

Madrid, 4 de octubre de 2018

AUDIENCIAS MIÉRCOLES 3 DE OCTUBRE

Telecinco (15,8%), líder del miércoles

‘The Good Doctor’ (21,3% y 3.347.000), emisión más vista del día y líder absoluto de su franja frente a todos sus competidores

- La segunda entrega de la ficción internacional superó en más de 12 puntos a Antena 3 (9,1% y 1.431.000), que emitió la película ‘Asalto en París’ (9,7% y 1.198.000) e incluso en más de 7 puntos a La 1 de TVE (13,9% y 2.176.000), que coincidió con ‘Operación Triunfo’ (15,8% y 1.875.000).
- Creció hasta el 22,7% en *target* comercial y destacó en espectadores de 35 a 54 años (22,5%).
- Lideró en 11 de los 14 mercados geográficos superando su media nacional en Asturias (31,4%), Canarias (26,8%), Valencia (25,8%), Euskadi (24,4%), Murcia (23,8%), Madrid y Castilla-La Mancha (22,6%) y Andalucía (21,7%).
- Logró el minuto de oro del día a las 23:11h con 3.654.000 espectadores y un 22,1% de share y emitió el spot más visto de la jornada (Perfumes Loewe) a las 23:16h con un 8,8% de *rating*.
- Previamente, la primera entrega de ‘The Good Doctor’ (16,3% y 2.851.000), segundo espacio más visto del día, superó a todos sus rivales y anotó un 18,3% en *target* comercial con los jóvenes de 13 a 24 años como mejor público (19,6%).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (15,4% y 2.254.000), referencia informativa de la jornada, aventajó en 2,5 puntos a Antena 3 Noticias 2 (12,9% y 1.834.000).
- **‘El programa de Ana Rosa’** (19,5% y 582.000), líder de su banda horaria, superó en 4,4 puntos a ‘Espejo público’ (15,1% y 437.000) y creció hasta el 22,4% en *target* comercial.

- Los programas de producción propia de la franja de tarde de Telecinco, **‘Sálvame Limón’** (14,5% y 1.669.000), **‘Sálvame Naranja’** (19,1% y 1.733.000) y **‘Pasapalabra’** (16,5% y 1.881.000) batieron en sus respectivas franjas a la oferta de Antena 3, que anotó un 10,2%-1.170.000, 14,7%-1.332.000 y 16,1%-1.840.000.
- **Telecinco**, líder del día (15,8%), dominó el *prime time* (15,3%), el *day time* (16,7%), la mañana (17,6%), la tarde (18,6%) y el *target comercial* (16,1%).

‘Cazamariposas: segunda edición’ (3,3% y 530.000) en Divinity, líder de su franja entre los temáticos

- El espacio, que se estrenó en doble entrega (tarde y *access prime time*), anotó en su primera edición un 3,6% de *share* y 425.000 espectadores, creciendo más de 2 puntos en su banda horaria respecto a la semana pasada e imponiéndose a Nova (3,1% y 366.000).