Madrid, 13 de mayo de 2021

**‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’ encadena su décimo liderazgo y vuelve a rozar el 30% de *share* en el mejor *target* comercial de la televisión**

**Más de 2 M de espectadores y un 25,3% de cuota de pantalla siguieron ayer la décima entrega del documental, duplicando la oferta de Antena 3 en su franja (12,4%), con sus mayores seguidores entre los espectadores menores de 55 años (29,9%), cuatro veces más que su inmediata competidora (7%) en este parámetro en su banda de emisión**

**El avance previo también se impuso en su franja con 2,7M de espectadores y un 16,8% de *share*, sumando 2,5 puntos en *target* comercial hasta el 19,3%**

**Diez de diez**. Pleno de liderazgos de **‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’,** que en su décima entrega del documental se alzó nuevamente como la opción favorita para los espectadores con más de **2M de seguidores y un 25,3%** de *share,* duplicando la oferta de Antena 3 en su franja (12,4%). Destacó en su nuevo capítulo el seguimiento entre el público **menor de** **55 años, con un 29,9% de *share****,* 4 veces más que su rival en la franja, en la que anotó un 7% de cuota de pantalla en esta horquilla de edad y cuyos mayores seguidores volvieron a ser los espectadores mayores de 55 años (17,2%).

Creció casi 4 puntos en el ***target* más demandado por los anunciantes** hasta el **29,1% de *share*** -de nuevo, el mejor dato del día en todas las televisiones- frente al descenso de 4,5 puntos de su inmediato competidor en este baremo (7,9%). Los espectadores de los mercados regionales de **Andalucía (33,6%), Asturias (28,3%), Murcia (25,8%) y el denominado ‘Resto’ (26,8%)** fueron sus mayores seguidores.

El avance previo, con **2,7M de espectadores** **y un 16,8%** de cuota de pantalla, también se impuso a la oferta de su rival en la franja (15,7%). Creció 2,5 puntos en *target* comercial hasta fijar un 19,3% de *share.*

Por otra parte, ayer volvieron a ser los espacios más vistos en sus respectivas franjas **‘El programa de Ana Rosa’** (21,6% y 691.000), con una ventaja de 8,6puntos sobre ‘Espejo Público’ (13% y 412.000). Y **‘Sálvame Limón’** (15% y 1,6M) y **‘Sálvame Naranja’** (19,2% y 1,8M), en las que Antena 3 promedió un 10% y un 12,8% de *share*.

Telecinco fue ayer la televisión más vista del **día con un 17,7% de *share,*** 3 puntos de ventaja sobre su inmediato competidor (14,7%) con **todos sus programas convirtiendo en positivo su registro de total día a *target* comercial**. **Lideró las franjas de** **mañana** (19,8%); **tarde** (18,7%), ***late night*** (29,7%) y ***day time*** (18,9%). También coronó el ***target* comercial** del miércoles con un 19,7% de *share*, frente al 12,6% de su rival.