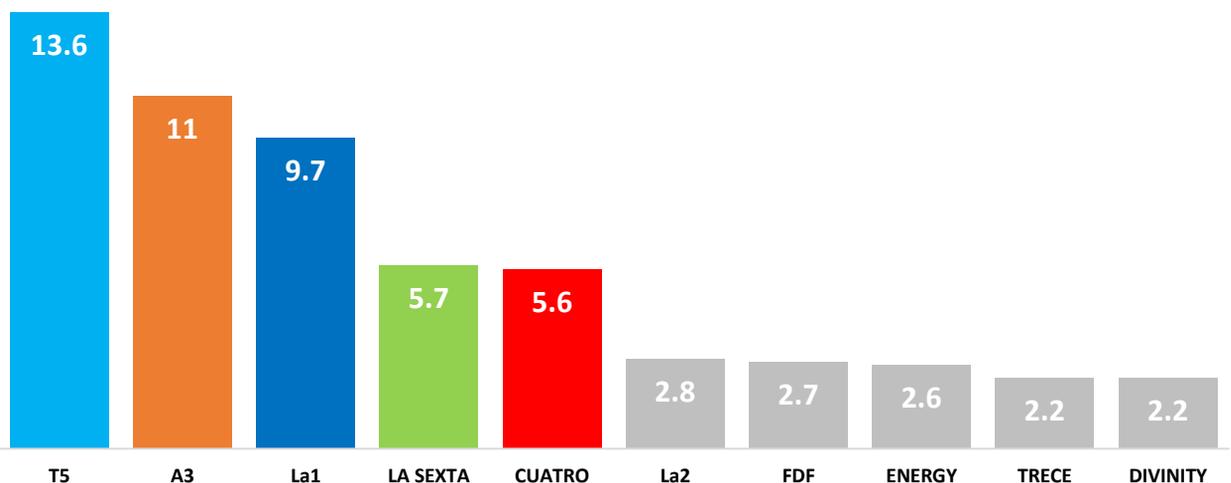


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO:** Máximo de temporada y lo más visto del día para **El tiempo del Descuento** con un 18.4% de cuota y 2.198.000 espectadores. Su gran fidelidad del 36.9% lo eleva un 35.2% por encima de Telecinco, aportándole 1/3 de la audiencia en el día.
- **MINUTO DE ORO:** El Minuto De Oro de ayer fue para Telecinco a las 22:46 horas con el 15.8% de share y 2.759.000 espectadores durante la emisión de **El Tiempo del Descuento**.
- Gran estreno de **Lo de Évole** al firmar un 11.7% de share y 2.086.000 espectadores en La Sexta. El programa presentado por Jordi Évole logra un 105.3% de plusvalías: 6 puntos por encima de la media de la cadena. Programa más visto de Atresmedia.
- **Operación Triunfo** se convierte en el contenido no informativo más visto de La1 conquistando al 12.3% de cuota y 1.736.000 espectadores. Llega a ser visto en algún momento por 5.388.000 personas. 26.5% por encima de La1. 29% de cuota en el segmento de 13 a 24 años.
- 6.5% de cuota, 725.000 espectadores y 3.509.000 de contactos disfrutaron ayer de **Cuarto Milenio**. Consigue plusvalías del 16% con respecto a Cuatro y sube al 8% comercialmente hablando.
- La visita de **Un País Mágico** a Jaén logra un muy buen 2.7% de share y 375.000 espectadores en La2. Un País Mágico roza el 30% de fidelidad y aporta el 7.5% al dato de La2 en el día.
- La película '**15:17 Tren a París**' logra un buen 12.9% de share y 2.062.000 espectadores en el prime time de Antena 3. El Peliculón supera los 5.9 millones de contactos y roza el 35% de fidelidad.

