

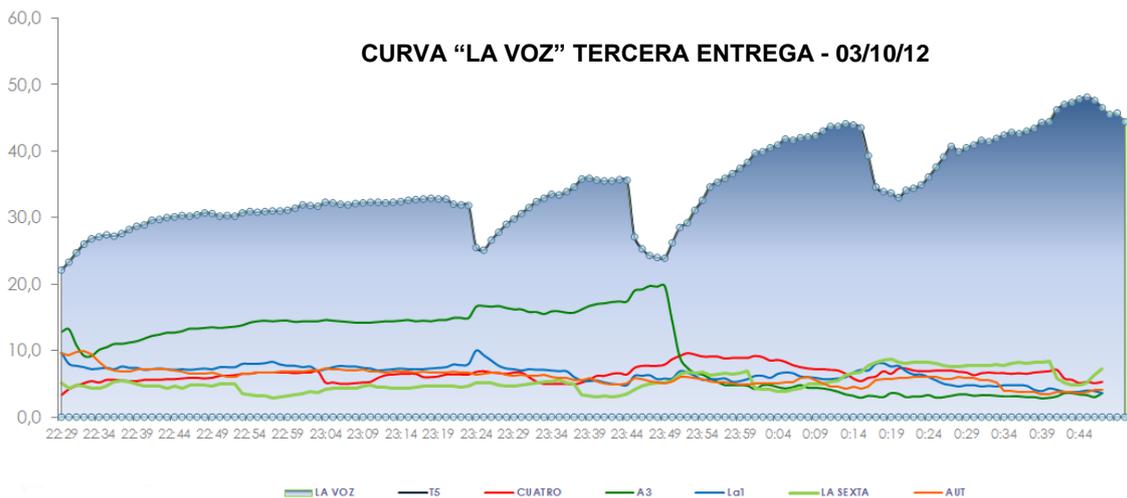
AUDIENCIAS MIÉRCOLES 3 DE OCTUBRE

TELECINCO REGISTRA UN 19,3% EN EL TOTAL DÍA, SU DATO MÁS ALTO DESDE LA FINAL DE LA EUROCOPA DE FÚTBOL

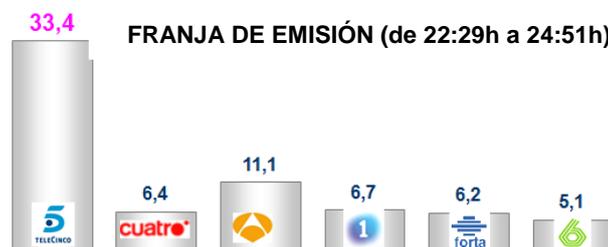
“LA VOZ” VUELVE A CRECER EN SU TERCERA ENTREGA Y ANOTA MÁXIMO HISTÓRICO

Registró una media de 5.423.000 espectadores y un 33,4% de cuota, sumando 155.000 nuevos espectadores y 1,6 puntos de share respecto al dato de la semana anterior, alzándose como el espacio más visto del día

Anotó el *minuto de oro* del día a las 23:17 horas con 6.439.000 espectadores y un 32,8% de share. Más de 11,5 millones de personas conectaron con el *talent show* presentado por Jesús Vázquez



Demostró su hegemonía en su franja de emisión entre todas las cadenas y creció hasta el 37,5% de share en el target comercial



