

Madrid, 1 de diciembre de 2019

**Telecinco cierra su mejor noviembre de los últimos 11 años frente al mínimo histórico de Antena 3 en este mes**

**Con un 15,8% de *share*, supera en casi cinco puntos a su competidor (10,9%), la mayor distancia desde junio de 2016, y es referente en *target* comercial (15,4%), con su mejor dato en un mes de noviembre de los últimos 10 años, frente al peor noviembre histórico de su competidor (10,7%). Informativos Telecinco vuelve a liderar en el cómputo de sus ediciones de sobremesa y tarde (15,5% y 2.138.000).**

**Mediaset España (29,6%) es el grupo líder con su mejor noviembre de los últimos 3 años, a 4,9 puntos de Atresmedia (25,7%). Se impone en *target* comercial (31,3%) con una distancia de casi cuatro puntos sobre su principal competidor (27,4%), al que supera además en *prime* *time*, *day time* y los jóvenes.**

**Telecinco** **ha** **liderado noviembre y lo ha hecho cada uno de sus 30 días, de forma absoluta y por sexto año consecutivo**, mejorando en 9 décimas su dato respecto a este mes en 2018 hasta alcanzar el **15,8% de cuota de pantalla.** Una cifra que no sólo la sitúa como **cadena más vista, sino que lo hace además con su mejor noviembre de los últimos 11 años y con la** **mayor distancia sobre Antena 3 desde junio de 2016**, que con un 10,9% de *share* anota **su peor noviembre histórico**.

Un nuevo hito para Telecinco en el total individuos que también se repite en el segmento de público más demandado por los anunciantes, el ***target* comercial (15,4%)**, en el que la cadena ha alcanzado su **mejor dato en un mes de noviembre desde 2009** frente al 10,7% de su principal competidor, el **dato histórico más bajo** registrado por Antena 3 en este mes en este parámetro.

Telecinco ha sido el **referente en todas las franjas**, superando a su inmediato competidor en ***prime time*** (15,2% vs. 10,7%), ***day time***(16,0**%** vs. 11,0%), **mañana** (16,5%vs. 10,1%**), sobremesa** (13,8%vs. 12,9%**), tarde** (16,4%vs. 11,7%**)** y ***late night*** (20,8%vs. 8,4%**)**.

Ha sido además la **cadena más vista en todas las franjas de edad** y en **12 de los 14 ámbitos geográficos**: **Canarias** (21,1%), **Asturias** (20,3%), **Murcia** (18,9%), **Madrid** (17,5%), **Euskadi** (17,1%), **Andalucía** (16,4%), **Galicia** (15,9%), **Comunidad Valenciana** (15,7%), **Castilla y León** (14,9%), **Baleares** (14,7%), **Castilla La Mancha** (13,9%) **y en el denominado ‘Resto’** (15,9%).

Igualmente, Telecinco **ha liderado todos los días de noviembre** y ha sido la opción favorita para los espectadores en **seis de las siete noches de la semana** (los martes son de Cuatro), situando **14 de sus emisiones entre las 20 más vistas del mes**.

**Un *prime time* imbatible**

Telecinco ha arrasado en prime time con un **15,2% de *share*,** 4,5 puntos más que Antena 3 (10,7%). La solidez de sus grandes formatos de entretenimiento ha sido clave en esta abultada ventaja, con los programas de **mayor audiencia**:

* **‘GH VIP’** **(34,5% y 3.532.000)** es, con sus galas de los jueves, el programa **más visto y más competitivo de la televisión** en la temporada. En noviembre ha vuelto a demostrar que no tiene techo tras crecer 2,6 puntos y 385.000 espectadores sobre su dato de octubre (31,9% y 3.147.000). Ha sextuplicado la oferta de Antena 3 en la franja (5,8%).
* Por su parte, **‘GH VIP: El Debate’ (23,1% y 2.692.000)** también ha mejorado 6 décimas y 141.000 espectadores el dato de octubre, con sólida victoria en la noche dominical, duplicando la oferta de Antena 3 (10%).
* **‘Got Talent’** **(20,7% y 2.303.000),** ha sido líder destacado de los lunes en todos los *targets* con especial incidencia entre los menores de 34 años (23,3%) y duplicando la oferta de Antena 3 (10,6%).
* El arranque de los nuevos capítulos de **‘La que se avecina’** **(17,3% y 2.244.000)** se ha convertido en el mejor estreno de ficción de la temporada, más que duplicando a su competidor (7,0%).
* **‘Volverte a ver’ (13,9% y 1.560.000)** anota un nuevo liderazgo mensual, con más de 4 puntos sobre Antena 3 (9,5%).
* **‘Sábado Deluxe’ (17,9% y 1.894.000)** registra **su mejor dato mensual** en número de espectadores de los últimos 12 meses y prácticamente duplica a su inmediato competidor (9,3%).

