

Madrid, 1 de diciembre de 2017

AUDIENCIAS NOVIEMBRE

**MEDIASET ESPAÑA (28,5%), GRUPO AUDIOVISUAL LÍDER
CON SU MEJOR MARCA DE LA TEMPORADA**

Telecinco, cadena más vista de noviembre por cuarto año consecutivo

**La cadena (13,1%) suma 10 meses de liderazgo ininterrumpido y
aventaja en 1,1 puntos a su competidor (12%)**

**Primera opción en *prime time* (13,6%), *day time* (12,9%) y *target
comercial* (12,8%), convirtiéndose en la cadena que más crece en
estos parámetros**

También lidera la franja de tarde (14,6%) y *late night* (15,5%)

**Es la favorita entre espectadores de 25 a 34 años (13,4%) por 34º
mes consecutivo**

- Es la opción preferida 4 de las 7 noches de la semana y la cadena que más días lidera del mes: 23, el 76,7% de los días disputados. También es líder en Asturias (21%), Murcia (15,5%), Canarias (15,4%), Euskadi (15,3%), Andalucía (14,2%), Madrid (14,1%) y Galicia (12,9%).
- Sitúa 10 emisiones entre las más vistas del mes entre las cadenas comerciales, entre ellas la película **‘Cincuenta sombras de Grey’** (26,5% y 4.431.000), convirtiéndose en la emisión no deportiva más vista de la temporada Además es el largometraje más visto de los últimos dos años; las otras 9 restantes emisiones son los títulos cinematográficos **‘Ocho apellidos catalanes’** (20,9% y 3.561.000) y **‘El amanecer del planeta de los simios’** (20,2% y 3.296.000); los **partidos amistosos de España** ante Rusia (26,8% y 4.048.000) y ante Costa Rica (23,3% y 3.668.000); el estreno de la serie de ficción **‘El accidente’** (20,3% y 3.243.000); tres entregas de **‘La que se avecina’** (21,7% y 3.063.000; 20,8% y 3.045.000 y 20,7% y 3.033.000, respectivamente, e **Informativos Telecinco 21:00h** (17,9% y 3.014.000).

INFORMATIVOS TELECINCO (14,2% Y 2.041.000) ANOTA SU MEJOR SHARE MENSUAL DE LA TEMPORADA EN SUS PRINCIPALES EDICIONES DE LUNES A DOMINGO

- En un mes marcado nuevamente por la actualidad política y la convocatoria de elecciones en Cataluña, Informativos Telecinco se impone, con todas sus ediciones de lunes a domingo, en 0,9 puntos a Antena 3 Noticias (13,3% y 1.870.000).
- Presentado por Pedro Piqueras, Informativos Telecinco 21:00h de lunes a viernes es nuevamente el más visto del mes con un 16,3% de *share* y 2.681.000 espectadores, su máximo desde enero de 2017. Supera en 3,9 puntos a Antena 3 Noticias 2 (12,4% y 2.002.000), que se sitúa en tercera posición después de Telediario 2 (13% y 2.227.000).
- La edición de noche de lunes a domingo (15,1% y 2.478.000) también lidera de forma absoluta entre todas las cadenas, imponiéndose a su competidor en 3,2 puntos (11,9% y 1.906.000), de nuevo superado por TVEI (12,7% y 2.170.000).
- De lunes a viernes, las ediciones de sobremesa y noche anotan sus mejores datos de la temporada con una media de 15,1% de *share* y 2.203.000 espectadores, imponiéndose en 1,3 puntos a Antena 3 (13,8% y 1.955.000), en tercera posición después de La 1 (14% y 2.094.000).

