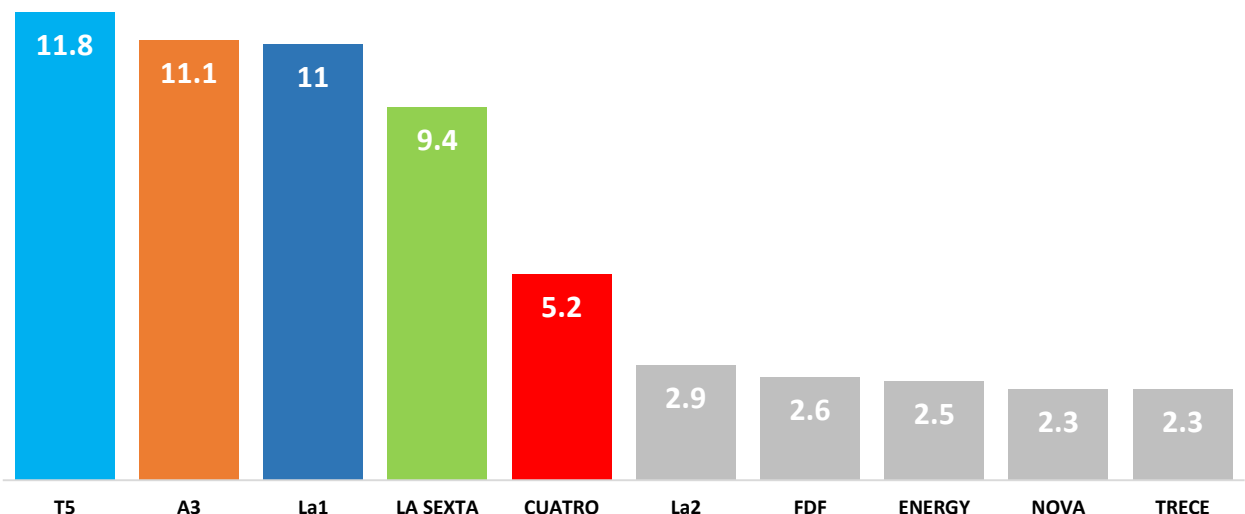


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO:** Lo más visto del día fue El Intermedio con el 14.7% de share y 2.596.000 espectadores. El programa de La Sexta arrasó a la competencia y fue visto al menos un minuto por más de 5.7 millones de espectadores.
- **MINUTO DE ORO:** El Minuto De Oro de ayer fue para La Sexta a las 22:09 horas con el 18.5% de share y 3.319.000 espectadores durante la emisión de **El Intermedio**.
- Ayer **El Hormiguero** se sitúa como el segundo programa más visto del día al promediar un 13.7% de share y 2.436.000 espectadores. El programa roza el 40% de fidelidad y suma más de 6.1 millones de contactos durante su emisión.
- La1 repite como la cadena elegida para seguir la **investidura de Pedro Sánchez** con el 20.1% de cuota, 1.500.000 espectadores y 30.9% de Fidelidad. Además, 4.1% y 303.000 le sigue en el simulcast en el canal 24H.
- **Informativos T5 21 horas** es el telediario más visto del día con el 13.1% de cuota, 2.205.000 espectadores y 3.414.000 contactos, alcanzando el 64.6% de fidelidad.
- El estreno de la 2ª temporada de **Un país para escucharlo** logra un gran 3.3% de share en el late night de La2 y fue seguido por 479.000 espectadores. El programa aporta el 9.4% del dato de La2.
- **Amar a muerte** se estrena en las tardes de Nova ante el 2.2% de cuota, 232.000 espectadores y 50.5% de fidelidad.
- El Western '**Desafío en la Ciudad Muerta**' es lo más seguido de las TDTS firmando un 5% de cuota, 574.000 espectadores, 1.322.000 contactos y 43.5% de fidelidad en la tarde de TRECE.

