

Madrid, 18 de julio de 2019

‘Señoras del (h)AMPA’ se despide hasta la próxima temporada como líder de los miércoles

* Con 1.529.000 espectadores y un 13,1% de *share,* ayer duplicó en su franja la oferta de Antena 3 (6,7%) con su serie ‘Big Little Lies’ (7,3% y 932.000), a la que se impuso también en *target* comercial (15,3% vs. 7,8%)
* Informativos Telecinco 21 horas (19,1% y 2.137.000) fue el espacio más visto de la jornada en un ranking en el que Telecinco situó 7 de las 10 emisiones con mayor audiencia del día

**‘Señoras del (h) AMPA’** (13,1% y 1.529.000) cerró anoche su primera temporada en Telecinco situándose como la opción favorita para los espectadores en el *prime time* de los miércoles. En su despedida lideró entre los espectadores menores de 65 años, con los jóvenes de 25-34 años (18,5%) como sus principales seguidores y registró sus mejores marcas en Asturias (19,3%), Castilla la Mancha (18,4%), Canarias (16,1%), Madrid (15,7%), Valencia (14,3%), Galicia (14,2%), Euskadi (13,7%) y Castilla y León (13,4%).

La ficción ha registrado una media en sus cinco primeros capítulos de un **16,2% de *share* y 2.073.000 espectadores,** con un *target* comercial del 18,4% de *share*.

Previamente, **‘Supervivientes: última hora’** (14% y 1.843.000) lideró su banda de emisión e **Informativos Telecinco 21:00h** (19,1% y 2.137.000) fue la oferta informativa líder de la jornada, a 4,6 puntos de Antena 3 Noticias 2 (14,5% y 1.586.000).

En *daytime*, **‘El programa del verano’** (17,3% y 551.000) dominó su banda de emisión con casi 7 puntos de ventaja sobre ‘Espejo público’ (10,4% y 331.000) y **‘Sálvame Limón’** (13,3% y 1.516.000) y **‘Sálvame Naranja’** (18,9% y 1.722.000) fueron la primera opción para los espectadores frente a Antena 3 (10,5% y 1.198.000 – 13,6% y 1.235.000), al igual que **‘Pasapalabra’** (18,4% y 1.703.000), con 2,4 puntos sobre la oferta de Antena 3 en su banda (16%). El concurso de Telecinco registró el **minuto de oro de miércoles**, a las 21:10 horas, con **2.778.000 espectadores y un 25,7% de *share*.**

**Telecinco** (15,1%), cadena más vista del día, se impuso en las franjas de *daytime* (15,2%), mañana (16,7%), tarde (18,8%), *prime time* (14,8%) y *late night* (13,3%). En *target* comercial también fue líder en total día (15,4%), *daytime* (15,8%) y *prime time* (14,6%).

En **Cuatro**, **‘Fuera de cobertura’** (6,9% y 855.000) anotó su mejor *share* de la temporada, destacando sus mejores registros entre los jóvenes de 13 a 24 años (10,7%) y los de 25 a 34 años (14,8%). Y **‘First dates’** (8% y 1.014.000) obtuvo su segunda mejor cuota de pantalla del año y un 10,1% en *target* comercial, liderando de forma absoluta entre los espectadores jóvenes de 13 a 24 años (13,3%).