

Madrid, 19 de julio de 2019

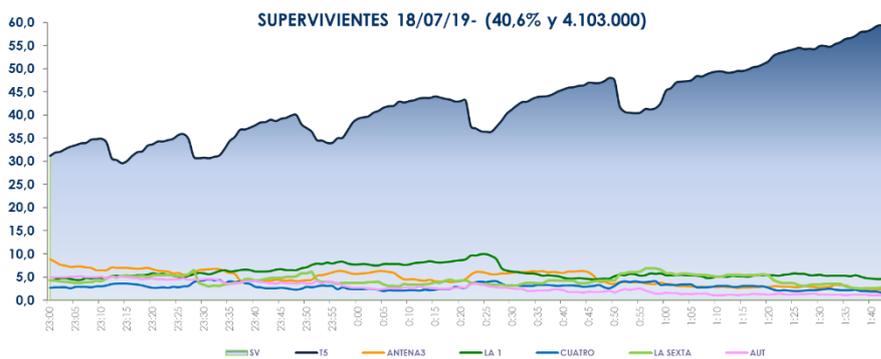
AUDIENCIAS JUEVES 18 DE JULIO

La final de ‘Supervivientes’ rompe audímetros y anota su mejor *share* histórico

Con un **40,6% de cuota de pantalla y 4.103.000 espectadores**, multiplicó por 8 la oferta de Antena 3 (5,1%) y por 10 la de La Sexta (4,3%) en su franja. Creció en *target* comercial hasta anotar un **41% de *share***, con la mitad de los espectadores de 13 a 24 años (49,9%) viendo el concurso de Telecinco

Con la gala de ayer, ‘Supervivientes’ cierra la **mejor temporada de su historia** en cuota de pantalla, con una media del **33,7% y 3.511.000 espectadores**, y se convierte en el espacio de entretenimiento con mejor *share* de los últimos 7 años en todas las cadenas desde ‘La Voz’ en Telecinco (34%)

Con un 22% de *share*, Telecinco registró ayer su **mejor día sin evento deportivo de los últimos tres años**, duplicando a Antena 3 (10,4%)



Franja ‘Supervivientes’ (23: 00 – 01:59 h)

Targets	T5	A3
Ind. 4+	40,6	5,1
T.C.	41,0	5,3
4-12	42,6	1,8
13-24	49,9	3,2
25-34	49,2	3,3
35-54	35,2	6,1
55-64	37,7	5,8
65 y mas	44,4	4,8
AND	45,1	3,4
CAT	32,2	5,9
EUS	33,3	3,0
GAL	38,9	4,2
MAD	41,4	7,0
VAL	42,1	5,2
CLM	41,3	5,6
CAN	47,6	6,5
ARAGON	32,6	6,0
ASTURIAS	44,2	5,6
BALEARES	37,3	6,2
MURCIA	45,9	4,2
CASTILLA Y LEÓN	34,0	6,7
RESTO	46,2	3,4

Broche de oro a la gala final de ‘Supervivientes’. La culminación del concurso con el triunfo de Omar anotó un **40,6% de *share* y 4.103.000 espectadores**, dato histórico en cuota de pantalla con el que aventajó en más de 35 puntos a Antena 3 (5,1%).

Registró el **minuto de oro de la jornada**, a las 23:48 horas (**4.905.000** y 40%) y emitió el **spot más visto del jueves** (Aquarius), a las 23:27 horas, con un 10,8% de *rating* publicitario.

La magnitud de las cifras del fenómeno 'Supervivientes' se confirmó aún más en su *target* comercial, parámetro en el que creció hasta un 41% de *share*. Lideró todos los *targets* sociodemográficos, con sus mejores registros entre los espectadores de 13 a 24 años (49,9%) y de 25 a 34 años (49,2%). Superó su media nacional hasta rozar la mitad de los espectadores en Canarias (47,6%), Murcia (45,9%), Andalucía (45,1%), Asturias (44,2%), Valencia (42,1%), Madrid (41,4%), Castilla la Mancha (41,3%) y en el denominado 'Resto' (46,2%).

El espacio previo a la gala '**Supervivientes Exprés**' (27,9% y 3.771.000), segundo espacio más visto del día, también lideró su franja e igualmente triplicó la oferta de su inmediato competidor (9,1% y 1.237.000).

En el *daytime*, '**El programa del verano**' (17,5% y 564.000) se hizo de nuevo con el dominio de su franja de emisión, con más de 6 puntos de ventaja sobre 'Espejo Público' (10,9% y 342.000). '**Sálvame Limón**' (12,6% y 1.437.000) y '**Sálvame Naranja**' (19,5% y 1.740.000) dominaron sus respectivas franjas sobre Antena 3 (8,9% y 1.016.000 – 12,3% y 1.102.000), mientras que '**Pasapalabra**' (21,8% y 1.899.000) registró su **segundo mejor share del año** y se impuso en 6 puntos a la oferta de su inmediato competidor en su franja (15,8% y 1.376.000).

Informativos Telecinco 21:00 h (20,7% y 2.188.000) fue el tercer espacio más visto del día con su **tercer mejor share del año**. Fue la oferta informativa líder del jueves con 7,7 puntos de ventaja sobre Antena 3 Noticias 2 (13% y 1.351.000).

Como resultado, Telecinco anotó su mejor día, sin evento deportivo, de los últimos tres años (desde el 11/7/2016) con un 22% de share, el doble que Antena 3 (10,4%). Se impuso en las franjas de *daytime* (20,2%), mañana (16,6%), tarde (19,6%), *prime time* (26,8%) y *late night* (42,1%). También fue la televisión más vista en el *target* comercial del total día (23,1%), *daytime* (21,6%) y *prime time* (26,8%).