



Madrid, 10 de septiembre de 2016

El domingo, gran final de la primera entrega

“Quiero ser” renueva por una segunda temporada

- Es el segundo contenido con más vídeos vistos en las webs de Mediaset España, solo por debajo de ‘Mujeres y Hombres y Viceversa’
- Desde su emisión en Divinity, ha generado en redes sociales cerca de 2.000 comentarios diarios con un sentimiento mayoritariamente positivo (75%), lo que le ha situado habitualmente en la lista de *trending topics* nacionales
- Con una media del 4,6% de *share* en el *core target* de Divinity (mujeres de 16 a 44 años), ‘Quiero ser’ se ha situado la segunda emisión más vista en las temáticas por este segmento de población
- Registra un *share* medio del 1,9%, incrementando este registro tanto en *target* comercial (2,6%) como en las mujeres (2,7%) y entre los espectadores de 13-24 años (3,3%), 25-34 años (4,4%) y 35-54 años (2,1%)
- El proceso de selección de concursantes para las nuevas entregas comenzará la próxima semana

Tras un árduo aprendizaje bajo la atenta mirada de **Sara Carbonero** y después de haber interiorizado al máximo los consejos de **Dulceida**, **Madame de Rosa** y **Cristo Báñez**, el *influencer* más prometedor será revelado **el domingo en Divinity a partir de las 21:00 horas en la final de ‘Quiero ser’**. El espacio producido en colaboración con Producciones Mandarina, además **renueva por una segunda temporada** e iniciará su periodo de casting a partir de la próxima semana.

Con una marcada sinergia entre **televisión, Internet y redes sociales**, ‘Quiero ser’ se ha situado como **el segundo contenido más atractivo de los canales temáticos para las mujeres de 16 a 44 años**, *core target* de Divinity, en el que ha marcado **un 4,6% de *share***, 2 puntos por encima de la media del canal. Incrementa asimismo su cuota de pantalla (1,9%) en el **target comercial (2,6%)**, en las **mujeres (2,7%)** y entre los espectadores de **13-24 años (3,3%), 25-34 años (4,4%) y 35-54 años (2,1%)**.

El seguimiento de ‘Quiero ser’ ha sido especialmente marcado tanto en Internet como en las diversas redes sociales: con **más de 5 millones de vídeos servidos** desde su estreno (el 78% de los cuales programas completos), se ha convertido en **el contenido más demandado en las webs de Mediaset España por detrás de ‘Mujeres y Hombres y Viceversa’**. En redes como Twitter, Facebook e Instagram, en la que acumula casi **23.000 seguidores**, ha generado **cerca de 2.000 comentarios cada día de emisión**, con una prevalencia de en torno al **75% en**



tono positivo, situándose habitualmente en el *ranking* de temas más comentados. Los seguidores de 'Quiero ser' han mostrado especial interés por las publicaciones de los *coaches*, especialmente Dulceida, cuyas intervenciones sobre el programa en Instagram han tenido en **ocasiones hasta 100.000 'me gusta'** y cuyos tuits se han retuiteado **hasta 200 veces**.

Emoción y sorpresas en la gran final de 'Quiero ser'

En la final del domingo, **Alicia, Javier y Marta** se juegan el título de ganador de 'Quiero Ser'. Con la participación de **Dulceida, Cristo y Madame de Rosa**, se elegirá entre ellos al concursante que mejor haya cumplido con las expectativas y exigencias del concurso, en un programa especial en el que no faltarán sorpresas y que contará **con la visita de los exconcursantes**.



GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



[@mediasetcom](https://twitter.com/mediasetcom)

[/mediasetesp](https://www.facebook.com/mediasetesp)

[@mediasetcom](https://www.instagram.com/mediasetcom)

www.mediaset.es/mediasetcom