

Madrid, 2 de marzo de 2022

**‘Entrevías’ crece, anota un nuevo liderazgo y se convierte en la emisión más vista de febrero en diferido**

**Con un 15,4% de *share* y 1,7M de espectadores, el capítulo de anoche creció hasta el 17,9% en *target* comercial y hasta el 27,4% en jóvenes de 16 a 24 años. Lideró su franja a 5,5 puntos de la oferta de su inmediato competidor.**

**Los cuatro capítulos de ‘Entrevías’ emitidos en febrero encabezan el ranking de las emisiones más vistas en diferido en el último mes, con un acumulado de casi 1,7 M de espectadores que se suman a los seguidores en lineal de la serie en Telecinco**

**En Cuatro, destacó una jornada más el apoyo de sus seguidores y el liderazgo ante su competencia directa de ‘Todo es mentira’ (8%) y ‘Todo es mentira Bis’ (9,7%), que ambos anotaron su segundo mejor *share* histórico. ‘Cuatro al día’ (7,8%) registró su mejor cuota de pantalla hasta la fecha.**

Quinto capítulo y quinta semana de liderazgo consecutivo para ‘**Entrevías’**, que ayer volvió a alzarse como la opción favorita en su franja de emisión ante más de **1,7M de seguidores y un 15,4% de *share***, sumando casi 100.000 espectadores al resultado de la semana pasada, con una ventaja de 5,5 puntos sobre la oferta de su inmediato competidor (9,9%).

La ficción de Telecinco protagonizada por José Coronado registró una **conversión positiva a *target* comercial con una media del 17,9%,** con una especial afinidad entre los públicos jóvenes de 16 a 24 años (27,4%).

**‘Entrevías’** destacó por su seguimiento en los mercados regionales de Castilla la Mancha (23,5%), Madrid (20,7%) y Andalucía (19,7%).

Además, los cuatro capítulos de la serie **encabezan el ranking de los espacios más vistos en diferido durante febrero**, que sumados acumulan más de 1,7M de espectadores a añadir a la audiencia mensual de ‘Entrevías’ en lineal a través de Telecinco.

En Cuatro, la actualidad política nacional e internacional y su cobertura desde **‘Todo es mentira’ (8%) y ‘Todo es mentira Bis’ (9,7%)** permitió al programa registrar en ambas entregas su segundo mejor *share* hasta la fecha e imponerse a las ofertas de La Sexta en sus franjas, con un 6,3% y un 5,7%, respectivamente. En este sentido también destacó la edición de **‘Cuatro al día’** (7,8%), que registró su mejor cuota de pantalla histórica y creció hasta el 9,9% de *share* en *target* comercial.