

Madrid, 24 de abril de 2015

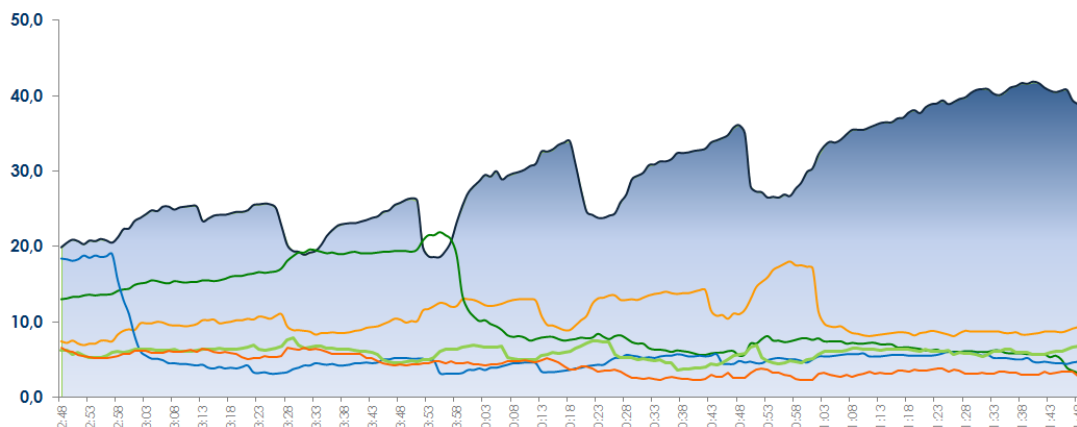


Telecinco, líder del total día (18,3%) y en target comercial (18,9%)

“Supervivientes: Honduras” (27% y 3.286.000), líder absoluto de su franja, crece respecto al estreno

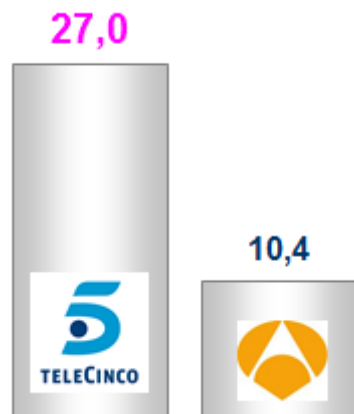
Superó en 16,6 puntos y 2.022.000 espectadores a Antena 3 (10,4% y 1.264.000) en su franja de emisión, **dominando en todos los targets sociodemográficos con los jóvenes de 13 a 34 años (33,4%)** como su mejor público. Se impuso en **13 de los 14 mercados regionales**, superando el 30% en Canarias (33,4%) y Asturias (30,9%).

SUPERVIVIENTES 23/04/15 (27,0%) - 3.286.000 Espectadores.



— SUPERVIVIENTES — T5 — A3 — La1 — CUATRO — LA SEXTA — A11T

SUPERVIVIENTES
SUPERVIVIENTES, ...J...22:48-25:49



Targets	T5	A3
Incl. 4+	27,0	10,4
T.C.	28,1	9,9
Hombres	21,0	10,2
Mujeres	32,1	10,5
4-12	22,1	11,7
13-24	31,8	10,5
25-34	34,3	10,0
35-54	23,8	10,2
55-64	26,0	10,9
65 y mas	28,4	10,4
ALTA-MEDIA ALTA	18,2	9,0
MEDIA	28,0	10,5
MEDIA BAJA	30,7	11,2
BAJA	34,1	10,7
AND	28,8	10,4
CAT	23,7	7,0
EUS	27,1	5,1
GAL	28,5	9,2
MAD	25,8	13,3
VAL	27,9	11,0
CLM	29,3	14,4
CAN	33,4	10,1
ARAGON	28,0	9,3
ASTURIAS	30,9	11,2
BALEARES	24,1	12,8
MURCIA	24,2	17,2
CASTILLA Y LEÓN	19,7	9,7
RESTO	28,3	8,3

Logró el minuto de oro de la jornada a las 23:07h con 4.712.000 espectadores y un 25,3% de share y emitió el spot más visto del día (Canal +), a las 23:12h, con un 11,4% de rating publicitario.

