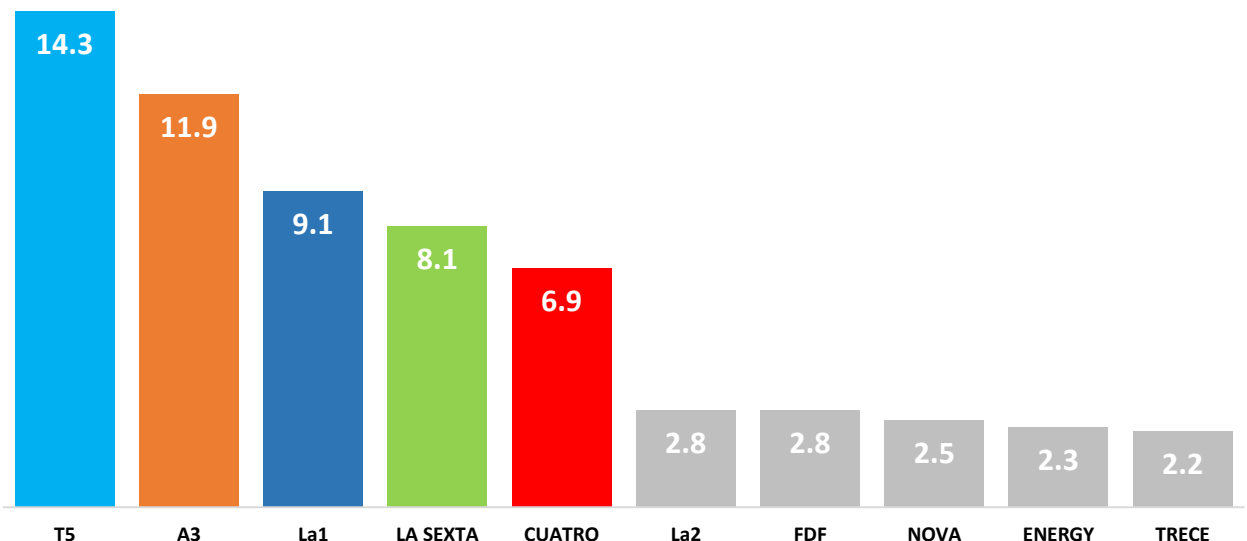


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO:** 2.646.000 espectadores vieron anoche El Hormiguero en Antena 3, lo que se traduce en el 14.9% de la audiencia. Programa más visto de la televisión.
- **MINUTO DE ORO:** El Minuto De Oro de ayer fue para Antena 3 a las 22:45 horas con el 18.5% de share y 3.271.000 espectadores durante la emisión de **El Hormiguero**.
- **La isla de las tentaciones** confirma su gran acogida al firmar en Cuatro un 17.2% de cuota y 2.270.000 espectadores.
- La película **'Océanos de Fuego'** se conforma en el prime time de La1 con el 7.5% de cuota y 958.000 espectadores.
- 12.9% de share para **Antena 3 Noticias** en su edición de la noche y 2.099.000 espectadores. La entrevista de Vicente Vallés a Pablo Iglesias fue vista al menos un minuto por más de 3.6 millones de espectadores.
- El estreno en abierto de los dos primeros episodios de la Temporada 2 de **The Good Doctor** promedia un 11.9% de cuota (10.3%, +13.7%), 1.967.000 espectadores y 50.9% de Fidelidad.
- 11.5% de share para el estreno de **Perdida** y 1.742.000 espectadores en el prime time de Antena 3. La serie supera el 50% de fidelidad y aporta casi el 8% del dato de Antena 3 en el día.
- **Un país para escucharlo** firmó anoche un buen 2.3% de cuota y 347.000 espectadores en La2. El programa logra más de 1.5 millones de contactos y aporta más del 7% al dato logrado por La2.
- **La Gala de Donde estabas entonces** registró anoche un 7.8% de share y fue seguido por 1.128.000 espectadores en La Sexta. Logra más de 3.9 millones de contactos con una ocupación publicitaria del 7.8%.

