

Madrid, 17 de febrero de 2022

**‘Pasión de Gavilanes’, líder de su franja con el mejor estreno de una serie extranjera en Telecinco desde julio de 2018, arrasando entre los jóvenes con casi un 38%**

**Con más de 2M de espectadores y un 17,2% de *share* de promedio de los dos capítulos, la ficción colombiana creció hasta el 22,1% en *target* comercial, con sus mayores seguidores entre el público de 25 a 34 años (37,9%)**

**Superó a la oferta de Antena 3 en su franja (15,5%) en la que emitió el doble capítulo final de la telenovela turca ‘Mentiras, líder entre los espectadores de 55-64 años (17,2%) y los mayores de 65 años (16%).**

**Más de 2M de espectadores y un 17,2% de *share* de promedio** arroparon el doble capítulo de estreno de la nueva temporada de **‘Pasión de Gavilanes’** en España a través de Telecinco, convirtiéndose en el **mejor debut de una serie extranjera en esta cadena desde julio de 2018 con ‘The Good Doctor’**. El primer capítulo alcanzó 2,2M de espectadores, un 16% de *share* y un 20,3% de *target* comercial, mientras que la segunda entrega creció hasta 1,8M de espectadores, un 18,7% de cuota de pantalla y un 24,2% de *target* comercial.

La ficción colombiana registró una **conversión positiva a *target* comercial con una media en sus dos entregas del 22,1%,** lo que representa un aumento de casi 5 puntos sobre su dato de total espectadores, **arrasando entre los jóvenes** con un **espectacular 37,9% entre los de 25 a 34 años**, sus mayores seguidores. Estos datos contrastan con los de la oferta de Antena 3 en su franja, en la que emitió el doble capítulo final de su telenovela turca ‘Mentiras’ (15,5%), que descendió más de 1 punto en *target* comercial hasta un 14,4% y lideró entre los espectadores de 55 a 64 años (17,2%) y los mayores de 65 años (16%). **‘Pasión de Gavilanes’** destacó por su seguimiento en los mercados regionales de Canarias (25,4%) y Andalucía (23,8%) con datos superiores a la media nacional.

A continuación, **‘Madres: amor y vida’** (14,7% y 681.000) se impuso en su franja de emisión situándose como la única opción con doble dígito, duplicó a la segunda opción (5,6%) e incrementó su marca hasta el 18% en público cualitativo.

**‘Ya es mediodía’ anota su mejor dato del año**

Por la mañana, **‘El programa de Ana Rosa’** (20,2% y 608.000), que ayer registró el ***target* comercial más alto de todas las televisiones con un 24,8% de *share***, volvió a liderar su franja frente al 12,3% y 371.000 espectadores de su directo competidor. A continuación**, ‘Ya es mediodía’** alcanzó su **mejor dato del año** con más de 1,4M de seguidores y un 17,3% de *share*, incrementando la cifra al 21,4% entre los públicos más dinámicos. Por la tarde, **‘Sálvame Lemon Tea’** (12,5% y 1,3M) y **‘Sálvame Naranja’** (15,7% y 1,4M), volvieron a dominar sus bandas de emisión frente a la oferta de Antena 3 (10,1% y 14,2%, respectivamente).