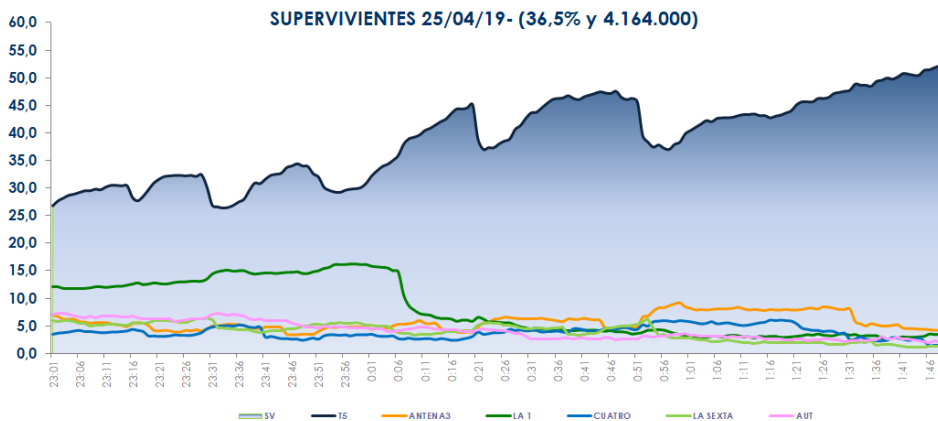


Madrid, 26 de abril de 2019

**AUDIENCIAS MIÉRCOLES 25 DE ABRIL**

10,5 millones de espectadores vieron al menos un minuto el estreno más seguido en la historia de ‘Supervivientes’ con un 36,5% y 4.164.000



El esperado salto de Isabel Pantoja a las 24:36h anotó un 46,2% de *share* y 4.876.000 espectadores.

El concurso sextuplicó en su franja la oferta de Antena 3 (5,5% y 626.000) y lideró todos *targets* sociodemográficos, anotando sus mejores registros entre los jóvenes de 13 a 24 años (46,7%) y los espectadores de 25 a 34 años (40,5%).

Se impuso en todos los mercados regionales, superando su media nacional en Andalucía (45,2%), Murcia (44%), Canarias (40,5%), Asturias (39,6%), Valencia (38,1%), Castilla-La Mancha (37,5%) y Galicia (37,3%).

Emitió el minuto de oro a las 24:20h con el salto de Toñi y Encarna Salazar, que registró 5.391.000 espectadores y un 45,1% de *share*, y el *spot* más visto del día (San Miguel sin alcohol) a las 23:30h con un 11,9% de *rating* publicitario.

Previamente, ‘Supervivientes Exprés’ (24% y 4.363.000) fue el espacio más visto de la jornada. Superó en 11,8 puntos en su franja a su inmediato competidor (12,2% y 2.211.000), se impuso en prácticamente todos los *targets* y destacó entre los jóvenes de 13 a 24 años (31,3%) y los espectadores de 25 a 34 años (27,1%).

Targets	TS	A3
Ind. 4+	36,5	5,5
T.C.	37,2	6,2
Hombres	27,5	5,5
Mujeres	43,7	5,5
4-12	29,3	1,3
13-24	46,7	5,1
25-34	40,5	7,3
35-54	34,8	5,8
55-64	33,9	7,0
65 y mas	37,5	3,8
IS A	28,4	6,0
IS B	29,8	6,8
IS C	36,3	4,8
IS D	42,4	4,4
IS E	40,4	5,9
AND	45,2	5,5
CAT	27,2	6,7
EUS	30,5	4,5
GAL	37,3	1,8
MAD	35,3	6,7
VAL	38,1	5,5
CLM	37,5	4,1
CAN	40,5	5,2
ARAGON	29,3	2,4
ASTURIAS	39,6	2,2
BALEARES	29,8	2,6
MURCIA	44,0	2,9
CASTILLA Y LEÓN	29,1	4,6
RESTO	35,5	11,5

**‘Informativos Telecinco 21:00h’** (16,7% y 2.500.000), referencia informativa de la jornada, aventajó en 3,2 puntos a Antena 3 Noticias 2 (13,5% y 1.960.000).

**‘El programa de Ana Rosa’** (19,1% y 654.000) dominó su franja de emisión con una ventaja de 7 puntos sobre ‘Espejo público’ (12% y 411.000).

**‘Sálvame Limón’** (12,5% y 1.503.000) y **‘Sálvame Naranja’** (18,6% y 1.866.000) dominaron sus respectivas franjas sobre Antena 3 (9,7% y 1.171.000 – 13,2% y 1.320.000).

**‘Pasapalabra’** (17,6% y 2.112.000), primera opción en su horario, superó en 1,7 puntos a Antena 3 (15,9% y 1.915.000).

Telecinco, líder del día (20,5%), anotó su mejor registro de la temporada, dominando el *daytime* (19,6%), la mañana (17,6%), la tarde (18,3%), el *prime time* (22,5%) y el *late night* (40,2%) con su mejor registro desde el 16 de agosto de 2017, jornada en la que la cadena ofreció el partido de vuelta de la Supercopa de España entre el Real Madrid y el F.C. Barcelona. Se impuso además en el *target* comercial de total día (21,3%), *daytime* (20,7%) y el *prime time* (22,5%).