

Madrid, 21 de octubre de 2021

‘La última tentación’ se consolida en su liderazgo y roza el 35% entre los jóvenes

Casi 2M de espectadores y un 16,9% alzaron al concurso de Telecinco a la victoria. Creció hasta el 23,1% en el público cualitativo y arrasó entre los espectadores de 13-24 años (34,9%) frente a la oferta de su competidor, que dominó en los de 55 a 64 años (20,6%).

‘Sálvame Naranja’ (19,1% y 1,7M) anotó su tercer mejor resultado de la temporada, creció al 19,5% en *target* comercial y se impuso en más de 5 puntos a la segunda oferta (13,8%).

Telecinco, cadena más vista del miércoles con un 16% de *share*, dominó en la mañana (19,1%), la tarde (18,3%), el *late night* (18,8%), el *day time* (17,3%) y en el *target* comercial (18,4%).

La primera entrega de la hoguera de confrontación entre Lucía e Isaac llevó a ‘La última tentación’ a consolidar su liderazgo y confirmar la fidelidad de sus seguidores con un 16,9% de *share* y casi 2M de espectadores. Lideró su franja de emisión, sumando más de 6 puntos hasta anotar un 23,1% en *target* comercial.

Arrasó entre los jóvenes de 13-24 años (34,9%) y los de 25 a 34 años (33,4%), su público más destacado, frente a su competidor, cuya oferta dominó en el *target* de 55 a 64 años (20,6%) y en la de los mayores de 65 años (17,2%). ‘La última tentación’ obtuvo destacados registros en Murcia (28,8%), Canarias (25,2%), Andalucía (21,8%), Castilla La Mancha (19,3%) y Aragón (17,7%).

‘Sálvame naranja’ anota su tercera mejor marca de la temporada

Previamente, ‘El programa de Ana Rosa’ (21,2% y 619.000) volvió a liderar la mañana frente al 12,7% y 365.000 espectadores de su inmediato competidor. En la tarde, ‘Sálvame Limón’ (14,7% y 1,5M) dominó su franja frente al 10,2% de su contrincante. Y ‘Sálvame Naranja’ (19,1% y 1,7M) registró su tercer mejor entrega de la temporada, creció al 19,5% en *target* comercial y aventajó al 13,8% de su directo competidor.

Telecinco, que ayer volvió a convertir en positivo el *target* comercial de todas sus emisiones, fue la cadena más vista del día con un 16% de *share* y encabezó también la mañana, con un 19,1%; la tarde, con un 18,3%; el *day time*, con un 17,3%; el *late night*, con un 18,8% y el *target* comercial, con un 18,4% de *share*.

Por otro lado, el especial de **‘Todo es verdad’** titulado **‘Las cintas de Franco’**, presentado por **Risto Mejide y Marta Flich**, congregó anoche a 731.000 espectadores y un 8,1% de *share*, su **tercer mejor cuota de pantalla hasta la fecha**, duplicando la oferta de La Sexta en su franja (3,5%) en la que emitió ‘El objetivo de Ana Pastor’ (4,8%). Este resultado propició a **Cuatro** anotar un 6% en *prime time* y un 8,6% en *late night*, datos por delante de su inmediato competidor (5,9% y 1,8%, respectivamente).

De igual forma, **‘Todo es mentira bis’** (6,3%) también alcanzó su **tercer mejor registro de la temporada**, con el que se impuso a La Sexta en su banda de emisión (5,1%).