

Madrid, 3 de mayo de 2023

‘Reacción en cadena’ celebra sus primeras 100 emisiones en Telecinco con la entrega de su premio más alto hasta la fecha

**Este viernes 5 de mayo (20:00h), con Ion Aramendi al frente.**

**Más de 300 cadenas de palabras resueltas y más de 500.000€ en premios repartidos hasta el momento entre los 103 equipos participantes son algunas de las cifras que resumen la trayectoria del concurso, que continúa poniendo cada día en juego un premio máximo de 150.000€.**

**‘Reacción en cadena’ destaca por su seguimiento entre los públicos cualitativos más atractivos con un 10,4% en el *target* comercial y un 10,5% entre los espectadores de 25-44 años desde su estreno. Su sintonía con los jóvenes se traslada también a las redes sociales, donde acumula una media de casi 500.000 reproducciones de sus vídeos en TikTok.**

**‘Reacción en cadena’ está a punto de convertirse en centenario:** el concurso presentado por **Ion Aramendi** en **Telecinco (20:00 horas)** alcanzará este **viernes 5 de mayo** sus primeras **100 emisiones** en la cadena en una edición en la que, además, uno de los equipos participantes se alzará con **el** **premio más alto entregado por el concurso hasta la fecha**.

Desde su estreno, el formato producido en colaboración con Bulldog TV ha entregado **más de 500.000€ entre sus 103 equipos participantes**, que **han resuelto un total del** **300 cadenas de palabras** y se han enfrentado en 100 ocasiones al decisivo juego de **‘La última palabra’**.

Esta prueba, a la que solo llega cada día el equipo ganador de ‘Complicidad ganadora’, convertido en uno de los retos más populares de la mecánica del concurso, llevará este viernes a uno de los dos contendientes a conseguir la cifra más elevada entregada por el concurso.

**‘Cocolocos’, mejor equipo de los 100 primeros programas**

Con **101.047€ acumulados** en los **18 programas** en los que han participado, **‘Cocolocos’** es el **mejor equipo** que ha pasado por ‘Reacción en cadena’ hasta el momento. El concurso (7,4% y 829.000) destaca por su consumo entre los **públicos cualitativos más atractivos** para los anunciantes: acumula desde su estreno un **10,4% en el *target* comercial**, un **10,5% entre los espectadores de 25-44 años** y un 10% entre los de 45-54 años. Desde su estreno el pasado mes de diciembre, más de 21,9 millones de personas han conectado en algún momento con el concurso, el 47,5% de la población.

Además, la divertida mecánica del concurso, centrada especialmente en **resolver diferentes cadenas de palabras con algún vínculo entre sí** y que incluye juegos musicales, conecta especialmente con el **público joven activo en redes sociales**, con una media de **casi 500.000 reproducciones** en el casi centenar de vídeos subidos a [**TikTok**](https://www.tiktok.com/%40reaccion_cadena).

En ‘Reacción en cadena’, adaptación española del concurso de éxito internacional ‘Chain Reaction’ -formato estrenado en 1980 en la cadena NBC y distribuido por Sony Pictures Television-, dos equipos formados por tres participantes a los que les une algún tipo de relación compiten a través de las cadenas de palabras para tratar de hacerse con el **premio diario máximo de 150.000 euros**.

Estos dos equipos deben superar en una primera fase cinco juegos relacionando palabras, adivinando personajes o descubriendo canciones. A continuación, compiten en ‘Complicidad ganadora’, un juego decisivo y eliminatorio cuyos ganadores obtienen el derecho a participar en la siguiente entrega y pueden luchar en la fase final por llevarse el dinero que hayan acumulado.