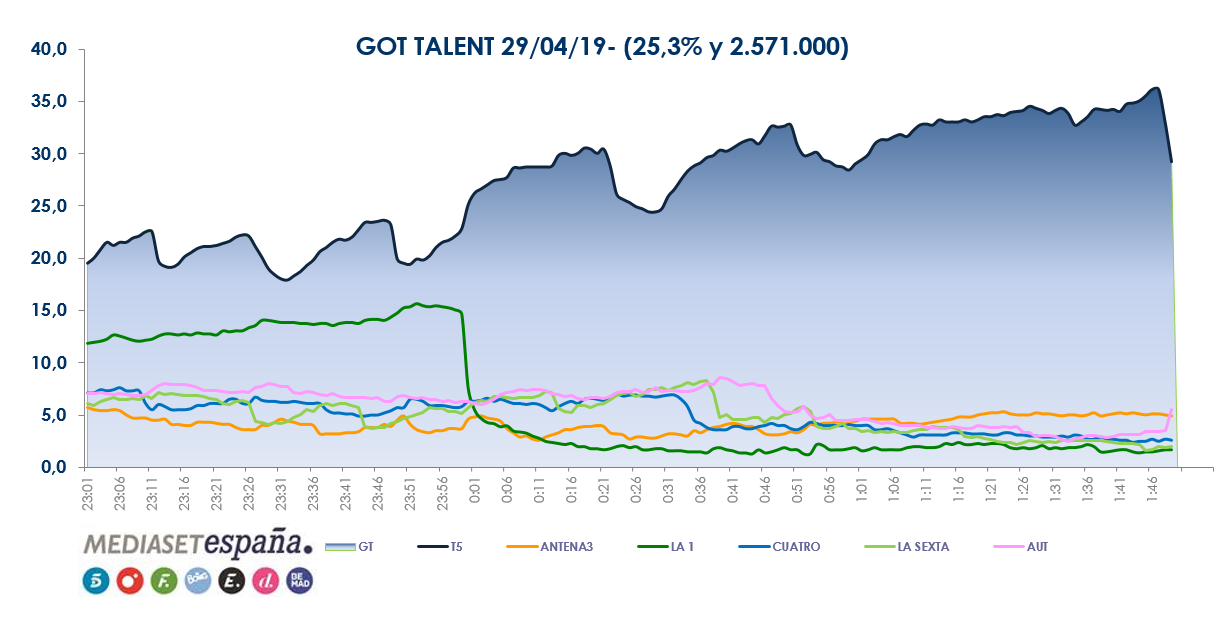


Madrid, 30 de abril de 2019

**audiencias lunes 29 de ABRIL**

La final de ‘Got Talent’ (25,3% y 2.571.000), emisión más vista del concurso desde el desenlace de su segunda edición en marzo de 2017



Con su mejor dato de espectadores desde el 21 de marzo de 2017, el *talent show* anotó su emisión más vista de la temporada, liderando indiscutiblemente su franja de emisión con **más de 20 puntos de ventaja a Antena 3 (4,1% y 414.000)**, en cuya oferta de programación incluía la serie ‘45 revoluciones’ (4,2% y 620.000).

Lideró en todos los targets sociodemográficos, logrando un especial seguimiento entre el público más joven -un 31,6% de *share* entre los espectadores de 4 a 12 años y un 30,2% entre los de 13 a 24 años- y entre los residentes en Canarias (36%), Castilla-La Mancha (31,4%), Andalucía (31,1%), Murcia (29,3%) y Asturias (25,4%).

Anotó el **minuto de oro** del lunes a las 23:10 horas, con 3.706.000 espectadores (22,5%). Con su gran final, concluyó su cuarta edición con un promedio en sus 14 entregas del 19,7% de *share* y 2.245.000 espectadores.

Previamente, **‘Got Talent Express’ (2.583.000 y 14,3%)** se situó como el espacio más visto de la jornada, liderando también su horario de emisión frente a Antena 3 (13,6% y 2.444.000).

**Informativos Telecinco 21:00 horas, líder en la jornada postelectoral**

En el día posterior a las Elecciones Generales, **Informativos Telecinco 21:00 horas (2.493.000 y 16,5%)** fue nuevamente el espacio informativo de referencia frente a su principal competidor, Antena 3 Noticias 2 (14,1% y 2.057.000).

En el *late night*, ‘Supervivientes: Diario’ (23,9% y 737.000) arrasó en su banda de competencia, a más de 20 puntos de distancia de Antena 3 (3% y 93.000).

**‘El programa de Ana Rosa’** (18,3% y 646.000) dominó una jornada más su franja de emisión frente a ‘Espejo público’ (14,7% y 514.000). Anotó un destacado 21% de *share* en el *target* comercial.

**‘Sálvame Limón’** (14% y 1.629.000) y **‘Sálvame Naranja’** (19,4% y 1.823.000) dominaron sus respectivas franjas sobre Antena 3 (9,2% y 1.071.000 – 12,7% y 1.193.000).

**‘Pasapalabra’** (17,8% y 2.088.000), primera opción en su horario, superó en 1,8 puntos a Antena 3 (16% y 1.076.000).

**Telecinco (17,2%), líder del día con su** **mejor lunes de la temporada**, dominó también el *prime time* (16,5%), *day time* (17,6%), mañana (16,6%), sobremesa (13,2%), tarde (19,1%) y *late night* (29,2%).

**Segundo mejor dato de *share* de ‘Todo es mentira’**

En Cuatro, tanto **‘Todo es mentira’ (4,8% y 564.000)** anotó el segundo mejor *share* desde su estreno.

En el horario estelar, ‘Cuatro y Acción: El escuadrón del diablo’ (6,1% y 848.000) superó en su franja a La Sexta (6% y 834.000).

**Factoría de Ficción, temático más visto**

En lo que respecta las temáticas, **Factoría de Ficción (2,7%)** fue una jornada más el temático más visto en total día, *day time* (2,8%) y *late night* (4,7%).

A continuación, se situó **Divinity (2,5%)** como segundo canal temático más visto, con récord de *share* de **‘Erkenci Kus (Pájaro soñador)’ (4% y 386.000)**, duplicando en su franja de emisión el dato de Nova (1,8% y 175.000).

Por último, el conjunto de canales de **Mediaset España (30,8%)** lideraron la jornada con su mejor dato en lunes de la temporada frente a Atresmedia (27,4%).