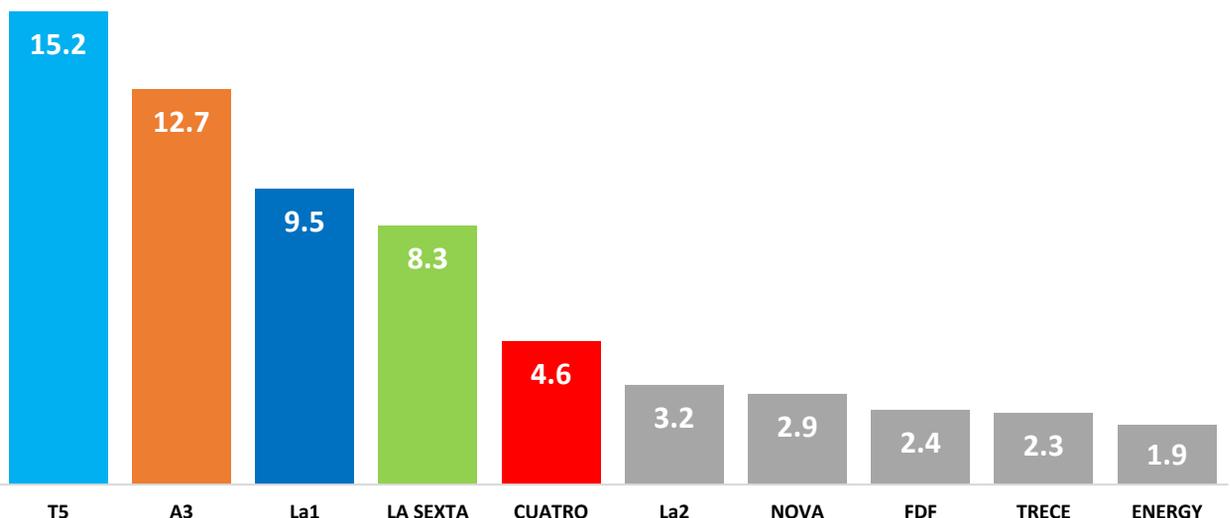


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO: INFORMATIVOS T5 21H** se convierte en lo más visto del día con el 16.9% de cuota, 2.722.000 espectadores, 5.164.000 contactos y 52.7% de fidelidad. 11.4% por encima de Telecinco.
- **MINUTO DE ORO:** el Minuto De Oro de ayer fue para Antena 3 a las 22:43 horas con el 17.3% de share y 3.041.000 espectadores durante **EL HORMIGUERO**.
- **QUE DIOS NOS PERDONE** se marcó anoche un 6.4% de share y 753.000 espectadores en el prime time de La Sexta. Escasa fidelidad del 17.2% en sus 143' de duración.
- El estreno de **KILLING EVE** en doble capítulo en el prime time de La1 promedia un 8.3% de cuota, 1.175.000 espectadores y 47% de fidelidad promedio.
- 12.7% de share y 1.566.000 espectadores para **QUIÉN QUIERE SER MILLONARIO** en el prime time de Antena 3. La fidelidad del programa fue del 35.9% en sus 111' de duración.
- **SUPERVIVIENTES ÚLTIMA HORA** líder de su franja de emisión con un 13.8% de cuota, 2.422.000 espectadores y 4.701.000 contactos en el Access de Telecinco.
- **PLANETA CALLEJA** mejora sus espectadores de la semana pasada al firmar un 5.4% de cuota, 742.000 espectadores y 26.8% de fidelidad. 16.5% de plusvalías con respecto a Cuatro.
- **MIL Y UNA NOCHES** en Nova se convierte en lo más visto de las TDTs con un 2.9% de cuota, 506.000 espectadores y 61.6% de fidelidad.

