

Madrid, 22 de mayo de 2023

Telecinco lidera el domingo con ‘Supervivientes: Conexión Honduras’ como lo más visto en su franja

**La gala conducida por Ion Aramendi y Laura Madrueño registró casi 1,5M de espectadores y un 15,8% de *share.* Aventajó en 5,8 puntos a la oferta de su directa competencia (10%).**

**Cuatro (5,8%) sumó medio punto y anotó su mejor domingo de las últimas cuatro semanas. Se impuso a su principal competidor en el total día (4,6%) con ‘Cuarto Milenio’ (5,8%) por delante de su competencia directa (5,7%).**

**El conjunto de canales temáticos de Mediaset España sumó un 10,7% de *share* con Energy (3,1%) y FDF (2,8%) a la cabeza de los más vistos. Be Mad, por su parte, alcanzó su segundo mejor resultado desde el inicio de sus emisiones con un 1,9% de cuota de pantalla.**

**Telecinco** fue ayer la **televisión más vista del día** con un 11,4% de *share,* por delante de su directo competidor (10,8%). Impulsó esta marca el sólido liderazgo de **‘Supervivientes: Conexión Honduras’, que con un 15,8% de cuota de pantalla y 1.494.000 espectadores**, obtuvo una ventaja de 5,8 puntos respecto a su inmediato competidor (10%).

El espacio conducido por **Ion Aramendi y Laura Madrueño,** que también se anotó la victoria del *target* comercial (15%), superó la media nacional en **Canarias (25,1%), Baleares (19,4%), Andalucía (18%), Madrid (17,9%), Galicia (16,7%) y en el denominado ‘Resto’ (21,5%).** Además, más de **4,5 millones de espectadores** conectaron con el programa en algún momento de la noche.

Por su parte, **Cuatro sumó medio punto respecto a la pasada semana y anotó su mejor domingo de las últimas 4 semanas con un 5,8% de *share*.** Superó en el total día a su directo competidor (4,6%) y creció casi 2 puntos en *target* comercial (7,7%). **‘Cuarto Milenio’ (5,8%)** se impuso a su competencia directa en su franja (5,7%) y también creció en *target* comercial (8,4%).

De igual forma, el partido de fútbol de la **Kings League**, entre el PIO FC y el 1K FC, registró una media de 249.000, 2,3% de *share* y 1,3M de contactos en algún momento de su emisión. Creció en *target* comercial hasta anotar un 2,8% de cuota de pantalla.

Las **televisiones temáticas de Mediaset España** congregaron al 10,7% de *share* con el liderazgo de **Energy** (3,1%) y **FDF** (2,8%). **‘The Rookie’,** en el *prime time* de Energy, fue el **espacio más** **visto de la jornada** en estas televisiones (430.000 y 3%). **Be Mad**, por su parte, registró su segunda mejor marca histórica con un 1,9% de cuota de pantalla.

**Mediaset España**, por su parte, se anotó el triunfo del domingo con el conjunto de sus canales (28%) y también en *target* comercial (29,6%).