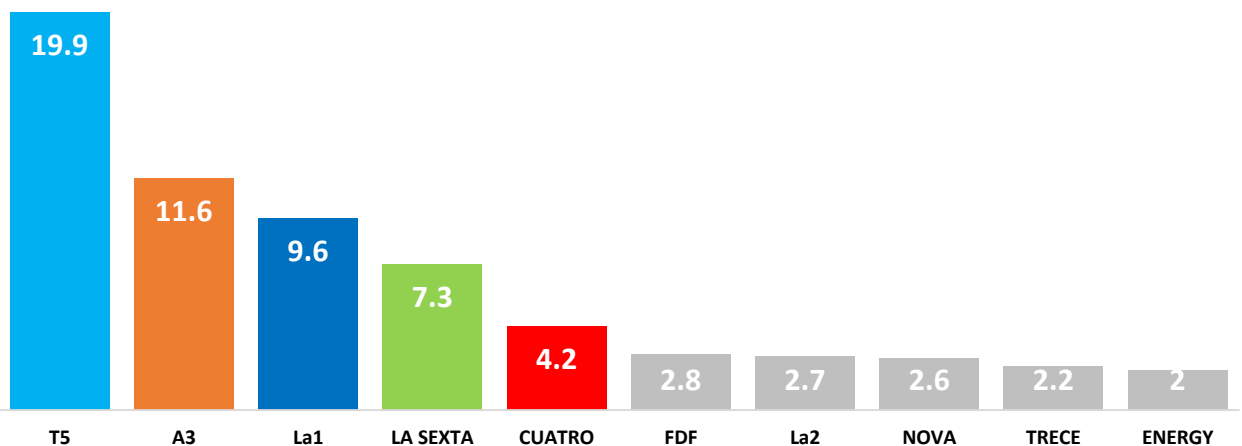


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO:** SUPERVIVIENTES arrasa al firmar un 32.7% de cuota y 3.206.000 espectadores. SUPERVIVIENTES EXPRESS es lo más visto con un 23.1% de cuota y 3.902.000 espectadores.
- **MINUTO DE ORO:** el Minuto De Oro de ayer fue para Telecinco a las 23:08 horas con el 29% de share y 4.490.000 espectadores durante SUPERVIVIENTES.
- **CUÉNTAME CÓMO PASÓ** mantiene sus resultados de la semana pasada al firmar un 13.9% de cuota, 2.038.000 espectadores y 3.669.000 contactos. Gusta y mucho al promediar un 55.5% de fidelidad. 43.8% por encima de La1 en el día.
- Mejor cuota anual para **YA ES MEDIODÍA** al hacerse con el 14.7% de cuota, 1.171.000 espectadores y 40.1% de fidelidad en Telecinco.
- **PESADILLA EN LA COCINA** sube una décima al marcarse un 5.7% de cuota, 847.000 espectadores, 2.702.000 contactos y 31.3% de fidelidad. Sube al 6.4% comercialmente hablando.
- La visita de Millán a **EL HORMIGUERO** se convierte en lo más visto de Antena 3 con el 12.5% de cuota, 2.129.000 espectadores y superar los 5 millones de contactos. Su fidelidad del 39.8% lo eleva un 8.3% por encima del canal. Sube al 14.7% comercialmente hablando.
- **FIRST DATES** fue lo más visto de Cuatro en el día al promediar ayer un 6.4% de share y 1.061.000 espectadores en pleno Access prime time. 53.3% de plusvalías para el programa presentado por Sobera.

