

Madrid, 1 de mayo de 2025

AUDIENCIAS ABRIL

Mediaset España lidera el TC por 37º mes consecutivo y Cuatro firma su dato más alto en abril desde 2018

**El grupo logra un 25% de *share* en total día, su segunda mejor marca desde mayo de 2024, y crece al 27,3% de *share* en *target* comercial. Registra un 23,5% en *prime time,* su segundo mejor dato del año. Además, crece 1,4 puntos en el *target* comercial de esta franja (24,9%) con 3 puntos de ventaja sobre la segunda opción (21,9%).**

**Telecinco (10,4%), cadena comercial líder en *target* comercial (10,8%), 1,1 puntos por delante de la siguiente opción (9,7%).**

**Cuatro (5,7%) crece 0,5 puntos respecto a abril de 2024 y eleva sus cifras al 6,5% en *target* comercial. En *prime time* (5,8%) acumula 17 meses consecutivos como la tercera cadena comercial y también suma 21 meses ininterrumpidos en tercera posición de las cadenas comerciales en el *target* comercial de esta franja (6,4%).**

**Los canales temáticos del grupo anotan 132 meses consecutivos de liderazgo, tanto en total individuos (8,9%) como en *target* comercial (10%), con Energy y FDF a la cabeza del *ranking* de los más vistos.**

**PRINCIPALES TITULARES DE ABRIL**

**MEDIASET ESPAÑA**

**Mediaset España (25%)** alcanza su **segundo mejor dato desde mayo de 2024**. Incrementa sus marcas mensuales en ***target* comercial** (+2,3 puntos) hasta alcanzar el **27,3% de *share*** y acumula **37 meses de** **liderazgo** consecutivo en este parámetro con una ventaja de 3,5 puntos frente a la segunda opción (23,8%).

* En ***prime time*** (23,5%) **firma su segunda mejor cuota de pantalla del año** y repite liderazgo en el ***target* comercial** **por noveno mes consecutivo** (24,9%) 3 puntos por delante de la siguiente opción (21,9%).
* En ***day time*** alcanza un 25,7% de *share*, su **segunda mejor cuota del último año**. Un mes más, se mantiene imbatible en ***target* comercial** (28,5%), 3,8 puntos por delante de la segunda opción (24,7%).

**TELECINCO**

**Telecinco (10,4%)** esla cadena comercial **líder en *target* comercial (10,8%),** 1,1 puntos por delante de la siguiente opción (9,7%).

* En ***prime time*** anota un **10,2% de *share***, su segundo mejor dato en esta franja desde mayo de 2024. En el ***target* comercial** del horario estelar (10,3%) **lidera entre las cadenas** **comerciales**. Es primera opción entre los espectadores de 25 a 44 años (11,4%). En ***day time*** (10,5%) alcanza su segundo mejor dato del último año y es **líder del *target* comercial** (11%) con 1,6 puntos más que la segunda opción (9,4%). **Lidera en la franja de *late night* (14,8%).**

**CUATRO**

**Cuatro (5,7%)** logra un **crecimiento de 0,5 puntos respecto a abril de 2024** y anota su **dato más alto en abril desde 2018.**

* **En TC** (6,5%) eleva 0,6 puntos sus cifras respecto a abril del pasado año con las que anota su **mejor abril desde 2018.**
* En ***prime time*** (5,8%)suma **17 meses consecutivos como tercera cadena comercial más vista**. En el ***target* comercial de la franja (6,4%) también supera a su competidora (5,3%) y acumula 21 meses ininterrumpidos** en el tercer puesto de las cadenas comerciales.
* Esla **cadena que más crece en *day time*** respecto al mismo mes del pasado año (+0,9 puntos) y alcanza su mejor abril desde 2018con un **5,7% de *share*.** Sube al 6,6% en TC. **También supera a su competidor directo en la franja de *late night*** (6,2% vs. 4,5%).

