

Madrid, 22 de enero de 2021

**audiencias JUEVES 21 DE enero**

‘La Isla de las Tentaciones 3’ firma su mejor estreno, arrasa entre los jóvenes con un 50,4% y barre en el *target* comercial con un 30,9%

**Con un 25,2% y 3.012.000 espectadores fue lo más visto en su horario a más de 16 puntos de Antena 3, cuya ‘Noche de emociones’ obtuvo un 8% con el estreno de ‘El Nudo’ (11,5% y 1,6M) y la serie ‘Mujer’ (4,8% y 267.000).**

**En el *access*, ‘La Isla de las Tentaciones: Express’ lideró su franja con un 16,6% y 3M, imponiéndose a ‘El Hormiguero’ (15,4% y 2,8M)**

**Telecinco se adjudicó el jueves con un 16,5% y su *target* comercial con un 17,9%. En el *prime time* anotó un 16,4%, con un 19,6% en su *target* comercial.**

El desembarco de los protagonistas en **‘La Isla de las Tentaciones 3’** se convirtió anoche en **Telecinco** en el **estreno más visto de la historia del formato** en nuestro país con una media del **25,2% de *share* y 3.012.000 espectadores**.



**Dominó ampliamente su franja** de emisión a **más de 16 puntos de Antena 3**, que marcó un 8,9% en un horario en el que ofreció el contenedor ‘Noche de emociones’, que incluyó el **estreno de la serie ‘El Nudo’**, con un 11,5% y 1.641.000, y una entrega de ‘Mujer’, con un 4,8% y 267.000.

El *reality show* de Telecinco dominó absolutamente entre todos los públicos y **arrasó en el *target* comercial con un 30,9% frente al 7,1% de su competidor** y especialmente entre los jóvenes con un **50,4% entre los espectadores de 16 a 34 años**, segmento en el que Antena 3 marcó un 3,9%. Además, alcanzó un **53,6%** entre los de 13 a 24 años y un **47,4%** entre los de 25 a 34 años. En el *target* comercial del segmento 16-34 años creció hasta el 51,1%.

Desde el punto de visto de vista comercial, acogió **38 de los 100 spots más vistos** del día, entre ellos **el de mayor audiencia, con un 8,5% de rating** publicitario, a las 23:32 horas (McDonald’s).

El programa conducido por Sandra Barneda registró un seguimiento por encima de su media en **Andalucía (32%), Canarias (30,5%), Madrid (30,3%) y Murcia (30%)**.

En el *access*, **‘La Isla de las Tentaciones: Express’** también fue **lo más visto** con un 16,6%, más de 3 M y un 21,5% en *target* comercial. Se impuso a ‘El Hormiguero’, con un 15,4% y 2.813.000.

Telecinco firmó un 16,4% en el ***prime time***, su mejor dato en jueves de los últimos tres meses, y lideró en el ***target* comercial de la franja de máximo consumo con un 19,6%**.

Tras la primera entrega del espacio, **‘Love is in the air’** alcanzó un 17,2%, su mejor *share*, encabezando su franja de emisión frente al 5,1% de Antena 3. La cadena fue la más vista del ***late night*** con un 22,7%, frente al 4,8% de su competidor.

**Telecinco, cadena más vista del día**

Telecinco fue la cadena más vista del jueves con un **16,5%, 2,5 puntos más que Antena 3**, que anotó un 14%. También fue líder en el ***target* comercial de total día** con un 17,9%, frente al 12,9% de su competidor.

La cadena dominó una jornada más la franja diurna con un 16,6% en el ***day time***, donde Antena 3 registró un 13,8%, sustentada en los triunfos en la **mañana**, con un 18,5%, y en la **tarde**, con un 17,6%. Encabezó también el ***target* comercial del** ***day time*** con un 17%, frente al 11,7% de su rival. Destacaron los liderazgos de sus respectivas franjas de **‘El programa de Ana Rosa’**, con un 20,3% y 789.000 frente al 13,9% y 540.000 promediados por ‘Espejo público’, y de **‘Sálvame Limón’**, con un 12% y 1,6M, y de **‘Sálvame Naranja’**, con un 17,5% y 2,2M.