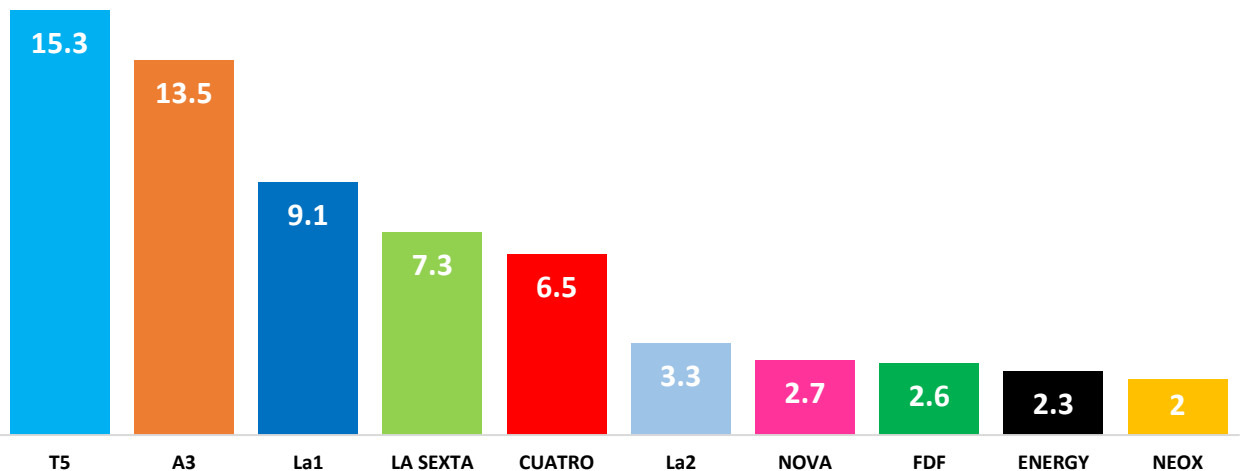


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO:** 14.6% de share y 2.551.000 espectadores para **EL HORMIGUERO** en Antena 3. El programa llega al 44.2% de fidelidad y se convierte en el programa más visto del día.
- **MINUTO DE ORO:** el Minuto De Oro de ayer fue para Antena 3 a las 22:41 horas con el 17.5% de share y 3.080.000 espectadores durante **EL HORMIGUERO**.
- El final de temporada de **NÉBOA** firma un 8.5% de cuota, 1.216.000 espectadores y 3.166.000 de contactos. En sus 8 capítulos la serie promedia un 8.4% de cuota, 1.244.000 espectadores y 41.6% de fidelidad, siendo vista algún momento por 10.449.000 personas.
- **QUIÉN QUIERE SER MILLONARIO** firmó anoche un 17.2% de share y 2.134.000 espectadores en el prime time de Antena 3. El concurso se sitúa como el tercer mejor dato del programa en la temporada y mejora un 12.4% respecto a la semana pasada.
- **EL PUEBLO** firma su mejor dato de las últimas 3 semanas con un 16.8% de cuota, 2.164.000 espectadores y 41% de fidelidad promedio. 10% por encima de Telecinco en el día.
- El pase a la final de **COPA DEL REY** de la Real Sociedad destaca como lo más visto de Cuatro al hacerse con el 12.1% de cuota, 2.020.000 espectadores y 6.503.000 contactos.
- El **ESPECIAL CORONAVIRUS** se queda con un 9.2% de cuota, 1.603.000 espectadores y 4.336.000 contactos en La1.
- Escaso 5.5% de share y 639.000 espectadores para el peliculón **SPOTLIGHT** en el prime time de La Sexta. La película llega a los 3.4 millones de contactos.

