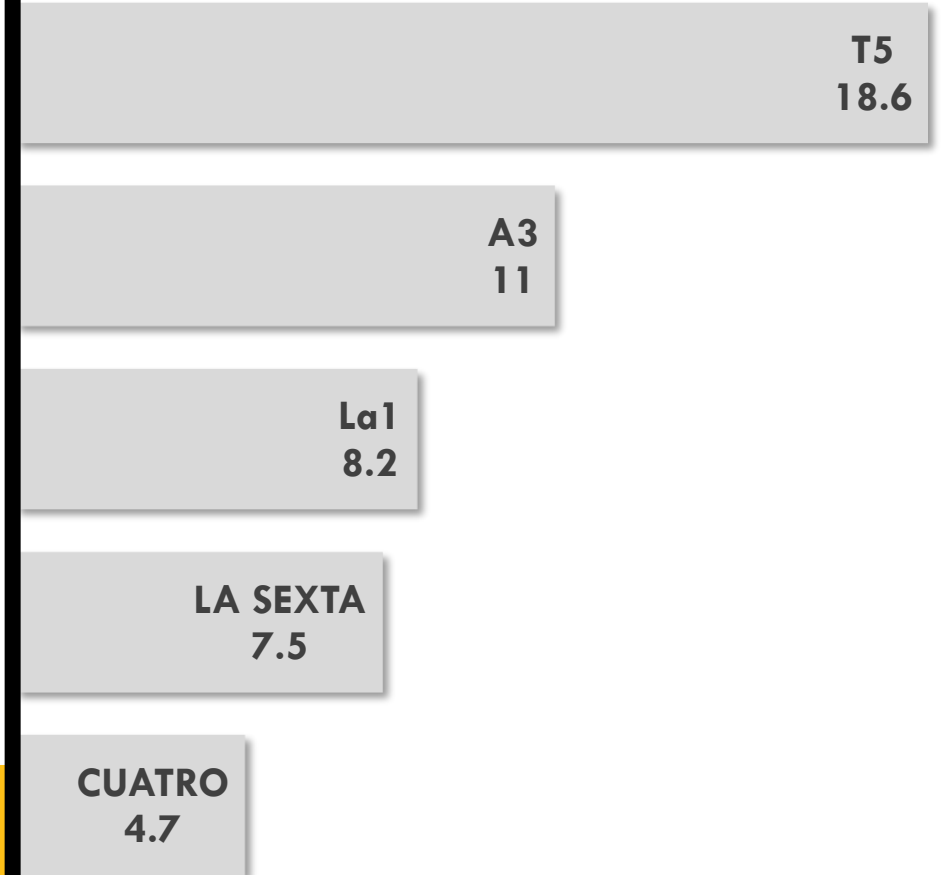


- Un jueves más SUPERVIVIENTES es líder absoluto y programa más visto del día con el 29.7% de share y 3.753.000 espectadores en Telecinco. 2° mejor resultado de temporada en la noche del jueves.
- Bien por EN EL PUNTO DE MIRA al situarse ayer un +4.4% por encima de la media de Cuatro en el día. El programa firmó un 4.9% de share y 817.000 espectadores.
- ANTENA 3 NOTICIAS 1 continúa fortísimo siendo el informativo más visto del día y líder de su franja con un 18% de cuota y 2.860.000 espectadores. Gusta y mucho al promediar un 64.9% de fidelidad.
- 2° mejor dato de cuota y espectadores en el año para EL CASCABEL en Trece con la visita de Pablo Casado con un 2.9% de cuota, 485.000 espectadores y 25.8% de fidelidad.

