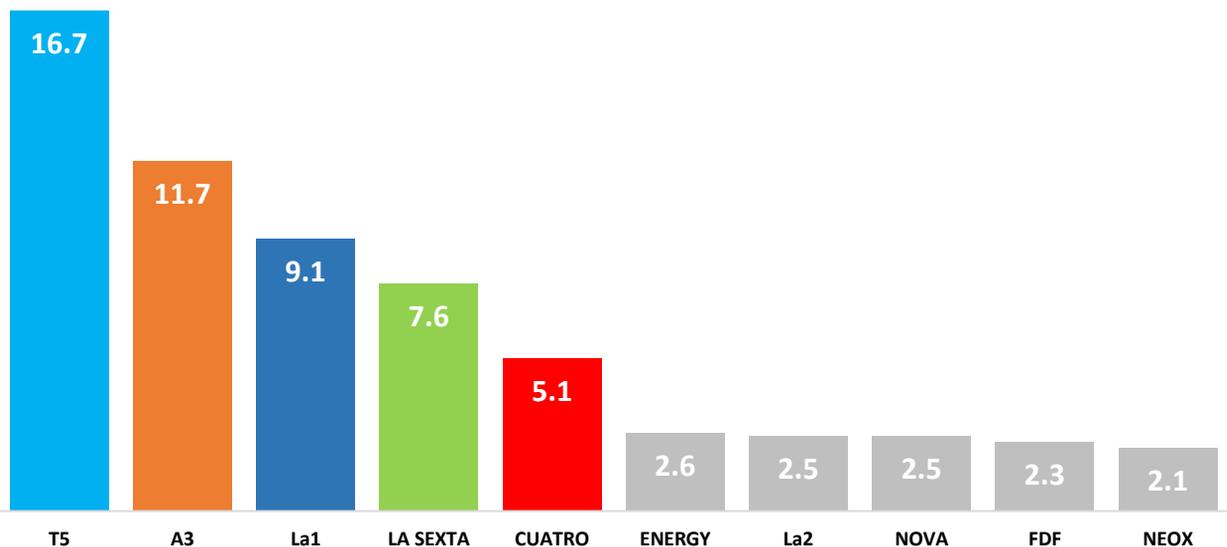


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO:** El Hormiguero fue lo más visto del día con el 14.6% de share y 2.530.000 espectadores en Antena 3. La visita de Rajoy logra más de 5.8 millones de contactos y una fidelidad superior al 43%.
- **MINUTO DE ORO:** El Minuto De Oro de ayer fue para Antena 3 a las 22:48 horas con el 20.2% de share y 3.523.000 espectadores durante la emisión de El Hormiguero con la visita de Mariano Rajoy.
- Máximo de temporada para **En el punto de mira** al firmar un gran 8.3% de share y 1.195.000 espectadores en Cuatro. El cambio de día le sienta muy bien a En el punto de mira y se convierte en el programa más visto de Cuatro en el día.
- Subida para **La que se avecina** al registrar un 17.9% de share y 2.287.000 espectadores en Telecinco. La serie mejora un 7.2% el dato de la semana pasada y firma su segundo mejor registro de la temporada.
- 8% de share y 1.058.000 espectadores para el capítulo de anoche de **Toy Boy** en Antena 3. Mejor dato desde el 16 de octubre para Toy Boy y quinto mejor registro para la serie en la temporada.
- Buen 7.1% de share para **Enviado Especial** y 1.036.000 espectadores en La Sexta. El programa llega al 35.6% de fidelidad y es visto al menos un minuto por más de 2.9 millones de espectadores.
- 8.3% de share para **España Directo** y 930.000 espectadores en la tarde de La1. España Directo roza el 38% de fidelidad y aporta el 7% al dato logrado por La1 en el día.
- El segundo capítulo de **Hayat** logró un 1.7% de share en la tarde de Divinity. La telenovela turca fue seguida por 174.000 espectadores y consigue un espectacular 47.5% de share.
- 1% de share y 147.000 espectadores para **La Hora Musa** en el prime time de La2. La Hora Musa logra atraer al menos un minuto a más de 1.1 millones de espectadores.

