

Madrid, 16 de noviembre de 2017

AUDIENCIAS MIÉRCOLES 15 DE NOVIEMBRE

‘¿Quién quiere casarse con mi hijo?’ (9,8% y 1.294.000) marca récord de temporada en su final imponiéndose de forma absoluta en público de 13 a 54 años (13,8%)

- La última entrega del *dating show* presentado por Luján Argüelles superó en 3,7 puntos en su franja a La Sexta (6,1% y 803.000), destacó entre espectadores de 25 a 34 años (20,4%) y creció hasta el 13% en *target* comercial.
- La sexta temporada del programa anotó una media del 8% de *share* y 1.012.000 espectadores, superando en su franja a La Sexta (7,7% y 972.000) y convirtiéndose en la primera opción entre espectadores de 25 a 34 años (18,7%).
- **‘Ven a cenar conmigo’** (6,1% y 948.000) anotó nuevo record en *access prime time* en días laborables y superó a La Sexta en su franja (5,7% y 880.000) con los espectadores de 25 a 34 años (9,8%) y de 35 a 54 años (10,7%) como sus mejores públicos.
- **‘First dates’** (8,4% y 1.553.000), espacio más visto de Cuatro, logró su segunda emisión más vista de la temporada e incrementó su cuota en *target* comercial (11,1%).
- **Noticias Cuatro Deportes** (6,6% y 823.000) se impuso en su franja a La Sexta (5,3% y 659.000), anotó un 9,4% en *target* comercial y destacó entre espectadores de 35 a 54 años (10,2%).

Informativos Telecinco 21:00h (16,9% y 2.840.000), referencia informativa de una jornada de nuevo liderada por la cadena (13%)

- Lideró de forma absoluta su banda horaria y se impuso en 4,2 puntos a Antena 3 Noticias 2 (11,5% y 1.900.000).
- **‘El programa de Ana Rosa’** (17,9% y 548.000) se impuso en su horario con una ventaja de 2,7 puntos sobre ‘Espejo público’ (15,2% y 466.000).
- **‘Sálvame limón’** (12,4% y 1.438.000) y **‘Sálvame naranja’** (16,7% y 1.707.000) lideraron sus respectivas bandas horarias sobre Antena 3 (9,4% y 1.089.000 – 13,5% y 1.385.000).
- **‘Pasapalabra’** (16,1% y 2.218.000) también fue la primera opción de su franja con una distancia de más de 3 puntos sobre Antena 3 (12,7% y 1.751.000).
- **Telecinco** fue la cadena más vista del día (13%) tras alzarse con la victoria del *target* comercial (12,5%), *day time* (13,4%), la mañana (15,4%), la tarde (16,3%) y el *late night* (11,1%).

FDF (4%), líder entre los temáticos con ‘Ocho apellidos catalanes’ (5,5% y 879.000) como su mejor largometraje de la temporada

- Fue la primera opción del *day time* (3,6%), la sobremesa (4,5%), el *prime time* (4,8%) y *late night* (6,3%). Entre espectadores del *target* comercial consiguió el dominio del total día (5,3%), *day time* (5,1%) y *prime time* (5,6%).