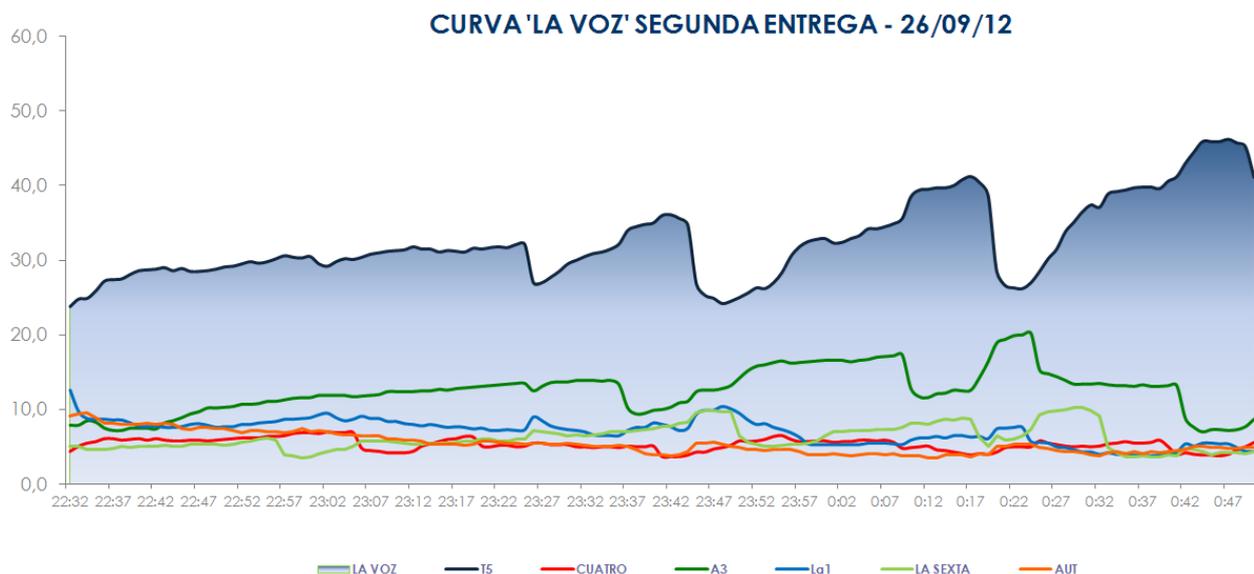


**AUDIENCIAS MIÉRCOLES 26 DE SEPTIEMBRE**

**“LA VOZ” CRECE EN SU SEGUNDA ENTREGA Y SE CONVIERTE EN EL PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO MÁS VISTO DESDE OCTUBRE DE 2005**

Con 5.268.000 espectadores y un 31,8% de *share*, sumó 677.000 nuevos espectadores y 1,2 puntos respecto al histórico dato de su estreno, situándose como el espacio más visto del día

Anotó el *minuto de oro* del miércoles con 6.353.000 espectadores y un 36% de *share* (23:41 horas). Casi 11 millones de personas (10.957.000) conectaron con el programa durante al menos 1 minuto



Dominó absolutamente su franja de emisión con casi 20 puntos de ventaja sobre su inmediato competidor y creció hasta el 34,7% de *share* en el *target* comercial

## LA VOZ - LIDERAZGOS POR TARGETS Y MERCADOS

Targets	T5	A3	LA1	AUTO	LA 2	CUATRO	LA SEXTA
Ind. 4+	31,8	12,3	7,3	5,7	3,0	5,4	6,1
T.C.	34,7	11,1	6,5	5,0	1,7	6,4	7,4
Hombres	26,8	9,9	7,6	6,3	2,7	5,1	7,9
Mujeres	36,2	14,4	7,1	5,1	3,2	5,6	4,5
4-12	43,2	10,4	5,3	2,7	0,3	4,8	3,8
13-24	44,4	7,8	3,7	3,8	0,7	6,2	9,6
25-34	43,1	9,4	5,1	4,3	0,9	4,7	7,8
35-54	31,1	12,3	7,7	5,0	1,9	6,3	7,1
55-64	26,7	14,1	8,6	6,4	4,2	6,4	4,9
65 y mas	23,4	14,8	8,7	8,1	6,6	3,5	3,2
ALTA-MEDIA ALTA	24,4	9,8	8,5	8,2	4,1	6,6	5,9
MEDIA	33,8	13,1	6,6	5,0	2,7	6,0	6,3
MEDIA BAJA	32,8	13,4	7,4	5,2	2,7	4,4	6,7
BAJA	39,2	10,9	7,8	3,7	2,8	2,0	3,1
AND	36,9	14,1	7,3	2,4	1,9	3,2	7,5
CAT	27,7	8,4	4,2	14,3	4,7	5,7	4,0
EUS	26,5	11,8	9,0	9,8	4,7	6,1	6,8
GAL	27,0	9,6	7,7	9,1	2,9	7,3	5,8
MAD	29,5	12,3	6,4	7,2	2,5	6,1	6,3
VAL	36,7	13,5	8,4	1,1	2,9	7,1	6,0
CLM	34,9	16,8	7,7	6,0	2,8	3,5	5,7
CAN	36,6	9,2	5,9	4,4	2,0	4,7	5,4
ARAGON	31,4	8,3	8,7	11,9	5,0	5,2	4,3
ASTURIAS	35,7	4,3	8,6	3,2	2,3	4,8	6,5
BALEARES	31,6	14,3	4,2	2,6	2,4	8,2	6,3
MURCIA	30,5	10,9	8,8	1,5	2,0	4,2	6,1
CASTILLA Y LEÓN	22,2	17,8	11,1	0,1	3,7	5,7	7,4
RESTO	27,1	16,4	10,6	0,7	3,3	5,8	6,9

Arrasó en todos los **targets** y mercados regionales, registrando un especial interés en el segmento de 4 a 34 años, en el que superó el 43% de **share**

Previamente, “La Voz Express” (3.102.000 y 15,9%) y “Llega La Voz” (4.452.000 y 22,2%) también lideraron de forma absoluta sus respectivas franjas

Telecinco se impuso ampliamente frente al resto de cadenas en el **prime time** (21,5%) y el **late night** (27,7%), situándose como la **televisión más vista del miércoles** con un 18,6% de cuota de pantalla

## IMPACTO EN INTERNET Y REDES SOCIALES

“La Voz” registró anoche casi 118.000 comentarios en Internet y redes sociales (Twitter, Facebook, *blogs* y otros medios de Internet), alcanzó picos de hasta 1.550 comentarios por minuto y tuvo un alcance potencial de 79,5 millones de usuarios de todo el mundo

El concurso situó 32 *hashtags* entre los *Trending Topics* nacionales y 15 en el *ranking* mundial

## OTROS TITULARES DEL DÍA

### 5 INFORMATIVOS TELECINCO 15:00 HORAS (2.169.000 Y 15,5%) ANOTA SU EDICIÓN MÁS VISTA DESDE MARZO

Informativos Telecinco 21:00 horas (2.402.000 y 14,9%) fue la oferta informativa más vista del *prime time* con su segunda entrega con mayor audiencia de la temporada

### JORNADA DE RÉCORDS PARA “NOTICIAS CUATRO”

“Noticias Cuatro 2” (6,2% y 677.000), con Roberto Arce, continúa creciendo con su entrega más vista desde el pasado 14 de junio y su segundo mejor *share* desde el 15 de agosto

“Noticias Cuatro 1” (10% y 1.034.000), con Hilario Pino, registró su segunda mejor cuota de la temporada y su edición más vista desde el pasado 28 de agosto

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET *españa.*

