

DESTACADOS AUDIENCIAS 21 DE NOVIEMBRE

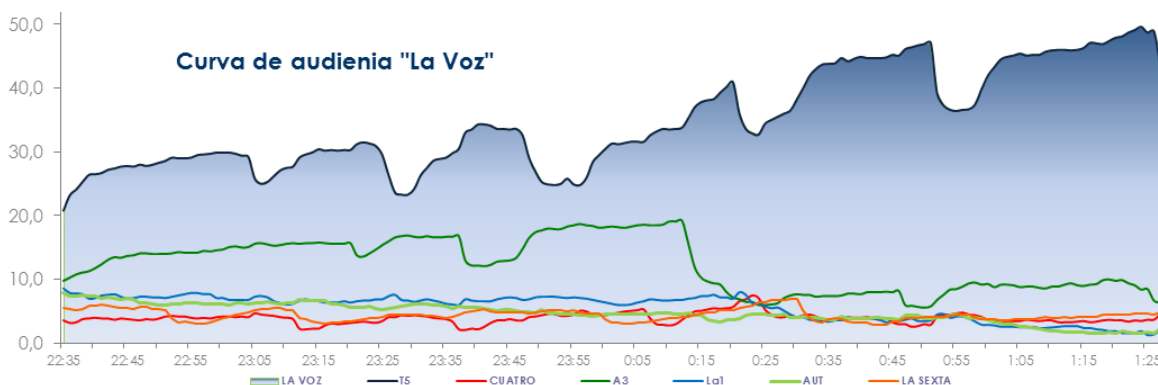
MEDIASET ESPAÑA GANA EL MIÉRCOLES CON UN 31,3% DE *SHARE* EN TOTAL DÍA Y UN 34,6% EN *TARGET* COMERCIAL

TELECINCO, CADENA MÁS VISTA DE LA JORNADA (19,2%) TRAS ADJUDICARSE EL *PRIME TIME* (20,8%), *LATE NIGHT* (35,5%), *TARDE* (16,9%), *DAY TIME* (18,4%) Y *TARGET COMERCIAL* (20,9%)

5

“LA VOZ” MANTIENE SU HEGEMONÍA EN LOS DIRECTOS Y ROZA LOS 5 MILLONES DE ESPECTADORES

Fue la emisión más vista de la jornada (4.955.000 y 32,6%) y lideró de manera absoluta en su horario de emisión, en el que la segunda opción quedó a 19,4 puntos de distancia



Liderazgos "La Voz"		
Targets	T5	A3
Ind. 4+	32,6	13,2
T.C.	35,9	12,4
Hombres	28,2	9,8
Mujeres	36,4	16,2
4-12	38,0	7,9
13-24	46,2	9,5
25-34	38,5	12,0
35-54	33,3	12,4
55-64	29,8	14,9
65 y mas	23,6	16,3
ALTA-MEDIA ALTA	26,0	12,8
MEDIA	32,9	13,6
MEDIA BAJA	35,9	13,1
BAJA	40,0	12,7
AND	36,5	14,1
CAT	25,2	8,9
EUS	30,3	14,6
GAL	29,7	11,5
MAD	30,8	13,6
VAL	38,1	14,1
CLM	31,6	18,5
CAN	42,8	6,4
ARAGON	28,3	15,5
ASTURIAS	36,0	10,3
BALEARES	35,8	10,2
MURCIA	32,8	11,2
CASTILLA Y LEÓN	27,7	22,1
RESTO	30,9	18,3

Registró el **minuto de oro de la jornada (23:40 h.)** con 6.266.000 espectadores (34,3%) y alcanzó picos de *share* de hasta el 49,6%. Más de 11 millones de personas conectaron con el concurso

Creció en el **target comercial hasta el 35,9% de share**, el más alto de todos los programas emitidos ayer en televisión

Lideró de manera absoluta en todos los **targets** de edad y clase social, alcanzando el 46,2% de cuota de pantalla en los espectadores 13-24 años y el 38,5% en el grupo 25-34 años

Fue la primera opción también en todos los **mercados geográficos**, destacando los datos obtenidos en Canarias (42,8%), Valencia (38,1%), Andalucía (36,5%), Asturias (36%) y Baleares (35,8%)

La emisión previa a la gala, **“La Voz: directos”** -segunda emisión más vista del día (3.506.000 y 16,8%)- y la posterior **“El chat de La Voz”** (1.528.000 y 28,8%) también lideraron con holgura en sus respectivos horarios

El programa generó en Twitter **31 trending topics nacionales y 23 mundiales**

Por 12ª vez en sus 14 emisiones de noviembre, **Informativos Telecinco 21:00 h.**, presentado por Pedro Piqueras, fue **el informativo líder entre todas las cadenas** (2.621.000 y 14,6%)

“El programa de Ana Rosa” (19,5% y 538.000) se situó un día más como *magazine* matinal de referencia, con 2,6 puntos de ventaja sobre la segunda opción

Por la tarde, **“Sálvame diario”** (1.909.000 y 16,4%) y **“Pasapalabra”** (2.382.000 y 16,1%) fueron de nuevo las opciones preferidas



CUATRO DOBLA A LA SEXTA EN LA FRANJA DE EMISIÓN DE “ALGUIEN TENÍA QUE DECIRLO” (4,2% VS. 2,3%)

El programa de humor de La Sexta marcó el dato más bajo desde su estreno

Noticias Cuatro Deportes prácticamente triplicó a su competidor inmediato en su horario (7,2% vs. 2,5%)



FACTORÍA DE FICCIÓN, CANAL TEMÁTICO LÍDER DEL MIÉRCOLES (3,1%)



BOING, NUEVAMENTE POR DELANTE DE DISNEY CHANNEL, TANTO EN TOTAL DÍA (1,6% VS. 1,3%) COMO EN TARGET INFANTIL (14,5% VS. 11%)

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