ESPACIOS DE PRIME TIME

- **‘La que se avecina’** (20,5% y 2.989.000), líder indiscutible en su franja duplica a su inmediato competidor (10,5% y 1.535.000). Es la primera opción en todos los *targets* excepto en mayores de 64 años, anotando un destacado 36,9% de *share* entre los jóvenes y un 33,3% en espectadores de 25 a 34 años. Anota un 24,2% en *target* comercial, el mejor de su horario de toda la televisión.
- **‘El accidente’** (20,3% y 3.243.000) se convierte en el mejor debut de entre las seis ficciones de estreno de esta temporada en todas las televisiones. Lidera en todos los *targets* salvo en mayores de 64 años, con un destacado 25,8% entre espectadores de 25 a 34 años y un 23,1% en jóvenes.
- **‘Mi casa es la tuya’** (14,3% y 1.904.000), primera opción de su franja igualado con su competidor (14,3%), crece hasta el 14,5% entre los jóvenes de 13-24 años.
- Las **galas de los jueves de ‘GH Revolution’** (13% y 1.355.000) y **El Debate de los domingos** (13,7% y 742.000) lideran ampliamente superando en sus bandas horarias a Antena 3, que marca un 8,9% - 925.000 y 9,3% - 504.000, respectivamente.

- **‘La Voz’** es la opción favorita de la noche de los viernes, promediando un 16,9% de *share* y 2.027.000 espectadores. Alcanza un 17,9% de cuota en *target* comercial, el mejor de todo su horario, y destaca en jóvenes de 13 a 24 años (22,4%) y en espectadores de 25 a 34 años (18,9%).
- **‘Sábado Deluxe’** (14,7% y 1.585.000), primera opción de su franja, mejora 1,4 puntos respecto a octubre y establece una distancia de más de 5 puntos sobre su competidor (9,6% y 1.037.000).
- Los domingos, **‘Cine 5 estrellas’** arrasa en su horario con un 19,9% de *share* y 3.289.000 espectadores, a 10 puntos de Antena 3 (8,9% y 1.478.000). Crece hasta el 21,3% en *target* comercial.

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa de Ana Rosa’** anota un 17,5% de *share* y 532.000 espectadores, aventajando en 1,2 puntos a ‘Espejo Público’ (16,3% y 496.000). Registra un 17,3% de cuota en *target* comercial.
- **‘Mujeres y hombres y viceversa’** (10,1% y 671.000) crece 0,7 puntos respecto a octubre y lidera entre los jóvenes de 13-24 años (21,6%) y los espectadores de 25-34 años (17,2%). Crece 2,9 puntos en *target* comercial, hasta anotar un destacado 13,0%, el segundo mejor de su franja.
- **‘Cámbiame’** (9,9% y 1.083.000), primera opción entre las televisiones comerciales, mantiene el liderazgo entre los menores de 35 años (12,2%), alcanzando un 15,4% entre los jóvenes de 13-24 años. Anota un 11,1% en *target* comercial, el segundo mejor de su horario.
- **‘Sálvame diario’** mantiene la victoria en su horario de emisión con la suma de sus ediciones ‘Limón’ y ‘Naranja’ (15,1% y 1.649.000), a 2,5 puntos de Antena 3 (12,6% y 1.367.000). Marca el mejor *target* comercial de su franja (15%), 5 puntos más que su inmediato competidor (10%).
- **‘Pasapalabra’** (16,0% y 2.231.000) se mantiene imbatible en su banda horaria y suma casi 3 puntos más que su principal competidor (13,2% y 1.835.000).
- **‘Socialite by Cazamariposas’** (8,7% y 766.000) logra este mes su récord en cuota y espectadores.
- **‘Viva la vida’** logra un 11,3% de *share*, bate su récord histórico de espectadores con 1.469.000 y crece 1,1 puntos respecto al mes pasado.

Cuatro (6,1%) supera a La Sexta en público menor de 55 años (7,3% vs 6,8%)

Incrementa un mes más su *target* comercial (7,3%) y anota su mejor *prime time* de noviembre en los últimos 4 años (6,7%)

- **Crece 0,2 puntos respecto a octubre hasta el 6,1% de *share* y 0,4 puntos en el mismo período hasta el 7,3% en *target* comercial** frente a la caída de su rival, que pierde 1,5 puntos en cuota de pantalla y 1,8 puntos en el parámetro más valorado por los anunciantes.
- **Cuatro recupera su liderazgo habitual sobre La Sexta en público menor de 55 años (7,3% vs 6,8%).** En jóvenes de 13 a 24 años anota 2 puntos de distancia (6,7% vs 4,7%), cifra que prácticamente se repite entre espectadores de 25 a 34 años (8% vs 6,1%).
- Por franjas, Cuatro crece 0,7 puntos en *prime time* hasta el 6,7%, frente a la bajada de 1,3 puntos de su competidor directo. Es su mejor resultado en un mes de noviembre desde 2014. En *day time*, repite resultado (5,8%) frente a la caída de 1,7 puntos de La Sexta.

