

Madrid, 22 de mayo de 2018

## AUDIENCIAS LUNES 21 DE MAYO

Telecinco (14,5%), televisión líder de la jornada

### **‘La Verdad’ (17,2% y 2.856.000) llega a Telecinco como la emisión más vista del día superando a ‘Allí abajo’ (14,8% y 2.303.000) de Antena 3**

- Lideró de forma absoluta su franja horaria, superó en más de 3 puntos a su competidor (14,1% y 2.329.000) y creció hasta el 18% en *target* comercial.
- Fue la primera opción en todos los *targets* sociodemográficos salvo niños y se impuso en las comunidades autónomas de Asturias (24,5%), Madrid (23,9%), Canarias (21,9%), Valencia (21,3%), Murcia (21,1%), Castilla-La Mancha (20,4%), Castilla y León (18,4%), Baleares (16,7%) y Galicia (15,1%).
- Emitió el *spot* más visto del día (Opel) a las 23:28h con un 8,3% de *rating* publicitario.
- **‘El programa de Ana Rosa’** (21,7% y 735.000) dominó su franja horaria con una diferencia de casi 8 puntos sobre ‘Espejo público’ (13,1% y 419.000), su mayor distancia desde octubre de 2011.
- **‘Supervivientes Resumen’** (13,2% y 1.076.000) lideró su banda de emisión frente a Antena 3 (9,6% y 779.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (15,2% y 2.388.000), referencia informativa de la jornada, aventajó en 3 puntos a Antena 3 Noticias 2 (12,2% y 1.894.000).
- **‘Sálvame Limón’** (14,2% y 1.757.000) y **‘Sálvame Naranja’** (18,3% y 1.837.000) batieron en sus respectivas bandas horarias a Antena 3 (10% y 1.235.000 - 13,4% y 1.353.000).
- **‘Pasapalabra’** (14,5% y 1.789.000), primera opción en su horario, superó a su competidor (14,3% y 1.758.000).

- **Telecinco**, líder del día (14,5%), dominó el *day time* (14,9%), la mañana (18,9%), la tarde (17,7%), el *prime time* (13,6%), el *late night* (12,4%) y el *target comercial* (14,1%).

## **‘En el punto de mira’ (6,5% y 928.000) se impone a La Sexta en su franja (6,2% y 883.000)**

- El programa de reportajes destacó entre jóvenes de 13 a 24 años (9,6%), espectadores de 25 a 34 años (8,8%) y creció hasta el 8,3% en *target comercial*.
- **Noticias Cuatro Deportes** (6,4% y 816.000) se impuso en 1 punto a su rival (5,4% y 692.000) y anotó un 8,1% en *target comercial* y un 8,7% en espectadores de 16 a 54 años, *core target* del canal.