

Madrid, 27 de junio de 2019

AUDIENCIAS MIÉRCOLES 26 DE JUNIO

‘Señoras del (h)AMPA’, líder indiscutible del *prime time* frente a la final menos vista de la historia del formato ‘La Voz’

- Con 2.147.000 espectadores y un 15,9% de *share*, la serie lideró de forma absoluta con una ventaja de más de 2 puntos sobre la oferta de Antena 3 (13,8%), donde la final de ‘La Voz Senior’ (13,7% y 1.775.000) cerró la peor edición histórica del formato, con una media de temporada del 14,5% de *share* y 1.978.000 espectadores.
- La ficción de Telecinco creció 1,9 puntos hasta anotar un 17,8% en *target* comercial, 7 puntos más que el concurso de Antena 3, que bajó 2,9 puntos hasta registrar un 10,8% de *share* en este parámetro.

‘**Señoras del (h) AMPA**’ lideró entre los espectadores menores de 65 años, destacando entre los jóvenes de 13-24 años (25,5%). Registró sus mejores marcas en Asturias (25,4%), Madrid (21,9%), Castilla la Mancha (19,6%), Castilla y León (17,7%), Euskadi (17,6%) y Andalucía (16,8%). Además, emitió el *spot* más visto del miércoles (Toyota), a las 23:12h, con un 6,1% de *rating* publicitario.

Previamente, ‘**Supervivientes: última hora**’ (15,6% y 2.303.000) anotó la victoria de su franja, con 2,1 puntos de ventaja sobre Antena 3 (13,5%) y registró **el minuto de oro del miércoles**, a las 22:50 horas, con 3.062.000 espectadores y un 20,1% de *share*. **Informativos Telecinco 21:00h** (19,2% y 2.261.000) fue la oferta informativa líder del día, a 5,9 puntos de Antena 3 Noticias 2 (14,5% y 1.658.000).

En *daytime*, ‘**El programa de Ana Rosa**’ (16,7% y 534.000) dominó su franja de emisión con más de 7 puntos de ventaja sobre ‘Espejo público’ (9,7% y 305.000); ‘**Sálvame Limón**’ (13,6% y 1.631.000) y ‘**Sálvame Naranja**’ (20,2% y 1.892.000) fueron favoritas para los espectadores en sus respectivas bandas de emisión, sin dar tregua a Antena 3 (9,9% y 1.191.000 – 12,7% y 1.188.000). Y ‘**Pasapalabra**’ (19,1% y 1.833.000) fue la preferida para el público en su horario, a casi 1 punto de distancia de su rival (18,2% y 1.743.000), superando a ‘Boom!’ (18,5% y 1.734.000).

Telecinco (15,4%), cadena más vista del día, se impuso en las franjas de *daytime* (15%), mañana (15,4%), tarde (19,9%), *prime time* (16,4%) y *late night* (12,2%). En *target* comercial también fue primera opción en total día (14,9%), *daytime* (14,7%) y *prime time* (16,4%).

En Cuatro, ‘**Fuera de cobertura**’ (6,5% y 890.000) anotó su mejor dato de la temporada y creció casi 1 punto en *target* comercial (7,4%).