**TEMÁTICOS**

Los canales temáticos del grupo anotan **132 meses consecutivos de liderazgo, tanto en total individuos (8,9%) como en *target* comercial (10%).**

* **Energy, canal temático líder en abril** con un **2,5% de *share***, repite su **mejor dato de la temporada** y obtiene un 2,6% en *target* comercial.
* **FDF** alcanza un2,3% y es, **por 24º meses consecutivo**, **líder de las temáticas en el** ***target* comercial** (3,1%) **y en el *target* de jóvenes entre 13 a 24 años** (5,4%), parámetro en el que ocupa de nuevo el cuarto lugar entre todas las cadenas.
* **Be Mad** iguala el **mejor abril en su historia en total individuos** (1,9%) y firma su mejor registro en este mes del año en el ***target* comercial** (1,9%). En su ***core target***, hombres de 16-44 años, marca un 1,9%.
* **Divinity** (1,3%) anota también un 1,3% en *target* comercial y un 1,3% en su *target* objetivo.
* **Boing** crece 1,4 puntos respecto a marzo y se sitúa nuevamente como el **canal líder entre los niños** (13,6%) con el **mejor mes de abril de su historia**. Supera en 5,6 puntos a su directa competidora (8%). De igual forma, es la **cadena infantil más vista** en total individuos (1%).

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

**TELECINCO**

* **‘Supervivientes 2025’, imbatible con sus tres galas semanales:** 
  + Las **galas de los jueves** (22,5% y 1.524.000) crecen 0,3 puntos respecto a marzo y confirman su **liderazgo absoluto en la franja. Triplican** al resto de ofertas en su franja de emisión. También lideran el **TC (21,1%)** y especialmente entre los espectadores **jóvenes de 16-34 años (26,4%)** y entre **25 y 44 años (26,6%)**.
  + **‘Supervivientes. Conexión Honduras’** (17,1%, 1.443.000 y 17,7% en TC) **lidera su franja en la noche de los domingos** y sube al 20,9% entre los **espectadores de 25 a 44 años**.
  + **‘Supervivientes. Tierra de nadie’** (19,9% y 1.360.000) **primera opción en su franja en la noche de los martes**, también se imponea todas las cadenas en el ***target* comercial** (19,6%), con un 22,4% entre los espectadores **jóvenes de 16 a 34 años**.
* **‘Hay una cosa que te quiero decir’** (12% y 1.071.000)revalida en abril el liderazgo de su franja y del TC (9,2%).
* **‘Universo Calleja’** (11,5% y 930.000) lidera su franja entre las televisiones comerciales.
* **‘¡De Viernes!’ continúa con su evolución al alza en audiencias**,crece dos décimas respecto a marzo y cierra abril con un **11,8%** de *share* y una media de **960.000 espectadores,** su **mejor cuota de pantalla desde el pasado noviembre** y su **mes más visto de los últimos seis meses**.

* **‘La Favorita 1922’** (9,9% y 851.000) crece entre los espectadores jóvenes (10,9%) y entre los de 25 a 44 años (10,6%).

**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’** (8,4% y 574.000) crece 1,2 puntos respecto a marzo y se sitúa en su franja por delante de su directa competencia (5,4%) y en TC (9,8% vs. 5,2%). La entrega especial sobre el apagón eléctrico emitida el pasado lunes 28 de abril escala hasta el 9% y 616.000 y crece hasta el 10,2% en TC.
* Con sus emisiones de **lunes a jueves**, **‘First Dates’** (6,6% y 867.000) mejora 0,2 puntos respecto al mes pasado y también adelanta a su directa competidora en su franja de emisión (5,8%) y en TC (6,6% vs. 4,7%). Al igual que en su emisión en **viernes** (7% y 727.000), nuevamente con ventaja sobre su principal competidor en la franja (5,4%) y en TC (7,1% vs. 6,8%).
* **‘Cuarto milenio’** (6,7% y 750.000) suma medio punto a su resultado de marzo y se sitúa igualmente por encima de su directa competencia en su franja de emisión (4,8%) con su mayor ventaja desde noviembre. Crece al 7,3% en TC (vs. 6,5%) y al 8,3% en 45-54 (vs. 6,3%).
* **‘Fuera de cobertura’** (6% y 548.000) mejora 1,2 puntos respecto a marzo y se impone en su franja de emisión a su competencia directa (5,9%) y en TC (7,4% vs. 6,6%).
* **‘Los Gipsy Kings’** (5,6% y 478.000) regresan a Cuatro con datos superiores en su horario de emisión a los de su inmediata competidora (4,1%), al igual que en su TC (6,5% vs. 4,4%).
* **‘En guardia: mujeres contra el crimen’** (5,2% y 536.000) se despide con datos superiores en su franja a los de su competencia directa (4,5%) y en TC (4,7% vs. 4%).
* **‘Código 10’** (5,5% y 373.000) supera igualmente a su competencia directa en su franja (3,8%) y en TC (6,7% vs. 3,6%).

