

Madrid, 18 de mayo de 2021

‘Supervivientes: Conexión Honduras’ bate su récord de *share*, duplica en su franja a Antena 3 y roza el 32% entre los jóvenes

**Con una media del 22,7% y 2,1M de espectadores, el concurso de Telecinco lideró su horario frente a la oferta de su competidor (10,4%), que emitió ‘Mask Singer: conoce a las máscaras’, con un 11,8% y 1,5M.**

**Nuevamente convirtió en positivo en el *target* comercial con un 24,9%, ampliando su ventaja sobre Antena 3, que promedió un 10,3%.**

**Telecinco, cadena más vista del lunes, del *day time*, la mañana, la tarde y el *late night*.**

Con un **22,7% de *share* y más de 2,1M de espectadores**, **‘Supervivientes: Conexión Honduras’** firmó anoche su **mejor registro de cuota de pantalla de la temporada**. Además, lideró ampliamente su franja de emisión con **más de 12 puntos de ventaja sobre Antena 3**, que promedió un 10,4% con la emisión de ‘Mask Singer: conoce a las máscaras’, con un 11,8% y 1,5M, y a continuación de ‘Mask Singer: adivina quién canta’, con un 7,6% y 452.000.



El espacio conducido por Jordi González, **referencia absoluta de todos los targets** **de edad y clase social**, volvió a destacar entre los **jóvenes y en el perfil del público más atractivo para los anunciantes**, segmentos en los que amplió la ventaja sobre su inmediato competidor. Anotó un **31,9% entre los espectadores de 13 a 24 años**, frente al 10,6% de Antena 3; un **27,4% entre los de 25 a 34 años**, frente al 14,5% de su rival; y un **24,9% en el *target* comercial**, frente al 10,3% de su competidor.

Superó su media nacional en **Andalucía (31,4%), Murcia (25,4%), Canarias (25,1%), ‘Resto’ (23,6%) y Aragón (22,6%)**. A continuación, **‘Supervivientes: diario’** también arrasó en su franja de emisión con un 18,8% y 497.000, el triple que Antena 3, que marcó un 5,7%.

**Telecinco, cadena más vista del lunes con nuevas victorias de ‘El programa de Ana Rosa’ y ‘Sálvame’**

Telecinco, **cadena más vista del día** con un 16,9% frente al 14,9% de Antena 3, dominó el ***late night*** con un 25% ante el 8,3% de su competidor; y el ***day time*** con un 17,8% frente al 13,8% de su rival.

También se impuso en la **mañana**, con un 19,1% frente al 14,9% de Antena 3, gracias a un **nuevo liderazgo de ‘El programa de Ana Rosa’** con un 20,9% y 664.000 frente al 14,9% y 472.000 de ‘Espejo Público’; y en la **tarde**, con un 18,5% frente al 14,2% de su competidor, con triunfos en sus horarios de **‘Sálvame Limón’**, con un 14% y 1,6M, y **‘Sálvame Naranja’**, con un 19,2% y 1,8M, ante el 11,2% y 13,1% promediados por Antena 3, respectivamente.

En **Cuatro**, la última parte de ‘Todo es mentira’, **‘Todo es mentira BIS’ (5,9%)** seimpuso en su franja a La Sexta entre los **espectadores jóvenes de 25 a 34 años** con un destacado 8,3% frente al 2,8% de su competidor.

En lo que respecta a los canales temáticos, **Energy** acogió la **emisión más vista del día, ‘C.S.I.’**, con una media de 430.000 espectadores y un 2,7%.