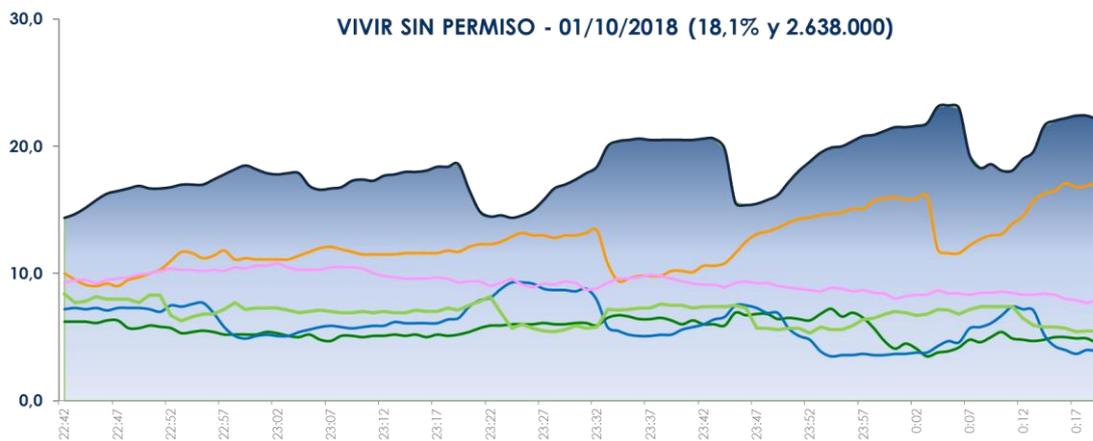


Madrid, 2 de octubre de 2018

**AUDIENCIAS LUNES 1 DE OCTUBRE**

**‘Vivir sin permiso’ (18,1% y 2.638.000), lo más visto del día, crece en espectadores respecto a su estreno y afianza el liderazgo en su franja**

Superó al final de ‘Palmeras en la nieve’ de Antena 3 (12,7% y 1.783.000), que cedió 6,7 puntos de share y más de 700.000 espectadores respecto a la semana pasada



MEDIASETespaña. VIVIR SIN PERMISO T5 ANTENA3 LA 1 CUATRO LA SEXTA AUT

Franja exacta: 22:42h-00:20h

Targets	T5	A3
Ind. 4+	18,1	12,1
T.C.	19,9	10,3
Hombres	14,1	10,3
Mujeres	21,7	13,7
13-24	26,0	12,0
25-34	19,1	7,9
35-54	18,5	10,0
55-64	18,4	14,1
65 y mas	16,2	14,8

- La serie creció en *target* comercial hasta el 19,9%, incrementando su ventaja en este parámetro a la película de Antena 3 (10,7%).
- Primera opción entre todos los *targets* sociodemográficos salvo niños y destacó en jóvenes de 13 a 24 años (26%) y en espectadores de 25 a 34 años (19,1%).

- Lideró en 11 de los 14 mercados regionales, superando el 20% de *share* en Asturias (26,1%), Castilla-La Mancha (25%), Murcia (22,5%), Aragón (22,1%), Madrid y Canarias (21,5%) y Galicia (20,3%).
- Emitió el *spot* más visto de la jornada (Toyota) a las 23:04h con un 7,6% de *rating* publicitario.
- A continuación, **‘Los narcos que vinieron del mar’** (12,2% y 802.000) y **‘GH VIP, diario’** lideraron en sus respectivos horarios con una ventaja de 1,7 puntos y 5,8 puntos sobre Antena 3 (10,5%-687.000 y 5%-165.000)
- **Informativos Telecinco 21:00h** (15,4% y 2.634.000), espacio informativo más visto del día y líder de su banda horaria, superó a Antena 3 Noticias 2 (14,3% y 2.145.000).
- **‘Pasapalabra’** (15,6% y 1.887.000) anotó el minuto de oro del día a las 21:07h con 3.321.000 espectadores y un 23% de *share*.
- **‘El programa de Ana Rosa’** (18,3% y 584.000), primera opción de su franja, volvió a batir a ‘Espejo público’ (14,9% y 461.000).
- **‘Sálvame Limón’** (13,8% y 1.616.000) y **‘Sálvame Naranja’** (18,6% y 1.764.000) batieron en sus respectivas bandas horarias a la oferta de Antena 3 (9,3%-1.094.000 y 14,1%-1.344.000).
- **Telecinco**, líder del día, del *day time* y *prime time* (15%), dominó también la mañana (16,8%), la tarde (18,1%), el *late night* (14,1%) y el *target* comercial (15,1%).