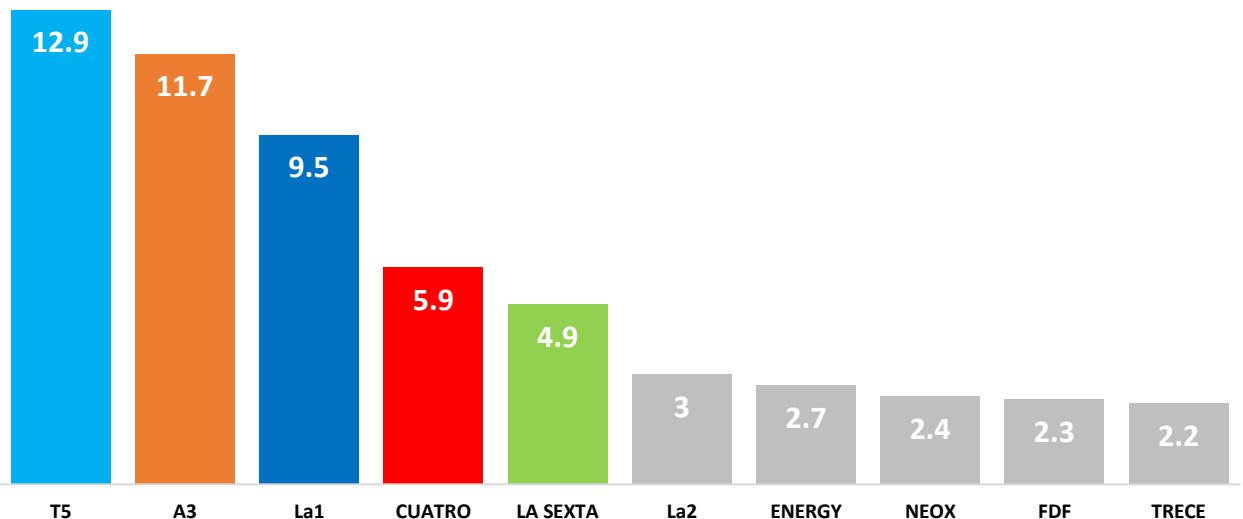


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO:** Antena 3 Noticias 2 Fin de Semana fue lo más visto del domingo con el 14.1% de share y 2.440.000 espectadores en la noche de Antena 3.
- **MINUTO DE ORO:** El Minuto De Oro de ayer fue para Telecinco a las 22:42 horas con el 17.3% de share y 3.016.000 espectadores durante la emisión de **El tiempo del descuento**.
- La gala 2 de **Operación Triunfo** repite cuota con respecto a la semana pasada firmando un buen 12.6% de cuota, 1.797.000 espectadores y 30.9% de fidelidad. +32.8% por encima de La1 en el día. Supone el 28.5% de los puntos de la cadena.
- **El objetivo** se marca ayer un 6.5% de share y 1.189.000 espectadores en la noche de La Sexta. Programa no informativo más visto de la cadena. El objetivo logra plusvalías del 32.7%.
- **El Tiempo del Descuento** se convierte en el contenido no informativo más visto del día al firmar un 17.1% de cuota, 2.122.000 espectadores y ser visto en algún momento por 6.370.000 personas. Su fidelidad del 33.3% lo eleva un 32.6% por encima de Telecinco.
- Buen 11.4% de share para **'El hombre del corazón de hierro'** y 1.720.000 espectadores en el prime time de Antena 3. El Peliculón roza el 29% de fidelidad y aporta más del 17% al dato logrado por Antena 3 en el día.
- **Cuarto Milenio** sube 1.3 puntos conquistando al 6.6% de cuota, 774.000 espectadores y 23.7% de fidelidad. 13.7% de plusvalías. 8.4% de share el target comercial.
- **Los Hispanos** se proclaman de nuevo Campeones de Europa ante el 6.4% de cuota, 838.000 espectadores y 33.1% de fidelidad.

