

Madrid, 1 de diciembre 2018

AUDIENCIAS NOVIEMBRE

MEDIASET ESPAÑA (29,2%), 13 MESES DE LIDERAZGO CONSECUTIVO

Es el grupo audiovisual que más crece respecto al mes pasado (+0,7), el más visto en *target* comercial (31,3%) y el que más público joven atrae: 35,7% en espectadores de 13 a 24 años y 33,4% en público de 25 a 34 años

Telecinco (14,9%), cadena más vista de noviembre por quinto año consecutivo

Supera en 2,2 puntos a su competidor (12,7%)

Es la cadena que más crece respecto a noviembre del año pasado (+1,7)

Primera opción del *target* comercial (14,1%), a casi de 2 puntos frente a Antena 3 (12,2%)

Suma 19 liderazgos consecutivos mensuales en *prime time* con un 15,4%, casi 3 puntos más que Antena 3 (12,6%)

Además es la primera opción en la mañana (13,7% vs. 12,2%), la tarde (15,4% vs. 14,3%), el *day time* (14,6% vs. 12,8%) y el *late night* (21,4% vs. 9,3%)

- Es la opción preferida en 4 de las 7 noches de la semana y la cadena más vista en 10 de los 14 mercados geográficos: Asturias (20,4%), Canarias (18,5%), Euskadi (17,9%), Murcia (16,7%), Madrid (16,1%), Castilla y León (15,5%), Andalucía (15,3%), Galicia (15,3%), Baleares (14,0%), y el denominado 'Resto' (15,5%).
- Telecinco ocupa 16 de las 20 emisiones más vistas del mes con 'GH VIP', 'GH VIP Express', 'GH VIP: Límite 48 horas Express' e Informativos Telecinco 21:00h.

**INFORMATIVOS TELECINCO 21:00H DE LUNES A VIERNES
(17,0% y 2.776.000), EDICIÓN MÁS VISTA DE TODAS LAS
TELEVISIONES CON SU MEJOR CUOTA DESDE JULIO DE 2017
Y SU MEJOR DATO EN ESPECTADORES DESDE MARZO DE 2018**

- El informativo de Pedro Piqueras es el que más crece desde el mes anterior (0,5 puntos) y supera en 3,2 puntos a su inmediato competidor (13,9% y 2.233.000).
- **La edición de *prime time* de lunes a domingo** (15,6% y 2.519.000) mantiene su liderazgo ininterrumpido desde hace 74 meses, imponiéndose en 2 puntos a Antena 3 Noticias 2 (13,6% y 2.173.000).
- **Informativos Telecinco 15:00h** anota de lunes a viernes un 13,2% de *share* y 1.639.000 espectadores, sus mejores datos en cuota y en espectadores desde abril y desde mayo de 2018, respectivamente.
- Durante el fin de semana, **la edición de las 15:00h** marca su tercer mejor registro anual con un 13,3% de *share* y 1.660.000 espectadores. **En *prime time***, alcanza su mejor noviembre desde 2016 con una cuota del 12,5% y 1.991.000 espectadores. **La media de las dos ediciones** anota un 12,8% de *share*, su mejor cifra desde noviembre de 2008, y 1.846.000 espectadores, el registro más alto desde noviembre de 2015.

ESPACIOS DE PRIME TIME

- **‘GH VIP’** (30,8% y 3.283.000) y **‘GH VIP: límite 48 horas’** (26,6% y 2.755.000) han sido los formatos de entretenimiento más competitivos del mes liderando en todos sus *targets*. La gala de los jueves crece 1,3 puntos de *share* y 216.000 espectadores respecto a octubre, incrementando su distancia con Antena 3 hasta superar los 24 puntos (6,6% y 705.000). El programa de los martes duplica ampliamente a su principal competidor (10,6% y 1.102.000).
- **‘GH VIP: el debate’** (19% y 2.388.000) es la primera opción de los domingos, mejora 1,4 puntos y 175.000 espectadores respecto al mes pasado y supera en casi 10 puntos a Antena 3 (9,3% y 1.174.000). **‘GH VIP: express’** (19,0% y 3.472.000) se convierte en el producto no deportivo más visto de noviembre.
- **‘Vivir sin permiso’** (18,3% y 2.642.000) es la ficción líder del mes y el líder absoluto en todos los *targets* y en todas sus emisiones. Crece hasta el 18,5% en *target* comercial y destaca entre espectadores de 25 a 34 años (19,9%).
- **‘Sábado Deluxe’** (18% y 1.983.000) anota su mejor mes de noviembre desde 2015, crece 0,7 puntos respecto a octubre y se mantiene imbatible en su franja, duplicando en cuota a Antena 3 (8,8% y 968.000).
- **‘Amores que duelen’** (12,3% y 848.000), primera opción entre las televisiones comerciales, a 3,6 puntos de su rival (8,7% y 599.000).

