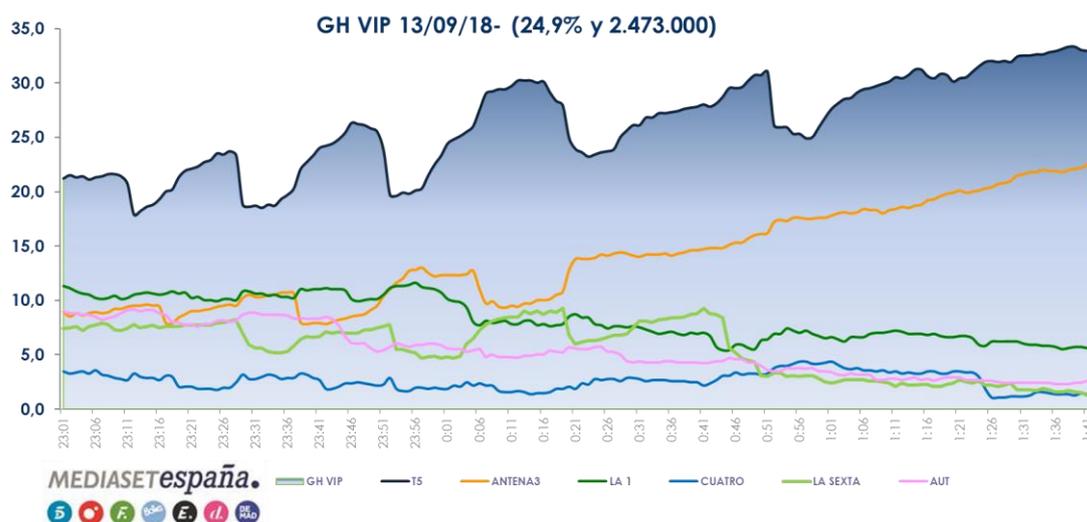


Madrid, 14 de septiembre de 2018

AUDIENCIAS JUEVES 13 DE SEPTIEMBRE

'GH VIP EXPRESS' (16,7% y 2.683.000), EMISIÓN MÁS VISTA DEL DÍA

'GH VIP 6' (24,9% y 2.960.000) arrasa en su estreno liderando de forma absoluta con su mejor share desde su segunda edición



- Duplicó en su franja la oferta de su principal competidor (12,4% y 1.230.000), creció hasta el 26,4% en *target* comercial y lideró en todos los *targets* sociodemográficos, con especial incidencia entre espectadores de 25 a 34 años (32,6%) y los jóvenes de 13 a 24 años (29,9%).
- Se impuso en 13 de los 14 mercados regionales, superando su media nacional en Canarias (32,4%), Euskadi (31,3%), Asturias (31,2%), Murcia (28,9%), Madrid (28,1%), Castilla-La Mancha (27%), Valencia (26,7%), Andalucía (25,9%) y Baleares (25,1%).

- Emitió el *spot* más visto del día (El Corte Inglés) a las 23:28h con un 8,2% de *rating* publicitario y anotó el minuto de oro a las 23:27h con 3.383.000 espectadores.
- **‘GH VIP Express’** (16,7% y 2.683.000) programa previo al estreno, fue el espacio más visto de la jornada. Superó en su franja a su inmediato competidor (15,1% y 2.421.000) y destacó entre espectadores de 25 a 34 años (21,8%).
- **‘GH VIP, la casa en directo’** (28,1% y 878.000) programa posterior a la gala, lideró de forma absoluta su banda horaria a más de 20 puntos de su rival (5,5% y 160.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (16,8% y 2.245.000), referencia informativa de la jornada, aventajó en 3,5 puntos a Antena 3 Noticias 2 (13,3% y 1.717.000).
- **‘El programa de Ana Rosa’** (18,5% y 556.000) dominó su franja horaria con una ventaja de 3,1 puntos sobre ‘Espejo público’ (15,4% y 446.000).
- **‘Sálvame Limón’** (13,2% y 1.559.000) y **‘Sálvame Naranja’** (17,4% y 1.616.000) batieron en sus respectivas bandas horarias a Antena 3 (10,4% y 1.230.000 - 14,9% y 1.388.000).
- **Telecinco**, líder del día (16,5%), dominó el *day time* (16,2%), la mañana (16,1%), la tarde (17,1%), el *late night* (28,3%) y el *prime time* (17,3%). Se impuso además en el *target* comercial de total día (16,8%), *day time* (16,4%) y *prime time* (17,7%).