

## DESTACADOS AUDIENCIAS 17 DE JULIO

**MEDIASET ESPAÑA, LÍDER DEL DÍA CON UN 30,8% DE SHARE Y UN 32,4% EN TARGET COMERCIAL**



### “LAS MAÑANAS DE CUATRO” (7% Y 385.000) ANOTA SU MEJOR SHARE DE 2013

El espacio de actualidad conducido por Jesús Cintora registró su **dato más alto desde noviembre de 2012 y creció hasta el 7,9% en el target comercial**

Tras arrancar con éxito en el *late night*, “Scandal” debutó con **doble entrega en su nueva ubicación en prime time con un 7,3% y 1.122.000 y 8,3% y 1.167.000, respectivamente**, anotando un **9,5% y un 10,6% en el target comercial**. Se impuso a la doble entrega de “Juego de tronos” (5% y 758.000 - 7,2% y 845.000) en La Sexta

A continuación, el doble episodio de “El cuerpo del delito” (8,2% y 801.000 - 10,1% y 572.000) superó a La Sexta, que emitió la serie “Escudo humano” (4,9% y 7,1%), e incluso a Antena 3, que ofreció “Buenagente” (7,8%) y “Los Quien” (7,2%)

Cuatro se impuso a su principal competidor en **total día (5,8% vs. 5,7%), day time (5,7% vs. 5,5%), sobremesa (5,9% vs. 5,5%) y late night (8,9% vs. 6,8%)**



### TELECINCO, LÍDER DEL DÍA CON “HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR” COMO PRIMERA OPCIÓN DE LA NOCHE E INFORMATIVOS TELECINCO 21:00 HORAS COMO LO MÁS VISTO DE LA JORNADA

El programa presentado por Jorge Javier Vázquez (17,2% y 1.875.000) superó por 8 puntos a Antena 3 (9,2%) en su franja de emisión y anotó el **minuto de oro del día a las 23:00 horas con 2.764.000 espectadores (17,7%)**



El spot más visto

	*Adultos: Pub. Convencional
CADENA	T5
SPOT	CANAL+YOMVI
HORA	23:25:03
PROGRAMA	HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR
GRP'20	8,6
RAT%	5,7

Durante su emisión, albergó el **spot más visto de la jornada**

La cadena se impuso en *prime time* (15,1%) y el *late night* (17,9%)

Previamente, **Informativos Telecinco 21:00 horas** (19,3% y 1.950.000) superó al resto de ofertas informativas de la jornada, superando por más de 9 puntos a Antena 3 (10,1%) en su banda de competencia

“Pasapalabra” (19,5% y 1.650.000) anotó su mejor *share* desde el pasado 10 de mayo y se impuso, al igual que “El programa del verano” (15,6% y 449.000) y “Sálvame diario” (15,9% y 1.611.000), en su franja de emisión

Telecinco se adjudicó también en las franjas de *tarde* (17,5%) y *day time* (14,5%) y lideró el ranking de cadenas con más comentarios en redes sociales con más de 88.000 menciones. Lideró también el *target comercial* de total día (13%), *day time* (13,7%) y *prime time* (11,3%)



**EL ESTRENO DE “HOTEL INFIERNO” PROMEDIA UN DESTACADO 2,2% DE SHARE EN SU TRIPLE ENTREGA Y LIDERA SU CORE TARGET CON UN 5,1% EN MUJERES JÓVENES**

Anotó un 1,9%, 2,3% y 2,5% de *share* en sus tres primeros capítulos, incrementando estas cuotas hasta el 2,6%, 3% y 3,2%, respectivamente, en *target comercial*



**FACTORÍA DE FICCIÓN, CANAL TEMÁTICO LÍDER DEL MIÉRCOLES (3,3%)**

Se impuso también en el *day time* (3,5%) y el *late night* (4%)

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASET**española.



@mediasetcom