

Madrid, 16 de septiembre de 2021

## ‘La Última Tentación’ arranca líder y arrasa entre los jóvenes con un 36,6% de *share*

Con un 16,3% de *share* y 1,8M de espectadores, el *reality* de Telecinco fue lo más visto en su horario con 2 puntos de ventaja sobre Antena 3 (14,3%), en cuya franja se emitió la segunda entrega de ‘Veo cómo cantas’ (14,9% y 1,5M), anotando 2 puntos menos respecto a su estreno de la semana pasada

El espacio presentado por Sandra Barneda registró su público más afín entre los espectadores de 25 a 34 años (37%) y de 13 a 24 años (35%), mientras que el concurso de Antena 3 obtuvo su respaldo mayoritario entre los mayores de 65 años (17,6%)

‘La Última Tentación’ se estrenó anoche como la opción favorita en su franja, liderando con un 16,3% de *share* y más de 1,8M de seguidores. Superó por 2 puntos de ventaja a Antena 3 (14,3%), en cuya banda de emisión se emitió la segunda entrega del concurso ‘Veo cómo cantas’ (14,9% y 1,5M), que perdió 2 puntos respecto a su estreno de la semana pasada.

El *reality* presentado por Sandra Barneda creció en *target* comercial hasta anotar un 22,4% de *share* frente al 12,7% registrado por su competidor. Arrasó entre los espectadores jóvenes (36,6%), sus mayores seguidores, con un 37% entre el público de 25 a 34 años y un 35% entre los de 13 a 24 años. Un perfil totalmente contrario al del programa de su competencia, ‘Veo cómo cantas’, cuyos seguidores más afines se situaron entre los mayores de 65 años (17,6%). ‘La Última Tentación’ registró un seguimiento por encima de su media en los mercados regionales de **Andalucía (22%)**, **Murcia (20,5%)**, **Castilla la Mancha (18,8%)**, **Canarias (17,9%)**, **Aragón (17,6%)** y **Madrid (16,4%)**.

También destacaron en Telecinco los liderazgos de ‘El programa de Ana Rosa’ (21,2% y 500.000) con su mejor *share* de la temporada hasta la fecha, por encima del 13,3% y 374.000 espectadores de ‘Espejo Público’. Mientras que ‘Sálvame Limón’ (14,4% y 1,5M) y ‘Sálvame Naranja’ (17,3% y 1,5M) superaron las ofertas de Antena3 en sus distintas franjas (10,7% y 14,5%, respectivamente).

Además, ‘Ya es mediodía’ (16,4% y 1,2M) anotó ayer su mejor cuota de pantalla de los dos últimos meses y creció al 18,7% en *target* comercial.

**Telecinco fue la cadena más vista del miércoles** con un 15,4% de *share*. Lideró las franjas de la mañana (19,1%), la tarde (16,9%), el *late night* (16,9%), el *day time* (16,5%) y el *target* comercial (17,8%).

Por último, ‘Love is in the air’, en Divinity, se situó ayer como lo más visto entre los temáticos con 427.000 espectadores y un 4,7% de *share*.