

Madrid, 1 de junio de 2025

## AUDIENCIAS MAYO

Mediaset España lidera el TC por 38º mes consecutivo y Cuatro, cadena comercial con mayor subida interanual, firma su mejor mayo desde 2017

El grupo logra un 24,5% de *share* en total día y crece al 26,6% en *target* comercial. Registra un 23% en *prime time* y suma 1,2 puntos en el *target* comercial de esta franja (24,2%), que lidera con 0,9 puntos de ventaja sobre la segunda opción (23,3%).

Telecinco (9,8%) convierte en positivo su *target* comercial (10%).

Cuatro (5,9%) crece 0,7 puntos respecto a mayo de 2024 y eleva sus cifras al 6,8% en *target* comercial. En *prime time* (6%) mejora 2 décimas sus datos respecto a mayo de 2024 y frente a abril y acumula 18 meses consecutivos como la tercera cadena comercial, con su mejor mayo de los últimos seis años.

Los canales temáticos del grupo anotan 133 meses consecutivos de liderazgo, tanto en total individuos (8,8%) como en *target* comercial (9,8%), con Energy y FDF a la cabeza del *ranking* de los más vistos.

## PRINCIPALES TITULARES DE MAYO

### MEDIASET ESPAÑA

Mediaset España (24,5%) crece 2,1 puntos en *target* comercial (26,6%), dato con el que acumula **38 meses de liderazgo** consecutivo en este parámetro, con una ventaja de 1,4 puntos frente a la segunda opción (25,2%).

- En *prime time* (23%) renueva liderazgo en el *target* comercial por **décimo mes consecutivo** (24,2%), 0,9 puntos por delante de la siguiente opción (23,3%).
- En *day time* alcanza un 25,2% de *share* y se mantiene imbatible en *target* comercial (27,7%), 1,6 puntos por delante de la segunda opción (26,1%).

## TELECINCO

Telecinco (9,8%) crece en **target comercial** (10%). En **prime time** anota un 9,5% de *share*. En el **target comercial** del horario estelar registra un 9,3%. En **day time** (10%) crece 1 décima en el **target comercial** (10,3%) respecto a mayo de 2024 y de nuevo es **líder**. Telecinco es la **cadena más vista del late night** (14,4%).

## CUATRO

Cuatro (5,9%) es la **cadena comercial con mayor crecimiento interanual** (+0,7), incrementa **0,2 puntos respecto al mes pasado** y anota su **dato más alto en un mes de mayo desde 2017**.

- En **TC** (6,8%) también es la **cadena comercial con mayor subida respecto a mayo de 2024** (+0,8). Igualmente eleva 0,3 puntos sus cifras respecto a abril, iguala su mejor dato del año y obtiene su **mejor mayo desde 2018**.
- En **prime time** (6%) mejora 0,2 puntos respecto al mes pasado y frente a mayo de 2024 y suma **18 meses consecutivos como tercera cadena comercial más vista** con su **mejor mayo de los últimos seis años**. En el **target comercial de la franja** (6,8%) es la **cadena comercial que más crece respecto a abril** (+0,4) y frente a **mayo de 2024** (+0,3). También **supera a su competidora** (5,5%) y acumula **22 meses ininterrumpidos** en el tercer puesto de las cadenas comerciales, con su **mejor mayo desde 2019**.
- Es la **cadena que más crece en day time** respecto al mismo mes del pasado año (+0,9 puntos) y alcanza su **mejor mayo desde 2017** con un 5,9% de *share*. Sube al 6,8% en TC. También **supera a su competidor directo en la franja de late night** (6,4% vs. 4,8%).

## TEMÁTICOS

Los canales temáticos del grupo anotan **133 meses consecutivos de liderazgo**, tanto en **total individuos** (8,8%) como en **target comercial** (9,8%).

- **Energy**, canal temático **líder en mayo** con un 2,5% de *share*, repite su **mejor dato mensual de la temporada** y obtiene un 2,8% en **target comercial**, con una mejora de 0,2 puntos respecto a abril.
- **FDF** (2,3%) es, **por 25º meses consecutivo, líder de las temáticas en el target comercial** (3,2%) -crece 1 décima respecto a abril- y en el **target de jóvenes entre 13 a 24 años** (5,7%), parámetro en el que crece 1 décima respecto al mes pasado y ocupa de nuevo el cuarto lugar entre todas las cadenas.
- **Be Mad** (1,8% y 1,7% en TC) crece en su **core target**, hombres de 16-44 años, hasta el 1,9%.

- **Divinity** (1,3%) anota igualmente un 1,3% en *target* comercial y un 1,2% en su *target* objetivo.
- **Boing** se sitúa de nuevo como el **canal líder entre los niños** (12,5%) con el **mejor mes de mayo desde 2016**. Supera por 6 puntos a su directa competidora (6,5%). De igual forma, es la **cadena infantil más vista** en total individuos (0,9%).

