

Madrid, 16 de diciembre de 2021

‘La isla de las tentaciones’ crece, anota su mejor dato de las últimas dos semanas y se impone al estreno de ‘Lego Masters’

**Con un 15,8% de *share* y 1,9M de espectadores, el *reality* de Telecinco creció más de 7 puntos en *target* comercial (22,9%), arrasando entre los jóvenes con más del 32% de *share*.**

**‘Ya son las ocho’ (13,3% y 1,6M) alcanzó su tercer mejor resultado de la temporada y un 15,6% en *target* comercial.**

**En Cuatro, ‘Todo es verdad’ (5,7%) se impuso en el *prime time* a su inmediato competidor en la franja (4,5%).**

**‘La isla de las tentaciones’** volvió a confirmar anoche que es la opción favorita para los espectadores, incluso, por delante de cualquier otra propuesta de estreno. Los casi **2M de espectadores y un 15,8% de cuota de pantalla** lo confirmaron tras superar los datos de la primera entrega de ‘Lego Masters’ (13,2% y 1,4M) en Antena 3. Una distancia que se amplía en la franja coincidente de ambos espacios, en la que Telecinco eleva su cifra hasta el 17,1% de *share* frente al 13,2% de su directo competidor.

El *reality* de Telecinco incrementó más de 7 puntos en público cualitativo, alcanzando un **22,9%** **en *target* comercial**, y volvió a arrasar entre los jóvenes, con un **32,3% de cuota de pantalla** entre los espectadores **16 a 34 años**. Superó el 20% en los mercados regionales de **Andalucía (22,1%), Murcia (20,9%) y Canarias (20,2%).**

Previamente, **‘Ya son las ocho’** (13,3% y 1,6M) anotó su tercer mejor marca de la temporada, con un 15,6% entre los públicos más dinámicos. También **Informativos Telecinco 21h** (14,4% y 2M) registró su segunda entrega más vista del curso televisivo, con un 17,4% en *target* comercial.

Igualmente destacaron ayer los resultados de **‘Sálvame Limón’** (14,6% y 1,5M) y **‘Sálvame Naranja’** (15,6% y 1,4M) al dominar sus bandas de emisión frente a la oferta de Antena 3 (10,3% y 14,1%, respectivamente).

En Cuatro, **‘Todo es verdad’ (5,7% y 532.000)** se impuso en su franja a la oferta de su directo competidor (4,5%), con un 5,9% en *target* comercial.