

Madrid, 22 de noviembre de 2021

Telecinco lidera el domingo y encabeza lo más visto del día con la noche especial dedicada a Dolores Vázquez

**El reportaje ‘Las claves del caso Wanninkhof: Dolores Vázquez’ (15,9% y 2,5M) fue lo más visto del domingo con su público más afín entre los de 25 a 34 años (19,4%).**

**A continuación, el estreno en abierto del segundo capítulo de la serie ‘Dolores: la verdad sobre el caso Wanninkhof’ (18,2% y 2,5M) fue el segundo espacio con mayor audiencia de la jornada y creció al 20,8% en *target* comercial, con los espectadores de 16 a 34 años como sus mayores seguidores (25,3%).**

**El debate ‘La verdad sobre el caso Wanninkhof’ (23,3% y 2,3M) se situó en tercer lugar del ranking y arrasó entre los jóvenes de 16 a 34 años (32,1%).**

La noche especial dedicada al caso **Dolores Vázquez en Telecinco** conquistó el interés de la mayor parte de los espectadores que auparon las tres entregas de la que constaba (reportaje con las claves, el segundo capítulo de la serie y el debate posterior) hasta lo más alto del ranking de las audiencias dominicales.

**Lo más visto del día** fue el reportaje **‘Las claves del caso Wanninkhof: Dolores Vázquez’** (15,9% y 2,5M), con 3,4 puntos de ventaja sobre la segunda opción en su franja (12,5%). Anotó el **minuto de oro del domingo**, a las 22:30 h, con 2,9 M de espectadores (18,1%). Creció al 17,6% en *target* comercial y congregó a la mayor parte de sus seguidores en la horquilla de los 25 a 34 años (19,4%), superando el 20% de *share* en los mercados regionales de Canarias (21,9%), Andalucía (20,7%) y en el denominado ‘Resto’ (23,3%). También registró el ***spot* más visto del domingo** (Ferrero Rocher), a las 22:32 h, con un 6,9% de *rating* publicitario.

A continuación, el estreno en abierto del segundo capítulo de la serie ‘**de ‘Dolores: la verdad sobre el caso Wanninkhof’** (18,2% y 2,5M) fue el **segundo espacio con mayor audiencia del día**, con casi 3 puntos sobre la oferta de su inmediato competidor. Creció al 20,8% en *target* comercial, con los espectadores de 16 a 34 años como sus mayores seguidores (25,3%), destacando en los mercados regionales de Andalucía (24,9%) y en el denominado ‘Resto’ (20,2%).

La tercera parte de los especiales, el debate **‘La verdad sobre el caso Wanninkhof’ (23,3% y 2,3M)** se situó en tercer lugar del ranking de lo más visto con más de 5 puntos por encima de la oferta de Antena 3 (18,1%). **Arrasó entre los jóvenes** de 16 a 34 años (32,1%), al igual que en los mercados regionales de Andalucía (29,4), Madrid (25,6%) y Galicia (25,4%), con datos por encima del 25%de cuota de pantalla.

En el *late night*, **‘Secret Story: la noche de los secretos’** (21,1% y 1M) lideró su franja de emisión con 8,4 puntos de ventaja sobre la segunda opción en su banda de emisión (12,7%). Los espectadores jóvenes volvieron a ser sus mayores seguidores con un 28,4% de *share* entre el público de entre 16 y 34 años.

En el *day time*, **‘Socialité by Cazamariposas’** (14,9% y 1,2M) fue la primera opción para los espectadores en su franja, por encima del 13,4% de su inmediato competidor. Y **‘Viva la vida’** (12,7% y 1,6M) también lideró durante su emisión, con 1,4 puntos sobre la oferta de Antena 3 (11,3%).

Como resultado, **Telecinco fue ayer la televisión más vista del día** (14,4%) con su **mejor dato en domingo sin evento deportivo de los últimos 6 meses**. También lo fue en las franjas de mañana (13,8%), tarde (13,3%), *late night* (21,6%), *prime time* (15,1%), *day time* (14,1%) y en *target* comercial (14,8%).

Cuatro se impone a La Sexta aupado por la fortaleza de sus espacios de tarde y *prime time*

Más de 835.000 espectadores y un 6,1% de *share* arroparon anoche la nueva entrega de **‘Cuarto Milenio’ en el *prime time* de Cuatro**, anotándose de nuevo la victoria en su franja frente a la oferta de su principal competidor, La Sexta (4,3%). El espacio de Cuatro presentado por **Iker Jiménez** creció hasta el 8,3% de *share* en *target* comercial.

De igual forma, la programación de Cuatro acaparó un mayor interés por parte de los espectadores frente a su competidor, destacando el resultado de la doble entrega del contenedor **Home Cinema** con las películas **‘El fraude’** (7,1%) y **‘Erin Brockovich’** (7,1%) con datos por encima de La Sexta en su franja (2,8% y 4,9%, respectivamente), en la que emitió ‘La Roca’ (3,9%).

Impulsado por estos resultados, **Cuatro** (6%) se aventajó ayer en 1,6 puntos en el total día a La Sexta (4,4%), que no logró superarle en ninguna de las franjas del domingo: **mañana** (5,7% vs. 3,9%), **sobremesa** (5,5% vs 4,1%); **tarde** (7,1% vs. 4,8%); ***prime time*** (5,5% vs. 4,8%), ***late night*** (7,1% vs. 3,5%), ***day time*** (6,3% vs. 4,2%) y ***target* comercial** (7,3% vs. 5%).

Por lo que respecta a las televisiones temáticas, **Factoría de Ficción** (2,7%) y **Energy** (2,3%) fueron **las más vistas del domingo**.