## PROGRAMAS MÁS DESTACADOS DEL MES - *PRIME TIME*

### TELECINCO

- **‘Supervivientes 2025’, sin rival en sus tres galas semanales:**
  - Las **galas de los jueves** (20,2% y 1.380.000) confirman su **liderazgo absoluto en la franja y duplican** al resto de ofertas en su banda de emisión. También lideran en el **TC** (17,6%), con especial seguimiento entre los espectadores **jóvenes de 16-34 años** (23,6%).
  - **‘Supervivientes. Conexión Honduras’** (15,8%, 1.327.000 y 15,9% en TC) **lidera su franja en la noche de los domingos** y sube al 18,3% entre los **espectadores de 25 a 44 años**.
  - **‘Supervivientes. Tierra de Nadie’** (19,5% y 1.298.000), **primera opción en su franja en la noche de los martes**, también se impone a todas las cadenas en el **target comercial** (17,8%), con un 20,7% entre los espectadores **jóvenes de 16 a 34 años**.
- **‘¡De Viernes!’** cierra este mes con un 11,2% de *share* y una media de 895.000 espectadores.
- **‘Hay una cosa que te quiero decir’** alcanza en mayo un 11,2% de *share* y 890.000 espectadores.
- **‘La Favorita 1922’** (9,8% y 852.000) crece en *target* comercial (10,1%) y entre los espectadores de 25 a 44 años (10,8%).
- **‘La noche de los récords’** (9,2% y 657.000) destaca en los *targets* de 25 a 44 años (9,8%) y niños (12,7%).

### CUATRO

Todos sus programas de *access prime time* y de *prime time* superan a su inmediato competidor tanto en total individuos como en TC.

- **‘Horizonte’** (8,5% y 597.000) duplica en su franja a su directa competencia (3,7%), al igual que en TC (10,1% vs. 3,5%). Los espectadores entre 45 y 54 años son sus principales seguidores (10,9%).
- Con sus emisiones de **lunes a jueves, ‘First Dates’** (7,1% y 894.000) **crece 0,5 puntos respecto al mes pasado** y alcanza su **mejor marca en cuota de pantalla de los últimos cuatro meses**. También supera a su directa competidora en su franja de emisión (6,1%) y en TC (7,2% vs. 5%). Al igual que en su emisión en **viernes** (7,1% y 696.000), nuevamente con ventaja sobre su principal competidor en la franja (5,3%) y en TC (7,2% vs. 6,8%).
- **‘Cuarto milenio’** (6,7% y 746.000) se sitúa también por encima de su directa competencia en su franja de emisión (5,9%). Crece al 8,2% en TC (vs. 7,4%) y al 8,4% en 45-54 años.
- **‘Código 10’** (6,6% y 446.000) anota su **mejor dato mensual de la temporada con un incremento de 1,1 puntos respecto a abril**. Supera de igual forma a su competencia directa en su franja (3,8%) y en TC (8% vs. 3,3%). Los públicos entre 25 y 44 años (8,8%) son los mayores seguidores del programa de Cuatro.
- **‘Viajando con Chester’** (5,9% y 492.000) arranca una nueva temporada en mayo por encima de su competencia directa en la franja (5,8%). Crece al 6,9% en TC con especial afinidad entre los espectadores entre 25 a 44 años (7%).
- **‘Los Gipsy Kings’** (5,9% y 492.000) continúan este mes con datos superiores en su horario de emisión a los de su inmediata competidora (5,2%), al igual que en su TC (6,8% vs. 6,1%). Sus mayores seguidores son los jóvenes de entre 16 y 34 años (11,1%).

## PROGRAMAS MÁS DESTACADOS DEL MES - DAY TIME

### TELECINCO

- **‘El programa de Ana Rosa’** (13,8% y 306.000) es la oferta de información más vista en su franja e incrementa en 1,9 puntos su dato en TC (15,7%). **‘Vamos a ver’** (13,4%, 429.000 y 15,3% en TC) repite en mayo **liderazgo de su franja**, con un 18% entre los espectadores de 45 a 54 años. **‘Vamos a ver más’** (10,6% y 687.000) crece al 12,7% en TC y se impone al resto de ofertas entre los públicos de 45 a 54 años (14,4%). **‘La mirada crítica’** (9,9% y 182.000) sube al 11,9% en TC.
- **‘El diario de Jorge’** (9,9% y 686.000) anota el **segundo dato mensual de share más alto de su historia** y es **líder en el TC** (9,6%). **‘Tardear’** (9% y 724.000) **lidera su franja en target comercial** (10,4%) con los espectadores de entre 45 y 54 años como sus mayores seguidores (11%).

## CUATRO

- **'Todo es mentira'** (7% y 579.000) crece 3 décimas respecto a abril y alcanza su **mejor cuota de pantalla del año**. Se impone a su inmediato competidor en su franja (6,2%) y crece al 7,6% en TC. Por su parte, **'En boca de todos'** (5,5% y 164.000) alcanza en mayo un nuevo **récord histórico mensual** en cuota de pantalla y sube al 6,3% en TC.
- **Noticias Cuatro 1** (6,8% y 474.000) mejora 1,2 puntos respecto a mayo de 2024.