

Madrid, 7 de octubre de 2021

‘La última tentación’ bate de nuevo su récord, triplica a su competidor en el *target* comercial y arrasa entre los jóvenes

Casi 2M de espectadores, con un 18,1% de *share*, eligieron el programa de Telecinco como favorito de su franja, liderando con más de 8 puntos de ventaja sobre su rival, cuya oferta ‘Veo cómo cantas’ (9,8% y 1M) anotó mínimo de temporada.

Creció hasta el 24,4% entre el público más atractivo para los anunciantes frente al 8,1% de la oferta de su competidor, y alcanzó un espectacular 38,6% entre los espectadores de 13-24 años.

Telecinco, cadena más vista del miércoles con un 15% de *share*, dominó en la mañana (18,9%), la tarde (16,3%), el *late night* (19,3%), el *day time* (16,4%) y en el *target* comercial (17,5%).

La hoguera de confrontación entre Fani y Christofer llevó a ‘La última tentación’ a sumar nuevos adeptos y firmar de nuevo sus mejores datos históricos con un 18,1% de *share* y casi 2M de espectadores. Lideró su franja de emisión con más de 8 puntos de ventaja sobre la oferta de su directo competidor (10%), cuya nueva entrega de ‘Veo cómo cantas’ anotó su mínimo de temporada (9,8% y 1M).

El programa conducido por Sandra Barneda creció hasta el 24,4% en el *target* comercial, frente al 8,1% de la oferta de su competidor. Además, fue la opción preferida para los menores de 54 años, arrasando entre los jóvenes de 13-24 años (38,6%) y los de 25 a 34 años (36%), su público más destacado, frente a su competidor, que dominó el *target* de 55 a 64 años (11,9%) y el de los mayores de 65 años (10,3%). ‘La última tentación’ obtuvo destacados registros en Murcia (25,3%), Andalucía (24,4%), Canarias (22,7%), Castilla-La Mancha (21,9%) y Aragón (21,1%), con datos por encima del 20% de *share*.

Previamente, ‘El programa de Ana Rosa’ (20,7% y 593.000) volvió a liderar su franja matinal frente al 14,7% y 414.000 espectadores de su inmediato competidor. En la tarde, ‘Sálvame Naranja’ (12,9% y 1,3M) y ‘Sálvame Limón’ (16,8% y 1,4M) dominaron sus franjas frente a las ofertas de su rival (10,2% y 14,3%, respectivamente).

Telecinco fue la cadena más vista del día con un 15% de *share* y encabezó también la mañana, con un 18,9%; la tarde, con un 16,3%; el *day time*, con un 16,4%; el *late night*, con un 19,3% y el *target* comercial, con un 17,5% de *share*.