

Madrid, 6 de marzo de 2023

**El debate de ‘Supervivientes’ arranca líder y entrega a Telecinco la victoria del domingo y del *prime time***

**1,4 M de espectadores y un 15,5% de *share* siguieron el estreno de ‘Supervivientes: conexión Honduras’, a una distancia de 3,6 puntos sobre Antena 3 en su franja (11,9%). Creció hasta el 15,8% en *target* comercial, con los espectadores de 25 a 34 años como su público más fiel (22,6%).**

**Cuatro (6,8%) superó a su directo competidor (4,3%) en total día y en todas las franjas.**

El arranque de **‘Supervivientes: conexión Honduras’, presentado por Ion Aramendi,** fue ayer la emisión líder del *prime time* con casi **1,5 millones de espectadores y un 15,5% de *share***, cifras que situaron a Telecinco en una ventaja de 3,6 puntos sobre la oferta de Antena 3 (11,9%). El debate del concurso de supervivencia, que inauguró su habitual día de emisión en domingo, registró el ‘**minuto de oro’ de la jornada** a las 23:14 horas, con **2M de espectadores,** un 16,4% y más de **4,6 millones de contactos**.

Creció en *target* comercialhasta un **15,8%**, con el respaldo mayoritario del público menor de 65 años, especialmente de los jóvenes de entre **25 a 34 años, segmento en el que elevó su cuota hasta el 22,6%.** Superó la media nacional en los mercados regionales de **Madrid (19,8%), Andalucía (18,7%), Asturias (18,4%), Canarias (18%) y en el denominado ‘Resto’ (22,5%).**

Estos datos impulsaron la victoria de **Telecinco del domingo** con un 11,2% de *share*, su **segunda mejor marca del año**, tras la del domingo pasado, con la emisión de la película ‘Operación Camarón’. Además, la cadena fue la primera opción del ***prime time*** con un 11,9%; el ***late night***, con un 17,9%; la mañana con un 10,7%. Asimismo, Telecinco coronó el ***target* comercial** con un 10,7% de cuota de pantalla.

**Cuatro marca la mayor distancia dominical, sobre su directo competidor, de los últimos dos meses**

**Cuatro** (6,8%) por su parte, se impuso ayer a su inmediato competidor (4,3%) con una ventaja de 2,5 puntos, la mayor en domingo de los últimos dos meses. También le superó en el resto de franjas: *prime time* (5,8% vs. 5,2%), mañana (9,5% vs. 3,5%), sobremesa (7% vs. 4,2%), tarde (6,7% VS.4,5%), *late night* (6,6% vs. 3,2%) y *day time* (7,2% vs. 4%).

Destacaron los datos de **Home Cinema**, cuyos títulos **‘Premonición’ (8,7%) y ‘Los ríos de color púrpura’ (6,9%)** se lideraron sobre la oferta de su principal competidora (3,2% y 4,4%, respectivamente).

En el *prime time*, **‘Cuarto milenio’** (6,4% y 861.000) también se impuso a su directo competidor en su franja (5,2%) y creció al 9% en *target* comercial.

Además, entre las televisiones temáticas, **Energy** fue el **canal con mayor audiencia del domingo,** un 2,8% de *share*.