Madrid, 9 de marzo de 2023

 **‘Planeta Calleja’ crece por tercera semana consecutiva y lidera de forma absoluta en *target* comercial**

**Con un 9,3% de *share,* el programa que presenta Jesús Calleja en Cuatro anotó su segundo mejor resultado de la temporada y fue la segunda opción preferida para los espectadores en su franja, con 5,4 puntos de ventaja sobre su inmediata competidora (3,9%). Sumó 1,3 puntos en *target* comercial (10,6%), con los espectadores de 25 a 44 años como sus principales seguidores (10,9%).**

**En Telecinco, la edición especial solidaria de ‘Reaccion en cadena’ en el *prime time* alcanzó una cobertura de 2,7 M de espectadores. Lideró el *target* comercial en su franja con un 10% de *share*.**

**Energy y Factoría de Ficción, ambas con un 3,1% de cuota de pantalla, fueron las televisiones temáticas más vistas de la jornada**

El respaldo de los espectadores a **‘Planeta Calleja’**, el programa de viajes presentado por **Jesús Calleja** en **Cuatro**,volvió a confirmarse un miércoles más tras **crecer por tercera semana consecutiva, al situarse como la segunda opción para los espectadores en su franja** y congregar al 9,3% de *share* y 889.000 seguidores, datos con los que duplicó la oferta de su inmediato competidor (3,9%). La entrega de anoche, que contó con la actriz **Laura Londoño** como anfitriona, lideró de forma absoluta **el *target* comercial en su franja hasta alcanzar el 10,6% de *share****,* con los espectadores jóvenes de 25 a 44 años como su público más fiel (10,9%). Por comunidades autónomas, el programa de Cuatro superó la media nacional en **Murcia (16%), Castilla y León (15,7%), Canarias (13,8%), Galicia (9,7%) y en el denominado ‘Resto’ (13,7%).**

Como resultado, **Cuatro** se impuso a su inmediata competidora en las franjas de *prime time* (6,8% vs. 5,4%) y *late night* (9% vs. 2,9%).

**La edición especial solidaria de ‘Reacción en cadena’ en *prime time*, líder del *target* comercial**

También destacó el liderazgo entre el público cualitativo del **especial solidario de ‘Reacción en Cadena’ en el Día Internacional de la Mujer** que Telecinco emitió anoche en la franja de *prime time* (8,6% y 939.000). Con un 10% de *share* en *target* comercial, la edición especial del concurso presentado por Ion Aramendi se impuso al resto de opciones en este parámetro, con los espectadores menores de 44 años (11,7%) y los de los mercados regionales de Madrid (13,4%), Andalucía (12,2%) y Galicia (10,7%) como principales seguidores. El concurso de Cuatro registró 2,7 millones de contactos.

Además, en el *day time* de Telecinco destacaron por los triunfos en sus respectivas franjas de emisión **‘El programa de Ana Rosa’** (17,9%, 520.000 y un 18,4% en TC) y **‘Sálvame Limón’** (11,6%, 1,1M y 13,2% en TC). El concurso **’25 palabras’**, presentado por Christian Gálvez, lideró el *target* comercial en su franja con un 12,1% de *share*.

Entre las televisiones temáticas, **Energy** y **Factoría de Ficción** fueron ayer las más vistas con un 3,1% de *share*, el más alto alcanzado por FDF en los miércoles de la temporada. El cine de FDF **‘Mechanic Resurrection**’ (5% y 559.000) fue ayer la opción más vista del día entre los temáticos. Superó a La Sexta en su franja, entre otras cadenas, con la mejor marca registrada por una película en FDF desde junio de 2019 con ‘X-Men Apocalipsis’ (5,1%).

Como consecuencia, la suma de los canales temáticos de Mediaset España (10,5%) alcanzó el **mejor dato de temporada en miércoles**, con una distancia de 3,3 puntos sobre su inmediato competidor. También Telecinco (10,9%) y Mediaset España (26,5%) alcanzaron sus **mejores datos en el total día en miércoles del último mes.**