TOP 10 CADENAS

CUOTA%

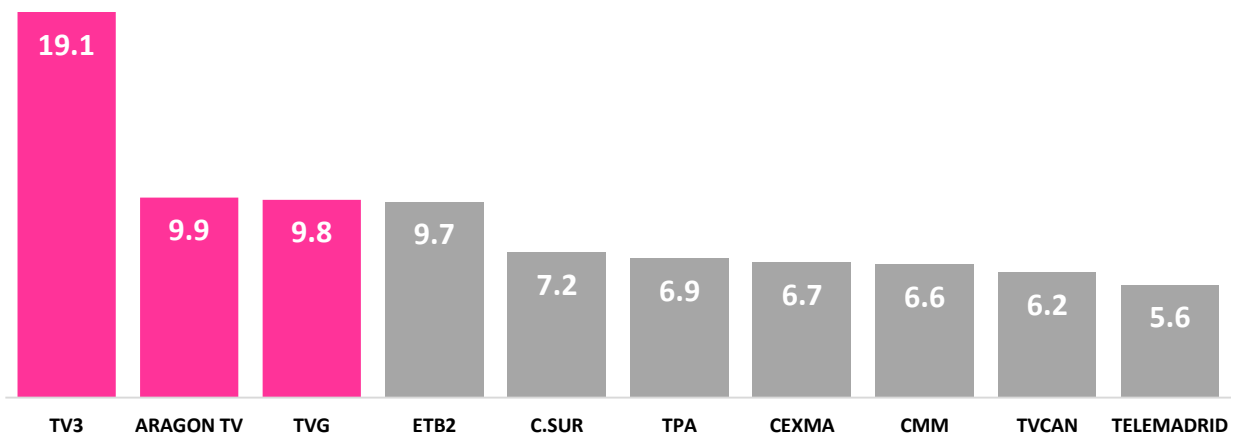


AUTONÓMICAS

- El equipo de **Andalucía Directo** celebra con éxito sus 5.500 programas en la tarde de Canal Sur con el 13.5% de cuota, 282.000 espectadores y 40.8% de fidelidad. El programa se sitúa un 88.7% por encima del canal y supone el 22.2% de los puntos obtenidos en el día.
- El concurso **Yo Sé Más Que Tú** continúa muy bien en la tarde de ETB2 al hacerse con el 8.8% de cuota y 36.000 espectadores. El programa de la televisión vasca se hace con el 47.3% de fidelidad.
- La noche de episodio doble de **Madriños por el mundo** supone el 13.2% de la audiencia de Telemadrid en el día al promediar un 4.1% de cuota, 70.000 espectadores y 29.7% de fidelidad promedio.
- **Atrápame** en su versión de noche funciona muy bien en el prime time de Aragón TV conquistando al 7.8% de cuota y 42.000 espectadores. El programa de la autonómica aragonesa llegó ayer a los 123.000 contactos.
- **La Meteo de IB3** dobla la media de la cadena balear al firmar un 8.1% de cuota y 14.000 espectadores. El espacio meteorológico de la cadena balear registró un gran 64.4% de fidelidad.
- El derbi de **fútbol sala** entre el Cartagena y El Pozo Murcia destaca en La7 TV con el 3.2% de cuota y 18.000 espectadores. El encuentro de fútbol sala llegó a los 95.000 contactos y 18.7% de fidelidad.

TOP 10 AUTONÓMICAS

CUOTA%



CADENAS PAGO

- Muy bien por **Late Motiv** que se convierte un día más en el programa más visto del Pago con el 9.9% de share en pago y 131.000 espectadores. El programa presentado por Buenafuente sube hasta el 15.8% en el target comercial, el preferido por los anunciantes.
- El encuentro de la Liga Smart Bank entre **Las Palmas y el Real Zaragoza** firmó un buen 8.3% de share en pago en #Vamos y 110.000 espectadores. 2º espacio más visto del Pago en el día.
- Buen 3.8% de share en pago para la película '**El caso Heineken**' en el prime time de AXN. La película fue seguida por 53.000 espectadores. La media de edad de su público fue de 55 años.
- 3.7% de share en Pago para **NCIS Los Angeles** en FOX en su capítulo de las 22.00 horas. En los 6 capítulos que emitió anoche FOX, la serie promedia un 5.1% de cuota en pago y 46.000 espectadores.
- Gran 7.7% de share en pago para **Ilustres Ignorantes** y 108.000 espectadores en la noche de #0. El programa de Movistar+ supera el 53% de fidelidad y llega al 10.4% de cuota en el target comercial.
- Buen estreno de la serie **Balthazar** en Calle 13 al registrar un 5% de share en pago y 68.000 espectadores en los dos capítulos emitidos. La serie superó el 45% de fidelidad en sus 2 capítulos y +41.6% de plusvalías.
- 2.8% de share en pago para **Vikingos** y 38.000 espectadores en pleno prime time de TNT. La serie logra un buen 3.7% de share en el target comercial, el preferido por los anunciantes.

TOP 10 PAGO

CUOTA% PAGO

