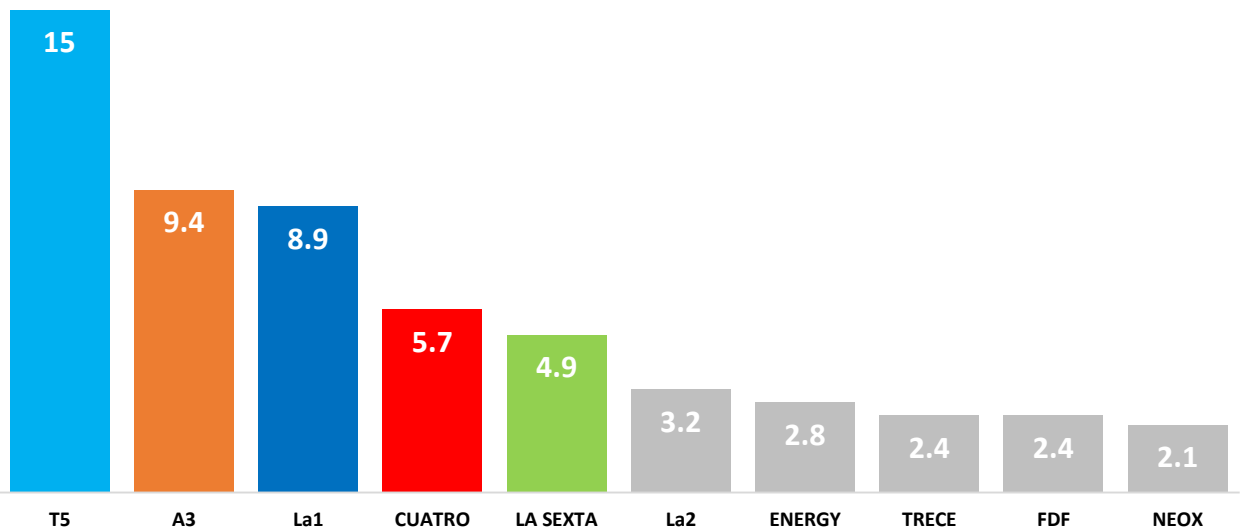


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO:** Informativos T5 21:00 fue lo más visto del domingo con el 14.6% de share y 2.452.000 espectadores en la noche de Telecinco.
- **MINUTO DE ORO:** El Minuto De Oro de ayer fue para Telecinco a las 23:28 horas con el 19.3% de share y 2.951.000 espectadores durante la emisión de **El tiempo del descuento**.
- Se confirma la buena acogida de **Lo de Évole** al promediar ayer un gran 10.6% de share y 1.922.000 espectadores. El programa dedicado a Junqueras se convierte en lo más visto de La Sexta en la jornada del domingo. 13.5% de share en Cataluña.
- Subida para **El tiempo del descuento** que lidera fácilmente su franja al firmar un gran 18.5% de cuota y 2.272.000 espectadores. Comienza en un 10.6% de cuota para terminar en un 35%.
- Muy buen 11.1% de share y 1.669.000 espectadores para '**En el corazón del mar**' en el prime time de Antena 3. El Peliculón logra un 17.9% de plusvalías.
- Anoche **El Objetivo** se conforma con el 4.3% de la audiencia y 702.000 espectadores en pleno prime time de La Sexta. Fue visto al menos 1 minuto por 2.7 millones de espectadores. 13.7% por debajo de la media de La Sexta.
- **Operación Triunfo** firma mínimo de temporada con un 10.6% de cuota, 1.553.000 espectadores y 5.028.000 contactos. Supone el 26% de la audiencia de La1. Es el contenido no informativo más visto del día del canal. Líder de 13 a 24 años con un 23.7% de cuota.
- **Cuarto Milenio** mantiene sus buenos registros de la semana pasada al hacerse con el 6.4% de cuota, 721.000 espectadores y 22.7% de fidelidad. Su media de edad 50 años.

