

Madrid, 26 de julio de 2021

‘Domingo DeLuxe’ lidera su franja y supera el 20% de *share* entre los jóvenes

Con más de 1,4M y un 16,2%, el espacio de Telecinco creció hasta el 20,4% entre sus principales seguidores, los espectadores de 25 a 34 años, mientras que la telenovela turca ofrecida por Antena 3 congregó a su público más fiel entre los mayores de 65 años (21,1%).

Cuatro (5,2%) aventajó en casi 2 puntos a La Sexta (3,6%) en el día, a la que también superó en todas las franjas.

Más de 1,4M de espectadores y un 16,2% de *share* arrojaron anoche ‘Domingo DeLuxe’, anotándose la victoria en su franja, por delante de la oferta de Antena 3 (15,6%). El programa de Telecinco presentado por Jorge Javier Vázquez creció hasta el 17,4% de *share*, con sus mayores seguidores entre los jóvenes de 25 a 34 años (20,4%) frente al 7,2% de la oferta de Antena 3 en esta horquilla de edad y cuyo público más afín fueron los mayores de 65 años (21,1%). Por mercados regionales, destacaron Madrid (24,2%), Andalucía (19,5%), Asturias (19,5%) y Canarias (18,4%) al superar la media nacional.

Asimismo, en Telecinco también destacaron ‘Socialité by Cazamariposas’ (15,1% y 1,2M), ‘Viva la vida’ (14,7% y 1,4M) e Informativos Telecinco 21 h (14,2% y 1,4M) al superar la oferta de Antena 3 en sus respectivas franjas (9,9%, 12,3% y 13,3%).

Telecinco fue ayer la televisión más vista del domingo con un 13,9% de *share*. Se impuso a Antena 3 en todas las franjas: el *day time* (13,9% vs. 12,1%); la mañana (9,1% vs. 7,9%); la sobremesa (14,5% vs. 13,9%); la tarde (15,5% vs. 12%); el *prime time* (14,2% vs. 13,3%); y el *late night* (18% vs. 16,9%). También se alzó con el triunfo del *target comercial*, con un 12,9% frente al 9,9% de su principal competidor.

Cuatro también se impone a La Sexta en el día y en todas las franjas

De igual forma, Cuatro (5,2%) aventajó en el total día a La Sexta (3,6%), imponiéndose en todas las franjas: mañana (4,6% vs. 3,3%), sobremesa (5,5% vs. 4,6%); tarde (5,7% vs. 3,8%); *prime time* (4,9% vs. 3,6%), *late night* (5,9% vs. 2,1%), *day time* (5,3% vs. 3,6%) y *target comercial* (6,8% vs. 3,8%).

La programación de Cuatro acaparó un mayor interés por parte de los espectadores frente a su competidor, destacando el resultado de la doble entrega de Home Cinema con las películas ‘Piratas del Caribe: el cofre del hombre muerto’ (7% vs. 4,2%), con un *target comercial* del 9,9% y un 15,9% en espectadores de 25 a 34 años y ‘Territorio escualo’ (4,7% vs. 3,5%) y un 5,6% en *target comercial*; ‘Viajeros Cuatro’ (6% vs. 3,5%) y un 8% en *target comercial*; y ‘Cuarto Milenio’ (5,1% vs. 2,5%) y un 7,3% en *target comercial*.