TOP 10 CADENAS

CUOTA%

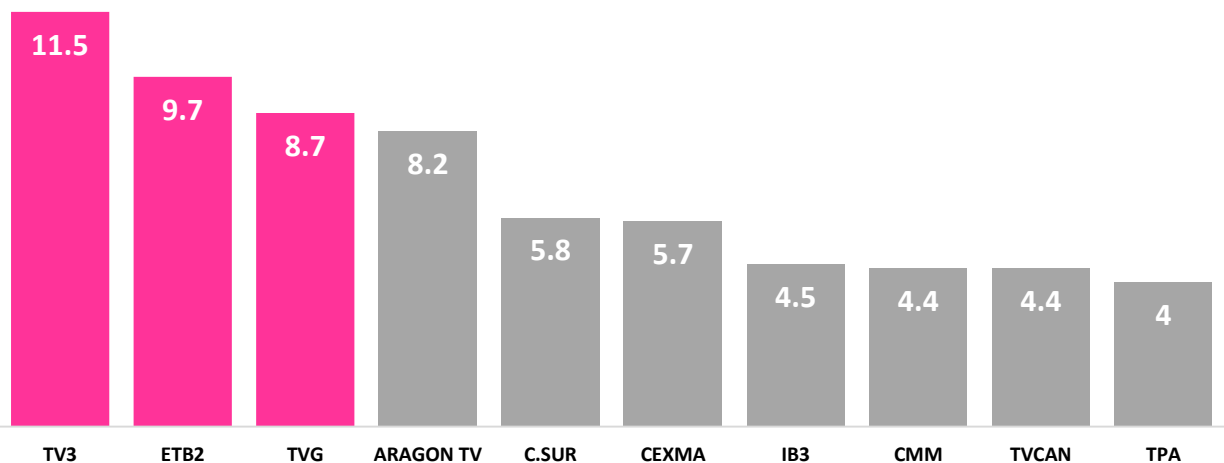


AUTONÓMICAS

- 6.7% de cuota de pantalla, 149.000 espectadores y 368.000 contactos para el programa de TV3 **Katalonski**. El espacio catalán logra una buena fidelidad del 40.6% para sus 63 minutos de duración.
- El especial **Atentado en el Bar Aldana** de Alonsotegi destaca y mucho en el prime time de ETB2 firmando un 11.8% de cuota, 84.000 espectadores y 56.8% de fidelidad. 21.7% por encima del canal en el día.
- **Vuelta atrás** cierra su segunda temporada con máximo de temporada al firmar un 14.2% de cuota, 76.000 espectadores y 55% de fidelidad. El programa se sitúa un +72.8% por encima de Aragón TV en el día y se convierte en el contenido no informativo más visto del canal.
- **En otra clave** repite como lo más visto del domingo en TV Canarias al firmar un 12.4% de cuota y 87.000 espectadores. El programa de la cadena canaria llegó al 63% de Fidelidad.
- La cinta **'Protegidos por su enemigo'** es lo más visto de Telemadrid al hacerse con el 3.4% de cuota, 82.000 espectadores y 18.4% de fidelidad.
- 6.8% de cuota, 61.000 espectadores y 126.000 contactos para **A Estiba**. El espacio de la televisión gallega TVG gusta y mucho al promediar un 48% de fidelidad.
- **Téntol** se estrena bien en IB3 al hacerse con el 5% de cuota, 21.000 espectadores y 57.1% de fidelidad. Por la tarde, los **Correfoc de Palma** firman un 5.5% de cuota, 19.000 espectadores y 23.8% de fidelidad en sus 105 minutos de duración.

TOP 10 AUTONÓMICAS

CUOTA%



CADENAS PAGO

- El encuentro entre el **Real Valladolid y el Real Madrid** fue lo más visto del Pago al alcanzar un 42.4% de share en pago y 1.034.000 espectadores en Movistar La Liga.
- Destaca también el encuentro entre el **Atlético de Madrid y el CD Leganés** al firmar un 32.9% de share en Pago y 280.000 espectadores en la mañana de Movistar La Liga.
- Tras el fútbol, la película de Calle13 '**Asesinato en Rochefoucauld**' fue lo más visto del Pago con el 6% de share en pago y 128.000 espectadores. La cinta logra un 102.4% de plusvalías, grandes datos para Calle13 en pleno prime time.
- Muy buen dato para la cinta del año 2016 '**Passengers**' en el prime time de AXN. La película firmó un 3.9% de share en pago y fue seguida por 79.000 espectadores. La cinta roza el 5% de share en el target comercial.
- '**La Jungla 4.0**' se conformó anoche con el 2.7% de share en pago y 58.000 espectadores en la noche de FOX. La película firma un 4% de share en el target comercial, pero no supera la media de la cadena en el día.
- El estreno de **Road Trip** en TNT promedió un 1.8% de share en Pago y fue seguido por 47.000 espectadores de media. Los dos capítulos emitidos rozan el 45% de fidelidad y sube hasta los 61.000 espectadores si sumamos el diferido.
- Muy buen 3.1% de share en pago para la película galardonada en Los Goya '**Mientras dure la guerra**'. La cinta fue seguida por 38.000 espectadores en la sobremesa de Movistar Estrenos.

TOP 10 PAGO

CUOTA% PAGO

