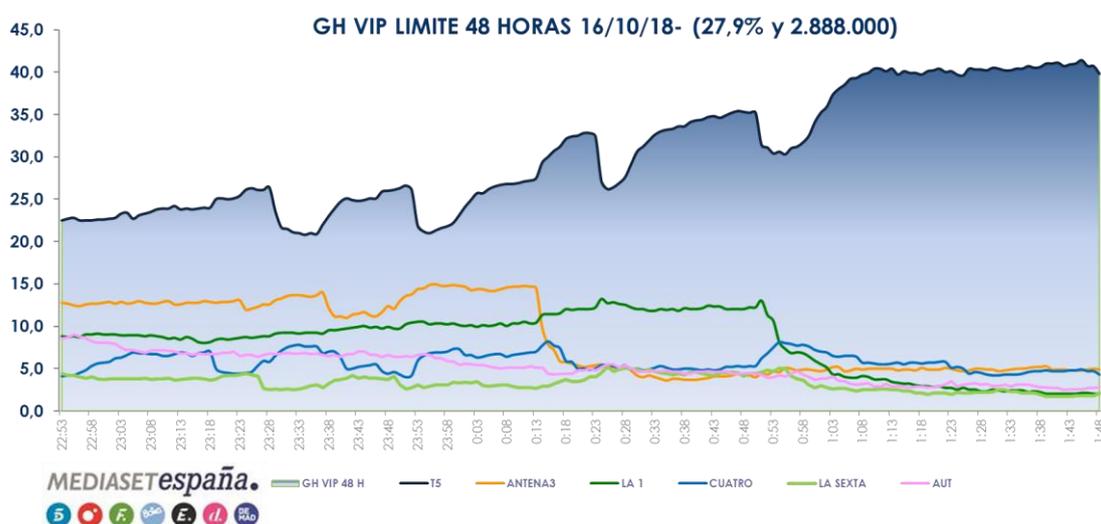


Madrid, 17 de octubre de 2018

AUDIENCIAS MARTES 16 DE OCTUBRE

Telecinco (17,8%) anota su mejor martes de la temporada

‘GH VIP, límite 48h’ (27,9% y 2.888.000) bate récord histórico del formato y arrasa en jóvenes con un 33,3%



- El *reality*, que subió 2 puntos respecto a la semana pasada, dominó en todos los *targets* sociodemográficos, con especial incidencia entre jóvenes de 13 a 24 años (33,3%) y espectadores de 25 a 34 años (32,9%).
- Superó en su franja en más de 17 puntos a Antena 3 (10,1% y 1.047.000) y en *target* comercial (27,2% vs. 9,8%).
- Se impuso en todos los mercados regionales, superando su media nacional en Asturias (36,3%), Murcia (34%), Andalucía (32,5%), Euskadi (32,4%), Canarias (32,2%), Madrid (29,6%), Castilla y León (28,8%), Aragón (28,1%) y Galicia (28%).

- Anotó el minuto de oro del día a las 23:25h con 3.961.000 espectadores y un 26,3% de cuota y emitió el *spot* más visto del día (Svenson) a las 23:04h con un 9,4% de *rating* publicitario.
- **‘GH VIP, límite 48 horas express’** (16,3% y 2.935.000), espacio más visto del día y **‘GH VIP, directo’** (27,1% y 787.000) programa posterior a la gala, dominaron sus bandas horarias frente a su rival, que anotó un 15,4%-2.777.000 y 6,6%-191.000, respectivamente.
- **‘El programa de Ana Rosa’** (18,9% y 573.000) se impuso en su franja en más de 5 puntos de distancia sobre **‘Espejo público’** (13,5% y 398.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (16,4% y 2.627.000), referencia informativa del martes y líder de su banda horaria, superó a Antena 3 Noticias 2 (14,3% y 2.223.000).
- **‘Sálvame Limón’** (13,7% y 1.567.000) y **‘Sálvame Naranja’** (18,9% y 1.781.000) superaron en sus respectivas bandas horarias a Antena 3 (11% y 1.266.000 - 15,3% y 1.442.000).
- **Telecinco**, líder del día (17,8%), dominó el *day time* (17,8%), la mañana (16,4%), la tarde (18,5%), el *prime time* (17,9%), el *late night* (32,4%) y el *target* comercial (18,1%).

Franja exacta: 22:53h-01:49h

Target	T5	A3
Ind. 4+	27,9	10,1
T.C.	27,2	9,8
Hombres	18,8	8,6
Mujeres	35,7	11,5
4-12	27,2	7,3
13-24	33,3	9,8
25-34	32,9	8,6
35-54	23,6	9,3
55-64	28,0	11,2
65 y más	31,2	11,2
AND	32,5	8,9
CAT	20,1	5,5
EUS	32,4	12,0
GAL	28,0	8,7
MAD	29,6	11,9
VAL	23,2	13,7
CLM	23,3	15,2
CAN	32,2	7,3
ARAGON	28,1	14,5
ASTURIAS	36,3	8,3
BALEARES	25,1	5,2
MURCIA	34,0	6,8
CASTILLA Y LEÓN	28,8	10,9
RESTO	24,6	13,8

El partido de fútbol de la UEFA Nations League entre Francia y Alemania (8,9% y 1.472.000), emisión más vista de Cuatro

- El encuentro creció hasta el 10,5% en *target* comercial y lideró de forma absoluta entre los jóvenes de 13 a 24 años (15,6%).
- **‘En el punto de mira: productos milagro’** (6,1% y 862.000) anotó su mejor registro de la temporada, alcanzó un 6,9% en *target* comercial y destacó entre espectadores de 25 a 54 años (7,1%).

- **Noticias Cuatro Deportes** (6,1% y 749.000) anotó un 8,5% de cuota en *target* comercial y un 9,5% en espectadores de 16 a 54 años, *core target* del canal.

Factoría de Ficción (2,6%), canal temático más visto del martes

- Se impuso al resto de los canales temáticos en la sobremesa (3,2%), el *day time* (2,5%), el *prime time* (2,7%) y el *target* comercial (3,2%).

‘Cazamariposas: segunda edición’ (3,5% y 538.000) en Divinity, espacio más visto entre los temáticos

- El programa, que lideró su franja, creció hasta el 3,9% en *target* comercial y el 5,8% en mujeres de 16 a 44 años, *core target* del canal.