

Madrid, 23 de septiembre de 2021

‘La última tentación’ consolida su liderazgo, arrasa entre los jóvenes y duplica a su competidor en *target* comercial

**Con un 15,6% de *share* y 1,8M de espectadores, el espacio de Telecinco volvió a ser lo más visto en su horario frente a ‘Veo cómo cantas’ (10% y 1M), que perdió casi 5 puntos respecto a la semana pasada. El *reality* creció hasta el 21,5% frente al 8,9% del concurso, con un 35,1% en jóvenes de 13 a 34 años.**

**Informativos Telecinco 21h, conducido por Pedro Piqueras en directo desde La Palma, anotó su edición más vista de los últimos cinco meses con 2,1M y un 15,3%.**

**En *day time*, lideraron su franja tanto ‘El programa de Ana Rosa’ (21,3%) con su mejor registro de temporada, como ‘Sálvame Limón’ (14,2% y 1,5M) y ‘Sálvame Naranja’ (15,3% y 1,4M), con una conversión positiva a *target* comercial en todos ellos.**

**‘La última tentación’** confirmó anoche que es la opción favorita para los espectadores en su franja, liderando de nuevo con un15,6% de *share* y más de 1,8M de seguidores. Y además lo hizo ampliando la ventaja a 4 puntos frente a su inmediato competidor (11,6%), propiciado por la bajada de casi 5 puntos y medio millón de espectadores de la tercera entrega del concurso ‘Veo cómo cantas’ (10% y 1M), emitido en su misma banda.

El *reality* presentado por **Sandra Barneda** creció en *target* comercial hasta anotar un 21,5% de *share* frente al 8,9% registrado por el concurso de su rival*.* Arrasó entre los espectadores jóvenes (35,1%), sus mayores seguidores, un perfil totalmente contrario al del programa presentado por Manel Fuentes, cuyo público más afín se situó entre los de 55 a 64 años (12,9%) y los mayores de 65 años (10,4%). ‘La Última Tentación’ registró un seguimiento por encima de su media en los mercados regionales de **Murcia (22,1%), Andalucía (21,5%), Asturias (17,2%), Castilla y León (16,9%) y Canarias (16,6%).**

También destacaron en Telecinco los liderazgos de **‘El programa de Ana Rosa’** (21,3% y 672.000) con sus **mejores datos de la temporada**, por encima del 16,8% y 528.000 espectadores de su competidor. Mientras que **‘Sálvame Limón’** (14,2% y 1,5M) y **‘Sálvame Naranja’** (15,3% y 1,4M) superaron las ofertas de la segunda opción para los espectadores en sus distintas franjas (9,8% y 14,1%, respectivamente).

Todos los programas de Telecinco volvieron a convertir ayer en positivo su dato de total individuos a *target* comercial, con un destacado 22,5% para ‘El programa de Ana Rosa’. En el horario vespertino sobresalió igualmente **‘Sálvame Naranja’, con un 16,8%** en el público más atractivo para los anunciantes, liderando su franja sobre ‘Tierra Amarga’ (15,4%), que registró un descenso de más de 6 puntos en *target* comercial hasta el 9,2% y ‘Boom’ (11,5%), que al igual que todos de los espacios de *day time* de la cadena, también convirtió en negativo con un 6,8%.

Por su parte, **Informativos Telecinco 21 h** (15,3% y 2,1M) registró anoche su edición con mayor audiencia de los últimos cinco meses, sumando casi 2 puntos en *target* comercial hasta anotar un 17,2% de *share*.

**Telecinco fue la cadena más vista del miércoles** con un 15,2%de *share*. Lideró las franjas de la mañana (19,3%), la tarde (15,3%), el *late night* (17,2%), el *day time* (16,1%) y el *target* comercial (17,8%).

Por último, **Energy** (2,5%) fue la televisión temática líder del día con **‘Love is in the air’**, en Divinity, comolo más visto en estas televisiones con 403.000 espectadores y un 4,4% de *share*.