

Madrid, 1 de agosto de 2019

Telecinco lidera julio por sexto año consecutivo con victoria 30 días del mes

Mediaset España ha vuelto a ofrecer la oferta multicanal más vista de la televisión con un 29,7% en total día, a 4,4 puntos de Atresmedia (25,3%); un 30,8% en *prime time* frente al 25,2% de su inmediato competidor y un liderazgo indiscutible en *target comercial*, tanto de total día (31,8%) como de *prime time* (31,9%), superando en ambos a Atresmedia (26,2% y 26,5%).

Además de su sólida hegemonía diaria en total individuos (14,7%), con una distancia de 3,6 puntos sobre Antena 3 (11,1%), **Telecinco ha liderado el *target comercial* (13,9%)** con una distancia también de 3,6 puntos sobre su inmediato competidor, que con un 10,3% anota su peor registro histórico mensual en dicho parámetro.

Telecinco firma este mes una década de liderazgo absoluto del horario de máxima audiencia en un mes de julio con un 15,6% de *share*, con una diferencia de 4,4 puntos sobre Antena 3 (11,2%). El público más demandado por los anunciantes, el *target comercial*, también ha elegido de forma mayoritaria la oferta de Telecinco en *prime time* sobre la de su inmediato competidor (14,3% vs. 11,7%).

Telecinco, de los últimos 66 meses es la cadena más vista en 62 de ellos.

La cadena ha sido la televisión más vista de las principales franjas del día: *day time* (14,3% vs. 11,1%), mañana (13,8% vs. 9,8%), tarde (16,7% vs. 12,9%) y *late night* (16,8% vs. 7,7%) con amplias distancias sobre la segunda opción.

Ha liderado cinco noches de la semana, siendo Cuatro la protagonista de los martes, y en 11 de los 14 mercados regionales: Asturias (20,1%), Canarias (19,1%), Madrid (16,6%), Euskadi (15%), Andalucía (14,9%), Valencia (14,4%), Galicia (14,3%), Murcia (14,2%), Castilla y León (13,8%), Baleares (13,6%) y el denominado Resto (16,3%).

Ficción, información y entretenimiento, protagonistas de Telecinco en julio

La cadena repite **liderazgo global de la oferta informativa con la suma de las ediciones de sobremesa y prime time de lunes a domingo de Informativos Telecinco (15,2% y 1.633.000)**, con la mejor cuota desde enero'19, (igualando el dato de mayo de 2019). La edición presentada por **Pedro Piqueras** ha sido la más vista de la televisión con una media del **18,3% de share y 1.926.000 espectadores**, con su mejor cuota desde julio de 2016, a 4,4 puntos de Antena 3 Noticias 2 (13,9%) y a 8 puntos de Telediario 2 de TVE1 (10,3%). Los sábados y domingos Informativos Telecinco 21 horas (14,5% y 1.417.000) también lidera con su mejor cuota desde marzo de 2018 tras crecer 1,2 puntos sobre el mes anterior. La edición de mediodía de Fin de Semana (14,3% y 1.503.000), **por tercer mes consecutivo** se posicionan como los más vistos entre los informativos de sobremesa-fin de semana.

En ficción, la triple oferta de series de Telecinco ha liderado de forma absoluta su franja: **'Señoras del (h)AMPA' (14,7% y 1.783.000)**, **'The Crossing (La Travesía)' (12,9% y 1.335.000)** y **'The Rookie' (13,4% y 1.300.000)**.

La cadena tampoco ha tenido rival en los formatos de entretenimiento, donde en julio ha tenido lugar la final más competitiva de la historia de **'Supervivientes'** con un 40,6% de share. El **reality de aventuras ha constatado su extraordinaria sintonía con los espectadores, anotando una media en el mes de julio del 36,6% de share y 3.634.000 seguidores en sus galas.**

Además, **'Ven a cenar conmigo: gourmet edition' (15,5% y 1.858.000)** ha liderado su franja, al igual que a **'Me quedo contigo' (13,3% y 1.468.000)**, **'Mi casa es la tuya' (13,8% y 1.502.000)** y **'Sábado Deluxe' (18,1% y 1.478.000)**.

En *day time*, Telecinco ha ofrecido los programas más competitivos de julio: **'El programa del verano' (16,9% y 540.000)** ha liderado las mañanas tras crecer 1,3 puntos sobre su dato de julio del pasado año; **'Ya es mediodía' (11,7% y 986.000)** ha mejorado 2,7 puntos sobre el pasado julio; **'Sálvame diario' (16,8% y 1.635.000)** ha celebrado 102 meses de liderazgo consecutivo con una cuota de pantalla 1,5 puntos por encima de julio de 2018 y **'Pasapalabra' (18,9% y 1.686.000)** ha vuelto a imponerse en su franja con la mejor cuota mensual desde junio de 2016.

Los fines de semana, **'Socialité by Cazamariposas' (14% y 1.115.000)** ha marcado su segundo mes más competitivo, con la hegemonía de su franja, y **'Viva la vida' (12,1% y 1.207.000)** ha vuelto a ser imbatible por las tardes.