

## DESTACADOS AUDIENCIAS 12 DE DICIEMBRE

**MEDIASET ESPAÑA GANA EL TOTAL DÍA CON UN 31,9% DE SHARE Y ANOTA UN 35% EN TARGET COMERCIAL**

**TELECINCO, CADENA MÁS VISTA DEL MIÉRCOLES (20%), SE ADJUDICÓ LA VICTORIA DEL TARGET COMERCIAL (21%) Y EL LIDERAZGO ABSOLUTO EN PRIME TIME (21,2%), LATE NIGHT (CON UN 40,2%, EL SEGUNDO MEJOR REGISTRO DEL AÑO), DAY TIME (19,3%) Y TARDE (17%)**

5

## LA SEMIFINAL DE "LA VOZ" BATE SU RÉCORD DE SHARE (35,7%) Y SUMA CASI 400.000 ESPECTADORES HASTA SUPERAR LOS 5 MILLONES DE SEGUIDORES

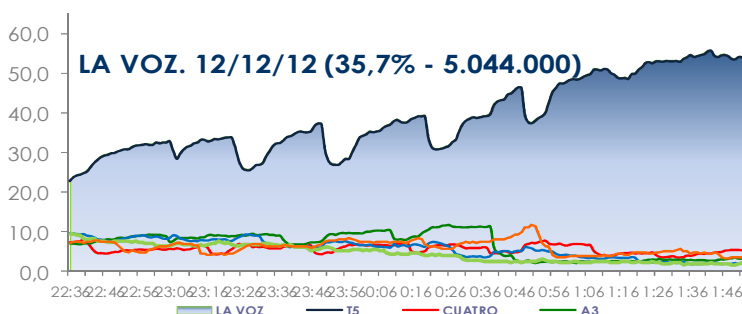
Fue la emisión más vista del día con **5.044.000 espectadores**

En su franja coincidente, el programa de Telecinco lideró de forma absoluta con **28,2 puntos de diferencia** frente a la segunda opción de la noche



Registró el **minuto de oro de la jornada (23:05h.) con 6.660.000 espectadores (32,8%)**. En total 11.036.000 personas conectaron en algún momento con el concurso

Targets	T5	A3
Ind. 4+	35,7	7,5
T.C.	38,1	7,5
Hombres	29,1	6,0
Mujeres	41,2	8,8
4-12	37,5	6,2
13-24	48,1	5,0
25-34	40,8	4,4
35-54	35,6	7,6
55-64	32,1	9,4
65 y más	29,9	9,2
ALTA-MEDIA ALTA	28,2	11,5
MEDIA	36,7	6,9
MEDIA BAJA	38,4	6,4
BAJA	44,2	2,5
AND	37,3	9,1
CAT	32,4	6,3
EUS	33,8	8,2
GAL	31,2	5,9
MAD	36,0	8,3
VAL	38,6	7,9
CLM	42,8	5,0
CAN	40,2	3,7
ARAGON	32,2	10,0
ASTURIAS	39,7	8,1
BALEARES	39,7	5,3
MURCIA	35,5	6,2
CASTILLA Y LEÓN	32,5	8,8
RESTO	31,2	8,2



El concurso de Telecinco **creció en el target comercial hasta el 38,1% de share** tras liderar de forma absoluta todos los targets de edad y clases sociales, alcanzando el 48,1% de cuota de pantalla en los espectadores 13-24 años y el 40,8% en el grupo 25-34 años

Por mercados geográficos, fue la primera opción en todas las regiones, con un destacado seguimiento en Castilla La Mancha (42,8%), Canarias (40,2%), Asturias y Baleares (39,7%), Valencia (38,6%), Andalucía (37,3%) y Madrid (36%)

El programa previo a la gala, **"La Voz: directos"**, segunda emisión más vista del día (3.553.000 y 17,1%), lideró en el target comercial y en todos los públicos menores de 64 años

El programa generó en Twitter **30 trending topics nacionales y 8 mundiales**. En esta red social, el programa batió anoche su propio récord con **322.000 comentarios** con una media también récord de 235 comentarios por minuto. A las 22:25h. se registró el “minuto de oro” con 1.912 comentarios en Twitter

**Informativos Telecinco 21:00 h.**, presentado por Pedro Piqueras, se situó como el informativo más visto del día en todas las cadenas y tercera emisión con más espectadores del miércoles (2.360.000 y 13,1%)

“**El programa de Ana Rosa**” (19,2% y 556.000) se impuso a todas las cadenas en su franja de emisión

Por la tarde, el tándem formado por “**Sálvame diario**” (1.905.000 y 16,5%) y “**Pasapalabra**” (2.307.000 y 15,1%) no encontró rival en su franja



**BOING, POR DELANTE DE DISNEY CHANNEL EN TARGET INFANTIL (11,7% VS. 10,2%)**

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASET**españa.