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa de Ana Rosa’** (19% de *share* y 607.000 espectadores), programa más competitivo del *day time* de todas las televisiones, crece 1,5 puntos respecto a noviembre de 2017. Marca una distancia de 4,9 puntos con ‘Espejo público’ (14,1% y 433.000) y anota un 19,1% en *target* comercial, el mejor de su franja.
- **‘Ya es mediodía’** (11,5% y 1.016.000) marca nuevo récord mensual tanto en cuota como en espectadores. Crece hasta el 12,1% en *target* comercial.
- **‘Sálvame diario’** (16,6% y 1.826.000) logra 94 meses consecutivos de liderazgo, crece 1,5 puntos respecto a noviembre del año anterior. Supera en 3 puntos en su franja a su principal competidor (13,6% y 1.489.000) y anota el *target* comercial más alto de su horario (16,6%).
- **‘Pasapalabra’** (17,3% y 2.421.000) es líder de su franja, anota su mejor cuota desde noviembre de 2016 y es la edición más vista desde enero de 2017.
- **‘Socialité by Cazamariposas’** (11,8% y 1.056.000) bate récord histórico tanto en cuota como en número de espectadores. Supera en su franja en 0,9 puntos a su inmediato competidor (10,9% y 973.000) y es también primera opción del *target* comercial (11,3%).
- **‘Viva la vida’** (10% y 1.342.000) logra su mejor resultado en número de espectadores desde abril de 2018.

Cuatro crece hasta el 5,6% en *share* y al 7,1% en *target* comercial y recupera la tercera posición entre las privadas en menores de 55 años (7,2%)

- Es la cadena que experimenta una mayor subida respecto al mes anterior tanto en total individuos (+0,4 puntos) como en *target* comercial (+0,7% puntos), consolidándose como la televisión que mejor convierte sus datos a este parámetro.
- Cuatro es la tercera cadena privada en espectadores menores de 55 años (7,2%), con su mejor dato de temporada entre este público.
- Destaca en los *targets* jóvenes, con un 8,1% en público de 13 a 24 años, y un 7,1% de *share* en espectadores de 25 a 34 años. En público de 35 a 54 años anota un 7,4%
- En su *core target* (16-54 años) Cuatro anota un 7,4% en total día, 7% en *prime time*, 8,5% en *late night* y 7,7% en *day time*.
- Por franjas, también es la tercera cadena privada más vista en *late night* (6,9%).

- Cuatro se sitúa como la tercera cadena privada tres noches de la semana: viernes (7,6%), sábado (7,6%) y domingos (6,8%).

ESPACIOS INFORMATIVOS

- **Noticias Cuatro I Fin de Semana** anota un 7,8% y 737.000 espectadores. La edición de tarde marca un 6,2% de *share* y 878.000 espectadores, su mejor registro desde marzo.
- **Noticias Cuatro I (lunes-viernes)** marca un 6,1% de *share* y 588.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro 2 (lunes-viernes)** anota su quinto mes de crecimiento consecutivo hasta su máximo número de espectadores desde marzo de 2018 (3,3%, 388.000).
- **Noticias Cuatro Deportes (lunes-domingo)** marca un 5,9% de *share* y 723.000 espectadores, superando por medio punto a su rival (5,4% y 660.000 espectadores), al que también se impone en hombres (8,0% vs. 6,7%), en *target* comercial (7,4% vs. 5,9%) y con su mejor dato en jóvenes 13-24 años (10% vs. 4,3%).

PRODUCCIÓN PROPIA

- **‘El concurso del año’** anota un mes más de crecimiento y sube hasta el 6,6% de *share* y 462.000 espectadores. Incrementa su cuota en *target* comercial hasta el 9,1% y lidera su franja en espectadores de 13 a 24 años (12,8%).
- **‘Mujeres y hombres y viceversa’** crece en *share* y espectadores (4,5% y 196.000) y sube 1,3 puntos hasta el 5,8% en *target* comercial. Líder indiscutible de su franja entre los jóvenes de 13 a 24 años (19,2%).
- **‘First Dates’ (L-J)** crece, respecto a octubre de 2018, 0,3 puntos hasta el 6,4% y 1.154.000 espectadores. Aumenta 0,6 puntos en *target* comercial (7%) y sube hasta el 7,7% entre el público de 13 a 24 años.
- **‘Volando voy’** cierra temporada anotando máximo de espectadores (1.635.000 y 8,4%). Crece más de 1 punto en *target* comercial (9,6%). Marca su mejor dato entre los espectadores de 13-24 años con un destacado 10,2%.
- **‘Planeta Calleja’** estrena su sexta temporada con un 7,6% y 1.444.000 espectadores, creciendo 1,3 puntos en *target* comercial hasta alcanzar un 8,9%.
- **‘En el punto de mira’** (5,6% y 787.000) incrementa su resultado 0,9 puntos en *target* comercial hasta el 6,5% y logra su mejor rendimiento entre los espectadores de 13 a 24 años (7,1%) y 35-54 años (6,9%).
- **‘Cuatro Weddings’** se estrena con un 5,8% y 757.000 espectadores, creciendo hasta el 6,3% en *target* comercial.

