

Madrid, 4 de mayo de 2022

**‘Entrevías’ enlaza un nuevo liderazgo a más de 6 puntos de su inmediato competidor y eleva al 18% su dato en jóvenes**

**Con un 17,5% y 1,6M de espectadores, ‘Sálvame naranja’ registró su segunda mejor marca del año. Superó por 4,6 puntos a Antena 3 en su franja (12,9%) y registró un incremento de 3,1 puntos en público cualitativo, hasta un 20,6%.**

**‘Entrevías’ anotó el segundo mejor resultado de esta temporada con un 15,5% de *share* y 1,7M de espectadores, 6,4 puntos más que Antena 3 (9,1%), donde ‘Inocentes’ registró el segundo capítulo menos visto de su historia con un seguimiento por debajo del millón de espectadores.**

Nueva victoria consecutiva de ‘**Entrevías’**, que anoche creció y volvió a sumar un nuevo liderazgo en su banda de emisión ante **1,7M de seguidores y un 15,5% de *share***, su **segunda mejor marca de la temporada**. Superó en 6,4 puntos a la oferta de Antena 3 (9,1%), en cuya franja la serie ‘Inocentes’ ofreció el segundo capítulo menos visto de su historia (930.000 y 9,5%).

La ficción de Telecinco protagonizada por José Coronado registró una **conversión positiva a *target* comercial, con sus principales seguidores entre los adultos jóvenes entre 25 y 34 años (17,9%)** y datos que superaron la media nacional en los mercados regionales de Murcia (24,4%), Castilla la Mancha (18,9%), Valencia (16,7%), Andalucía (16,4%), Madrid (16,2%) y en el denominado ‘Resto’ (18,8%).Por el contrario**,** ‘Inocentes’ descendió 4,4 puntos en públicos dinámicos (5,1%), con sus principales adeptos entre los mayores de 65 años (15,2%).

Además, ayer también lideraron los espacios de producción propia en el *day time* de Telecinco: **‘El programa de Ana Rosa’** (17,8% y 527.000), opción favorita frente a ‘Espejo Público’ (14,2% y 424.000); **‘Sálvame limón**’ (13% y 1,3M), con su **mejor dato de los últimos dos meses**, por encima de su inmediato competidor (10,8%); y **‘Sálvame naranja’** (17,5% y 1,6M), con su **segundo mejor registro del año,** casi 5 puntos de ventaja sobre la oferta de Antena 3 (12,9%) y un incremento de 3,1 puntos entre los públicos más dinámicos (20,6%).

De igual forma destacó el espacio vespertino **‘Ya son las ocho’** (12,7% y 1,4M), que obtuvo su mejor marca de los últimos dos meses y creció al 16,1% en *target* comercial.

Como consecuencia, Telecinco fue ayer la televisión más vista en las franjas de **mañana** (16,5%), **tarde** (17%), ***day time*** (14,9%) y ***late night*** (12,6%).