

Madrid, 23 de abril de 2021

**‘Supervivientes 2021’ confirma de nuevo su liderazgo (24,9%) y su especial afinidad entre los jóvenes con el 31% de *share***

**Con más de 2,3M de espectadores y un 24,9% de cuota de pantalla, el concurso de Telecinco triplicó la oferta de Antena 3 en su franja (8%) en la que anotó mínimo de su ficción ‘La cocinera de Castamar’ (10,6%)**

**Creció en *target* comercial hasta el 25,3% frente a la bajada de 2,5 puntos de la serie de Antena 3 (8,1%), que de nuevo obtiene sus principales seguidores entre los mayores de 55 años (12,9%)**

**‘El programa de Ana Rosa’ (24,3% y 917.000) alcanzó su mejor dato de audiencia de los últimos 11 meses e impulsó a Telecinco a anotar su segunda mejor mañana de la temporada con un 21,8% de *share***

Con más de **2,3 millones de espectadores y un 24,9% de *share,*** el concurso presentado por Jorge Javier Vázquez volvió a confirmar su liderazgo en la noche de los jueves, ampliando la distancia frente a su inmediato competidor, Antena 3, al que triplicó en su franja (8%) con la serie ‘La cocinera de Castamar’ (1,4 M y 10,6%) que anotó su registro de audiencia más bajo desde su estreno.



‘Supervivientes 2021’ se impuso en todos los *targets*, mejorando su registro entre el público más demandado por los anuncianteshasta el **25,3% de cuota de pantalla**. Los espectadores de entre **16 a 34 años, con un 31% de *share*, fueron sus mayores seguidores frente al 5,4% marcado por Antena 3** en este parámetro, en esta franja. Por su parte, la serie de Antena 3 perdió 2,5 puntos en *target* comercial y bajó al 8,1%, con el público mayor de 55 años como principal seguidor (12,9%).

El concurso de Telecinco superó la media nacional en los mercados regionales de **Andalucía (33,6%), Murcia (30,3%), Canarias (27,6%), Asturias (26,1%) y Madrid (25,6%).**

El espacio previo a la gala, **‘Supervivientes 2021: express’ (16,4% y 2,8M)** también lideró su franja con una ventaja de 2 puntos sobre la oferta de su inmediato competidor (14,4%). Igualmente creció en su *target* comercial hasta anotar un 17,8% de *share*.

**‘El programa de Ana Rosa’ (24,3% y 917.000) registra su mejor dato de los últimos 11 meses y prácticamente duplica a ‘Espejo Público’ (12,7% y 476.000)**

Telecinco fue la cadena más vista del jueves con un 18,2% de *share*, con más de 4 puntos de ventaja sobre Antena 3, con un 14%. Todos los programas de la cadena convirtieron ayer en positivo su registro de total día a *target* comercial.

Lideró **la mañana**, con un 21,8% de *share*, situándose como su **segunda mejor marca de la temporada** en esta franja, gracias al resultado de **‘El programa de Ana Rosa’**, que con 917.000 espectadores y un 24,3% de *share* obtuvo su **mejor dato de audiencia de los últimos 11 meses** (desde el 15 de mayo de 2020). Creció en *target* comercial hasta el 26,4% de *share* y se impuso en 11,6 puntos a ‘Espejo Público’ (12,7 y 476.000). De igual forma, **‘Ya es mediodía’** (17% y 1,5M) alcanzó su segundo mejor *share* del año y creció al 18,9% en *target* comercial.

Igualmente fueron las ofertas más vistas en sus correspondientes franjas **‘Sálvame Limón’** (15,7% y 1,9M) y **Naranja** (19,1% y 1,9M), al superar al 9,5% y 13,6% de Antena 3, respectivamente.

Telecinco también se impuso en el ***day time***, con un 19,4%; la **sobremesa**, con un 15,7%; la **tarde**, con un 18,5%; y el ***late night***, con un 27,6%. Asimismo, coronó el *target* comercial del jueves con un 20,1% de cuota de pantalla frente al 12,3% marcado por Antena 3 en este parámetro.

En **Cuatro**, destacó el programa presentado por Iker Jiménez **‘Horizonte’**, que en su nuevo día de emisión alcanzó un 5,7% de cuota de pantalla con la que se impuso a la oferta de La Sexta en su franja (4,8%). Sumó casi 1 punto en *target* comercial hasta alcanzar el 6,5% de *share*.