

Madrid, 23 de febrero de 2022

**‘Entrevías’ suma un nuevo liderazgo e impulsa una nueva victoria diaria de Telecinco en público cualitativo**

**Con un 15,1% de *share* y 1,6M de espectadores, la serie de Telecinco creció hasta el 16% en *target* comercial y hasta el 17,5% en jóvenes de 16 a 34 años. Superó en 3 puntos a la oferta de Antena 3 (12,1%), duplicando a ‘Inocentes’ en perfil comercial (6,9%).**

**La positiva conversión al público cualitativo resultó igualmente la tónica del día en toda la oferta de Telecinco desde la mañana hasta la noche, anotando un 15,6% en *target* comercial, a 3 puntos de su inmediato competidor.**

**En Cuatro, destacó una jornada más el abultado seguimiento y el liderazgo ante su competencia directa de ‘Todo es mentira’ (7%) y ‘Todo es mentira Bis’ (7,8%), con su segundo mejor *share* de la temporada y el tercer mejor dato histórico, respectivamente.**

Cuarta semana de liderazgo para ‘**Entrevías’**, que ayer se impuso con holgura a su inmediato competidor. La nueva entrega de la serie sedujo a más de **1,6M de espectadores y un 15,1% de *share***, sumando un día más seguidores entre los perfiles de público de mayor interés para los anunciantes.

La nueva ficción de Telecinco registró una **conversión positiva a *target* comercial con una media del 16%,** con una especial afinidad entre los públicos de 16 a 34 años (17,5%). Estos datos contrastan con los de la oferta de Antena 3 en su franja, ‘Inocentes’ (11,2% y 1M), que descendió en *target* comercial hasta un 6,9%, anotando una semana más su mayor afinidad entre los espectadores mayores de 65 años.

**‘Entrevías’** destacó por su seguimiento en los mercados regionales de Castilla la Mancha (19,7%), Madrid (19,4%), Castilla León (18,6%) y Andalucía (16,3%).

Por la mañana, **‘El programa de Ana Rosa’** (20,3% y 21,6% en TC) volvió a liderar su franja frente al 12,4% de su directo competidor, seguido de ‘Ya es mediodía’ (17%, 1,4M y 19,1% en TC). Por la tarde, **‘Sálvame Lemon Tea’** (14,5%, 1,5M y 17,7% en TC) y **‘Sálvame Naranja’** (15,9%, 1,5M y 19,7% en TC), volvieron a dominar sus bandas de emisión frente a la oferta de Antena 3.

Como viene siendo habitual, todos los programas de Telecinco convirtieron en positivo su dato de ***target* comercial,** entregando un nuevo y sólido liderazgo diario a la cadena en este estratégico perfil de público con un **15,6% de *share***, a 3 puntos de su inmediato competidor (12,6%).

En Cuatro, la actualidad política nacional e internacional y su cobertura desde **‘Todo es mentira’ (7%) y ‘Todo es mentira Bis’ (7,8%)** permitió al programa registrar su segundo mejor *share* de la temporada y el tercer mejor dato histórico, respectivamente. En ambos casos, se impuso a la oferta de La Sexta en su franja, con un 6,1%.

Por lo que respecta a la oferta de canales temáticos, ayer martes Factoría de Ficción se erigió como la cadena más vista con una media del 2,7% de *share*.