

Madrid, 24 de noviembre de 2021

‘Secret Story: cuenta atrás’ crece y reafirma su liderazgo con más de 2 puntos de ventaja sobre la oferta de su inmediato competidor

**Con un 15%, sumó 2,7 puntos hasta anotar un 17,7% en *target* comercial, con los jóvenes de 16-34 años (21,1%) como sus principales seguidores, frente al público más afín a ‘Inocentes’, los mayores de 65 años (19,6%).**

**‘Secret Story: cuenta atrás’** (**15% y 1,5M)** anotó anoche su mejor *share* de las últimas dos semanas y reafirmó su liderazgo de franja, con más de 2 puntos de ventaja frente a su competidor con una nueva entrega en la que, como ya es habitual, encontró en los jóvenes de 16 a 34 años (21,1%) sus principales seguidores, convirtiendo en positivo sus datos en *target* comercial (17,7%).

El *reality* de Telecinco se impuso al 12,9% logrado en la franja por su competidor, cuya entrega de ‘Inocentes’ (11,9% y 1M) descendió hasta el 5,8% en *target* comercial, con la mayoría de sus espectadores concentrados en la horquilla de edad mayor de 65 años (19,6%). ‘Secret Story: cuenta atrás’ superó la media nacional en **Madrid (**17,8%), **Canarias** (17,7%), **Andalucía** (17,5%), **Murcia** (15,3%), **Asturias** (15,1%) y en el denominado **‘Resto’** (16,1%).

En *day time* volvieron a liderar **‘El programa de Ana Rosa’** (20% y 620.000), con más de 7 puntos de distancia sobre el 12,6% de su competidor. Por la tarde, **‘Sálvame Limón’** (13% y 1,4M) y **‘Sálvame Naranja’** (15,7% y 1,6M), también superaron las ofertas de su rival (10,1% y 13,5%, respectivamente).

En **Cuatro**, ayer destacaron **‘Todo es mentira bis’** (6%) y **‘First Dates’** (7,3% y 1,1M) tras aventajar a su directo competidor en sus respectivas bandas de emisión (5,2% y 7,1%).

Entre las televisiones temáticas, **Factoría de Ficción** fue ayer la más vista con un 2,5% de *share*.