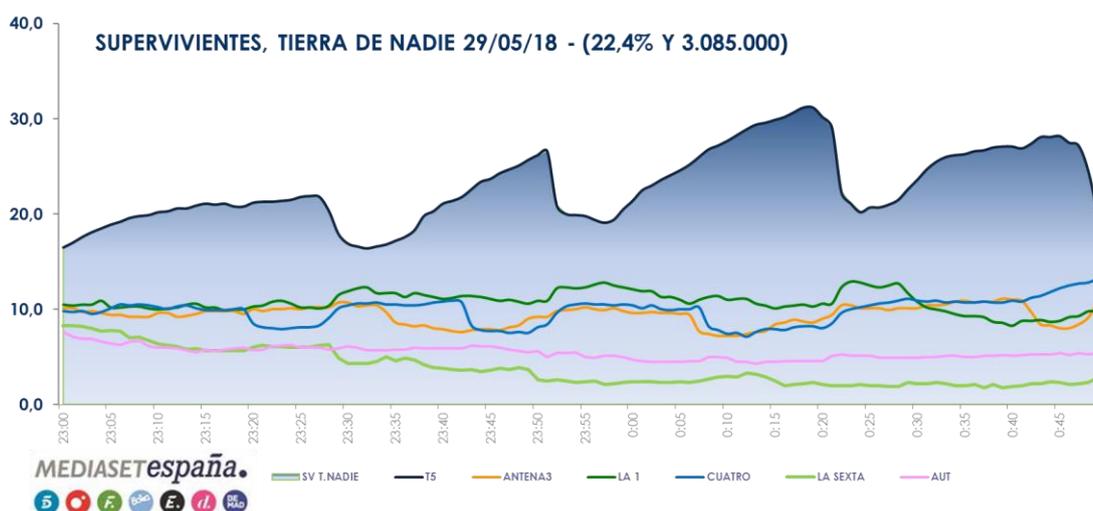


Madrid, 30 de mayo de 2018

AUDIENCIAS MARTES 29 DE MAYO

Telecinco (15,5%), televisión más vista del martes

‘Supervivientes. Tierra de nadie’ (22,4% y 3.085.000) anota su segunda emisión más vista de la temporada y lidera su franja



- Superó en 13 puntos a su inmediato competidor (9,4% y 1.293.000), anotó un 22,5% en *target* comercial y lideró en todos los *targets* sociodemográficos, con destacados datos en jóvenes de 13 a 24 años (24,3%) y espectadores de 25 a 34 años (26,2%).
- Fue la primera opción en todos los mercados regionales incrementando su media nacional en Asturias (33,6%), Canarias (26,6%), Murcia (25,5%), Euskadi (24,9%), Madrid (24,7%), Andalucía (23,7%), Baleares (22,8%) y Castilla y León (22,5%).
- Emitió el *spot* más visto del día (Nissan) a las 23:51h con un 9,5% de *rating* publicitario.
- A continuación, ‘Supervivientes. Resumen’ (16% y 744.000) lideró de forma absoluta su franja duplicando a Antena 3 (8,1% y 378.000).

- **‘El programa de Ana Rosa’** (18,6% y 610.000) superó en casi 4 puntos a ‘Espejo público’ (14,7% y 465.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (16,8% y 2.551.000), un día más referencia informativa de la jornada, aventajó en 3,2 puntos a Antena 3 Noticias 2 (13,6% y 2.024.000).
- **‘Sálvame Limón’** (12,4% y 1.504.000), **‘Sálvame Naranja’** (17,2% y 1.698.000) y **‘Pasapalabra’** (15,8% y 1.938.000) batieron en sus respectivas franjas a la oferta de Antena 3 (9,7%-1.177.000, 13,9%-1.367.000 y 15,6%-1.919.000).
- **Telecinco**, líder del día (15,5%), dominó el *day time* (15,1%), la mañana (16%), la tarde (16,9%), el *prime time* (16,4%) y el *late night* (21,3%). Se impuso además en el *target* comercial del total día y *day time* (15,2%) y *prime time* (15,3%).

‘El Blockbuster: Jack Reacher’ (10,1% y 1.306.000), emisión más vista de Cuatro, duplica a La Sexta en su franja (4,5% y 576.000)

- Fue la segunda opción de su franja superando también a Antena 3 (9,9% y 1.276.000), creció hasta el 12,7% en *target* comercial y fue la segunda opción entre jóvenes de 13 a 24 años (11,6%) y espectadores de 35 a 54 años (13,2%).
- **Noticias Cuatro Deportes** (6,9% y 874.000) aventajó en 1,7 puntos a La Sexta (5,2% y 667.000), incrementó su *target* comercial hasta el 8,6% y se convirtió en la segunda opción entre jóvenes de 13 a 24 años (11,9%) y espectadores de 25 a 34 años (10,6%).