- **‘Cuarto Milenio’** crece un mes más y alcanza el 7,2% y los 817.000 espectadores. Marca un destacado 8,9% en *target* comercial.

PRODUCCIÓN AJENA

- **El contenedor dedicado a la saga de Harry Potter** congrega a 1.868.000 espectadores y promedia un 13,6% de *share*, que sube hasta el 18,9% en *target* Comercial. En menores de 35 años, con un 23,7% se convierte en líder absoluto de su franja y alcanza el 25,7% en 13-24 años.
- **‘El blockbuster’** (8,0% y 1.049.000 espectadores) se impone a La Sexta (7,3% y 960.000 espectadores). Crece hasta el 10,7% en *target* comercial y alcanza el 11,5% entre 35-54 años.
- **‘Mentes Criminales’** con un 4,5% y 717.000 espectadores, incrementa su resultado hasta el 5,9% en *target* comercial

Los canales temáticos de Mediaset España (8,7%), 55 meses líderes

Crecen 3 décimas respecto al pasado octubre y marcan una ventaja de 1,2 puntos sobre los canales del competidor (7,5%)

- **Factoría de Ficción** (2,7%), líder de las televisiones temáticas, suma 80 meses de liderazgo ininterrumpido. Es la quinta cadena nacional más vista por los jóvenes de 13 a 24 años (8,0%), *target* en el que supera en 2,5 puntos a Neox (5,5%), a quien se impone también en total individuos (2,3%). Eleva su media nacional hasta el 3,4% en *target* comercial. La película ‘Kingsman: Servicio secreto’ (3,8% y 585.000) ha coronado el *ranking* de espacios más vistos del mes en Factoría de Ficción.
- **Boing** (1,3%) suma 1 décima respecto al pasado mes e incrementa su media nacional hasta el 11,1% de *share* en niños de 4 a 12 años. El largometraje ‘Harry Potter y la piedra filosofal’ (3,4% y 537.000) ha sido su emisión más vista del mes.
- **Divinity** (2%) anota máximo de temporada y crece 2 décimas respecto a octubre. Bate por 54º mes consecutivo a Nova en *target* comercial (2,4% vs. 2,1%), a quien también gana en mujeres de 16 a 44 años (3,3% vs. 2,9%). La serie **‘Kara Seveda (Amor eterno)’** (3,2% y 362.000), tercer contenido más visto en las webs de Mediaset España desde su estreno, se impone en su franja a Nova (2,9% y 320.000). El programa **‘GH VIP: Diario’** (3,5% y 614.000) ha sido su emisión con mayor audiencia del mes.
- **Energy** (2,2%) iguala su mejor marca histórica y eleva su media nacional en *target* comercial hasta el 2,6% de *share*, logrando también récord en este *target* en el mes de noviembre. La serie de investigación forense ‘C.S.I. Miami’ (3,4% y 523.000) se ha alzado como su espacio más seguido.

- **Be Mad** (0,6%) registra un 0,7% en *target* comercial y un 0,8% en hombres de 16 a 44 años. 'Callejeros viajeros' (1,1% y 180.000 espectadores) ha sido el espacio con mayor audiencia de noviembre.

MEDIASET ESPAÑA (29,2%) GRUPO DE COMUNICACIÓN LÍDER

**Suma 0,7 puntos desde el pasado octubre y encadena
13 meses de liderazgo consecutivo**

- Supera en 1,7 puntos a su competidor en total individuos (27,5%), distancia que acrecienta hasta los 2,4 puntos en *target* comercial (31,3% vs. 28,9%) y hasta los 2,1 puntos en *prime time* (29,2% vs. 27,1%), franja en la que crece 3 décimas respecto al pasado octubre.
- Líder del *day time* (29,2%), suma 0,9 puntos respecto al pasado mes y marca una ventaja de 1,5 puntos sobre su rival (27,7%). Es además el grupo audiovisual que más público joven atrae: un 35,7% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 33,4% en los espectadores de 25 a 34 años.