

Madrid, 29 de noviembre de 2021

El especial de ‘Planeta Calleja’ en Telecinco lidera su franja con casi 2M y empuja a la victoria dominical de la cadena

**La entrega con Saúl Craviotto como invitado desde La Palma (13% y 1,9M) lideró de forma absoluta entre los menores de 54 años, creció hasta el 15,1% en *target* comercial y arrasó en Canarias con un 24,5%.**

**A continuación, ‘Secret Story’ (16,1%) se impuso en su banda de emisión frente a su inmediato competidor (12,8%), con casi un 20% entre los jóvenes**

**Informativos Telecinco 15 h (16,1% y 1,9M) anotó su mejor resultado en domingo de los últimos 7 meses y creció al 17,8% en *target* comercial**

La entrega especial de **‘Planeta Calleja’** desde la isla de La Palma con Saúl Craviotto como invitado en Telecinco conquistó anoche el interés mayoritario de los casi 2 millones de espectadores que le auparon al liderazgo de su franja, con un 13% de *share*. Creció en *target* comercial hasta el 15,1% de *share*, con sus principales seguidores entre los espectadores de 35 a 54 años (15,2%), superando el 23% en los mercados regionales de Canarias (24,5%) y Murcia (23,3%). Por su parte, la oferta de Antena 3 en la franja, ‘Infiel’, volvió a registrar su público más afín entre los espectadores mayores de 65 años (21%).

En el *late night*, **‘Secret Story: la noche de los secretos’** (16,1%) también lideró su franja de emisión con 3,3 puntos de ventaja sobre la segunda opción (12,8%). Rozó el 20% en espectadores de entre 16 y 34 años.

Además, **Informativos Telecinco 15h** (16,1% y 1,9M) anotó ayer su edición más vista en domingo de los últimos 7 meses e incrementó 1,7 puntos el dato en *target* comercial (17,8%).

En el *day time*, **‘Socialité by Cazamariposas’** (16,4% y 1,4M) fue la primera opción para los espectadores en su franja, por encima del 14% de su inmediato competidor. Creció al 17,1% entre los públicos más dinámicos.

Como resultado, **Telecinco fue ayer la televisión más vista del día** (12,6%) y se impuso de forma absoluta en las franjas de mañana (13,4%), *late night* (17,6%), *prime time* (11,9%), *day time* (13%) y en *target* comercial (13,2%).

**Cuatro se impone un domingo más a La Sexta impulsado por la fortaleza de sus espacios de tarde y *prime time***

La programación de Cuatro volvió a acaparar un domingo más el interés de los espectadores frente a su competidor, destacando el resultado en el *prime time* de **‘Cuarto Milenio’**, quecon más de 916.000 espectadores y un 6,2% de *share* se anotó la victoria en su franja frente a la oferta de su principal competidor, La Sexta (4,6%). El espacio de Cuatro presentado por **Iker Jiménez** creció hasta el 8,7% de *share* en *target* comercial.

Además, la doble entrega del contenedor **Home Cinema,** con las películas **‘Prince of Persia’** (9 y 1,1M%), el título más visto de este contenedor de los últimos 5 meses, y **‘En busca del palacio dorado’** (6,6% y 860.000), registraron datos por encima de La Sexta en su franja (4,3% y 5,4%, respectivamente), en la que emitió ‘La Roca’ (4,8%).

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

Por lo que respecta a las televisiones temáticas, **Factoría de Ficción** y **Energy** fueron **las más vistas del domingo con un 2,5% de *share***.