

Madrid, 8 de marzo de 2024

‘Supervivientes 2024’, mejor cuota de pantalla para un estreno de la temporada en todas las televisiones, con un 21,7% de *share*

- Con 1.645.000 espectadores, es la **EMISIÓN CON MEJOR SHARE Y LA SEGUNDA MÁS VISTA DEL CURSO TELEVISIVO EN TELECINCO**. Mejora en más de 5 puntos el dato del arranque de la edición anterior (15,6%). **LÍDER ABSOLUTO DE SU FRANJA**, duplica a su directo competidor (8,9%). También es **LÍDER DEL TARGET COMERCIAL** (22,7%) y entre los menores de 55 años (23,3%), con especial incidencia entre los espectadores jóvenes (29%) y entre los de 25 a 44 años (28,1%). Supera los 3,9M de contactos. ‘Supervivientes express’ (13,5% y 1.828.000).
- **Mediaset España** (26,8%) anota su mejor dato en días laborables desde el 22 de junio pasado. Líder en *target* comercial (31,2%) y en menores de 55 años (31,5%). **Telecinco** (12,8%) consigue también su mejor día desde el pasado 8 de junio. Lidera en *target* comercial y en menores de 55 años, ambos con un 14% de *share*. Registra su mejor *prime time* (13,9%) desde el 26 de febrero de 2023 y su mejor *late night* desde el 29 de junio del pasado año (21,9%). **Cuatro** (4,9%).
- ‘La mirada crítica’ (12,6% y 274.000). ‘Vamos a ver’ (16,5% y 479.000), **LÍDER DE SU FRANJA, LÍDER DEL TARGET COMERCIAL (15,8%) y LIDER ENTRE LOS MENORES DE 55 AÑOS (17,3%)**. ‘Vamos a ver más’ (11,5% y 811.000). ‘Así es la vida’ (9,9% y 957.000) lidera en *target* comercial (10,7%) y entre los menores de 55 años (10,4%).
- ‘TardeAR’ (10,4% y 892.000) también es líder en *target* comercial (10,7%) y en menores de 55 años (11%). ‘Reacción en cadena’ (11,1% y 1.218.000) se impone igualmente en *target* comercial (14%) y entre los menores de 55 años (13,3%).
- **Informativos Telecinco 15:00h** (11% y 1.125.000). La edición de las 21:00h (10,2% y 1.302.000).
- En Cuatro, ‘En boca de todos’ (5% y 179.000). ‘Todos es mentira’ (5,9% y 555.000). **El previo del encuentro de fútbol de la Europa League** (3,2% y 266.000). **El partido de fútbol de la Europa League** (2,6% y 246.000). ‘First Dates’ (7,7% y 1.043.000) se impone en la franja a su directa competidora (6,2%). ‘Horizonte’ (5,2% y 396.000) también por delante de su competencia directa en la franja (4,2%), crece al 7,5% en *target* comercial.
- **Noticias Cuatro 1** (5,1% y 383.000). **El Desmarque Cuatro 1** (3,1% y 295.000). **El Desmarque Cuatro 2** (2,5% y 286.000).
- **Los canales temáticos de Mediaset España** suman un 9,2% de *share* con **FDF** (2,7%) a la cabeza de las más vistas. **Be Mad** (1,7%).