Madrid, 27 de mayo de 2022

**‘Supervivientes 2022’ protagoniza un nuevo liderazgo aupado por los espectadores jóvenes e impulsa a Telecinco a anotarse otra victoria en el día**

**Con casi 2M de espectadores y un 18,3% de *share* se impuso en 5,5 puntos a la oferta de Antena 3 en su franja (12,8%).**

**Sumó 2,3 puntos en *target* comercial hasta un 20,6%, con los espectadores de 16 a 34 años (22,9%) como sus principales seguidores.**

**En Cuatro destacó de nuevo ‘Horizonte’ (6,8%), que volvió a crecer y registró su mejor resultado de las últimas cinco semanas con el que superó en 2 puntos a su inmediato competidor en su banda de emisión (4,8%).**

Nueva entrega y nuevo liderazgo de **‘Supervivientes 2022’**, que con casi **2** **millones de espectadores y un 18,3% de *share*** volvió a ser la opción favorita para los espectadores en su franja, con 5,5 puntos de ventaja sobre la oferta de Antena 3 (12,8%).

**‘Supervivientes 2022’** mejoró su registro 2,3 puntos entre el público más demandado por los anunciantes, hasta anotar un **20,6% en *target* comercial**, con un **22,9% de *share*** entre los espectadores de **16 a 34 años, sus mayores seguidores.** Por comunidades autónomas, el *reality* de Telecinco superó la media nacional en **Murcia (24,4%), Canarias (24,3%), Andalucía (23,3%), Galicia (19,1%) y Madrid (18,4%).**

Con estos resultados, **Telecinco se alzó como la televisión más vista del jueves** con un 14,7% de *share*. De igual forma se impuso en las franjas de **mañana** (16,4%), con el liderazgo de **‘El programa de Ana Rosa’** (17,5% y 453.000), con datos por encima de ‘Espejo Público’ (11,7% y 298.000); en *late night* (21,1%) y *day time* (14,8%), además de anotarse la victoria de la jornada en el *target* comercial (17,4%).

Por otro lado, en **Cuatro** destacó un jueves más el programa **‘Horizonte’**, que volvió a crecer respecto a su última entrega y anotó un 6,8% de *share,* su **mejor resultado de las últimas 5 semanas,** con 2 puntos de ventaja sobre la oferta de La Sexta en su franja (4,8%) e incrementó su registro en *target* comercial hasta el 8,3% de *share.* Como resultado, **Cuatro** se impuso a su inmediata competidora en la franja de *prime time* (6,2% vs. 5,8%) y *late night* (6,3% vs. 5,1%).