

Madrid, 26 de abril de 2018

AUDIENCIAS MIÉRCOLES 25 DE ABRIL

Telecinco (14,4%), líder del día con Informativos Telecinco 21:00h (14,5% y 2.227.000) como lo más visto del miércoles

- En una jornada de gran interés informativo motivado por la dimisión de la presidenta de la Comunidad de Madrid, **Informativos Telecinco 21:00h** (14,5% y 2.227.000) superó en 4,5 puntos a Antena 3 Noticias 2 (10% y 1.540.000).
- **‘El programa de Ana Rosa’** (20,3% y 669.000), líder absoluto de su franja, marcó una distancia de 6,6 puntos sobre ‘Espejo público’ (13,7% y 451.000). Creció hasta el 2,3% de cuota en *target* comercial.
- **‘Factor X’** (5,7% y 1.969.000) fue líder de su franja, tras imponerse en 4,7 puntos respecto a su inmediato competidor (11% y 1.375.000) con ‘Fariña’ (12,6% y 2.008.000), que retrocede 1,2 puntos respecto a la semana anterior. El espacio lideró todos los *targets* y creció hasta el 23,1% entre los jóvenes de 13-24 años.
- El espacio emitió el *spot* más visto del día (Volkswagen) a las 23:30h con un 6,5% de *rating* publicitario.
- A continuación, **‘Xtra Factor’** (16,4% y 813.000), primera opción de su horario, duplicó a Antena 3 (8,7% y 434.000) y lideró todos los grupos sociodemográficos, con especial incidencia entre los jóvenes de 13-24 años (22,2%).
- **‘Sálvame Limón’** (12,9% y 1.590.000), **‘Sálvame Naranja’** (19,2% y 1.822.000) y **‘Pasapalabra’** (14,4% y 1.710.000) dominaron sus respectivas franjas de emisión sobre la oferta de Antena 3 (9,6%-1.192.000, 13,6%-1.290.000 y 13,7%-1.625.000).
- **Telecinco**, líder del día (14,4%), ganó el *day time* (15,7%), el *prime time* (12%), la mañana (18%), la tarde (18,5%), el *late night* (17,7%) y el *target* comercial (14,1%).

‘Las mañanas de Cuatro’ (11,9% y 715.000) marca su segundo mejor *share* del año

- Con la final de Albert, ‘**Mujeres y hombres y viceversa**’ (6,5% y 802.000) logró sus segundos mejores registros en Cuatro. Fue líder absoluto entre los jóvenes de 13-24 años (21%) y los espectadores de 25-34 años (11,9%).
- **Noticias Cuatro Deportes** (7% y 853.000), por encima de La Sexta en su franja (5,9% y 721.000), creció hasta el 7,9% en *target* comercial y hasta el 8,3% entre espectadores de 16 a 54 años, audiencia preferente de Cuatro.
- ‘**Ven a cenar conmigo**’ (4,9% y 774.000) fue líder de su horario entre los jóvenes de 13-24 años con un 8% de *share*. También fue la segunda opción entre los espectadores de 25-34 años (8,5%). Creció casi 3 puntos en *target* comercial (7,9%).
- ‘**First Dates**’ (6,6% y 1.174.000), espacio más visto de Cuatro, obtuvo sus mejores resultados entre los jóvenes de 13 a 24 años (8,2%), espectadores de 25 a 34 años (7,9%) y de 35 a 54 años (8,2%).