

Madrid, 29 de mayo de 2019

**AUDIENCIAS MARTES 28 DE MAYO**

**Cuatro anota su mejor día del año con la entrega de ‘Supervivientes: tierra de nadie’ más vista de la temporada**

El *reality* (22% y 2.440.000) creció 0,6 puntos sobre la semana anterior y se situó como el tercer espacio más visto del día. Lideró su franja con una ventaja de casi 14 puntos sobre la oferta de Antena 3 (8,1%) y más de 16 sobre La Sexta (5,7%).

Cuatro registró su mejor *share* anual (8,4%), mejor *prime time* del curso televisivo (11,4%) y mejor *late night* de los últimos cinco años (23,9%).

‘Supervivientes: tierra de nadie’ se impuso en todos los *targets* sociodemográficos y en todos los mercados regionales, superando su media nacional en Asturias (27,8%), Andalucía (24,5%), Galicia (25,5%), Euskadi y Canarias (23%), Murcia (22,6%) y en el denominado ‘Resto’ (24,7%).

Franja ‘Supervivientes: tierra de nadie’  
(22:50-01:40 h)

Targets	A3	CUATRO	LA SEXTA
Incl. 4+	8,1	22,0	5,7
T.C.	8,0	19,3	4,5
4-12	2,2	18,1	1,8
13-24	7,3	27,2	2,9
25-34	8,5	23,4	4,3
35-54	8,1	18,8	4,9
55-64	9,9	21,0	6,4
65 y mas	7,3	25,5	7,5
AND	10,3	24,5	4,7
CAT	5,9	18,1	7,1
EUS	7,6	23,0	4,6
GAL	4,3	25,5	7,0
MAD	8,7	20,0	6,4
VAL	10,3	21,8	5,9
CLM	8,2	21,6	4,2
CAN	4,3	23,0	6,9
ARAGON	11,0	20,6	4,9
ASTURIAS	8,1	27,8	3,8
BALEARES	4,4	18,8	7,2
MURCIA	4,9	22,6	1,9
CASILLA Y LEÓN	8,8	20,7	6,0
RESTO	9,7	24,7	5,7

Emitió el *spot* más visto del día (Skoda) a las 23:10h con un 8,1% de *rating* publicitario.

A continuación, ‘Supervivientes: diario’ (19,3% y 545.000) también lideró su franja de forma absoluta, dejando a su competencia en mínimos, un 3,7% en Antena 3 y un 3,2% en La Sexta.

‘Supervivientes: tierra de nadie’ (17,5% y 3.021.000) en **Telecinco**, espacio más visto del martes, incluyó el minuto de oro de la jornada, a las 22:45 h, con 3.611.000 espectadores y un 20,4% de *share*.

**Informativos Telecinco 21:00h** (18,2% y 2.559.000), referencia informativa de la jornada y segundo espacio más visto del martes, aventajó en 3,5 puntos a Antena 3 Noticias 2 (14,7% y 1.988.000).

‘El programa de Ana Rosa’ (20% y 618.000) dominó su franja de emisión con una ventaja de 7 puntos sobre ‘Espejo público’ (13% y 399.000). Creció 2,8 puntos en *target* comercial hasta anotar un 22,8% de *share*, el más alto en todas las televisiones y parámetro en el duplicó a Antena 3 en su franja (10,6%).

‘**Sálvame Limón**’ (13,5% y 1.606.000) y ‘**Sálvame Naranja**’ (19,3% y 1.827.000) dominaron sus respectivas franjas sobre Antena 3 (9,1% y 1.083.000 – 13,2% y 1.243.000).

‘**Pasapalabra**’ (19,1% y 2.141.000), opción favorita para los espectadores en su horario, en el que superó en casi 1,3 puntos a Antena 3 (17,8% y 1.997.000). El concurso que presenta Christian Gálvez aventajó en 1,1 puntos a ‘Boom’ (18% y 1.936.000).

**Telecinco, líder del día (15%)**, se anotó la victoria del *daytime* (15,4%), la mañana (18%), la tarde (19,3%) y el *prime time* (14,2%). Se impuso además en el *target* comercial de total día (15%).

### ‘**Erkenci Kus (Pájaro soñador)**’ bate su récord histórico en Divinity

Con un **4,5% de share y 427.000 espectadores**, la telenovela lideró su franja entre las temáticas, convirtiéndose en la telenovela con mayor cuota de pantalla del día en estas televisiones.

Creció en *target* comercial (4,9%) y anotó un 9,2% de *share* en su *core target* (mujeres de 16 a 44 años).