**Y un *day time* sin rival**

Telecinco no sólo ha alcanzado esta rotunda sintonía con el espectador en el horario estelar, también ha conseguido su respaldo en el *day time*, con una programación de éxito en la que se ha ofrecido producción propia con espacios de **actualidad**, **directos** e **información.**

Por la mañana, **‘El programa de Ana Rosa’** **(20,7% y 691.000)** ha anotado su mes más visto desde enero de 2019 (728.000) y su noviembre más competitivo desde 2014 (21,5%). El magacín, **líder absoluto de las mañanas televisivas**, ha obtenido la **mayor ventaja histórica en un mes de noviembre** frente a su rival, **7,6 puntos frente a ‘Espejo Público’** (13,1% y 433.000), que firma **el peor noviembre en cuota de pantalla de su historia**.

**‘Ya es mediodía’ (14,2% y 1.249.000)** alcanza su récord histórico y ‘**Sálvame diario’** **(17,3% y 1.954.000)** registra su mejor noviembre desde 2015, con **‘Sálvame Banana’ (16,4% y 2.186.000)** como el espacio más visto de *day time* en todas las televisiones.

En el fin de semana **‘Socialité by cazamariposas’ (14,9% y 1.348.000)** suma **15 meses de liderazgo consecutivo** con su mejor dato mensual en número de espectadores, duplicando a Antena 3 en su franja (7,3%).

**Informativos Telecinco, referente informativo con su mejor noviembre de los últimos 11 años**

En la media de sus ediciones de sobremesa y tarde de lunes a domingo, **Informativos Telecinco (15,5% y 2.138.000) ha sido la oferta con mayor seguimiento,** alcanzando **su noviembre más competitivo de los últimos 11 años** y **el de mayor audiencia desde 2016**.

Un mes más, **la edición presentada por Pedro Piqueras de lunes a viernes (21:00 horas) ha sido la más vista** con el respaldo de **2.524.000 espectadores y un 16% de *share***, 219.000 espectadores y 4 décimas más que en octubre, y una ventaja de casi 3 puntos por delante de Antena 3 Noticias 2 (13,1%). Informativos Telecinco 21:00 horas ha sido el espacio más visto del día en cinco jornadas de noviembre.

El **informativo matinal (11,8% y 175.000)** anota **su mejor noviembre de los últimos 10 años** en cuota de pantalla y el de **mejor audiencia en este mes de los últimos dos años**. La edición de lunes a viernes de las **15:00 horas (15,8% y 1.921.000)** ha registrado **su noviembre con mayor cuota de pantalla desde 2007** y el de **mayor número de espectadores desde 2012**.

En el **fin de semana**, las dos ediciones de Informativos Telecinco se posicionan en noviembre como **líderes indiscutibles frente a sus rivales**, tanto en **la edición de sobremesa (15,4% y 1.888.000) con su mejores datos en noviembre desde 2006,** frente al 14,0% de Antena 3 Noticias 1, **como en la de *prime time* (14,1% y 2.127.000), con su mejor cuota de pantalla en noviembre desde 2008** frente al 11,2% de Antena 3 Noticias 2.

**Cuatro crece en total día, *prime time*, *day time* y *target* comercial respecto a octubre y se afianza como líder de la noche de los martes**

**Cuatro (5,6%) ha crecido 1 décima respecto a octubre de 2019.** En el horario estelar (5,7%) también ha mejorado sus datos respecto a noviembre de 2018, anotando **la victoria absoluta en la noche de los martes (19,2%).**

Por lo que respecta al *day time*, Cuatro (5,5%) **también ha crecido 3 décimas** respecto a octubre y **ha superado en 3,1 puntos a La Sexta** en *late night*, franja en la que firma un **9,5% de *share*, su récord mensual** desde junio de 2014 (10,2%). En ***target* comercial (6,6%)** la cadena ha sumado también 1 décima respecto a octubre.

