

Madrid, 29 de octubre de 2021

**‘Secret Story’ suma un nuevo liderazgo, crece en su fidelidad entre los jóvenes y se confirma como única opción con doble dígito en su franja (16,9%)**

**Con un 16,9% de *share* y 1,7M de seguidores, se impuso en 7,5 puntos a Antena 3 (9,4%) con ‘Los hombres de Paco’ (6,9%). Aumentó su dato hasta el 18,1% en *target* comercial y volvió a crecer en jóvenes respecto a la semana pasada con un 22,9% en 13-24 años y 24,2% en 25-34.**

**En Cuatro, ‘Horizonte’ (8,2% y 734.000) anotó su mejor entrega de la temporada y fue la segunda opción para los espectadores en su franja, a más de 3 puntos de la oferta de su inmediato competidor (4,9%)**

**Entre las temáticas, Divinity marcó un 3,7% en la tarde (3,7%) aupada por los liderazgos de sus ficciones ‘Love is in the air’ (5%), ‘Nuestra historia’ (3,5%) y ‘Amor a segunda vista’ (4,1%), a las que se sumó el triunfo en su banda de ‘Me robó mi vida’ (2,6%)**

Fue la única oferta de su franja que superó los dos dígitos, la opción favorita indiscutible para los espectadores más jóvenes y de nuevo líder en total individuos. Los **casi 1,8M de espectadores y 16,9% de *share*** que anoche siguieron **‘Secret Story’** situaron al formato a 7,5 puntos de Antena 3 (9,4%), que en su banda coincidente ofreció una nueva entrega de ‘Los hombres de Paco’ (6,9% y 837.000).

El *reality* de Telecinco registró un 18,1% en *target* comercial, sumando espectadores respecto a la semana pasada entre su **público más afín, los jóvenes de entre 13 a 24 años (22,9%) y de 25 a 34 años (24,2%).** Superó la media nacional en los mercados regionales de **Canarias (20,3%), Madrid (20,2%), Murcia (19,3%), Aragón (17,8%), Andalucía (17,6%), Cataluña (17,3%), Castilla y León (17,1%) y en el denominado ‘Resto’ (18,6%).**

**Mejor dato de Informativos Telecinco 15 h. desde enero de 2019**

En *day time*, volvieron a destacar los liderazgos de **‘El programa de Ana Rosa’**, que con un 22,1% y 629.000 espectadores se impuso en 8 puntos a Antena 3 (14,1% y 392.000). Mientras que **‘Sálvame Limón’** (14,5% y 1,4M) y **‘Sálvame Naranja’** (16,5% y 1,4M), también superaron a las ofertas del inmediato competidor (10,5% y 13,4%, respectivamente). Por su parte, **‘Ya es mediodía’** (18,2% y 1,3M) igualó su mejor dato de temporada.

Además, **Telecinco** fue la cadena con mayor audiencia en la franja de **sobremesa** (16,8%) aupada por el dato de **Informativos Telecinco 15 h** (19,3% y 2,1M) que alcanzó su mejor *share* desde el 25 de enero de 2019. Lideró su franja entre los espectadores de 13 a 54 años (21,4%) y creció en *target* comercial hasta anotar un 21,8% de cuota de pantalla.

**Telecinco fue ayer la televisión más vista del jueves** con un 15,9% de *share* y la preferida por los espectadores que componen el *target* comercial, donde creció hasta el 17,4%, superando a Antena 3 en 2 puntos en total individuos (15,4%) y en más de 5 puntos en el público cualitativo, tras su descenso hasta el 12%. Una victoria propiciada por la hegemonía de Telecinco en las franjas de **mañana** (19,9%), **sobremesa** (16,8%), **tarde** (15,9%), ***late night*** (21,7%) y ***day time*** (17,4%)***.***

**‘Horizonte’ marca su mejor dato de temporada**

Por otro lado, **en Cuatro** destacó la nueva entrega de **‘Horizonte’**, que con un 8,2% de *share* y 734.000 espectadores **fue la segunda opción en su franja, tras Telecinco, con su mejor resultado de la temporada**, situándose por delante de la oferta de La Sexta (4,9%). El espacio de investigación creció hasta el 10,1% en *target* comercial.

Este resultado propició que Cuatro anotara un 6,2% en la franja de *prime time* y un 7,7% en la de *late night*, datos que se situaron por delante de los alcanzados por La Sexta (5,4% y 4,9%, respectivamente).

**El liderazgo de su ficción entrega a Divinity un 3,7% en la tarde**

Además, **Divinity** registró ayer un 3,7% en la franja de tarde, gracias al buen comportamiento de sus telenovelas, situándose como la segunda opción entre las televisiones temáticas.

**‘Love is in the air’** (5% y 424.000), fue la emisión más vista entre estos canales con su **tercer mejor resultado de su historia**; **‘Amor a segunda vista’** (4,1%) alcanzó su **mejor marca desde su estreno**; y **‘Nuestra historia’** (3,5%) fue el **espacio con mayor audiencia en su franja con el mayor *share* de su historia.**

A estas también se unió **‘Me robó mi vida’** (2,6%), en *prime time*, al liderar igualmente su banda de emisión con la **mejor entrega histórica**.