

Madrid, 13 de mayo de 2021

‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’ encadena su décimo liderazgo y vuelve a rozar el 30% de *share* en el mejor *target* comercial de la televisión

Más de 2 M de espectadores y un 25,3% de cuota de pantalla siguieron ayer la décima entrega del documental, duplicando la oferta de Antena 3 en su franja (12,4%), con sus mayores seguidores entre los espectadores menores de 55 años (29,9%), cuatro veces más que su inmediata competidora (7%) en este parámetro en su banda de emisión

El avance previo también se impuso en su franja con 2,7M de espectadores y un 16,8% de *share*, sumando 2,5 puntos en *target* comercial hasta el 19,3%

Diez de diez. Pleno de liderazgos de ‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’, que en su décima entrega del documental se alzó nuevamente como la opción favorita para los espectadores con más de **2M de seguidores y un 25,3% de *share***, duplicando la oferta de Antena 3 en su franja (12,4%). Destacó en su nuevo capítulo el seguimiento entre el público **menor de 55 años, con un 29,9% de *share***, 4 veces más que su rival en la franja, en la que anotó un 7% de cuota de pantalla en esta horquilla de edad y cuyos mayores seguidores volvieron a ser los espectadores mayores de 55 años (17,2%).

Creció casi 4 puntos en el ***target* más demandado por los anunciantes** hasta el **29,1% de *share*** -de nuevo, el mejor dato del día en todas las televisiones- frente al descenso de 4,5 puntos de su inmediato competidor en este baremo (7,9%). Los espectadores de los mercados regionales de **Andalucía (33,6%), Asturias (28,3%), Murcia (25,8%) y el denominado ‘Resto’ (26,8%)** fueron sus mayores seguidores.

El avance previo, con **2,7M de espectadores y un 16,8%** de cuota de pantalla, también se impuso a la oferta de su rival en la franja (15,7%). Creció 2,5 puntos en *target* comercial hasta fijar un 19,3% de *share*.

Por otra parte, ayer volvieron a ser los espacios más vistos en sus respectivas franjas ‘**El programa de Ana Rosa**’ (21,6% y 691.000), con una ventaja de 8,6 puntos sobre ‘Espejo Público’ (13% y 412.000). Y ‘**Sálvame Limón**’ (15% y 1,6M) y ‘**Sálvame Naranja**’ (19,2% y 1,8M), en las que Antena 3 promedió un 10% y un 12,8% de *share*.

Telecinco fue ayer la televisión más vista del **día con un 17,7% de *share***, 3 puntos de ventaja sobre su inmediato competidor (14,7%) con **todos sus programas convirtiendo en positivo su registro de total día a *target* comercial**. Lideró las **franjas de mañana (19,8%); tarde (18,7%), late night (29,7%) y day time (18,9%)**. También coronó el ***target* comercial** del miércoles con un 19,7% de *share*, frente al 12,6% de su rival.