

Madrid, 1 de diciembre de 2020

## Telecinco suma 27 victorias con el liderazgo de noviembre a 3 puntos de su rival y con la oferta de entretenimiento más vista

Telecinco acumula 27 victorias mensuales consecutivas con un 15,8%, frente al 12,8% de su rival. También se erige como líder del *target comercial* con un 15,6%, 3,5 puntos más que Antena 3. Es de nuevo la referencia en *day time* con un 16,5%, a 4,5 puntos de la segunda opción.

Mediaset España vuelve a situarse como el grupo preferido por los espectadores con un 29% y un *target comercial* del 30,4% al que de nuevo ha contribuido Cuatro con su conversión positiva cualitativa y el liderazgo de su oferta de temáticos.

Informativos Telecinco (lunes-domingo) ha anotado su registro más alto de espectadores de los últimos 20 años en un mes de noviembre, con 2,4M y un 15,7% de cuota de pantalla.

Mediaset España ha cerrado noviembre como el grupo líder por vigesimosegundo mes consecutivo con un 29% de *share*, superando a su inmediato competidor en el consumo lineal de televisión por 2,1 puntos. Ha vuelto a erigirse como líder del público más demandado por los anunciantes, el *target comercial*, con un 30,4%. Su oferta ha sido la primera opción también entre los perfiles más jóvenes es, en una horquilla que ronda el 34% tanto para los de edades comprendidas entre los 13 y los 24 años, como los de 25 a 34.

A la victoria del grupo ha contribuido especialmente **Telecinco** como la cadena preferida por los espectadores desde hace 27 meses. Con un 15,8% de *share*, es la televisión que más ha crecido sobre el mes de octubre, con un aumento de 1 punto que la sitúa a 3 puntos de su inmediato competidor, con un 12,8%. Ha sido igualmente la oferta preferida por el público más demandado por los anunciantes con una cuota del 15,6%, ampliando su distancia hasta los 3,5 puntos sobre Antena 3, con un 12,1%. En *prime time* ha obtenido un 14,3% de *share* y en *day time* ha logrado su mejor cifra desde noviembre de 2008, un 16,5%, distanciándose 4,5 puntos de la segunda opción.

La fortaleza de la producción propia de Telecinco, con el espacio más visto del mes entre las ofertas no deportivas y la serie de ficción nacional más vista,

sumada a la ya habitual conversión positiva de Cuatro al *target* comercial y al liderazgo de los temáticos, cuyos resultados también destacan por su buen rendimiento entre los espectadores más cualitativos, han cimentado el liderazgo de audiencias del grupo.

## **Telecinco encara diciembre con su oferta de producción propia de *day time* en máximos históricos, la de *prime time* como referencia y con la ficción más vista**

Con la victoria de noviembre Telecinco se postula para liderar 2020 con la misma hegemonía de la que hace gala desde hace 16 años. Este mes, **sus pilares del *day time* han alcanzado sus mejores registros tanto un mes de noviembre** ('Ya es mediodía', 'Sálvame limón', 'Sálvame naranja') como de toda su historia en el caso de la oferta del fin de semana ('Socialité' y 'Viva la vida'), fruto de la excelente sintonía del público con la cercanía que ofrecen todos sus directos y su *mix* de información y entretenimiento.

Con un 19,9% en total individuos y un 21,1% en *target* comercial, **'El programa de Ana Rosa'** ha obtenido un nuevo liderazgo de la mañana frente a 'Espejo Público', que con un 12,5% registra su peor noviembre histórico frente al más visto en un mes de noviembre de los últimos 12 años del programa de Telecinco. La distancia entre ambos ha sido de 7,4 puntos, la mayor en lo que va de año.

**'Ya es mediodía'**, que con 1,4M y un 14,6%, cierra el mes con récord histórico en cuota de pantalla y su mejor dato de espectadores desde el pasado mayo, mes marcado por el alto consumo televisivo fruto del confinamiento.

**'Sálvame diario'**, con un 18,1% y 2,2M ha logrado el mes de noviembre más visto de toda su historia, liderando como es habitual la franja vespertina en todos los *targets*. Ha marcado con sus ediciones 'Naranja' y 'Limón' cifras récord mientras que 'Sálvame Tomate' ha obtenido el segundo mejor resultado desde su estreno, liderando su franja en el *target* comercial con un 17,5%, frente al 16,5% anotado por 'Pasapalabra' en Antena 3.

De récord histórico en cuota y espectadores han sido igualmente los espacios de producción propia de los fines de semana: **'Socialité by Cazariposas'**, con un 17,7% y 1,8M, con segunda mayor ventaja sobre Antena 3, 7,9 puntos; y **'Viva la vida'**, con un 15,1% y 2,1M con 3,6 puntos sobre su rival, la distancia más abultada de la historia.

En *prime time*, Telecinco ha ofrecido **el programa y la emisión no deportiva más vista y con mayor cuota de pantalla del mes: 'Cantora: la herencia envenenada'** con un 27% y 3,1M espectadores, adjudicándose el minuto de oro de una emisión no deportiva de noviembre con 5M de espectadores y un 34,4% al filo de la medianoche el pasado viernes 13.

