

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**.
* Esla **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 un5,9% 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 imponea 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.