

Madrid, 12 de abril de 2021

AUDIENCIAS DOMINGO 11 DE ABRIL

El estreno de ‘Supervivientes: conexión Honduras’ lidera su franja, con los espectadores jóvenes como principales seguidores

2,2 M de espectadores y un 18,8% de *share* siguieron el arranque de la segunda de las galas del concurso de Telecinco, superando la oferta de Antena 3 en su banda de emisión (15,6%)

Creció 2,2 puntos en *target* comercial hasta anotar un 21% de cuota de pantalla duplicando en este parámetro a Antena 3 (9%)

Más de **2,2 millones de espectadores y un 18,8% de *share*** siguieron ayer el arranque de ‘**Superviviente: conexión Honduras**’ en Telecinco, liderando su franja con una ventaja de más de 3 puntos sobre la oferta de Antena 3 en la banda de emisión (15,6%). La segunda de las tres galas semanales del concurso, en este caso presentada por Jordi González, registró el **minuto de oro del domingo** (22:56 h) con **3.254.000 espectadores** (18,6%).

Creció 2,2 puntos en el denominado *target* comercial hasta anotar un **21% de cuota de pantalla**, frente al descenso de Antena 3 en la franja al 9% en este parámetro. Los principales seguidores del espacio de Telecinco fueron los menores de 54 años, y especialmente el público de entre **16-34 años (23,4%), el triple del registrado por Antena 3** para este grupo de edad en la franja (7,1%).

Superó la media nacional en los mercados regionales de **Murcia (25,3%), Asturias (23,2%), Canarias (22,9%), Andalucía (22,2%), Madrid (21,9%) y en el denominado ‘Resto’ (20,4%)**. Registró el *spot* más visto del día, Citroen, a las 23:41 horas, con un 7,6% de *rating* publicitario.

Entre los liderazgos del día destacaron **Informativos Telecinco 15 h (16,2% y 2M) y su edición de las 21 h (13,9% y 2,1M)**. Igualmente fueron las ofertas más vistas en sus correspondientes franjas ‘**Socialite by Cazamariposas**’ (16,6% y 1,5M) y ‘**Viva la vida**’ (13,5% y 1,7M), al superar al 10,4% y 12% de Antena 3, respectivamente.

Telecinco fue la cadena más vista del domingo con un 14,9% de *share*, más de 3 puntos de ventaja sobre Antena 3, que marcó un 11,8%. Lideró todas sus franjas: el **day time**, con un 14,8%; la **mañana**, con un 14,1%; la **sobremesa**, con un 13,9%; la **tarde**, con un 14,1%; el **late night**, con un 21,9% y el **prime time**, con un 15,1%. Asimismo, coronó el **target comercial** del día con un 15,3% de cuota de pantalla.