En programas, este mes ha destacado la subida de 1,3 puntos y más de 200.000 espectadores de **‘GH VIP: Límite 48 horas’ (27,5% y 2.861.000),** primera opción para los espectadores en todos los *targets* de edad, duplicando la oferta de Antena 3 en su franja (12,8%) en la que ha emitido su gran apuesta de la temporada, **‘La Voz Kids’**, cuyos registros de noviembre (13,4% y 1.924.000) han continuado perdiendo espectadores respecto a su estreno, relegando al formato antes emitido por Telecinco al **mínimo histórico del programa en cualquier cadena nacional**.

Por otro lado, en noviembre han destacado los resultados de **‘En el punto de mira’ (6% y 862.000)** con 4 décimas más que en octubre, se ha situado por encima de La Sexta (5,3%), con especial incidencia entre los espectadores menores de 35 años (6,9% vs 4,9%). **‘First dates’**, tanto de **lunes a jueves** (6,5% y 1.146.000) con su mes más visto desde marzo de 2019 y un 7,1% en *target* comercial, como los **viernes** (5,9% y 907.000), por encima de La Sexta entre los espectadores menores de 35 años (5,2% vs.4,8%). **‘Volando voy’ (6,6% y 1.196.000)**, también por delante de su principal competidor entre los espectadores menores de 35 años (6,7% vs. 5,8%), **‘Mujeres y Hombres y Viceversa’ (4,6% y 257.000)** con su mejor resultado mensual de la temporada y su liderazgo habitual entre los jóvenes de 13 a 24 años (14%); **‘El Concurso del Año’ (4,8% y 460.000);** **‘Todo es mentira’ (4,9% y 569.000)**, **con su récord mensual en cuota de pantalla y número de espectadores de su historia; ‘Cuatro al día’ (3,9% y 398.000)**, también con sus mejores datos mensuales tanto en *share* como en espectadores y **‘Cuarto Milenio’ (7% y 852.000**), que supera en su franja a La Sexta por 17º mes consecutivo.

**Los canales temáticos de Mediaset España suman 67 meses de liderazgo consecutivo**

Con una **media del 8,3% de *share***, han aventajado en 1,3 puntos a los temáticos de Atresmedia (7%), alcanzando el 9,3% en *target* comercial.

**Factoría de Ficción (2,5%)** ha registrado **92 victorias mensuales consecutivas**, con 5 décimas de ventaja sobre Neox, que con un 2% de *share* queda relegada a la quinta posición con su peor dato mensual desde abril de 2010. Anota un 3% en *target* comercial, subiendo hasta el 6,6% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años.

**Energy (2,4%)** es la segunda televisión temática más vista con su mejor marca histórica en el mes de noviembre. Ha anotado un 2,6% en *target* comercial, también su mejor dato de noviembre en su historia en este parámetro. Por su parte, **Divinity (1,7%)** es la **televisión temática femenina líder** en *target* comercial con un 2,2% de *share*, creciendo al 2,9% en su *core target* (mujeres de 16 a 44 años).

**Boing (10,9% entre 4 y 12 años),** ha sido la **cadena comercial líder entre los niños,** ganando por 2 décimas en noviembre a Disney Channel, mientras que **Be Mad** ha anotado un 0,5% de *share* en total individuos, un 0,6% en *target* comercial y en hombres de 16 a 44 años un 0,7%.

**Mediaset España, líder indiscutible y referente absoluto**

Los espectadores han escogido de nuevo a **Mediaset España como el grupo de televisión de referencia para informarse y entretenerse**. Con un **29,6% de *share*, el conjunto de canales de la compañía ha alcanzado su mejor noviembre desde 2016** con una distancia de 3,9 puntos sobre Atresmedia, que con un 25,7% ha registrado **el peor noviembre de su historia**.

La distancia entre ambos grupos también ha sido de 3,9 puntos entre el público más demandado por los anunciantes, el ***target* comercial**, en el que Mediaset España ha crecido hasta el **31,3%** frente al 27,4% de Atresmedia. A esta distancia han contribuido de nuevo los públicos más jóvenes, que han permanecido fieles en noviembre a la oferta de canales de Mediaset España con un 34,9% de *share* entre los de 13 a 24 años y un 33,6% entre los de 25 a 34 años. Por franjas, Mediaset España se ha impuesto a Atresmedia tanto en ***prime* *time* (28,4% vs. 25,8%) como en *day time* (30,1% vs. 25,7%).**

Además, Mediaset España ha ofrecido **99 de los 100 spots más vistos del mes, frente a sólo 1 ofrecido por Atresmedia.**