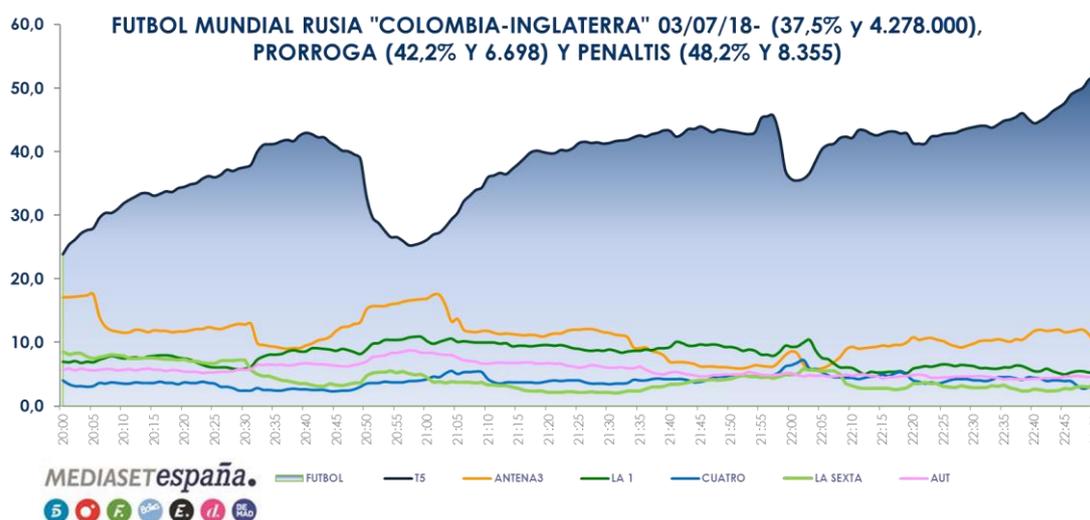


Madrid, 4 de julio de 2018

## AUDIENCIAS MARTES 3 DE JULIO

Telecinco (19,1%), líder absoluto de la jornada

# La tanda de penaltis del partido Colombia-Inglaterra (48,2% y 8.355.000), emisión más vista del Mundial de Fútbol de Rusia entre equipos extranjeros



- La tanda de penaltis se convirtió en lo más visto del día y lideró en todos los *targets* sociodemográficos, creciendo hasta el 53,5% en *target* comercial. Acumuló más de la mitad de la audiencia televisiva entre los jóvenes de 13 a 24 años (63,1%), espectadores de 25 a 34 años (53%) y público de 35 a 54 años (51,7%).
- Sin rival en los 14 mercados regionales, incrementó su media nacional durante los penaltis en Canarias (61%), Madrid (57,8%), Castilla-La Mancha (50,4%), Aragón (48,8%) y el denominado 'Resto' (49,8%).
- Logró el minuto de oro a las 22:51h (9.256.000 espectadores y un 52,6% de *share*) y emitió el spot más visto del día (Renault Gama Limited) a las 22:53h con un 15,6% de *rating* publicitario.

- El **partido de fútbol** (37,5% y 4.278.000) y la **prórroga** (42,2% y 6.698.000) anotaron un 44,3% y 48,7%, respectivamente en *target* comercial y obtuvieron sus mejores resultados en jóvenes de 13 a 24 años (47,5% y 57,7%, respectivamente).
- A continuación, **‘El Mundial se juega en Mediaset’** (13,8% y 2.017.000) fue la primera opción entre todas las televisiones anotando un 16,1% de *share* en *target* comercial y superando en su franja a Antena 3 (12% y 1.746.000).
- **‘El programa del verano’** (15,6% y 509.000), magacín matinal más visto del día, 2,7 puntos por encima de ‘Espejo público’ (12,9% y 401.000).
- **‘Sálvame Naranja’** (16,8% y 1.636.000) batió en su franja a la oferta de Antena 3 (13,2% y 1.286.000).
- **Telecinco**, líder del día (19,1%), dominó el *prime time* (32,2%), *day time* (13,3%), la mañana (14,2%) y la tarde (18,9%). Se impuso además en el *target* comercial del total día (20,9%), *day time* (13,1%) y *prime time* (36,8%).

## ‘Ven a cenar conmigo, gourmet edition’ (10% y 1.415.000) anota su mejor *share* histórico

- El programa superó en más de 2 puntos en su franja a La Sexta (7,9% y 1.116.000) y fue la segunda opción entre espectadores de 25 a 34 años (15,1%) y público de 35 a 54 años (12,3%).
- El **partido de octavos de final entre Suecia y Suiza** (19,1% y 2.316.000), emisión más vista del día en Cuatro, lideró su franja con casi 14 puntos de ventaja sobre La Sexta (5,3% y 640.0000). Anotó un 23% en *target* comercial y destacó entre el público joven de 13 a 24 años (24,7%).
- **Cuatro** se impuso a su competencia en total día (8,3% vs. 7,1%), en las franjas de sobremesa (10% vs. 7,9%), tarde (12% vs. 7,7%), *day time* (9,2% vs. 8%), *prime time* (6,1% vs. 5%), *late night* (8,5% vs. 7,8%) y *target* comercial: total día (10,1% vs. 7,1%), *day time* (11,3% vs. 7,9%) y *prime time* (7,6% vs. 5,4%).