

Madrid, 8 de noviembre de 2019

**audiencias jueves 7 de NOVIEMBRE**

‘Gran Hermano VIP’ crece y supera el 45% de *share* entre los jóvenes

**Con un 33,6% de *share* y 3.492.000 espectadores,** el *reality* de Telecinco anotó su segundo mejor dato de la temporada tras superar en más de 28 puntos a Antena 3 (5%), con la serie ‘New Amsterdam’ (5,3% y 813.000) y duplicó la oferta de La Sexta en su franja (16,3%) con la emisión de ‘7N Debate: última oportunidad’ (19,2% y 3.133.000)

**Telecinco** coronó el ranking de los espacios más vistos del día con ‘GH VIP: Express’ y ‘GH VIP’

**‘Gran Hermano VIP’ (33,6% y 3.492.000)** volvió anoche a demostrar que no tiene rival, ni siquiera con la expectación suscitada por un debate protagonizado por cinco mujeres emitido en otro canal de la competencia. Incluso creció, sumó 1,5 puntos y 359.000 nuevos seguidores respecto a la semana pasada, con lo que situó la gala de anoche como **la segunda mejor de la temporada**. Fue líder de forma absoluta frente al resto de opciones televisivas, con más de 28 puntos de ventaja sobre la oferta de Antena 3 en su franja (5%) y duplicó a La Sexta (16,3%).

 **Franja ‘GH VIP’ (23:03-01:49 h)**

‘Gran Hermano VIP’ también creció en *target* comercial (33,8%), con sus mayores seguidores entre los jóvenes de 13 a 24 años (45,3%) y de 25 a 34 años (41,8%) y los mercados regionales de Murcia (46,6%), Canarias (41,4%), Andalucía (41,1%) y Asturias (40,6%) con datos por encima del 40% de *share*.

El espacio previo a la gala **‘GH VIP: Express’ (20,2% y 3.656.000)** fue **lo más visto del día** con su **segundo mejor resultado de la temporada** y duplicó a Antena 3 (10,1%). Durante su emisión se registró el **minuto de oro del jueves**, a las 22:46 horas, con **4.366.000 espectadores** (24,2%). En cuanto al espacio posterior, **‘Gran Hermano VIP: la casa en directo’ (34,6% y 1.083.000)** también se alzó imbatible frente al resto de ofertas en su banda de emisión, con más de 30 puntos sobre Antena 3 (3,9%).

Como ya es habitual, **Informativos Telecinco 21 h (16,6% y 2.629.000)** fue la oferta informativa líder del día con 3,6 puntos de ventaja sobre Antena 3 Noticias 2 (13% y 2.030.000).

Asimismo, Telecinco fue la opción favorita para los espectadores en *daytime* (20,5%) con **‘Sálvame Limón’ (15% y 1.663.000), ‘Sálvame Naranja’ (19,6% y 1.951.000) y ‘Sálvame Banana’ (16,1% y 2.129.000)** dueños de sus respectivas bandas sobre Antena 3 (8,5%, 10,3% y 13,5%).

**Telecinco fue ayer la televisión más vista del día con un 20% de *share***, su **segundo mejor resultado de la temporada**, casi el doble que Antena 3 (10,4%). Se alzó con la victoria de todas las franjas: *daytime* (20,5% vs.10,8%), mañana (19% vs. 12,8%), sobremesa (14,4% vs. 13,3%), tarde (19,3% vs. 10,8%), *prime time* (19% vs. 9,5%) y *late night* (40,5% vs. 4,6%). También fue la televisión más vista en el *target* comercial del total día (20,8% vs. 9,4%), *daytime* (21,8% vs. 9,3%) y *prime time* (19% vs. 9,5%).