

Madrid, 1 de julio de 2025

AUDIENCIAS JUNIO

Telecinco, cadena que más crece respecto a mayo, alcanza su mejor dato en *prime time* desde julio de 2022

Cuatro (6%), televisión con mayor crecimiento interanual (+0,9%), registra su mejor junio desde 2021.

Mediaset España (25,4%), grupo audiovisual que más crece con respecto a junio del año pasado (+1 punto), lidera el *target* comercial y obtiene su mejor dato en *prime time* desde mayo de 2024.

Mediaset España (25,4%) ha cerrado junio como el **grupo audiovisual con mayor subida interanual (+1 punto)**. También crece respecto a mayo (+0,9 puntos) y lidera el ***target* comercial (28%) por 39º mes consecutivo**. Es también el grupo que más incrementa sus datos respecto al mes anterior (+1,4 puntos) con una **ventaja de 3,3 puntos sobre la segunda opción (25%)**.

- En ***prime time***, Mediaset España (24,6%) obtiene su **mejor dato desde mayo de 2024** tras sumar 1,6 puntos respecto al mes pasado y 1,1 puntos frente a junio de 2024. Acumula **11 meses de liderazgo** en su ***target* comercial de esta franja (26,5%)**, situándose como el grupo con mayor crecimiento mensual en este parámetro en ambas comparativas (+2,3 puntos y +2,4 puntos). **Se impone a su rival, por 23º mes consecutivo**, con una ventaja de 2,7 puntos (23,8%).
- En ***day time*** (25,7%) es el grupo con mayor subida vs. junio de 2024. En el **TC** de esta franja (28,7%) es el **grupo líder** y el de mayor mejora frente a ambos períodos (+1,1 y +1,8).

Telecinco (10,2%) es la **cadena que más sube respecto a mayo (+0,4 puntos)**. Es la **cadena comercial líder del TC (10,6%)** con un incremento de 0,6 puntos respecto a mayo y 1,1 puntos frente a junio del pasado año. En ***prime time* (11,1%)** alcanza su **mejor dato mensual desde julio de 2022** tras sumar 1,6 puntos a su dato de mayo y 1,3 puntos al de junio del pasado año. De igual forma es la **cadena con mayores subidas en el PT del TC (+2,2 y +2,3 puntos)** con su **mejor junio desde 2022**. En ***day time* (9,9%)** es nuevamente la **cadena más vista en TC (10,1%)**.

Cuatro (6%), cadena que más crece respecto a junio de 2024 (+0,9 puntos), también lo hace frente al mes pasado (+0,1 puntos), igualando su mejor marca del año. Suma una décima frente a mayo y 1,1 puntos interanuales en **TC (6,9%)**, y registra su **mejor junio desde 2021**.

- En **prime time (5,9%)**, Cuatro sube medio punto con respecto a junio de 2024 y es la **tercera cadena comercial por 19º mes consecutivo**. En **TC del prime time**, Cuatro (6,6%) mejora 6 décimas respecto a junio de 2024 y se mantiene como **tercera cadena comercial por 23º mes consecutivo**.
- En **day time (6,1%)**, Cuatro anota su **mejor dato del año en esta franja y su mejor junio desde 2021** tras alzarse como la **cadena con mayor subida interanual, tanto en su dato mensual (+1,1 puntos) como en el TC (7,1%)** donde el incremento es de 1,5 puntos.

Los **canales temáticos de Mediaset España (9,1%)** mejoran tres décimas respecto al mes pasado y suman **134 meses consecutivos como los más vistos**. En **TC (10,5%)** también enlazan 134 meses consecutivos de liderazgo con su mejor marca desde enero.

- **Energy (2,6%)** es por sexto mes consecutivo el **canal temático más visto** con su **mejor dato mensual desde abril de 2024**. En **TC (2,9%)** mejora 1 décima respecto al mes pasado y consigue **su mejor marca de los últimos 13 meses**.
- **FDF (2,5%)** se sitúa **en segundo lugar del ranking** tras crecer 2 décimas y anotar su **segundo mejor dato de la temporada**. **Suma 26 meses como líder de las temáticas en TC (3,5%)**, su dato **máximo de temporada**. Mejora 6 décimas respecto a mayo entre los jóvenes de 13-24 años (6,3%), **target** que lidera entre estos canales con un dato que le sitúa en **cuarta posición entre todas las televisiones**.
- **Divinity (1,4%)** es el **canal femenino líder en TC (1,5%)** con un incremento de 2 décimas respecto al pasado mes. Alcanza un 1,5% en mujeres de 16-44 años, 3 décimas más que en mayo.
- **Boing (0,9%)** es de nuevo el canal infantil líder entre los niños (13,3%), con una subida de 8 décimas frente a mayo y su mejor junio desde 2016.
- **Be Mad (1,8%)** anota un 1,8% en **TC** y la misma cifra, 1,8%, en su **target** objetivo, los hombres de 16 a 44 años. En los tres parámetros consigue su mejor junio de su historia.

