

Madrid, 8 de julio de 2021

# ‘Supervivientes 2021’ (26,5%), crece 2,4 puntos y triplica la oferta de Antena 3 (7%)

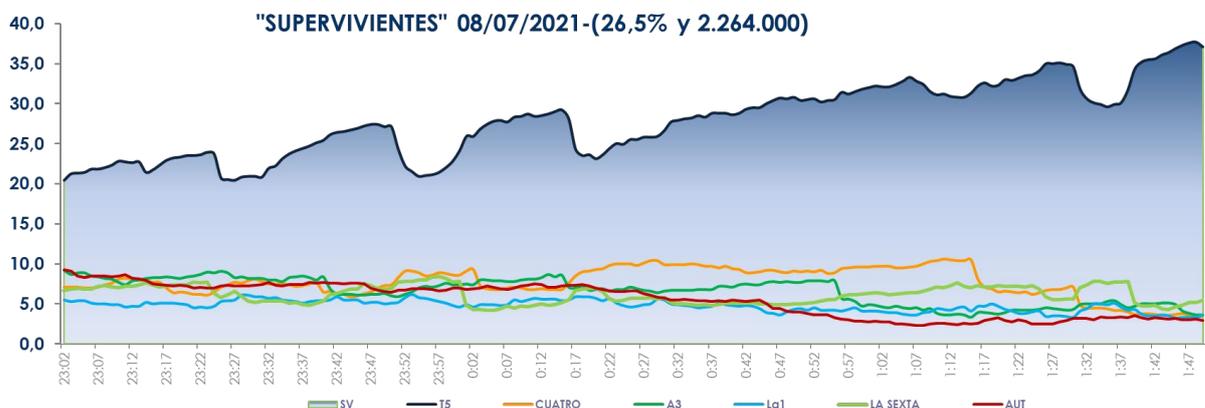
Con más de 2,2M y un 26,5%, ‘Supervivientes 2021’ fue lo más visto del jueves, registró su tercer mejor *share* de la temporada tras sumar 2,4 puntos respecto a la semana pasada, con un incremento de casi 10 puntos entre los jóvenes de 13 a 24 años, sus principales seguidores (35,7%)

‘Supervivientes: express’ (17,4% y 2,2M), espacio más visto del día, anotó un 19% en *target* comercial y aventajó en casi 4 puntos a la oferta de Antena 3 en su franja (13,5%)

Cuatro se impuso a La Sexta en el *prime time* (6,4% vs. 5,6%) y *late night* (7,6% vs. 6,1%) impulsado por el largometraje ‘Pura adrenalina: Fast & Furious 7’ (7,9%), segunda opción de la franja tras ‘Supervivientes’ y por delante de las ofertas de La Sexta (6,2%) y Antena 3 (7,5%)

‘Superviviente 2021’ volvió anoche a confirmar su éxito ante más de 2,2 millones de espectadores y un 26,5% de *share*, su tercer mejor *share* de la temporada tras crecer 2,4 puntos respecto a la gala de la semana pasada. El concurso presentado por Jorge Javier Vázquez triplicó a la oferta de Antena 3 (7%) en su franja, a la que superó en todos los *targets*, con los espectadores jóvenes de 13 a 24 años (35,7%) como sus principales seguidores. Superó la media nacional en los mercados regionales de Canarias (34,6%), Andalucía (30,5%), Asturias (29,7%), Murcia (28,1%), Galicia (27,2%) y en el denominado ‘Resto’ (28,1%).

Registró el minuto de oro de la jornada, a las 23:46 horas, con 3.027.000 espectadores (27,2%).



El espacio previo, **‘Supervivientes: express’ (17,4% y 2,2M)** fue lo más visto del día, estableciendo una ventaja de casi 4 puntos sobre la oferta de su inmediato competidor (13,5%). Anotó un 19% en *target* comercial.

Durante la emisión de **‘Supervivientes 2021’ y ‘Supervivientes: express’** se registraron **99 de los 100 spots más vistos del jueves**, entre ellos el de mayor audiencia (ONCE), a las 23:24 horas, con un 6,5% de *rating* publicitario.

También destacó ayer el liderazgo en la mañana de Telecinco de **‘El programa del verano’** (20,1% y 556.000), con más de 8 puntos de ventaja sobre **‘Espejo Público’** (11,5% y 315.000). Y en la tarde, **‘Sálvame Limón’** (13,8% y 1,5M) y **Naranja** (17,5% y 1,5M) volvieron a anotarse la victoria en sus respectivas franjas frente a la oferta de Antena 3 (9,6% y 11,5%).

**Telecinco**, que ayer convirtió en positivo todas sus emisiones del total día al *target* comercial, **fue la cadena más vista de la jornada con un 17,7% de share** frente al 12,5% de su competidora. **Lideró, además, todas las franjas:** la **mañana**, con un 18,6%; la **sobremesa**, con un 14,7%; la **tarde**, con un 17,7%; el **prime time**, con un 16,9%; el **late night**, con un 27,9% y el **day time**, con un 18%. Asimismo, coronó el **target comercial del jueves** con un 19,3% de cuota de pantalla frente al 10,3% marcado por Antena 3 en este parámetro.

### La oferta cinematográfica de Cuatro, segunda opción del *prime time* tras ‘Supervivientes’

Además, **Cuatro** se impuso ayer a La Sexta en las franjas de **prime time** (6,4% vs. 5,6%) y **late night** (7,6% vs. 6,1%) gracias al resultado del largometraje **‘Pura adrenalina: Fast & Furious 7’** (7,9%), segunda opción de la franja tras ‘Supervivientes’ y por delante de las ofertas de La Sexta (6,2%) y Antena 3 (7,5%). Anotó un 9,8% en *target* comercial, con los espectadores de 25 a 34 años (14,2%) como su público más afín.

También en Cuatro, **‘Todo es mentira’** (5,5%), **‘Todo es mentira bis’** (6%) y **‘Cuatro al día’** (5,8%) se situaron por delante de la Sexta (5,3%, 5,3% y 5,2%, respectivamente).

De igual forma, **‘Factoría de ficción’** (2,7%) fue ayer la **televisión temática líder de la jornada**.