

Madrid, 21 de mayo de 2018

AUDIENCIAS DOMINGO 20 DE MAYO

Telecinco, televisión líder del domingo (13,1%)

‘Supervivientes: conexión Honduras’ (20,1% y 2.670.000), emisión más vista del día, anota su tercer mejor *share* de la temporada

- El programa lideró de forma absoluta, duplicó en su banda horaria a Antena 3 (9,5% y 1.262.000) y fue la primera opción en todos los *targets* sociodemográficos, destacando en jóvenes de 13 a 24 años (24,9%).
- Lideró en 13 de los 14 mercados geográficos, superando su media nacional en Asturias (32%), Madrid (24%), Murcia (23,4%), Canarias (23,2%), Valencia (22,4%), Castilla y León (22%), Euskadi (21,7%) y el denominado ‘Resto’ (21,1%).
- Anotó el minuto de oro del día a las 23:11h con 3.892.000 espectadores y un 21,6% de *share* y emitió el *spot* más visto de la jornada (Nissan) a las 23:21h con un 8,6% de *rating* publicitario.
- A continuación, ‘**Supervivientes: Resumen**’ (20,6% y 681.000) también lideró su franja triplicando a su competidor (6,7% y 222.000).
- ‘**Socialité by Cazamariposas**’ (11,6% y 1.050.000), primera opción de su banda horaria, a 3 puntos de Antena 3 (8,6% y 784.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (12,7% y 1.922.000), espacio informativo más visto del prime time, superó en más de 2 puntos de Antena 3 Noticias 2 Fin de semana (10,4% y 1.569.000).
- **Telecinco** fue la cadena más vista del día (13,1%) tras alzarse con la victoria en *day time* (12,2%), *prime time* (15,1%), *late night* (26,6%) y *target* comercial (11,6%).

‘Chester’ (7,2% y 1.299.000) supera en su franja a La Sexta (6,6% y 1.186.000)

- El programa presentado por Risto Mejide destacó entre espectadores de 25 a 34 años (8,2%), en público de 35 a 54 años (8,5%) y en *target* comercial del 8,7%.
- ‘**Noticias Cuatro Deportes**’ (7,5% y 914.000) superó a su competidor (5% y 609.000), creció hasta el 8,2% en *target* comercial y fue la segunda opción entre espectadores de 25 a 34 años (10,8%).
- ‘**Cuarto Milenio**’ (7,2% y 757.000) se impuso en su franja a La Sexta (4,8% y 504.000) con un destacado 8,2% entre espectadores de 25 a 34 años y un 8,5% entre espectadores de 35 a 54 años.
- **Cuatro** superó a La Sexta en total día (6,3% vs 5,9%), la mañana (6,7% vs. 4,4%), *day time* (6,6% vs. 5,9%), *late night* (8,1% vs. 4,2%) y el *target* comercial (7,6% vs. 6,2%).

FDF (3,1%), canal temático más visto del domingo

- Se impuso a sus competidores en *day time* (3,3%), sobremesa (2,9%), la tarde (2,8%), el *prime time* (2,6%), el *late night* (3,5%) y el *target* comercial (3,7%).