

Madrid, 18 de marzo de 2021

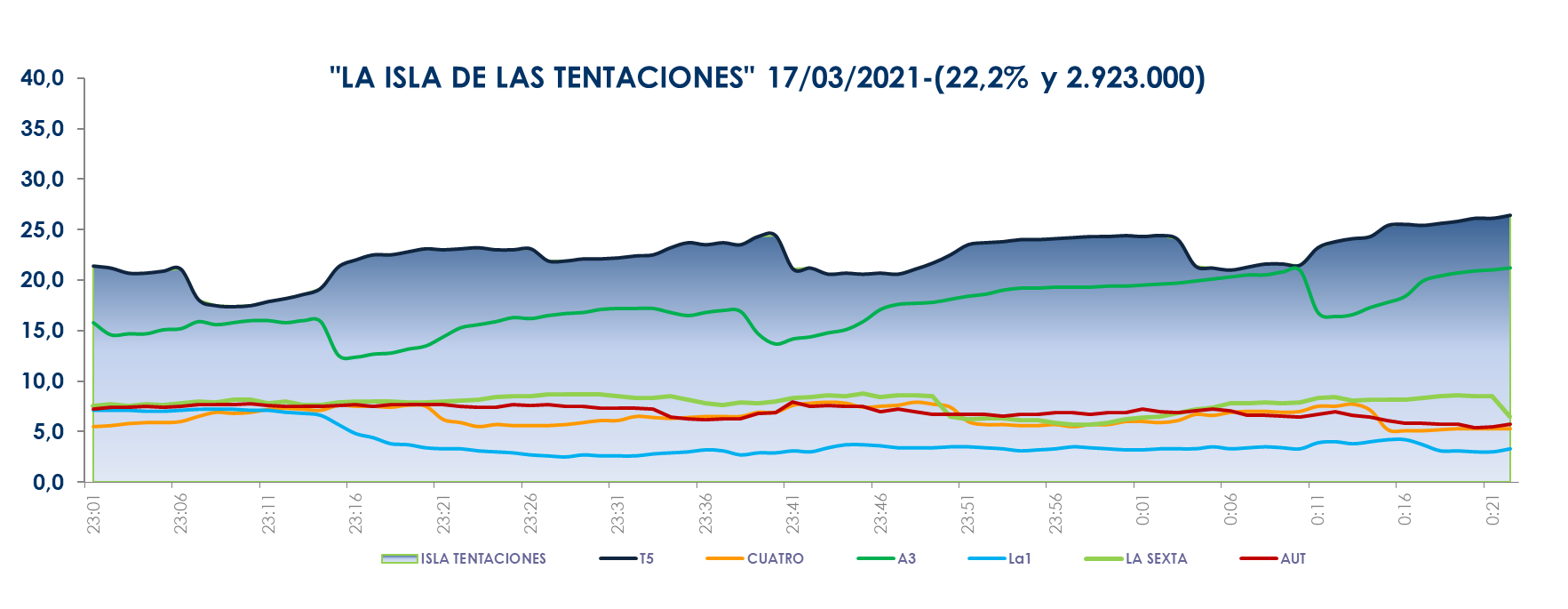
**audiencias MIÉRCOLES 17 DE MARZO**

‘La Isla de las Tentaciones’ lidera su emisión en la noche de los miércoles y arrasa de nuevo entre los jóvenes con un 48,6% de *share*

**Con un 22,2% y casi 3M de espectadores, aventajó en 5,4 puntos a la oferta de Antena 3 (16,8%) en su franja en la que emitió ‘Mujer’ (16,8% y 2,2M)**

**‘Sálvame Naranja‘ (22,5% y 2,3M) anotó su mejor cuota de pantalla de los últimos 13 meses y un destacado 24,3% en *target* comercial**

**Con estas marcas, Telecinco anotó ayer un 22,3% en la franja de tarde, su mejor dato desde julio de 2018, y un 17,6% en el total día, su registro más alto en un miércoles sin fútbol de la temporada**

**‘La Isla de las Tentaciones’** inauguró anoche su emisión especial en miércoles con el respaldo de los espectadores, que lo auparon al liderazgo de su franja con un **22,2% y casi 3 millones de espectadores.** Superó en 5,4 puntos a Antena 3 en su franja en la que emitió la serie ‘Mujer’ (16,8% y 2,2M).

El espacio creció hasta el **30,3% en el *target* comercial**, frente al 11,3% de su competidor, y acogió el **spot más visto del día** (Última) a las 23:06 horas, con un 7,8% de *rating* publicitario. Volvió a arrasar entre el público joven, con un **48,6% entre los espectadores de 16 a 34 años**, casi 6 veces más que Antena 3 (8,3%) en este parámetro.

Lideró de forma absoluta entre los espectadores menores de 54 años, en todas las clases sociales y con especial seguimiento entre los residentes en **Murcia (30,1%), Andalucía (28%), Canarias (26,9%), Asturias (25,9%) y Madrid (24,8%)**.

**‘Sálvame Naranja’, mejor *share* desde febrero de 2020 con un 22,2%**

Además, también destacó el liderazgo de **‘El programa de Ana Rosa’** en la franja matinal, con un **20,9% y 697.000 espectadores**, batiendo en su horario el 12,2% de ‘Espejo Público’.

En la tarde, **‘Sálvame’** fue la oferta más vista con **‘Sálvame Limón’** (15,7% y 1,8M), que igualó su mejor *share* del año, y **‘Sálvame Naranja’** (22,5% y 2,3M), con su mejor dato en cuota de pantalla de los últimos 13 meses y un destacado 24,3% en *target* comercial, como líderes en sus respectivos horarios, en los que Antena 3 promedió un 10,1% y un 11,8% de *share*.

Con estos datos, Telecinco registró ayer un **22,3% de cuota de pantalla en la franja de tarde, su mejor marca desde julio de 2018**. También fue la **cadena más vista del día** con un 17,6% de *share*, su **mejor dato de un miércoles de la temporada sin fútbol**, frente al 15,4% de Antena 3. Encabezó también **la mañana**, con un 18,9% frente al 12,8% de su competidor, el ***late night***, con un 14,3% frente al 13,9% de su rival y el ***day time***, con un 17,8% frente al 13,7% de Antena 3.