

Madrid, 28 de enero de 2020

**audiencias LUNES 27 DE ENERO**

 **‘Vivir sin permiso’ crece y lidera su franja con más de 7 puntos de ventaja sobre Antena 3**

**Con 2.159.000 espectadores y un 15,9% de *share*, incrementa casi 2 puntos respecto a la semana pasada y alcanza el 20,1% en el público de entre 25 y 34 años**

**‘Sálvame Banana’ (17,3% y 2.471.000) marca su récord de espectadores en una jornada que vuelve a liderar Telecinco (15%)**

La tercera entrega de **‘Vivir sin permiso’ (15,9% y 2.159.000)** fue anoche **líder indiscutible de su franja de emisión** con 7,2 puntos de ventaja sobre la oferta de Antena 3 (8,7%). Se impuso a su competidor en todos los *targets* por edades, con especial incidencia entre el **público de 25 a 34 años (20,1%)**. Además, destacó el resultado que obtuvo en los mercados regionales de **Castilla-La Mancha (21,7%)**, **Madrid (21,3%)** y **Asturias (20,8%)**, en los que superó el 20% de *share*.

Previamente, **Informativos Telecinco 21:00 h**. fue la oferta informativa más vista del día con **2.760.000** **espectadores y un 16,2% de *share****,* liderando su franja frente a Antena 3 (14,2%).

En *day time*, **‘El programa de Ana Rosa’ (18,6% y 623.000)** se impuso un día más a su competidor con casi 6 puntos de ventaja sobre ‘Espejo público’ (12,9% y 427.000). Como es habitual, **‘Sálvame Limón’ (13,8% y 1.705.000), ‘Sálvame Naranja’ (18,1% y 1.995.000)** y **‘Sálvame Banana’** **(17,3% y 2.471.000) con su emisión más vista hasta la fecha,** dominaron sus respectivas franjas sobre Antena 3 (10,4%, 11,8% y 15,3%). También marcó récord histórico **‘El Tirón’**, con **2.619.000** **espectadores (16,7%)**.

**Telecinco (15%)** fue la **televisión líder del lunes**, con 2,5 puntos de ventaja sobre Antena 3 (12,5%) tras imponerse al resto de cadenas en las franjas de ***prime time* (14,1%), mañana (16,9%) y tarde (18,1%).**

En Cuatro, **‘First dates: crucero’** (**8,4% y 1.209.000)** creció respecto a la semana anterior y se impuso a La Sexta en su franja de emisión (5,4%). El *dating-show* **creció en *target* comercial hasta el 9,4% de *share*** y entre los **jóvenes de 13 a 24 años** **(14,3%)**.