

## **5** TELECINCO CIERRA NOVIEMBRE CON UN 14% DE *SHARE*

Es la televisión preferida por los espectadores en *prime time* con un 13,9% de *share*

La cadena se sitúa en noviembre como la televisión comercial que más victorias diarias registra (15 de los 30 días disputados)

Lidera el ranking de las emisiones comerciales más vistas del mes con las dos partes de la película "Avatar"

Telecinco es la cadena más vista de forma absoluta las noches de los martes, miércoles y viernes

"El programa de Ana Rosa" (21,8% y 626.000) ha anotado su mejor mes en cuota de pantalla desde mayo de 2007 y su mejor registro de espectadores desde julio de 2009, liderando su franja de emisión frente al resto de cadenas. Se afianza como líder indiscutible de la mañana con una ventaja de 4,5 puntos sobre "Espejo Público" (17,3% y 485.000)

Informativos Telecinco se erige como referencia informativa de forma absoluta con una media de 2.056.000 espectadores y un 13,5% de *share* en sus principales ediciones de sobremesa y *prime time* de lunes a domingo

Informativos Telecinco 21:00 horas es la edición líder de la televisión, tanto de lunes a viernes con Pedro Piqueras (14,3% y 2.479.000) como de lunes a domingo incluyendo las ediciones de sábados y domingos presentadas por Pepe Ribagorda (13,7% y 2.366.000)

El informativo presentado por Pedro Piqueras se ha anotado la victoria informativa nocturna 19 de los 21 días laborables disputados

Más de 6 millones de espectadores han convertido a "Avatar" en la película más vista en televisión desde el año 2.000 con una media en sus dos entregas de 6.155.000 espectadores y un 32,1% *share*. Su pase en la sobremesa de Cuatro (17,4% y 2.468.000) convirtió a "Avatar" asimismo en el largometraje más visto de la historia de este canal en dicha franja y de todo el año

"Titanic", también emitida por Telecinco dentro de sus dos entregas de "La noche de James Cameron" logró superar el 20% de *share* con cerca de dos millones de seguidores

Las batallas y la primera gala en directo de "La Voz" han congregado en noviembre a una media del 21% de *share* y 3.029.000 espectadores. La cuota de pantalla crece hasta rozar el 30% entre los jóvenes de 13 a 24 años (29,6%). En *target* comercial "La Voz" también crece, situándose en un 23,2% de *share*

Los martes, "Tierra de Lobos" ha acumulado una media de 2.055.000 espectadores y un 12,2% de *share*

Los jueves, “Hay una cosa que te quiero decir” obtiene una media de 1.843.000 espectadores y un 15,8% de *share*, anotando el pasado jueves su récord de temporada

“Sálvame Deluxe” ha vuelto a situarse como la opción líder en la noche de los viernes con una media en noviembre del 18,1% de *share* y 2.237.000 espectadores

En deportes, este mes Telecinco ha concluido la retransmisión del Campeonato del Mundo de Moto GP más visto de la historia con una media del 28,6% de *share* y 2.861.000 espectadores tras alcanzar en el Gran Premio de Valencia (43,8% y 4.978.000) el récord histórico de seguidores en la categoría reina

El encuentro de la Selección Española de Fútbol ante Guinea Ecuatorial (25,1% y 4.448.000) se ha situado como el partido amistoso más visto de *La Roja* desde junio de 2012

Por la tarde, “Sálvame diario” (16,9% y 1.936.000) y “Pasapalabra” (15,7% y 2.258.000) se han impuesto en sus respectivas franjas de emisión al resto de ofertas

Los fines de semana, “¡Qué tiempo tan feliz!” obtiene el seguimiento de 1.748.000 espectadores y el 12,6% de *share*

Por mercados regionales, Telecinco supera a sus competidores en Asturias (17,4%), País Vasco (16,6%), Canarias (15,6%), Murcia (15,1%), Galicia (14,9%), y Baleares (13,8%)