TOP 10 CADENAS

CUOTA%

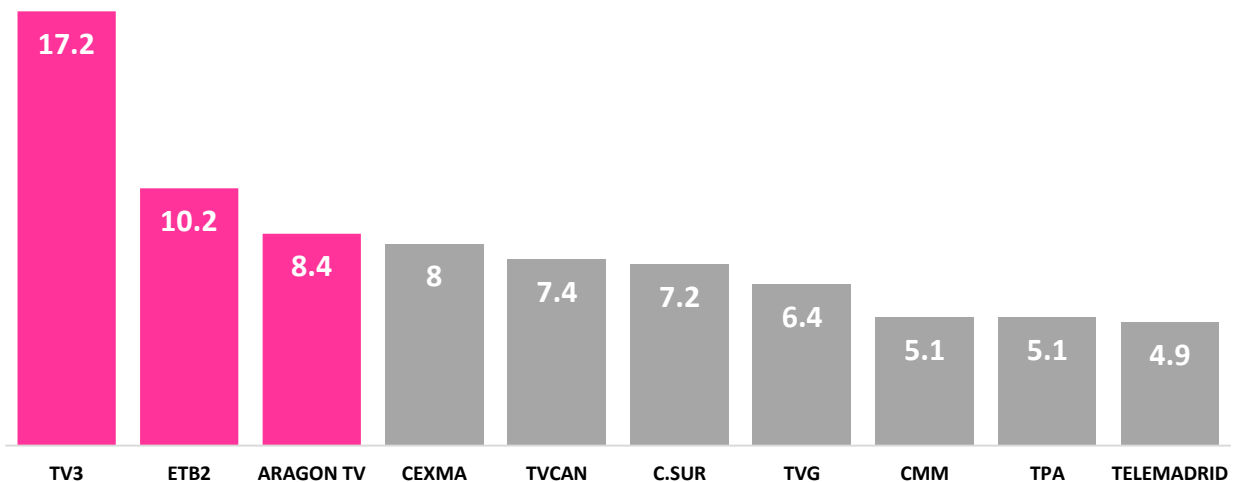


AUTONÓMICAS

- **Està Passant** vuelve líder a la parrilla de TV3 con el 18.9% de cuota, 418.000 espectadores, 777.000 contactos y 53.9% de fidelidad. El programa logra un +10% de plusvalías frente al dato del canal en el día.
- 8.5% de cuota, 73.000 espectadores y 39% de fidelidad para **Larpeiros Social Club**, cosechando unas plusvalías del 34.3% con respecto a TVG en el total día.
- **Madrileños por el mundo** comienza el año muy bien en el Prime Time de Telemadrid con el 6.2% de cuota, 117.000 espectadores y 376.000 contactos. Su fidelidad del 31.3% lo impulsa un 27.5% por encima del canal en el día.
- **Inoblidables** vuelve a la parrilla de À Punt firmando un 2.3% de cuota y 39.000 espectadores. El programa autonómico valenciano logra un total de 94.000 contactos y 41.8% de fidelidad. Datos similares a la cadena en el día.
- 7.1% de cuota y 40.000 espectadores para la emisión de ayer de **Atrápame** en Aragón TV. El programa consigue un gran 43.6% de fidelidad en la versión de noche con Iñaki Urrutia.
- **Oro molío** sigue arrojando grandes datos para La7 TV. El programa murciano logra un 3.2% y 3.3% de share en sus dos emisiones de anoche respectivamente. Los dos programas fueron seguidos por 16.000 espectadores de media.
- 3.5% de share para **Solidarios**, el programa de Access Prime Time de Canal Sur. 115.000 espectadores siguieron el programa andaluz.

TOP 10 AUTONÓMICAS

CUOTA%



CADENAS PAGO

- **Late Motiv** arrasó ayer y se sitúa como el programa más visto del universo Pago con 149.000 espectadores y 11.2% de share en pago. El programa presentado por Andreu Buenafuente supera el 42% de fidelidad y aporta cerca del 30% del dato de #0.
- 2.3% de share para lo nuevo de **Vikingos** en el prime time de TNT y 26.000 espectadores. La serie supera los 100.000 contactos y aporta cerca del 6% del dato de la cadena en el día.
- Muy buen 4.1% de share en pago para '**El reino de los cielos**' en pleno prime time de AXN. La película fue seguida por 49.000 espectadores de inicio a fin.
- 3.1% de share en pago se marcó anoche **Cómicos** en pleno prime time de #0. 36.000 espectadores siguieron el programa de humor, que aporta el 6.4% del dato de la cadena en el día.
- Los 2 nuevos capítulos de **Swamp Thing** en el late night de TNT promedian un 1.5% de share en pago y 15.000 espectadores. 158.000 contactos y 18.5% de fidelidad para los 2 capítulos de Swamp Thing.
- Los 2 capítulos de **Safe Harbour** se marcan anoche un 1.5% de share en pago en Calle 13 y 18.000 espectadores de media. La serie firma un 20.4% de fidelidad, 166.000 contactos y 14.8% de aportación a la cadena.

TOP 10 PAGO

CUOTA% PAGO

