

Madrid, 9 de abril de 2021

AUDIENCIAS JUEVES 8 DE ABRIL

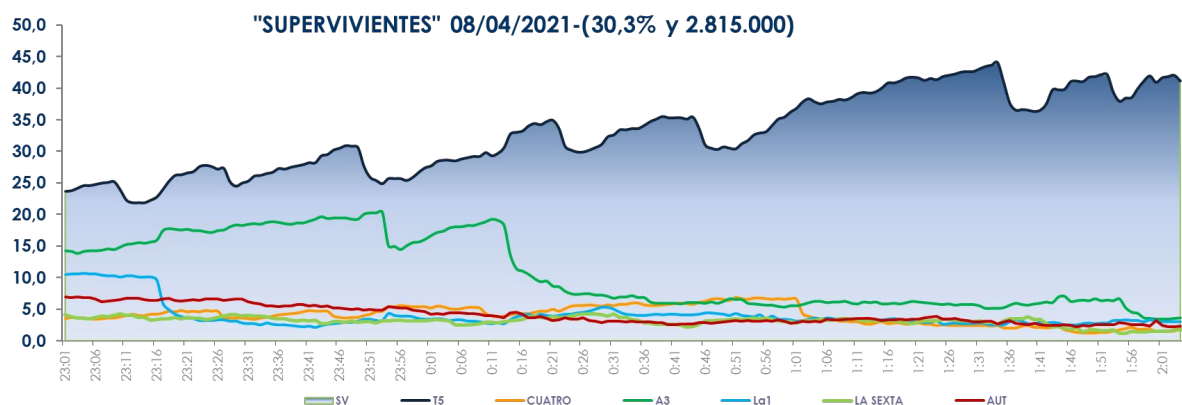
El estreno de ‘Supervivientes 2021’ supera el 30% y arrasa entre los jóvenes con más del 44% de *share*

2,8M de espectadores y un 30,3% de *share* siguieron el arranque de la nueva edición del concurso en Telecinco, duplicando la oferta de Antena 3 en su franja (13%) en la que debutó la serie ‘La cocinera de Castamar’ (17,2%)

Creció 3,5 puntos en *target* comercial hasta anotar un 33,8% de cuota de pantalla frente a la bajada de 2,2 puntos de la serie de Antena 3 (15%), que registró sus principales seguidores entre los mayores de 55 años (21%)

‘Supervivientes 2021: express’ fue el espacio más visto del jueves con más de 3,6 M de espectadores, un 20,5% de *share* y un 23,5% de *target* comercial

Más de 2,8 millones de espectadores y un 30,3% de *share* siguieron ayer el estreno de la nueva edición de ‘Superviviente’ en Telecinco, con casi 7 millones de contactos (6.992.000) en algún momento de su emisión. El concurso presentado por Jorge Javier Vázquez lideró de forma absoluta duplicando la oferta de Antena 3 en su franja (13%), en la que debutó la serie ‘La cocinera de Castamar’ (2,4 M y 17,2%).



‘Supervivientes 2021’ se impuso en todos los *targets*, mejorando su registro 3,5 puntos entre el público más demandado por los anunciantes hasta anotar un **33,8% de cuota de pantalla**. Arrasó entre los espectadores de entre **16 a 34 años, con un 44,3% de *share***, frente al 10,3% registrado por Antena 3 en este parámetro, en la franja. Por su parte -y como ya ocurre con otras de sus ficciones en emisión esta temporada- la serie de Antena 3 perdió 2,2 puntos en *target* comercial y baja al 15% de cuota de pantalla, con el público mayor de 55 años como principal seguidor (21%).

El concurso de Telecinco superó la media nacional en los mercados regionales de **Andalucía (39,2%), Asturias (34,1%), Murcia (33,8%), Canarias (33,7%), Madrid (32,9%), Castilla la Mancha (31,4%) y en el denominado 'Resto' (32,6%)**. Registró el *spot* más visto del día, Burguer King, a las 22.50 horas, con un 8,9% de *rating* publicitario.

El espacio previo a la gala, **'Supervivientes 2021: express' (23,5% y 3,6M)** fue lo más visto del jueves, con una ventaja de 5 puntos sobre la oferta de su inmediato competidor (15,5%). También creció en su *target* comercial hasta anotar un 23,5% de *share*.

Telecinco, cadena más vista del día con su mejor jueves de la temporada, convierte en positivo el dato de total individuos a *target* comercial en todas sus emisiones

Telecinco fue la cadena más vista del jueves con un 19,8% de *share*, su **mejor dato en jueves de la temporada**, con más de 5 puntos de ventaja sobre Antena 3, que marcó un 14,7%. Todos los programas de la cadena convirtieron ayer en positivo su registro de total día a *target* comercial.

También lideró el ***day time***, con un 20,1%; la **mañana**, con un 20,6%; la **tarde**, con un 19,7%; el ***late night***, con un 34% y el ***prime time***, con un 19%, su **mejor dato en jueves de la temporada**. Asimismo, coronó el *target* comercial del jueves con un 22,6% de cuota de pantalla.

Entre los liderazgos del día destacó **'El programa de Ana Rosa'**, que con un 22,9% y 769.000 espectadores obtuvo su **tercer mejor *share* de la temporada** y más de 10 puntos sobre 'Espejo Público' (12% y 403.000). Igualmente fueron las ofertas más vistas en sus correspondientes franjas **'Sálvame Limón'** (15,1% y 1,7M) y **Naranja** (20,1% y 1,9M), al superar al 9,8% y 12,5% de Antena 3, respectivamente.