

Madrid, 13 de abril de 2021

AUDIENCIAS LUNES 12 DE ABRIL

‘El Precio Justo’ lidera entre los menores de 55 años y *target* comercial

Con más de 1,8M de seguidores y un 14,8% de *share*, el concurso presentado por Carlos Sobera marcó un 16,5% entre los menores de 55 años frente al 11,8% alcanzado por su rival con la serie ‘Mujer’ en este *target*

Creció casi 2 puntos en *target* comercial hasta anotar un 16,7% de cuota de pantalla y fue visto mayoritariamente por los espectadores de 16 a 34 años (20,4%). Por su parte, la serie de Antena 3 descendió en *target* comercial hasta anotar un 13,9% de *share* y un 11,9% entre el público joven

Más de 1,8 millones de espectadores y un 14,8% de *share* siguieron ayer la nueva entrega de ‘El Precio Justo’ en Telecinco. Lideró entre los espectadores menores de 55 años, con un 16,5% de *share*, por encima del 11,8% marcado por la serie de Antena 3 ‘Mujer’, en dicho *target*. La serie de Atresmedia volvió a obtener su mayor seguimiento en públicos adultos, con un 21,9% de *share* entre los seguidores de 55 a 64 años, y un 28% entre los de más de 65 años.

‘El Precio Justo’ tuvo como principales seguidores a los espectadores de 16 a 34 años con un 20,4% de *share*, mientras que la serie ‘Mujer’ obtuvo un 11,9% de entre los jóvenes. Por otra parte, el concurso de Telecinco mejoró su registro en casi 2 puntos entre el público más demandado por los anunciantes, el denominado *target* comercial, hasta anotar un 16,7% de cuota de pantalla frente al descenso de ‘Mujer’ en 5,1 puntos en este parámetro (13,9%).

El programa presentado por Carlos Sobera superó la media nacional en los mercados regionales de Murcia (21,5%), Canarias (21,2%), Andalucía (20,5%), Madrid (17,1%), Castilla la Mancha (16,6%), Asturias (16%) y Castilla y León (15,6%).

Telecinco convierte en positivo el dato de total individuos a *target* comercial en todas sus emisiones del lunes

Durante la mañana volvió a liderar ‘El Programa de Ana Rosa’ (20,3% y 682.000), por encima de ‘Espejo Público’ (12,5% y 424.000). Y más tarde, Telecinco anotó su segunda mejor tarde de lunes del año (20,4%) impulsado por los liderazgos de ‘Sálvame Limón’ (14% y 1,6M) y Naranja (20,6% y 2M), que superaron al 10,5% y 12,6% de Antena 3, respectivamente. Además, todos los programas de la cadena convirtieron ayer en positivo su registro de total día a *target* comercial.

En Cuatro, ‘Todo es mentira’ firmó su segundo mejor *share* en los lunes de la temporada con un 6,8% y 788.000 espectadores, superando el 6,4% *share* anotado por la oferta de La Sexta en su franja. Y ‘Todo es mentira bis’ (7,4%) igualó su mejor *share* histórico, situándose también por encima de La Sexta en su franja (5,7%).

Por su parte, la emisión en 'Love Island España' en Neox registró ayer 275.000 espectadores y un 1,7% de *share*, por debajo del 1,9% de cuota de pantalla anotado por la oferta de **Factoría de Ficción** en su franja, en la que emitió la serie '**La que se avecina**'.