PROGRAMAS DESTACADOS:

- **'Supervivientes'** (22,6% y 1.515.000) finaliza con una mejora de 2,4 puntos respecto al pasado mes. Líder de su franja y de todos los targets sociodemográficos, alcanza un 24,7% en espectadores de 16-34 y 25,2% en 25-44.
- **'Supervivientes: tierra de nadie'** (21% y 1.358.000). Sus dos últimas entregas crecen 1,5 puntos frente al mes anterior. También lideran su franja y todos los targets (con un 22,8% entre los espectadores de 16 a 34 años).
- **'Supervivientes: Conexión Honduras'** (17,2% y 1.330.000). La edición dominical del *reality* también crece vs. mayo (+1,4 puntos) y se despide líder de las televisiones comerciales en su franja y en todos los targets (con un 18% entre los públicos de 16 a 34 años).
- **'Supervivientes: la noche de los finalistas'** (18,3% y 1.151.000). Imbatible en su franja, crece al 22,4% entre los 16-34 años.
- **'¡De viernes!'** (12% y 861.000) **anota el mes con mejor share del año.**
- En **Cuatro**, **'Horizonte'** (10,3% y 741.000) **anota su mejor dato mensual en número de espectadores, la cuota de pantalla más alta del año y la segunda mejor marca en share de su historia.** Alcanza un 12,7% en TC.
- **'Viajeros Cuatro'** (7% y 581.000) **regresa a la parrilla sin dar tregua a su rival en la franja (4,2%).** Crece al 7,1% en TC con especial incidencia entre los espectadores de 25 a 44 años (8,3%).
- **'Código 10'** (6,4% y 419.000) **igual su segundo mes con mejor share del año.** Su entrega del pasado 24 de junio (9,1%) firma su récord histórico de cuota de pantalla.
- **'Cuarto Milenio'** (7% y 579.000) **alcanza en junio su mayor ventaja sobre su rival del año.** Anota un 9,3% en TC.

AUDIENCIAS DE LA TEMPORADA

Mediaset España (24,7%) lidera el *target* comercial (27%) por 15ª temporada consecutiva. También se impone en el TC del *prime time* (25,3%), *day time* (27,8%) y la tarde (26,7%), y es líder del *late night* (31,4%) y su TC (32,9%). De igual forma, es primera opción, por 14ª temporada consecutiva, entre los espectadores entre 13 y 24 años (25,7%), además de todos los *targets* menores de 65 años.

Telecinco (9,7%) es líder en TC entre las cadenas comerciales (10,1%) y se impone a la segunda opción comercial por 11 temporadas consecutivas, a la que también supera entre los espectadores de 25 a 44 años (10,2% vs. 9,8%). Es la cadena más vista del *late night* (13,4%) y de su *target* comercial (13,2%).

Cuatro (5,9%) concluye la mejor de sus últimas siete temporadas (desde 2017/2018). Es la cadena con mayor subida del curso televisivo, medio punto respecto al anterior. En **TC (6,6%)** también alcanza su dato más alto desde la temporada 2017/2018 con una mejora de 3 décimas respecto al último curso. Es la **tercera cadena generalista comercial más vista entre el público joven (13-24 años)** con un 4,9% de *share*. Se impone a su directo competidor en:

- **Prime time**, tanto en franja (6,1% vs. 5,6%) como en su TC (6,7% vs. 5,7%).
- **Late night**, en franja (6,5% vs. 5%) y en TC (7,5% vs. 5,4%)
- **Entre los niños** (4,1% vs. 3,5%)
- **Entre el público joven** (4,9% vs. 4,5%).

Los **canales temáticos de Mediaset España (9,1%)** cierran la temporada de nuevo como la oferta líder, al igual que en el TC (10,3%). **FDF y Energy lideran el ranking de las más vistas**, ambas con un 2,4% de *share*.

- **FDF (2,4%),** entre el TC **es por sexta temporada consecutiva el temático líder** con un (3,2%) y se sitúa como el **tercer canal privado más visto entre los jóvenes de 13 a 24 años (6%); Energy (2,4%)** es segunda en TC (2,6%); **Divinity (1,6%)** repite el dato en TC, parámetro en el que se mantiene por tercera temporada consecutiva como la **temática femenina líder; Boing (0,9%)** alcanza el 11,6% entre el público de 4 a 12 años, donde es el canal **líder de la televisión por cuarta temporada consecutiva** con su mejor marca desde la temporada 2016/17; **Be Mad (1,9%)** eleva 2 décimas su dato de la temporada pasada, batiendo un nuevo récord de curso televisivo con un 1,9% de *share* también en TC. Ascende al 2% entre los hombres de 16 a 44, su *target* objetivo, con su máximo de temporada.