

Madrid, 26 de abril de 2023

‘Supervivientes: Tierra de nadie’ crece y se impone entre los espectadores del *target* comercial

**Con un 13,9% de *share*, el *reality* presentado por Carlos Sobera se anotó la victoria de su franja en este parámetro, con los jóvenes menores de 24 años como sus principales seguidores (14,8%).**

**Energy (2,9%) y FDF (2,8%, su segundo mejor dato en martes de la temporada) fueron las televisiones temáticas más vistas de la jornada. Y ‘Be Mad’, con un 1,2% de *share*, registró de nuevo su segundo mejor cuota de pantalla histórica en martes.**

**‘Supervivientes: Tierra de nadie’** fue anoche la **oferta más seguida por los espectadores con mejor perfil para los anunciantes en su franja de emisión** con un 13,9% de *share* en *target* comercial, 8 décimas más que la semana pasada. El *reality* de Telecinco, que también creció 7 décimas en su audiencia media respecto a su última entrega con más de 1,3M de seguidores y un 13,6% de cuota de pantalla, estuvo arropado principalmente por los jóvenes, su público más fiel, con un 14,8% entre los menores de 24 años. Más de 4,2M de espectadores pasaron por el programa en algún momento de su emisión.

Además, el concurso presentado por Carlos Sobera superó la media nacional en **Canarias (18,7%), Andalucía (17,1%), Murcia (16,1%), Madrid (14,3%), Baleares (14,1%) y en el denominado ‘Resto’ (19,6%)**.

Por la mañana, ‘**El programa de Ana Rosa’** (16,5% y 401.000) se hizo con la victoria de su franja, entregando a Telecinco la hegemonía de la mañana (15,2%). Por la tarde, destacó el liderazgo de **‘Sálvame Naranja’** tanto en el total día(13,5%) como en *target* comercial (13,8%). Como resultado, **Telecinco** anotó un 11,7% en el día y lideró el *target* comercial con un 12,4% de *share*.

Por su parte, **Cuatro** se impuso ayer a su directo competidor en las franjas de *prime time* (5,6% vs. 5,4%) y *late night* (3,5% vs. 3,2%) aupados por los resultados de **‘First Dates’** (7,6%) y **‘Código 10’** (4,3%), datos por encima de los alcanzados por su competidora en la franja (6,4% y 4%, respectivamente).

Entre las televisiones temáticas, **Energy** (2,9%) se situó a la cabeza del *ranking*,seguido de **FDF**, que con un 2,8% anotó su segunda mejor marca en martes de la temporada). **Be Mad**, con un 1,2% de *share*, repitió su segundo mejor *share* histórico en martes.

**Mediaset España** alcanzó un 25,7% en el día, 5 décimas más que el pasado martes, y lideró el *target* comercial (27,9%).