

Madrid, 17 de diciembre de 2021

**‘Ya son las ocho’ supera a ‘Pasapalabra’**

**en *target* comercial**

**El programa de Telecinco crece hasta el 16,9% en públicos de edades centrales, frente a la conversión negativa del concurso de Antena 3 en este parámetro (16,5%) y liderando entre los menores de 55 años con un 14,9% de *share*.**

**‘Ya son las ocho’** evidenció ayer su evolución al alza y superó a ‘Pasapalabra’ en *target* comercial. Con un 16,9% de *share* en público cualitativo, el programa presentado por Sonsoles Ónega se impuso a su inmediato competidor, que marcó un 16,5% en este parámetro, liderando de forma absoluta entre los espectadores menores de 55 años (14,9%).

El espacio de Telecinco anotó ayer su **segundo mejor registro histórico en total individuos**, con un 13,7% de *share* y 1,6M de espectadores, elevando muy por encima de su media su registro en jóvenes de 13 a 24 años (17,2%). Este resultado propició el liderazgo de Telecinco en la franja de tarde con un 16,1%, 1 punto más que su directo competidor (15,1%).

**‘Secret Story’ anota nueva victoria y crece al 21,8% entre los jóvenes**

En *prime time*, más de **1,6M de espectadores y un 16,2% de *share*** impulsaron anoche a **‘Secret Story: La casa de los secretos’** a una nueva victoria en su franja, con datos por encima de su principal competidor, que en su banda coincidente ofreció ‘El peliculón: San Andrés’ (15% y 1,4M). El *reality* de Telecinco creció en *target* comercial hasta un 17,1%, con un 21,8% en jóvenes de 16 a 34 años. Por mercados regionales, superó el 20% en **Andalucía (21%) y Murcia (20,1%).**

En *day time*, volvieron a destacar los liderazgos de **‘El programa de Ana Rosa’**, que con un 20,5% y 582.000 espectadores se impuso a ‘Espejo Público’ (12,9% y 364.000) y anotó el ***target* comercial más alto de todas las televisiones,** con un 25,4% de *share*. Por la tarde, **‘Sálvame Limón’** (14,6% y 1,4M) y **‘Sálvame Naranja’** (16,4% y 1,5M), también superaron a su inmediato competidor (10% y 14,1%, respectivamente).

Por otro lado,en **Cuatro** destacó un jueves más **‘Horizonte’,** que con **su segunda mejor entrega de la temporada** (7,8% y 719.000) se impuso al 4,7% de la oferta de La Sexta. Creció hasta el 10,5% en *target* comercial e impulsó a Cuatro a anotar un 6,4% en la franja de *prime time* y un 7,4% en la de *late night*, datos que se situaron por delante de los alcanzados por La Sexta (6% y 4,2%, respectivamente). De igual forma, **‘Cuatro al día’** (7,2% y 660.000) alcanzó **su mejor entrega de los últimos 3 meses** y superó al 5,8% registrado por su directo competidor en la franja.