TOP 10 CADENAS

CUOTA%

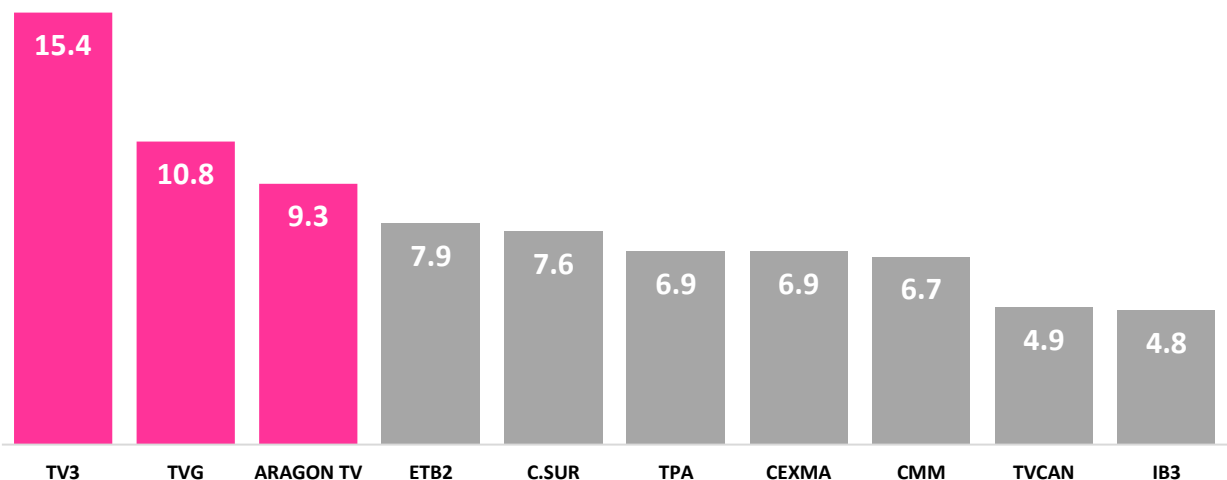


AUTONÓMICAS

- **ANDALUCÍA EN MOVIMIENTO** se estrena en el prime time de Canal Sur ante el 3% de cuota, 93.000 espectadores y 520.000 contactos. La fidelidad del programa alcanzó el 17.8%.
- Enorme la vuelta de **ASSUMPTES INTERNS** al prime time de À Punt al firmar un 4.2% de cuota, 68.000 espectadores, 123.000 contactos y 55% de fidelidad. 33.1% por encima del canal y 7.8% de cuota comercialmente hablando.
- La vuelta de **LA BÁSCULA** al prime time de Telemadrid firma un 2.4% de cuota, 38.000 espectadores, 341.000 contactos y 11% de fidelidad en sus casi 3 horas de duración. 4.7% de cuota para Telemadrid en el día.
- Ayer **APM** firmó un 13.8% de cuota, 362.000 espectadores y 50.6% de fidelidad en el prime de TV3. Sube al 19.7% comercialmente hablando.
- **EN JAKE** continúa con acierto siendo uno de los magazines más potentes de FORTA con un 10.5% de cuota, 30.000 espectadores y 32.5% de fidelidad. 33% de plusvalías con respecto a ETB2 en el día.
- Subidón para **A MIÑA FAMILIA POLA TUA** al firmar su mejor dato de las últimas 4 semanas con un 11% de cuota, 82.000 espectadores y 35.2% de fidelidad. En menos de 100 minutos supone el 13.3% de la audiencia de TVG en el día.
- Gran dato para **UN LUGAR PARA QUEDARME** al firmar ayer un 8.4% de cuota, 42.000 espectadores y 34.1% de fidelidad en la noche de Aragón TV.

TOP 10 AUTONÓMICAS

CUOTA%



CADENAS PAGO

- Grandes datos para **LA RESISTENCIA** que ayer fue el programa de Pago más visto con el 12.6% de share en pago y 86.000 espectadores. El programa de #0 superó el 19% de share en el target comercial.
- **CHICAGO FIRE** fue la serie más vista del pago al promediar anoche un 6.6% de share en pago y 79.000 espectadores. La serie de AXN logró un 41% de plusvalías. 7.2% de cuota en el target comercial.
- El capítulo de las 22.00 horas de **THE ROOKIE** firmó un buen 4.8% de share en pago y fue seguido por 58.000 espectadores. La serie de TNT sube hasta el 6.5% de share y 85.000 espectadores con la suma del diferido.
- Enorme 6.5% de share en pago para **CERO EN HISTORIA** y 78.000 espectadores en el prime time de #0. El programa presentado por Joaquín Reyes logra su mejor dato de temporada.
- **TITANES MÉDICOS**, en la tarde de Discovery, se coló ayer en el ranking de programas más visto del pago al promediar un 6.9% de share en pago y 50.000 espectadores. El programa de Discovery se sitúa un 152% por encima de la media del canal en el día.
- Buen dato para la película **EL GUARDAESPALDAS** en pleno prime time de Canal Hollywood. La cinta firmó un 3.7% de share en pago y fue seguida por 43.000 espectadores. La película mejora el dato de la cadena en un 0.2%.

TOP 10 PAGO

CUOTA% PAGO

