

Madrid, 23 de mayo de 2019

**AUDIENCIAS MIÉRCOLES 22 DE MAYO**

‘La que se avecina’ (18,1%) se impone a ‘La Voz Senior: audiciones’ (14,1%) con 10 puntos de ventaja en *target* comercial (22% vs.12,1%)

La serie de Telecinco, Informativos Telecinco 21 horas y ‘Supervivientes: última hora’, espacios más vistos del día.

‘La que se avecina’ (18,1% y 2.515.000) lideró de forma absoluta su franja en la que amplió a 4,6 puntos su distancia frente a la oferta de Antena 3 (13,5%).

Franja ‘La que se avecina’  
22:47 – 00:40 h

‘La que se avecina’ creció hasta el 22% en el *target* comercial, aventajando en casi 10 puntos a su competidor en este parámetro (12,1%). Alcanzó un 33,3% de *share* entre los jóvenes de 13-24 años y un 27,4% de cuota entre los espectadores de 25-34 años, registrando sus mejores marcas en Castilla-La Mancha (28,1%), Murcia (26,5%), Asturias (26,2%), Canarias (22,1%), Andalucía (20,3%), Valencia (18,7%) y Aragón y Castilla y León (18,3%).

Targets	T5	A3
Ind. 4+	18,1	13,5
T.C.	22,0	11,6
4-12	18,1	9,0
13-24	33,3	10,7
25-34	27,4	10,1
35-54	21,3	10,9
55-64	14,7	14,4
65 y más	10,4	18,2
AND	20,3	14,4
CAT	11,3	13,7
EUS	16,3	8,5
GAL	17,7	9,5
MAD	15,5	12,1
VAL	18,7	16,3
CLM	28,1	11,9
CAN	22,1	15,7
ARAGON	18,3	17,3
ASTURIAS	26,2	14,3
BALEARES	16,3	16,1
MURCIA	26,5	19,8
CASTILLA Y LEÓN	18,3	12,6
RESTO	14,0	9,0

Previamente, ‘Supervivientes: última hora’ (14,4% y 2.460.000), anotó el minuto de oro de la jornada, a las 22:46 horas (3.555.000 y 20,4%). Emitió el *spot* más visto del miércoles (Bimbo), también a las 22:46h, con un 7,6% de *rating* publicitario.

**Informativos Telecinco 21:00h** (18,1% y 2.498.000), oferta informativa líder del día, a 4,4 puntos de Antena 3 Noticias 2 (13,7% y 1.837.000).

‘El programa de Ana Rosa’ (19,2% y 589.000) dominó su franja de emisión ampliando su ventaja a casi 6 puntos sobre ‘Espejo público’ (13,3% y 403.000).

‘Sálvame Limón’ (13,3% y 1.554.000) y ‘Sálvame Naranja’ (que anotó su tercer mejor *share* del año con un 20,3% y 1.857.000) dominaron sus respectivas franjas sobre Antena 3 (8,9% y 1.034.000 – 13,9% y 1.272.000).

‘Pasapalabra’ (19% y 2.081.000), opción favorita para los espectadores en su horario a 2,2 puntos de distancia de su rival (16,8%). Superó a ‘Boom!’ (17,1% y 1.815.000) en casi 2 puntos.

**Telecinco** (16,4%), cadena más vista del día, se impuso en las franjas de *daytime* (16,6%), mañana (17,4%), tarde (20,2%), *prime time* (16,2%) y *late night* (18,9%). En *target* comercial también fue primera opción en total día (17,1%), *daytime* (17,4%) y *prime time* (16,5%).

En Cuatro, **‘En el punto de mira’** (7,2% y 1.111.000) obtuvo su **mejor dato de la temporada** y creció 1,4 puntos en *target* comercial hasta anotar un 8,6% de *share*.

**Factoría de Ficción** (3,1%) fue el canal temático líder del miércoles. **‘La que se avecina’** (4,4% y 604.000) en FDF y **‘C.S.I. Nueva York’** (3,5% y 577.000) en Energy se convirtieron en las emisiones más vistas de la jornada en estas televisiones.