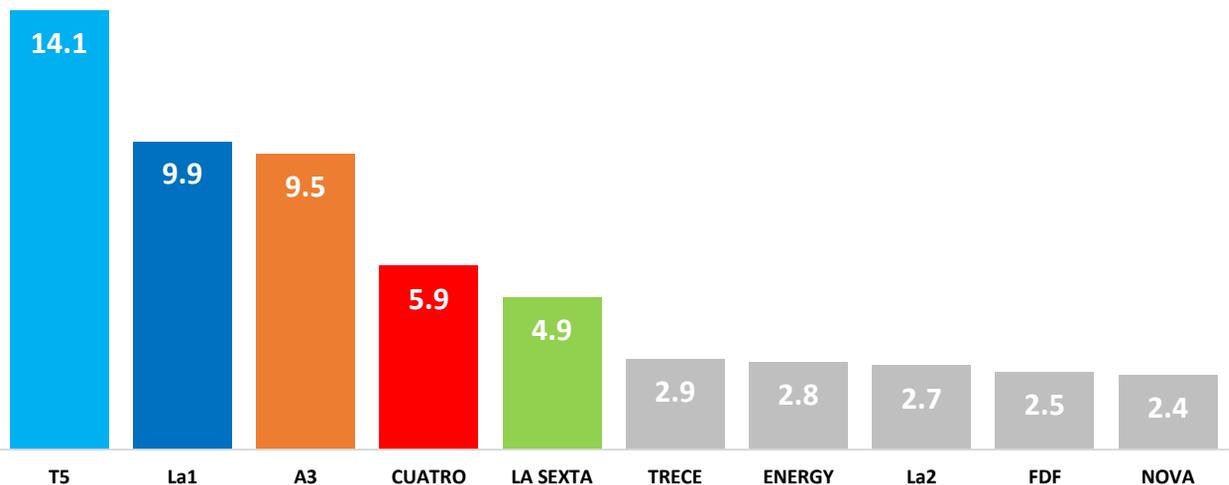


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO:** Máximo de temporada y lo más visto del día para la final de EL TIEMPO DEL DESCUENTO con un 19.5% de cuota, 2.335.000 espectadores y 38.3% de fidelidad. 38.1% por encima de Telecinco y supone el 34.8% de la audiencia de la cadena.
- **MINUTO DE ORO:** el Minuto De Oro de ayer fue para Telecinco a las 23:23 horas con el 19.2% de share y 2.957.000 espectadores durante EL TIEMPO DEL DESCUENTO.
- Muy buen 8.7% de share y 1.555.000 espectadores para **LO DE ÉVOLE**. El programa se sitúa como el programa más visto de La Sexta en el día. Plusvalías del 78.3%.
- Subida de 1.6 puntos para **OPERACIÓN TRIUNFO** al hacerse con el 12.2% de cuota, 1.635.000 espectadores y ser visto algún momento por 5.372.000 personas. Se sitúa un 23.1% por encima de La1. 30.4% entre los jóvenes de 13 a 24 años.
- **BLADE RUNNER 2049** firmó anoche un 9.3% de share y 1.251.000 espectadores en el prime time de Antena 3. Aporta cerca del 21% al dato logrado por la cadena en el día.
- Máximo de share en temporada para **UN PAÍS MÁGICO** al firmar un 2.8% de cuota ayer en La2. La visita a Almería fue seguida por 375.000 espectadores y logra 1.9% de plusvalías respecto a la cadena.
- Mejor resultado anual para **CUARTO MILENIO** con el 7.2% de cuota, 808.000 espectadores, 3.242.000 contactos y 24.9% de fidelidad. 22.6% mejor que Cuatro en total día.
- El cine de TRECE en prime time **INFIERNO DE COBARDES** se convierte en lo más visto de las TDTs con un 4.2% de cuota, 708.000 espectadores y 37.8% de fidelidad.

