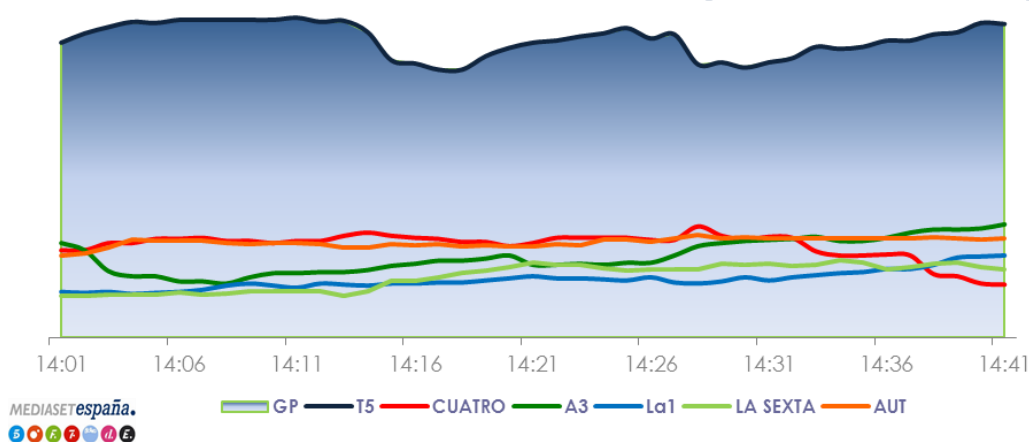


## DESTACADOS AUDIENCIAS FIN DE SEMANA

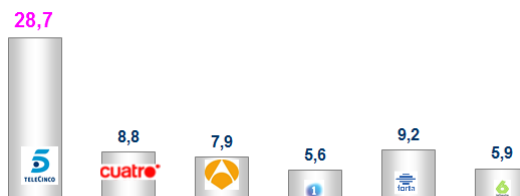
5

**EL GP DE ALEMANIA DE MOTO GP (28,7% Y 2.562.000) ARRASA EN SU FRANJA DE EMISIÓN CON EL MEJOR REGISTRO DESDE 2011 TRAS SUMAR UN MILLÓN DE ESPECTADORES Y 3,4 PUNTOS RESPECTO A 2012 (24,3% Y 1.616.000)**

### MOTO GP 14/07/13 (28,7% - 2.562.000)



La carrera, en la que venció el piloto español Marc Márquez y se colocó líder del Mundial, se impuso a Antena 3 en más **20 puntos de share (7,9%)**



Targets	T5	A3
<b>Ind. 4+</b>	<b>28,7</b>	<b>7,9</b>
<b>T.C.</b>	<b>31,1</b>	<b>10,3</b>
Hombres	35,2	7,4
Mujeres	21,5	8,4
4-12	15,0	6,1
13-24	24,0	19,7
25-34	29,0	13,2
35-54	33,4	6,9
55-64	33,7	5,9
65 y mas	24,7	4,8
ALTA-MEDIA ALTA	28,1	5,3
MEDIA	29,8	9,2
MEDIA BAJA	28,3	7,8
BAJA	24,9	6,5
AND	25,5	9,5
CAT	35,9	6,0
EUS	21,6	6,9
GAL	25,9	6,0
MAD	29,6	8,3
VAL	28,2	13,1
CLM	28,1	6,8
CAN	20,0	3,7
ARAGON	18,6	9,0
ASTURIAS	39,8	6,4
BALEARES	31,8	3,6
MURCIA	32,7	5,3
CASTILLA Y LEÓN	26,2	10,0
RESTO	27,3	7,3

Anotó un **31,1% de share** en el denominado **target comercial** y se impuso de forma absoluta en todos los segmentos de espectadores por edad, clase social y mercados geográficos, con un gran seguimiento en **Asturias (39,8%), Cataluña (35,9%), Murcia (32,7%), Baleares (31,8) y Madrid (29,6%)**

El **Post de MotoGP (20% y 2.073.000)** y el **Previo de la competición (23,3% y 1.620.000)** también lideraron de manera absoluta sus franjas de emisión

Las tres categorías **promediaron un 25,2% de share y 1.616.000 espectadores**

Asimismo, las victorias de Jordi Torres en Moto2 (**24,7% y 1.340.000** y **28,7% de target comercial**) y de Álex Rins en Moto3 (**19,2%, 936.000** y un **24% de cuota en target comercial**), así como sus respectivos **Previos** y **Posts** se impusieron en sus respectivas bandas horarias

El triplete español de Márquez, Torres y Rins en las tres categorías propiciaron el liderazgo de Telecinco en las franjas de mañana (16,8%) y sobremesa (15%), aventajando ampliamente a su inmediato competidor, Antena3 (7,1% y 12,2%, respectivamente)

Telecinco copó el ranking de los 10 spots más vistos de la semana, con las campañas de Generalitat de Cataluña y Seat ofrecidas durante el Mundial de Motociclismo como líderes en rating publicitario

