

Madrid, 9 de mayo de 2019

AUDIENCIAS MIÉRCOLES 8 DE MAYO

‘La que se avecina’ (19,6% y 2.694.000) supera en 3,1 puntos al estreno de ‘La Voz Senior: audiciones’ (16,5% y 2.418.000)

La serie de Telecinco también se impuso en la franja coincidente de ambos espacios, entre las 22:46 y las 00:23 horas, con una distancia de 2,7 puntos (19,2% vs 16,5%). Asimismo registró 3,7 puntos de ventaja respecto a la oferta de Antena 3 en su banda horaria completa (15,9%).

Franja ‘La que se avecina’
22:46 – 00:42 h

Targets	T5	A3
Ind. 4+	19,6	15,9
T.C	23,3	14,2
Hombres	18,9	12,5
Mujeres	20,2	18,9
4-12	29,1	9,2
13-24	37,5	9,1
25-34	29,8	13,4
35-54	21,9	14,1
55-64	15,5	15,2
65 y mas	11,5	21,7

‘La que se avecina’ creció hasta el 23,3% en el *target* comercial, aventajando en más de 9,1 puntos a su competidor en este parámetro (14,2%). Alcanzó un 37,5% de *share* entre los jóvenes de 13-24 años y un 29,8% de cuota entre los espectadores de 25-34 años, registrando sus mejores marcas en Castilla-La Mancha (30,5%), Asturias (26%), Murcia (26,7%), Andalucía, 23,3%), Castilla y León (21,2%) y el denominado ‘Resto’ (21,3%).

Emitió el *spot* más visto del día (Toyota) a las 23:09h con un 8,2% de *rating* publicitario.

Previamente, **‘Supervivientes: última hora’** (14,5% y 2.605.000) lideró su franja y anotó el minuto de oro del día, a las 22:44 h con 3.584.000 espectadores (19,9%)

‘Informativos Telecinco 21:00h’ (18,4% y 2.781.000), encabezó en ranking de las emisiones más vistas de la jornada, a 5,7 puntos de Antena 3 Noticias 2 (12,7% y 1.848.000).

‘El programa de Ana Rosa’ (22,2% y 678.000) ratificó su dominó en su franja de emisión ampliando su ventaja a casi 10 puntos sobre ‘Espejo público’ (12,3% y 368.000), la **mayor distancia entre ambos programas de los últimos 8 años, desde el 8 de julio de 2011.**

‘Sálvame Limón’ (13,4% y 1.585.000) y **‘Sálvame Naranja’** (19% y 1.834.000) dominaron sus respectivas franjas sobre Antena 3 (8,9% y 1.051.000 – 12,6% y 1.220.000). **‘Pasapalabra’** (17% y 1.967.000), opción favorita para los espectadores en su horario.

Telecinco (16,6%), cadena más vista del día, se impuso en *daytime* (16,7%), tarde (18,5%), *prime time* (16,4%) y *late night* (20,6%). En *target* comercial también fue primera opción en todas sus franjas: total día (17,3%), *daytime* (17,9%) y *prime time* (16,2%).