

Madrid, 23 de septiembre de 2019

AUDIENCIAS DOMINGO 22 DE SEPTIEMBRE

‘GH VIP: el debate’ suma seguidores, supera la barrera del 20% de *share* y no da tregua a la competencia

Con 2.298.000 espectadores y un 20,1% de *share*, el concurso fue lo más visto del domingo y aventajó en 8,5 puntos a Antena 3

Telecinco lideró la jornada y fue el referente informativo con sus ediciones de las 21:00h (12,9% y 1.911.000) y de las 15:00h (14,5% y 1.687.000) como las más vistas en sus respectivas franjas

‘GH VIP’ no encuentra techo en ninguna de sus versiones. La segunda entrega de ‘GH VIP: el debate’ (20,1% y 2.298.000) sumó 4 décimas y 118.000 espectadores respecto a su estreno la semana pasada, con 8,5 puntos de ventaja sobre la oferta de Antena 3 (11,6%) en la que emitió la película ‘Passengers’ (12,9% y 1.785.000).

El concurso presentado por Jorge Javier Vázquez lideró todos *targets* sociodemográficos, anotando sus mejores registros en los mercados regionales de Asturias (25,9%), Canarias (24,2%), Madrid, (23,5%), Valencia (20,7%), Castilla y León (20,6%), Galicia (20,2%) y en denominado ‘Resto’ (23,9%).

Emitió el **minuto de oro**, a las 23:22 horas, con 3.377.000 espectadores y un 31,9% de *share*, y el **spot más visto del día** (Orange) a las 23:06 horas con un 7,1% de *rating* publicitario.

El espacio posterior al debate, ‘GH VIP: la casa en directo’ (19,9% y 573.000) también que se impuso de forma absoluta frente a los datos de un solo dígito del resto de ofertas.

Telecinco fue el referente informativo del domingo con **Informativos Telecinco 21:00h (12,9% y 1.911.000)** oferta informativa líder de la jornada, con su emisión más vista en domingo de los últimos 4 meses y una ventaja de más de 1 punto sobre Antena 3 Noticias 2 (11,8% y 1.740.000). Al igual que la edición de las **15:00h (14,5% y 1.687.000)**, también opción favorita en su banda de emisión.

Telecinco (14,3%), cadena más vista del día con 4 puntos de ventaja sobre Antena 3 (10,3%), se impuso en las franjas de *daytime* (13,8%), mañana (12,3%), sobremesa (12,9%), *prime time* (15,6%) y *late night* (23%). En *target* comercial también fue líder en total día (12,9%), *daytime* (12,3%) y *prime time* (14,1%).