

Madrid, 18 de septiembre de 2019

**audiencias mARTES 17 DE SEPTIEMBRE**

‘GH VIP: Límite 48 horas’ lidera en Telecinco con su mejor estreno desde 2015 y se impone de forma absoluta en Cuatro frente a ‘La Voz Kids’

El arranque de **‘GH VIP: Límite 48 horas’** ratificó anoche el doble éxito de su emisión transversal en **Telecinco y Cuatro** al imponerse de forma absoluta en ambas cadenas, confirmando que es el formato preferido para los espectadores

En **Telecinco**, **‘GH VIP: Límite 48 horas’ (15,9% y 2.655.000)** fue el espacio más visto del día con el dato de **estreno más alto de los últimos cuatro años**. Se anotó la victoria del *access prime time*, por encima de su inmediato competidor (14,7%) que emitió ‘El hormiguero’ (13,1% y 2.165.000). Registró el **minuto de oro de la jornada**, a las 22:49 horas, con **3.253.000 espectadores y un 19,8% de *share*.**

Los espectadores de 25 a 34 años (19,6%) fueron los principales seguidores del concurso superando la media nacional en los mercados regionales de Canarias (25,6%), Asturias (21,2%), Galicia (18,5%), Madrid (18,1%), Euskadi (16,1%) y en el denominado ‘Resto’ (16,3%).

 **Franja ‘GH VIP: Límite 48 h’**

 **(22:50-01:39h)**

En **Cuatro, ‘GH VIP: Límite 48 horas’ (21,1% y 2.139.000)** lideró de forma absoluta en su banda de emisión en la que aventajó en más de 7 puntos a la oferta de Antena 3 (14%) y cuadruplicó a la de La Sexta (4,5%). Incluso en la franja coincidente con ‘La Voz Kids’, entre las 22:50 y las 00:12 horas, Cuatro (18%) aventajó a Antena 3 (17,1%).

El concurso superó la media nacional en los mercados regionales de Asturias (31,9%), Canarias (25,9%), Murcia (24,8%), Euskadi (23,5%), Galicia (23,4%) y Valencia (22,4%).

El espacio posterior a la gala en Cuatro, **‘GH VIP: La casa en directo’ (22,7% y 628.000)** también mostró su autoridad frente al resto de ofertas que no subieron de un dígito: Antena 3 (4,9%) y La Sexta (3,1%). Como resultado, Cuatro fue líder absoluto de la franja de ***late night* con un 25% de *share.***

**El *daytime* de Telecinco, favorito para los espectadores**

**Telecinco** no encontró rival en el ***daytime* (15,5%)** gracias a los buenos resultados de sus espacios de información y entretenimiento de producción propia. **‘El programa de Ana Rosa’** (22,3% y 665.000) dominó de nuevo su banda de emisión con una ventaja de casi 10 puntos sobre ‘Espejo público’ (12,7% y 375.000) y creció en *target* comercial hasta anotar un 23,1% de *share*, por segundo día consecutivo, el más alto de cualquier emisión en todas las televisiones; **‘Sálvame Limón’** (12,8% y 1.475.000) y **‘Sálvame Naranja’** (19,2% y 1.706.000) se adueñaron de sus respectivas bandas sobre Antena 3 (9% y 1.045.000 – 12,3% y 1.088.000), al igual que **‘Pasapalabra’** (18,2% y 1.976.000), que superó en 5 puntos a Antena 3 (13,2% y 1.429.000) con su **mejor programa de los últimos tres meses**.

**Informativos Telecinco 21:00 h** **(16,9% y 2.466.000)**, segundo espacio más visto del día, fue la oferta informativa líder del martes con 5,6 puntos de ventaja sobre Antena 3 Noticias 2 (11,3% y 1.603.000).

Como resultado, **Telecinco lideró el martes (14,7%),** con 2,1 puntos de ventaja sobre Antena 3 (12,6%).

Entre las televisiones temáticas, **FDF (2,7%)** fue la más vista del día, con **‘La que se avecina’ (4,2% y 488.000)** como el espacio con mayor audiencia de la jornada en estos canales.