

Madrid, 3 de febrero de 2020

**audiencias DOMINGO 2 DE FEBRERO**

 ‘El tiempo del descuento’ bate su récord y se impone en casi 8 puntos a Antena 3

**Con 2,2 M de espectadores y un 18,4% de *share*, el programa de Telecinco fue el espacio más visto del día, con 7,7 puntos de ventaja sobre la oferta de su inmediato competidor en su franja (10,7%)**

**Registró el minuto de oro de la jornada, a las 22:46 horas, con 2,7 M de espectadores y un 15,8% de *share***

La evolución al alza en las audiencias de **‘El tiempo del descuento’ (18,4% y 2,2 M)** le llevó a obtener anoche su mejor dato hasta la fecha, siendo además la primera opción para los espectadores en todo el *prime time* televisivo tras situarse como lo más visto del domingo. También el espacio posterior, **‘El tiempo del descuento: en directo’ (19,3% y 596.000)** lideró de forma absoluta frente a los datos de un solo dígito del resto de opciones de la competencia, duplicando a Antena 3 (7,2%).

Además, **Informativos Telecinco 21:00 h (12,4% y 2 M)** fue la oferta informativa líder de la jornada y se impuso en su banda de emisión, por encima de Antena 3 Noticias 2 Fin de Semana (12,1% y 2 M).

**‘Socialite by Cazamariposas’ (13,7% y 1,1 M)** fue la opción favorita para los espectadores en su franja con 4,5 puntos sobre Antena 3 (9,2%).

Con estos resultados, **Telecinco (13,5%) fue la televisión más vista del domingo** con 2,5 puntos de ventaja sobre Antena 3 (11%). Lideró las franjas de ***daytime* (13,8%), mañana (11,4%), tarde (13,5%), *prime time* (13,1%) y *late night* (24,8%)**.

En Cuatro, **‘First dates’ (5,2% y 916.000)** volvió a anotar su mejor cuota de pantalla en domingo de la temporada.

**FDF (2,7%) y Energy (2,6%)** fueron las televisiones temáticas líderes de la jornada con **‘La que se avecina’ (3% y 525.000) en FDF** como lo más visto del domingo en estas televisiones.

Por otro lado, **‘Sábado Deluxe’ (17,8% y 1,8 M)** se impuso como el segundo espacio más visto del sábado tras duplicar la oferta de Antena 3 (8,4%) en su franja, lo que llevó a Telecinco a liderar de forma absoluta el *prime time* (15,4%), casi 6 puntos por delante de Antena 3 (9,8%).