TOP 10 CADENAS

CUOTA%

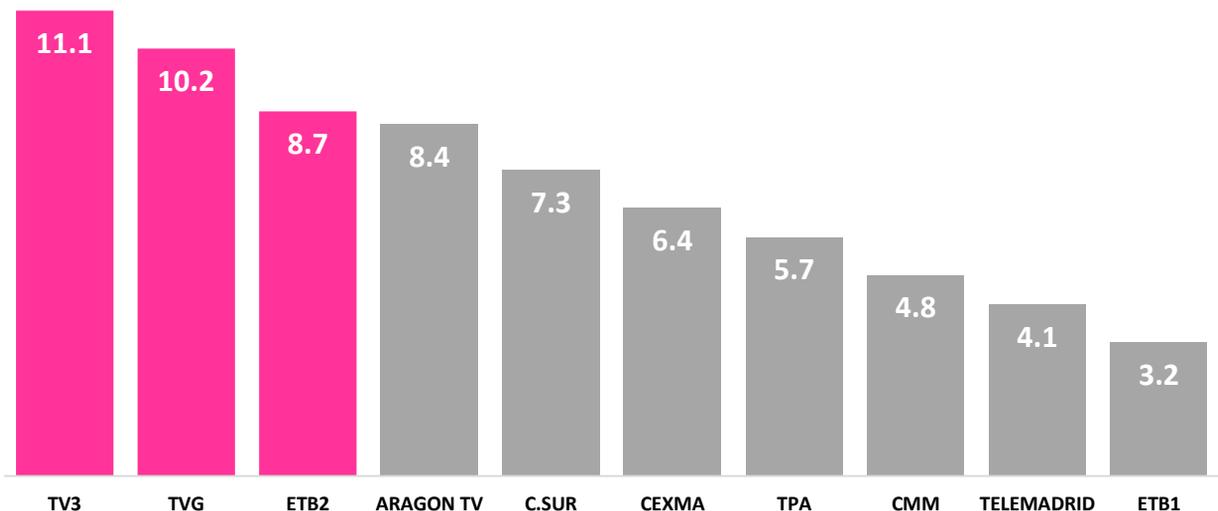


AUTONÓMICAS

- **CARNAVAL DE CÁDIZ** destaca en la pública andaluza Canal Sur al hacerse con el 7.5% de cuota, 197.000 espectadores y más de 1.1 millones de contactos. Promedia un 17.7% de fidelidad en sus 5 horas de duración y supone el 40.5% de la audiencia del canal.
- El estreno en TV3 de la serie **LA FOSSA** lidera con un 14.4% de cuota, 336.000 espectadores y 75.7% de fidelidad. 29.8% por encima de TV3 en el día.
- **360 GRADOS** destaca en el prime time de ETB2 con el 7.3% de cuota, 57.000 espectadores y 127.000 contactos. Gusta y mucho al promediar un 45.3% de fidelidad y sube al 11.2% comercialmente hablando.
- Máximo para la serie **AUGA SECA** al firmar un 10.3% de cuota, 90.000 espectadores y 58.5% de fidelidad en el prime time de la tele pública gallega TVG. La serie llega al 13.4% en el target comercial.
- À Punt estrena su nueva serie de ficción **LA FOSSA** ante el 1.8% de cuota, 36.000 espectadores y una fidelidad casi perfecta del 94.8%.
- **GENT DE LA MAR** se sitúa un 52.9% por encima de IB3 al firmar un 3.5% de cuota, 13.000 espectadores y 58.8% de fidelidad. El programa supone el 14.4% de la audiencia del canal autonómico balear.
- Dejando a un lado los informativos, **TERRITORIO VIVO** fue el contenido con mayor share de Aragón TV al firmar un 11.4% de cuota. El programa logra ser visto por 45.000 espectadores.

TOP 10 AUTONÓMICAS

CUOTA%



CADENAS PAGO

- Lo más visto del Pago fue el partido de **LIGA SANTANDER** entre el Real Madrid y Celta de Vigo con el 47.5% de share en pago y 1.168.000 espectadores en Movistar La Liga. Más de 2.1 millones de espectadores vieron en algún instante el empate a 2 entre ambos clubes.
- El Real Madrid de baloncesto conquistó su **28ª COPA DEL REY** ante el 17.1% de la audiencia del Pago, situándose como el 2º espacio más visto del Pago. 309.000 espectadores vieron la final completa en #Vamos, y más de 580.000 vieron algún minuto del partido.
- Tras los eventos deportivos, lo más visto del Pago fue la película **PUZZLE** emitida en Calle 13 con el 5.8% de share en pago y 120.000 espectadores. La película del año 2019 se sitúa un 54.3% por encima de la media de la cadena.
- Muy buen dato para la película **ASTERIX EN LOS JUEGOS OLÍMPICOS** al promediar un 7.4% de share en pago y 93.000 espectadores en Canal Hollywood. La cinta, emitida en la sobremesa, consigue plusvalías del 95.7% respecto a la cadena.
- **NIÑOS GRANDES** fue lo más visto de AXN en el domingo al promediar un 6.4% de share en pago y 64.000 espectadores. La película, emitida en la sobremesa de AXN, se sitúa un 97.2% por encima de la cadena.
- **ROAD TRIP** firmó anoche un 1.5% de share en pago en el canal TNT. El programa fue seguido por 37.000 espectadores en lineal y 110.000 contactos.

TOP 10 PAGO

CUOTA% PAGO

