

## DESTACADOS AUDIENCIAS 28 DE NOVIEMBRE

MEDIASET ESPAÑA GANA EL MIÉRCOLES CON UN 31,7% DE *SHARE* EN TOTAL DÍA Y UN 34,8% EN *TARGET* COMERCIAL

TELECINCO, CADENA MÁS VISTA DE LA JORNADA (19,5%) TRAS ADJUDICARSE EL LIDERAZGO ABSOLUTO DE TODAS LAS FRANJAS: *PRIME TIME* (20,5%), *LATE NIGHT* (37,1%), *TARDE* (17,5%), *MAÑANA* (16,4%), *SOBREMESA* (14%), *DAY TIME* (19%) Y *TARGET COMERCIAL* (20,7%)

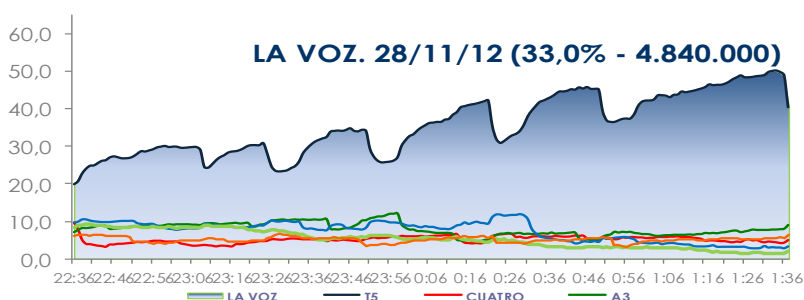


## “LA VOZ” SE MANTIENE IMBATIBLE CON CASI 5 MILLONES DE ESPECTADORES Y TRIPLICA AL ESTRENO DE “DOWNTON ABBEY” (9,5%)

Fue la **emisión más vista del miércoles** (4.840.000 y 33%). En su franja coincidente, el programa de Telecinco amplió aún más la distancia frente a sus competidores, con casi 25 puntos de diferencia frente a la segunda opción



Registró el **minuto de oro de la jornada** (22:59 h.) con **6.366.000 espectadores** (30,1%) y alcanzó picos de **share** de hasta el 50,2%. Casi 11 millones de personas conectaron con el concurso



Targets	T5	A3
Ind. 4+	33,0	8,3
T.C.	35,8	8,2
Hombres	28,1	6,4
Mujeres	37,3	9,9
4-12	36,8	4,7
13-24	42,5	6,5
25-34	38,2	4,8
35-54	34,7	8,6
55-64	29,3	10,1
65 y mas	25,0	9,9
ALTA-MEDIA ALTA	26,2	11,4
MEDIA	34,0	8,3
MEDIA BAJA	35,8	6,4
BAJA	38,1	4,7
AND	35,5	9,1
CAT	25,6	7,8
EUS	29,7	8,0
GAL	32,2	6,8
MAD	28,9	9,9
VAL	38,3	9,6
CLM	37,9	5,1
CAN	41,2	2,3
ARAGON	28,1	11,4
ASTURIAS	39,5	6,8
BALEARES	35,9	7,0
MURCIA	34,3	7,1
CASTILLA Y LEÓN	32,0	9,7
RESTO	33,5	9,1

Creció en el **target comercial** hasta el 35,8% de **share**, el más alto de todos los programas emitidos ayer en televisión

Lideró de manera absoluta todos los **targets** de edad y clase social, alcanzando el 42,5% de cuota de pantalla en los espectadores 13-24 años y el 38,2% en el grupo 25-34 años

Fue la primera opción también en todos los mercados geográficos, destacando los datos obtenidos en Canarias (41,2%), Asturias (39,5%), Valencia (38,3%), Castilla La Mancha (37,9%), Baleares (35,9%), Andalucía (35,5%) y Murcia (34,3%)

La emisión previa a la gala, “**La Voz: directos**” -segunda emisión más vista del día (3.274.000 y 15,3%)- y la posterior “**El chat de La Voz**” (1.616.000 y 30,4%) también lideraron con holgura en sus respectivos horarios

El programa generó en Twitter **28 trending topics nacionales** y **23 mundiales**. En esta red social se publicaron **283.225 comentarios** referentes a “La Voz”, con una media de 206 comentarios por minuto. A las 00:06 minutos se registró el “minuto de oro”, con 2.167 comentarios en Twitter

Una jornada más, **Informativos Telecinco 21:00 h.**, presentado por Pedro Piqueras, fue **el informativo más visto del día en todas las cadenas** (2.777.000 y 15,2%). **Informativos Telecinco 15:00 h.**, presentado por David Cantero, también lideró de forma absoluta su franja de emisión (2.219.000 y 15,5%)

**“El programa de Ana Rosa”** (19,4% y 605.000) se situó un día más como *magazine* matinal de referencia, con 2,9 puntos de ventaja sobre la segunda opción

Por la tarde, **“Sálvame diario”** (2.078.000 y 17%) y **“Pasapalabra”** –cuarto espacio más visto del día (2.515.000 y 16,7%)- fueron de nuevo las opciones preferidas de los espectadores



**FACTORÍA DE FICCIÓN, CANAL TEMÁTICO LÍDER DEL MIÉRCOLES (2,9%)**



**BOING, NUEVAMENTE POR DELANTE DE DISNEY CHANNEL, TANTO EN TOTAL DÍA (1,3% VS. 1,1%) COMO EN TARGET INFANTIL (12,5% VS. 10,3%)**

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASET**españa.

