

Madrid, 1 de diciembre de 2024

AUDIENCIAS NOVIEMBRE

Mediaset España lidera el TC por 32º mes consecutivo y Cuatro anota su dato más alto desde junio de 2021 y su mejor noviembre desde 2015

El grupo cierra noviembre con un 26,6% de *share* en este parámetro, en el que lidera también en *prime time* por cuarto mes consecutivo (25,1%) y en *day time* (27,3%).

Cuatro es la cadena que más crece respecto al año pasado (+0,8 puntos) y protagoniza el mayor crecimiento en el mes frente al mes pasado en TC (6,9%), en el que anota su mejor registro de los últimos 32 meses y el más alto en noviembre desde 2018.

Los canales temáticos del grupo suman 127 meses consecutivos de liderazgo (8,9%), con los primeros puestos del *ranking* ocupados por FDF y Energy.

PRINCIPALES TITULARES DE NOVIEMBRE

MEDIASET ESPAÑA

Mediaset España (24,6%) crece tres décimas respecto a octubre y **cierra el mes como líder del *target* comercial por 32º mes consecutivo (26,6%)**, con una ventaja de 1,6 puntos sobre su competidor. El grupo lidera este parámetro en noviembre desde 2016.

- En ***prime time*** (23,6%) aumenta 4 décimas su dato del mes anterior y **lidera el *target* comercial por cuarto mes consecutivo (25,1%)**, sumando **16 meses de ventaja sobre su competidor (24,3%)**.
- En ***day time*** crece dos décimas hasta el 25% y también **incrementa sus datos en *target* comercial (27,3%)**, en el que es **líder un mes más entre todas las cadenas** con 2 puntos más que su competidor.

TELECINCO

Telecinco (9,3%) mejora su dato en el TC hasta el 9,6% de *share*.

- Lidera en *late night* (12,2%) y ocupa la segunda posición en la tarde (9,7%). En *day time* (9,7%) se sitúa como la **cadena más vista en el target comercial** (9,9%). En *prime time* anota un 8,6% de *share* y mejora en TC hasta el 9,2%. Ha sido la **cadena más vista la noche de los domingos** (22:30h-00:30h), compartiendo con Cuatro el liderazgo en **la noche de los sábados**.

CUATRO

Cuatro (6,3%) alcanza su dato más alto desde junio de 2021 y cierra su mejor noviembre desde 2015. Es la cadena que más crece respecto al año pasado (+0,8 puntos).

- Protagoniza el **mayor crecimiento frente al mes pasado en TC** (6,9%), en el que anota **su mejor registro de los últimos 32 meses y el más alto en noviembre desde 2018**.
- En *prime time* (6,8%) suma **12 meses consecutivos como tercera cadena comercial más vista**, con su **mejor dato desde febrero de 2020 y su mejor noviembre de los últimos 10 años**. Se impone por 0,2 puntos a su competidor (6,6%), al que gana también el **target comercial por 16º mes consecutivo** (7,4% vs. 6,9%).
- También es la **cadena que más crece en *day time*** hasta alcanzar su **mejor registro desde junio de 2021** (6,1%). **Además, supera a su competidor en *late night*** (7,5% vs. 6,5%).

TEMÁTICOS

Los canales temáticos del grupo suman 127 meses consecutivos de liderazgo tanto en total individuos (8,9%) como en *target* comercial (10%), con FDF y Energy a la cabeza del *ranking*.

- **FDF, canal temático más visto por séptimo mes consecutivo** (2,3%). Lidera también el **target comercial** (3,2%) y el **target 13-24 años** (5,7%), en el que ocupa el **cuarto lugar entre todas las cadenas**.
- **Energy** ocupa el **segundo puesto del *ranking*** con un 2% de *share* en total individuos, empatando con Atreseries, y anota un 2,1% en **target comercial**.
- **Be Mad** se sitúa en el **cuarto puesto del *ranking***, junto a Divinity, Nova y Trece, con **su mejor dato en noviembre tanto en total individuos** (1,9%)

como en **target comercial** (1,8%). En su *core target*, hombres de 16-44 años, anota su **segundo mejor registro histórico** (2,1%).

- **Divinity** (1,9%) comparte cuarto puesto con Bemad y se mantiene en noviembre como la **temática femenina líder del target comercial** (1,8%).
- **Boing** es nuevamente **el canal líder entre los niños** (10%) y la **cadena infantil más vista** en total individuos (0,9%).

