

Madrid, 3 de agosto de 2021

El estreno de ‘Alta tensión’ lidera su franja a 3 puntos de su competidor

Con más de 1,6M y un 12,9%, el espacio de Telecinco superó en 3 puntos a la oferta de Antena 3 (9,9%). Obtuvo un seguimiento del 16,4% en jóvenes de 13 a 24 años y del 13,6% en los de 35 a 54, imponiéndose a su competidor en todos los públicos menores de 65 años. Creció hasta el 14,1% en target comercial

‘El programa de verano’, que ayer incluía una entrevista a la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, lideró con un 15,7%

Telecinco fue la cadena con mayor audiencia de la jornada con un 13,7% de *share* y coronó el *target* comercial del lunes (13,9%) tras imponerse en los públicos cualitativos tanto en day time (14,2%) como prime time (13,3%)

‘Alta Tensión’, el nuevo concurso de Telecinco presentado por Christian Gálvez, comenzó anoche su andadura como **líder de su franja y con una afinidad por encima de su media entre los públicos jóvenes**. Con un 12,9% de *share* y más de 1,6 millones de espectadores, superó en 3 puntos a la oferta de Antena 3, con un 9,9%.

El nuevo programa creció hasta el **14,1% en target comercial** y encontró en los perfiles jóvenes su público más afín, con un **16,4% en la horquilla de 13 a 24 años y del 13,6% en la de 35 a 54**, imponiéndose a su competidor en todos los segmentos de espectadores menores de 65 años.

A continuación, ‘DOC’ ofreció su primera entrega en Telecinco con un seguimiento del **11,3% y 1.219.000 espectadores**, imponiéndose a Antena 3 entre los menores de 54 años con una media del 12,9%.

Por la mañana, ‘**El programa de verano**’, que ayer incluía una entrevista a la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, lideró con un 15,7% y casi 500.000 espectadores, frente a los 398.000 y un 12,5% de ‘Espejo Público Verano’.

Como es habitual, la franja vespertina estuvo protagonizada por ‘**Sálvame Limón**’ (1,4M y 13,1%) y ‘**Sálvame Naranja**’ (1,5 y 17,1%)

Telecinco fue la cadena con mayor audiencia de la jornada con un **13,7% de share** frente al 13,4% de su competidora. Lideró, además, las franjas de la mañana (15%); la tarde (16,9%); el *late night* (12,7%) y el *day time* (14,4%). Asimismo, coronó el **target comercial del lunes** con un 13,9% de cuota de pantalla frente al 10,2% marcado por Antena 3 en este parámetro, y se hizo con el público cualitativo tanto del day time (14,2% vs. 10,1%) como del prime time (13,3% vs. 10,6%).