“Supervivientes: Honduras” se convirtió en el programa más comentado en redes sociales con 103.698 mensajes, seguido por el fútbol (55.830), otorgando a Telecinco y Cuatro los dos primeros puestos en el ranking social con 164.138 y 60.869 impactos, respectivamente.

Top programas jue 23 abril	
Programa	Comentarios
Supervivientes	103.698
Europa League: Zenit-Sevilla	55.830
La Voz	29.643
Mujeres y hombres y viceversa	15.492
Sálvame	10.744
El Chiringuito de Jugones	8.294
Antena 3 Noticias	5.555
Al Rojo Vivo	4.514
Cuéntame cómo pasó	3.773
El Hormiguero	3.222

Fuente: GLOBAL-IN-MEDIA

Top cadenas jue 23 abril	
Cadena	Comentarios
Telecinco	164.138
Cuatro	60.869
Antena 3	18.384
La Sexta	18.049
Neox	8.779
La 1	8.585
13tv	2.492
FDF	378
Divinity	355
Energy	62

Fuente: GLOBAL-IN-MEDIA

Previamente, “Supervivientes exprés” (15,3% y 2.888.000), segunda emisión más vista del día, superó a Antena 3 (11,9% y 2.243.000), creció hasta el 16,8% en target comercial y anotó un 18,9% entre el público de 25 a 34 años.

El resumen del *late night del reality* alcanzó el 28% de share y 915.000 espectadores, liderando de forma absoluta su franja con casi 20 puntos de diferencia respecto a Antena 3 (8,8% y 288.000) siendo la primera opción en todos los estratos sociodemográficos.

Informativos Telecinco 21:00 horas (16,1% y 2.337.000), espacio informativo más visto del día, se impone al resto de cadenas en su horario.

Los programas de producción propia lideraron sus respectivas franjas de emisión. Por la mañana “El programa de Ana Rosa” (22,3% y 597.000), superó a su principal competidor en casi 7 puntos de ventaja (15,7% y 422.000) y por la tarde también superó a su rival en las dos ediciones de “Sálvame diario” (“Sálvame limón”: 15,2%-1.778.000 vs. 12,4%-1.448.000 y “Sálvame naranja”: 18,2%-1.676.000 vs. 16,7%-1.537.000) y en “Pasapalabra” (18,2% de cuota y 2 millones de espectadores vs. 14,4% y 1.567.000).

Telecinco lideró el total día (18,3%), el *daytime* (18,2%), la mañana (17,8%), la sobremesa (12,5%), la tarde (18,1%), el *prime time* (18,5%) y el *late night* (31,8%). También dominó todos los ámbitos del target comercial: total día (18,9%), *day time* (18,8%) y *prime time* (19%).

El partido de vuelta de cuartos de final de la UEFA Europa League entre el Zenit-Sevilla (14,4% y 2,5 millones) anota su mejor *share* de la temporada en esta competición

El encuentro, **segunda opción en su franja sólo por detrás de Telecinco, superó en más de 4 puntos a Antena 3 (10,3%) y en más de 5 a La Sexta (8,9%)**. Superó su media a nivel nacional en Andalucía (22,7%), Resto (17,1%), Asturias (17%), Canarias (16,9%) y Galicia (16,2%).

Noticias Cuatro I, presentado por Marta Fernández anotó un **11,2% de *share* y 1.090.000 espectadores**.

La resaca del derby de Champions entre el Real Madrid y el Atlético de Madrid otorgó a “Los Manolos” un **11,1% de *share* y 1.388.000 espectadores** y convierte en positivo su **target comercial (13,1%)**.

Cuatro superó a La Sexta en total día (8,1% vs. 7,2%), en *prime time* (10,5% vs. 7,7%), mañana (7,9% vs. 7,6%) y sobremesa (8,3% vs. 7,6%); y en todos los ámbitos del target comercial: total día (8,5% vs. 7,8%), *prime time* (10,1% vs. 8,6%) y *day time* (7,6% vs. 7,4%).

Factoría de Ficción (3,5%), líder de los canales temáticos

También consiguió el dominio del ***prime time* (3,2%), *daytime* (3,6%), la sobremesa (5%) y *late night* (5,1%)**. En **target comercial**, se alzó con la victoria del **total día (4,4%), del *daytime* (4,8%) y el *prime time* (3,7%)**.

“**La que se avecina**” (5,4% y 653.000) fue la emisión más seguida del día entre los temáticos.

