

Madrid, 23 de mayo de 2024

‘El Marqués’, líder de su franja, arranca como el mejor estreno de ficción de Telecinco de la temporada y el segundo con mejor *share* en todas las televisiones en este curso televisivo

- Con un **13,9% de *share* y 1.373.000 espectadores**, también es el **MEJOR ESTRENO DE UNA PRODUCCIÓN ESPAÑOLA EN TELECINCO DESDE ‘ENTREVÍAS’** (01/02/22). Supera a su inmediato competidor en la banda de emisión (13,3%), y de igual forma, lo hace en la franja coincidente con la principal oferta de prime time de su rival, entre las 23:07 y las 00:13 h. (14% vs. 13,6%). Roza los 3M de espectadores únicos.
- A continuación, **La verdad de los Galindos** (14,5% y 758.000) también **LIDERA SU FRANJA**, con casi 1 punto de ventaja sobre su competencia directa (13,8%). También se anota la victoria entre los espectadores menores de 55 años (14,1%).
- **Mediaset España** (25,6%) mejora su dato de los dos últimos miércoles, lidera en target comercial (28,7%) y entre los menores de 55 años (29,7%). **Telecinco** (11,4%) es la segunda televisión más vista del día con su mejor miércoles de mayo. **Cuatro** (4,6%) supera a su directa competidora en la franja de prime time (5,8% vs. 5,5%).
- **Vamos a ver** (14,2% y 383.000) es **LÍDER DE SU FRANJA**, del target comercial (14,1%) y en menores de 55 años (13,8%). **Vamos a ver más** (13,6% y 924.000) anota su **RÉCORD HISTÓRICO EN SHARE**. Es líder entre los menores de 55 años (15,5%) y supera los 2,1M de espectadores únicos.
- **Informativos Telecinco 15:00 h.** (11,6% y 1.116.000) y la **edición de las 21:00 h.** (9,9% y 1.081.000), segundas ofertas informativas en sus respectivas franjas de sobremesa y noche.
- **Supervivientes. Última hora** (11,4% y 1.453.000) bate su **RÉCORD DE TEMPORADA CON LA ENTREGA MÁS VISTA Y CON EL SHARE MÁS ALTO**.
- **La mirada crítica** (10,6% y 231.000). **Así es la vida** (9,6% y 860.000). **TardeAR** (10,9% y 793.000) lidera en target comercial (11,5%) y entre los menores de 55 años (12,3%). **Reacción en cadena** (12,5% y 1.074.000) también se impone en target comercial (13,4% y en menores de 55 años (12,5%).

- En Cuatro, **En boca de todos** (4,4% y 144.000). **Todo es mentira** (6,2% y 524.000), por encima de su competidora directa en la franja (5,3%). **Tiempo al tiempo** (3% y 208.000). **First Dates** (7,7% y 969.000) también por delante de su rival en la banda de emisión (6,9%). Al igual que **Otro enfoque** (4,1% y 373.000), con medio punto más que su competencia (3,6%).
- **Noticias Cuatro 1** (4,7% y 352.000). **Noticias Cuatro 2** (3,9% y 318.000).
- **Los canales temáticos de Mediaset España** congregan al 9,6% de share con los liderazgos de **FDF** (2,6%) y **Energy** (2,5%).