

Madrid, 1 de diciembre de 2025

AUDIENCIAS NOVIEMBRE

Mediaset España lidera el TC por 44º mes consecutivo y Cuatro continúa al alza con su dato mensual más alto del último año

Mediaset España (23,8%) se impone en *target* comercial (26,2%) con una subida de 0,3 puntos respecto a octubre. Anota un 22,8% en *prime time* y un 25,4% en el *target* comercial de este segmento, con una subida de 1,3 puntos respecto al mes pasado y su mejor dato mensual desde julio.

Telecinco (9%) obtiene un 9,3% en TC, su mejor marca desde junio. En *prime time* (9%), la cadena sube hasta el 10,2% en TC, su mejor cifra de los últimos cuatro meses tras aumentar 1,6 puntos respecto al mes pasado. Cuatro (6%) sube 0,2 puntos respecto a octubre y alcanza un 6,8% en TC. En *prime time* (6,1%) suma 24 meses consecutivos como la tercera cadena comercial y sube al 6,6% en TC, por delante de su rival.

Los canales temáticos del grupo (8,9%) acumulan 139 meses de liderazgo consecutivo y obtienen un 10% en TC. Energy (2,3%) y FDF (2,3%) comparten liderazgo entre los canales temáticos. Boing crece 1,3 puntos respecto a octubre y bate de nuevo su récord histórico mensual como el canal más visto por los niños (17,5%).

Mediaset España cierra noviembre con un 23,8% en el total día y un 22,8% en *prime time*. Es de nuevo **líder del *target* comercial** en estos segmentos:

- En **total día** (26,2%), es el único grupo que mejora este mes con una subida de 0,3 puntos respecto a octubre y se impone por **44 meses consecutivos a sus rivales**, con una ventaja de 2,5 puntos sobre la siguiente opción (23,7%).
- En ***prime time*** alcanza un 25,4%, su mejor dato mensual desde julio, y 16 meses de liderazgo ininterrumpido tras un incremento de 1,3 puntos respecto a octubre.
- En ***day time*** (26,6%) supera en 2,5 puntos a la siguiente opción.

Telecinco (9%) registra un 9,3% en TC, su mejor dato mensual desde junio en este segmento. En *prime time* (9%) sube 0,4 puntos interanuales y registra un 10,2% en TC, su mejor marca de los últimos cuatro meses tras una subida de 1,6 puntos frente al mes pasado. En *day time* obtiene un 9% de cuota y un 8,9% en TC. Es la cadena más vista en *late night* (12,1%).

Cuatro (6%) firma **su mejor dato mensual desde noviembre de 2024** tras elevar 0,2 puntos su dato de octubre. Crece hasta el 6,8% en TC, **su registro más alto desde junio**. **Se impone a su directo competidor en las franjas de sobremesa** (6,1% vs. 5,5%), **prime time** (6,1% vs. 6%) y **late night** (6,6% vs. 5,4%).

En *prime time* (6,1%) Cuatro acumula **24 meses consecutivos como la tercera cadena comercial más vista en esta franja**. Crece hasta el 6,6% en TC, sumando **28 meses consecutivos como la tercera cadena comercial** con mejor dato en este segmento. En *day time* (6%) mejora 0,4 puntos respecto a octubre y anota su **mejor dato desde junio**. Crece hasta el 6,9% en el TC, situándose como la cadena con mayor subida frente al mes pasado en este segmento (+0,5 puntos).

Los **canales temáticos de Mediaset España** (8,9%) acumulan **139 meses de liderazgo consecutivo**, con 2,2 puntos de ventaja sobre los temáticos de su competidor privado (6,7%), que anota su peor dato mensual desde diciembre de 2022. En **target comercial** (10%), la distancia frente a su inmediata competidora se eleva a 3,4 puntos.

