

Madrid, 12 de julio de 2019

**audiencias jueves 11 de JULIO**

‘Supervivientes’ arrasa con el mejor dato desde su estreno

El concurso presentado por Jorge Javier Vázquez (36% y 3.584.000) cuadruplicó la oferta de Antena 3 (7,8%) y sextuplicó a La Sexta (5,5%) en su franja

Éxito de la oferta de producción propia e informativa de Telecinco, que situó 7 de sus espacios entre los 8 con mayor audiencia del día: ‘Supervivientes’ (gala y exprés), Informativos Telecinco (21h y 15 h), ‘Sálvame’ (limón y naranja) y ‘Pasapalabra’

 **Franja ‘Supervivientes’**

**(23:** **00 – 01:43 h)**

Nuevo hito de **‘Supervivientes’.** La última gala desde Honduras anotó un **36% de *share* y 3.584.000 espectadores**, creció 3,1 puntos respecto a la semana pasada y anotó su segunda mejor cuota de pantalla de la temporada, la mejor desde su estreno.

La gala aventajó en más de 28 puntos a Antena 3 (7,8%). Registró **el minuto de oro de la jornada**, a las 23:48 horas (**4.604.000** y 36,9%) y emitió el ***spot* más visto de la jornada** (Bimbo), a las 23:28 horas, con un 11,1% de *rating* publicitario.

Lideró todos los *targets* sociodemográficos, con sus mejores registros entre los espectadores de 25 a 34 años (41,2%), superando su media nacional en los mercados regionales de Canarias (39,8%), Andalucía (38,7%), Madrid (38,4%), Murcia (38%), Asturias (37,6%), Valencia (36,1%) y en el denominado ‘Resto’ (39,5%).

El espacio previo a la gala **‘Supervivientes Exprés’** (25,9% y 3.459.000), segundo espacio más visto del día, también lideró su franja e igualmente duplicó la oferta de la competencia (10,9% y 1.458.000). El posterior **‘Supervivientes: diario’** (20,4% y 646.000) fue la opción favorita para los espectadores, con más de 15 puntos de ventaja sobre la oferta de Antena 3 en su franja (4,8% y 152.000).

En el daytime, **‘El programa de Ana Rosa’** (17,5% y 551.000) volvió a dominar su franja de emisión, con más de 6 puntos de ventaja sobre ‘Espejo Público’ (10,8% y 338.000).

**‘Sálvame Limón’** (13,2% y 1.516.000) y **‘Sálvame Naranja’** (18,1% y 1.710.000) dominaron sus respectivas franjas sobre Antena 3 (8,6% y 987.000 – 11,7% y 1.102.000), mientras que ‘**Pasapalabra’** (19% y 1.670.000) se impuso en 2,3 puntos a la oferta de su inmediato competidor en su franja (16,7% y 1.465.000).

**Informativos Telecinco 21 h** (18,8% y 1.945.000) fue la oferta informativa líder del jueves con 5 puntos de ventaja sobre Antena 3 Noticias 2 (13,8% y 1.401.000).

**Como resultado, Telecinco fue líder del día (20,3%)**, estableciendo una ventaja de 9,5 puntos sobre Antena 3 (10,8%). Se impuso en todas las franjas: *daytime* (18,6%), mañana (15,8%), sobremesa (13,1%), tarde (18,1%), *prime time* (24,6%) y *late night* (36,6%). También fue la televisión más vista en el *target* comercial del total día (19,7%), *daytime* (18,4%) y *prime time* (23,1%).

**Factoría de Ficción (3,3%) canal temático líder del día**

**‘La que se avecina’** (4,5% y 517.000) y la película**‘Espías’** (3,4% y 407.000) fueron los espacios más vistos del jueves en estos canales.