

Madrid, 19 de mayo de 2023

‘Supervivientes 2023’ crece respecto a la semana pasada y domina su franja de emisión

**Con un 18,2% y más de 1,7M de espectadores, la gala superó por casi 8 puntos a la segunda opción (10,4%), lideró también en el *target* comercial (18,2%) y especialmente entre los jóvenes de 16-24 años (22,4%). Casi 5 millones de espectadores conectaron en algún momento con el programa.**

**Telecinco (13,5%) creció 4 décimas en total día respecto al jueves pasado, lideró en el *target* comercial con un 14,4% y fue la referencia del *day time* (14,1%), la mañana (15,7%) y el *late night* (23,3%).**

**Mediaset España también mejoró en 5 décimas su *share* en total día (27,1%) y fue el grupo más visto entre el *target* comercial con un 30,1%. Los canales temáticos acumularon un 9,9% con Energy (3,1%), FDF (2,5%) y Divinity (2,5%) una jornada más al frente del ranking de los más vistos.**

**Mediaset España, Telecinco y ‘Supervivientes’** incrementaron sus datos de *share* respecto al jueves pasado. La nueva **gala del *reality*** firmó un **18,2% de *share* y más de 1,7M de espectadores**, sumando 3 décimas a su registro de la semana pasada y firmando su **tercer mejor resultado** de la edición. Con esas cifras, el *reality* **dominó su franja de emisión** con casi 8 puntos de ventaja sobre la segunda opción.

El programa también fue la referencia en el ***target* comercial (18,2%)**. Registró un especial seguimiento entre el público joven, con un **22,4% entre los espectadores de** **16-24 años** y entre los residentes en **Canarias (28,5%), ‘Resto’ (21,8%), Madrid (21,4%) y Andalucía (20,5%)**.

**Telecinco** obtuvo un 13,5% en total día, **4 décimas más que el jueves anterior**, liderando entre el público del ***target* comercial (14,4%)**. La cadena también fue la referencia del ***day time* (14,1%)**, la **mañana (15,7%)** y el ***late night* (23,3%)**, con nuevos liderazgos de sus respectivas franjas de emisión de **‘El programa de Ana Rosa’** (17,5% y 475.000) y **‘Sálvame Naranja’** (14,1%). **‘25 palabras’** (10,2%) se impuso una jornada más en el *target* comercial (11,4%).

En **Cuatro**, que anotó un 4,1% en total día y ascendió al 4,8% en *target* comercial, **‘Horizonte’** (4,8% y 382.000) se impuso a su directo competidor (3%) y creció hasta el 5,9% en el *target* comercial. Más de 1,9 millones de espectadores conectaron en algún momento con el programa. Previamente, el partido de vuelta de semifinales de la **UEFA Europa League** entre el **Bayer Leverkusen y la Roma** fue seguido por 572.000 espectadores, con un 4,2% de *share*. En la sobremesa, **‘En boca de todos’** (3,5% y 260.000) registró su mejor *share* desde el pasado 14 de octubre, igualó su segunda emisión más vista y creció hasta el 4,7% en el *target* comercial.

Los **canales temáticos** del grupo firmaron un 9,9% de share con **Energy (3,1%), FDF (2,5%) y Divinity (2,5%)** como los más vistos del día. La serie **‘Love is in the air’** (356.000 y 2,7%) se situó como la segunda emisión más seguida entre estas televisiones.

Como resultado, **Mediaset España** acumuló un 27,6% de *share* en total día, **5 décimas más** que el jueves anterior, y lideró en el ***target* comercial** con un 30,1%, 4 puntos más que la segunda opción.