Targets	T5	A3	LA1	AUTO	LA 2	CUATRO	LA SEXTA
Ind. 4+	33,4	11,1	6,7	6,2	2,9	6,4	5,1
T.C.	37,5	10,7	5,2	5,4	1,6	8,0	4,8
Hombres	27,7	8,9	9,7	7,0	2,8	5,8	5,8
Mujeres	38,4	13,1	4,2	5,4	3,0	7,0	4,6
4-12	42,3	10,7	4,1	2,4	0,2	2,2	2,0
13-24	46,4	10,4	4,2	4,0	0,8	7,2	2,9
25-34	42,2	11,3	4,5	5,1	0,9	6,3	3,3
35-54	34,0	10,4	5,1	6,0	1,6	8,9	5,6
55-64	28,9	11,7	8,7	6,7	4,7	5,3	7,1
65 y mas	24,7	12,3	10,5	7,9	6,2	3,4	5,3
ALTA-MEDIA ALTA	27,2	11,3	6,5	7,2	4,2	7,7	6,2
MEDIA	34,0	11,7	6,3	5,4	2,6	7,4	4,7
MEDIA BAJA	36,4	10,6	7,7	6,4	2,3	4,8	5,5
BAJA	38,4	9,3	5,8	6,8	2,7	2,8	2,8
AND	37,7	11,8	7,2	5,4	1,5	3,6	5,6
CAT	29,3	9,2	3,8	14,6	3,7	8,2	4,8
EUS	28,2	10,5	7,3	13,7	5,0	6,3	5,0
GAL	27,4	7,1	6,2	10,0	3,9	9,3	6,5
MAD	31,3	11,1	7,9	6,1	2,3	7,0	4,8
VAL	39,0	14,1	5,4	1,8	3,4	7,5	6,4
CLM	36,2	14,9	9,0	3,4	2,4	5,5	2,8
CAN	42,9	5,0	5,6	3,5	1,3	5,2	5,8
ARAGON	36,1	11,0	5,9	5,5	3,1	8,1	4,2
ASTURIAS	35,5	8,9	8,4	3,2	3,8	4,3	3,9
BALEARES	35,2	9,9	3,4	4,8	2,7	7,1	5,8
MURCIA	32,6	10,4	8,2	1,1	3,9	6,9	5,1
CASTILLA Y LEÓN	26,0	19,6	10,6	0,3	3,3	5,7	3,8
RESTO	27,1	14,0	9,3	0,8	3,6	6,6	4,2

Dominó en todos los **targets** y mercados regionales, destacando el seguimiento en el segmento de 13 a 24 años, en el que anotó el 46,4% de cuota de pantalla

Previamente, “La Voz Express” (3.115.000 y 16,1%), segundo espacio más visto del miércoles, y “Llega La Voz” (4.199.000 y 21%) triunfaron de forma absoluta en sus respectivas franjas

Telecinco lideró de forma absoluta el total día (19,3%), *prime time* (22,1%), *late night* (31,5%) y tarde (18,1%) y fue la cadena de televisión con el mejor **target comercial** (20,8%) de la jornada

IMPACTO EN INTERNET Y REDES SOCIALES

“La Voz” acaparó anoche más de 219.000 comentarios en Internet y redes sociales, 101.000 más que la semana pasada, registró picos de hasta 2.168 comentarios por minuto y su alcance potencial fue de más de 92,8 millones de usuarios de todo el mundo

El concurso situó 24 *hashtags* entre los *Trending Topics* nacionales y 12 en el *ranking* mundial

OTROS TITULARES DEL DÍA



5 LAS EDICIONES DE INFORMATIVOS TELECINCO, LAS MÁS VISTAS DE LA TELEVISIÓN COMERCIAL

Informativos Telecinco 21:00 horas (2.212.000 y 14,1%) y 15:00 horas (2.006.000 y 14,9%) se impusieron en sus respectivas franjas a su inmediato competidor

En la tarde, “Sálvame diario” (1.742.000 y 16,9%) y “Pasapalabra” (1.698.000 y 14,4%) se situaron como la primera opción en sus franjas

LA DOBLE ENTREGA DE “CASTLE” SUPERA A LA OFERTA CINEMATOGRAFICA DE LA SEXTA

En la franja de emisión de ambos capítulos (6,4%), la ficción de investigación criminal aventajó en 1,8 puntos a la oferta de su inmediato competidor (4,6%)

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

Se impuso en *day time* (3,5%), tarde (4,4%), sobremesa (3,9%) y *late night* (3%)

BOING SUPERA A DISNEY CHANNEL EN TOTAL DÍA (1,3% VS. 1,2%)

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

