

Madrid, 24 de octubre de 2018

AUDIENCIAS MARTES 23 DE OCTUBRE

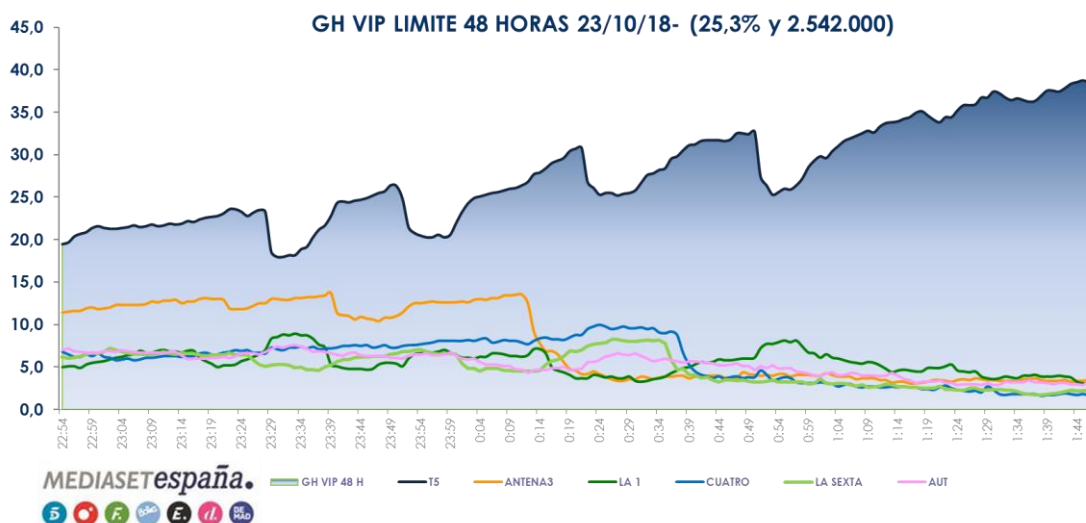
El estreno multicanal de ‘Kara Sevda (Amor eterno)’ (15,1% y 1.681.000), mejor arranque de una telenovela extranjera de los últimos 7 años

- Se ha convertido en la telenovela internacional más vista desde el debut de ‘La fuerza del destino’ (14,6% y 1.769.000) en septiembre de 2011 y la más competitiva desde febrero de 2011 con ‘Soy tu dueña’ (15,5% y 1.855.000), ambas de TVE.
- El dato del *simulcast*, que se emitió en Telecinco, Divinity, Energy y Be Mad, lideró su franja y en espectadores menores de 64 años, destacando en público de 25 a 34 años (17,8%) y de 35 a 54 años (16,2%).
- Fue además primera opción en las comunidades autónomas de Euskadi (21%), Baleares (18,8%), Asturias (18,1%), Galicia (17,7%), Canarias (17,1%), Valencia (16,6%), Andalucía (15,9%) y Castilla-La Mancha (14,8%).

‘GH VIP, límite 48h express’ (16,6% y 3.031.000), espacio más visto del día

‘GH VIP, límite 48h’ (25,3% y 2.542.000), líder absoluto de su franja, arrasa en todos los *targets* y ámbitos televisivos

- El *reality* superó en casi 16 puntos a Antena 3 (9,4% y 947.000), anotó sus mejores resultados en espectadores de 25 a 34 años (30,3%) y en jóvenes de 13 a 24 años (26,9%). En *target* comercial anotó un 24,7% frente al 9,4% de Antena 3.



- Dominó en todos los mercados regionales, superando su media nacional en Asturias (36,1%), Murcia (29,9%), Canarias (29,3%), Madrid (28,2%), Galicia (28%), Euskadi (26,8%) y Andalucía (26,6%).
- Emitió el *spot* más visto del día (Smint) a las 23:28h con un 8,5% de *rating* publicitario.
- **‘GH VIP, límite 48 horas express’** (16,6% y 3.031.000), espacio más visto del día y **‘GH VIP, directo’** (26,8% y 778.000) programa posterior a la gala, dominaron sus bandas horarias frente a su rival, que anotó un 14,3%-2.612.000 y 4,1%-120.000, respectivamente.
- **Informativos Telecinco 21:00h** (15,8% y 2.547.000), referencia informativa de la jornada, superó a Antena 3 Noticias 2 (13,5% y 2.126.000).
- **‘El programa de Ana Rosa’** (19,3% y 567.000) se impuso en su franja en 4,5 puntos de distancia sobre ‘Espejo público’ (14,8% y 425.000). Creció hasta el 19,4% en *target* comercial.
- **‘Sálvame Naranja’** (17,4% y 1.590.000) superó en su banda horaria a Antena 3 (15,6% y 1.423.000) y **‘Pasapalabra’** (16,9% y 2.211.000) anotó el minuto de oro de la jornada a las 21:08h con 3.748.000 espectadores y un 24,6% de cuota.
- **Telecinco**, líder del día (16,7%), dominó el *day time* (16,5%), la mañana (16,9%), la tarde (17,2%), el *prime time* (17,3%), el *late night* (29,3%) y el *target* comercial (16,6%).

Franja exacta: 22:53h-01:49h

target	IS	A3
Ind. 4+	25,3	9,4
T.C.	24,7	9,4
Hombres	17,3	8,0
Mujeres	32,2	10,7
4-12	27,3	4,2
13-24	26,9	7,6
25-34	30,3	9,3
35-54	21,4	9,6
55-64	23,9	10,0
65 y mas	29,6	9,6
AND	26,6	7,5
CAT	20,4	5,8
EUS	26,8	12,4
GAL	28,0	7,5
MAD	28,2	11,7
VAL	25,1	12,0
CLM	21,6	13,8
CAN	29,3	6,4
ARAGON	20,2	13,2
ASTURIAS	36,1	6,8
BALEARES	19,6	7,8
MURCIA	29,9	7,7
CASTILLA Y LEÓN	24,8	10,1
RESTO	18,7	12,4

‘En el punto de mira’ (6,2% y 882.000) anota su mejor registro de la temporada

- El programa de reportajes creció hasta el 7,2% en *target* comercial y destacó entre espectadores de 35 a 54 años (7,8%) y de 25 a 34 años (7,7%).
- **Noticias Cuatro Deportes** (5,6% y 679.000) anotó un 7,2% de cuota en *target* comercial y fue la segunda opción en su franja en jóvenes de 13 a 24 años (12,3%).

Factoría de Ficción (2,7%), canal temático más visto del martes

- Se impuso al resto de los canales temáticos en el *prime time* (2,6%), *day time* (2,7%) y *prime time* del *target* comercial (2,8%).