Madrid, 15 de febrero de 2019

**audiencias JUEVES 14 de FEBRero**

**Telecinco (17,1%), televisión más vista del día**

**‘GH DÚO’ (26% y 2.714.000) arrasa en su franja con su segundo mejor dato de la temporada**

Franja exacta: 22:51h-01:48h

****

* Superó en su banda horaria la oferta de su principal competidor en casi 18 puntos (8,1% y 840.000), creció hasta el 26,1% en *target* comercial y lideró en todos los *targets* sociodemográficos destacando entre los espectadores de 25 a 34 años (30,4%).
* Se impuso en todos los mercados regionales incrementando su media nacional en Asturias (39,1%), Murcia (35,9%), Canarias (33,4%), Euskadi (28,1%), Andalucía (27,3%) y Madrid (26,8%).

* Anotó el minuto de oro de la jornada a las 23:07h con 3.672.000 espectadores y un 22% de *share* y emitió el spot más visto del día (Nissan) a las 23:25h con un 8,7% de *rating* publicitario.
* A continuación**, ‘GH DÚO, en directo’** (27,1% y 837.0000), con un 29% en *target* comercial, no tuvo rival en su franja, quintuplicando a Antena 3 (5,4% y 166.000).
* **Informativos Telecinco 21:00h** (15,9% y 2.628.000), referencia informativa de la jornada, aventajó a Antena 3 Noticias 2 (15% y 2.424.000).
* **‘El programa de Ana Rosa’** (19,1% y 655.000) dominó su franja horaria, creció hasta el 20,4% en *target* comercial y aventajó a ‘Espejo público’ en más de 6 puntos(12,9% y 434.000).
* **‘Sálvame Limón’** (12,3% y 1.389.000) y **‘Sálvame Naranja’** (16,7% y 1.735.000) batieron en sus respectivas bandas horarias a Antena 3 (9,8% y 1.106.000 - 14,2% y 1.471.000).
* **Telecinco**, líder del día (17,1%), dominó la mañana (17,3%), el *day time* (17%), la tarde (16,5%), el *prime time* (17,1%), el *late night* (30,8%) y el *target* comercial (17,2%).

**Factoría de Ficción (2,7%), líder entre los canales temáticos**

* Se impuso al resto de televisiones temáticas en el *day time* (2,9%), la sobremesa (3,9%), el *late night* (3,8%), y el *target* comercial (3,6%).