TOP 10 CADENAS

CUOTA%

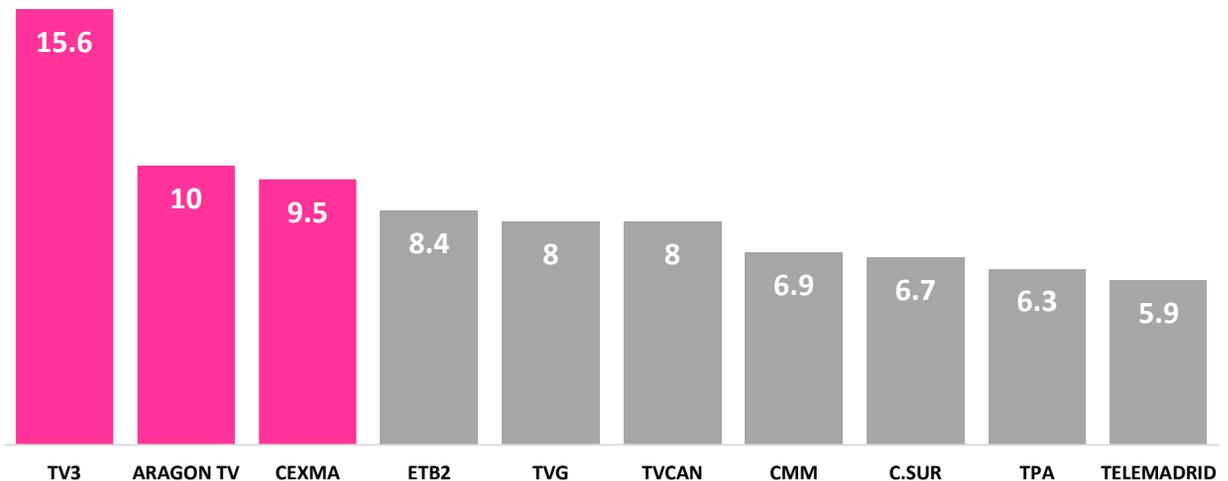


AUTONÓMICAS

- **Dar la campanada** reunió ayer al 3.1% de la audiencia en pleno Prime Time de CMM y fue seguido por 24.000 espectadores. Dar la campanada logra 87.000 contactos, una fidelidad que roza el 28% y aporta cerca del 5% del dato logrado por la cadena en el día.
- Muy buen 2.5% de share para nuestros amigos de **Ur Handitan** y 19.000 espectadores en el Access Prime Time de ETB1. Ur Handitan logra plusvalías del 66.7% respecto a la cadena y es el programas más visto de ETB1 en el día.
- Gran 10.2% de share y 52.000 espectadores para el magazine **En compañía**. El programa de CMM es el que más aporta a la cadena de toda la parrilla con cerca del 25%. Más del 35% de fidelidad en sus más de 2 horas de duración.
- Muy contentos con el 8.4% de share logrado por **EiTB Maratoia** en la noche de ETB2. Cerca de 50.000 vascos siguieron este programa solidario, muy necesario en las televisiones públicas.
- Anoche **Gent de Mercats** firmó un 9.1% de share y 173.000 espectadores en TV3. Bajada del 22.2% respecto al dato logrado en su estreno por Gent de Mercats. Su fidelidad es altísima con el 48.3%.
- 2.4% de share para el especial **Solidarios** en el prime time de Canal Sur. El programa especial contra la violencia machista firmó un 3.9% de cuota y 111.000 espectadores con la emisión de la cinta 'No estás sola'.
- 2.3% de share promedia ayer **Oro Molío** en La7 TV y 10.000 espectadores en sus dos programas en Prime Time. 69.000 murcianos vieron al menos un minuto alguno de los dos programas emitidos anoche. Su fidelidad alcanza el 23.6%.

TOP 10 AUTONÓMICAS

CUOTA%



CADENAS PAGO

- El ranking de cadena de Pago quedó ayer de la siguiente manera: Movistar Liga de Campeones líder con el 11.9% de share en Pago. Segunda posición para el segundo canal de Movistar Liga de Campeones con el 6.5% de share en pago. La tercera plaza la ocupó AXN con el 4.6% de share en Pago.
- Lo más visto del universo Pago fue la Champions League. El partido **Inter-Barcelona** fue seguido por el 30.8% de share en pago y 629.000 espectadores en Movistar Liga De Campeones. El encuentro **Ajax-Valencia** llegó al 16.7% de share en pago y 339.000 espectadores.
- Tras el fútbol **The Good Doctor** fue lo más visto del Pago con el 8.7% de share en pago y 126.000 espectadores. La serie de AXN se sitúa un 87.9% por encima de la media del canal en el día.
- 0.5% de share en pago para **Capítulo 0** y 10.000 espectadores en pleno Prime Time de #0. El programa de humor logra 72.000 contactos y una fidelidad del 13.7%.
- Buen resultado para la película **'El último cazador de Brujas'** en en Access de AMC con el 5% de share en pago y 81.000 espectadores.

TOP 10 PAGO

CUOTA% PAGO