TOP 10 CADENAS

CUOTA%

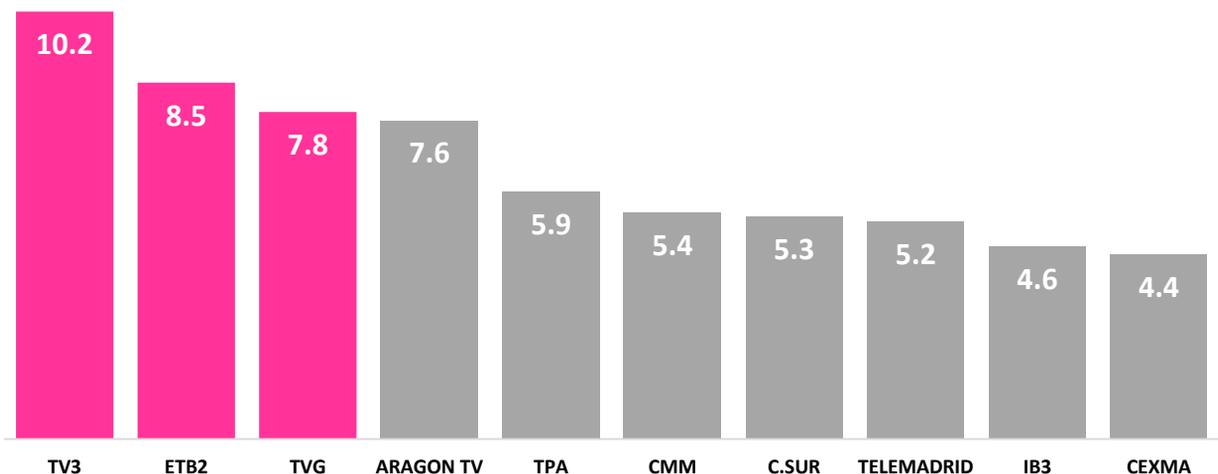


AUTONÓMICAS

- **Los Repobladores** confirman su excelente acogida al subir en su segundo día de emisión hasta el 8.1% de cuota, 85.000 espectadores y 46.8% de fidelidad. Plusvalías del 52.2% respecto a Canal Sur en el día.
- Bien **Katalonski** al subir esta semana hasta el 7.2% de cuota, 151.000 espectadores y 369.000 contactos. Gusta y mucho al promediar un 41% de fidelidad en TV3.
- Excelente como siempre **360 Grados** de Eider Hurtado en ETB2 al firmar un 7.4% de cuota, 52.000 espectadores y 100.000 contactos. El programa alcanza un gran 51.8% de fidelidad en la autonómica vasca.
- El estreno de **Auga Seca** en el prime time de TVG conquista al 8.1% de cuota, 68.000 espectadores, 127.000 contactos y logra una gran fidelidad del 53.8%. 4.3% por encima del canal en el día.
- 4.4% de cuota, 26.000 espectadores, 108.000 contactos y 24.4% de fidelidad para el estreno en el late night de **Hai Caldo** en la televisión autonómica gallega TVG. Su media de edad alcanza los 55 años.
- Nuevo máximo para el **Cine Español** en CMM al firmar con 'Porqué pecamos a los 40' un 7.8% de cuota, 56.000 espectadores y 36.1% de fidelidad. La película española se sitúa un 45.1% por encima del canal en el día y supone el 18.3% de la audiencia.

TOP 10 AUTONÓMICAS

CUOTA%



CADENAS PAGO

- El encuentro entre el **FC Barcelona y el Levante UD** fue lo más visto del domingo al congregarse al 47.3% de la audiencia del Pago. El partido de Movistar La Liga reunió a 1.126.000 espectadores frente al televisor.
- La final del **Open de Australia** logró ayer grandes datos en la mañana de Eurosport al promediar un 22.2% de share en el universo Pago. 153.000 espectadores siguieron la final, situándose como lo más visto tras el fútbol de Movistar+.
- Buen dato para el encuentro Iberostar Tenerife contra FC Barcelona con el 4.8% de share en pago y 77.000 espectadores en #Vamos. El partido de **Liga ACB** logra un 75.6% de plusvalías respecto a la cadena.
- El 3% de la audiencia del Pago siguió ayer la película **'Red'** en FOX. 55.000 espectadores para la cinta protagonizada por Bruce Willis y 4.8% de share en el target comercial.
- **'Londres: distrito criminal'** registró anoche un 1.9% de share en el universo Pago y 41.000 espectadores en AXN. La cinta sube hasta el 2.2% de cuota y 53.000 espectadores en diferido.
- **Road Trip** se hizo ayer con el 1.4% de la audiencia del Pago, lo que se traduce en 34.000 espectadores en TNT. El programa suma 12.000 espectadores más en su emisión en diferido, alcanzando un 1.7% de cuota en Pago.
- 11.8% de share y 46.000 espectadores para la **Super Bowl** en la madrugada de #Vamos. 19.000 espectadores más vieron la final en diferido, por lo que la cuota sube hasta el 15.8% en Pago.

TOP 10 PAGO

CUOTA% PAGO

