

Madrid, 1 de octubre de 2020

**audiencias MIÉRCOLES 30 de septiembre**

‘La Isla de las Tentaciones 2’ sube la temperatura: emisión más vista del día, lidera ampliamente su franja y arrasa entre los jóvenes con un 46,3% de *share*

**Con un 21,9% y casi 2,7M de espectadores en total individuos, la tercera entrega de esta edición superó por 6,5 puntos a su competidor y creció hasta el 28,3% en el *target* comercial frente al 11% de Antena 3.**

**La primera parte del programa encabezó el ranking de las emisiones con mayor audiencia con más de 2,8M y un 17,2%, creció hasta el 22,5% en *target* comercial y se impuso en términos absolutos a ‘El Hormiguero 3.0’, que promedió más de 2,3M y un 14,2%.**

**Telecinco, cadena más vista de la jornada, firmó su segundo mejor registro en miércoles del año tanto en total día, con un 16,3%, como en *prime time*, con un 16,5%.**

Tras las primeras jornadas de convivencia, **‘La Isla de las Tentaciones 2’ subió anoche la temperatura con la primera hoguera de confrontación**, que finalizó con la decisión de Inma y Ángel de poner punto final a su experiencia y regresar juntos a España. Un acontecimiento que, junto al visionado de nuevas imágenes de sus respectivas parejas por parte de las chicas y los chicos, situó al programa como **líder destacado de su franja de emisión con un 21,9% de *share* y casi 2,7M de espectadores, superando por 6,5% a Antena 3**, que anotó un 15,4%.

El programa conducido por **Sandra Barneda** confirmó, además, su excelente perfil publicitario al crecer hasta un gran **28,3% en el *target* comercial, 17 puntos más que su competidor**, que firmó un 11%. Además, registró un espectacular seguimiento entre el público joven con un **46,3% en el segmento 16-34 años, casi 40 puntos más que Antena 3**, que marcó un 7%. Destacaron también sus datos en mercados regionales como **Murcia (28,2%), Canarias (27,7%) y Castilla-La Mancha (26%)**.

Previamente, la **primera parte del programa** se situó como la **emisión más vista del día** con más de 2,8M de espectadores y un 17,2%, liderando también su franja de emisión con más de 3 puntos de ventaja sobre Antena 3, que marcó un 14,1% con una nueva entrega de ‘El Hormiguero 3.0’, con 2,3M y 14,2%. Además, acogió el ***minuto de oro*** de la jornada a las 22:54 horas con 3.341.000 espectadores (20,7%). También incrementó su cuota media hasta el **22,4% en el *target* comercial**.

**Telecinco** fue la **cadena más vista del miércoles con un 16,3%, su segundo mejor registro del año** en este díade la semana. Aventajó por casi 3 puntos a Antena 3, con un 13,5%. También encabezó el ***prime time*** con un 16,5%, también su **segundo mejor dato del año en miércoles**; el ***late night***, con un 18,9%; el ***day time***, con un 16,2%; la **mañana**, con un 17%; y la **tarde**, con un 17,8%.

En la franja diurna destacaron un día más los **liderazgos de ‘El programa de Ana Rosa’**, con un 18,6% y 598.000 espectadores, frente al 13,5% y 434.000 espectadores promediado por ‘Espejo Público’; y de **‘Sálvame’**, con ‘Sálvame Limón’, con un 13,9% y 1,6M, y ‘Sálvame Naranja’, con un 18% y 1,7M.