

Madrid, 27 de mayo de 2021

‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’ finaliza como el programa con mejor *share* de la temporada con una media del 27,6%

La serie documental ha liderado de forma absoluta en sus 11 entregas, con una media del 27,6% de *share* y 2,5 M de espectadores, y se ha convertido, además, en el mejor estreno del curso televisivo (3,7M y 33,2%).

Más de 2,1M de espectadores y un 25,5% *share* siguieron ayer su último capítulo, duplicando a Antena 3 en su franja (12,1%).

Creció casi 4 puntos en *target* comercial, con los espectadores de 25 a 34 años como sus mayores seguidores (31,1%), frente al descenso de 4,5 puntos de su rival en este parámetro (7,6%), cuyo público más afín volvió a ser el mayor de 65 años (19%)

Más de 2,1M de seguidores y un 25,5% de *share* siguieron anoche el último capítulo de ‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’, el doble que la oferta de Antena 3 en su franja (12,1%) y su mejor dato de sus últimas 3 semanas. Volvió a destacar el seguimiento por el público de 25 a 34 años, con un 31,1% de *share*, 8 veces más que su rival, con un 3,8% en esta horquilla de edad, y cuyos mayores seguidores volvieron a ser los espectadores mayores de 65 años (19%).

Creció casi 4 puntos en el *target* más demandado por los anunciantes hasta el 29,4% de *share* y como ha sido habitual en todas sus entregas, se ha alzado con el mejor dato del día en todas las televisiones en el *target* comercial frente al descenso de 4,5 puntos de su inmediato competidor (7,6%). Los espectadores de los mercados regionales de Andalucía (33,1%), Murcia (28,7%), Canarias (26%), Asturias (25,8%) y el denominado ‘Resto’ (26,5%), fueron sus mayores seguidores.

El formato revelación de la temporada con el liderazgo absoluto en sus 11 programas

‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’ completó anoche su andadura en Telecinco con pleno de liderazgos absolutos a lo largo de sus 11 entregas, con una media del 27,6% de *share* y 2,5 M de espectadores, lo que le ha convertido en el programa con mejor *share* de la temporada, además del mejor estreno del curso televisivo (3,7M y 33,2%).

La serie documental protagonizada por Rocío Carrasco registra una media del 32% en *target* comercial, con sus seguidores más afines entre el público de 16 a 34 años (32,2%).

Además, ayer volvieron a ser los espacios más vistos en sus respectivas franjas **'El programa de Ana Rosa'** (22,2% y 695.000), con una ventaja de 10,4 puntos sobre **'Espejo Público'** (11,8% y 368.000). Y **'Sálvame Limón'** (14% y 1,6M) y **'Sálvame Naranja'** (18,7% y 1,7M), en las que Antena 3 promedió un 10,2% y un 12,6% de *share*.

Telecinco fue la **televisión más vista del miércoles** con un **17,4% de share**, con más de 2 puntos de ventaja sobre su inmediato competidor (15,1%). **Lideró las franjas de mañana** (20%); **tarde** (18,1%), **late night** (30,1%) y **day time** (18,7%). También coronó el **target comercial** del día con un 18,9% de *share*, frente al 12,7% de su rival.