También ha entrado este mes en la fase final de **'Idol Kids'**, imbatible en su franja con un seguimiento de 2 millones de espectadores y un 17,4%. 'La casa fuerte', en su primer mes de estreno, ha promediado en las galas de los jueves un 1,5M y un 18,4% de share, con un destacado 23,4% en menores de 35 años; Y ha cerrado sus galas dominicales liderando su franja con un 15,8% y 1,8M.

La cadena ha despedido además el programa revelación de la temporada, **'La Isla de las Tentaciones'**, con un debate final que alcanzó su récord histórico de espectadores con más de 2M de espectadores y un 17,8% de cuota..

La entrega de Rafa Nadal de **'Mi casa es la tuya'**, con un 16,2% y 2,4M; **'Informe Covid'** con casi 2M de espectadores y **'Sábado Deluxe'** con 18,5% y casi 2,2M de espectadores, su dato más alto en espectadores desde el pasado mayo, han completado una oferta de producción propia que de nuevo ha destacado entre las preferencias de los espectadores para su ocio audiovisual nocturno.

A ella se ha sumado además el estreno de la nueva tanda de capítulos de **'La que se avecina'**, con un 14,9% y 1,7M, creciendo hasta el 23,7% en jóvenes de 13 a 24 años y hasta el 23,6% en los de 25 a 34. La comedia se ha situado como la ficción nacional más vista de la oferta de series en abierto.

## **Informativos Telecinco alcanza su mejor noviembre de los últimos 20 años**

Por lo que respecta a Informativos Telecinco, las **ediciones de sobremesa y tarde de lunes a domingo** han anotado su registro más alto en espectadores de los últimos 20 años en un mes de noviembre, con 2,4M y un 15,7%. En el caso del cómputo medio de la edición de *prime time*, con casi 2,6M y un 15,2% ha alcanzado su mes más alto en espectadores de los últimos 7 meses, mientras que las de sobremesa, con un 16,2% y 2,2M, cierran con su mejor cifra de espectadores desde noviembre de 2005.

La edición de **Pedro Piqueras** ha alcanzado su mejor registro en espectadores de los últimos 7 meses con una media del 15,8% y casi 2,7M. La de sobremesa ha cerrado el mes con su mejor noviembre en espectadores desde 2006, con un 15,9% y 2.106.000. El Matinal por su parte, con un 12,5% y 226.000 espectadores, se ha impuesto a 'Noticias de la mañana' de Antena 3 con su mejor dato de espectadores desde noviembre de 2009. En fin de semana, **la edición del horario estelar ha liderado de forma absoluta** frente a sus rivales con una media del 14,0% y más de 2,4M, su mejor noviembre en espectadores desde 2008. Al mediodía también ha marcado su mejor noviembre, tanto en espectadores como en share, desde 2005 con una media del 16,8% y 2,3M. **La media de ambas ediciones lidera por delante de sus rivales**, con un 15,2% y 2,4M de espectadores, y firma su segundo mejor noviembre histórico en espectadores.

## **Cuatro cierra noviembre con un 6,3% en público de 25 a 34 años**

Cuatro ha cerrado noviembre con un **5,2% de share en total individuos e incrementa este dato en el target comercial hasta el 5,9%**. Crece aún más en el segmento de público de **25 a 34 años**, en el que obtiene **un 6,3% de cuota de pantalla**. En horario de máxima audiencia, la cadena también supera el dato registrado en total individuos y alcanza **un 5,5% de cuota de pantalla**, con un *target* comercial del 6,4%.

En esta franja, destaca el resultado de **'Cuarto Milenio'**, que con un 6,7% de *share* y casi 1,1M anota el mejor dato en noviembre de los últimos 13 años. Junto a este emblemático espacio, la cadena ha ofrecido este mes **'First Dates'** con una media de casi el 7% y más de 1,2M; **'La casa fuerte: código secreto'** ante un

8,5% y 882.000 espectadores; **'The Hot Zone'** con un 5,6%; **'En el punto de mira'** con un 4,9% y **'Volando voy'** con un 6,3% y 743.000 espectadores.

En *day time*, **'Mujeres y Hombres y Viceversa'** sigue dominando en jóvenes de 13 a 24 años con un 12,1% de cuota de pantalla. Destacan también los programas de actualidad de la cadena **'Todo es mentira'** con un **5,6% de share y 686.000 espectadores**; **'Cuatro al día'** con un 5,4% de cuota de pantalla y 614.000 espectadores; y **'Cuatro al día a las 20h'** marca su mejor resultado en espectadores desde abril con 639.000 y un 4,6% de *share*.

### **Los temáticos, 79 meses líderes**

El conjunto de **canales temáticos de Mediaset España**, con un **7,9% de share**, acumulan **79 meses de liderazgo consecutivo**. **Factoría de Ficción**, con un 2,5% en total individuos se sitúa en la primera posición y ha sido el **canal temático más visto entre jóvenes de 13-24 años** con una media del 7,2%. Tras él, **Energy** ha cerrado el mes con una cuota de pantalla del 2%, con un 2,2% en *target* comercial. **Divinity**, con un 1,8%, ha crecido hasta el 2% en *target* comercial y un 2,1% en su *target* objetivo de mujeres 16-44 años. **Boing**, el canal infantil líder de la televisión comercial, ha obtenido una media del 10,9%, a 3,6 puntos de Disney Channel, mientras **Be Mad** ha obtenido 0,6% y un 1% en hombres de 16 a 44 años.