

Madrid, 31 de octubre de 2017

## **AUDIENCIAS LUNES 30 DE OCTUBRE**

**Telecinco, televisión más vista del lunes (14,5%), con una ventaja de casi 3 puntos sobre Antena 3 (11,6%)**

### **‘La que se avecina’ (20,5% y 2.840.000), líder absoluto de su franja, logra su segundo mejor dato de la temporada**

- Fue la emisión más vista del día y superó en 12,5 puntos en su banda horaria a Antena 3 (8% y 1.108.000). Creció hasta el 24,2% en *target* comercial, el mejor de la jornada, triplicando a su inmediato competidor (7,2%) en este parámetro.
- Alcanzó un 34,4% de *share* entre los jóvenes de 13-24 años y un 33,1% de cuota entre los espectadores de 25-34 años. Fue primera opción en 11 de los 14 mercados regionales, registrando sus mejores marcas en Castilla-La Mancha (35,1%), Asturias (30,5%), Castilla y León (24,6%), Valencia (22,6%), Canarias (21,6%), Madrid (21,4%), Murcia (21%) y Resto (22,6%).
- Anotó el minuto de oro a las 23:13h (3.599.000 y 21,5%) y emitió el *spot* más visto del día (Movistar) a las 23:13h con un 8,7% de *rating* publicitario.
- A continuación, **el capítulo repetido de la serie** también fue lo más visto de su franja con un 17% de *share* y 742.000 espectadores, casi 10 puntos más que su competidor (7,7% y 336.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (16,2% y 2.811.000), espacio informativo más visto de la jornada, a 3,5 puntos de Antena 3 Noticias 2 (12,7% y 2.177.000).
- **‘Sálvame Limón’** (13,1% y 1.547.000), **‘Sálvame Naranja’** (16,4% y 1.677.000) y **‘Pasapalabra’** (15,8% y 2.258.000), un día más primeras opciones de sus respectivas franjas.
- **Telecinco** (14,5%), cadena más vista del día, se impuso en *daytime* (14,3%), tarde (16,1%), *prime time* (14,8%) y *late night* (19,4%). Lideró el *target* comercial en todas sus franjas: total día (15,1%), *daytime* (14,9%) y *prime time* (15,5%).