ESPACIOS INFORMATIVOS

- **De lunes a viernes, Noticias Cuatro 1** promedia un 10,2% y 1.017.000 espectadores, mientras que **Noticias Cuatro 2** (4,2% y 506.000) anota su mejor resultado desde febrero (527.000).
- **Noticias Cuatro 1 Fin de Semana, con un 10,3% y 1.026.000,** anota su récord histórico en un mes de noviembre.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro** (6,3% y 782.000) supera un mes más a La Sexta (4,8% y 597.000). Aumenta hasta el 8% en *target* comercial y destaca en jóvenes de 13 a 24 años (9,7%).
- **'Las Mañanas de Cuatro'** reduce su distancia con La Sexta y anota un 10,2% y 605.000 espectadores.

ESPACIOS DE PRODUCCIÓN PROPIA

- **‘Ven a cenar conmigo’** (5,3% Y 796.000) continúa su evolución ascendente, 1 punto más respecto a octubre. Supera a La Sexta en *target* comercial (7,6% vs 7,1) y menores de 55 años (8,1% vs 6,1%) con especial relevancia en público de 25 a 34 años, promediando un 10% frente al 5,4% de La Sexta. El concurso reduce en un mes la distancia entre Cuatro y La Sexta en franja de 4,4 puntos hasta dejarla en 0,8 décimas.
- **‘First Dates’ (L-J)** crece 0,8 puntos hasta el 7,9% y 1.463.000, espectadores, su mejor cifra de los últimos seis meses. Crece 2,1 puntos hasta el 10% en *target* comercial y supera a La Sexta en menores de 34 años, destacando su 12,8% en 25-34 años frente al 8% de su competidor.
- **‘Quién quiere casarse con mi hijo’** (8,2% y 1.050.000) es líder absoluto entre los espectadores menores de 35 años, donde promedia un 14,9% de *share* con un 17,8% en espectadores de 25 a 34 años. Crece 2,6 puntos en *target* comercial (10,8%) y se sitúa 3,3 puntos por delante de La Sexta.
- **‘Granjero busca esposa’** (8,4% y 1.061.000) mantiene el liderazgo absoluto en menores de 35 años (14,9%), sobresaliendo en público de 25 a 34 años (17,3%). Supera a La Sexta en la práctica totalidad de *targets*. Crece 1,3 puntos en *target* comercial.
- **‘Samanta y...’** anota un 8,9% y 1.393.000 espectadores, aumenta 2,7 puntos en *target* comercial hasta el 11,6% y supera a su competidor en espectadores menores de 55 años. Destaca en público de 25 a 34 años, donde marca un 16,5% y cuadruplica a La Sexta (4,4%).
- **‘Fuera de cobertura’** (5,6% y 869.000) alcanza el 7,3% en *target* comercial y se sitúa por delante de La Sexta en público de 25 a 34 años (8,1% vs 4,3%) y 35 a 54 años (7,6% vs 7,4%).
- **‘Volando voy’**, con 8,5% y 1.635.000 en noviembre, se impone a Antena 3 en cuota (7,2%) y *target* comercial (8,9% vs 7,7%). Cierra su tercera temporada con una media de 8,8% y 1.625.000 espectadores, su mejor resultado histórico en cuota y público.
- **‘Chester’** (9,6% y 1.765.000), líder absoluto de su franja en *target* comercial (10,2%) y en público de 25 a 34 años (10,9%), anota su mejor estreno de temporada en los tres últimos años. Se impone a La Sexta en espectadores menores de 55 años (9,6% vs 8,1%).

