

Madrid, 4 de septiembre de 2018

**AUDIENCIAS LUNES 3 DE SEPTIEMBRE**

Telecinco (13,9%), televisión líder de la jornada  
**‘The Good Doctor’ (19,1% y 3.056.000),  
 emisión más vista del día y líder absoluto  
 de su franja**

- La serie americana superó en 2,3 puntos a Antena 3 (16,8% y 2.689.000), creció 2,5 puntos en *target* comercial (21,6%) y destacó en espectadores de 35 a 54 años (21,9%).
- Superó su media nacional en Baleares (27%), Canarias (25%), Valencia (23,6%), Murcia (21,4%), Madrid (20,7%) y Galicia (19,3%).
- Anotó el minuto de oro del día a las 22:56 h con 3.675.000 espectadores y un 23,2% de *share* y emitió el *spot* más visto de la jornada (Simyo) a las 22:43 h con un 8% de *rating* publicitario.
- A continuación, el capítulo repetido de **‘The Good Doctor’** (18,7% y 2.652.000), segunda emisión más vista de la jornada, también lideró su banda horaria superando a su rival (11% y 1.571.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (16,1% y 2.068.000), que contó con la entrevista al líder de Podemos, Pablo Iglesias, fue la referencia informativa de su franja y aventajó en 1,4 puntos a Antena 3 Noticias 2 (14,7% y 1.836.000).
- **‘El programa del verano’** (15,1% y 452.000), líder de su banda horaria, superó en 2,6 puntos a ‘Espejo público’ (13,6% y 434.000) y creció hasta el 16,6% en *target* comercial.
- **‘Sálvame Limón’** (12,7% y 1.510.000) y **‘Sálvame Naranja’** (16,9% y 1.586.000) batieron en sus respectivas franjas a la oferta de Antena 3 (10,2%-1.216.000 y 14,7%-1.379.000).
- **Telecinco**, líder del día (13,9%), dominó el *prime time*, el *day time* (ambos con un 16,6%) y el *late night* (10,9%). Se impuso además en el *target* comercial del total día (14,1%), *day time* (12,3%) y *prime time* (17,7%).

## ‘El verano En el punto de mira’ (7,5% y 998.000) cierra su temporada anotando su segundo mejor dato en espectadores

- Superó en su franja a La Sexta (6,7% y 894.000), destacó en espectadores de 25 a 34 años (9,3%) y creció hasta el 8,1% en *target* comercial.
- **Noticias Cuatro Deportes** (7,3% y 998.000) se impuso en su banda horaria a su rival (5,1% y 606.000) con los jóvenes de 13 a 24 años como segunda opción (10,7%).

## FDF (3%), canal temático más visto del lunes

- Fue la primera opción del *day time* (3,3%), la sobremesa (3,9%) y la madrugada (8,2%).