

Madrid, 1 de octubre de 2025

AUDIENCIAS SEPTIEMBRE

Mediaset España lidera el *target comercial* por 42º mes consecutivo y Cuatro anota su mejor septiembre desde 2019

Mediaset España (23,6%) alcanza un 26% en el TC, supera por 1,9 puntos a la siguiente opción y es la referencia en este segmento en el mes de septiembre de forma ininterrumpida desde la creación del grupo en 2011. De igual forma, acumula 14 meses de liderazgo en el TC del *prime time* (23,9%) y también lidera en *day time* de este *target* (27%).

Cuatro (5,6%) crece hasta obtener un 6,3% en TC. En *prime time* (5,4%) acumula 22 meses consecutivos como la tercera cadena comercial con mejor *share* de la franja, este mes con el mismo dato que su rival. Registra un 6,1% en TC donde acumula 26 meses como la tercera cadena comercial con mejor cuota de pantalla en dicho segmento. En *day time* (5,7%) también firma su mejor mes de septiembre de los últimos seis años.

Los canales temáticos del grupo (8,8%) suman 137 meses de liderazgo consecutivo y crecen al 10,4% en TC, con Energy (2,4%) y FDF (2,3%) a la cabeza de los más vistos y Boing como el canal más visto por los niños (14,7%) con su mejor arranque de temporada desde 2013.

Mediaset España (23,6%), alcanza en septiembre **tres años y medio (42 meses consecutivos) de liderazgo en el *target comercial* (26%)** en total día, con una ventaja de 1,9 puntos sobre la siguiente opción. Es la **gran referencia en este segmento en septiembre de forma ininterrumpida desde su creación en 2011.**

- En *prime time* registra un 22,1% y crece 1,8 puntos hasta el 23,9% en *target comercial*, situándose como el grupo más visto en este segmento.
- En *day time* (24,2%) logra el liderazgo en el *target comercial* (27%) superando por 2,7 puntos a la siguiente opción.

Telecinco cierra septiembre con un 9,2% de *share* y un 9,3% en TC. En *day time* alcanza un 9,3% de cuota, crece hasta el 9,5% en TC y es la cadena más vista en *late night* (13,7%).

Cuatro (5,6%) firma **su mejor septiembre desde 2019** y crece hasta el 6,3% en el TC. Se impone a su directo competidor en **jóvenes de 13-24 años** (5%) y en niños (4,1%).

- En **prime time** (5,4%) acumula **22 meses consecutivos como la tercera cadena comercial** -este mes, al igual que en agosto, con el mismo dato que su directo competidor- y crece hasta el 6,1% en TC, sumando **26 meses consecutivos como la tercera cadena comercial** más vista en este segmento.
- En **day time** (5,7%) anota su **mejor dato en este mes desde 2019** y crece hasta el 6,4% en el TC de esta franja.

Los **canales temáticos de Mediaset España** (8,8%) acumulan **más de 11 años consecutivos (137 meses) de liderazgo** con 1,8 puntos de ventaja sobre los temáticos de su competidor privado (7%). En **TC** (10,4%), la distancia frente a su inmediata competencia se eleva a 3,3 puntos.

- **Energy** (2,4%) es el **canal temático más visto en septiembre** y ocupa el segundo puesto en el TC con un 2,7% de *share*.
- **FDF** (2,3%) se alza con la segunda posición del ranking en septiembre y es la **primera opción de las temáticas en TC** (3,4%) por **29º mes consecutivo**. Es el temático más visto por los **jóvenes** (13-24 años) con un 6,3% de *share* y ocupa el **cuarto puesto entre todas las cadenas en este segmento de la audiencia**.
- **Divinity** (1,4%) es el **canal femenino líder en el TC** (1,6%) igualando su **segundo mejor dato mensual del año**.
- **Boing** (0,9%) es un mes más el **canal líder entre los niños** (14,7%) con su **mejor septiembre desde 2013**.
- **Be Mad** (1,8%), alcanza un 1,8% en TC y un 1,7% entre los hombres de 16-44 años.

PROGRAMAS MÁS DESTACADOS:

Los **programas de prime time** de Telecinco lideran de forma absoluta sus respectivas franjas de emisión en cinco de las siete noches de la semana:

- **'Supervivientes All Stars'** (16,3% y 948.000) es **líder de su franja los jueves** y se impone en TC (14,5%) con un 18,5% en espectadores de 25-44 años.

- **‘Supervivientes All Stars. Tierra de nadie’** (16% y 939.000) es lo más visto de **su franja los martes** y domina en TC (15,4%) y en los espectadores de 25 a 44 años (17,4%).
- **‘Supervivientes All Stars. Conexión Honduras’** (13,4% y 1.004.000). La gala dominical del *reality* también **es líder de su franja** en total individuos, en TC (13,1%) y en públicos de 25 a 44 años (14,7%).
- **‘¡De viernes!’** (13,3% y 902.000) **anota en septiembre su mejor share desde octubre de 2024** y es líder de su franja de emisión y del TC.
- **‘Bailando con las estrellas’** (13% y 906.000) se impone en su horario de emisión la noche de los sábados y crece al **13,4% entre los jóvenes 16 a 34 años**.
- **‘El programa de Ana Rosa’** (12,7% y 313.000) es **líder de su franja de emisión entre las televisiones comerciales** y crece al 13,8% en TC.
- **‘El diario de Jorge’** (9% y 624.000) lidera en menores de 35 años (8%).
- **‘El Precio de...’** finaliza su primera etapa en Telecinco con una **media del 10,8% y 634.000 espectadores. Crece al 11,1% en TC**, con especial seguimiento entre los espectadores de 45 a 54 años (11,9%).
- En **Cuatro**, **‘Horizonte’** (8,8% y 537.000) arranca la temporada como el programa **con mejor cuota de pantalla del canal y con datos superiores a su competidora directa**. Alcanza un 11% en TC.
- **‘Cuarto Milenio’** (7,1% y 648.000) estrena su nueva temporada con **su mejor cuota de pantalla desde el pasado febrero**. Supera a su directo competidor en la franja y en TC (9%), con un 10,5% entre los públicos de 45 a 54 años.
- **‘Código 10’** (5,9% y 355.000) también por delante de su rival en la franja, crece al 7,5% en TC.
- **‘Todo es mentira’** (6,3% y 507.000) se mantiene por delante de su directo competidor en su franja de emisión.
- **‘En boca de todos’** (6,1% y 186.000) anota el **segundo mejor dato de share** de su historia.

- **'Lo sabe, no lo sabe'** (5,3% y 365.000) firma en septiembre su **récord mensual** en cuota de pantalla.