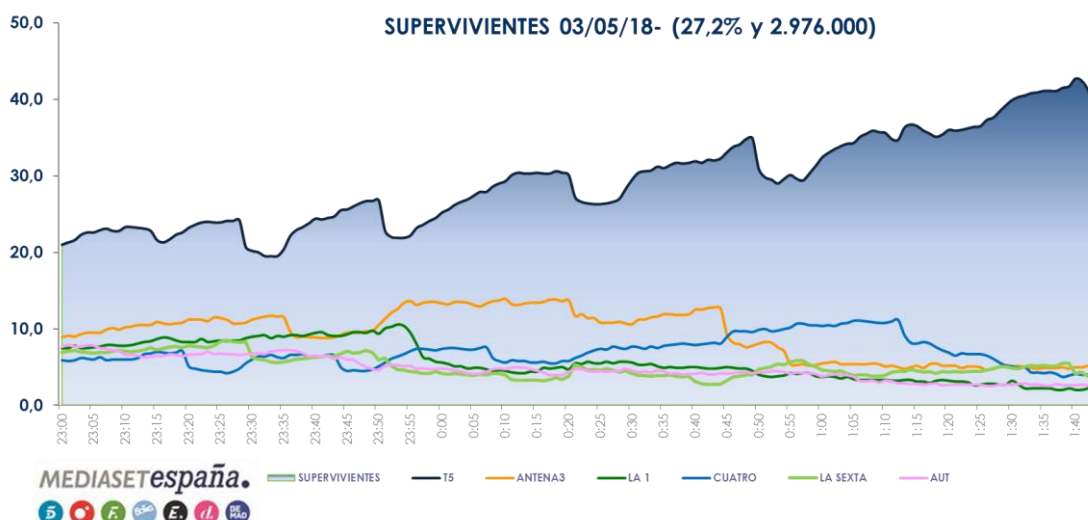


Madrid, 4 de mayo de 2018

AUDIENCIAS JUEVES 3 DE MAYO

Telecinco (17,3%), líder de la jornada

‘Supervivientes’ (27,2% y 2.976.000), emisión más vista del día y líder de su franja a más de 17 puntos de Antena 3 (10,1% y 1.102.000)



- Superó a sus rivales en todos los *targets* sociodemográficos, con especial incidencia entre los jóvenes de 13 a 24 años (27,3%) y los espectadores de 25 a 34 años (26,4%).
- Se impuso en todos los mercados regionales, superando su media nacional en Asturias (42%), Euskadi (32,5%), Canarias (30,9%), Murcia (30,8%), Castilla y León (30,7%), Andalucía (28,3%), Madrid (28%) y Valencia (27,3%).
- Emitió el minuto de oro a las 23:10h con 4.006.000 espectadores y un 23,3% de share y el *spot* más visto del día (Carolina Herrera) a las 23:28h con un 9,6% de *rating* publicitario.

- **‘Supervivientes Exprés’** (16,1% y 2.932.000), segunda emisión más vista de la jornada y **‘Supervivientes Resumen’** (22,3% y 698.000) lideraron de forma absoluta su franja superando a su competidor en 3,6 y casi 16 puntos, respectivamente (12,5%-2.276.000 y 6,4%-200.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (16,5% y 2.484.000), referencia informativa de la jornada, aventajó en 5,3 puntos a Antena 3 Noticias 2 (11,2% y 1.643.000).
- **‘El programa de Ana Rosa’** (20% y 622.000) dominó su franja horaria con una ventaja de más de 5 puntos sobre ‘Espejo público’ (14,6% y 420.000).
- **‘Sálvame Limón’** (13,1% y 1.552.000), **‘Sálvame Naranja’** (17,5% y 1.689.000) y **‘Pasapalabra’** (15,8% y 1.852.000) batieron en sus respectivas bandas horarias a Antena 3 (9,9%-1.170.000, 15%-1.443.000 y 15,4%-1.801.000).
- **Telecinco**, líder del día (17,3%), dominó el *day time* (17,2%), la mañana (18%), la tarde (17,1%), el *prime time* (17,5%) y el *late night* (30,5%). Se impuso además en el *target* comercial de total día (16,5%), *day time* (17,2%) y *prime time* (15,3%).

‘Cine Cuatro: Parker’ (6,8 % y 834.000) se impone a La Sexta en su franja (5,6% y 694.000)

- La película fue la segunda opción de su franja en jóvenes de 13 a 24 años (10,6%) y creció hasta el 7,3% en *target* comercial.
- **Noticias Cuatro Deportes** (6,3% y 778.000) se impuso en su banda horaria a su rival (6% y 745.000).