TOP 10 CADENAS

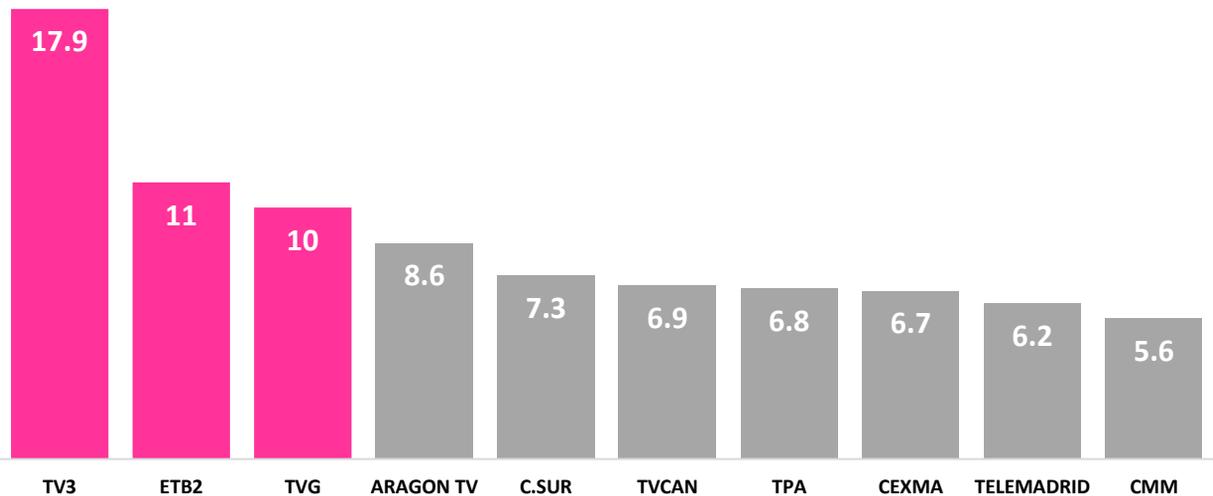
CUOTA%



AUTONÓMICAS

- 3.8% de cuota, 112.000 espectadores, 496.000 contactos y 22.6% de fidelidad para la segunda entrega de **ANDALUCÍA EN MOVIMIENTO** en el prime time de Canal Sur. Sube 8 décimas con respecto a su estreno de la semana pasada.
- **ESTÀ PASSANT** continúa de manera excelente como Access al Telenoticias Vespre de TV3 al firmar un 20.5% de cuota, 440.000 espectadores y 58.4% de fidelidad. Contenido no informativo más visto del canal.
- Máximo anual para **EN JAKE** en las mañanas de ETB2 con un excelente 17.6% de cuota, 37.000 espectadores y 30.9% de fidelidad. El magazine vasco se sitúa un 59.3% por encima del canal en el día.
- Gran resultado de los 8 capítulos de **A MIÑA FAMILIA** en uno de los prime times más difíciles al promediar un 9.8% de cuota, 76.000 espectadores y 33.5% de fidelidad promedio. Supone el 14.1% de la audiencia de TVG en cada día de emisión.
- **120 MINUTOS** continúa fortísimo en las mañanas de Telemadrid al firmar un 9.6% de cuota, 83.000 espectadores y 31.3% de fidelidad promedio. 53.2% por encima de Telemadrid.
- **UN LUGAR PARA QUEDARME** se consolida de nuevo como el contenido no informativo más visto de Aragón TV con un buen 9.6% de cuota, 51.000 espectadores y 116.000 contactos. Su fidelidad del 43.6% lo eleva un 11.6% por encima del canal en el día.
- Grandes datos para La7TV al firmar un 4.6% de cuota en el día. Sobresaliente todos y cada uno de sus espacios **INFORMATIVOS** al superar el 10% de cuota.

TOP 10 AUTONÓMICAS CUOTA%



CADENAS PAGO

- La victoria del Atlético de Madrid frente al Liverpool fue lo más visto del Pago con el 50.1% de share en pago y 951.000 espectadores durante los 90' de partido. La prórroga del partido de **CHAMPIONS LEAGUE** llegó al 51.4% en pago y 1.175.000 espectadores.
- Muy bien por **THE ROOKIE** en la noche de ayer de TNT. Se trata de la serie más vista del pago al firmar un 3.9% de share en pago y 86.000 espectadores de media. La serie se sitúa un 33.2% por encima de la media de la cadena en el día.
- **LATE MOTIV** fue el programa más seguido en el canal de Movistar+ #0. El programa presentado por Andreu Buenafuente firmó un 4.1% de share en pago y 79.000 espectadores. El programa sube hasta los 109.000 espectadores con la suma del diferido.
- La película más vista del Pago fue **LA VIDA EN JUEGO** en el prime time de AXN White. La cinta firmó un 2.5% de share en pago y 52.000 espectadores. Sube hasta el 2.7% de share en el target comercial, el preferido por los anunciantes.
- **VERGÜENZA AJENA** se cuelga ayer en el ranking de emisiones más vistas del pago al promediar un 1.9% de share y 33.000 espectadores en el Access prime time de MTV. El programa se eleva hasta el 4.9% de share en el target comercial, el preferido por los anunciantes.
- El capítulo de Access prime time de **MENTES CRIMINALES** en AXN llegó ayer al 2.6% de cuota y 46.000 espectadores en el pago.

TOP 10 PAGO

CUOTA% PAGO