**PROGRAMAS MÁS DESTACADOS DEL MES - *DAY TIME***

**TELECINCO**

* **‘El programa de Ana Rosa’** (14% y 324.000) sube 2,1 puntos su dato en TC (16,1%), segmento en el que colidera.
* **‘Vamos a ver’** (13,8%, 434.000 y 16,5% en TC) repite en abril **liderazgo de su franja,** con un 18,1% entre los espectadores de 45 a 54 años**. ‘Vamos a ver más’** (11,3% y 702.000) crece al 14% en TC.
* **‘El diario de Jorge’** (11% y 782.000) bate su **récord histórico mensual** y es **líder del TC** (10,6%).
* **‘La mirada crítica’** (11% y 188.000) **crece 1,4 puntos** frente al pasado mes, sube al 13,5% en TC y firma récord en ambos parámetros en su nuevo horario.

* ‘**Tardear**’ (9,6% y 729.000) mejora 3 décimas respecto a marzo y alcanza su **mejor *share* del año**. **Lidera su franja en *target* comercial** (10,9%).
* **‘Fiesta’** (9,1% y 766.000) se impone al resto de ofertas en su franja en TC (8,3%).

**CUATRO**

* ‘**Todo es mentira’** (6,7% y 521.000) iguala junto a la de enero **mejor cuota de pantalla del año**. Se impone a su inmediato competidor en su franja (6,1%) y crece al 7,3% en TC.
* **‘En boca de todos’** (5,3% y 159.000) bate su **récord histórico mensual** en cuota de pantalla y sube al 5,9% en TC.
* **‘Lo sabe, no lo sabe’** (5,3% y 372.000) iguala su **mejor dato en *share*** y escala al 6% en TC.

**INFORMATIVOS**

* **Informativos Telecinco 15:00h bate su récord mensual de *share* de la temporada y es el único informativo de sobremesa de la televisión generalista que crece de lunes a domingo respecto al mes anterior. Noticias Cuatro 1 también bate su récord de *share* de la nueva etapa.**

* + En sus ediciones de **lunes a viernes**, **Informativos Telecinco 15:00h** (11,5% y 992.000) es el único informativo generalista de esta franja que **crece respecto al mes anterior (+0,5 puntos). Bate su récord de temporada en cuota de pantalla y se sitúa como segunda opción informativa en su franja.** Sube en TC hasta el 14,2% de *share*.
  + **Informativos Telecinco 21:00h** (8,6% y 957.000) iguala su tercera mejor marca mensual de la temporada en *share* y es la única edición generalista de su franja que no pierde cuota de pantalla respecto al mes anterior. Crece al 9,3%en TC. Por su parte, la **edición matinal** (8,5% y 72.000) bate su **récord mensual de la temporada** y asciende al 12,3% en TC.
  + El **fin de semana**, **Informativos Telecinco 15:00h** (9,6% y 859.000) mejora su dato en TC hasta el 11% de *share*. La **edición de fin de semana de las 21:00 horas** (10% y 1.019.000) mejora 0,4 puntos respecto a marzo y alcanza su segundo mejor dato mensual de la temporada en cuota de pantalla.
  + De lunes a viernes, **Noticias Cuatro 1** (7,1% y 481.000) anota **récord de *share* de la nueva etapa** tras crecer 0,5 puntos respecto a marzo. Sube 2,1 puntos en TC (9,2%). **Noticias Cuatro 2** (5% y 408.000) crece al 6,3% en TC. **Noticias Cuatro Fin de Semana 1** (7,3% y 497.000) obtiene su tercer mejor dato en *share* de la nueva etapa. Aumenta al 9% en TC. **Noticias Cuatro Fin de Semana 2** (5,9% y 502.000) asciende al 7,1% en TC.