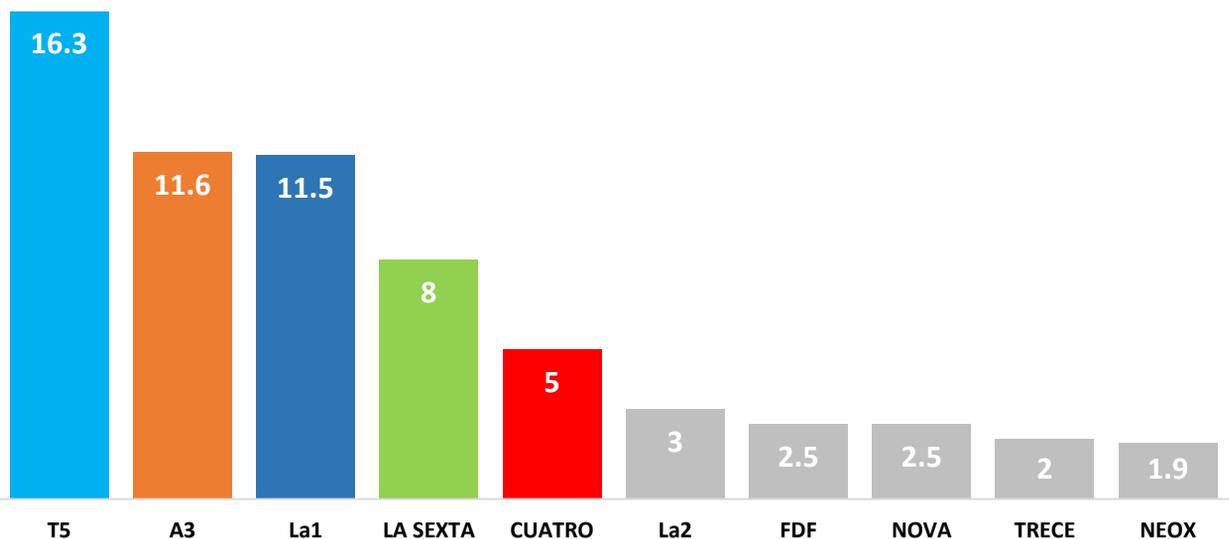


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO:** Informativos T5 21 horas es lo más visto del día al cosechar un 16.8% de cuota, 2.721.000 espectadores y 63.1% de fidelidad.
- **MINUTO DE ORO:** El Minuto De Oro de ayer fue para Telecinco a las 23:05 con el 18.6% de share y 3.092.000 espectadores durante el capítulo de **La Que Se Avecina**.
- La semifinal de **Masterchef Celebrity** fue líder de su franja de emisión y el contenido no informativo más visto del día con un 20.8% de cuota, 2.530.000 espectadores y 52.1% de fidelidad. El talent se sitúa un 80.7% por encima del canal, al que aporta el 28.8% de su audiencia diaria.
- 6.6% de share para **Toy Boy** y 926.000 espectadores en el Prime Time de Antena 3. Con más de 2.4 millones de contactos, Toy Boy logra una fidelidad que roza el 40% en sus 75 minutos de duración.
- El nuevo capítulo de **LQSA** funciona de manera más que notable siendo segunda opción de su franja con un 18.9% de cuota, 2.456.000 espectadores y llegando a los 5.6 millones de contactos. Alcanza el 43.2% de fidelidad en sus 125 minutos de duración.
- **Enviado Especial** se marca anoche un 5.3% de share y 818.000 espectadores en pleno Prime Time de La Sexta. Enviado Repoblación aporta el 6.3% del dato de la cadena en el día. La media de edad de su público: 53 años.
- Segundo mejor dato de temporada para **En el Punto de Mira** al firmar un 6% de cuota, 896.000 espectadores y ser visto al menos un minuto por 3.119.000 personas. Su fidelidad del 28.7% lo eleva un 20.2% por encima de Cuatro.

