

Madrid, 28 de octubre de 2021

**‘La última tentación’ amplía su victoria, crece en públicos dinámicos y supera el 30% entre los jóvenes**

**Más de 1,8M de espectadores y un 15,9% de *share* le auparon a la victoria, con un 21,7% en *target* comercial. Arrasó en público de 13-24 años (32,4%)** **frente a la oferta de su competidor, líder entre el de 55 a 64 años (18%).**

**‘Sálvame Naranja’ (20,4% y 1,8M) anotó su mejor resultado de los últimos cuatro meses, creció al 21,4% en *target* comercial y se impuso en más de 7 puntos a la segunda oferta (13,1%).**

**Telecinco, cadena más vista del miércoles con un 16% de *share*, dominó en la mañana (19,4%), la tarde (19,4%), el *late night* (17,6%), el *day time* (17,7%) y en el *target* comercial (18,5%).**

La segunda entrega de la hoguera de confrontación entre Lucía e Isaac reafirmó el liderazgo de **‘La última tentación’.** Con un **15,9% de *share* y más de 1,8M de espectadores,** amplió a 1 punto la distancia respecto a su directo competidor (14,9%) y creció casi 6 puntos en público cualitativo, alcanzando un **21,7%** **en *target* comercial.**

Arrasó con cifras por encima del 30% de la cuota de pantalla entre los **jóvenes de 13-24 años (32,4%)** y **los de 25 a 34 años (30,4%%),** su público más destacado, frente a su competidor, cuya oferta dominó en el *target* de 55 a 64 años (18%) y en la de los mayores de 65 años (15,4%). ‘La última tentación’ obtuvo destacados registros en **Canarias (21,4%), Andalucía (21,1%), Asturias (19,8%), Castilla La Mancha (19,5%), Murcia (18,7%) y Castilla y León (16,4%).**

**‘Sálvame naranja’ anota su mejor resultado de los últimos 4 meses**

Previamente, **‘El programa de Ana Rosa’** (21,5% y 588.000) volvió a liderar la mañana, registró un 22,6% en *target* comercial, la mejor marca de todas las televisiones y se impuso al 15,6% y 424.000 espectadores de su inmediato competidor. En la tarde, **‘Sálvame Limón’** (14,7% y 1,4M) dominó su franja frente al 11,7% de su contrincante. Y **‘Sálvame Naranja’** (20,4% y 1,8M) alcanzó su **mejor entrega de los últimos 4 meses,** creció al 21,4% en *target* comercial y aventajó al 13,1% 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 19,4%; la **tarde**, con un 19,4%; el ***day time***, con un 17,7%; el ***late night***, con un 18,8% y el ***target* comercial**, con un **18,4% de *share*.**

Por otro lado, la nueva entrega de **‘Todo es verdad’ (5,7% y 504.000)** en Cuatro se impuso en 2,6 puntos a la oferta de La Sexta en su franja (3,1%) en la que emitió ‘El objetivo de Ana Pastor’ (3,9%). Este resultado propició a **Cuatro** anotar un 6,1% en *late night*, por delante de su inmediato competidor (2,3%).