## CUATRO CIERRA NOVIEMBRE CON UN 5,8% DE SHARE Y UN TARGET COMERCIAL QUE ASCIENDE AL 7,2%

Obtiene un 5,2% en *prime time* y un 6,1% en *day time*, registrando una excelente conversión de dichas franjas en *target* comercial, con un 6,3% en el horario estelar y un 7,6% en *day time*

El canal ha superado su media en los mercados regionales de Canarias (6,9%), Madrid (6,4%), Murcia (6,4%), Valencia (6,2%), Andalucía (5,9%), Castilla-La Mancha (5,9%) y País Vasco (5,9%)

“¿Quién quiere casarse con mi hijo?” se ha despedido en noviembre con la final más vista de sus tres ediciones ante 2.002.000 seguidores y un 12,5% de *share*, cifras que han batido el récord de temporada del formato. El programa presentado por Luján Argüelles congregó en su final el 27,9% de *share* de los espectadores jóvenes de 13 a 24 años

El estreno de “¿Quién quiere casarse con mi madre?” ha anotado en noviembre con sus dos entregas una media del 7,8% de *share* y 1.201.000 espectadores, cifras que crecen hasta el 10,7% en *target* comercial y que se disparan igualmente hasta el 17,7% de *share* en jóvenes de 25 a 34 años

Los viernes, “Hermano Mayor” ha congregado a una media de 1.564.000 espectadores y un 8,7% de cuota de pantalla, liderando su franja ante LaSexta

En fútbol, este mes han destacado el encuentro amistoso de la Selección Española ante Sudáfrica (23,6% y 4.036.000), cuatro partidos de la Liga BBVA (6,3% y

1.172.000), dos encuentros de la Europa League (7,5% y 1.185.000) y uno de la Selección Sub-21 (6,6% y 1.151.000)

“Noticias Cuatro Deportes” ha vuelto a liderar la sobremesa ante su inmediato competidor con una media del 8,5% de *share* y 1.132.000 espectadores

“Las mañanas de Cuatro”, presentado por Jesús Cintora, ha cerrado noviembre con una media del 6,8% de *share* y 331.000 espectadores

En *late night*, Cuatro ha vuelto a contar cada domingo con “Cuarto Milenio”, seguido por una media de 736.000 fieles y un 9,2% de *share*



## LOS TEMÁTICOS DE MEDIASET ESPAÑA ALCANZAN UN 9,2% DE *SHARE*



## FACTORÍA DE FICCIÓN CIERRA SU 20º MES CONSECUTIVO DE LIDERAZGO CON UN 2,9% DE *SHARE*

También es la primera opción en el *target* comercial con un 3,6% de *share*

En *prime time*, Factoría de Ficción ha alcanzado el mejor registro entre los temáticos con un 2,6% de cuota de pantalla. También ha liderado el *day time* con un destacado 3% de *share*

Concluye noviembre como el canal temático de referencia entre los jóvenes de 13 a 24 años, segmento donde registra un excelente 7,5% de cuota de pantalla



## DIVINITY OBTIENE UN 3,3% EN MUJERES DE 16 A 44 AÑOS CON UN 1,7% DE *SHARE* EN TOTAL INDIVIDUOS

Alcanza un *target* comercial del 2,3% de cuota de pantalla



## ENERGY ALCANZA UN 1,8% EN HOMBRES DE 25 A 44 AÑOS

Cierra el mes con un 1,1% en total individuos y crece hasta el 1,4% de cuota en el *target* comercial



## BOING, CANAL COMERCIAL INFANTIL LÍDER CON UN 14,3% DE *SHARE* EN NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS Y UN 1,7% EN TOTAL INDIVIDUOS



## LASIETE CIERRA EL MES CON UN 1,3% DE *SHARE* Y UN 1,4% EN *TARGET* COMERCIAL



## NUEVE CONSIGUE UN 0,6% EN TOTAL DÍA, 0,6 EN *TARGET* COMERCIAL Y 0,8% EN MUJERES 16-44 AÑOS



# MEDIASET ESPAÑA CIERRA NOVIEMBRE CON UN 29% EN TOTAL DÍA Y UN 31,1% EN *TARGET* COMERCIAL

GABINETE DE PRENSA  
**MEDIASET***españa.*



 @mediasetcom