

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.