

Madrid, 14 de mayo de 2019

## AUDIENCIAS LUNES 13 DE MAYO

### El estreno de ‘Adivina qué hago esta noche’ (9,6% y 1.375.000), mejor debut de un programa original esta temporada en Cuatro

El nuevo concurso presentado por Santi Millán se impuso en su franja tanto a la oferta de Antena 3 (9%) como a la de La Sexta (7%).

Obtuvo un 9,7% en *target* comercial, destacando entre los jóvenes de 13 a 24 años (11,7%) y de 25 a 34 años (11,7%). Por mercados regionales, superó la media nacional en Valencia, donde fue la primera opción para los espectadores con un 14,4% de *share*, Baleares (12,1%), Andalucía (11,5%), Canarias (9,8%) y Cataluña (9,7%).

**En Telecinco, Informativos Telecinco 21:00 horas (18,1% y 2.519.000)** fue el espacio con mayor audiencia del día y el referente informativo de la jornada frente a su principal competidor, Antena 3 Noticias 2 (14,1% y 1.891.000). Emitió el *spot* más visto del lunes (Vueling), a las 21:41 h, con un 6,4% de *rating* publicitario.

‘**Brigada Costa del Sol**’ (11,6% y 1.644.000) se impuso en su banda de competencia, a más de 2 puntos de distancia de Antena 3 (9% y 1.279.000). La ficción de Mediaset España creció 1,3 puntos hasta anotar un 12,9% en *target* comercial, destacando entre los jóvenes de 13 a 24 años (13,6%) y de 35 a 54 años (12,7%), así como en los mercados regionales de Castilla la Mancha (18,4%), Andalucía (15,6%) y Asturias (15,1%).

‘**El programa de Ana Rosa**’ (19,1% y 562.000) lideró una jornada más su franja de emisión con una ventaja de casi 7 puntos sobre ‘Espejo público’ (13,2% y 385.000).

‘**Sálvame Limón**’ (13,1% y 1.558.000) y ‘**Sálvame Naranja**’ (19,3% y 1.771.000) dominaron sus respectivas franjas sobre Antena 3 (9,3% y 1.104.000 – 12,7% y 1.170.000).

‘**Pasapalabra**’ (18% y 1.940.000), primera opción en su horario, superó en 1,5 puntos a Antena 3 (16,5% y 1.776.000). Anotó el minuto de oro del lunes a las 21:09 h (3.248.000 y 25,2%).

**Telecinco, líder del día (14,7%)**, dominó también el *day time* (15,3%), mañana (17%), tarde (19%), *prime time* (13,5%) y *late night* (11,5%).

## Factoría de Ficción, canal temático más visto del lunes (3,3%)

Se impuso en las franjas de *day time* (3,3%), *sobremesa* (3,9%), *prime time* (3,3%) y *late night* (6%).

Encabezó el ranking de los espacios más vistos del día en estos canales con la película 'Baywatch: los vigilantes de la playa' (4,2% y 551.000) y 'La que se avecina' (4,3% y 517.000).

'**Sühan, venganza y amor**' se despide en Divinity como líder de su franja entre los temáticos con 363.000 espectadores y un 2,8% de *share*. La telenovela turca ha acumulado desde su estreno una media del 2,8% de *share* y 308.000 espectadores y ha sido la primera opción en su banda de emisión entre los espectadores de las televisiones temáticas. Ha anotado un *target* comercial del 3,1% y 117.000 seguidores, destacando en el *core target* de Divinity, las mujeres de 16 a 44 años, entre las que ha alcanzado un extraordinario seguimiento del 5,6% y 75.000.