Campaña	Cadena	Fecha	Día semana	Hora de Inici	Duración	Título Emisic	AM%	GRP [20 seg.]
1 G.CAT./TURISMO	T5	14/07/2013	Domingo	14:43:52	0000:20	POST MOTO	7,0	7,0
2 SEAT/LEON	T5	14/07/2013	Domingo	14:43:32	0000:20	POST MOTO	7,0	7,0
3 ORANGE/BANDA ANCHA MOVIL 4G	A3	10/07/2013	Miércoles	23:32:41	0000:30	CON EL CULC	6,7	10,0
4 VODAFONE/PLAN BASE	T5	10/07/2013	Miércoles	23:43:54	0000:20	HAY UNA CO	6,6	6,6
5 SUBARU/FORESTER	T5	14/07/2013	Domingo	14:32:14	0000:20	MOTOCICLIS	6,5	6,5
6 AVIONES/P.CINE	T5	14/07/2013	Domingo	14:31:10	0000:20	MOTOCICLIS	6,3	6,3
7 CHEVROLET/CRUZE-ORLANDO	T5	14/07/2013	Domingo	14:31:40	0000:20	MOTOCICLIS	6,3	6,3
8 PRIMA/MAYONESA	T5	14/07/2013	Domingo	14:31:30	0000:10	MOTOCICLIS	6,3	3,2
9 NIÑOS GRANDES 2/P.CINE	T5	14/07/2013	Domingo	14:29:55	0000:20	MOTOCICLIS	6,3	6,3
10 AQUARIUS	T5	14/07/2013	Domingo	14:29:25	0000:30	MOTOCICLIS	6,3	9,5

Además, la carrera de Moto GP arrasó en impacto social con 66.865 comentarios en redes sociales, convirtiendo a Telecinco en la cadena con mayor número de menciones durante la jornada (75.564 menciones)

Top cadenas dom 14 julio	
Cadena	Comentarios
Telecinco	75.564
MTV	20.658
La1	19.618
Cuatro	15.301
laSexta	10.726
Antena 3	10.709
13tv	3.759
Neox	2.762
Discovery Max	2.348
Intereconomía	1.787

Fuente: Global In Media

Top programas dom 14 julio	
Programa	Comentarios
Mundial MotoGP	66.865
Cine: Niños gr...	12.653
Cuarto Milenio	11.279
Alaska y Mario	5.978
Policías en ac...	3.754
La Marimorena	3.351
Antena 3 Notic...	3.184
El Club de la ...	2.651
Yo soy Bruce L...	1.725
Aida	1.382

Fuente: Global In Media

Informativos Telecinco 21:000 horas lideró su franja de competencia el domingo (14,1% y 1.486.000) convirtiéndose en el informativo más visto de las cadenas comerciales, frente al 12,4% de cuota de pantalla y 1.908.000 espectadores anotado por Antena 3

El sábado, "El gran Debate" también lideró su banda de emisión (14,2% de share y 1.251.000 espectadores) frente al 10,5% de cuota y 926.000 espectadores anotados por Antena 3



**CUATRO, POR DELANTE DE LA SEXTA EL SÁBADO (6,8% VS. 5,4%) Y EL DOMINGO (5,6% VS. 5,1%)**

El domingo, Noticias Cuatro 1 (9,1% y 793.000) y Noticias Cuatro Deportes (7,0% y 764.000) se impusieron notablemente a su principal competidor en su franja de emisión (5,7% y 495.000; 3,7% y 409.000, respectivamente)

El programa **“Callejeros viajeros: Islas Bermudas”** (4,9% y 755.000) también superó a LaSexta (4,1% y 629.000)

El espacio presentado por Iker Jiménez **“Cuarto milenio”** anotó un **9,3% de share y 746.000 espectadores** dominando en el **late night** frente a la oferta de La Sexta (4,7% y 373.000), creció hasta el 11,1% en el **target comercial**

El domingo, la cadena superó a LaSexta en el **total día** (5,6% vs. 5,1%), **day time** (6,1% vs. 4,7%), **mañana** (5,5% vs. 3,6%), **sobremesa** (6,1% vs. 4,7%) y **late night** (10,3% vs. 4,6%)

El sábado, los largometrajes **“El corazón de la bestia”** (7,4% y 860.000) y **“Uno para todas”** (8,2% y 750.000) consiguieron también batir a La Sexta (3,7% y 422.000; 5,1% y 468.000), anotando excelentes resultados en el **target comercial** (11,6% y 11%), respectivamente



## **FACTORÍA DE FICCIÓN, CANAL TEMÁTICO MÁS VISTO DEL DEL FIN DE SEMANA: SÁBADO (3,3%) Y DOMINGO (2,9%)**

Con un **3,6% de share y 390.000 espectadores**, **“La que se avecina”** se convirtió en el espacio más visto del domingo

El sábado, la suma de las cadenas temáticas del grupo Mediaset (**11,0% de share**) anotó su mejor dato histórico



## **MEDIASET ESPAÑA, GRUPO AUDIOVISUAL LÍDER DEL SÁBADO (28,6% DE SHARE), SUPERANDO AMPLIAMENTE A ANTENA 3 (25% DE CUOTA)**

**LA SUMA DE SUS CADENAS TEMÁTICAS ANOTÓ SU MEJOR DATO HISTÓRICO EL SÁBADO (11%)**

GABINETE DE PRENSA  
**MEDIASETespaña.**



 @mediasetcom