

Madrid, 4 de noviembre de 2021

**‘La última tentación’ anota su mejor dato de la temporada y amplía a más de 5 puntos la distancia sobre su inmediato competidor**

**Más de 2,1M de espectadores y un 18,4% de *share* le concedieron la victoria con su máximo de esta edición y con el *target* comercial más abultado de la televisión en el día de ayer: un 23,3%.**

**Telecinco, cadena más vista del miércoles con un 15,7% de *share*, dominó la mañana (18,9%), la tarde (15,9%), el *late night* (21,3%), el *day time* (16,7%) y el *target* comercial (17,9%).**

El reencuentro de las parejas para la toma de decisiones en las hogueras finales de **‘La última tentación’** condujo al concurso de Telecinco a su **entrega más vista de la temporada y a batir su récord** de *share* de la presente edición con **más de 2,1M de espectadores y un 18,4% de cuota de pantalla**. Registró un incremento de 2,5 puntos respecto al dato de la semana pasada y amplió a más de 5 puntos la distancia respecto a la segunda opción (13,1%).

También creció casi 5 puntos en público cualitativo, alcanzando un **23,3%** **en *target* comercial, la cifra más alta obtenida ayer entre todas las emisiones de la televisión. Lideró de forma absoluta entre los espectadores menores de 54 años (25,2%),** con cifras por encima del 30% de cuota de pantalla entre los **jóvenes de 16 a 34 años (31,5%),** su público más destacado, frente a la oferta de Antena 3, que dominó en el *target* de 55 a 64 años (15,5%). ‘La última tentación’ obtuvo registros por encima del 20% de *share* en **Murcia (27,8%),** **Andalucía (24,8%),** **Canarias (23,4%), Asturias (20,7%) y Castilla y León (20%).**

Previamente, **‘El programa de Ana Rosa’** (20,5% y 640.000) volvió a liderar la mañana y se impuso al 14,4% de su directo competidor. En la tarde, **‘Sálvame Limón’** (14,4% y 1,5M) y **‘Sálvame Naranja’** (16,6% y 1,6M) dominaron sus franjas frente a la oferta de Antena 3 (10,8% y 13,3%, respectivamente).

Telecinco fue la **cadena más vista del día** con un 15,7% de *share* aupado por las victorias de la **mañana**, con un 18,9%; la **tarde**, con un 15,9%; el ***day time***, con un 16,7%; el ***late night***, con un 21,3% y el ***target* comercial**, con un **17,9% de *share*.**

Por otro lado, la nueva entrega de **‘Todo es verdad’ (5% y 442.000)** en Cuatro se impuso en casi 2 puntos a la oferta de La Sexta en su franja (3,3%). Este resultado propició a **Cuatro** anotar un 4,9% en *late night*, por delante de La Sexta (1,9%).