

Madrid, 27 de julio de 2021

‘Supervivientes 2021’ pone el broche de oro a una edición líder con la victoria de su debate final ante más de un 27% de *share* en jóvenes

Con más de 1,7M y un 20,1%, la última entrega del concurso creció más de 7 puntos entre los jóvenes de 13 a 24 años, sus principales seguidores, hasta un 27,3%, superando en 20 puntos a su principal competidor en esta horquilla de edad (7,3%), cuyo público más fiel fue el mayor de 65 años (23,9%).

‘Supervivientes: debate final express’ (16,4% y 2,2M) aventajó en más de 6 puntos a la oferta de Antena 3 en su franja (10,2%) y también registró sus mayores seguidores entre los jóvenes (21,8%).

La última entrega de ‘Supervivientes 2021’, con el debate final, puso anoche el broche de oro al cierre de la presente edición confirmando su éxito ante más de **1,7 millones de espectadores y un 20,1% de *share***, casi 5 puntos más que la oferta de Antena 3 (15,5%) en su franja, a la que superó en todos los *targets* excepto los más longevos, principales seguidores de su principal competidora, con un 23,9% de *share* en mayores de 65 años. Como ha sido la tónica general durante la temporada, el concurso de Telecinco volvió a tener anoche especial afinidad con los espectadores jóvenes de **13 a 24 años**, entre los que arrasó con un 27,3%, su público más fiel.

‘Supervivientes: debate final’ superó la media nacional en los mercados regionales de **Canarias (26,9%), Andalucía (24,6%), Murcia (24,4%), Asturias (23,9%) y Madrid (21,4%)**.

El espacio previo, ‘Supervivientes: debate final expres’ (16,4% y 2,2M) estableció una ventaja de más de 6 puntos sobre la oferta de su inmediato competidor (10,2%). Anotó un 16,6% en *target* comercial, de igual forma, con los espectadores de 13 a 24 años como sus principales seguidores (21,8%).

También destacó ayer el liderazgo en la mañana de Telecinco de ‘**El programa del verano**’ (16,7% y 544.000), con más de 4 puntos de ventaja sobre ‘Espejo Público Verano’ (12,4% y 407.000). Y en la tarde, ‘**Sálvame Limón**’ (14,9% y 1,6M) y **Naranja** (16,7% y 1,5M) volvieron a anotarse la victoria en sus respectivas franjas frente a la oferta de Antena 3 (9,8% y 12%).

Un día más, **Telecinco fue la cadena más vista de la jornada con un 16% de *share*** frente al 13,7% de su competidora. **Lideró, además, todas las franjas:** la mañana, con un 16,4%; la **sobremesa**, con un 14,9%; la **tarde**, con un 16,5%; el **prime time**, con un 15,1%; el **late night**, con un 21,1% y el **day time**, con un 16,3%. Asimismo, coronó el **target comercial del lunes** con un 16,3% de cuota de pantalla frente al 10,4% marcado por Antena 3 en este parámetro.