- **Energy** (2,3%) es el **canal temático más visto en noviembre** con un incremento de 0,3 puntos frente a noviembre de 2024. Ocupa el segundo puesto en TC con un 2,5% de *share*, con una mejora de cuatro décimas frente al mismo mes del año pasado.
- **FDF** (2,3%) empatiza con Energy en la primera posición del *ranking* en noviembre y es la **primera opción de las temáticas en TC** (3,2%) por **31º mes consecutivo**. Es el canal temático más visto por los **jóvenes** (13-24 años) con un 4,8% de *share* y ocupa el **quinto puesto entre todas las cadenas** en este público.
- **Divinity** (1,4%) crece una décima respecto al mes pasado e **igual su mejor dato de la temporada**, situándose de nuevo como el **canal femenino líder en TC** (1,6%).
- **Boing** (1,2%) anota **su mejor marca mensual en total individuos desde julio de 2020** y su **mejor dato histórico entre los niños** con un **17,5% de share**, con una subida de 1,3 puntos respecto a octubre, reafirmandose como el canal líder absoluto en *target* infantil.

- **Be Mad** (1,8%) registra un 1,5% en TC y un 1,5% 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 cuatro de las siete noches de la semana:

- **‘La isla de las tentaciones’** (15,9% y 1.305.000) se impone la noche de los lunes, también en TC (23,9%), **con un espectacular seguimiento del 41,7% de share entre los espectadores jóvenes** (de 13 a 24 años).
- **‘¡De viernes!’** (13,6% y 1.048.000) alcanza su **mes más visto desde diciembre de 2023 y con el share más alto desde octubre de 2024**. Experimenta una subida de 2 puntos respecto a octubre y lidera su franja y en TC (12,8%).
- **‘Gran Hermano’** (12,5% y 713.000) líder en su franja de los jueves, crece entre los menores de 45 años (17,4%) y en públicos de 16 a 34 años (18,1%).
- **‘Bailando con las estrellas’** (11,4% y 883.000) se mantiene imbatible en su franja de los sábados. Su final, con 1.092.000 espectadores, marca récord de temporada en número de seguidores y supera a la de la anterior edición (944.000)

Además:

- **‘El programa de Ana Rosa’** (12,2% y 305.000) es **líder de su franja de emisión entre las televisiones comerciales** y sube al 13,5% en TC.
- **‘El diario de Jorge’** (9,7% y 772.000) crece en espectadores hasta lograr la **tercera mejor marca mensual en número de espectadores de su historia**. Obtiene un 10,2% de share entre los espectadores de 45 a 54 años.
- **‘Fiesta’** (8,5% y 784.000) obtiene su **mejor marca mensual en número de espectadores de los últimos ocho meses** (marzo de 2025).
- En **Cuatro, ‘Horizonte’** (10% y 595.000) bate su récord de la temporada con una subida de 1,3 puntos respecto al pasado mes, **con datos superiores a su competidora directa**. Alcanza un 12,9% en TC y un 12,2% entre los espectadores de 45 a 54 años.
- **‘Código 10’** (7% y 400.000) mejora nueve décimas frente a octubre (6,1%) y se sitúa por delante de su rival en la franja y en TC (7,7%).

- **‘Cuarto Milenio’** (6,9% y 693.000) supera en 0,7 puntos a su competidor inmediato en la franja y en TC (8,9%).
- Con sus emisiones de lunes a jueves, **‘First Dates’** (6,7% y 852.000) también adelanta a su competencia directa en su franja de emisión y en TC (6%), al igual que en su entrega en viernes (7,1%, 764.000 y 7,7% en *target* comercial).
- **‘En boca de todos’** (6,9% y 211.000) **anota su récord histórico mensual en cuota de pantalla** tras crecer 0,4 puntos respecto a octubre.
- **‘Todo es mentira’** (6,3% y 511.000) se mantiene por delante de su inmediato competidor en su franja de emisión, con un 7,3% entre los espectadores entre 45 y 54 años.
- **‘Lo sabe, no lo sabe’** (5,3% y 431.000) crece 4 décimas respecto al pasado mes e iguala en noviembre su **mejor registro de la temporada**.
- **Noticias Cuatro 1 Fin de Semana** (8,2% y 543.000) eleva su marca 6 décimas respecto a octubre y **alcanza su mejor dato mensual en cuota de pantalla de esta nueva etapa**. Se impone a la oferta informativa de su inmediato competidor (6,9%) y sube al 9,9% en TC.