TOP 10 CADENAS

CUOTA%

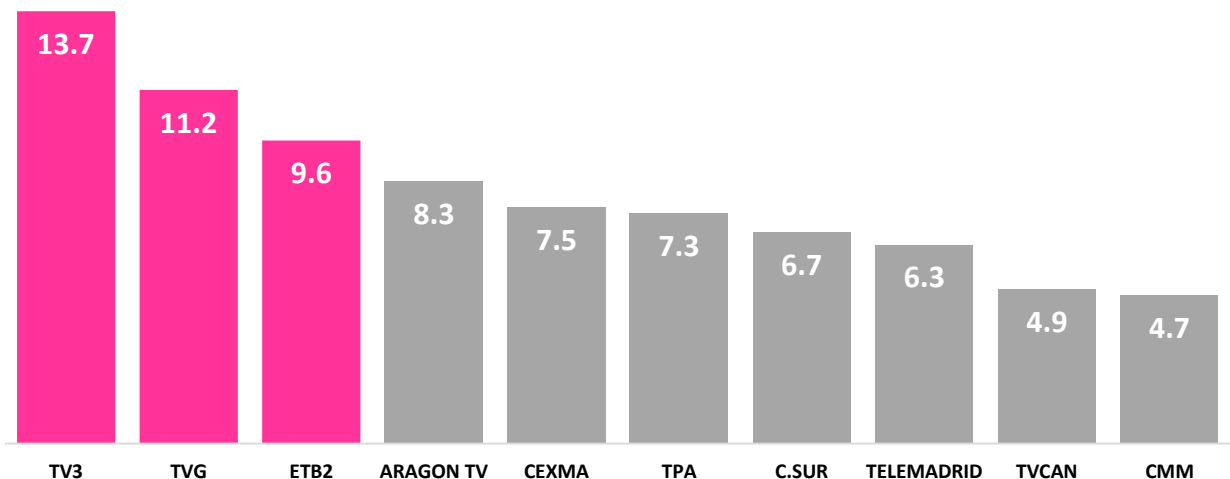


AUTONÓMICAS

- El segundo capítulo de **Auga Seca** confirma su buena acogida en el prime time de TVG al hacerse con el 7.8% de cuota, 66.000 espectadores y 56% de fidelidad. Enorme 14.5% comercialmente hablando. Repiten el 39.1% de los contactos del estreno.
- Muy bien de nuevo **Los Repobladores** como access del informativo mediodía de Canal Sur con un 7.4% de cuota, 83.000 espectadores y 44.5% de fidelidad. Un 27.7% por encima del canal en el día.
- 11.9% de cuota, 107.000 espectadores y 40.1% de fidelidad para la victoria del FC Barcelona Femenino en la **Supercopa de España**. El partido se sitúa un 9.3% por encima de la autonómica catalana TV3 en el día.
- 5.9% de cuota, 48.000 espectadores y 125.000 contactos para el programa de ETB2 dedicado al patrimonio de la iglesia católica. **360 Grados** firmó un 38.6% de fidelidad en sus 51 minutos de duración.
- **La Vuelta a la Comunidad Valenciana** termina con un 2.3% de cuota, 30.000 espectadores y 51.3% de fidelidad en la tarde de À Punt. 39.6% por encima del canal y supone el 7.5% de la audiencia del día.
- Mínimo para **Téntol** en el prime time de IB3 al firmar un 1.3% de cuota, 5.000 espectadores y 52.9% de fidelidad. Solo el 15.6% de su audiencia proviene de la semana pasada.

TOP 10 AUTONÓMICAS

CUOTA%



CADENAS PAGO

- El partido que enfrentó al **Real Betis contra el FC Barcelona** fue lo más visto del Pago al llegar al 53.2% de share en pago y 1.350.000 espectadores en Movistar La Liga. 58.4% de share en Andalucía y 64.3% de cuota en Cataluña.
- Gran dato también para el partido que enfrentó a **CA Osasuna y Real Madrid** al promediar un 41.3% de share en la sobremesa de Movistar La Liga. El partido de La Liga Santander fue seguido por 813.000 espectadores.
- Buen dato para la película **'Doom'** en AXN al alcanzar un 3.2% de share en pago y 23.000 espectadores. La cinta roza el 4% de share en el target comercial, el preferido por los anunciantes.
- El encuentro que enfrentó a **Gran Canaria Herbalife contra FC Barcelona** fue seguido por el 4.5% de la audiencia del pago, lo que se traduce en 80.000 espectadores en #Vamos. 12% de share para el partido en Cataluña y 10.4% de cuota en Canarias.
- Muy bien por Comedy Central al promediar ayer un 3% de share en pago y 66.000 espectadores con la película **'Ocho apellidos catalanes'**. La cinta sube hasta el 3.7% de cuota y 85.000 espectadores con la suma de su audiencia en diferido.
- Bien National Geographic que ayer llegó al 3.1% de share en pago y 62.000 espectadores con el documental **'Salvar el Titanic'**. El documental emitido en la sobremesa logra un 89.9% de plusvalías y 4.6% de share en el target comercial.

TOP 10 PAGO

CUOTA% PAGO