TOP 10 CADENAS

CUOTA%

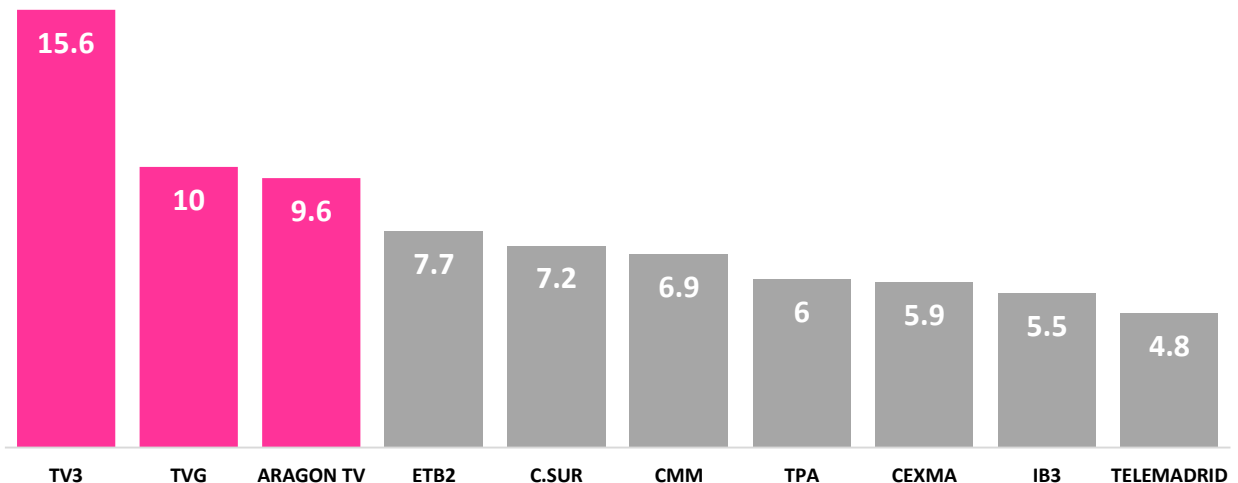


AUTONÓMICAS

- El estreno de la primera ficción de Aragón TV **EL ÚLTIMO SHOW** arrasó anoche. Se sitúa como lo más visto de Aragón en el día con un excelente 23.1% de cuota, 116.000 espectadores y 59.4% de fidelidad.
- **ESTÀ PASSANT** celebra con éxito sus 500 programas en la parrilla de TV3 líder con un 17.4% de cuota, 358.000 espectadores y 63.4% de fidelidad. El programa de TV3 se sitúa un 11.7% por encima del canal en el día.
- **LAND ROBER** continúa por encima de los 100.000 espectadores al ser de nuevo el contenido no informativo más visto de FORTA con un 12.9% de cuota, 101.000 espectadores, 295.000 contactos y 34.2% de fidelidad. 29.4% de plusvalías y 25.8% de aportación al canal.
- Mejor dato de todo febrero para **VASCOS POR EL MUNDO** con su visita a Lima firmando un 7% de cuota, 48.000 espectadores y 132.000 contactos. Se alza con un 36.7% de fidelidad y supone el 12% de audiencia de ETB2.
- Dos concursos son lo más visto de IB3: **AGAFAM SI POTS** con el 13.2% de cuota, 31.000 espectadores y 66% de fidelidad y **JO EN SE MES QUE TU** con el 7.5% de cuota, 28.0000 espectadores y 63% de fidelidad.
- Nuevo máximo para **CÓDIGO 112** en el prime time de LA7 TV al hacerse con el 4.2% de cuota, 23.000 espectadores y 111.000 contactos. Un 26.3% por encima del canal. Supone 1/4 de la audiencia del canal murciano.

TOP 10 AUTONÓMICAS

CUOTA%



CADENAS PAGO

- AXN es de nuevo la cadena líder del universo del pago al firmar un 4% de cuota sobre el pago. Destaca su emisión de **CASTLE** en la sobremesa con el 8.8% de share y 56.000 espectadores. Un dato que sube hasta el 10.2% en el target comercial.
- La victoria del Getafe CF contra el Ajax de Amsterdam en la **EUROPA LEAGUE** es lo más visto del pago con un 13% de cuota pago y 114.000 espectadores. El partido llegó al 35.1% de fidelidad en Movistar Liga de Campeones.
- **LATE MOTIV** se corona como el contenido no deportivo más visto del pago con un 6.2% de cuota pago, 63.000 espectadores y 32.1% de fidelidad. El programa presentado por Buenafuente dobla la media de #0 en el día. Su media de edad 50 años.
- **NAVY: INVESTIGACIÓN CRIMINAL** es la serie más vista del prime time con un 4.6% de cuota pago, 50.000 espectadores y 31.5% de fidelidad. El capítulo repetido se sitúa un 14.8% por encima de AXN en el día.
- La película **RONIN** en Calle 13 se convierte en la cinta más vista del pago al firmar un 4.5% de cuota pago, 47.000 espectadores y 16% de fidelidad. La película protagonizada por Robert De Niro se sitúa un 51.6% por encima del canal en el día.
- Buen dato para el estreno del tercer capítulo de **EL PALMAR DE TROYA** en #0 firmando un 3.1% de cuota pago, 33.000 espectadores y 28.5% de fidelidad.

TOP 10 PAGO

CUOTA% PAGO

