

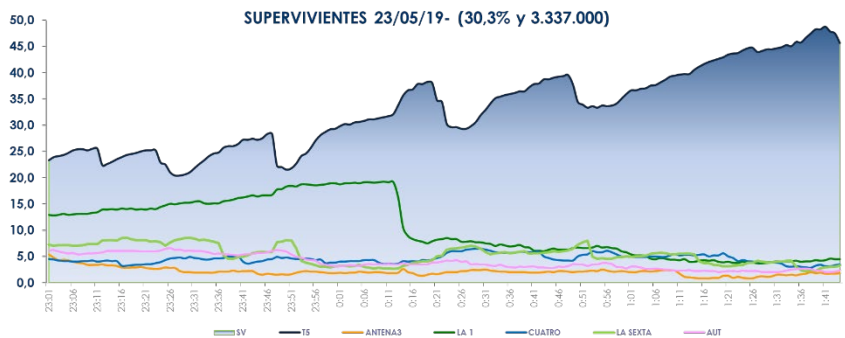
Madrid, 24 de mayo de 2019

AUDIENCIAS JUEVES 23 DE MAYO

‘Supervivientes’ (30,3% y 3.337.000) crece y anota su segunda emisión más vista de la temporada

La doble emisión de ‘45 revoluciones’ (2,6% y 405.000 – 2% y 187.000) en Antena 3 convierte a su segunda entrega en el **capítulo de una serie de ficción nacional con peor resultado de la historia.**

Telecinco copó el ranking de los espacios más vistos del día con ‘Supervivientes Exprés’, la gala de ‘Supervivientes’ e Informativos Telecinco 21:00 h



Franja ‘Supervivientes’ (23:01 -01:45 h)

Targets	T5	A3
Ind. 4+	30,3	2,3
T.C.	29,2	2,2
4-12	17,1	0,5
13-24	31,3	3,0
25-34	34,2	1,6
35-54	26,8	1,7
55-64	30,4	2,6
65 y mas	34,0	2,9
AND	38,8	2,6
CAT	22,7	1,7
EUS	34,2	1,3
GAL	28,7	1,7
MAD	28,4	2,8
VAL	28,8	1,9
CLM	29,2	2,2
CAN	35,1	2,4
ARAGON	22,9	4,6
ASTURIAS	39,4	3,5
BALEARES	29,2	1,2
MURCIA	34,4	3,0
CASTILLA Y LEÓN	27,5	2,2
RESTO	23,8	1,4

La gala presentada por Jorge Javier Vázquez lideró de forma absoluta, multiplicando por 13 el dato de Antena 3 en su franja (2,3%). Registró el minuto de oro del jueves, a las 23:08 horas (4.315.000 y 25,4%). Lideró todos *targets* sociodemográficos, anotando sus mejores registros entre los espectadores de 25 a 34 años (34,2%).

Se impuso en todos los mercados regionales, superando su media nacional en Asturias (39,4%), Andalucía (38,8%), Canarias (35,1%), Murcia (34,4%) y Euskadi (34,2%).

Emitió el *spot* más visto de la jornada (SKODA) a las 23:11h con un 10,5% de *rating* publicitario.

Previamente, ‘Supervivientes Exprés’ (20,3% y 3.514.000) fue el espacio más visto del jueves tras superar en 6,4 puntos en su franja a su inmediato competidor (13,9% y 2.402.000).

El espacio posterior a la gala, ‘Supervivientes: diario’ (25,3% y 841.000) también fue la opción favorita para los espectadores, con 23,5 puntos de ventaja sobre la oferta de Antena 3 en su franja (1,8%).

Informativos Telecinco 21:00h (18,3% y 2.593.000), referencia informativa de la jornada, se impuso en casi 4 puntos a Antena 3 Noticias 2 (14,5% y 1.998.000).

‘El programa de Ana Rosa’ (19,9% y 612.000) volvió a dominar su franja de emisión con una ventaja de 6,7 puntos sobre ‘Espejo público’ (13,2% y 402.000). Creció 1,4 puntos en *target* comercial hasta anotar un 21,3% de *share*.

‘Sálvame Limón’ (13,2% y 1.498.000) y **‘Sálvame Naranja’** (19,9% y 1.871.000) dominaron sus respectivas franjas sobre Antena 3 (8,9% y 1.012.000 – 13,4% y 1.266.000).

‘Pasapalabra’ (18,4% y 2.094.000), primera opción en su horario, superó en casi 2 puntos a Antena 3 (16,5% y 1.876.000) y aventajó en 1,6 puntos a ‘Boom!’ (16,8% y 1.864.000).

Telecinco, líder del día (19,6%) con 8,5 puntos de ventaja sobre Antena 3 (11,1%). Se impuso en las franjas de *daytime* (19,3%), mañana (18%), tarde (19,5%), *prime time* (20,1%) y *late night* (34,8%). También fue la televisión más vista en el *target* comercial del total día (19,5%), *daytime* (19,9%) y *prime time* (18,9%).