

Madrid, 17 de julio de 2019

**audiencias mARTES 16 DE JULIO**

El estreno en Telecinco de ‘Ven a cenar conmigo: gourmet edition’, líder absoluto con más de 5 puntos de ventaja sobre Antena 3

Con un **17,2% de *share* y 2.062.000 espectadores**, el concurso se impuso a su inmediato competidor que emitió la película ‘Agente contrainteligente’ (10,9% y 1.199.000) y otorgó a Telecinco un 17,3% de *share* en *prime time*

La cadena emitió 7 de los 8 espacios más vistos del martes, confirmando el éxito de sus formatos de programas de producción propia e informativos, cuya edición de las 21:00 h (20,4% y 2.099.000) coronó este ranking con su tercer mejor *share* del año

Excelente arranque de la nueva edición de **‘Ven a cenar conmigo: gourmet edition’ en Telecinco**, cuya primera entrega fue vista anoche por **más de 2 millones de espectadores y un 17,2% de *share***. El concurso lideró entre los espectadores mayores de 12 años, superando su media nacional en Asturias (22,4%), Madrid (22,1%), Andalucía (18,4%), Valencia (18,4%) y en el denominado ‘Resto’ (20,7%). Durante su emisión se ofreció el ***spot* más visto del día** (BBVA) a las 23:24 h, con un 6% de *rating* publicitario.

Previamente**, ‘Supervivientes: última hora’** (14,8% y 1.906.000) también fue la primera opción para los espectadores en su franja, por encima Antena 3 (12,8%).

**En el *daytime*, ‘El programa del verano’** (17,7% y 546.000) dominó su banda de emisión con una ventaja de 7,6 puntos sobre ‘Espejo público’ (10,1% y 309.000). **‘Sálvame Limón’** (13,9% y 1.584.000) y **‘Sálvame Naranja’** (19% y 1.686.000 y un 21% de *target* comercial, el mejor del día en todas las televisiones) se adueñaron de sus respectivas franjas sobre Antena 3 (9,4% y 1.072.000 – 12,3% y 1.093.000), al igual que **‘Pasapalabra’** (19,8% y 1.709.000), que superó en más de 5 puntos a Antena 3 (14,3% y 1.229.000). Anotó el **minuto de oro de la jornada**, a las 21:09 h, con **2.685.000 espectadores y un 27,7% de *share*.**

**Informativos Telecinco 21:00 h** (20,4% y 2.099.000) fue la oferta informativa líder del martes con casi 7 puntos de ventaja sobre Antena 3 Noticias 2 (13,7% y 1.374.000).

**Telecinco lideró el día (16%) con más de 4 puntos sobre Antena 3 (11,7%)** y se anotó la victoria del *daytime* (15,4%), mañana (16,4%), tarde (19%), *prime time* (17,3%) y *late night* (14,5%). Se impuso además en el *target* comercial del total día (16,2%).

En Cuatro, **‘First dates’** (8,1% y 984.000) registró su **mejor *share* del año** y creció casi 1 punto hasta anotar un 9% de cuota de pantalla en *target* comercial.