

Madrid, 30 de septiembre de 2019

**AUDIENCIAS DOMINGO 29 DE SEPTIEMBRE**

‘GH VIP: el debate’ vuelve a crecer y anota su mejor registro de la temporada con casi 15 puntos sobre Antena 3

**Con 2.521.000 espectadores y un 22,3% de *share*, el concurso fue lo más visto del domingo con una ventaja de 14,9 puntos sobre Antena 3 (7,4%)**

**Telecinco lideró la jornada y fue el referente informativo con sus ediciones de las 21:00h (13,3% y 1.876.000) y de las 15:00h (14,7% y 1.663.000) como las más vistas en sus respectivas franjas**

**‘GH VIP: el debate’ (22,3% y 2.521.000)** prosigue su estela ascendente sin encontrar techo. Anoche volvió a crecer 2,2 puntos y 223.000 espectadores respecto a la semana pasada, marcando su máximo de temporada y aumentando su ventaja respecto a sus competidores, con una distancia de casi 15 puntos respecto a la oferta de Antena 3 en su franja (7,4%), en la que emitió la película ‘Little Italy’ (8,5% y 1.215.000). El *reality* de Telecinco emitió el **minuto de oro**, a las 22:44 horas, con 3.397.000 espectadores (20,7%).

El espacio posterior al debate, **‘GH VIP: la casa en directo’ (25,7% y 710.000)** también se impuso de forma absoluta frente a los datos de un solo dígito del resto de ofertas de la competencia, multiplicando por 8 la oferta de Antena 3 (3,2%).

**Telecinco** fue el referente informativo del domingo con **Informativos Telecinco 21:00h** **(13,3% y 1.876.000),** oferta informativa líder de la jornada, segundo espacio más visto del día con su mejor cuota de pantalla en domingo de los últimos dos meses y una ventaja de 1 punto sobre Antena 3 Noticias 2 (12,3% y 1.736.000). Al igual que la edición de las **15:00h (14,7% y 1.663.000)**, también opción favorita en su banda de emisión.

**‘Socialité By Cazamariposas’ (15,6% y 1.342.000)** anotó su tercer mejor resultado en domingo de su historia y se impuso en su franja duplicando la oferta de Antena 3 (6,6%).

**Telecinco** (15,1%), cadena más vista del día, con 5,5 puntos de ventaja sobre Antena 3 (9,6%), se impuso en las franjas de *daytime* (14,7%), mañana (14,1%), sobremesa (12,6%), *prime time* (16,1%) y *late night* (27,8%). En *target* comercial también fue líder en total día (13,5%), *daytime* (14,7%) y *prime time* (15,4%).

**Energy (2,8%)** fue la televisión temática líder del domingo y **‘La que se avecina’ (3,9% y 597.000**), en FDF, fue el espacio más visto en estas televisiones.