000) **consigue el mes más visto de su historia, tanto en share como en espectadores**, y es líder en *target* comercial (12,5%).

- **'La isla de las tentaciones'** (14,8% y 1.239.000) líder de su franja y en *target* comercial (19,8%) y menores de 55 años con 33,2% entre los jóvenes de 16 a 34 años y 38% en 13-24.
- **'GH DÚO'** (jueves) (12,8% y 928.000) se impone entre las televisiones comerciales en su franja y en *target* comercial (12,2%). **'GH DÚO: el debate'** (10,7% y 967.000) también lidera entre las televisiones comerciales y de forma absoluta en *target* comercial (11%).
- **'De viernes!'** registra 11,4% y 1.017.000 espectadores y **'Bailando con las estrellas'** (12,3% y 1.104.000) lidera su franja y en *target* comercial (11,4%).
- **Informativos Telecinco 21 h** (lunes a viernes) (9,8% y 1.281.000) crece al 11,2% en *target* comercial. El estreno de Carlos Franganillo en esta edición el pasado 15 de enero firmó su **entrega más vista de la temporada y desde el 6 de febrero**, con 1.559.000 espectadores. **La edición de las 21 h** (sábados y domingos) (10% y 1.286.000) anota su **mes más visto desde marzo**. **La edición de las 15 h** (lunes a viernes) (10,9% y 1.110.000) sube al 12,4% en *target* comercial. Durante los fines de semana, la **edición de sobremesa** alcanza un 10,7% y 1.069.000 espectadores, y crece al 11,3% en *target* comercial.

## Programas más destacados de Cuatro

- Las nuevas entregas de **'First Dates'** alcanzan su **mes más competitivo desde agosto de 2019** en su edición de **lunes a jueves** (8,8% y 1.218.000) y el **enero más competitivo de su historia en la de los viernes** (7,7% y 945.000), en ambos casos, por encima de su competencia directa (6,8% y 4,9%, respectivamente).
- **'Planeta Calleja'** (9,1% y 869.000) **mejor estreno de Cuatro en enero**, supera a su competidora (5,8%) y crece al 12,1% entre los espectadores de 25 a 44 años.
- **'Código 10'** (7,4% y 500.000) **bate su récord histórico en espectadores**, supera a su directa competencia (4,8%) y crece al 8,4% en *target* comercial.
- **'En guardia: mujeres contra el crimen'** (5,3% y 579.000) aventaja a su competidora en la franja (5%).
- **'Horizonte'** (6,2% y 490.000) anota su **mejor dato mensual desde junio de 2023** y también es favorito frente a su competencia (3,3%).
- **'Cuarto Milenio'** (7% y 878.000) alcanza su **mejor resultado mensual de los últimos dos años** y supera en su franja a su inmediato competidor (5,1%).
- **Noticias Cuatro 1** (5,3% y 389.000) arranca esta semana su nueva etapa con un incremento de 1 punto respecto a la misma franja de la semana anterior (4,3%). **Noticias Cuatro 2** (4,6% y 496.000) también ha crecido 0,2 puntos en su nueva etapa respecto a la misma franja de la semana anterior (4,4%).
- **'En boca de todos'** (4,6% y 251.000) mantiene su **récord histórico en cuota de pantalla** y crece al 5,2% en *target* comercial. **'Todo es mentira'** (5,7% y 549.000) sube al 7% en *target* comercial.

## Canales temáticos

- **Los canales temáticos de Mediaset España suman 117 meses consecutivos de liderazgo** con un 9,8%, su **mejor dato en enero de su historia**, y también se impone en *target* comercial (11,2%). Ambas marcas son las más **altas de un mes de enero en su historia**.
- **Energy** (2,7%) suma 18 meses de liderazgo entre las temáticas, este mes compartido con **FDI** (2,7%), que anota su **mejor enero de los últimos 4 años**, es líder del *target* comercial entre las temáticas (3,7%) y el **canal más visto entre los jóvenes** (6,2%).
- **Divinity** (1,9%), es el **canal femenino líder** en *target* comercial con un 2% y marca una ventaja de 7 décimas respecto a su competencia directa en este parámetro.
- **Boing** es el **canal infantil líder entre los niños por 30º** mes consecutivo con un 10,2%, con un incremento de 3 décimas respecto a 2023.
- **Be Mad** bate sus propios récords con el **mejor enero en su historia tanto en el total mes** (1,7%), **en target comercial** (1,5%) **como en su target objetivo, hombres entre 16 a 44 años** (1,8%).