

Madrid, 1 de noviembre de 2025

AUDIENCIAS OCTUBRE

Mediaset España, grupo comercial que más crece en el mes, lidera de nuevo el TC. Telecinco registra su mejor dato desde junio y Cuatro su mejor octubre desde 2017

Mediaset España (24%) sube 0,4 puntos respecto a septiembre. Se impone en *target* comercial (25,9%), afianzándose en el liderazgo de este segmento por 43º mes consecutivo, y es el grupo que más incrementa sus datos respecto a septiembre en *prime time* (23%) y entre los comerciales en *day time* (24,5%).

Telecinco (9,4%) firma su mejor registro de los últimos cuatro meses e incrementa en 0,2 puntos su dato de septiembre. Cuatro (5,8%) crece 0,2 puntos respecto al mes pasado y alcanza un 6,6% en TC. En *prime time* (6,2%) suma 23 meses consecutivos como la tercera cadena comercial. En *day time* (5,6%) anota su mejor octubre de los últimos ocho años.

Los canales temáticos del grupo (8,8%) acumulan 138 meses de liderazgo consecutivo y obtienen un 10,1% en TC, con Energy (2,5%) y FDF (2,2%) a la cabeza de los más vistos. Boing bate su récord histórico mensual como el canal más visto por los niños (16,2%).

Mediaset España cierra octubre como el grupo que más ha incrementado sus datos respecto a septiembre: en **total día** (24%, +0,4 puntos) y **day time** (24,5%, +0,3 puntos), en los que iguala los incrementos del Grupo RTVE, y también en **prime time** (23%), franja en la que se convierte en el grupo que más crece con +0,9 puntos.

Además, lidera el target comercial en estos segmentos:

- En **total día** (25,9%) suma **43 meses consecutivos de liderazgo** con una ventaja de 1,8 puntos sobre la siguiente opción (24,1%).
- En **prime time** alcanza un 24,1%, con 15 meses de liderazgo ininterrumpido.
- En **day time** (26,8%) superando en 2,1 puntos a la siguiente opción.

Telecinco mejora dos décimas frente a septiembre y cierra octubre con un 9,4% de *share*, **su mejor dato de los últimos cuatro meses**. Sube una décima respecto al mes pasado en *prime time* (9%), con un 8,6% en TC. En ***day time*** obtiene un 9,6% de cuota, situándose como la cadena comercial que más crece en este segmento respecto a septiembre (+0,3 puntos) y registra su mejor dato desde junio, con un 9,5% en TC. Es la cadena más vista en *late night* (14,3%).

Cuatro (5,8%) firma **su mejor octubre desde 2017** tras elevar 0,2 puntos su dato de septiembre. Crece hasta el 6,6% en TC, de igual forma con **su mejor registro en octubre desde 2017**, tras mejorar medio punto respecto al mismo mes del pasado año y 3 décimas frente a septiembre. **Se impone a su directo competidor en las franjas de sobremesa** (5,8% vs. 5,7%), ***prime time*** (6,2% vs. 5,3%) y ***late night*** (6,5% vs. 4,7%).

En ***prime time*** (6,2%) crece 0,8 puntos respecto a septiembre y acumula **23 meses consecutivos como la tercera cadena comercial** con una ventaja de 0,9 puntos sobre su rival, igualando la distancia que marcó en enero de este año, que sería la más alta desde agosto de 2024. Crece hasta el 7% en TC, su mejor dato mensual del año en este parámetro, con un incremento de 0,9 puntos frente a septiembre, sumando **27 meses consecutivos como la tercera cadena comercial** más vista en este segmento. En ***day time*** (5,6%) anota su **mejor octubre desde 2017** y crece hasta el 6,4% en el TC.

Los **canales temáticos de Mediaset España** (8,8%) acumulan **11 años y medio consecutivos (138 meses) de liderazgo**, con 1,8 puntos de ventaja sobre los temáticos de su competidor privado (7%). En ***target comercial*** (10,1%), la distancia frente a su inmediata competidora se eleva a 3,2 puntos.

