

Madrid, 16 de enero de 2019

AUDIENCIAS MARTES 15 DE ENERO

Telecinco (16,1%), televisión más vista del día

Informativos Telecinco 21:00h (19,2% y 3.349.000), referencia informativa de la jornada con su emisión más vista de la temporada

- El espacio informativo, lo más visto del martes, se impuso en más de 3 puntos a Antena 3 Noticias 2 (16,1% y 2.763.000).
- **‘GH DÚO: Límite 48 horas’** (20% y 2.290.000), primera opción de su banda horaria a más de 4 puntos de Antena 3 (15,8% y 1.813.000). Creció hasta el 20,2% en *target* comercial, destacó en jóvenes de 13 a 24 años (24%) y espectadores de 25 a 34 años (24,3%) y se impuso en 12 de los 14 mercados regionales superando su media nacional en Asturias (34,2%), Canarias (27,2%), Murcia (26,4%), Madrid (21,5%) y Andalucía (20,5%).
- A continuación, **‘GH DÚO, en directo’** (22% y 670.000), líder de su franja, arrasó entre sus competidores triplicando a Antena 3 (6,4% y 194.000).
- **‘El programa de Ana Rosa’** (21,3% y 670.000) dominó su banda horaria con una ventaja de 3,6 puntos sobre ‘Espejo público’ (16,7% y 517.000) y anotó un 22,9% en *target* comercial.
- **‘Sálvame Limón’** (11,3% y 1.328.000) y **‘Sálvame Naranja’** (15,9% y 1.696.000) batieron en sus respectivas franjas a Antena 3 (10,4% y 1.232.000 - 14,5% y 1.542.000).
- **‘Pasapalabra’** (17,5% y 2.568.000) dominó su banda horaria y anotó el minuto de oro de la jornada a las 21:07h con 4.166.0000 espectadores y un 25,3% de *share*.
- **Telecinco**, líder del día (16,1%), dominó el *day time* (16,1%), la mañana (18,9%), la tarde (15,9%), el *late night* (23,9%) y el *target* comercial (16,2%).

‘Cine Cuatro: Venganza’ (11,1% y 1.428.000), tercera opción de la noche, crece hasta el 13% en *target* comercial

- La película destacó entre jóvenes de 13 a 24 años (14,1%) y espectadores de 35 a 54 años (12,9%).
- **‘First Dates’** (7,8% y 1.438.000), lo más visto del día en Cuatro y su segunda emisión más vista de la temporada, marcó un 9,5% en *target* comercial.

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

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