

Madrid, 29 de julio de 2021

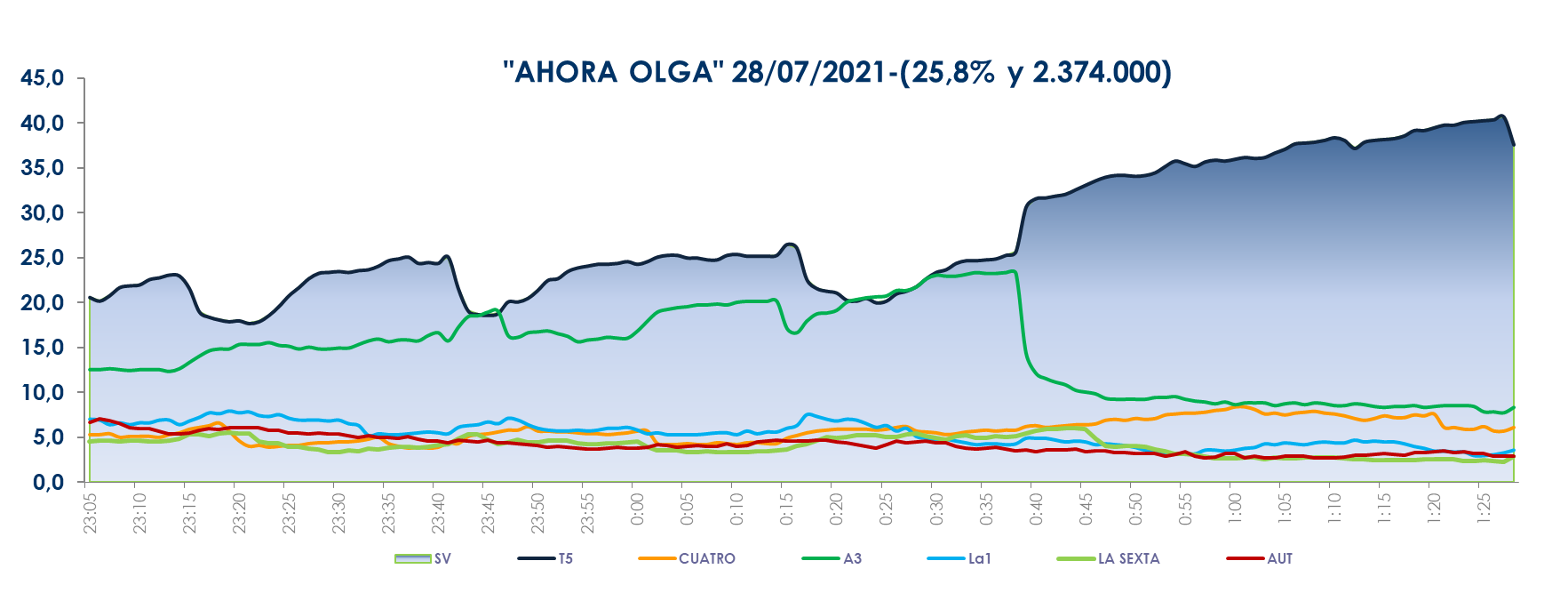
**‘Ahora, Olga’ encabeza las emisiones más vistas del día y se impone en más de 10 puntos a la oferta de Antena 3**

**Con más de 2,3M y un 25,8%, el espacio de Telecinco arrasó en jóvenes con un 28,6%, frente al final de la novela turca de Antena 3, que logró su nicho principal entre los espectadores mayores de 65 años**

**‘Ahora, Olga: expres’ (21% y 2,6M) fue lo más visto del día, duplicó la oferta de Antena 3 en su franja (9,6%) y registró el minuto de oro del miércoles con 3M de espectadores**

**Un día más, Cuatro se impuso en la tarde, *prime time* y *late night* a La Sexta con su oferta de producción propia y cine**

La producción propia en directo de Telecinco volvió ayer a demostrar su conexión con el público en general y con los jóvenes y los perfiles cualitativos en particular, frente a los productos enlatados de otras televisiones. Más de **2,3M y un 25,8% de *share*** arroparon anoche **‘Ahora, Olga’**, el programa especial protagonizado por Olga Moreno, ganadora de ‘Supervivientes’. **Fue la emisión líder del *prime time,*** superando en 10,7 puntos a la oferta de Antena 3 (15,1%) en cuya franja se emitió el capítulo final de la telenovela turca ‘Mujer’ (19% y 1,8M).



**‘Ahora, Olga’** incrementó su audiencia entre los espectadores jóvenes de **13 a 24 años** hasta el 28,6%, sus principales seguidores, el doble que la serie de Antena 3 en esta horquilla de edad, en la que registró un 14,8%, frente al seguimiento mayoritario del público mayor de 65 años, en el que alcanzó un 27,9%. El programa presentado por **Carlos Sobera** superó la media nacional en los mercados regionales de **Asturias (31,5%), Andalucía (30,9%), Cataluña (27,3%), Canarias (27,1%), Madrid (26,8%) y en el denominado ‘Resto’ (26,2%).**

Previamente, **‘Ahora, Olga: expres’** (21% y 2,6M) fue el espacio más visto del día, duplicando la oferta de Antena 3 en su franja (9,6%). Registró el **minuto de oro** del miércoles, a las 22:45 h, con 3M de espectadores (23,3%).

También destacó ayer el liderazgo en la mañana de Telecinco de **‘El programa del verano’** (17,9% y 559.000), con 6 puntos de ventaja sobre ‘Espejo Público Verano’ (11,9% y 373.000). Y en la tarde, **‘Sálvame Limón’** (14,9% y 1,5M) y **Naranja** (18,2% y 1,5M) volvieron a anotarse la victoria en sus respectivas franjas frente a la oferta de Antena 3 (9,3% y 12,9%).

**Telecinco** **fue la cadena con mayor audiencia de la jornada con un 17,9% de *share.*** Lideró, además, todas las franjas: la **mañana** (17%); la **sobremesa** (15,1%); la **tarde** (18,2%); el ***prime time*** (18,4%); el ***late night*** (25,9%) y el ***day time*** (17,7%). Asimismo, coronó el ***target* comercial del miércoles** con un 18,2% de cuota de pantalla frente al 10,6% marcado por Antena 3 en este parámetro.

**Cuatro aventaja a La Sexta en la tarde, el *prime time* y el *late night***

Por otro lado, Cuatro se impuso ayer a La Sexta en las franjas de **tarde** (5,3% vs. 3,9%), ***prime time*** (5,5% vs. 4,1%) y ***late night*** (6,3% vs. 3,9%), en las que todos sus espacios registraron una conversión positiva a *target* comercial y al *core target* del canal.

En la tarde, **‘Todo es mentira bis’** (4,8% de share y 5,9% en *target* comercial), y **‘Cuatro al día’** (5,9% de share y 6,9% en *target* comercial), se situaron por delante de la Sexta (4,4% y 3,9%, respectivamente).

En la franja de máxima audiencia, **‘First Dates’** (7,5% y 912.000), y un 9,4% en *target* comercial, y la película **‘Malditos bastardos’** (5,8%), con un 7,9% de *target* comercial, también aventajaron a su inmediato competidor (4% y 4,1%).

Entre las **televisiones temáticas**, **Factoría de Ficción** (2,6%) y **Energy** (2,4%) encabezaron el ranking de las más vistas, tras Teledeporte, con **‘NCIS los Angeles’** en Energy como la emisión con mayor audiencia en las temáticas con 397.000 espectadores y un 3,1% de *share*.