

Madrid, 2 de diciembre de 2021

‘La isla de las tentaciones’ anota su entrega más vista de la temporada con más de 2M de espectadores

**Un 16,6% de *share* y 2M de espectadores concedieron la victoria al concurso de Telecinco, con un incremento de 5,5 puntos en el *target* comercial hasta anotar un 22,1% de *share*. Registró un 33,7% en jóvenes de 16 a 34 años.**

**En Cuatro, ‘Todo es verdad’ (7,5%) registró su segundo mejor resultado de la temporada con el que duplicó a la oferta de La Sexta (3%). Y ‘Cuatro al día’ (6,7%) alcanzó su mejor marca de los últimos 2 meses, con casi 1 punto sobre la oferta de su inmediato competidor (5,9%).**

**‘La isla de las tentaciones’** confirmó anoche su evolución al alza al anotar **su entrega más vista de la temporada** con más de **2M de espectadores y un 16,6% de cuota de pantalla**, con un incremento de 1,2 puntos respecto al resultado de la semana pasada y más de 3 puntos sobre la segunda opción de la noche (13,5%), con el capítulo final de “ACI: alta capacidad intelectual’ (12% y 1,5M).

Creció 5,5 puntos en público cualitativo, alcanzando un **22,1%** **en *target* comercial**, y **arrasó entre los** **jóvenes de 16 a 34 años** (**33,7%)**, su público más destacado, frente a la oferta de Antena 3, que alcanzó su mejor dato entre los de 55 a 64 años (14,9%). ‘La última tentación’ obtuvo registros por encima del 20% de *share* en **Murcia (24,4%) y Andalucía (21,9%).**

Por la mañana, **‘El programa de Ana Rosa’** (19,9% y 582.000) volvió a liderar su franja de emisión y se impuso al 13,5% de su directo competidor. En la tarde, **‘Sálvame Limón’** (12,5% y 1,3M) y **‘Sálvame Naranja’** (15,6% y 1,5M) también dominaron sus franjas frente a la oferta de Antena 3 (10,6% y 13,8%, respectivamente).

**‘Todo es verdad’ duplica a La Sexta con su segundo programa más visto de la temporada**

En Cuatro, **‘Todo es verdad’ (6,7%)** alcanzó **su segunda mejor marca del curso televisivo** con la que duplicó la oferta de su inmediato competidor en su franja (3%). Creció al 8,3% en *target* comercial con datos que rozaron el 10% en los mercados regionales de Euskadi (9,9%) y Galicia (9,3%). Este resultado propició que la cadena triplicara ayer a La Sexta en el *late night* (9,1% vs. 2,8%) y se situara por encima en el *prime time* (5,7% vs. 5,3%).

Por otro lado, ayer también destacó el resultado de **‘Cuatro al día’** (6,7%) con su mejor entrega de los últimos 2 meses. Se impuso a la oferta de su inmediato competidor (5,9%) y creció hasta el 8,3% de *share* entre los públicos más dinámicos.