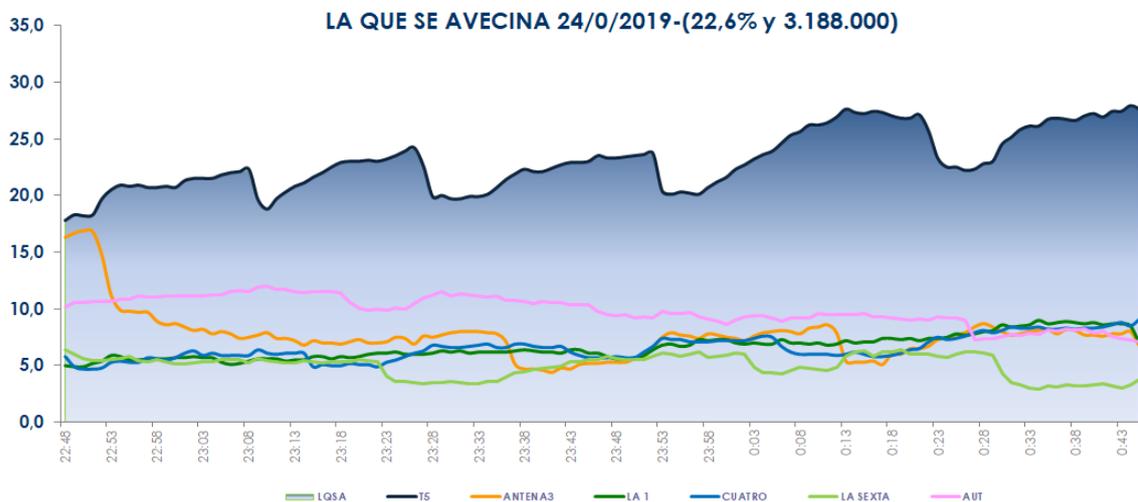


Madrid, 25 de abril de 2019

AUDIENCIAS MIÉRCOLES 24 DE ABRIL

El estreno de 'La que se avecina' (22,6% y 3.188.000), líder absoluto del miércoles, arrasa entre los jóvenes (45,8%)



Ha sido el arranque más competitivo de una ficción esta temporada. Superó en más de 15 puntos a la película de Antena 3 'Soy leyenda' 3 (7,2% y 939.000) y creció hasta el 26,1% en el *target* comercial, aventajando en más de 17 puntos a su competidor (8,7%) en este parámetro.

Alcanzó un 45,8% de *share* entre los jóvenes de 13-24 años y un 35,8% de cuota entre los espectadores de 25-34 años. Fue primera opción en 13 de los 14 mercados regionales, registrando sus mejores marcas en Castilla-La Mancha (35,8%), Asturias (30,4%), Murcia (30,1%) y el denominado 'Resto' (26,4%).

Emitió el minuto de oro del día, a las 23:08h con 3.977.000 espectadores y un 22,3% de *share* y el *spot* más visto del día (Audi E-Tron) a las 23:08h con un 9,8% de *rating* publicitario.

Además, el **espacio de access prime time de la serie** (15,7% y 2913.000) -segunda emisión más vista del día- y el **capítulo posterior de reposición** (19,2% y 917.000) dominaron sus respectivas franjas, batiendo en ambos casos a su competidor (14% y 2.595.000 – 4,8% y 229.000).

'Informativos Telecinco 21:00h' (16,6% y 2.679.000), tercera emisión más vista de la jornada, a 3,8 puntos de Antena 3 Noticias 2 (12,8% y 2.002.000).

'Sálvame Limón' (12,1% y 1.516.000), **'Sálvame Naranja'** (17,8% y 1.883.000) y **'Pasapalabra'** (17% y 2.214.000), un día más primera opción de sus respectivas franjas.

Telecinco (16,1%), cadena más vista del día, se impuso en *daytime* (15,4%), tarde (17,6%), *prime time* (17,4%) y *late night* (22,3%). En *target* comercial fue primera opción en todas sus franjas: total día (16,7%), *daytime* (16%) y *prime time* (18,1%).