

Madrid, 21 de octubre de 2021

‘La última tentación’ se consolida en su liderazgo y roza el 35% entre los jóvenes

**Casi 2M de espectadores y un 16,9% alzaron al concurso de Telecinco a la victoria. Creció hasta el 23,1% en el público cualitativo y arrasó entre los espectadores de 13-24 años (34,9%)** **frente a la oferta de su competidor, que dominó en los de 55 a 64 años (20,6%).**

**‘Sálvame Naranja’ (19,1% y 1,7M) anotó su tercer mejor resultado de la temporada, creció al 19,5% en *target* comercial y se impuso en más de 5 puntos a la segunda oferta (13,8%).**

**Telecinco, cadena más vista del miércoles con un 16% de *share*, dominó en la mañana (19,1%), la tarde (18,3%), el *late night* (18,8%), el *day time* (17,3%) y en el *target* comercial (18,4%).**

La primera entrega de la hoguera de confrontación entre Lucía e Isaac llevó a **‘La última tentación’** a consolidar su liderazgo y confirmar la fidelidad de sus seguidores **con un 16,9% de *share* y casi 2M de espectadores. Lideró su franja** de emisión, sumando más de 6 puntos hasta anotar un **23,1%** **en *target* comercial.**

Arrasó entre los **jóvenes de 13-24 años (34,9%)** y **los de 25 a 34 años (33,4%%),** su público más destacado, frente a su competidor, cuya oferta dominó en el *target* de 55 a 64 años (20,6%) y en la de los mayores de 65 años (17,2%). ‘La última tentación’ obtuvo destacados registros en **Murcia (28,8%), Canarias (25,2%), Andalucía (21,8%), Castilla La Mancha (19,3%) y Aragón (17,7%)**.

**‘Sálvame naranja’ anota su tercera mejor marca de la temporada**

Previamente, **‘El programa de Ana Rosa’** (21,2% y 619.000) volvió a liderar la mañana frente al 12,7% y 365.000 espectadores de su inmediato competidor. En la tarde, **‘Sálvame Limón’** (14,7% y 1,5M) dominó su franja frente al 10,2% de su contrincante. Y **‘Sálvame Naranja’** (19,1% y 1,7M) registró su **tercer mejor entrega de la temporada**, creció al 19,5% en *target* comercial y aventajó al 13,8% de su directo competidor.

Telecinco, que ayer volvió a convertir en positivo el *target* comercial de todas sus emisiones, fue la **cadena más vista del día** con un 16% de *share* y encabezó también la **mañana**, con un 19,1%; la **tarde**, con un 18,3%; el ***day time***, con un 17,3%; el ***late night***, con un 18,8% y el ***target* comercial**, con un **18,4% de *share*.**

Por otro lado, el especial de **‘Todo es verdad’** titulado **‘Las cintas de Franco’**, presentado por **Risto Mejide y Marta Flich**, congregó anoche a 731.000 espectadores y un 8,1% de *share*, su **tercer mejor cuota de pantalla hasta la fecha**, duplicando la oferta de La Sexta en su franja (3,5%) en la que emitió ‘El objetivo de Ana Pastor’ (4,8%). Este resultado propició a **Cuatro** anotar un 6% en *prime time* y un 8,6% en *late night*, datos por delante de su inmediato competidor (5,9% y 1,8%, respectivamente).

De igual forma, **‘Todo es mentira bis’** (6,3%) también alcanzó su **tercer mejor registro de la temporada**, con el que se impuso a La Sexta en su banda de emisión (5,1%).