- **Energy** (2,5%) es el **canal temático más visto en octubre** tras crecer una décima respecto al mes pasado y cuatro décimas frente a octubre de 2024. Ocupa el segundo puesto en el TC con un 2,8% de *share*, con una mejora de una décima frente a septiembre.
- **FDF** (2,2%) se alza con la segunda posición del *ranking* en octubre y es la **primera opción de las temáticas en TC** (3,1%) por **30º mes consecutivo**. Es el temático más visto por los **jóvenes** (13-24 años) con un 5,4% de *share* y ocupa el **quinto puesto entre todas las cadenas en este segmento de la audiencia**.
- **Divinity** (1,3%) es el **canal femenino líder en el TC** (1,4%).
- **Boing** (1%) alcanza en octubre su **mejor dato histórico entre los niños con un 16,2% de share**, reafirmandose como el canal líder absoluto en *target* infantil.

- **Be Mad** (1,9%), también registra un 1,9% en TC y un 2% entre los hombres de 16-44 años; sus máximos históricos en un mes de octubre.

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:

- **‘Supervivientes All Stars’** (18,4% y 1.093.000) crece 2,1 puntos respecto a septiembre. Es **líder de su franja los jueves** y se impone en TC (15,3%) y en espectadores de 25 a 44 años (19,7%).
- **‘Supervivientes All Stars. Tierra de nadie’** (17,4% y 1.016.000) suma 1,4 puntos frente al mes pasado y es lo más visto de **su franja los martes**. También domina en TC (14,6%).
- **‘Supervivientes All Stars. Conexión Honduras’** (13,9% y 1.052.000) también ha mejorado medio punto respecto a septiembre. La gala dominical del *reality* también es **líder de su franja** en total individuos y en TC (12,2%).
- **‘Bailando con las estrellas’** (13,1% y 979.000) eleva una décima el dato del pasado mes y se impone en su horario de emisión la noche de los sábados, así como en **TC** (11,7%).

Además,

- **‘El programa de Ana Rosa’** (12,4% y 302.000) es **líder de su franja de emisión entre las televisiones comerciales** y en TC (13,3%).
- **‘¡De viernes!’** (11,6% y 828.000) lidera el TC de su franja de emisión (10,4%).
- **‘El diario de Jorge’** (10,1% y 715.000) crece 1,1 puntos respecto a septiembre y alcanza el **segundo mejor share de su historia**. Es **líder del TC** con el mismo dato que la oferta de La1 (9,3%) y obtiene un 10,7% de *share* entre los espectadores de 45 a 54 años.
- **‘Agárrate al sillón’** (8,1% y 756.000) anota **récord de espectadores** desde su estreno, **igual a su mejor share** mensual y **crece hasta el 8,4% en TC**. En su emisión en los fines de semana de octubre (8,9% y 853.000) ha sido líder entre las televisiones comerciales en su franja y en TC (7,7%).

- En **Cuatro**, **'Horizonte'** (8,7% y 540.000) repite en octubre como el programa **con mejor cuota de pantalla del canal, con datos superiores a su competidora directa**. Alcanza un 11,5% en TC.
- **'Cuarto Milenio'** (6,9% y 657.000) supera a su competidor inmediato en la franja y en TC (9,2%), con un 9,5% entre los públicos de 45 a 54 años.
- **'Código 10'** (6,1% y 360.000) mejora dos décimas frente a septiembre y también se sitúa por delante de su rival en la franja. Crece hasta el 7,5% en TC.
- **'Callejeros'** (5,9% y 422.000) vuelve a Cuatro por encima de su competidora directa en su franja y en todos los públicos menores de 65 años, con un 7,1% en TC.
- **'Todo es mentira'** (6,2% y 483.000) se mantiene por delante de su competidor en su franja de emisión.
- **'En boca de todos'** (6,5% y 195.000) **anota su récord histórico mensual en cuota de pantalla** al crecer 0,4 puntos respecto a septiembre. Crece también en TC (6,8%).