TOP 10 CADENAS

CUOTA%

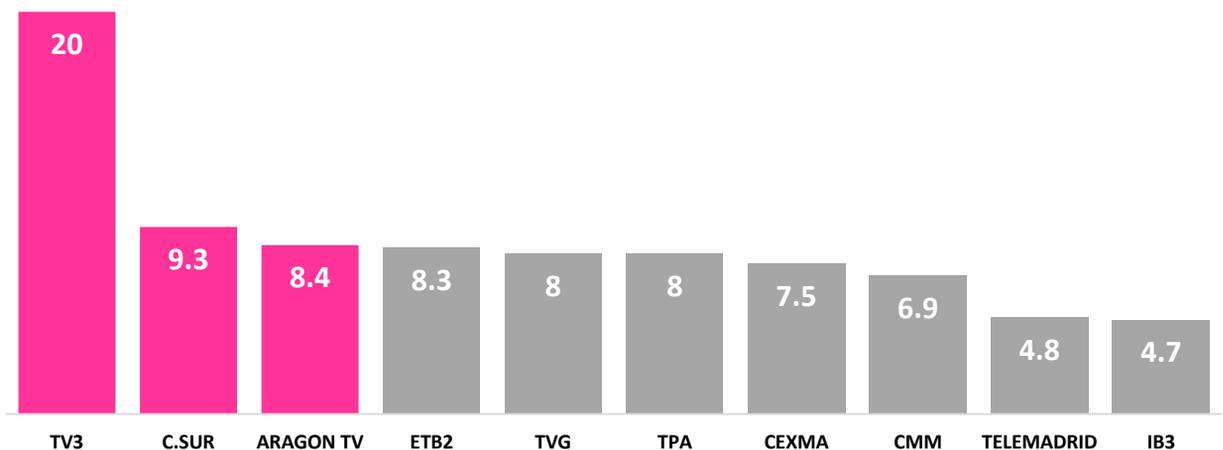


AUTONÓMICAS

- El estreno de **Escala Sur** en el Prime Time de Canal Sur firma en una noche muy complicada un 6.2% de cuota, 187.000 espectadores, 549.000 contactos. El nuevo programa de Roberto Leal firma un 34% de fidelidad.
- El **APM** continúa fortísimo en la noche catalana liderando su franja con un 18.7% de cuota, 477.000 espectadores y 58.3% de fidelidad. 22.8% comercialmente hablando en TV3.
- El reportaje **Quiénes Pagarán Nuestras Pensiones** destaca en ETB2 al firmar un 7% de cuota, 52.000 espectadores, 169.000 contactos. La fidelidad del reportaje se elevó hasta el 30.9%.
- 4.8% de cuota, 34.000 espectadores y 146.000 contactos para **Haciendo Amigos Con Calero** en el Prime Time de TV Canarias. 10% de aportación al canal y mejor dato que el estreno de la semana pasada.
- Segundo mejor dato de temporada para **Un Lugar Para Quedarme** al firmar un 12.1% de cuota, 65.000 espectadores y 132.000 contactos. Su fidelidad del 49% nos indica que gusta y mucho. Se sitúa un 43.9% por encima de Aragón TV.
- **Fred i Calent** iguala su mejor dato anual en la televisión balear IB3 al firmar un 5.8% de cuota, 23.000 espectadores y 56% de fidelidad. 22.6% por encima del canal y 12.3% de aportación a la cadena autonómica.

TOP 10 AUTONÓMICAS

CUOTA%



CADENAS PAGO

- El ranking de cadena de Pago quedó ayer de la siguiente manera: **VAMOS** líder con el 7.1% de share en Pago. Segunda posición para **AXN** con el 5.3% de share en pago. La tercera plaza la ocupó **TNT** con el 5.2% de share en Pago.
- Un día más, el canal de Movistar+ **Vamos** vuelve a liderar el Pago gracias a la **copa Davis**. La final de la Copa Davis logró un 12% de share en pago a las 18.17 horas y subió hasta el 18.9% de share a las 20.00 horas con el partido Croacia vs España.
- Dejando a un lado el tenis, **The Rookie** fue el contenido no deportivo más visto del Pago con el 10.2% de share en pago y 130.000 espectadores. El capítulo de Prime Time (22.00h) de TNT logra una fidelidad superior al 57%.
- El estreno de la 7ª Temporada de **Ray Donovan** en Movistar Series firmó ayer un 0.7% de share en Pago y fue vista por 9.000 espectadores. La serie se eleva hasta el 1.3% de share en el Target Comercial, el preferido por los anunciantes.
- Sin contar el tenis, **AXN** fue la cadena de Pago más vista del día con el 5.3% de share en Pago. Destaca el capítulo de **Navy: investigación criminal** en el Access Prime Time con el 6% de share y 66.000 espectadores de media.

TOP 10 PAGO

CUOTA% TOTAL TV

