

Madrid, 16 de mayo de 2019

AUDIENCIAS MIÉRCOLES 15 DE MAYO

‘La que se avecina’ (19,5%) amplía a 4,3 puntos su ventaja sobre ‘La Voz Senior: audiciones’ (15,2%)

‘Supervivientes: última hora’, ‘La que se avecina’ e Informativos Telecinco 21 horas, espacios más vistos del día.

‘La que se avecina’ (19,5% y 2.657.000) se impuso a ‘La Voz Senior’ (15,2% y 2.172.000) en la franja coincidente de ambos, entre las 22:47 y las 00:24 horas, con una distancia de 4 puntos (19,2% vs 15,2%). Registró 4,8 puntos de ventaja respecto a la oferta de Antena 3 en su banda horaria completa (14,7%), hasta las 00:39 h.

Franja ‘La que se avecina’
22:46 – 00:39 h

Targets	T5	A3
Ind. 4+	19,5	14,7
T.C.	23,6	12,8
Hombres	18,7	11,9
Mujeres	20,2	17,1
4-12	24,6	6,0
13-24	41,9	8,9
25-34	32,1	8,1
35-54	21,6	12,8
55-64	14,5	15,4
65 y mas	11,2	20,8

‘La que se avecina’ creció hasta el 23,6% en el *target* comercial, aventajando en más de 10 puntos a su competidor en este parámetro (13,2%). Alcanzó un 41,9% de *share* entre los jóvenes de 13-24 años y un 32,1% de cuota entre los espectadores de 25-34 años, registrando sus mejores marcas en Castilla-La Mancha (29,4%), Murcia (29,1%), Asturias (28%), Andalucía (23,2%), Madrid (20,9%) y Aragón (20,8%).

Previamente, ‘Supervivientes: última hora’ (15,5% y 2.687.000), espacio más visto del día, anotó el minuto de oro de la jornada, a las 22:43 h con 3.802.000 espectadores (21,5%). Emitió el *spot* más visto del miércoles (Nissan), también a las 22:43h, con un 9% de *rating* publicitario.

Informativos Telecinco 21:00h (18,8% y 2.633.000), oferta informativa líder del día, a 4 puntos de Antena 3 Noticias 2 (14,8% y 2.004.000).

‘El programa de Ana Rosa’ (19,4% y 606.000) de nuevo dominó su franja de emisión ampliando su ventaja a 6,7 puntos sobre ‘Espejo público’ (12,7% y 390.000).

‘Sálvame Limón’ (14,4% y 1.664.000) y ‘Sálvame Naranja’ (que repitió su segundo mejor *share* de la temporada con un 20,1% y 1.888.000) dominaron sus respectivas franjas sobre Antena 3 (9,4% y 1.087.000 – 12,8% y 1.201.000). ‘Pasapalabra’ (17,9% y 1.984.000), opción favorita para los espectadores en su horario a más de 1 punto de distancia de su rival (16,6%).

Telecinco (16,9%), cadena más vista del día y en todas sus franjas: *daytime* (16,7%), mañana (17,5%), sobremesa (13,5%), tarde (19,7%), *prime time* (17,1%) y *late night* (19,5%). En *target* comercial también fue primera opción en total día (17,1%), *daytime* (16,9%) y *prime time* (17,4%).