

Madrid, 25 de marzo de 2021

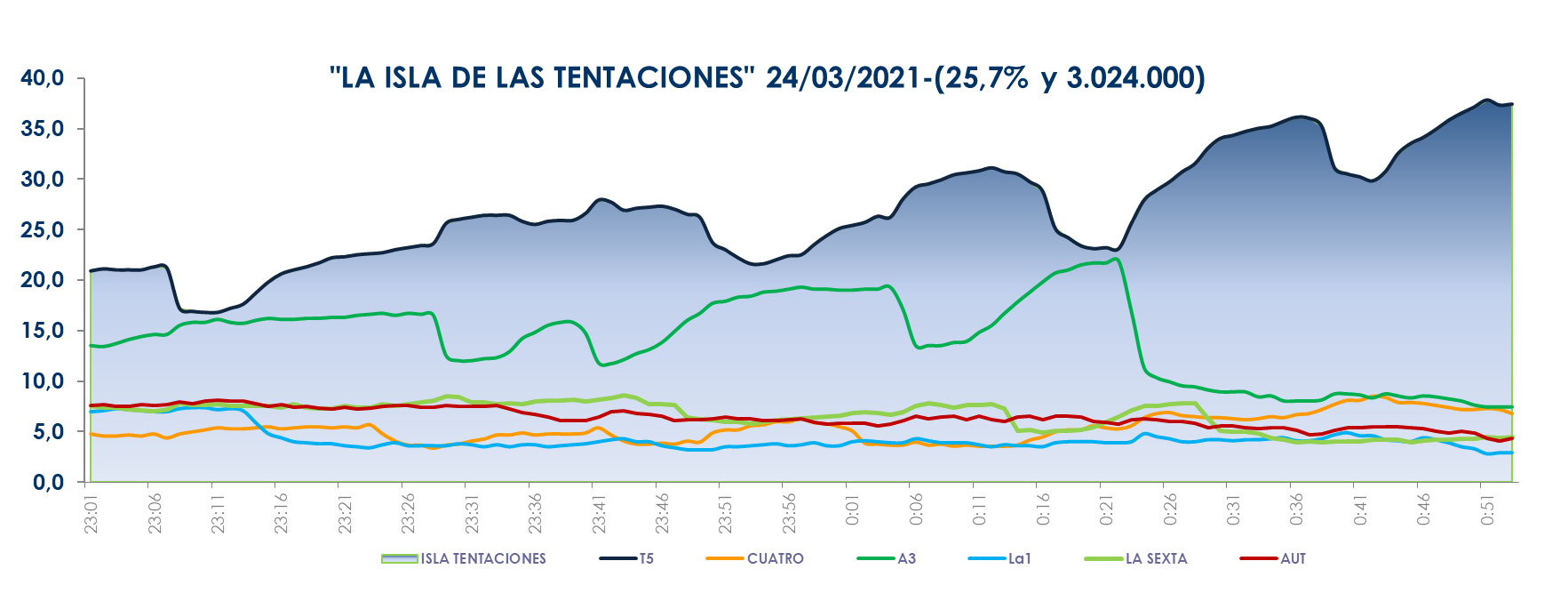
**audiencias MIÉRCOLES 24 DE MARZO**

Las hogueras finales de ‘La Isla de las Tentaciones’ arrasan ante más de 3M de espectadores tras crecer 3,5 puntos y ampliar a 11 puntos la distancia sobre su competidor

**Con un 25,7% y más de 3M de espectadores, elevó hasta un 50,9% de *share* su seguimiento entre los jóvenes de 16 a 34 años, multiplicando por 10 el dato de Antena 3 en dicho segmento (5,1%)**

**Telecinco anotó ayer un 18,1% de *share* en el total día, su registro más alto en un miércoles de la temporada sin evento deportivo**

**Más de 3 millones de espectadores y un 25,7% de *share*** decidieron que las hogueras finales en **‘La Isla de las Tentaciones’** fueran la opción favorita en su franja de emisión en las televisiones de nuestro país. Su edición especial en miércoles creció 3,5 puntos respecto a la semana pasada, superando en 11 puntos a Antena 3 en su franja en la que emitió la serie ‘Mujer’ (16% y 2,1M).



El espacio también creció hasta el **33,9% en el *target* comercial**, frente al 7,8% de su competidor. Volvió a arrasar entre el público joven, con un **50,9% de *share* entre los espectadores de 16 a 34 años**, multiplicando por 10 el dato de Antena 3 (5,1%) en este parámetro.

Lideró de forma absoluta entre los seguidores menores de 54 años, en todas las clases sociales y con especial seguimiento entre los residentes en **Canarias (32,7%),** **Andalucía (31,9%), Murcia (31,1%), Asturias (27,9%), Madrid (27,1%), Castilla y León (26,8%) y Galicia (25,9%)**.

El espacio previo, **‘La Isla de las Tentaciones: express’** (17,8% y 3,1M) también lideró su franja de emisión. Creció en *target* comercial hasta anotar un 23,9% de cuota de pantalla y se impuso a ‘El hormiguero’ (17,2% y 3M).

Además, destacó **‘El programa de Ana Rosa’** en la franja matinal, con un **22,3% y 742.000 espectadores**, igualando su tercer mejor *share* de la temporada y batiendo en su horario el 13,4% y 447.000 seguidores de ‘Espejo Público’. **‘Ya es mediodía’,** con un **16,1% (1,3 M)** también firmó su tercera mejor cuota de pantalla de la temporada.

En la tarde, **‘Sálvame’** fue la oferta más vista con **‘Sálvame Limón’** (16,2% y 1,9M) y **‘Sálvame Naranja’** (19,8% y 2M) como líderes en sus respectivos horarios, en los que Antena 3 promedió un 10,4% y un 11,6% de *share*.

Así, Telecinco fue la **cadena más vista del día** con un 18,1% de *share*, su **mejor dato de un miércoles de la temporada sin evento deportivo**, frente al 15,5% de Antena 3. Encabezó también **la mañana**, con un 20% frente al 13,7% de su competidor, la tarde (19,6% vs. 13,2%), el ***late night*** (22,7% vs. 11,6%) y el ***day time*** (18,4% vs.13,8%). De igual forma, Telecinco se alzó imbatible en el *target* comercial del miércoles con un 21,6% frente al 13,4% de su competidor.

Por otro lado, el **partido de fútbol de la Eurocopa Sub-21 entre Eslovenia y España** en **Cuatro (6,8% y 701.000)** se impuso a la oferta de La Sexta (5,9%) en su franja.