

Madrid, 15 de abril de 2021

‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’, lidera la noche del miércoles y alcanza el mayor target comercial de la televisión tras crecer hasta el 31,4%

2,1 M de espectadores y un 25,3% de *share* siguieron ayer la séptima entrega del documental, que ascendió al 31,4% en *target* comercial y entre los espectadores menores de 55 años, el dato más alto de entre todas las emisiones de la jornada de ayer

Toda la oferta de Telecinco sin excepción, que lideró la jornada con un 17,6%, creció sobre su media en los públicos jóvenes y urbanos de mayor demanda entre los anunciantes, logrando que en su conjunto la cadena creciera en *target* comercial casi 3 puntos, hasta un 20,5%, frente al 12,8% de Antena 3

Por quinta semana consecutiva, ‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’ volvió a liderar de forma absoluta con **2,1M de seguidores y un 25,3% de *share***. Destacó de nuevo su especial seguimiento entre los espectadores menores de 55 años, con un 31,4% de *share*, frente al 10,3% alcanzado por ‘Mujer’, telenovela emitida por Antena 3, en este grupo de edad (16,3% fue su cuota media global). Creció 6,1 puntos en ***target* comercial** hasta anotar también un **31,4% de *share*** -el mejor dato del día en todas las televisiones- mientras ‘Mujer’ perdía 4,7 puntos en este parámetro en el que descendió al 11,6%. Los espectadores de los mercados regionales de **Andalucía (32,3%) y Castilla la Mancha (26,1%)** fueron sus mayores seguidores.

El avance previo de la serie documental, con casi **2,9M de espectadores y un 16,4%** de cuota de pantalla, también se impuso a la oferta de su rival en la franja, en la que emitió ‘El Hormiguero’ (14,8%). Creció más de 4 puntos en *target* comercial hasta fijar un 20,6% de *share*, frente a la bajada de 1,3 puntos de su competidora en este parámetro (13,5%).

Por otra parte, ayer volvieron a ser los espacios más vistos en sus respectivas franjas ‘**El programa de Ana Rosa**’ (21,2% y 710.000) por delante del resultado de ‘Espejo Público’ (13% y 432.000) y ‘**Sálvame Limón**’ (14,5% y 1,6M) y ‘**Sálvame Naranja**’ (18,9% y 1,9M), en las que Antena 3 promedió un 10,8% y un 13,7% de *share*.

Telecinco vuelve a convertir en positivo el dato de total individuos a *target* comercial en todas sus emisiones de la jornada

Telecinco anotó ayer **en el total día un 17,6% de *share*** y convirtió en positivo el registro de total día de todos sus programas a *target* comercial. **Lideró las franjas de mañana (19,1%), tarde (18,6%), *late night* (29,4%) y *day time* (18,4%)**. También coronó el ***target* comercial** del miércoles con un 20,5% de *share*, frente al 12,8% de su rival.