PROGRAMAS MÁS DESTACADOS DEL MES - *PRIME TIME*

- **‘Gran Hermano’** renueva el liderazgo de franja con sus tres emisiones semanales:
 - Las **galas de los jueves** (16% y 966.000) mejoran tres décimas respecto a octubre, triplicando a su competidor (5,1%) y **liderando prácticamente en todos los targets: arrasa en TC** (17,9%) cuadruplicando a su competidor (4,4%) y crece hasta el **22,1% en menores de 45 años**, quintuplicando el registro de su rival (4,3%).
 - **‘Gran Hermano. Límite 48h’** (13,3% y 838.000) se impone también en TC (16,5%) y es lo más visto por **todo el público menor de 45 años** (18,3%).
 - **‘Gran Hermano. El Debate’** (11,6% y 934.000) también **lidera el target comercial** duplicando a su competidor (13,4% vs. 5,3%) y en los **espectadores menores de 45 años (15,4%)**, más del doble que su competidor en este parámetro (6,8%).
- **‘¡De Viernes!’** (12,2% y 929.000), **lidera su franja** con 0,7 puntos de ventaja sobre su competidor (11,5%) y también el **target comercial** (11,2%).
- **‘Reacción en cadena’** registra un **destacado dato en prime time** con la despedida de los Mozos de Arousa (12% y 986.000), especialmente entre los **jóvenes de 25-44 años** (14,6%).
- **‘Got Talent España’** (10,1% y 940.000) crece en espectadores respecto a octubre y es **líder de la noche del sábado**, así como **lo más visto entre los menores de 35 años**.
- **‘Horizonte’** consigue **el mejor mes de su historia** (12,2% y 955.000), **lidera en TC entre todas las cadenas** (14,8%) al igual que entre los jóvenes (15,3%). Supera a su competidor en **todos los públicos**.
- El estreno de **‘Los que van a morir te saludan’** (9,5% y 879.000) consigue el **liderazgo de su franja** de emisión frente a su competidor con más de

dos puntos de ventaja. Firma en noviembre un 7,5% y 673.000 espectadores y lidera entre el público de 45 a 54 años (9,9%).

- Con sus emisiones de lunes a jueves, **'First Dates'** prosigue su **evolución ascendente** y **marca máximos de temporada** (7,5% y 1.013.000). **Adelanta a su competidor en franja de emisión, TC y en público menor de 65 años y en mayores de 74 años.**
- En sus nuevas entregas, **'Callejeros'** (7% y 619.000) **gana a su rival en franja, en TC (7,6%), menores de 65 años y mayores de 74 años.**
- **'Cuarto milenio'** (7,4% y 804.000) anota **su mejor share de un mes de noviembre desde 2017** y bate a su competidor tanto **en franja de emisión como en todos los targets sociodemográficos.**
- **'Código 10'** marca **récord de temporada** (6,6% y 434.000) y **supera a su rival** en su franja de emisión y en todos los targets salvo 25-44 años.

PROGRAMAS MÁS DESTACADOS DEL MES - DAY TIME

- **'Reacción en cadena'** (9,8% y 1.029.000) anota **su mes más visto desde mayo y colidera el target comercial** (10,7%) junto a Antena 3.
- **'TardeAR'** (9,7% y 799.000) permanece **imbatible en target comercial** (10,2%) y en **menores de 55 años.**
- **'Vamos a ver'** (13,2% y 388.000) **colidera su franja** con Antena 3 y el target comercial (13,8%).
- **'La mirada crítica'** consigue su mejor cuota desde abril y mes más visto desde marzo (12,4% y 278.000) y **crece en TC** hasta el 13,6%.
- **'Fiesta'** (9,3% y 890.000) consigue su **tercer liderazgo mensual consecutivo** de franja y **lidera de nuevo el TC** (8,6%).
- **'Todo es mentira'** (8% y 697.000) se impone en 2,2 puntos a su rival en franja con **el mejor share de su historia** y su **mejor dato de espectadores desde marzo de 2022. Crece en TC** hasta el 8,5%.
- **'Lo sabe, no lo sabe'** (5,1% y 396.000) prosigue creciendo mes a mes y marca los **mejores datos de su nueva etapa.**
- **'En boca de todos'** (5,2% y 169.000) consigue su **tercer mejor share histórico** (5,2%) y **crece en TC** hasta el 5,6%.
- **'El Desmarque' Sobremesa** (3,4% y 324.000) anota su **tercera mejor cuota del año e incrementa su dato en TC** hasta el 4,4%.

INFORMATIVOS

- De lunes a viernes, **Informativos Telecinco 15:00h** (10,7% y 1.026.000) registra su **mejor dato de espectadores desde junio** y **crece en TC** hasta el 12,2%. **Informativos Telecinco 21:00h** (9,1% y 1.130.000) mejora respecto a octubre y **consigue récord de espectadores desde abril**, también con **crecimiento en target comercial** (10,0%). Por su parte, la **edición matinal** marca su **mejor cuota mensual de la temporada** (8% y 86.000). El **fin de semana**, Informativos Telecinco (10,2% y 1.080.000) crece respecto a octubre y **registra su share más alto desde abril** y su **mejor dato en miles desde marzo**.
- También de lunes a viernes, **Noticias Cuatro 1** (6,8% y 496.000) **firma su segundo mejor mes** en su nueva etapa tanto en *share* como en espectadores. **Noticias Cuatro 2** crece nuevamente y anota **su mejor registro del año** (4,9% y 496.000). Ambas ediciones **mejoran en TC** (8,8% y 6%). La media de las ediciones de Noticias Cuatro del **fin de semana** también marca **récord de cuota y miles del año** (7,4% y 649.000). Es el **informativo generalista F-S que más crece** respecto a octubre entre todas las cadenas.