

Madrid, 19 de febrero de 2014

**Nuevas “Audiciones a ciegas”, con Jesús Vázquez al frente**

**TELECINCO EMITE MAÑANA LA TERCERA ENTREGA DE “LA VOZ KIDS”, QUE SE CONVIERTE EN UN FENÓMENO DE MASAS CON VARIOS RÉCORDS DE AUDIENCIA E INTERNET**

- El concurso, que acumula una media de 5.200.000 espectadores y un 28,3% de *share* en sus dos primeras emisiones, incrementó su audiencia en su segunda entrega (5.574.000 y 30%) en más de 700.000 seguidores y 3,3 puntos hasta convertirse en el **programa de entretenimiento más visto desde octubre de 2012**
- El concurso ha acogido la emisión de **dos de los diez spots más vistos del mes**, clasificación que copa Telecinco con “El Príncipe”
- El día posterior al estreno [www.telecinco.es](http://www.telecinco.es) registró su **récord histórico de tráfico con 2.433.782 usuarios únicos en un solo día superando el registro de la final de la segunda edición de “La Voz”**. Además, los usuarios han visionado casi 10,5 millones de vídeos en la *web* y en [www.mitele.es](http://www.mitele.es) del concurso, cuya **app oficial junto a la de “La Voz” ya ha superado el millón de descargas**
- **Ha liderado el ranking de impacto social con 563.000 comentarios en redes sociales en sus dos primeras emisiones**. Coincidiendo con el estreno del concurso, el perfil oficial de “La Voz” en Facebook superó el millón de seguidores

Con tan solo dos entregas emitidas, “La Voz Kids” ya ha emulado ya a su “hermano mayor” y se ha convertido en todo un fenómeno de masas 360° registrando **espectaculares datos** en todas sus vertientes posibles: en términos de **audiencia, comerciales, de consumo en Internet y redes sociales** y de descargas de su **aplicación oficial para dispositivos móviles**.

La versión infantil del exitoso formato musical que Telecinco produce en colaboración con Talpa y Boomerang TV y que **mañana jueves celebra la tercera entrega de “Audiciones a ciegas”**, acumula un promedio de **5,2 millones de espectadores y un 28,3% de cuota de pantalla en sus dos primeras emisiones**, dominando de manera absoluta su franja de emisión. El espacio, que incrementó su audiencia en más de 700.000 espectadores y 3,3 puntos respecto a su estreno, se convirtió el pasado jueves (5.574.000 y 30%) en el **programa de entretenimiento más visto desde octubre de 2012**, solo superado por las segundas “Audiciones a ciegas” de “La Voz” (35,2% y 6.030.000 espectadores).

## **Dos de los diez spots más vistos del mes en un ranking que domina Telecinco**

La gran acogida de “La Voz Kids” por parte de los espectadores se ha visto trasladada también al ámbito comercial: el concurso presentado por Jesús Vázquez ha acogido **dos de los diez spots más vistos en febrero** (puestos 6º y 7º), **ranking que domina absolutamente Telecinco con “El Príncipe”**.

En este sentido, **Telecinco ha ofrecido 50 de los 60 anuncios con mayor rating publicitario**, lo que supone un 83% de los spots más vistos frente al 15% de Antena 3 y el 2% de La Sexta. En esta clasificación, “La Voz Kids” sitúa 12 spots, “El Príncipe” 37 y “La que se avecina” uno.

Los 10 spots más vistos de febrero son de Telecinco (1-18 febrero 2014)  
\*Adultos: Púb. Convencional

5	Fecha	Campaña	Rat%	
1	11 feb	APPLE/IPAD AIR	14,2	
2	11 feb	MOVISTAR/TV	14,2	
3	18 feb	APPLE/IPAD AIR	14,1	
4	18 feb	MOVISTAR/TV	14,0	
5	18 feb	FUNDACION REPSOL	13,2	
6	13 feb	ING DIRECT/DEPOSITO	13,1	
7	13 feb	OPEL/ASTRA	13,1	
8	11 feb	SEAT/LEON	12,9	
9	11 feb	BBVA/B.BILB.VIZC.ARGE	12,8	
10	11 feb	ING DIRECT/DEPOSITO	12,8	

## **Récord histórico de tráfico en Telecinco.es**

El extraordinario interés generado por “La Voz Kids” en Internet propició el pasado viernes 7 de febrero -el día posterior al estreno del concurso- el **récord histórico de tráfico en [www.telecinco.es](http://www.telecinco.es) con un total de 2.433.782 usuarios únicos en un día** (datos de Omniture), superando así su mejor marca, de 2.403.912 usuarios, obtenida tras la gran final de la segunda edición de “La Voz” (19/12/13). Además, desde el arranque del programa los visitantes de la *web* han visionado **casi 10,5 millones vídeos** en Telecinco.es y Mitele.es.

El *site* de “La Voz Kids”, [www.telecinco.es/lavozkids](http://www.telecinco.es/lavozkids), ha superado ya la cifra de **2.400.000 usuarios únicos**. Además, las **aplicaciones oficiales para dispositivos móviles de “La Voz Kids” y de “La Voz” han superado recientemente el millón de descargas**.

## **Líder del ranking de impacto social con 563.000 menciones en sus dos primeras entregas**

Al igual que ha sucedido con las dos ediciones de “La Voz” emitidas hasta el momento en Telecinco, “La Voz Kids” se ha convertido en un nuevo **fenómeno en redes sociales con 563.000 comentarios registrados en sus dos primeras emisiones** (el estreno rozó las 300.000 menciones, con un 89% de ellas con sentimiento positivo), **liderando el ranking de impacto social ambos días y generando más de 25 trending topics**.

Coincidiendo con la semana del estreno de la versión infantil -que en tan solo dos semanas cuenta ya con más de 100.000 seguidores en Facebook y Twitter”, el perfil oficial del formato original en Telecinco superó además el **millón de seguidores en Facebook** (actualmente cuentan con más de 1.088.000).

### **Continúa la formación de los equipos**

*“A mí de mayor me gustaría seguir siendo pequeño”. “Mi sueño es ser cantante como Beyoncé o Rihanna”. “El día más feliz de mi vida fue cuando conocí a Marifé de Triana y canté con ella”. “Empecé a cantar a los 4 años y he actuado, bailado y cantado en los musicales Oliver Twist, Billy Elliot y Mary Poppins”.* Estas son algunas de la sensaciones que los jóvenes aspirantes a convertirse en concursantes de “La Voz Kids” expresarán **mañana jueves durante la tercera entrega de “Audiciones a ciegas”**, en la que tratarán de sorprender exclusivamente con sus voces a **David Bisbal, Malú y Rosario Flores** para conseguir incorporarse a sus equipos de artistas.

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASET**españa.



 @mediasetcom