- **‘Cuarto Milenio’** mantiene su hegemonía habitual frente a su competidor (7,8% y 903.000 vs. 7,7% y 890.000), crece 1,7 puntos hasta el 9,5% en *target* comercial y duplica a su rival en espectadores de 25 a 34 años (10% vs 4,9%).
- **‘Dani y Flo’** (3,3% y 392.000) se impone a La Sexta en público joven de 13 a 24 años (6,7%) frente al 5,8% de su competidor.

CINE

- **‘Home Cinema 1’** (7,6% y 960.000 espectadores) se impone a La Sexta (5,3% y 671.000), a la que también se impone en *target* comercial (9,3% vs. 6,3%) y con sus mejores datos en espectadores de 25 a 34 años (10,1% vs. 5,6%) y público de 35 a 64 años (9,8% vs. 6,6%).
- **‘Home cinema 2’** anota un 6,2% y 769.000 espectadores frente al 4,5% y 562.000 de La Sexta. También supera a La Sexta en *target* comercial (7,4% vs. 5,1%) y su mejor dato lo consigue en público de 35 a 54 años (8,2% vs. 5,3%).

Los canales temáticos de Mediaset España (9,3%) crecen 8 décimas respecto a octubre y aventajan en 1,5 puntos a los de Atresmedia (7,8%)

- **Factoría de Ficción** (3,3%), líder de las televisiones temáticas, encadena 68 meses de liderazgo ininterrumpido y es el tercer canal más visto por los jóvenes de 13 a 24 años (9,8%), *target* en el que supera en casi 3 puntos a Neox (6,9%). Un mes más bate a su principal competidor en total individuos (2,6%) y en *target* comercial (4,3% vs. 3,8%). El largometraje de Telecinco Cinema ‘Ocho apellidos catalanes’ (5,5% y 879.000 espectadores) coronado su *ranking* de emisiones en noviembre.
- **Divinity** (2,1%) se impone a Nova en *target* comercial (2,7% vs. 2%) y en mujeres de 16 a 44 años (3,3% vs. 3,0%), marcando una ventaja de 0,7 y 0,3 puntos, respectivamente. El filme ‘Cincuenta sombras de Grey’ (3,7% y 463.000) ofrecida en el contenedor cinematográfico ‘Sofá, Cine y Divinity’, ha sido la emisión más vista del canal durante el mes.
- **Energy** (1,9%) crece respecto a octubre, se impone a Mega (1,6%) por 17º mes consecutivo y eleva su media nacional en el *target* comercial hasta el 2% de *share*.

La serie de investigación forense 'C.S.I. Las Vegas' (2,8% y 542.000) se alza como la emisión más seguida.

- **Boing** (1,3%), **canal infantil líder de la televisión comercial**, gana un mes más a Disney Channel (1,1%), al que supera por 35º mes consecutivo en niños de 4 a 12 años (12,5% vs. 10,2%). La película de animación 'Los Minions' (4,1% y 664.000 espectadores) ha sido su espacio con mayor audiencia durante el mes.
- **Be Mad** (0,6%) supera en total individuos a los canales Real Madrid HD (0,3%) y Ten (0,3%), a los que también bate en *target* comercial (0,8% vs. 0,2% y 0,4%) y en su *core target*, hombres de 16 a 44 años (0,9% vs. 0,3% y 0,3%). El concurso 'Ven a cenar conmigo' (1% y 166.000) es su emisión más vista en noviembre.

MEDIASET ESPAÑA (28,5%), GRUPO AUDIOVISUAL MÁS VISTO, ANOTA SU MEJOR MARCA DE LA TEMPORADA

- Supera en 1,1 puntos a Atresmedia (27,4%), al que también vence en *target* comercial por casi 2 puntos (30,9% vs. 29%).
- Aventaja a su rival en *prime time* (29% vs. 27,4%) y en *day time* (28,2% vs. 27,5%), creciendo 1,4 puntos en esta franja respecto a octubre.
- Es el grupo que más público joven atrae: un 35,9% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 32,7% en los espectadores de 25 a 34 años.