

## 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%)**



## 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

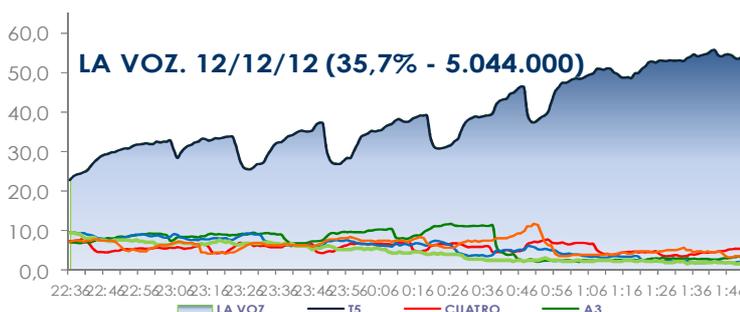
Fue la emisión más vista del día con **5.044.000 espectadores**

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 mas        | 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.

