

Madrid, 12 de septiembre de 2017

AUDIENCIAS LUNES 11 DE SEPTIEMBRE

Telecinco, televisión más vista del lunes (13,2%)

‘Ella es tu padre’ (14,3% y 2.118.000) lidera frente al estreno de ‘Me cambio de década’ de Antena 3 y crece hasta el 19,6% en jóvenes

- Se impuso al estreno del programa de Antena 3, ‘Me cambio de década’ (14% y 2.068.000), y fue líder entre todos los *targets* sociodemográficos excepto en mayores de 65 años, obteniendo sus mejores resultados en jóvenes de 13 a 24 años (19,6%).
- Creció hasta el 15,1% en *target* comercial y superó su media nacional en Valencia (20,7%), Aragón (19,2%), Murcia (18,5%), Madrid (18,1%), Canarias (15,7%), Castilla y León (15,3%) y Castilla-La Mancha (14,7%).
- **‘Informativos Telecinco 21:00h’** (15,6% y 2.134.000), espacio informativo más visto del día a más de 3 puntos de Antena 3 Noticias 2 (12,4% y 1.659.000).
- **‘El programa de Ana Rosa’** (18,7% y 580.000), líder de su franja con una ventaja de 7,1 puntos sobre ‘Espejo público’ (12,6% y 369.000).
- **‘Sálvame Limón’** (12,9% y 1.595.000) y **‘Sálvame Naranja’** (17,2% y 1.696.000) se impusieron en su banda horaria a su competidor (8,7% y 1.080.000 – 12,9% y 1.270.000).
- **‘Pasapalabra’** (14,6% y 1.562.000), primera opción de su franja a 1 punto de su rival (13,6% y 1.451.000).
- **Telecinco**, líder del día (13,2%), dominó el *day time* (13,8%), la mañana (15,3%) y la tarde (16,6%). Entre los espectadores del *target* comercial dominó el total día (12,7%) y *day time* (13,3%).

Noticias Cuatro Deportes (8,7% y 1.070.000), por encima de La Sexta en su banda de emisión (6% y 740.000)

- El programa de deportes creció hasta el 10,6% en *target* comercial y hasta el 11% en espectadores de 16 a 54 años, *core target* del canal.
- **'First Dates'** (8,7% y 1.429.000), emisión más vista de Cuatro, superó a su rival entre espectadores menores de 54 años (10,9% vs. 8,6%) y alcanzó el 10,6% en *target* comercial y el 11,5% en espectadores de 16 a 54 años.

FDF (2,8%), primera opción entre los canales temáticos

- Lideró el *day time* (3%), la sobremesa (4,1%) y entre los espectadores del *target* comercial consiguió el dominio en el total día (3,3%) y *daytime* (3,7%).

Energy (2,4%), segundo canal más visto entre los temáticos y líder en el *late night* (4,8%)