RANKING CADENAS ABIERTO

CUOTA%



MINUTO DE ORO

23:14H. SUPERVIVIENTES (T5)

26.3% DE SHARE Y 4.787.000 ESPECTADORES

- Mejor dato en las últimas 3 semanas para POLÒNIA con un 19.6% de cuota, 547.000 espectadores y 740.000 contactos en TV3.
- 2º mejor dato de temporada para VASCOS POR EL MUNDO en su viaje a Graz firmando un 9.8% de cuota, 86.000 espectadores y 44.1% de fidelidad en ETB2.
- El 23.6% de la audiencia de TVG viene de LAND ROBER TUNAI SHOW al ser el contenido no informativo más visto del canal con un 10.9% de cuota, 103.000 espectadores y 35.1% de fidelidad.
- Fortísimo 120 MINUTOS que supera la barrera de los 100.000 espectadores en la mañana de Telemadrid al firmar un 9% de cuota y 101.000 espectadores.



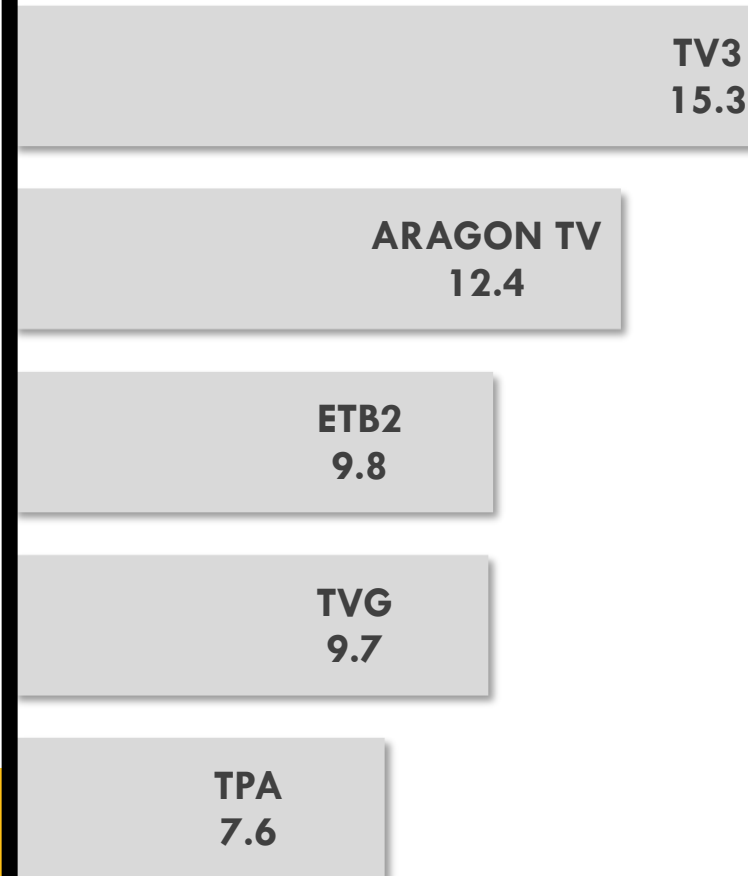
PROGRAMA
MAYOR
SHARE

CUINES (TV3)

22.4% DE SHARE Y 490.000 ESPECTADORES

RANKING CADENAS AUTONÓMICAS

CUOTA% ÁMBITO EMISIÓN



- La película más vista del día en el pago fue WIND RIVER en TNT con el 4.9% de share en pago en pleno prime time. La cinta fue seguida por 84.000 espectadores.
- Buen dato de NAVY INVESTIGACIÓN CRIMINAL en el prime time de AXN al registrar un 4.2% de cuota en pago y 75.000 espectadores. La serie se sitúa un 28.7% por encima de la media de AXN.
- En la franja de tarde, JOHN RAMBO reunió ayer al 5.2% de la audiencia del pago en el canal AMC. La película llegó a los 68.000 espectadores y roza el 7% de share en el target comercial.
- LATE MOTIV fue el programa más visto de #0 al firmar ayer un 3.8% de share en pago y elevarse hasta el 5.5% de share en el target comercial, el preferido por los anunciantes.



PROGRAMA
MÁS VISTO

HAWAI 5.0 (FOX)

9.1% DE SHARE Y 111.000 ESPECTADORES

RANKING CADENAS PAGO

CUOTA% SOBRE PAGO

