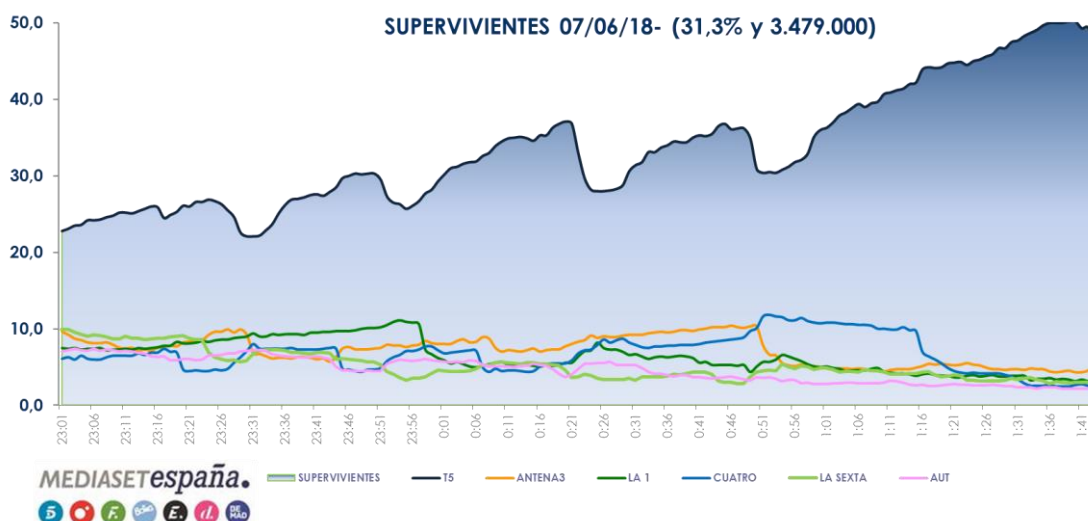


Madrid, 8 de junio de 2018

## AUDIENCIAS JUEVES 7 DE JUNIO

Telecinco (18,2%), líder de la jornada

**‘Supervivientes’ (31,3% y 3.479.000), emisión más vista del día, cuadruplica a Antena 3 (7,4% y 825.000) y anota su tercer mejor registro de la temporada**



- Creció 1,4 puntos respecto a la semana anterior (28,9% y 3.228.000) y arrasó en todos los *targets* sociodemográficos destacando entre los jóvenes de 13 a 24 años (38,5%) y los espectadores de 25 a 34 años (33,1%).
- Anotó un 28,9% en *target* comercial frente al 7,1% de su rival.
- Se impuso en todos los mercados regionales, superando su media nacional en Asturias (44,7%), Canarias (35,9%), Andalucía (33,9%), Euskadi (33,5%), Valencia (33,2%), Murcia (32,2%), Baleares (31,8%), Castilla y León (31,4%) y el denominado ‘Resto’ (33%).

- Emitió el minuto de oro a las 23:24h con 4.433.000 espectadores y un 26,9% de *share* y el *spot* más visto del día (Skoda Fabia) a las 23:16h con un 10,7% de *rating* publicitario.
- **‘Supervivientes Exprés’** (17,9% y 3.200.000), que anotó su segunda emisión más vista de la temporada y **‘Supervivientes Resumen’** (22,2% y 730.000) lideraron de forma absoluta su franja superando a su competidor en 5,4 y 17,6 puntos, respectivamente (13,5%-2.410.000 y 4,6%-151.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (17,6% y 2.571.000), referencia informativa de la jornada, aventajó en 5,1 puntos a Antena 3 Noticias 2 (12,5% y 1.786.000).
- **‘El programa de Ana Rosa’** (18% y 614.000) dominó su franja horaria con una ventaja de 2,1 puntos sobre ‘Espejo público’ (15,9% y 521.000).
- **‘Sálvame Limón’** (12,9% y 1.628.000) y **‘Sálvame Naranja’** (18,1% y 1.768.000) batieron en sus respectivas bandas horarias a Antena 3 (9% y 1.137.000 - 13,7% y 1.340.000).
- **‘Pasapalabra’** (16,4% y 1.914.000), primera opción en su horario, superó a su competidor (15,2% y 1.771.000).
- **Telecinco**, líder del día (18,2%), dominó el *day time* (17,7%), la mañana (16%), la tarde (17,8%), el *prime time* (19,4%) y el *late night* (34,9%). Se impuso además en el *target* comercial de total día (18,3%), *day time* (18%) y *prime time* (18,9%).

## **‘Guerreros Cuatro: Outlander’ (7% y 864.000) se impone a La Sexta en su franja (6% y 743.000)**

- La película fue la segunda opción de su franja en jóvenes de 13 a 24 años (7,6%) y espectadores de 35 a 54 años (9,9%) y creció hasta el 8,9% en *target* comercial.
- **Noticias Cuatro Deportes** (6,3% y 823.000) se impuso en su banda horaria a su rival (6% y 745.000) destacando en jóvenes de 13 a 24 años (12%) y espectadores de 25 a 34 años (7,2%).