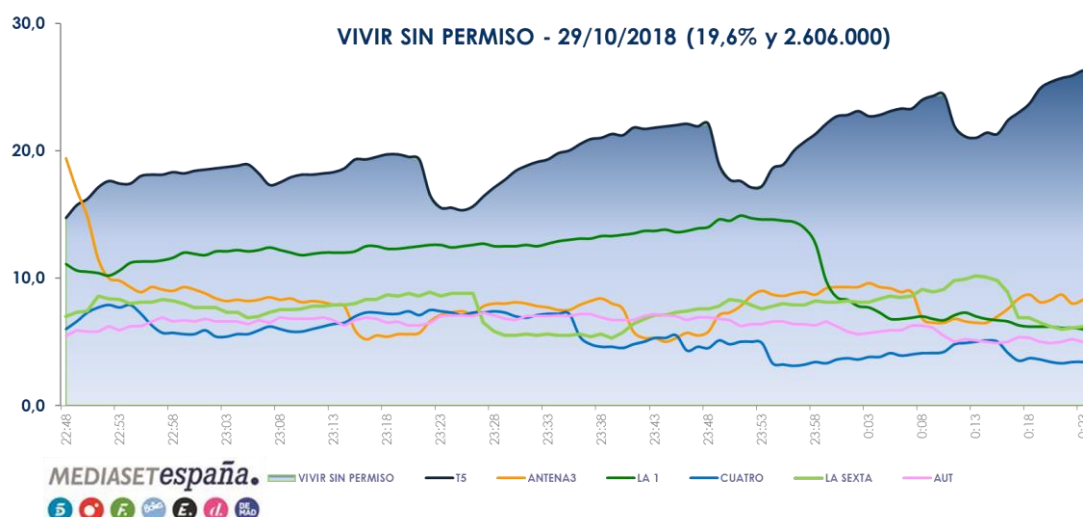


Madrid, 30 de octubre de 2018

AUDIENCIAS LUNES 29 DE OCTUBRE

‘Vivir sin permiso’ (19,6% y 2.606.000) iguala su mejor cuota de la temporada con la mayor diferencia sobre Antena 3 desde su estreno (8,2% y 1.092.000)



- Líder absoluto de su franja, fue la primera opción entre todos los *targets* sociodemográficos destacando en jóvenes de 13 a 24 años (24,2%) y espectadores de 24 a 34 años (22,4%).
- Dominó en 12 de los 14 mercados regionales, superando el 20% en Galicia y Castilla y León (25%), Castilla-La Mancha (23,6%), Andalucía (23,1%), Asturias (22,9%), Madrid (22,1%) y Canarias (21,6%).
- El reportaje **‘España mira a La Meca’** (13,4% y 732.000) fue la primera opción de su banda horaria, más de 5 puntos por encima de su principal competidor (8,3% y 454.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (16,7% y 2.898.000), espacio más visto de la jornada con su segundo mejor registro de la temporada en espectadores, superó en casi 4 puntos a Antena 3 Noticias 2 (12,9% y 2.208.000).

- **‘El programa de Ana Rosa’** (18,1% y 630.000) volvió a batir a ‘Espejo público’ (14,6% y 494.000).
- **‘Pasapalabra’** (16,7% y 2.470.000) anotó su emisión más vista de la temporada y el minuto de oro de la jornada a las 21:07h con 4.009.000 espectadores y un 24,5% de *share*. Emitió el spot más visto del día (Movistar) a las 21:09h con un 7,9% de *rating* publicitario.
- **‘Sálvame Naranja’** (17,8% y 1.942.000) batió en su franja a la oferta de Antena 3 (14% y 1.521.000)
- **‘Pasapalabra’** (16,7% y 2.470.000), que fue su emisión más vista de la temporada, anotó el minuto de oro de la jornada a las 21:07h con 4.009.000 espectadores y un 24,5% de *share*.
- **Telecinco**, líder del día (15,4%), dominó el *day time* (15,1%), la mañana (16,5%), la tarde (17,5%), el *prime time* (15,9%), el *late night* (16,4%) y el *target* comercial (15,4%).

‘Ven a cenar conmigo, Gourmet Edition’ (6,3% y 926.000) anota su mejor registro de la temporada

- El *docurreality* creció hasta el 6,4% en *target* comercial y hasta el 6,5% en espectadores de 16 a 54 años, *core target* del canal.
- **Noticias Cuatro Deportes** (6,9% y 865.000) anotó un 8,9% de cuota en *target* comercial y fue la segunda opción en jóvenes de 13 a 24 años (12,9%).

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

- Se impuso al resto de los canales temáticos en el *prime time* (2,5%), *day time* (2,8%) y sobremesa (3,7%).

‘GH VIP: Diario’ (3,5% y 632.000) en Divinity, espacio más visto del día entre los temáticos

- La segunda entrega de ‘Kara Sevda’ (3,6% y 388.000) lideró su franja de emisión, creció hasta el 4,7% en *target* comercial y hasta el 9,1% en mujeres de 16 a 44 años, *core target* del canal.