

Madrid, 18 de agosto de 2015

AUDIENCIAS LUNES 17 DE AGOSTO

La final de la Supercopa de España en Telecinco se alza como la emisión más vista del verano (38,3% y 5.760.000 espectadores)

- Telecinco superó a Antena 3 en casi nueve puntos en total día (20,3% vs. 11,4%) y obtuvo su mejor *share* desde el pasado 26 de marzo (21,5%). Es su mejor dato de *prime time* desde el 30 de mayo, coincidiendo con la emisión de la final de la Copa del Rey (33,1%)
- El encuentro entre el FC Barcelona y el Athletic de Bilbao se convirtió en la emisión más vista de la jornada, con un 38,3% de *share* y 5.760.000 espectadores, así como el encuentro de Supercopa de España más visto en Telecinco.
- El partido consiguió el liderazgo de su banda horaria frente al resto de ofertas, a más de 30 puntos de distancia sobre Antena 3 (7,2% y 1.083.000), destacando los datos obtenidos en Euskadi (60%), Canarias (48,4%), Castilla-La Mancha (45,1%), Murcia (45,2%) y el denominado Resto (50,9%).

Targets	T5	A3
Ind. 4+	38,3	7,2
T.C.	39,7	7,7
Hombres	46,2	6,1
Mujeres	30,3	8,4
4-12	33,4	7,2
13-24	41,6	7,6
25-34	42,5	6,2
35-54	36,3	7,7
55-64	38,7	8,0
65 y mas	39,3	6,3

Targets	T5	A3
AND	43,8	7,2
EUS	60,2	3,7
GAL	39,9	6,9
MAD	33,8	10,4
VAL	38,9	10,1
CLM	45,1	7,9
CAN	48,4	8,8
ARAGON	41,4	5,8
ASTURIAS	44,2	7,1
BALEARES	40,4	6,6
MURCIA	45,2	10,1
CASTILLA Y LEÓN	41,1	8,1
RESTO	50,9	5,4

- El “minuto de oro” de la jornada se produjo a las 23:23 horas con 6.812.000 espectadores (43,6%). Los 10 anuncios comerciales más vistos del día se emitieron en Telecinco, correspondiendo el “spot de oro” a Orange (22:48h).
- Alcanzó el 39,7% de *share* en el *target* comercial, 32 puntos por delante de Antena 3 (7,7%).

- Obtuvo los resultados más sobresalientes entre los *targets* de espectadores de 13 a 24 años (41,6%) y los espectadores de 25 a 34 años (42,5%).
- Tanto el programa previo (22,4% y 2.777.000) como el post-partido (20,3% y 2.403.000) lograron el dominio de sus respectivas bandas horarias, superando a su directo competidor (5,6% y 697.000 y 9,4% y 1.118.000).
- **“Informativos Telecinco 21:00h”** (22,4% y 2.239.000) fue el espacio informativo más visto de la jornada, a casi 11 puntos de Antena 3 (11,6% y 1.156.000). Anotó su mejor cuota de pantalla desde mayo de 2014 (23,9%).
- **“Informativos Telecinco 15:00h”** lideró su franja con un 15,2% de *share* y 1.724.000 espectadores, frente al 14,6% y 1.659.000 de su directo competidor.
- **“El programa del verano”** (16,1% y 463.000) fue el magazine líder de la mañana, frente al 14,2% de cuota y 410.000 espectadores alcanzados por Antena 3.
- **“Cámbiame”** repitió un día más como el espacio más visto en su franja entre las televisiones nacionales, con un 12,2% de *share* y 1.213.000 espectadores. En *target* comercial, creció 2 puntos hasta alcanzar el 14%
- **“Sálvame limón”** (14,8% y 1.642.000) y **“Sálvame naranja”** (19,3% y 1.745.000) consiguen el liderazgo de sus respectivas franjas de emisión frente al 11,5% y 1.274.000 y el 14,8% y 1.338.000 de Antena 3. Ambos programas lideraron en todas las franjas de edad.
- **“Pasapalabra”** (19,0% y 1.531.000) aventajó con 7 puntos a la oferta de Antena 3 (12,1% y 978.000).
- **Telecinco** consiguió el dominio absoluto en todas las bandas horarias: *daytime* (15,1%), mañana (15,4%) sobremesa (13,5%), tarde (19,0%), *prime time* (32,4%) y *late night* (13,3%). En *target* comercial, Telecinco lideró de manera absoluta el total día (20,2%), el *day time* (14,8%) y el *prime time* (32,6%).

Cuatro se impone un día más a La Sexta (7,3% vs. 6,4%) con su oferta de información y ficción

- **“Noticias Cuatro Deportes”** (9,3% y 1.059.000) duplicó los datos de su principal competidor, “Jugones” (4,7% y 534.000).
- **“Hawai 5.0”** marcó en su triple entrega un 6,4% y 677.000, imponiéndose en franja a La Sexta (6,2% y 654.000).
- **“Las reglas del juego”** (7% y 566.000) superó a su inmediato competidor en *target* comercial (8,2% vs. 6,8%), entre los espectadores de 25 a 34 años (9,1% vs. 4,8%) y los de 35 a 54 años (9,5% vs. 6,8%)



- **“Gym Tony”** aventajó a la oferta de La Sexta (5% y 673.000 vs 4,8% y 648.000), sobresaliendo entre el público objetivo de Cuatro, espectadores de 13 a 24 años (6,3% vs. 4,6%)
- **Cuatro** superó a La Sexta en total día (7,3% vs. 6,4%), *day time* (8,1% vs. 6,6%), mañana (7,3% vs. 6,1%), sobremesa (8% vs. 7,2%), tarde (7% vs. 6,7%) y *late night* (10,9% vs. 7,2%).

FDF (3,3%), nuevamente líder entre los canales temáticos de la oferta TDT

- La emisión de “La que se avecina” (5,3% y 600.000 espectadores) se situó en la primera posición del ranking de lo más visto del día, seguido del largometraje “¡Vaya resaca!” (3,1% y 448.000 espectadores).

